

ig freie theaterarbeit

Intensivtraining für Produktionsleiter:innen

Hard Facts und Soft Skills

Herbst 2021

Das Intensivtraining wurde unterstützt von:



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
Aufgabengebiete der Produktionsleitung	7
Beschäftigungsverhältnisse	11
Sozialversicherung	15
Neue digitale Formate in der darstellenden Kunst	19
Kulturverein gründen und betreiben	22
Kulturförderungen und Finanzierungsmöglichkeiten	26
Better Practice: Green Event	29
Projektbeschreibung und Kalkulation	33
Einnahmen-Ausgaben-Rechnung und Vermögensübersicht	36
Technische Voraussetzungen für ein digitales Arbeiten	42
Social Media Marketing – Was kann Instagram?	45
Förderabrechnung	50
Residency, Gastspiel, Koproduktion	53
Newsletter Marketing	57
Hochladen und Verwerten von digitalen Inhalten im Internet	60
Resilienz und Konfliktlösung	64
Abschließendes Netzwerktreffen und Nachwort	66
Links	68
Impressum	70

Einleitung

Der Bereich der Produktionsleitung ist nicht zu unterschätzen: die Aufgaben sind vielfältig und verantwortungsvoll, es wird ein breites Fachwissen vorausgesetzt, Professionalisierung und aktueller Wissensstand sind unumgänglich – eine Ausbildungsstätte oder Weiterbildungsmöglichkeiten für Produktionsleiter:innen gibt es jedoch bisher keine. Aus diesem Grunde startete die IG Freie Theaterarbeit im Herbst 2021 mit dem **Online Intensivtraining Produktionsleiter:innen: Hard Facts und Soft Skills**. In **18 Onlinemodulen**, aufgeteilt in Basiswissen, Intensivmodule, Netzwerktreffen sowie zwei Exkursveranstaltungen konnten sich die insgesamt **218 Teilnehmer:innen** von den Vortragenden informieren lassen und sich mit Produktionsleiter:innen und Kolleg:innen aus der Freien Szene aktiv austauschen. Hinzu kam ein begleitender Blog und nun auch die vorliegende Broschüre, in der die Kernthemen aus allen Veranstaltungen zusammengefasst wurden. Die Intensivmodule wurden darüber hinaus digital aufgezeichnet und stehen allen Interessierten zum kostenlosen Nachschauen zur Verfügung. Um das Angebot niederschwellig zu halten, waren die Intensivmodule und Netzwerktreffen für alle kostenlos und der Einstieg jederzeit möglich – für IGFT-Mitglieder war das gesamte Programm frei verfügbar. Wir freuen uns, dass über das Intensivtraining auch einige neue Mitglieder zu uns gefunden haben.

Die **6 Informationsveranstaltungen zum Basiswissen** im Bereich Produktionsleitung wurden von Julia Kronenberg und Patrick Trotter (IGFT) zu den Themen Beschäftigungsverhältnissen, Sozialversicherung, Vereinsgründung und -führung, Kulturförderungen und Finanzierungsmöglichkeiten, Projektbeschreibung und Kalkulation sowie von Winona Bach (IGFT) über Social Media Marketing mit dem Schwerpunkt Instagram gehalten.

Im Anschluss haben in **5 Intensivmodulen** geladene Expert:innen ihr Wissen mit uns geteilt: Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Mag. Alexander Perl zur Einnahmen-Ausgaben-Rechnung samt Vermögensübersicht für gemeinnützige Vereine, Michael Luger von vistapoint.tv zu technischen Voraussetzungen für ein digitales Arbeiten, Angela Vadori von Smart Coop Austria zu korrekten Förderabrechnungen, Kultur- und Social Media Manager Christian Henner-Fehr zu Newsletter-Marketing und Rechtsanwalt Mag. Wolfgang Renzl zu Medien- und Urheberrechten im Internet.

Begleitet wurde das Intensivtraining von **5 Netzwerktreffen**, in denen Produktionsleiter:innen aus der Szene ihre Erfahrungen teilten und wertvolle Tipps mit auf den Weg gaben: Siglind Güttler vom Kulturverein ProSiBe über die Aufgaben von Produktionsleiter:innen und das Thema selbst Veranstalten, Cosmea Spelleken und Leonard Wölfel von punktlive.de über neue digitale Formate in der darstellenden Kunst, Bernadette Abendstein, Hakon Hirzenberger, Nadja Prader vom Steudltenn Festival zum Thema Green Event, Kira Koplin von Groundworkers zu Residencies, Gastspielen und Koproduktionen sowie Sophie Schmeiser von mollusca productions zu Resilienz und Konfliktlösung. Abgerundet wurde das Training mit einem abschließenden Netzwerktreffen, das Gelegenheit zur Vernetzung und Austausch bot.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Vortragenden für ihre Zeit und das Wissen, das sie bereit waren zu teilen. Ein großes Dankeschön auch an alle, die teilgenommen haben und zu diesem produktiven Austausch beigetragen haben. Außerdem bedanken wir uns bei der

MA 57 – Frauenservice der Stadt Wien für die freundliche Unterstützung des Online Intensivtrainings *Produktionsleitung: Hard Facts & Soft Skills*.



**Ihr seid so der Wahnsinn!
Ich wünschte ich hätte die IG
schon gekannt, als ich mit dem
Theater angefangen habe. Das
hätte so viel einfacher gemacht
und ich hätte mich so viel mehr
supported gefühlt!!! :) Gut, dass
es euch gibt und vielen Dank
fürs Dasein, fürs Connecten
und fürs Runterbrechen von
komplizierten Dingen, fürs
Aufdröseln und Erklären, fürs
immer wieder mit Antworten
versorgen und für diese schöne
Menschlichkeit einfach.
You Rock!**

Aufgabengebiete der Produktionsleitung

mit Siglind Güttler, Produktionsleiterin

Die Produktionsleitung trägt die Verantwortung für einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung. Je nach Produktionsgebiet – ob bei Festivals, Film oder Theater – unterscheidet sich diese Rolle. Nichtsdestotrotz gibt es einen Leitfaden, der Orientierung gibt.

Für Produktionsleiter:innen gibt es keine spezifische Ausbildung, die Kompetenzen werden über learning by doing erworben. Die Produktionsleitung trägt die organisatorische Verantwortung, sie muss daher Kenntnisse über sämtliche organisatorischen Prozesse haben. Von Vorteil sind auch Soft Skills zur Führung und Leitung eines Teams.

Zu Grunde liegen muss das Wissen, wann und wo um welche Förderung angesucht werden kann, Kenntnisse über Einreichmodalitäten und -unterlagen, sowie Fristen bei Einreichungen und Abrechnungen. Im Idealfall ist die Produktionsleitung in die Budgeterstellung gemeinsam mit der künstlerischen Leitung bzw. dem:der Produzent:in eingebunden. Auch die Erstellung sämtlicher Verträge fällt in den Aufgabenbereich der Produktionsleitung. Das Wissen um korrekte Arbeitsverhältnisse (Selbstständigkeit, Unselbstständigkeit), Umsatzsteuer, Abzugsteuer, Rechteabgeltungen etc. ist somit Voraussetzung, ebenso wie Kenntnisse der Förderauflagen und Abrechnungsmodalitäten der einzelnen Fördergeber:innen. Die Produktionsleitung begleitet das Projekt von Anfang an bis zur Abrechnung der Fördergelder, sie begleitet den Probenprozess im Hinblick auf die Umsetzung und kontrolliert laufend die Einhaltung des Budgets, der Veranstaltungsgesetze, anderer Verordnungen und Vorschriften.

Hinweis: Die IGFT stellt ihren Mitgliedern kostenlose Vertragsvorlagen für einen Bühnenarbeitsvertrag, Stückvertrag, Gastvertrag, freien Dienstvertrag, Werkvertrag, Volontariatsvertrag, Aufführungsvertrag, Kooperationsvertrag, Koproduktionsvertrag oder Ensemblevertrag zur Verfügung.

Neben den finanziellen und rechtlichen Strukturen ist die Produktionsleitung für umfassende Aufgaben zuständig: Überblick über Personal, externe Mitarbeiter:innen, Organisation von Reisen und Unterkünften, Equipment (Feuerlöscher,

Erste-Hilfe-Kasten etc.), Fluchtwege, COVID-19-Maßnahmen, Veranstaltungsgenehmigungen, Zusatzpersonal wie Security, Brandschutzbeauftragte, Ersthelfer:innen usw.

Die Aufgabengebiete variieren je nach Größe und Art der Produktion. Wichtig ist jedoch eine klare Unterscheidung der Aufgabenbereiche von **Produktionsleiter:in** und **Produzent:in**. Die Letztverantwortung liegt bei dem:der Produzent:in, diese:r trägt auch das finanzielle Risiko. Daher muss die Produktionsleitung bei allen geschäftlichen Änderungen das Einverständnis des:der Produzent:in einholen. Die Produktionsleitung kann hier zwar Wege aufzeigen, aber keine Entscheidungen abnehmen.

Was gehört nicht in das Aufgabengebiet einer Produktionsleitung?

Die Produktionsleitung ist das Auge der Umsetzung, nicht das Gehirn; somit gehören künstlerische Entscheidungen oder Einmischung in den künstlerischen Prozess nicht in das Feld der Produktionsleitung. Produktionsleiter:innen sind weder Regieassistenten noch Dramaturgie – eine Differenzierung dieser Aufgaben und Rollenverteilung innerhalb des Teams sollte daher unbedingt im Vorhinein erfolgen. Auch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, Vermittlung, Technik, Saaleinlass, Kartenverkauf etc. gehören nicht per se zu den Aufgaben einer Produktionsleiter:in. Selbstverständlich können diese Aufgaben aber in Einzelvereinbarungen zusätzlich übernommen werden. Während das Anwerben von Koproduktions- oder Kooperationspartner:innen zum Tätigkeitsfeld des:der Produzent:in gehört, kann es jedoch im Bereich der Produktionsleitung liegen, die jeweiligen Konditionen diesbezüglich auszuhandeln.

Als Auge eines Projekts beginnt die praktische Umsetzung bei der Projektidee. Es sollte daher der Produktionsleitung ein Anliegen sein, den Aufwand zu verringern, bereits in der Entstehung in Gesprächen mit Künstler:innen dabei zu sein, um späteren Aufholbedarf in der Kommunikation zu vermeiden. Flexibilität und Lösungsorientierung sind in diesem Beruf klare Voraussetzungen, Anwesenheit vor Ort von Vorteil. Die Entlohnung pro Produktion sollte mit dem Erfahrungswert steigen. Als Richtwert können ca. **10% vom Projektbudget** einkalkuliert werden. Mitbedacht werden muss auch, dass selbstständige Produktionsleiter:innen vom KSVF keinen Zuschuss erhalten.

Tipps aus der Praxis:

- Fristen im Auge behalten
- sämtliche Belege einholen, keine Buchung/Bezahlung ohne Beleg
- laufende Kontrolle des Budgets
- Umsatzsteuer, Abzugsteuer etc. beachten
- alle Vereinbarungen in schriftlichen Verträgen festhalten
- Aufbewahrungsfristen beachten
- Arbeitsstunden aufzeichnen, um den Aufwand besser einschätzen zu können

Selber veranstalten

Bezüglich der Veranstaltungsstätte sollte man sich folgenden Fragen widmen:

- Wer ist Veranstalter:in?
- Gibt es eine Eignungsfeststellung oder muss ich eine (andere) beantragen?
- Gibt es eine Dauerkonzession, oder muss die Veranstaltung extra angemeldet werden?
- Was deckt die Versicherung der Veranstaltungsstätte ab?
- Gibt es eine AKM Jahrespauschale?

Wenn selbst veranstaltet wird, muss zwischen öffentlicher und nicht öffentlicher Veranstaltung unterschieden werden. Je nach Bundesland und Art der Veranstaltung ist eine unterschiedliche Behörde zuständig und der Abschluss einer **Veranstalterhaftpflichtversicherung** verpflichtend vorzunehmen. Jede öffentliche Aufführung von Musik ist zudem der AKM im Vorhinein zu melden, ebenso ist die Nutzung und Verwertung von urheberrechtlich geschützten Werken im Vorhinein zu klären.

Siglind Güttler ist bereits seit Ende der 1990er Jahre in der Produktionsleitung tätig. Ihre bisherigen Stationen waren unter anderem die Wiener Festwochen, ImPuls-Tanz, Viennale, donaufestival und inzwischen der Kultursommer Wien. Gemeinsam mit Bernhard Werschnak ist sie Leiterin des Kunst- und Kulturvereins ProSiBe und betreut Künstler:innen und Freie Gruppen von der Einreichung über die Durchführung bis zur Abrechnung der Projekte.

Nach über 20 Jahren „learning by doing“ im Kulturbereich, hat das Intensivtraining viel aufgefrischt, zusammengeführt und ergänzt, wie fehlende Puzzleteile. Der vertraute und offene Austausch mit Vortragenden und den anderen Teilnehmer:innen, die freundschaftliche Atmosphäre hat Lust auf mehr gemacht. Und irgendwie ist das Gefühl, dass wir alle im gleichen Boot sitzen, ein Schönes.

Magdalena Stolhofer, Kulturmanagerin

Beschäftigungsverhältnisse

mit Patrick Trotter, Fachreferent IGFT

Dienstvertrag, freier Dienstvertrag oder Werkvertrag? Nach welchen Kriterien definiert sich die richtige Art der erwerbsmäßigen Tätigkeit und warum ist es für Theaterschaffende wichtig, das Theaterarbeitsgesetz (TAG) zu kennen?

Abgesehen von der sozialen Verantwortung gilt es v.a. bei einer **gemeinsamen Prüfung von Lohnabgaben und Beiträgen** (GPLB) festzustellende Mängel zu vermeiden. Wird bei dieser Prüfung eine sogenannte **Scheinselbstständigkeit** festgestellt, drohen hohe Strafen und Nachzahlungen. Bei Zahlungsunfähigkeit eines Vereins können die einzelnen Vorstandsmitglieder direkt belangt werden und müssen ggf. mit ihrem Privatvermögen dafür aufkommen.

Achtung: Die Art der erwerbsmäßigen Tätigkeit – also selbstständig oder unselbstständig – ist nicht frei wählbar, sondern ergibt sich aus den tatsächlich vorliegenden Merkmalen der jeweiligen Tätigkeit. Verantwortlich für die korrekte Form der Erwerbstätigkeit ist der:die Auftraggeber:in bzw. der:die Dienstgeber:in, nicht aber der:die Auftragnehmer:in bzw. der:die Dienstnehmer:in selbst.

