



# InfoKreativ

## Praxistipps für Kreative & Kulturschaffende

### Musikwirtschaft

#### Inhalt

- ▶ Die Musikwirtschaft .....01
- ▶ Tipps für (angehende) selbständige  
Musikerinnen und Musiker .....02
- ▶ Rat und Tat ..... 08

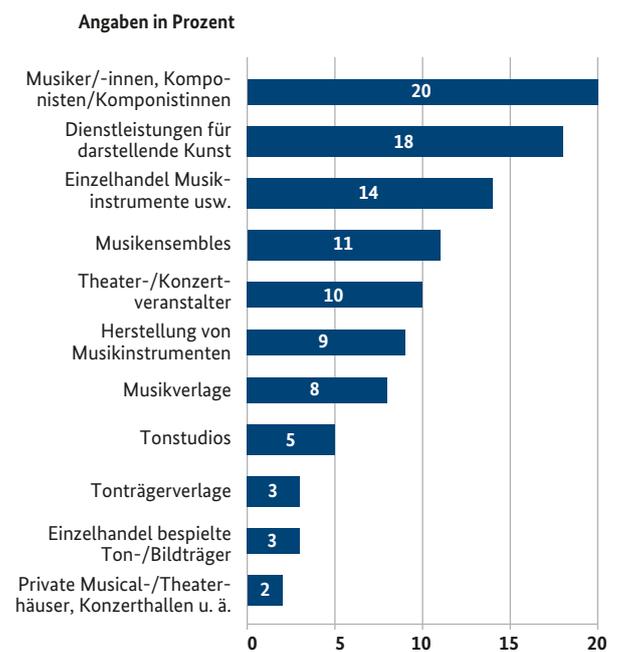
die Musik offenbar zum guten Geschäft. Unter „ferner liefern“ rangieren dagegen – was den Umsatz angeht – die selbständigen Musikerinnen, Musiker und Musikensembles. Sie stellen gleichzeitig die größte Gruppe in der Musikwirtschaft: mit einem runden Drittel aller Akteure. Und für sie gilt sicher, was Friedrich Wilhelm Nietzsche so ausgedrückt hat: „Ohne Musik wäre das Leben ein Irrtum.“

### Die Musikwirtschaft

Die Musikwirtschaft ist extrem vielfältig: Zu ihr gehören die Komponisten und Textdichter, also die „Urheber“ musikalischer Werke, ebenso wie die „produzierenden und verbreitenden Unternehmen“: Tonträger- und Musikverlage, Konzert- und Festivalveranstalter, Musiktheaterproduktionen, Musicalbühnen. Dazu kommen der Musikfachhandel, sowie die „Dienstleister“ rund um den Musikbetrieb, also z. B. die Vorverkaufsstellen, bühnentechnische Dienste oder die Hersteller von Musikinstrumenten. Und – nicht zu vergessen – natürlich die vielen Musikerinnen und Musiker, Musik- und Tanzensembles.

Im Jahr 2013 erwirtschaftete die Musikwirtschaft ein Umsatzvolumen von über sieben Milliarden Euro. Das entspricht fast fünf Prozent des Gesamtumsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Den größten Anteil daran haben dabei die Theater- und Konzertveranstalter, mit knapp einem Viertel des gesamten Umsatzes. Es folgen mit einigem Abstand die Tonträger- und Musikverlage und der Musikeinzelhandel: Hier wird

### Selbständige und Unternehmen der Musikwirtschaft



Quelle: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013. BMWi (Hrsg.) 2014.

## Tipps für (angehende) selbständige Musikerinnen und Musiker

Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Tipps, auf was Sie als angehende selbständige Musikerinnen und Musiker achten sollten. Nutzen Sie aber bitte auch die darüber hinausgehenden Informationen zur Gründung und Selbständigkeit:

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft  
[www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)
- BMWi-Existenzgründungsportal  
[www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)
- Förderdatenbank des Bundes  
[www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de)

### Ausbildung

Ohne handwerkliches Können ist heute alles nichts, egal ob Klassik oder Pop, E-Musik oder U-Musik. Die Zeiten, in denen man in der Rockmusik mit drei Gitarrengriffen über die Runden kommen konnte, sind vorbei. Die Vergleichsmöglichkeiten auf den internationalen Märkten haben die Ansprüche des Publikums enorm in die Höhe geschraubt. Das betrifft ganz besonders die klassische Musik und den Jazz. Ausnahmen bestätigen die Regel. Wobei diese Ausnahmen eben häufig nur kurze Strohfeuer sind und so schnell wieder von der Bühne verschwinden, wie sie gekommen sind. Wo und wie man sein Instrument oder seine Stimme ausbildet, ist dabei eher zweitrangig. Ausbildungsanbieter gibt es genug: Hochschulen, Konservatorien, Musikakademien, Popakademie usw.

### Ziel: den großen Durchbruch schaffen

Fast alle Insider sagen: „Musikerinnen und Musiker brauchen ein Ziel, eine Vision.“ Damit ist nicht zuletzt die Antwort auf die Frage gemeint: Welche Art von Musik soll es sein? Und auf welchem Niveau?

#### Tipps:

- Wenn Sie von Ihrer Musik leben möchten, egal in welchem Genre, sollten Sie zunächst eine ganz klare Idee davon haben, welche Musik Sie machen wollen. Mit einer vagen Vorstellung anzutreten und auf den Publikumsgeschmack zu spielen, wird nicht funktionieren.



- Dazu gehört vor allem ein unverwechselbares Programm. Wer sich ohne eigenes Repertoire z. B. zu einer Casting-Show anmeldet und zu fremden Stücken Playback singt, kann zwar den schnellen Ruhm erlangen. Der ist aber flüchtig.
- Unverwechselbar wird man z. B. durch eine besondere musikalische Virtuosität, vielleicht auch durch ungewöhnliche Harmonien. Oder durch große Namen: Wer als klassischer Musiker Bach im Angebot hat, wird damit nie ganz schief liegen. Aber, so ein Insider: „Der Übungsaufwand für viele Bach-Instrumente ist enorm, der Gage oft nicht angemessen.“
- Sie sollten wissen: Wer Tanzmusik spielt, spielt das, was das Publikum hören will. Wer aus Liebe zur Musik Musikerin oder Musiker sein will, sollte sich so wenig wie möglich nach dem Publikumsgeschmack richten. Insider-Erfahrung: „Sie werden damit nicht zufrieden sein. Besser wäre es, Ihren Lebensunterhalt anderweitig zu sichern. Und die Musik, die Sie eigentlich machen wollen, nebenberuflich besonders gut zu machen. Das gefällt dann dem Publikum erst recht.“

### Schritt für Schritt nach Plan

Wenn Sie wissen, WAS Sie wollen, benötigen Sie einen Plan, WIE Sie Ihr Ziel erreichen wollen und wie diese Vision Wirklichkeit werden soll. Die Erfahrung zeigt: Viele Musikerinnen und Musiker wollen 27 Schritte auf einmal machen. Dabei verzetteln sie sich häufig.

#### Tipp:

- Planen Sie für sich: Wann wollen Sie wo sein? Wann eine CD produziert haben? Wie viele Gigs pro Jahr spielen? Wo ist die Einkommensgrenze, ab der Sie den Status des Hobbymusikers verlassen würden?

### Spielend bekannt werden: Auftritte

Für Musikerinnen und Musiker, die den Durchbruch schaffen wollen, gibt es nur einen Weg: spielen, spielen, spielen. Leichter gesagt als getan: Wann? Und vor allem: Wo?

#### Tipps:

- Üben Sie. Ihre ersten Auftritte müssen richtig gut sein und unbedingt „ankommen“.
- Bemühen Sie sich erst mal in Ihrem engsten Umfeld um Publikum: Wen kennen Sie, der Ihnen die Möglichkeit gibt, öffentlich aufzutreten?
- Sie müssen sich in der Szene vernetzen. Sie müssen wissen, wo Sie auftreten können, welche Musik an welchen Veranstaltungsorten geboten wird, wer dort das Sagen hat, welche Gagen Sie verlangen können.