Unselbstständige Tätigkeit/Dienstvertrag

Der unselbstständigen Tätigkeit liegt ein befristeter oder unbefristeter Dienstvertrag zu Grunde. Als **Dauerschuldverhältnis** ist sie dadurch charakterisiert, dass Leistungen **persönlich** über einen bestimmten oder unbestimmten **Zeitraum** und gegen Entgelt erbracht werden. Der Erfolg kommt dabei im Wesentlichen dem Unternehmen des:der Dienstgeber:in zu Gute. Die **Verpflichtung zur persönlichen Leistungserbringung** schließt ein Vertretungsrecht kategorisch aus. Des Weiteren charakterisiert sich die unselbstständige Tätigkeit durch die persönliche und wirtschaftliche Abhängigkeit vom Unternehmen. Unselbstständig Tätige sind an **sachliche Weisungen hinsichtlich Arbeitszeit, Arbeitsort, sowie persönlichen Weisungen hinsichtlich dem Verhalten am Arbeitsplatz und der persönlichen Gestaltung der Dienstleistung** gebunden. Außerdem sind sie in die Organisation des Betriebes eingebunden, was in der Regel durch die **Nutzung fremder Betriebsmittel** gekennzeichnet ist. Unselbstständig Beschäftigte haben eine Reihe von **arbeitsrechtlichen Ansprüchen**, wie z.B. Kündigungsfristen, bezahlter Urlaub, Entgeltfortzahlung bei Krankheit, Unterstützung

bei Arbeitslosigkeit durch das AMS und genießen den Schutz durch diverse sondergesetzliche Regelungen (beispielsweise durch das Theaterarbeitsgesetz - TAG).

Alle Steuern und Sozialversicherungsbeiträge werden von dem:der Dienstgeber:in an die ÖGK und das Finanzamt abgeführt, wobei sich die Sozialversicherungsbeiträge in einen Dienstnehmer:innen- und einen Dienstgeber:innenanteil aufteilen. Der:die Dienstnehmer:in erhält am Ende vom Monat einen Lohnzettel; das Gehalt/der Lohn wird von dem:der Dienstgeber:in abzüglich Steuern und Sozialversicherungsbeiträge angewiesen. Ist eine Person ausschließlich unselbstständig beschäftigt, kann sie im Zuge der Arbeitnehmer:innenveranlagung eventuelle Werbungskosten geltend machen.

Freier Dienstvertrag

Der freie Dienstvertrag begründet ein Dauerschuldverhältnis, d.h. eine Verpflichtung zu einer Leistung über einen bestimmten/unbestimmten Zeitraum. Freie Dienstnehmer:innen zeichnen sich durch **persönliche Unabhängigkeit** aus, d.h. sie sind nicht gebunden an einen bestimmten Arbeitsort oder Arbeitszeiten. Außerdem besteht ein allgemeines **Vertretungsrecht**. Arbeitsrechtlich gesehen stehen ihnen keine besonderen Ansprüche zu (Kündigungsfristen, Kollektivverträge, Schutznormen etc.).

Besonders sind die Freien Dienstnehmer:innen in steuerlicher bzw. sozialversicherungsrechtlicher Sicht: Freie Dienstnehmer:innen erhalten wie echte Dienstnehmer:innen einen Dienstzettel, sie müssen aber selbstständig Honorarnoten an den:die Auftraggeber:in stellen. Sozialversicherungsrechtlich werden sie in der Regel behandelt wie die unselbstständig Tätige. Die Sozialversicherungsbeiträge werden von dem:der Auftraggeber:in an die ÖGK abgeführt. Die Einkünfte jedoch zählen zu den selbstständigen Einkünften. Daher sind freie Dienstnehmer:innen verpflichtet, die Einkommensteuer mittels einer Einkommensteuererklärung selbst abzuführen.

Ausnahme: Gemäß § 4 (6) ASVG werden Künstler:innen bzw. künstlerische Tätigkeiten von der Pflichtversicherung nach ASVG ausgenommen. Gegebenenfalls müssen diese freien Dienstnehmer:innen also in die Pflichtversicherung der SVS eintreten. *Achtung: Das Theaterarbeitsgesetz (TAG) findet auf freie Dienstverträge keine Anwendung. Beim freien Dienstvertrag unterliegt der:die Auftragnehmer:in keiner persönlichen Abhängigkeit. Denkbar sind freie Dienstverträge für Darsteller:innen am Theater daher nur in Ausnahmefällen z.B. für (externe) einspringende Schauspieler:innen oder Sänger:innen, die ohne Proben und Einweisung gastieren.*

Selbstständige Tätigkeit/Werkvertrag

Hierbei handelt es sich in der Regel um ein sogenanntes **Zielschuldverhältnis**. Beim Werkvertrag verpflichtet sich eine Partei (Werkunternehmer:in) gegenüber einer anderen Partei (Besteller:in) einen **bestimmten Erfolg oder ein konkretes Werk gegen Entgelt** herbeizuführen. Der Erfolg/das Werk wird dabei im Vorfeld bestimmt (Maße, Material, Aussehen etc.).

Entscheidend ist beim Werkvertrag das Ergebnis, geschuldet wird das Werk (eine konkrete Leistung) oder ein bestimmter Erfolg. Die Herstellung geschieht dabei aber in voller Gestaltungsfreiheit, der:die Auftragnehmer:in unterliegt keinerlei persönlichen Weisungen durch den:die Besteller:in. Werkunternehmer:innen steht ein allgemeines **Vertretungsrecht** zu, außerdem sind sie berechtigt, Subunternehmer:innen bzw. Hilfskräfte zur Herstellung herbeizuziehen. Arbeitsort und Arbeitszeit sind nicht vorgegeben. Sie bedienen sich dabei einer **eigenen betriebliche Struktur**, eigener Betriebsmittel und einer eigenen Buchführung. Außerdem tragen sie das wirtschaftliche Risiko selbst. Werkunternehmer:innen sind verpflichtet, sowohl ihre Steuern mittels einer Einkommenssteuererklärung als auch die Pflichtversicherungsbeiträge bei der SVS selbst abzuführen. Weiterhin bedienen sich Werkunternehmer:innen einer Mehrzahl von Auftraggeber:innen.

Die Bezahlung erfolgt mittels Rechnungslegung (Honorarnote). Als selbstständig Tätige/Unternehmer:innen sind sie selbst verantwortlich für die fristgerechte Meldung und Abfuhr der Sozialversicherungsbeiträge und der Einkommensteuer. Die Meldung der Selbstständigkeit muss innerhalb eines Monats nach Aufnahme der Tätigkeit bei der SVS und dem Finanzamt erfolgen. Die Einkommenssteuererklärung muss spätestens bis Juni des Folgejahres eingereicht werden. Wird diese von einem:r Steuerberater:in abgegeben, verlängert sich die Frist bis März des zweitfolgenden Jahres.

Achtung: Ein Vertrag kann den:die Auftragnehmer:in bzw. den:die Dienstnehmer:in nicht schlechter stellen, als es im Gesetz geregelt ist. Zudem findet auf Verträge zwischen einem:r Theaterunternehmer:in und Personen, die sich zur Leistung *künstlerischer Arbeiten zur Aufführung von Bühnenwerken* verpflichten, in Österreich zwingend das *Theaterarbeitsgesetz (TAG)* Anwendung.

Patrick Trotter studierte Philosophie an der Universität Wien und bildende Kunst an der Akademie der Bildenden Künste Wien. Zwischen 2012 und 2019 wirkte er als freischaffender Photograph, Photokünstler, Musiker und Autor. Seit 2019 ist er für die IGFT als Fachreferent tätig.

Vielen herzlichen Dank für das Training, es war sehr gut, sich in Zeiten wie diesen zu vernetzen. Die Organisation und Durchführung war super! Ich hoffe die Reihe endet nicht und es wird bald weitere Kurse zu anderen Themen geben.

Anonym

Sozialversicherung

mit Julia Kronenberg, Fachreferentin IGFT

Die Sozialversicherung und die jeweils zuständige Sozialversicherungsanstalt ergeben sich aus der Art und Weise der erwerbsmäßigen Einkünfte. Ob ein Versicherungsschutz vorliegt oder nicht, hängt von der monatlichen bzw. jährlichen Geringfügigkeitsgrenze ab.

Unselbstständige Erwerbstätigkeit

Unselbstständig Beschäftigte (=Dienstnehmer:innen) und freie Dienstnehmer:innen fallen unter das Allgemeine Sozialversicherungsgesetz (ASVG). Der Versicherungsschutz wird hierbei für den exakten Zeitraum der Beschäftigung begründet. Liegt das monatliche Entgelt unter der Geringfügigkeitsgrenze (485,85 Euro/2022), wird lediglich eine Unfallversicherung begründet. In diesem Fall hat der:die Dienstnehmer:in die Möglichkeit einer freiwilligen Versicherung aufgrund geringfügiger Beschäftigung bei der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK), welche zusätzlich eine Kranken- und Pensionsversicherung beinhaltet. Liegt das monatliche Entgelt über der Geringfügigkeitsgrenze, entsteht voller Versicherungsschutz in Kranken-, Unfall-, Pensions-, Arbeitslosenversicherung und Mitarbeiter:innenvorsorge. Alle Abgaben, wie Sozialversicherung, Steuern und Dienstgeber:innenbeiträge werden von dem:der Dienstgeber:in an die ÖGK bzw. an das Finanzamt abgeführt.

Tipp: Bei Anstellungen von professionellen, künstlerisch tätigen, darstellenden Kunstschaffenden, können Dienstgeber:innen für geleistete Sozialversicherungsbeiträge nachträgliche Zuschüsse aus dem **IG Netz** erhalten. Das IG Netz wurde 1991 von der IG Freie Theaterarbeit eingerichtet, um freien Gruppen im Bereich der darstellenden Kunst die Zahlung ihrer Sozialversicherungsbeiträge durch Zuschüsse finanziell zu erleichtern. Es wird von der IG Freie Theaterarbeit verwaltet und aus Mitteln der Kunstsektion des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport (BMKOES) und der Kunst- und Kulturabteilungen der Bundesländer Tirol, Vorarlberg, Steiermark, Burgenland, Kärnten, Oberösterreich und der Stadt Wien finanziert. Der Zuschuss beträgt bis maximal 300 Euro pro Person pro Monat. Alle Informationen findet ihr unter www.freietheater.at.

Vorsicht ist geboten **bei mehreren geringfügigen Beschäftigungen**: Übersteigt der Bruttolohn aller Dienstverhältnisse im Monat insgesamt die Summe der Geringfügigkeitsgrenze, werden auch vom geringfügigen Entgelt Sozialversicherungsbeiträge fällig. Dieser pauschalierte Dienstnehmer:innenbeitrag wird von der ÖGK zumeist im Folgejahr eingehoben und begründet rückwirkend eine Kranken- und Pensionsversicherung.

Tage- oder fallweise Beschäftigung

Einen **Spezialfall** stellt die **tageweise oder fallweise Beschäftigung** dar: „Fallweise Beschäftigung liegt vor, wenn Personen in unregelmäßiger Folge tageweise bei dem:derselben Dienstgeber:in für einen Zeitraum kürzer als eine Woche beschäftigt werden und die Termine ‚von Einsatz zu Einsatz‘ vereinbart werden. Liegen diese Voraussetzungen vor, ist jeder Tag als eigenständiges Dienstverhältnis zu betrachten. Wenn das Entgelt pro Kalendertag die monatliche Geringfügigkeitsgrenze nicht übersteigt, ist jeder Beschäftigungstag geringfügig abzurechnen. Werden die Tage allerdings im Vorfeld vereinbart, wird von einer durchlaufenden Beschäftigung vom ersten bis zum letzten Tag ausgegangen. Das gesamte laufende Entgelt ist für die Beurteilung der Geringfügigkeit heranzuziehen. Wird die Geringfügigkeit insgesamt überschritten, liegt im ganzen Zeitraum Vollversicherung vor“, so die ÖGK. **Bei im Vorfeld vereinbarten Aufführungsterminen sollte also eine durchlaufende Beschäftigung vorliegen.**

Arbeitslosengeld

Anspruch auf Arbeitslosengeld hat laut Arbeitslosenversicherungsgesetz (ALVG), wer nach Beendigung eines Dienstverhältnisses keine neue Beschäftigung gefunden hat, alle pensionsversicherungspflichtigen (selbstständigen) Erwerbstätigkeiten beendet (bzw. ruhend gemeldet) hat, arbeitsfähig und arbeitswillig ist. Darüber hinaus muss man der Arbeitsvermittlung zur Verfügung stehen, also eine Beschäftigung aufnehmen bzw. ausüben können und dürfen. Anspruchsvoraussetzung ist ebenfalls, dass eine gewisse Mindestdauer arbeitslosenversicherungspflichtiger Beschäftigung nachgewiesen werden kann und die Bezugsdauer nicht erschöpft ist.

Selbstständigkeit

Selbstständig tätige Kunstschaffende begründen ihren Sozialversicherungsschutz bei der Sozialversicherung der Selbständigen (SVS) in der Kategorie **Neue Selbstständige** und fallen unter das Gewerbliche Sozialversicherungsgesetz (GSVG). Als Unternehmer:innen sind sie für die Abfuhr ihrer Sozialversicherungsbeiträge und Einkommensteuer selbst verantwortlich. Die Meldung bei der SVS und dem Finanzamt

muss spätestens einen Monat nach Aufnahme der selbständigen Tätigkeit erfolgen. Der Versicherungsschutz für selbstständig Tätige umfasst bei der SVS Kranken- und Unfallversicherung und gegebenenfalls auch Pensionsversicherung und Selbständigenvorsorge. Auf freiwilliger Basis können eine Zusatzversicherung in der Krankenversicherung (für Krankengeld ab dem 1. Tag) und eine Zusatzversicherung in der Arbeitslosenversicherung abgeschlossen werden.

Opting-In

Liegen die **Einkünfte aus selbständiger Tätigkeit im Kalenderjahr unter der ASVG-Jahresgeringfügigkeitsgrenze** (5.820,20 Euro/2022), wird kein Versicherungsschutz begründet. Der:die Selbstständige hat jedoch die Möglichkeit einer freiwilligen Versicherung, der sogenannten Opting-In. Diese ist zumeist recht günstig, beinhaltet einen monatlichen Versicherungsschutz mit monatlicher Kündigungsmöglichkeit und eine Kranken- und Unfallversicherung.

SVS Pflichtversicherung

Liegen die **Einkünfte aus selbständiger Tätigkeit im Jahr über der ASVG-Jahresgeringfügigkeitsgrenze**, wird für das gesamte Kalenderjahr voller Versicherungsschutz in der Kranken-, Unfall-, Pensionsversicherung und Selbständigenvorsorge (auch rückwirkend) begründet. Die Aufnahme in die Pflichtversicherung muss von dem:der einzelnen Unternehmer:in selbstständig der SVS gemeldet werden, da ansonsten ein Beitragszuschlag verrechnet wird. Laufende Sozialversicherungsabgaben in der sogenannten Pflichtversicherung bilden vorläufige Beiträge ab. Die korrekten Beiträge können erst mit dem Einkommensteuerbescheid endgültig festgesetzt werden, es kommt daher in den Folgejahren oftmals zu Nachzahlungen von Versicherungsbeiträgen und Anpassungen der laufenden Beiträge.

Künstlersozialversicherungsfonds

Der **Künstlersozialversicherungsfonds (KSVF)** unterstützt Künstler:innen in der Pflichtversicherung der SVS bei ihren Sozialversicherungsbeiträgen. Hierfür sind die Künstler:inneneigenschaft nachzuweisen und Mindest- und Höchstgrenzen beim Einkommen einzuhalten. Anträge können auch vier Jahre rückwirkend gestellt werden. Ebenso ist eine Ruhendmeldung der selbstständigen Tätigkeit möglich, um – bei etwaigem aus unselbstständiger Beschäftigung erworbenen Anspruch – Arbeitslosengeld zu erhalten. Bei der Opting-In ist keine Unterstützung durch den Künstler-Sozialversicherungsfonds (KSVF) möglich.

Pensionsversicherung gegen Altersarmut

Die drohende Altersarmut betrifft freischaffende Künstler:innen besonders. Da sich die Höhe der gesetzlichen Alterspension an den geleisteten Pensionsversicherungsbeiträgen und -zeiten errechnet, ist es dringend anzuraten, bei der Erwerbstätigkeit auf eine **aktive Pensionsversicherung** zu achten.

Infoblätter zu Sozialversicherung, IG Netz, AMS, KSVF und Alterspension findet ihr unter www.freietheater.at.

Julia Kronenberg *studierte Schauspiel in Innsbruck, Theater-, Film- und Medienwissenschaften an der Universität Wien, den postgradualen Masterlehrgang „art & economy“ an der Universität für angewandte Kunst in Wien und absolvierte 2021 die Prüfung zur Diplombuchhalterin. Seit 2005 arbeitet sie in der freien Szene und ist seit 2017 als Fachreferentin für die IGFT tätig.*

Neue digitale Formate in der darstellenden Kunst

mit Cosmea Spelleken und Leonard Wölfel, punktlive

Spätestens seit Corona erobern neue digitale Formate die darstellende Kunst. Interdisziplinäres Arbeiten und hybride Projekte an der Schnittstelle zwischen Theater, Film und sozialen Medien schaffen neue Ästhetiken. Wo geht es hin im digitalen Zeitalter und wie hält Digitalität erfolgreich Einzug in die darstellende Kunst?

Cosmea Spelleken und Leonard Wölfel entwickelten im Kollektiv punktlive im Mai 2020 – nach zwei Monaten Lockdown und dem Bedürfnis nach Kunst und Kultur – das digitale Theaterstück werther.live. Es wurde u.a. mit dem Deutschen Multimedia-Preis 2020 ausgezeichnet und beim nachtkritik-Theatertreffen 2021 unter die zehn besten Stücke des Jahres gewählt.

Unter dem Beschluss, alte Stücke neu aufzuwerten und dem Leitsatz: „Was mit Briefen geht, muss auch mit E-Mails funktionieren“, wurde das Drehbuch fragmentarisch entwickelt. Casting, Proben und Aufführungen fanden online statt – das gab allen Beteiligten die Freiheit, von jedem Ort aus proben und aufführen zu können. Durch die Ortsungebundenheit wurden etliche Förderansuchen der öffentlichen Hand abgelehnt, ebenso blieb die Suche nach Koproduktionspartner:innen erfolglos. So erarbeitete das neu gegründete Künstler:innenkollektiv das Projekt auf Eigeninitiative und -finanzierung.

Zunächst galt es, für jedes physische Element eine digitale Übersetzung zu finden. Die Erstellung der Figuren erfolgte mit digitalen Identitäten; so wurden diverse Social Media Accounts für die Charaktere erstellt und mit Content gefüttert. Welches Medium jeweils verwendet wurde, hatte dramaturgische Hintergründe: Der Inhalt sollte im Austausch mit dem Format stehen. Die Tabs im Hintergrund, die Helligkeit des Bildschirms oder die Bewegungen des Mauszeigers entwickelten sich zu stilistischen Ausdrucksmöglichkeiten. Das Farbschema, Fotoauswahl, Collagenbau, die Art der Kommunikation, Groß- und Kleinschreibung – die ganze Art der Inszenierung auf den privaten Accounts der Charaktere wurde detailliert durchdacht. Der Screen wurde

während der Aufführung zu einem multidimensionalen Ausdrucksfeld. Jede Aufführung wurde live gespielt und gestreamt.

Der digitale Raum wurde somit zum öffentlichen Raum: so war es auch für das Publikum jederzeit möglich auf den Social Media Accounts mit den Figures in Verbindung zu treten. Die Zielgruppe war zunächst groß gefasst – in jedem Fall war Interaktion gewünscht, welche gerade vom jüngeren Publikum stark aufgenommen wurde. Im Laufe der Vorführungen kristallisierte sich heraus, dass das jüngere Publikum stärker interagierte. Auch Nachgespräche für das Publikum fanden via Zoom statt.

«Das Verständnis und Wissen für digitale Inszenierungsmittel sind mittlerweile schon leichter zu greifen. Es braucht feine Zwischentöne, wie im Film, keine großen Gesten wie im Theater, aber eine Reproduzierbarkeit wie im Theater.»

Technischer Ablauf

Das Kollektiv entschied sich explizit gegen eine technische Einführung vor der Aufführung, da sich dieser für die Zuschauer:innen recht bald von selbst erklärte. Für den Live-Schnitt, der in Wien erfolgte, wurde mit der Open-Source-Software OBS gearbeitet. Wichtig für alle Beteiligten war eine gute Internetverbindung.

Das Team von punktlive.de stand während der Vorführungen über verschiedene Messenger-Dienste und Zoom in ständigem Austausch miteinander. Mit unterschiedlichen Handys wurde mit den Akteur:innen kommuniziert, um Anweisungen oder Informationen weiterzugeben, ebenso war das Team mit den Zuschauer:innen in Kontakt, um auf deren Nachrichten zu antworten. Um die Interaktion, die auch Antworten der Charaktere beinhaltetete, aufrechtzuerhalten, setzte das Kollektiv bald eine Limitierung von 800 Personen pro Vorstellung fest. Aus technischen Gründen wurden zwei Szenen für den digitalen Bühnenwechsel aufgenommen und geschnitten – alles weitere fand live statt. Bei schwerwiegenden Verbindungsproblemen wurde eine Aufzeichnung zwischengeschaltet.

Die Finanzierung erwies sich als schwierig, da es keine Förderformate das online Format und grenzenübergreifende Projekte gab. Die Kosten wichen von „normalen“ Projektkosten ab: Zwar gab es keine Kosten für Raumnutzung u.Ä., jedoch fielen andere Kosten wie private Stromversorgung, Kosten für Internet und WLAN, eine längere Probenphase, da das Format erst gefunden werden musste ebenso wie

Zeit, um die Social Media Kanäle zu bespeisen. Das Kollektiv entschied sich bewusst gegen einen kostenlosen Stream der Aufführung. Der Ticketpreis belief sich schlussendlich auf 4 Euro.

Leonard Wölfli (Website, Ticketing und technische Konzeption) arbeitet nebenbei als freier Filmmacher und Medienpädagoge in Freiburg.

Cosmea Spelleken (Regie und Konzeption) ist aufgewachsen in Freiburg und sammelte ihre erste Theatererfahrungen beim Cargo-Theater. Sie studierte Medienkunst an der HFG Karlsruhe und seit 2020 Regie an der Filmakademie Wien. In einer Umfrage 2021 von „Theater heute“ wurde sie zur Nachwuchsregisseurin des Jahres gewählt.

Weitere Projekte und Infos findet ihr unter punktlive.de

Kulturverein gründen und betreiben

mit Julia Kronenberg, Fachreferentin IGFT

Ein Verein ist per **Vereinsgesetz** ein **freiwilliger, auf Dauer angelegter, auf Grund von Statuten organisierter Zusammenschluss mindestens zweier Personen, zur Verfolgung eines bestimmten, gemeinsamen, ideellen Zwecks**. Ein Verein ist eine juristische Person und genießt eigene Rechtspersönlichkeit, kann also Verträge abschließen, wirtschaftlich tätig sein, klagen und geklagt werden. Ein Verein darf das Vereinsvermögen nur im Sinne des Vereinszwecks (laut **Statuten**) verwenden und nicht auf Gewinn gerichtet sein. Zufallsgewinne oder Ansparungen in Höhe des durchschnittlichen Jahresbedarfs sind, sofern begründbar, jedoch möglich.

Darüber hinaus kann ein Verein auch **gemeinnützig** sein und genießt dadurch steuerliche Vorteile. Die Gemeinnützigkeit muss in den Statuten verankert sein und definiert sich durch die ausschließliche und unmittelbare Förderung des gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zweckes. Gemeinnützig sind solche Zwecke, die die Allgemeinheit, also das Gemeinwohl auf geistigem, kulturellem, sittlichem oder materiellem Gebiet fördern. Unablässig in der Vereinsführung ist, dass sich Statuten und die reale Vereinsgebarung decken.

Zur **Gründung eines Vereins** braucht es mindestens zwei Personen (Gründer:innen oder Mitglieder des Leitungsorgans), Angaben zum Namen und Sitz des Vereins und ausgearbeitete Statuten. Die Vereinserrichtung wird bei der zuständigen Vereinsbehörde gemeldet. Die Vereinsbehörde hat nach Einlangen der Anzeige vier Wochen Zeit, die Statuten zu prüfen. Die Behörde kann die Vereinsgründung aus triftigen Gründen untersagen, kann Bedenken äußern und Gelegenheit geben, die Statuten zu korrigieren oder den Verein zur Aufnahme der Vereinstätigkeit einladen, womit er als errichtet gilt.

Nach der Gründung wird der Verein mit Namen, Adresse, Vereinsregisterzahl (**ZVR-Zahl**), den Vertreter:innen nach außen und den organschaftlichen Vertreter:innen in das „**Zentrale Vereinsregister**“ eingetragen. Dieser Vereinsregisterauszug ist beispielsweise bei Einreichungen öffentlicher Förderungen tagesaktuell beizulegen.

Die **Statuten** des Vereins definieren Inhalt und Führung des Vereins, müssen daher genau geregelt (und bekannt) sein. Die Statuten müssen laut § 3 (2) VerG folgende Punkte enthalten:

1. den Vereinsnamen,
2. den Vereinssitz,
3. eine klare und umfassende Umschreibung des Vereinszwecks,
4. die für die Verwirklichung des Zwecks vorgesehenen Tätigkeiten und die Art der Aufbringung finanzieller Mittel,
5. Bestimmungen über den Erwerb und die Beendigung der Mitgliedschaft,
6. die Rechte und Pflichten der Vereinsmitglieder,
7. die Organe des Vereins und ihre Aufgaben, insbesondere eine klare und umfassende Angabe, wer die Geschäfte des Vereins führt und wer den Verein nach außen vertritt,
8. die Art der Bestellung der Vereinsorgane und die Dauer ihrer Funktionsperiode,
9. die Erfordernisse für gültige Beschlussfassungen durch die Vereinsorgane,
10. die Art der Schlichtung von Streitigkeiten aus dem Vereinsgesetz,
11. Bestimmungen über die freiwillige Auflösung des Vereins und die Verwertung des Vereinsvermögens im Fall einer solchen Auflösung.

Hingewiesen sei auf den häufigen Fehler, Zweck („*Welches Ziel verfolgt der Verein?*“) und Mittel („*Wie erreicht der Verein diesen Zweck?*“) zu vermischen bzw. nicht klar voneinander zu trennen. Wie bereits erwähnt, darf der Verein nur ausüben, was in den Statuten steht – es muss aber nicht alles Angeführte jederzeit verfolgt werden. Es ist also empfehlenswert, Zweck und Mittel umfassend, jedoch klar und präzise zu definieren. Beispielhafte Formulierungen (*beispielsweise, etc., usw. ...*) sind nicht erlaubt.

Zu den **Organen** des Vereins zählen laut § 5 VerG die **Mitgliederversammlung** (mind. alle fünf Jahre), **das Leitungsorgan** (mind. zwei Personen) und mind. **zwei Rechnungsprüfer:innen** (bei kleinen Vereinen) bzw. eine:n Abschlussprüfer:in (bei großen Vereinen). Bei gewöhnlichen Einnahmen/Ausgaben und Publikums Spenden bis 1 Mio. Euro wird von einem **kleinen Verein** gesprochen.

Nicht zu unterschätzen sind die **organisatorischen und administrativen Aufgaben** sowie **Haftungsfragen**, die mit Gründung und Führung eines Vereins einher gehen: Zwar haftet der Verein für Verbindlichkeiten mit seinem Vermögen,

Organwalter:innen und Vereinsmitglieder haften jedoch persönlich, wenn sich dies aus anderen gesetzlichen Vorschriften oder auf Grund persönlicher rechtsgeschäftlicher Verpflichtungen ergibt.

Insbesondere die Grundsätze der **Rechnungslegung** laut § 21 VerG gilt es zu beachten. So hat das Leitungsorgan dafür zu sorgen, dass die Finanzlage des Vereins rechtzeitig und hinreichend erkennbar ist. Es hat ein den Anforderungen des Vereins entsprechendes Rechnungswesen einzurichten, insbesondere für die laufende Aufzeichnung der Einnahmen und Ausgaben zu sorgen. Zum Ende des Rechnungsjahrs hat das Leitungsorgan **innerhalb von fünf Monaten eine Einnahmen- und Ausgabenrechnung samt Vermögensübersicht** zu erstellen. Die Rechnungsprüfer:innen haben die Finanzgebarung des Vereins im Hinblick auf die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung und die statutengemäße Verwendung der Mittel innerhalb von vier Monaten ab Erstellung des Jahresabschlusses zu prüfen und einen **Prüfungsbericht** zu erstellen, in dem etwaige Mängel oder Gefahren für den Bestand des Vereins aufgezeigt werden sowie auf ungewöhnliche Einnahmen oder Ausgaben, vor allem auf **Insichgeschäfte**.

Verein und Steuern

Ein Verein kann Einnahmen erzielen und wirtschaftlich tätig werden. Die steuerliche Begünstigung der Gemeinnützigkeit gilt jedoch nur bei der unmittelbaren und direkten Erfüllung des Vereinszwecks im unmittelbaren Vereinsbereich und im unentbehrlichen Hilfsbetrieb. Der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb unterscheidet darüber hinaus noch den entbehrlichen Hilfsbetrieb (bspw. Flohmarkt, kleines Vereinsfest) und den begünstigungsschädlichen Betrieb (bspw. Merchandising). Auch kann bei Einnahmen ein Gewinnbetrieb oder eine Vermögensverwaltung vorliegen. Für die genannten Betriebe gelten ggf. **Umsatzsteuer- und Körperschaftsteuerpflichten**. Ebenso sind weitere steuerlichen Abgaben, wie Abzugsteuer (bei Beschäftigung von ausländischen Künstler:innen), Kapitalertragsteuer, Lohnnebenkosten, Abgaben, Meldepflichten und Bewilligungen für Vereinstätigkeiten zu beachten.