- Wenn Auftritte vereinbart sind: Laden Sie andere Veranstalter, Booker und auch Pressevertreter ein: „Wir spielen da und da. Hört Euch das doch mal an.“
- Fragen Sie systematisch bei Veranstaltungsorten an, an denen Sie gerne spielen möchten. Das bedeutet Klinkenputzen.
- Nutzen Sie Internet-Plattformen, um Ihr Musik zu veröffentlichen: z. B. auf YouTube.
- Arbeiten Sie gleichzeitig weiter an Ihrem Repertoire.

### Wer bist denn du? Bewerbungsunterlagen

Wer unbekannt ist, findet auch als Musiker auf keiner Bühne statt. Sorgen Sie also dafür, dass möglichst viele Leute möglichst viel von Ihnen erfahren: Veranstalter, Presse, Musiklabels, Agenten/Booker.

#### Tipps:

- Stellen Sie wie für eine Job-Bewerbung Unterlagen zusammen. Dazu gehören ein professionelles Pressefoto und eine für Laien nachvollziehbare Beschreibung der Musik, die Sie machen. Das Ganze sowohl als Mappe als auch in digitaler Form, natürlich auch im Internet.
- Dazu gehören auf jeden Fall Hörbeispiele oder vielleicht sogar Videos, die Sie auf CD oder Ihrer Internetseite anbieten können. Sie lassen sich relativ einfach bewerkstelligen, wenn man bei einem der ersten Auftritte ein Audioaufnahmegerät oder eine Videokamera mitlaufen lässt (deswegen müssen die ersten Auftritte auch unbedingt so gut vorbereitet sein). Aus dem Videomaterial können Sie YouTube-Clips ausschneiden, aus dem Audiomaterial eine Promotion-Auflage an CDs herstellen.
- Sie können Ihr Publikum, aber auch Veranstalter, Presse, Agenten/Booker und Labels auch über die Sozialen Netzwerke für sich begeistern. Ohne eine gute Medienkompetenz haben Sie heute sonst eher schlechte Karten.



### Du bist nicht allein: Agenten/Booker

Musikerinnen und Musiker stecken zu Beginn ihrer Arbeit in einem Teufelskreis. Sie sollten üben und spielen, sonst nichts. Stattdessen müssen sie sich darum kümmern, spielen zu dürfen. Mit erheblichem Aufwand, wie Insider erzählen: „Man sitzt ununterbrochen am Telefon, um Auftritte zu vereinbaren. Und auf 100 Anrufe kommen zwei, drei Treffer. Dann müssen Verträge ausgehandelt werden. Diese Zeit fehlt gerade in der Startphase beim Üben. Und gleichzeitig müssen gerade die ersten Auftritte in dieser Startphase perfekt sein.“

#### Tipps:

- Beauftragen Sie für die Kontaktaufnahmen einen Agenten oder Booker. Diese haben in der Regel einige Musiker oder Bands unter Vertrag, akquirieren für sie Aufführungsorte und -termine oder CD-Produktionen und erledigen die vertraglichen Formalitäten.
- Erkundigen Sie sich, welche Agenten/Booker für Ihre Musik infrage kommen und welchen Ruf sie in der Branche haben. Nutzen Sie dafür auch Bewertungen oder Foren im Internet. Eine Übersicht über [Konzertdirektionen und Künstleragenturen](#) bietet z. B. das Deutsche Musikinformationszentrum.
- Fragen Sie dazu auch bei Ihrem Musikverband nach. Wenn Sie sich für einen Anbieter entschlossen haben, gibt es hier in der Regel auch Vertragsmuster und Tipps, worauf Sie achten müssen, um nicht über den Tisch gezogen zu werden. Vertragsmuster findet man z. B. bei [Mediafon](#), dem Beratungsservice der ver.di für Solo-Selbständige. In Zweifelsfalle kann man auch einen Musikfachanwalt konsultieren.

### Runde Sache: Label

Welche Musikerin oder welcher Musiker will nicht endlich mit seiner eigenen CD auf den Markt? Die kann man mit den technischen Möglichkeiten, die heute zur Verfügung stehen, auch selbst produzieren. Man kann sich aber auch ein Label (= Tonträgerunternehmen oder Plattenfirma) suchen, das im Idealfall nicht nur die Produktion, sondern auch die Werbung und den Vertrieb übernimmt.