Checkliste für gemeinnützige Kulturvereine

- Überprüfung oder ggf. Aktualisierung der Statuten
- Sitzungsprotokolle und Protokolle sämtlicher Mitgliederversammlungen, Vorstandssitzungen, Entscheidungen, Wahlen, Entlastung des Leitungsorgans und der Rechnungsprüfer:innen, Beschlüsse von In-sich-Geschäften etc. samt Unterschriften der Leitungsorgane
- Auflistung aller Leitungsorgane, Rechnungsprüfer:innen, Mitglieder, Höhe des Mitgliedsbeitrags
- Dokumentation sämtlicher **Berichte** (Jahresbericht, Förderbericht, Tätigkeitsbericht, Rechnungsprüfungsbericht), **Verträge** (Förderverträge, Kooperations-/Koproduktionsverträge, Mietverträge, Dienstverträge, Werkverträge, Versicherungsverträge etc.) und **Aufzeichnungen** (Überweisungsbestätigungen, Arbeitszeitaufzeichnungen, Fahrtkostenaufzeichnungen etc.)
- **korrektes Rechnungswesen und ordnungsgemäße Buchführung:** sämtliche Aufzeichnungen, Belege, Bestätigungen, Saldenlisten, Bankauszüge, Kassenprotokolle, Inventar und Anlagendokumentation etc.
- **Behördliche Genehmigungen:** Konzessionsbescheid, Bewilligung über die Eignung der Veranstaltungsstätte, Baubewilligung etc.
- **Statistische Daten:** Spielpläne, Veranstaltungen, Besucher:innen, Kartenauflage und -preise, Auslastung (je Kategorie)
- **Aufbewahrungsfrist** aller Unterlagen (ggf. 10 Jahre) beachten
- Impressumspflicht bei Veröffentlichungen
- Datenschutz anhand der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Kulturförderungen und Finanzierungsmöglichkeiten

mit Julia Kronenberg, Fachreferentin IGFT

Eine Förderung ist ein finanzieller Zuschuss (ohne Rechtsanspruch) zur Realisierung eines künstlerischen Projektes. Wie und unter welchen Bedingungen Förderungen vergeben werden, ist in den jeweiligen Förderrichtlinien zu lesen. Die Förderung muss vor Projektbeginn beantragt werden, Fristen sind einzuhalten und sämtliche geforderten Unterlagen vollständig einzureichen.

Kunst- und Kulturförderungen öffentlicher Hand basieren auf dem **Bundesverfassungsgesetz**, dem **Kunstförderungsgesetz** und der **Kunst- und Kulturförderungsgesetze** der Länder. Laut Bundesverfassungsgesetz ist der Bund für die Bundesinstitutionen zuständig; abseits davon beruhen Leistungen zur Förderung von Kunst und Kultur vonseiten des Bundes auf Freiwilligkeit - sie sind also primär Aufgabe der Länder. Das erklärt, warum Bundesförderungen zumeist an Zusagen anderer Gebietskörperschaften gebunden sind (**Subsidiaritätsprinzip**).

Projekte werden nur gefördert, wenn sie ohne die Förderung nicht realisiert werden können, daher darf bei der Kalkulation weder ein Verlust noch ein Gewinn gemacht werden. Förderungen müssen **sparsam, wirtschaftlich und zweckmäßig** eingesetzt werden. Durch die **schriftliche Zusage** entsteht ein **verbindlicher Vertrag**, welcher zumeist an die Namensnennung der fördernden Stelle bei allen Veröffentlichungen gebunden ist. Die Förderung ist somit ausschließlich für den beschriebenen Inhalt und das angegebene Budget laut Kalkulation zu verwenden. Wesentliche Änderungen in Projektinhalt, Kalkulation oder Umsetzung müssen umgehend der fördergebenden Stelle mitgeteilt werden. Im Anschluss an die Projektdurchführung sind **ein Bericht und eine Abrechnung** zu erstellen und zu übermitteln. Die fördernde Stelle hat das Recht, die Förderung zurückzufordern, wenn die Auflagen laut Richtlinie und Förderzusage nicht eingehalten werden.

Wie komme ich zu einer Förderung?

Zu allererst gilt es, mögliche Förderstellen zu finden und die jeweiligen **Richtlinien, Antragsberechtigungen und -fristen** genau durchzulesen. Förderungen der

öffentlichen Hand reichen von Bezirksförderungen, Projektförderungen, Jahresförderungen, Konzeptförderungen, Wiederaufnahmeförderungen, Förderungen von Kunst und Kultur im öffentlichen Raum, Investitionsförderungen, Residencyförderungen, Tourneeförderungen, bis hin zu künstlerischen Stipendien und Preisen und kurzfristigen, aktuellen Ausschreibungen.

Tipp: *Bei Ausschreibungen gilt es zuweilen schnell zu sein, da das Budget unter Umständen auch vor Ende der Ausschreibungsfrist erschöpft sein kann.*

In Förderrichtlinien finden sich oftmals **Kriterien** wie beispielsweise ein regionaler Bezug, öffentliches Interesse, eine Neuproduktion, künstlerische und organisatorische Professionalität, eigenständige ästhetische Ausdrucksweise, zeitgenössische, interdisziplinäre, genderspezifische, interkulturelle, inklusive Ansätze, bereits erschlossene, als auch neue Räume und Orte, Kontinuität der künstlerischen Qualität bisheriger Arbeiten, gesellschaftspolitische Relevanz, Sichtbarkeit (Aufführungen, Showings, Vermittlungsangebote etc.), nationale und internationale Vernetzung und Austausch, Vermittlungsangebot (pädagogisches Angebot, offene Probenprozesse etc.), Erschließung neuer Publikumsschichten, professionelles Management uvm. Unter Umständen kann es bei hochpreisigen Posten im Budget auch notwendig sein, Vergleichsangebote vorzulegen.

Nur wenn das geplante Vorhaben auch den jeweiligen Vorgaben laut Förderrichtlinie entspricht, macht eine Einreichung – deren Umfang in Zeit und Aufwand nicht unterschätzt werden darf – auch Sinn. Eine Orientierung geben **Kunst- und Kulturberichte**: Hier finden sich geförderte Projekte und Institutionen mitsamt der jeweiligen Förderhöhe. Auch Jurykommentare (Wien: kuratoren-theatertanz.at) geben einen guten Einblick in die jeweilige Förderlandschaft.

How to: Förderung beantragen

Für die Einreichung benötigt es einerseits **allgemeine Unterlagen** (Vollständigkeit beachten!). Darüber hinaus braucht es eine **Projektbeschreibung und Kostenkalkulation**. Hierbei wird das Vorhaben in Worten und Zahlen so genau wie möglich konkretisiert und verschriftlicht. Ziel ist es, ein klares Bild vom Vorhaben zu vermitteln, alle relevanten Informationen wiederzugeben und Inhalt, Konzept, Herangehensweise, Spielort, Beteiligte, Publikum, PR/Marketing, Zeitraum und Termine etc. und deren Budgetierungen so genau wie möglich darzulegen. Bei Beteiligungen von

Partner:innen (Kooperationen oder Koproduktionen), ist es empfehlenswert, Absichtserklärungen oder Zusagen beizulegen.

Wann beantragen?

Allgemein empfiehlt es sich, **Förderungen frühzeitig zu beantragen**, um so früh wie möglich Planungssicherheit zu erreichen. D.h. nicht erst am letzten Tag einzureichen, sondern Zeit für Rückfragen, Probleme beim Hochladen von Online-Formularen etc. einzukalkulieren.

Subventionen öffentlicher Hand verstehen sich oftmals nur als Zuschüsse; das macht zusätzliche Gelder, sonstige Unterstützungen und **Drittmittelakquise** notwendig. Weitere Finanzierungsmöglichkeiten könnten sein: Eintrittsgelder, Kooperationen, Koproduktionen, gegebenenfalls Eigenleistung, und natürlich auch Fundraising, wie Spenden, Förderungen durch Stiftungen, Sponsoring durch Institutionen oder Privatpersonen, Crowdfunding etc.

Förderungen wie das **IG Netz**, welches nachträgliche Zuschüsse zu Sozialversicherungsbeiträgen von Dienstgeber:innen gewährt, sollten (sofern die Kriterien dafür erfüllt werden) unbedingt beantragt werden.

Eine **faire Bezahlung** aller professionell Beteiligten sollte bei allen Vorhaben immer einkalkuliert werden. Empfehlungen für **Honoraruntergrenzen**, Infos zum **IG Netz** und der **Tour- und Residencyförderung ACT OUT** findet ihr unter freietheater.at und das Gehaltsschema und die Honorarrichtlinie IG Kultur Österreich unter igkultur.at.

Tipps:

- Richtlinien vor jeder Einreichung lesen – auch hier kommt es immer wieder zu Änderungen.
- Bei Unklarheiten in den Förderrichtlinien oder bei der Einreichung, bei der IGFT oder der Förderstelle anrufen und nachfragen.
- Vollständige und fristgerechte Einreichungen und Abrechnungen erleichtern die Zusammenarbeit mit den Behörden.

Better Practice: Green Event

mit Bernadette Abendstein, Hakon Hirzenberger, Nadja Prader vom Theaterfestival Steudltenn

Seit 2017 zeichnet sich das Theaterfestival STEUDLTENN im Zillertal durch nachhaltige Planung und Umsetzung aus und wurde mit der Auszeichnung GREEN EVENT TIROL zertifiziert – eine Initiative von Klimabündnis Tirol und Umwelt Verein Tirol in Zusammenarbeit mit dem Land Tirol zur Förderung einer umwelt- und sozialverträglichen Veranstaltungskultur. Das Festival kann seit 2011 über 122.100 Besucher:innen verzeichnen. 2021 wurde es mit dem „Austria Green Event Award“ belohnt.

Ein Green Event zeichnet sich zunächst durch **Nachhaltigkeit im Leitbild**, Erreichbarkeit mit **öffentlichen Verkehrsmitteln, Abfallvermeidungsmaßnahmen** und -trennsysteme, einen **barrierefreien Zugang** und dessen Kommunikation aus. Weiters bestimmen die umweltfreundliche Beschaffung von Drucksorten, Hygienepapieren, Reinigungsmitteln und eine Versorgung durch Ökostrom sowie der **verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen** eine umweltfreundliche und nachhaltige Veranstaltung.

Das Theaterfestival Steudltenn

Nachdem das Theaterfestival Steudltenn beschlossen hatte, grün zu werden, wurde mit einer umfassenden **Abfalldokumentation** gestartet, durch die die Abfalltrennung aufgezeichnet und anschließend angepasst werden konnte. Die Dokumentationen wurden im Team gemeinsam analysiert, um so ein stärkeres Bewusstsein für schnelle Problembehebungen zu schaffen. Auch kleinere Schritte, wie **Tipps zum Wassersparen** bei Auffüllstationen aufzuhängen, die Suchmaschine ECOSIA – mit deren Hilfe Bäume gepflanzt werden - auf allen Computern zu verwenden und einen Fensterladen mit Infos zu **ZERO WASTE** und Nachhaltigkeit aufzubauen, brachten Sensibilität für das Thema bei Mitarbeiter:innen und Besucher:innen.

Nachhaltigkeit auf der Bühne

Damit nicht genug: Das Team überlegte, wie die Theaterproduktionen selbst nachhaltig gestaltet werden können. Das betrifft insbesondere Bühnenbild und Kostüme, aber auch die gesamte Requisite. Deshalb wurden als erstes alle Plastikflaschen

auf- und abseits der Bühne verbannt. Die Beleuchtung wurde durch LEDs ersetzt und Kostüme entweder vom Flohmarkt **second-hand** und günstig erworben oder vom Fundus großzügig wiederverwendet. Alles, was neu hergestellt werden musste, bestand von nun an aus **recyclebaren** bzw. natürlichen Stoffen (z.B. Hanf). Wenn nicht genügend Teile der Bühnenbilder aus abgespielten Produktionen wiederverwendet werden konnten, wurde das Team besonders kreativ: Eine der Eigenproduktionen bediente sich geliehener Europaletten, die anschließend wieder zurückgegeben werden konnten. Ein anderes Bühnenbild wurde komplett aus alten Zeitungen und sonstigem Altpapier hergestellt.

Grüne Gemeinschaft

Das Thema Nachhaltigkeit sollte nicht nur hinter den Kulissen zur Normalität werden. Für Kinder wurde der Malwettbewerb „Müllmonster“ ins Leben gerufen und bei Kinder- und Jugendvorstellungen achteten Mitarbeiter:innen gemeinsam mit den Kindern auf Mülltrennung. Beim nachhaltigen Markttag wird gänzlich auf Verpackungen verzichtet und auf regionale Produkte geachtet. Die Besucher:innen brachten ihre eigenen Taschen, Dosen oder Teller mit. Angereist wird im Idealfall mit der Zillertalbahn.

Müssen wir das wirklich drucken?

Ein weiteres großes Thema war die **umweltfreundliche Beschaffung von Drucksorten**. Dazu wurde im Vorhinein genau berechnet, wie viele Drucksorten tatsächlich benötigt werden. Der Preis für umweltschonende Drucksorten wurde durch genaue Kalkulation der Mengen ausgeglichen. Zudem werden die Tickets nur noch online verkauft. Wer dabei Hilfe braucht, kann das Festivaltelefon anrufen.

How to go green?

Aller Anfang ist schwer. Doch kann sich das Team mittlerweile eine Abweichung von dieser Linie nicht mehr vorstellen: „Irgendwann wird automatisch nach einer alternativen Variante gesucht, wenn etwas nicht vertretbar ist. Schlussendlich geht es dabei um die Einstellung und ein Verantwortungsbewusstsein. Es entsteht eine Dynamik, die dazu führt, dass man sich neue Dinge überlegt, bis die Prozesse automatisiert ablaufen“, so die Festivalleitung.

Es empfiehlt sich, zunächst einen **Leitfaden** zu schreiben, an den sich alle halten können. Ansonsten kann der Kreativität freien Lauf gelassen werden und können gemeinsam Lösungen für alle Bereiche gefunden werden. Durch **Regionalität** wird

zudem das direkte Umfeld miteingebunden. Die Festivalleiter:innen bestätigen: Der Mehraufwand lohnt sich schon nach kurzer Zeit, wenn einmal verstanden wurde, worauf geachtet werden muss und die Informationen für die Besucher:innen gut platziert werden.

Bernadette Abendstein ist Schauspieler:in, Gründer:in und Leiter:in des Theaterfestival STEUDLTENN und dem KULTUR WÄCHST NACH Theaterfestival in Tirol. Neben ihrem besonderen Engagement für Nachhaltigkeit im Kinder- und Jugendbereich ist sie in zahlreichen Juries und Fachverbänden tätig, wie beispielsweise als Juror:in der Stella Jury 2018 und 2022 der Dachorganisation ASSITEJ Austria.

Hakon Hirzenberger ist Schauspieler, Regisseur und Autor. Als Gründer und künstlerischer Leiter zeichnet er sich für das Theaterfestival STEUDLTENN und das KULTUR WÄCHST NACH Theaterfestival für junges Publikum in Tirol verantwortlich und ist als Autor und Regisseur Spezialist für Uraufführungen mit Themenschwerpunkt Menschlichkeit.

Nadja Prader ist Dramaturg:in und Kulturmanager:in. Sie arbeitet neben den oben genannten, in verschiedenen Formationen mit freien Kollektiven, Festivals und Künstler:innen zusammen. Ihr Fokus richtet sich auf Themenfelder wie neue Arbeitsweisen und Managementstrukturen in der freien Szene unter Berücksichtigung gesellschaftlicher Zukunftsthemen.

Es ist bei mir sowas von an der Zeit diese Infos in mein Hirn zu packen und mein Wissen zu erweitern. Ich bin sehr dankbar, dass ihr

a) so großartige Arbeit leistet (an einigen Ecken und Enden und dazwischen drin) und

b) ich mich nicht sooo alleine fühle, weil ich weiß, dass ich bei euch nachfragen kann! Merci!

Clara Diemling, SchauspielerIn

Projektbeschreibung und Kalkulation

mit Julia Kronenberg und Patrick Trotter, Fachreferent:innen der IGFT

Projektbeschreibung

Formell

Vor der Projekteinreichung sollten so viele Fakten wie möglich bereits geklärt sein, denn je genauer ein Projekt beschrieben wird, desto besser kann ein Gegenüber dieses verstehen und sich vorstellen. Empfehlenswert ist es auch, in Bezug auf den Aufführungsort und mögliche Kooperations- und/oder Koproduktionspartner:innen Anfragen getätigt oder bereits Zusagen zu haben. **Achtung:** Beachtet immer die jeweils geltenden **Förderrichtlinien**. Es empfiehlt sich die Richtlinien vor der Projekteinreichung genau zu lesen. Sämtliche erforderlichen Unterlagen sind vollständig auszufüllen und zeitgerecht einzureichen. Sind Zeichenlimitierungen für die Projektbeschreibung vorgegeben, müssen diese unbedingt eingehalten werden.

Inhaltlich

Für eine gute Projektbeschreibung gibt es keine einfache Formel. Beschreibungen fallen so individuell wie die Projekte selbst aus. Die folgenden Punkte zum Inhalt einer Projektbeschreibung und deren Gliederung sollen daher nur hilfreiche Orientierungspunkte sein. Diese Informationen sind für Jurymitglieder in der Regel wichtig und interessant:

- Titel, Untertitel, Genre
- Dauer der Aufführung
- Die inhaltliche Beschreibung des Projekts
- Wer ist das Zielpublikum?
- Wie wollen wir dieses Publikum außerhalb der Vorführung erreichen?
(PR und Marketing)
- Veranstalter:in (Einzelperson/Verein)
- Wer sind die Kooperation-/Koproduktionspartner:innen?
- Wo wird das Projekt stattfinden?
- Kurzbiographien der Mitwirkenden im Team
- Projektzeitraum (Vorbereitung, Proben, Aufführungen)
- Anzahl der Aufführungen

Eine klare Gliederung und ein gut lesbares, aber trotzdem interessantes Layout sind äußerst wichtig. Beachtet, dass ihr **Aussage und Ziel** des Projektes vermitteln sollt. Versetzt euch in die Kurator:innen/Beiräte: In der Regel müssen sie sehr viele Projektbeschreibungen in sehr kurzer Zeit lesen. Ihr dürft und sollt deren Interesse wecken. Die Kunst besteht aber auch darin, das Projekt gleichzeitig so klar und faktenorientiert wie möglich zu beschreiben. Am Ende werdet ihr dieses Projekt auch umsetzen müssen, ihr dürft also keine Luftschlösser bauen. Vermeidet es, allgemein bekannte Fakten wiederzugeben, sondern konzentriert euch auf den Inhalt und die Aussage des Projektes. Versucht, bei Stückentwicklungen beispielsweise den Erarbeitungsprozess zu beschreiben, um auch hier beim Gegenüber Bilder im Kopf entstehen zu lassen. Warum ist es wichtig, dass dieses Projekt in dieser Stadt umgesetzt wird? Eine überzeugende Projektbeschreibung (und professionelle Kalkulation) werden sodann keine Zweifel mehr an der Umsetzbarkeit des Projektes übriglassen.

TIPP: *Vermeidet Wiederholungen und lasst eure Beschreibungen gegenlesen und euch Feedback dazu geben.*

Kalkulation von Projektförderungen

Die eigene **Kalkulation** sollte in der Regel detaillierter sein als es von den Fördergeber:innen mitunter verlangt wird, weil sie bereits der erste konkrete Schritt zur Umsetzung des Projekts ist. Weiters sind die Vorlagen der Gebietskörperschaften oft unterschiedlich, die Zahlen müssen aus eurer eigenen Kalkulation jeweils übertragen werden. In eurer Kalkulation habt ihr die Möglichkeit, das Projekt organisatorisch durchzuspielen. Es können Fragen konkret beantwortet werden, wie:

- Wie viele Personen wirken mit?
- Wie lange und in welchem Ausmaß müssen diese Personen mit ihren jeweiligen Aufgaben betraut werden?
- Welche Materialien benötigen wir für die Durchführung des Projekts?
- Welche zusätzlichen Kosten fallen an?

Eine genaue Kalkulation, die in der Berechnung mit dem kleinsten Nenner beginnt (bspw. 2 Kostüme bestehend aus 2 Paar Schuhen, 2 Hosen etc.) verschafft idealerweise eine verlässliche Arbeitsgrundlage. Vor allem die **Personalkosten** sollten so detailliert und nachvollziehbar wie möglich aufgeschlüsselt werden. Es sollte nachvollziehbar sein, wer für welche Tätigkeit und welchen Zeitraum (Tage und Stunden pro Tag; Proben und Aufführungen) wie viel Geld erhalten soll. Das dient

der Kostenwahrheit und ist ein gut funktionierendes Mittel, um **faire Bezahlung** zu gewährleisten.

Den **Sachkosten** sollte ebenso große Aufmerksamkeit gewidmet werden, zumal es immer häufiger vorkommt, dass in Förderrichtlinien für gewisse Kostenpunkte **Kostenvoranschläge** verlangt werden. Zusätzlich sind zu beachten:

- diverse Verwaltungskosten (z.B. Steuerberatung, Lohnverrechnung)
- Kosten für die Vereinsführung (laufende Buchhaltung, laufende Kosten etc.)
- Versicherungskosten
- Rechtsberatungskosten
- Lizenzen für die Überlassung von Rechten (z.B. AKM-Gebühren, Verlagsrechte)

Ich habe weniger Geld bekommen, als ich angesucht habe. Was nun?

In diesem Fall könnt ihr nach der Begründung dieser Entscheidung bei den Fördergeber:innen nachfragen. Im nächsten Schritt wird das Projekt entsprechend angepasst und den Fördergeber:innen die vorgenommenen inhaltlichen und budgetären Änderungen mitgeteilt. Vermeidet in solchen Fällen unbedingt die Gagen der Mitarbeiter:innen zu kürzen, sondern sucht andere Lösungswege; dies könnte eine kürzere Probenzeit, weniger Aufführungen, weniger Darsteller:innen etc. sein. Ihr habt als Durchführende des Projektes eine Verantwortung für eure Mitarbeiter:innen und euch selbst, daher ist **Fairness** und **Fair Pay** groß zu schreiben.

Bei der Einreichung spielt auch das Gesamtvolumen der Fördertöpfe eine Rolle. Um sich einen Überblick zu verschaffen und ein Gefühl dafür zu entwickeln, in welcher Größe sich ein Projekt bewegen bewegen könnte, um realistische Förderchancen zu haben, lohnt es sich Kunst- und Kulturberichte und Jurykommentare heranzuziehen.

Einnahmen-Ausgaben-Rechnung und Vermögensübersicht

Mag. Alexander Perl, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Rechts- und sonstige Grundlagen

Bei der Führung eines Vereins sind folgende gesetzliche Grundlagen zu beachten: das Vereinsgesetz; das Unternehmensgesetzbuch (für mittelgroße und große Vereine) und aus dem Steuerrecht die Bundesabgabenordnung und Vereinsrichtlinien. Eine relevante Quelle ist auch das Fachgutachten KFS/RL 19 der Kammer der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer.

Größenklassen von Vereinen

Es gibt drei gesetzliche Größenklassen bei Vereinen: **kleine, mittelgroße und große Vereine**. Die Kriterien zur Einstufung der Vereinsgröße finden sich im Vereinsgesetz.

Laut § 21 VerG sind die Kennzeichen eines **kleinen Vereins**:

- Gewöhnliche Einnahmen/Ausgaben bis 1 Mio. Euro
- Publikumsspenden bis 1 Mio. Euro
- Rechnungslegung und Gewinnermittlung erfolgt mittels Einnahmen-Ausgaben-Rechnung samt Vermögensübersicht
- Das Rechnungsjahr kann vom Kalenderjahr abweichen (wichtig ist die Einhaltung von 12 Monaten)
- Die Kontrolle übernehmen zwei Rechnungsprüfer:innen

Mittelgroße und große Vereine müssen im Gegensatz eine Bilanz bzw. Gewinn und Verlustrechnung führen. Bei großen Vereinen übernimmt ein:e Abschlussprüfer:in die Aufgaben der Rechnungsprüfer:innen, zusätzlich ist noch ein Anhang zur Bilanz zu erstellen.

Ein **Wechsel** der Größenklasse geschieht, wenn die gewöhnlichen Einnahmen oder Ausgaben für zwei Jahre über- bzw. unterschritten werden. Die Vorgaben für die neue Größenklasse werden sodann im darauffolgenden Jahr wirksam.

Was sind gewöhnliche Einnahmen und Ausgaben?

Zu den **gewöhnlichen Einnahmen** zählen die in den Statuten eines gemeinnützigen Vereins angegeben Einnahmen wie z.B. Mitgliedsbeiträge oder Spenden. Aber auch Einkünfte aus der wirtschaftlichen Tätigkeit des Vereins können zu den gewöhnlichen Einnahmen gehören wie z.B. Eintrittsentgelt bei Veranstaltungen, Subventionen oder Sponsoring für Veranstaltungen. **Außergewöhnliche** Einnahmen und Ausgaben wären beispielsweise Erbschaften, Einnahmen/Ausgaben, die besonders selten vorkommen, Einnahmen/Ausgaben, die von den Vereinsstatuten nicht erfasst werden bzw. aus Tätigkeiten entspringen, die dem Vereinszweck widersprechen. Hinzuweisen ist darauf, dass nicht alle Einnahmen zwingend „gewöhnlich“ sein müssen, aber natürlich alle Einnahmen (und Ausgaben) buchhalterisch erfasst werden müssen.

Was schreibt das Vereinsgesetz vor?

In § 21 Abs 1 VerG ist normiert, dass die **Finanzlage** des Vereins rechtzeitig und hinreichend erkennbar sein muss. Das Rechnungswesen hat angepasst an die Anforderungen des Vereins zu erfolgen und umfasst eine laufende Buchhaltung mit Aufzeichnung sämtlicher Einnahmen und Ausgaben. Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung samt Vermögensübersicht sind innerhalb von 5 Monaten ab Ende des Rechnungsjahres zu erstellen. Die Rechnungsprüfung prüft die Finanzgebarung des Vereins im Hinblick auf die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung und die statutengemäße Verwendung der Mittel und hat innerhalb von 4 Monaten ab Erstellung der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung zu erfolgen.

Hinweis: *Es müssen selbstverständlich alle Einnahmen und Ausgaben lückenlos aufgezeichnet werden. Achtet darauf, dass Einnahmen, Ausgaben sowie die Tätigkeiten des Vereins auch in den Statuten gedeckt sind. Gibt es unterschiedliche Einnahmen (Mitgliedsbeiträge, Ticketerlöse, Einnahmen aus Gastronomiebetrieb oder dem Verkauf von Merchandise-Artikeln, Einnahmen aus Vermietung etc.) sind diese je nach Betrieb getrennt zu erfassen.*

Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung (EAR)

Die Aufzeichnungspflicht beginnt mit dem ersten Geschäftsvorfall und ist chronologisch zu führen, hier zählt bei der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung für die Einnahme/Ausgabe immer der **Zeitpunkt des Zahlungsflusses**. Die EAR muss in einer lebenden Sprache verfasst sein. Werden Abkürzungen und Symbole verwendet, so müssen diese eindeutig und nachvollziehbar sein. D.h. Abkürzungen und Symbole müssen

im Vorhinein klar **definiert** werden. Auch sollten **Belegkreise** festgelegt werden und Trennungen vorgenommen werden, wo dies angebracht ist. Bsp. KA = Kassa, bar; BK = Bank; KK = Kreditkarte, PP = PayPal etc.

Die Aufzeichnungen der Einnahmen und Ausgaben müssen ordnungsgemäß geführt werden, das heißt: **laufend** (Erfassung der Einnahme/Ausgabe nach Datum und Sichtbarkeit des Datums der Eintragung), **zeitgerecht** (die Eintragung muss spätestens 1 Monat und 15 Tage nach Ablauf des Kalendermonats erfolgen), **richtig, vollständig, geordnet und nachvollziehbar**. Die Buchhaltung und/oder EAR sollte **nicht** in Excel gemacht werden, da hier nachträgliche, nicht nachvollziehbare Änderungen vorgenommen werden können. Die Aufzeichnungen müssen daher in einer Buchhaltungssoftware gemacht werden. Einer der wichtigsten Grundsätze lautet: **Keine Buchung ohne Beleg**. Auch ein digitales Ablegen von Belegen ist möglich, jedoch müssen die Belege jederzeit in Echtform wieder hergestellt werden können. Die **Aufbewahrungspflicht** sämtlicher Unterlagen liegt bei 7 bzw. 10 Jahren (Grundstücke 22 Jahre).

Achtung: *Nicht alle Einnahmen eines gemeinnützigen Vereines sind immer umsatzsteuer- und körperschaftsteuerfrei. Besonderes Augenmerk sollte daher eventuellen umsatzsteuerpflichtigen oder körperschaftsteuerpflichtigen Einnahmen geschenkt werden, da hier ggf. Voranmeldung und Abfuhr dieser Abgaben notwendig werden.*

Mindestgliederung der EAR

Folgende Mindestgliederung sollte eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung laut Fachgutachten KFS/RL 19 eingehalten werden:

A. Einnahmen
1. Spenden und sonstige Zuwendungen
<i>a. Ungewidmet</i>
<i>b. Gewidmet</i>
2. Mitgliedsbeiträge
3. Einkünfte aus wirtschaftlicher Tätigkeit
4. Subventionen
5. Sonstige Einnahmen
<i>a. Vermögensverwaltung</i>
<i>b. Andere sonstige Einnahmen</i>
B. Ausgaben
1. Leistungen für statuarisch festgelegte Zwecke
2. Spendenwerbung
3. Verwaltungsausgaben (z.B. Steuerberatungskosten etc.)
4. Investitionen (z.B. GWG, Anlagevermögen)
5. Sonstige Ausgaben

Diese Mindestgliederung der EAR am Ende vom Jahr ist eine Übersicht. Dahinter steht die laufende Buchhaltung. In der EAR wird nur das aufgenommen, wo auch tatsächlich Geld geflossen ist. Wenn kein Geld fließt, wird der Posten auch nicht in der EAR, aber eventuell in der Vermögensübersicht aufgenommen.