#### Tipps:

- Überlegen Sie, wenn Sie ein passendes Label suchen: Welche anderen Musiker oder Bands mögen Sie? Bei welchem Label sind die unter Vertrag?
- Bewerben Sie sich beim Label Ihrer Wahl. Die Unterlagen und Hörbeispiele dafür sollten Sie längst vorbereitet haben.
- Wenn man Sie nicht aufnimmt, können Sie Ihre CD immer noch unter eigenem Label produzieren. Für Werbung und Vertrieb müssen Sie dann gesondert sorgen.
- Einige Insider sagen: „Auf Plattenfirmen zuzugehen war gestern. Heute ist die Szene, Veranstalter, Agenten/Booker, Labels so verdrahtet, dass man zwangsläufig auf Sie zukommt, wenn Sie positiv auffallen. Wenn Sie positiv auffallen, spricht sich das auf jeden Fall herum. Kümmern Sie sich so lange lieber um Ihre Musik.“

### Qualität setzt sich durch: besser werden

Wer die ersten Hürden genommen hat, Gelegenheit zum Spielen bekommt, vielleicht schon die erste CD auf dem Markt hat, für den steht dann (meist) an: immer besser werden.

#### Tipps:

- Die Frage, die Sie sich stellen müssen, ist dieselbe wie bei einem Unternehmen, das ein Produkt verkauft: Sind Ihre Kunden zufrieden? Wenn nein: warum nicht?
- Analysieren Sie kritisch: Gibt es Schwachstellen in Ihrer Musik? In Ihrer Band? Vielleicht funktioniert in Ihrer Rockband die Rhythmuseinheit nicht wirklich. Vielleicht ist der Frontmann ein guter Gitarrist, aber ein schlechter Sänger. Vielleicht kann er toll singen, aber nicht mit dem Publikum umgehen.
- Überlegen Sie, wie Sie mit Schwachstellen umgehen wollen: Viele Bands sind ja zunächst im Freundeskreis entstanden. Dann fällt es schwer, einen Mitspieler auszutauschen. Aber oft führt kein Weg daran vorbei. Alternative: umbesetzen oder besser werden.

### Vertrag & Verwertungsrechte

Abgesehen von Verträgen mit Veranstaltern spielen für Musikerinnen und Musiker zwei Vertragsparteien eine wichtige Rolle: Agenten/Booker und Labels.

#### Tipps:

- Wenn Sie Musikstücke komponiert haben, sollten Sie die bei der [GEMA](#) anmelden. Sie sorgt als Verwertungsgesellschaft dafür, dass Sie Tantiemen erhalten, wenn Ihre Stücke gespielt werden (z. B. im Radio).
- Suchen Sie dann einen Verlag, der sich um die Zweitverwertung kümmert, z. B. als Filmmusik.
- Sie sollten immer versuchen, die Verwertungsrechte an Ihren Kompositionen zu behalten. Vor allem große Labels werden oftmals versuchen, Ihnen diese für eine verlockende Summe abzukaufen.

- Es mag verlockend sein, alle anstehenden Aufgaben an eine einzige Vertragspartei zu vergeben: Booking, Label, Vertrieb usw. Sie müssen sich dann aber darüber im Klaren sein, dass sich Ihre Verdienstmöglichkeiten dabei verschlechtern. Wägen Sie ab, wie viel Sie einem Vertragspartner bezahlen wollen oder können. Und klären Sie für sich, welche Aufgaben Sie selbst übernehmen können, welche Sie beauftragen sollten. Gehen Sie dann nach dem „Baukastenprinzip“ vor: Erledigen Sie selbst, was Sie leisten können (und wollen). Kaufen Sie sich als nur den Anteil Dienstleistungen ein, den Sie brauchen. Suchen Sie sich dann den richtigen Partner für Ihr Musikgenre mit dem richtigen Portfolio.