Vermögensübersicht

In die Vermögensübersicht sind, um die Finanzlage gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 VerG rechtzeitig und hinreichend erkennbar zu machen, zumindest folgende kurzfristig

verwertbare Vermögensgegenstände und sämtliche Verbindlichkeiten aufzunehmen, zu bewerten und gesondert auszuweisen:

Vermögen

Vorräte €

Forderungen €

Wertpapiere €

Kassa, Guthaben bei Kreditinstitutionen €

Schulden

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstitutionen €

Lieferverbindlichkeiten und andere Verbindlichkeiten €

Die Vermögensübersicht zeigt auf, welches zusätzliche Vermögen oder welche Schulden der Verein hat. Die Vermögensübersicht kann in Staffelform oder in Kontoform gegliedert sein und ist zwingender zweiter Teil des Jahresabschlusses eines kleinen Vereins.

Vorräte können beispielsweise Material für Bühnenbild (Farbe, Holz etc.), zum Verkauf produzierte CDs, o. Ä. sein. Dieses Vermögen muss für die Vermögensübersicht bewertet werden, darf jedoch nicht überbewertet werden (Niederstwertprinzip). Für die Bewertung sind die Anschaffungskosten oder der niedrigere beizulegende Wert heranzuziehen. Ebenso sind unentgeltlich erworbene Vorräte mit dem voraussichtlichen Verkaufspreis zu erfassen.

Forderungen sind beispielsweise offene Mitgliedsbeiträge, offene Subventionen, noch nicht bezahlte Ausgangsrechnungen o. Ä. Diese werden in der Vermögensübersicht nur mit jenem Wert aufgenommen, von dem erwartet wird, dass er auch als Einnahme zufließen wird.

Rückstellungen für ungewisse Verbindlichkeiten (bspw. drohende Verluste) werden nicht in die Vermögensübersicht aufgenommen.

Verbindlichkeiten, also Schulden, offene Rechnungen etc. werden mit dem Wert aufgenommen, der noch geschuldet wird.

Wesentliche, zweckgewidmete Zuwendungen aufgrund von noch nicht erfüllten Aufgaben (bspw. Spende für eine Produktion im nächsten Jahr; keine Kleinstbeträge) werden ebenfalls in die Vermögensübersicht aufgenommen.

Anlagevermögen

In dem Fachgutachten KFS/RL 19 heißt es dazu: **Immaterielles Anlagevermögen und Sachanlagen** (mit Ausnahme geringwertiger Vermögensgegenstände (§ 204 Abs. 1a UGB)) sowie Finanzanlagen **sind jedenfalls mengenmäßig anzuführen; eine Bewertung ist nicht zwingend erforderlich**. Werden Anlagen nicht bewertet, sind die Ausgaben zur Anschaffung von Anlagen und die Einnahmen aus der Veräußerung von Anlagen in der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung gesondert auszuweisen.

Die Kosten des Anlagevermögens werden also zum Zeitpunkt des Zahlungsflusses in der EAR als Ausgabe (4. Investitionen/4.1. Anlagenzukauf) erfasst. Zusätzlich wird in einem Beiblatt eine Liste über das erworbene Anlagevermögen geführt. Eine mengenmäßige Angabe ist hier ausreichend, es muss nicht zwingend eine Bewertung erfolgen. Wird Anlagevermögen verkauft, werden die Einnahmen in der EAR unter 5. Sonstige Einnahmen/5a) Anlagenverkäufe aufgenommen.

Exkurs: *Laut Fachgutachten ist es auch zulässig, dass ein kleiner Verein in seiner EAR anstelle der Ausgaben für die Anschaffung von Gegenständen des Anlagevermögens Abschreibungen vom Anlagevermögen aufnimmt, wenn*

- die Rechnung als adaptierte Einnahmen-Ausgaben-Rechnung bezeichnet wird und
- in der Vermögensübersicht die Entwicklung des Anlagevermögens im Rechnungsjahr dargestellt wird (Anlagenspiegel).

Mag. Alexander Perl *ist Mitglied der Arbeitsgruppe Österreichisches Spendengütesiegel der Kammer der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer und spezialisiert auf die Beratung von Non-Profit-Organisationen.*

Vielen Dank für die spannende Vortragsreihe, die mir einen tollen Einblick in die freie Szene und die Produktionsleitung ermöglicht hat. Selbst kompliziertere Themen habt ihr immer sehr anregend und unterhaltsam präsentiert und der Austausch in den Einheiten war super positiv und interessant. Ich habe die Sessions immer sehr genossen und viel gelernt.

Anonym

Technische Voraussetzungen für ein digitales Arbeiten

mit Michael Luger, vistapoint.tv

Stückaufzeichnungen, Livestreams, DVDs – die Möglichkeiten für digitales Arbeiten im Bereich der darstellenden Kunst sind vielfältig. Dabei spielen Technik, Personal und die Internetverbindung eng zusammen.

Zunächst stellen sich einfache Fragen darüber, was und wofür aufzeichnet wird. *Streame ich ein ganzes Stück online oder einzelne Szenen für ein internes Projekt? Soll die Aufzeichnung verkauft werden? Welches Publikum wird sich den Film ansehen?* Überlegungen zu Aufwand und Qualität beziehen sich meist auf das Budget. Nicht vergessen: Vor der Aufzeichnung müssen die **Rechte sämtlicher Urheber:innen eingeholt werden (Musik, Regie, Darsteller:innen etc.)**. Für die Aufzeichnung von abgebildeten Personen sollte eine Einverständniserklärung unterschrieben werden.

Hinweis: Die IGFT stellt ihren Mitgliedern kostenlos einen Sideletter für die Rechteinräumung zur Aufnahme von Darsteller:innen zu Verfügung.

Technik

Falls keine eigene qualitative Kamera zur Verfügung steht, kann diese im Verleih ausgeliehen werden. Für den Ton ist in Theatern zumeist eine Tonanlage vorhanden, die mit der Kamera verbunden werden kann. Bei einer Theateraufzeichnung ist der Saalton mitzubedenken. In der Minimalvariante kann von einem einzelnen Richtmikrofon ausgegangen werden oder es werden die Schauspieler:innen mit eigenen Mikrofonen ausgestattet. Meist ist mit zwei leicht erhöhten Mikrofonen vor der Bühne der Raumklang gut eingefangen. Welches Zubehör (Stative, Kabel etc.) sonst noch benötigt wird, sollte in der Vorbereitungsphase frühzeitig geklärt werden.

Gestaltung

Für die professionelle Bildgestaltung muss zunächst geklärt werden, mit wie vielen Kameras gefilmt wird. Eine einzelne Kamera reicht meist für eine exakte Wiedergabe. Durch mehrere Kameras kann ein künstlerisches Output gewonnen werden. Häufig werden zumindest drei Kameras verwendet: Eine „Masterkamera“ in der Mitte für die

Totale, eine links (**Reverse Shot**) und eine rechts (**Shot**). Zusätzlich sind Intros/Outros, Grafiken und sonstige Einblendungen zu bedenken und diese natürlich bei Livestreams im Vorfeld zu bestimmen.

Postproduktion

Beim Schnitt wird der Fokus sowohl auf den Inhalt als auch die Dramaturgie gelegt. Ein kostenloses und professionelles Schnittprogramm bietet beispielsweise Da Vinci Resolve, zu dem es auch viele Tutorials gibt. Bei der Audibearbeitung und dem Mix werden die Pegel reguliert und Stimmen gleichgesetzt, vor allem wenn es mehr als eine Tonquelle gibt. Denn: **Die Hälfte eines guten Videos macht der Ton**. Denkt in der Postproduktion daran, genug Zeit für eine Feedbackrunde einzuplanen.

Personal

Ferngesteuerte Kameras brauchen weniger Personalressourcen und bieten sich an, wenn regelmäßig in ähnlichem Setting gedreht wird. Die Höhe der Tagesgage bei professionellen Filmschaffenden sind im Mindestgagentarif Filmschaffende (Link im Anhang) zu finden. Je nach Aufwand werden neben den Kameraleuten (ab ca. 350 Euro pro Tag) und Toningenieur:innen (im Theater meist vor Ort) zusätzlich ein:e Cutter:in, Produktionsassistent:in, Colour Grader:in, Grafiker:in u.a. benötigt. Im Gegensatz zum Livestream braucht eine reine Aufzeichnung keine Liveregie – hier kann im Schnitt vieles nachbearbeitet werden.

Livestream

Ein Livestream muss im Voraus sehr genau geplant sein, da er keiner Postproduktion im herkömmlichen Sinn unterzogen werden kann. Alle Signale kommen über Kabel oder Funk in den „Switcher“ zur **Liveregie**, die über das Resultat entscheidet. Mit den Kameraleuten sollte via Funk kommuniziert werden, wann welche Kamera live ist. Auch ein Einfügen von vorgefertigten Grafiken ist möglich. Als Streamingplattform bietet sich beispielsweise YouTube an, welches einfach und verlässlich ist und sich leicht in die eigene Website einbetten lässt. Weitere Möglichkeiten sind Facebook, Vimeo, oder ein eigener Server. In jedem Fall muss auf eine starke Internetverbindung geachtet werden. Wenn die Aufzeichnung nach Streamende noch verfügbar bleiben soll, müssen (neben den Rechten für das Streaming) auch für diese Verwertung die Rechte geklärt werden.

Kosten

Grundsätzlich sind die Gagen für die Filmschaffenden vom Erfahrungsschatz abhängig – je nach Spezialisierung ergibt sich ein höherer Tagessatz. Für Cutter:innen müssen ab 300 Euro pro Tag und für Regie- und Produktionsassistenzen ab 200 Euro pro Tag eingerechnet werden. Die Gage für die Regie ist frei verhandelbar und meist etwas höher als die der Kameraleute. Kamera inkl. Zubehör gibt es ab ca. 100 Euro pro Tag, wobei ein Miettag bei einem Verleih im Durchschnitt 3% des Kamerawertes kostet. Für einen Live-Regieplatz müssen min. 200 Euro pro Tag einkalkuliert werden.

Michael Luger produziert mit [vistapoint.tv](https://www.vistapoint.tv) seit über 10 Jahren Videos und Livestreams u.a. für Unternehmen, Kultureinrichtungen und Bildungsinstitutionen. Daneben ist er Obmann des Kulturvereins *They Shoot Music*, der lokale Popkultur in verschiedenen Videoformaten dokumentiert.

Social Media Marketing

– Was kann Instagram?

mit Winona Bach, Social Media Managerin IGFT

Bei den vielfältigen Möglichkeiten, die die App Instagram bietet, ist es durchaus schwierig, den Überblick zu behalten. Sind die Funktionen jedoch bekannt, kann kostenlos eine große Reichweite generiert werden, neues Publikum gewonnen und bestehendes gehalten werden.

Am Anfang sei gesagt, dass man sich bei der Nutzung von Instagram, Facebook & Co. über die datenschutzrechtlichen Bedenken und mögliches Targeting bewusst sein muss. Der **Algorithmus** dieser Plattformen hebt jene Beiträge hervor, die User:innen dazu bringen, länger auf der App zu verweilen, um ihnen möglichst viel Werbung anzeigen zu können. Die Aufmerksamkeitsspanne auf sozialen Netzwerken ist äußerst kurz, Inhalte müssen in den ersten Sekunden als relevant eingestuft werden. Um das soziale Netzwerk erfolgreich zu bespielen, braucht es Zeit und eine **Social Media Strategie**, die in das gesamte Marketing eingebaut wird. Instagram setzt dabei erfolgreich auf visuellen Eindruck, wodurch mehr Emotionen geweckt werden als durch reine Textdienste.

Ziele setzen

Marketingziele sollten nicht nur gesetzt, sondern auch aufgeschrieben und ein **Leitfaden** erstellt werden. *Möchte ich meine nächste Produktion bewerben? Tickets verkaufen? Oder eine engere Bindung zu meinem Publikum aufbauen?* Alles, was nicht den Zielen entspricht, wird weggelassen, denn es muss auf den ersten Blick erkennbar sein, worum es in meinem Profil geht.

Zielgruppe festlegen

Wen genau will ich erreichen? Neues oder bestehendes Publikum? Ist die Zielgruppe genau festgelegt, können im nächsten Schritt eine bis drei **Personas** erstellt werden. Eine Persona ist ein fiktiver Lebenslauf einer Person aus dem Zielpublikum. Dazu gehören trockene Fakten wie Alter, Beruf, Familienstatus und Wohnort, aber auch Freizeitbeschäftigung, Interessen und Weltanschauung. Zuletzt geht es darum, die Bedürfnisse der Zielgruppe herauszufinden und zu überlegen, wie diese durch das Angebot befriedigt werden können.

Meine Geschichte

Storytelling hilft, eine Verbindung zu dem (potentiellen) Publikum zu schaffen. *Warum habe ich Kollektiv xy gegründet? Wieso bin ich Schauspieler:in geworden? Was mache ich und warum?* Diese eigene Geschichte sollte immer wieder in den aktuellen Inhalt eingebaut werden.

Redaktionsplan erstellen

Optimalerweise wird der Content mindestens eine Woche vorgeplant. Dazu zählt die Beantwortung der Fragen: *Was poste ich wann, wie oft und auf welchen Kanälen? Welches Material brauche ich dafür?* Damit können die benötigten Fotos und Videos rechtzeitig mit Fotograf:innen und Videoproduzent:innen abgesprochen werden. Mithilfe von **Content Planer Tools** wie Trello, Later oder Notion können die Inhalte geplant werden, ebenso über die Facebook Business Suite, über die auf Facebook und Instagram gleichzeitig gepostet bzw. geplant werden kann.

Eine klare Bio erstellen

Damit sich potentielle Abonnent:innen schnell auf dem Profil zurechtfinden und es für sich als relevant einstufen können oder nicht, braucht es eine übersichtliche und strukturierte **Bio**, die optimalerweise alle zur Verfügung stehenden Funktionen nutzt. Dazu zählen:

- ein unmissverständlicher Benutzername
- ein aussagekräftiges Profilbild oder Logo
- der Profilname: Vor- u. Nachname, Firmenname, evtl. Ort
- die Art des Profils: bei Business-/Creatorprofilen können Bezeichnungen wie z.B. „Theater“ oder „Schauspieler:in“ ausgewählt werden
- kurze Beschreibung der Person/des Kollektivs etc.; um wen handelt es sich, was passiert auf dem Profil, ein Statement, die Arbeitsphilosophie o.Ä.
- einfache Domain der Website, z.B. www.freietheater.at
- Link in Bio
- Adresse
- Kontaktmöglichkeit (E-Mail, Tel.)

Mittlerweile gibt es auch die Möglichkeit, andere Profile in der Bio zu verlinken. So können User:innen auch mit dem Profil verbundene Accounts entdecken.

Business- oder Creatorprofil?

Die kostenlose Umwandlung in ein Businessprofil setzt eine Facebookseite voraus, mit der das Konto verlinkt wird. Dadurch werden erweiterte Kontaktmöglichkeiten, die Möglichkeit Werbung zu schalten und **Insights** freigeschalten. Insights ist ein Analysetool, womit **Monitoring** betrieben werden kann. Es beinhaltet Daten zu Content und Profil, z.B. Reichweite, Anzahl an Likes, Kommentaren, Interaktionen, neuen und beendeten Abonnements etc. Damit können z.B. die Reichweite überprüft und Inhalte angepasst werden.

Link in Bio

Instagram unterstützt keine anklickbaren Links in den Captions, deswegen sollte alles, was über eine einfache Domain (z.B.: www.freietheater.at) hinausgeht, vermieden werden. Da in der Bio nur ein Link eingefügt werden kann, können sogenannte Link-in-Bio-Programme verwendet werden, die einen persönlichen Link generieren, hinter dem viele weitere Links hinterlegt werden können. In der Caption kann sodann auf den Link in Bio hingewiesen werden. Die gängigsten Programme sind: lnk.bio, lnktr.ee und later.com.

Beiträge gestalten mit Captions

Die **Caption** ist der Text unter dem geposteten Bild oder Video. Auch für sie empfiehlt sich Storytelling und Struktur durch Absätze. Am Ende sollte eine Frage oder eine andere Aufforderung zur Interaktion gestellt werden sowie auf den Link in der Bio für weiterführende Informationen hingewiesen werden. Außerdem können bis zu 30 Hashtags pro Beitrag eingefügt werden, die Instagram helfen, den Content zu kategorisieren, um ihn User:innen mit Interessen in diesem Bereich anzuzeigen.

Personen markieren und Ortsangabe

Beiträge mit Ortsangabe bekommen mehr Likes, weil User:innen die Relevanz für sich besser einschätzen können. Werden zusätzlich im Bild oder Text vorkommende Personen markiert, wird der Beitrag in einer eigenen Spalte für markierte Fotos auf ihrem Profil angezeigt.

Foto- und Videocontent

Qualitative Fotos und Videos sind das A und O und Bilder, auf denen Personen zu sehen sind, bekommen bis zu 70% mehr Likes. Zusätzlich hilft es, sich auf wenige Farben zu beschränken und das Profil im **Corporate Design** anzulegen. Nutzt unbedingt den größtmöglichen Platz für euch mit **Hochkantfotos** und gibt euren Fotograf:innen

vorher Bescheid, dass ihr Fotos im **Format 4:5** braucht. Beiträge mit Text sollten in quadratischem Format (1:1) gepostet werden, damit der Text in der Vorschau zentriert bleibt.

Stories & Highlights

Stories erscheinen in einer Leiste über der Startseite und sind nur 24 Stunden sichtbar. Auch hier gilt es, alle Funktionen zu nutzen: Sticker, Umfragen, Hashtags, Markierungen, und **neuerdings auch Links**. Für mehr Reichweite können eigenen Beiträge aus dem Feed in der eigenen Story gepostet werden, zusätzlich können Facebook- und Instagramstories verbunden und gleichzeitig gepostet werden. **Highlights** sind Stories, die unter einen Begriff gespeichert werden und somit länger als 24 Stunden sichtbar sind. Sie scheinen unter der Bio im eigenen Profil auf. Werden andere Personen in einer Story markiert, erhalten diese eine Nachricht und können sie in ihrer eigenen Story reposten, was wieder zusätzliche Reichweite generiert und noch mehr relevante User:innen erreicht.

Videos

IGTV-Videos können bis zu 15 Minuten lang sein, dennoch sollten sie nicht länger als fünf Minuten sein, da Instagram fast ausschließlich auf dem Smartphone und häufig zwischendurch konsumiert wird. Aus dem gleichen Grund sollten Videos auch immer **Untertitel** enthalten, da unterwegs oft der Ton nicht angehört werden kann. Bei IGTV gibt es mittlerweile die Möglichkeit, automatische Untertitel in mehreren Sprachen hinzufügen zu lassen. Auch hier empfehlen sich Videos im Hochkantformat.

Reels

Seit 2020 gibt es auf Instagram Reels, deren Konzept von der App TikTok übernommen wurde. Darüber werden Videos in Endlosschleife in einem eigenen Feed angezeigt. Reels können 15, 30 oder 60 Sekunden lang sein, wobei User:innen etwa in den ersten zwei Sekunden entscheiden, ob sie weiter Scrollen oder nicht. Auch hier gibt es unzählige Funktionen und eine große Auswahl an Musik. Der Algorithmus unterstützt Reels sehr, um die Konkurrenz zu TikTok halten zu können. Das solltet ihr unbedingt zu eurem Vorteil ausnutzen!

Winona Bach *studierte Komparatistik und Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien und absolvierte einen Diplomlehrgang in Social Media Marketing. Seit 2020 ist sie bei der IGFT als Social Media Managerin tätig.*

Förderabrechnung

mit Angela Vadori, Smart Coop Austria

Einreichung geschafft, Projekt umgesetzt und jetzt? Wie eine korrekte Förderabrechnung erstellt wird, welche Nachweise, Belege und Unterschriften benötigt werden und was abgerechnet werden kann und was nicht, hat uns Angela Vadori erklärt.

Zuerst muss immer klar sein, ob es sich um eine Abrechnung für eine **Projektförderung** oder für eine **Jahresförderung** handelt. Bei der Projektförderung ist die Abrechnung an ein **Projekt** gebunden, bei der Jahresförderung an einen **Zeitraum**. Bevor wir mit der Abrechnung beginnen, müssen wir uns damit vertraut machen, was genau in den **Fördervereinbarungen** und/oder den **Förderrichtlinien** steht. Da sich Förderrichtlinien laufend verändern können, ist es wichtig, sie vor jedem neuen Antrag erneut genau durchzulesen.

Zu **Projektbeginn** ist zu klären, ob es Kosten gibt, die **explizit nicht gefördert** werden. Weiters muss genau gelesen werden, was in der **Förderzusage** steht: *Gibt es Besonderheiten? Welche Abrechnungsmodalitäten sind angegeben? Wie lautet die Geschäftszahl? Welche Dokumente muss ich vorlegen/einschicken und in welchem Format?* Bekannt muss natürlich auch sein, ob die geförderte Rechtsperson verpflichtet ist, Umsatzsteuer abzuführen – also ob eine Abrechnung in **Netto-** oder **Bruttobeträgen erforderlich ist**.

Unterschied zwischen Projekt- und Jahresförderungen

Die Abrechnung für die **Projektförderung** ist immer projektgebunden und bezieht sich auf einen vorgegebenen Zeitraum (Leistungs- oder Rechnungszeitraum). Die Kosten unterscheiden sich hier in **Projektkosten** und **indirekte Kosten** – das sind Kosten, die anteilig in der Projektförderung berücksichtigt werden können.

Abrechnung bei Projektförderungen

Wichtig: Bei der Projektförderung müssen sich die Einnahmen und Ausgaben immer auf einen Saldo von 0 gegenrechnen. Nicht nur die **Belege für die eingereichten Projektkosten** müssen nachgewiesen werden können, sondern **die gesamten Projektkosten (=jeder einzelne Beleg)**.

Wenn die Förderrichtlinien **Vergleichsangebote** vorsehen, dann sind die unbedingt einzuholen und möglichst genau zu dokumentieren.

Insiengeschäfte bedürfen besonderer Compliance-Maßnahmen. Wenn möglich, sollte immer ein am Projekt nicht beteiligtes Vorstandsmitglied das Geschäft gegenzeichnen. Außerdem kommt es vor, dass für Projektförderungen ein Statistik-Teil abgegeben werden muss. Die **statistische Datenerhebung** ist durchzuführen und muss auch dokumentiert werden. **Prüfungen** können **rückwirkend** vollzogen werden, d.h. Verträge **müssen** i.d.R. 7-10 Jahre aufbewahrt werden. Auf Anfrage muss **jeder Projektposten** nachgewiesen werden können! Es muss jederzeit schlüssig und nachvollziehbar sein, wie sich die Projektkosten zusammensetzen.

Direkte Kosten

Direkte Kosten sind die Kosten, die dem Projekt **unmittelbar** zugeordnet werden können (z.B. Honorarnoten, Sachkosten, Gehaltskosten). Bei den Zahlungsnachweisen muss der **gesamte Rechnungsweg** belegt werden können, d.h. Rechnungen, Überweisungsbestätigungen etc. müssen belegbar sein. Buchungsbelege, Lieferscheine o.Ä. sind keine Zahlungsbelege. **Per-Diem** Zahlungen an Selbständige bedürfen einer ordnungsgemäßen Rechnung mit allen korrekten Rechnungsmerkmalen. Kostenerstattungen von Rechnungen sind nur dann möglich, wenn im Namen und auf Rechnung des:der Fördernehmer:in gehandelt wird. Ansonsten müssen ordnungsgemäße Rechnungen (Kostenerstattungen) an den:die Fördernehmer:in gestellt werden. **Doppelförderungen sind zu vermeiden.** Derselbe Beleg darf nicht an zwei Förderstellen geschickt werden. Diese Beträge können von den Förderstellen wieder zurückverlangt werden.

Indirekte Kosten

Zu den indirekten Kosten zählen **strukturelle** und **administrative** Kosten. Dazu gehören Kostenpunkte wie Steuerberatung, Miete, Strom, Buchhaltungskosten und durchgehende Gehaltskosten etc. Diese Kosten müssen **anteilig** miteinberechnet werden.

Für die Berechnung indirekter Kosten sollte ein einheitlicher Schlüssel definiert werden. **Mietkosten** können nach **Zeitkosten** oder **Projektvolumen** aufgeschlüsselt werden. Kosten für **Steuerberatung** können nach Umsätzen pro Volumen (Zeit) aufgeschlüsselt werden. Durchgehende **Gehaltskosten** können nach **Zeitraum** oder nach **Arbeitszeit pro Projekt** oder nach **Projektsatz pro Volumen** aufgezeichnet werden.

Bei Gehaltskosten ist immer eine differenzierte Arbeitszeitaufzeichnung zu führen. **Schätzungen sind unbedingt zu vermeiden. Die Berechnung erfolgt immer anhand einer genauen Dokumentation.**

Das Projekt und die Buchhaltung

In Summe kann die Projektabrechnung von der **Buchhaltung** abweichen, aber nicht in den Belegen. Projekte können z.B. jahresübergreifend sein, während die Vereinsbuchhaltung z.B. pro Kalenderjahr geführt wird. Es sollte unbedingt vermieden werden, auf ein privates Konto zu buchen. Stattdessen kann ggf. auf ein eigenes Verrechnungskonto gebucht werden. Um die Projektabrechnung mit der Buchhaltung vereinbar zu machen, können Projekte als **eigene Kostenstellen** geführt werden. Die meisten **Buchhaltungsprogramme** haben als Standardfunktion die Möglichkeit, Kostenstellen anzulegen.

Diskrepanzen beheben

Entsteht bei der Abrechnung im Saldo ein **Minusbetrag**, deutet das in der Regel auf einen Fehler hin (z.B. Eigenleistungen vergessen). Ein **Plusbetrag** kann ebenso auf einen Fehler hinweisen (z.B. wurden Ausgaben, die nicht eindeutig projektzugehörig sind, vergessen). Auf keinen Fall dürfen Einnahmen abgeändert werden (z.B. aus Ticketeinnahmen). Bei einer Abweichung des tatsächlich Kalkulierten ist es möglich, die Eigenleistung zu senken. Es kann auch überprüft werden, ob noch indirekte Kosten eingerechnet werden können. Plusbeträge können zu Rückforderungen von Teilbeträgen führen. Diese könnten eventuell noch für unbezahlte Arbeiten ausgegeben werden. Ein Plusbetrag darf jedenfalls nicht zurückgestellt und für ein anderes Projekt weiterverwendet werden. Sind Abweichungen im Vergleich zur Einreichung entstanden, müssen diese argumentierbar sein. Bei Unklarheiten empfiehlt es sich immer, **die Sachbearbeiter:innen** direkt zu kontaktieren.

Angela Vadori *begann ihren Werdegang als Künstlerin und studierte Philosophie bevor sie eine kaufmännische Ausbildung absolvierte und sich zu einem Studium im Bereich Steuerrecht und Betriebswirtschaft entschloss. Sie war viele Jahre als Produzentin und Produktionsleiterin in der freien Tanz- und Theaterszene tätig, seit 2018 ist sie Geschäftsführerin von Smart Coop Austria.*

Residency, Gastspiel, Koproduktion

mit Kira Koplín, Produktionsleiterin

Worin unterscheidet sich ein Gastspiel von einer Koproduktion? Und was darf ich mir von welcher Form der Zusammenarbeit erwarten? Wie schlieÙe ich mich mit den Orten zusammen und was sind die Anforderungen, die damit an mich geknüpft sind? Die Suche nach den richtigen Partner:innen kann oft langwierig und unübersichtlich sein. Dabei geht es darum, künstlerische Arbeit langfristig zu sichern.

Die ersten Fragen im Zusammenhang mit einer neuen Produktion sind zumeist: *Wie finanziere ich mich? Wer sind die Partner:innen, die zu mir passen?* Gute Recherche der Möglichkeiten und Angebote ist hier der erste Schritt und kann auf lange Sicht viel Frust ersparen. Auf den Websites der Veranstalter:innen finden sich Informationen zur Programmierung bzw. künstlerischen Ausrichtung – dies hilft bei der Einschätzung einer möglichen Partnerschaft.

Wo finde ich die passenden Partner:innen für mein Projekt?

Allgemein empfiehlt es sich, eigene Listen von Veranstalter:innen und Pressekontakten zu führen und auf dem aktuellen Stand zu halten. Fachmedien und Informationsplattformen, seien es Podcasts, Blogs oder Magazine, geben Einblicke in die Angebote der Institutionen und Festivals. Um Kolleg:innen und Vertreter:innen der Häuser oder Festivals kennenzulernen, bieten sich Vernetzungstreffen, Tanzplattformen oder auch Gastspiele an. Es ist wichtig, strukturiert vorzugehen und nicht zu vergessen, dass dieser Austausch ein beidseitiger ist. Im Vorfeld ist zu klären, in welcher Phase sich das eigene Projekt befindet. Je nachdem unterscheiden sich Angebot der Häuser/Festivals, Bedürfnisse oder Erwartungen – sowohl vonseiten der Künstler:innen als auch vonseiten der Veranstalter:innen. Es ist wichtig, die Konditionen bzw. Angebote der Veranstalter:innen genau zu kennen: *Was genau wird finanziert oder zur Verfügung gestellt? Was muss über die eigene Finanzierung getragen werden?*

Im Folgenden wollen wir beispielhaft die Formate Residency, Gastspiel und Koproduktion auf ihre Möglichkeiten und Anforderungen untersuchen.