### He's got a daytime job, he's doing alright: Neben-Job

Viele Musikerinnen und Musiker haben die Erfahrung gemacht, dass das Rezept „viel spielen, hart arbeiten, keine Kompromisse eingehen“ nur noch sehr selten aufgeht. Leben können die meisten Musikerinnen und Musiker davon nicht. Der Grund: Der Ertrag ist bei dem erforderlichen Aufwand an Zeit (vor allem für die Do-it-Yourself-Musiker, die sich „neben“ dem Musikmachen um alle geschäftlichen Belange selbst kümmern) und Geld (z. B. für Agenten/Booker, CD-Produktionen, Tour-Organisation, Promotion) bei den meisten einfach zu gering. Nicht zuletzt deswegen, weil es einfach zu viele Anbieter gibt, die gute Musik machen.

Viele Musikerinnen und Musiker leben daher schlecht von wenigen kleinen Konzerten. Das gilt vor allem für diejenigen, die sich diesen Ertrag mit ihren Ensemble- oder Bandmitgliedern, Tontechniker, Beleuchter usw. teilen müssen.

*“And Harry doesn't mind if he doesn't make the scene.  
He's got a daytime job, he's doing alright.”  
(Harry ist es egal, ob er groß rauskommt oder nicht.  
Er hat tagsüber einen Job, ihm geht's gut.)*

*Dire Straits, Sultans of Swing*

Um ihre Musik machen zu können, brauchen die allermeisten Musikerinnen und Musiker einen Nebenjob. Für die meisten muss es sogar ein Hauptjob sein, da die Musik, wenn man arbeiten gehen muss, noch weniger einspielt.

**Tipps:**

- Suchen Sie einen Job, der mit Ihrer Musik zu tun hat. Insider stellen fest: „Musiker und Musiklehrer sein geht immer und überall. Vom Lehrergehalt können Sie leben, und Sie haben nebenher die Luft, Ihre eigene Musik zu machen und zu veröffentlichen.“
- Wenn es kein Musiklehrer sein soll: Denken Sie als U-Musiker vielleicht mal darüber nach, in Cover-Bands mitzuspielen. Zum einen gibt es dafür spezielle Agenturen, die nur solche Musiker suchen und buchen. Zum anderen sind sie meist regional gut vernetzt. So kennen sich z. B. alle Schlagzeuger einer Region untereinander. Wenn Schlagzeuger Nr. 1 ausgebucht ist und ein gutes Angebot bekommt, reicht er es an Schlagzeuger Nr. 2 weiter. Es gibt erfahrungsgemäß viele solcher Angebote. Und sie werden richtig gut bezahlt.
- Für welchen Job auch immer Sie sich entscheiden werden: Er wird Ihnen Zeit für „Ihre“ Musik „stehlen“, zum Üben, Komponieren usw. Sie entscheiden sich damit mit großer Wahrscheinlichkeit gegen eine „Karriere“ als Nur-Musiker. Ein bisschen sehr gut sein geht eben nicht. Aber Sie erhalten sich so die Chance, Ihre Musik nicht ganz aufgeben zu müssen.

**Support: Förderhilfen**

Es gibt eine ganze Reihe öffentlicher Förderhilfen für die Musik. Sie dienen einerseits dazu, das persönliche Fortkommen von (jungen) Musikerinnen und Musikern zu unterstützen. Sie sorgen zudem dafür, dass Musik für ein kulturinteressiertes Publikum vor Ort „stattfindet“ und Musikprojekte finanziert werden können. Derartige Förderungen sind nicht selten wichtige Bausteine im Rahmen des kommunalen oder regionalen Standortmarketings.

**Tipps:**

- Nehmen Sie an Wettbewerben teil. Sieger und auch gut Platzierte oder auch nur für den Preis Nominierte werden von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen. Genauso wie Auftritte auf großen Musikfestivals. Für beide Fälle gilt: Hier müssen Sie richtig gut sein. Sonst haben Sie eine Riesenchance vertan.
- Wenden Sie sich an die Kulturämter vor Ort. Erkundigen Sie sich nach vorhandenen „Fördertöpfen“. Informationen hierzu bieten auch verschiedene Datenbanken und -sammlungen, z. B. das
  - [Deutsche Musikinformationszentrum: Musikförderung](#)
  - [Initiative Musik: Musik- und Förderatlas](#)
  - [Kulturpreise Musik](#)
  - [Wettbewerbe und Preise](#)

**Alles und noch viel mehr: Business-Know-how**

Weitere Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende finden Sie unter [www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de):

- Freier Beruf & Gewerbe
- Künstlersozialkasse (KSK)/  
Künstlersozialversicherung (KSV)
- Steuern und Finanzamt
- Urheberrecht und -schutz
- Versicherungen, Recht und Verträge
- Verwertungsgesellschaften



#### → Initiative Musik gmbH

Die Initiative Musik gmbH ist die Fördereinrichtung der Bundesregierung für die Musikwirtschaft in Deutschland. Ziel der Initiative Musik ist die Förderung des Nachwuchses, der Verbreitung deutscher Musik im Ausland sowie der Integration von Menschen mit Migrationshintergrund. Kernbereich ist die zeitgenössische Musik: Rock, Pop und Jazz. Gefördert werden können u. a.

- Audio- und audiovisuelle Aufnahmen
- Promotion- und Marketingmaßnahmen
- Konzerte, Touren, sonstige Veranstaltungen
- Reisekosten ins Ausland für Festivals, TV-Shows, spezielle Events und Supporttours

Der Aufsichtsrat entscheidet vierteljährlich über die Förderanträge.

[www.initiative-musik.de](http://www.initiative-musik.de)

#### → Deutscher Musikwettbewerb

Der Deutsche Musikwettbewerb (DMW) ist ein Förderprojekt für junge klassische Musikerinnen und Musiker an der Schwelle von Ausbildung zu Beruf. Er wird einmal im Jahr für unterschiedliche solistische und kammermusikalische Kategorien ausgeschrieben. Dabei wird ein breites Spektrum an Fächern abgedeckt; auch Instrumente, für die national wie international ein eingeschränktes Angebot besteht, werden berücksichtigt. Die Besonderheit des DMW liegt darin, dass der Wettbewerb für die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen lediglich den Anfangspunkt eines komplexen Förderprogramms bildet. Die verschiedenen Fördermaßnahmen, die im Anschluss an den Wettbewerb greifen, bieten den Künstlerinnen und Künstlern praktische Orientierungshilfen, finanzielle wie ideelle Unterstützung und kompetente Beratung auf dem Weg zu einer Karriere. Im Mittelpunkt der Fördermaßnahmen steht die Vermittlung der Musiker an Veranstalter von Kammerkonzerten und Konzertreihen sowie an Orchester für Solokonzerte.

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

#### → Bundeswettbewerb Gesang

Der Wettbewerb hat das Ziel, den Gesang-Nachwuchs zu fördern und überdurchschnittliche stimmliche, musikalische und darstellerische Begabungen zu entdecken. Dabei wird einerseits die Qualität des Gesangs, die musikalische Gestaltung und die Gesangstechnik, andererseits die Interpretation, der Gestus, die szenische Präsenz während des Vortrags sowie die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Vorgetragenen bewertet. Die Jury zeichnet dabei nicht nur im Hauptwettbewerb die Besten durch die Vergabe von Preisen aus sondern eröffnet ihnen oftmals den Weg in eine erfolgreiche Karriere. Sie gibt darüber hinaus in einem parallel laufenden Juniorwettbewerb auch jüngeren Talenten am Beginn der Ausbildung Gelegenheit, ihre Möglichkeiten im Vergleich mit anderen Teilnehmern besser einschätzen zu lernen. Durch die Vergabe von Stipendien und Förderpreisen werden die Besten in die Lage versetzt, ein Studium zu beginnen oder effektiv fortzusetzen.

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

#### → Deutsches Musikinformationszentrum (MIZ)

Das Deutsche Musikinformationszentrum (MIZ) des Deutschen Musikrats gmbH ist die zentrale Informationseinrichtung zum Thema Musik und Musikleben in Deutschland. Es dokumentiert Trends und Entwicklungen, erfasst aktuelle Daten und Fakten und stellt viele praktische Informationen und Serviceleistungen zu Verfügung, z. B. zu Aus- und Fortbildung, Musikförderung, Künstlervermittlung, Festivals, etc.

[www.miz.org](http://www.miz.org)

#### Quellen:

- Clustermanagement Musikwirtschaft, mg: mannheimer gründungszentren GmbH, Mannheim: [www.cm-musikwirtschaft.de](http://www.cm-musikwirtschaft.de)
- ver.di – Fachgruppe Musik, Berlin: [www.verdi.de](http://www.verdi.de)  
Mediafon: [www.mediafon.net](http://www.mediafon.net)
- VUT – Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V.: [www.vut.de](http://www.vut.de)
- Interviews mit Musikerinnen und Musikern

## Rat und Tat

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft  
Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur- und Medien (BKM) umgesetzt. Sie bietet u. a. viele Informationen und Praxishilfen für (angehende) Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft.
- Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft  
Wichtiges Element der Initiative ist das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Es versteht sich als Partner der Branche und bietet allen Kreativschaffenden eine Plattform für Vernetzung und Dialog. Dabei arbeitet das Kompetenzzentrum eng mit den bestehenden Beratungs- und Förderangeboten vor Ort zusammen.  
Infoline: 030 346465300,  
E-Mail: [kontakt@kreativ-bund.de](mailto:kontakt@kreativ-bund.de)
- Netzwerke und Verbände der Musikwirtschaft  
Eine Auswahl von Netzwerken und Verbänden der Musikwirtschaft finden Sie im Internetportal der Initiative: [www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)

## Publikationen

- Alles, nur kein Unternehmer? Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
- Infoletter: GründerZeiten

Bestelltel.: 030 18 272 2721;  
[publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)  
Download und Bestellfunktion: [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

## Internet

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung  
[www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)
- BMWi-Existenzgründungsportal  
[www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)
- Förderdatenbank des Bundes  
[www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de)
- BKM-Kulturförderdatenbank  
[www.kulturpreise.de](http://www.kulturpreise.de)
- Deutsches Informationszentrum für Kulturförderung  
[www.kulturforderung.org](http://www.kulturforderung.org)

## Anlaufstellen Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesländer

- Baden-Württemberg/Netzwerk Kreativwirtschaft:  
<http://kreativnetzwerk.mfg.de>
- Bayern/Bayerisches Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft: [www.bayernkreativ.de](http://www.bayernkreativ.de)
- Berlin/Projekt Zukunft:  
[www.berlin.de/projektzukunft](http://www.berlin.de/projektzukunft)
- Brandenburg/Kreatives Brandenburg:  
[www.kreatives-brandenburg.de](http://www.kreatives-brandenburg.de)
- Bremen/WFB Wirtschaftsförderung Bremen:  
[www.wfb-bremen.de](http://www.wfb-bremen.de)
- Hamburg/Hamburg Kreativ Gesellschaft:  
[www.kreativgesellschaft.org](http://www.kreativgesellschaft.org)
- Hessen/Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen:  
[www.kulturwirtschaft-hessen.de](http://www.kulturwirtschaft-hessen.de)
- Nordrhein-Westfalen/CREATIVE.NRW – Cluster Kultur- und Kreativwirtschaft:  
[www.creative.nrw.de](http://www.creative.nrw.de)
- Rheinland-Pfalz/Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft: [www.zirp.de](http://www.zirp.de)
- Sachsen-Anhalt/Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt: [www.kreativ-sachsen-anhalt.de](http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de)
- Saarland/kreativzentrum.saar:  
[www.kreativzentrum-saar.de](http://www.kreativzentrum-saar.de)
- Thüringen/Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft (THAK): [www.thueringen-kreativ.de](http://www.thueringen-kreativ.de)

## Impressum

### Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
[oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de)  
[www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)

### Stand:

März 2015

### Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Köln/Berlin

### Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

### Bildnachweis:

Matthias Enter – Fotolia (Titel), Alenavlad – Fotolia (S. 2), Dusan Kostic – Fotolia (S. 3), NathanMarx – iStockphoto (S. 4), olly – Fotolia (S. 6), shamleen – Fotolia (S. 7)