Residency

Bei einer Residency sind von Teaching-Angeboten bis zur dramaturgischen Betreuung viele unterschiedliche Angebote möglich, die fast immer eine finanzielle Entlastung während der Produktionsphase bedeuten und je nach Veranstalter:in stark voneinander abweichen können. Oft wird Hilfestellung während der Recherche- und Probenphase angeboten, ein Raum oder Beherbergung, jedoch nur in seltenen Fällen auch Honorare für die Mitwirkenden. Für Veranstalter:innen und Künstler:innen ist eine Residency eine gute Gelegenheit, sich gegenseitig besser kennenzulernen. Wichtig ist eine genaue Kalkulation über Honorare, Reise- oder Unterbringungskosten und die Suche nach möglichen Zusatzfinanzierungen. Meist haben auch die Veranstalter:innen Tipps für weitere Finanzierungsmöglichkeiten.

Gastspiel

Auf Einladung der künstlerischen Leitung eines Hauses oder Festivals präsentieren Künstler:innen ihre Produktion an einem Spielort. Im Vorhinein wird vertraglich geregelt, ob die Veranstalter:innen auch für Honorare oder Deckung der Transport-, Reise- und Unterbringungskosten aufkommen und wie die Einnahmenteilung erfolgt. Zu beachten sind die empfohlenen **Honoraruntergrenzen**, die je nach Land durchaus variieren können. Die Finanzierungsstruktur sollte realistisch und transparent sein. Wichtig ist immer die Fragestellung nach der Attraktivität des Gastspiels, sollte der:die Veranstalter:in die Reisekosten nicht decken können oder die Kollaborateur:innen nicht analog der Empfehlungen der Honoraruntergrenzen bezahlt werden können. Es empfiehlt sich auch hier eine Suche nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten. Gastspiele können für die Künstler:innen gute Gelegenheiten sein, das eigene Netzwerk zu erweitern, Partner:innen, Fördergeber:innen (und solche die es noch werden sollen) einzuladen und die künstlerische Arbeit zu distribuieren. Auch für die Veranstalter:innen sind Gastspiele gute Möglichkeiten ihre Netzwerke oder das Publikum zu erweitern, Künstler:innen besser kennen zu lernen oder deren Produktionen an der eigenen Veranstaltungsstätte zu präsentieren.

Koproduktion

Eine Koproduktion sollte immer an einen nennbaren finanziellen Koproduktionsbeitrag geknüpft sein. In dieser Kategorie wird ein vertraglich festgelegter finanzieller Beitrag zur Unterstützung der gesamten Produktion definiert. Dabei werden die Spieldaten für die Produktion festgesetzt, häufig werden auch Proberäume, dramaturgische Begleitung und/oder Pressearbeit angeboten. Achtung: Wenn der Geldbetrag

ausschließlich die Aufführungen der Produktion abdecken, wird nicht von einer Koproduktion gesprochen. Für die Darlegung des Projekts eignet sich ein Projektdossier, welches das künstlerische Projekt und dessen Beteiligte, ebenso wie detaillierte Zeitpläne und Budgets ausführlich verdeutlicht. Solange noch kein Vertrag besteht, aber Interesse bekundet wird, ist es hilfreich, eine **Absichtserklärung** einzuholen. Die Verhandlungen um Koproduktionen sind oft langjährige Prozesse. Im seltensten Fall kommt es zu einer Koproduktion ohne eine vorangegangene Arbeitsbeziehung, wie zum Beispiel eine Residenz oder ein Gastspiel. Für die Veranstalter:innen bedeutet eine Koproduktion – neben der Umsetzung einer neuen Arbeit – auch die Festigung bestehender Beziehungen.

Was sollte bereitgehalten werden?

Die Anforderungen vonseiten der Veranstalter:innen an Kommunikations- und Informationsmaterial sind sehr divers. In jedem Fall braucht es ein repräsentatives **Projekt-dossier** mit aussagekräftigem Text-, Bild- und Videomaterial, Förderstruktur, Credits und Biografien. Unter Umständen kann auch das Projektbudget und ein Zeitplan relevant sein. Bei Residencies und alternativen Vermittlungsangeboten empfiehlt es sich, individualisierte Anschreiben zu formulieren, die möglichst präzise auf die angegebenen Anforderungen eingehen. Sobald eine Produktion auf Tour geht, werden das Tourbudget, der Technical Rider, eine ausführlichere Beschreibung und dramaturgisches Material sowie Pressefotos relevant. Auch Pressematerial in den jeweiligen Sprachen, entsprechende Links zum Trailer oder Interviewmaterial zu sammeln, kann hier sinnvoll sein. Ziel der Zusammenarbeit von Veranstalter:innen und Künstler:innen sollte es sein, mit der Zeit ein eigenständiges und verlässliches Netzwerk aufzubauen, das die künstlerische Entwicklung begleitet, vertritt und fördert und die Bedürfnisse des Veranstaltungsortes und dessen Ausrichtung erfüllt.

Kira Koplín *Gründungsmitglied des Wiener Produktionsbüros Groundworkers sammelt seit 2018 Erfahrungen im nationalen und internationalen Produzieren choreografischer Arbeiten, dem Touringbetrieb sowie in der Organisation institutionalisierter Festivals.*

Das Intensivtraining bietet professionelle Workshops an, die alle Bereiche einer Produktionsleitung im freien Theater abdecken. Mir hat besonders die angenehme Atmosphäre der Workshops gefallen und dass ich jedes Mal viel für mich mitnehmen konnte. Ich kann jeder Person, die in der freien Theaterszene tätig ist, diese Kurse sehr empfehlen.

Ursula Graber, Zeitgenössische Tänzerin und Choreografin

Newsletter Marketing

mit Christian Henner-Fehr, Kultur- und Social Media Manager

Einen Newsletter regelmäßig zu verschicken ist aufwändig und die Ergebnisse sind oft unbefriedigend. Wird aber die richtige Strategie angewendet, kann er zu einem der wichtigsten Marketinginstrumente werden.

Zuallererst müssen die **Ziele definiert werden** (Zuschauer:innenbindung, Aboverkauf, Werbung für die nächste Produktion etc.). Wichtig ist es, das E-Mail-Marketing in die gesamte Marketingstrategie einzubinden. Im zweiten Schritt wird überlegt, wer erreicht werden soll. Je nach **Zielpublikum** muss der Inhalt und Stil des Newsletters angepasst werden. Dazu gehört auch, sich zu fragen, an welchem Punkt der **Customer-Journey** das E-Mail-Marketing ansetzt. (*Schreibe ich die E-Mails bevor oder nachdem das Publikum in einer meiner Produktionen war?*)

Das Funnel System

Es gibt sehr viele verschiedene Arten, E-Mail-Marketing zu betreiben. Eines der erfolgreichsten Formate ist das Funnelsystem:

- **Einführungsphase:** Kennenlernen, z. B. durch eine Begrüßungsserie (3 bis 5 E-Mails)
- **Vertrauensphase:** Beweisen der Expertise, Benefits in den Vordergrund stellen; kostenlose Angebote (Blogartikel, Podcast, Videos etc.), wichtige Fragen beantworten (5 bis 8 E-Mails)
- **Soft Sells:** Heranführen an ein günstiges „Vorprodukt“ von hoher Qualität; Testen der Kaufbereitschaft; Analyse des Klickverhaltens (1 bis 3 E-Mails)
- **Hard Sells:** Einladen zu Verkaufswebinar/Informationsveranstaltung; Beweisen durch Social Proof; Beantworten von FAQ (Bedenken nehmen); Verknappung (Platz, Zeit) und eine Erinnerungsmail 4 bis 8 E-Mails)
- **Verkauf:** Bestellbestätigung

Lineare und eventbasierte Kampagnen

Kampagnen können linear (gehen nicht auf das Nutzer:innenverhalten ein) oder eventbasiert (nach dem Wenn-Dann-Prinzip) sein. Zweitere reagiert auf die Handlung des:der Nutzer:in (=Event) und erzeugt dadurch höhere Öffnungsraten der Mails. Lineare Kampagnen empfehlen sich für Newsletterketten und Begrüßungsserien, während eventbasierte Kampagnen sich für das Funnel-System eignen.

Die Verkaufsserie

Anstatt alle Newsletterabonent:innen anzuschreiben, kann mit einer Pre-Launch-Qualifikation herausgefunden werden, wer sich dafür auch wirklich interessiert. So werden Abmeldungen vom Newsletter vermieden und es wird bereits eine Vorauswahl getroffen, ohne direkt auf das Angebot hinzuweisen. Dieses strategische und zielgerichtete Streuen von Medienbotschaften nennt man **Seeding**.

Das SQM Format

Mit dem Schmerz-Qual-Medizin-Format (SQM) werden die Leser:innen und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt gerückt. Im Rahmen der Pre-Launch-Qualifikation wird in der ersten E-Mail das Problem (Schmerz) geschildert, in der zweiten E-Mail werden die negativen Konsequenzen (Qual) beschrieben und in der dritten E-Mail wird die Lösung (Medizin) in Aussicht gestellt und die Frage gestellt, ob Interesse an der Lösung besteht. Alle, die nun „Ja“ anklicken, bekommen dann das Angebot in Form einer Verkaufsserie vorgestellt. Das SQM-Format spricht Emotionen des:der Abonent:in an und bietet damit einen Trigger/Anreiz, um z.B. ein Ticket zu kaufen.

Die Betreffzeile soll generell Aufmerksamkeit erzeugen. Betreffzeile und Inhalt sollten jedoch immer übereinstimmen, damit der:die Leser:in nicht enttäuscht wird und womöglich die E-Mail beim nächsten Mal nicht mehr anklickt. Wenn die Erwartungen jedoch jedes Mal erfüllt werden, wird der:die Abonent:in die E-Mail – unabhängig von der Überschrift – anklicken. Durch Hinweise auf Restkarten, Early-Bird-Rabatte oder ähnliche Vorteile kann ein **Gefühl von Knappheit** erzeugt werden, das zum Kaufen animiert.

Der Inhalt

Hilfreich ist es, zuerst die Botschaft zu definieren, die übermittelt werden möchte und erst im Anschluss den Text zu verfassen. Das Angebot sollte in eine Rahmenstory verpackt werden (**Storytelling**), die eine persönliche Geschichte erzählt und dadurch Vertrauen aufbaut und optimalerweise auch Wiedererkennungswert schafft. Werden den E-Mail-Abonent:innen Vorteile gegenüber anderen geboten, erzeugt dies ein Gefühl der Exklusivität. Vergesst nicht, dieses Privileg regelmäßig zu erwähnen! Abschließen könnt ihr mit einer **Handlungsaufforderung** (Link zum Ticketverkauf, Blogartikel etc.).

Header – Body – Footer

Ein Newsletter besteht aus drei Teilen: Der **Header** (Kopfzeile) sollte das Logo beinhalten, hinter dem der Link zur Website oder zur Webversion des Newsletters hinterlegt

ist. Zudem sollte er im **Corporate Design** gehalten werden, schlicht und wiedererkennbar sein und auf allen Geräten funktionieren. Der **Body** (Textkörper) enthält die wichtigsten Inhalte (Text, Bild oder kurze Videos). Lange Texte oder Videos sollten angeteasert und dann auf die Website verlinkt werden. Empfehlenswert ist ein Zeilenabstand von 1,3 bis 1,5 Pt., dunkler Text auf hellem Hintergrund sowie eine serifenlose Schrift. Der **Footer** (Fußzeile) muss unbedingt das **Impressum** und die **Datenschutzerklärung** sowie Kontaktdaten und die **Möglichkeit zum Abmelden** vom Newsletter bzw. zum Ändern der Daten enthalten. Abrunden könnt ihr das Ganze mit der Verlinkung der Website und eurer Social Media Kanäle.

Häufigkeit

Wie oft sollte man einen Newsletter nun verschicken? Zu lange Abstände erzeugen keine Bindung, zu viele E-Mails werden unter Umständen als störend empfunden. Handelt es sich um Themen der Freizeit, kann eine häufigere Frequenz durchaus Sinn machen. Der optimalen Abstand zwischen den E-Mails muss mithilfe von Tests herausgefunden werden.

DSGVO

Auch bei Newslettern müssen einige gesetzliche Vorschriften beachtet werden. Zunächst muss erkennbar sein, dass es sich um eine geschäftliche/kommerzielle Nachricht handelt, deswegen müssen – wie bereits erwähnt – **Impressum & Datenschutzerklärung** auch unbedingt im Footer angegeben werden. Für die Anmeldung zum Newsletter bedarf es außerdem der Zustimmung des:der Nutzer:in. **Double-Opt-In** ist Pflicht! Es muss belegt werden können, dass ein:e Abonnent:in das Einverständnis zum Erhalt der E-Mails gegeben hat. Bei der Anmeldung muss die Absicht klar erkennbar sein („*Ich möchte Sie kostenlos mit Informationen zum Thema XYZ versorgen, eine Abmeldung ist jederzeit möglich.*“) Checkboxes müssen in der Voreinstellung leer sein (anwählen statt abwählen).

Viel Erfolg beim Newsletter-Marketing!

Christian Henner-Fehr *lebt und arbeitet als Kulturberater in Wien. Er betreibt den Kulturmanagement Blog und beschäftigt sich aktuell mit den Themen Metaverse, Blockchain und der digitalen Transformation von Organisationen in den Bereichen Kultur und Tourismus.*

Hochladen und Verwerten von digitalen Inhalten im Internet

mit Mag. Wolfgang Renzl, Jurist

Urheber:in eines Werkes ist, wer es geschaffen hat. Das Urheberrecht **schützt das geistige Eigentum des kreativen Schaffens**. Der:die Urheber:in hat das alleinige Recht, sein:ihr Werk öffentlich zugänglich zu machen, zu vervielfältigen, zu verbreiten, zu senden, zu verleihen und aufzuführen. Eine freie Werknutzung ist in der rein privaten Nutzung vorgesehen. Jede Veröffentlichung – ob auf der Bühne oder digital – geht jedoch über die private Nutzung hinaus. Sobald die Sphäre des Privaten verlassen wird, sind die Rechte der Urheber:innen einzuholen. Achtung: Die alleinige Nennung des:der Urheber:in reicht nicht, es benötigt seine:ihre Zustimmung.

Beispiel 1: Ein Bild wird in Auftrag gegeben. Erlaubt ist lediglich die private Nutzung (Aufhängen an der Wand, Anfertigen einer privaten Kopie). Der öffentlichen Verwertung muss jedoch zugestimmt werden.

Beispiel 2: Streamen einer Ausstellung bildender Kunst. Es braucht die Zustimmung der Künstler:innen, deren Werke gestreamt werden.

Beispiel 3: Zur Melodie eines bekannten Liedes wird ein neuer Text gedichtet und im Rahmen einer Aufführung gesungen. Hier müssen die Rechte für die Verwertung von Urheber:in oder Verleger:in eingeholt werden.

Urheberrechte werden nur an der **eigenen eigentümlichen Schöpfung** erworben. Wird das Werk von mehreren Personen gemeinsam geschaffen, entstehen **Miturheberrechte**. Werden an bestehenden Werken nur marginale Veränderungen („Verzierungen“) vorgenommen, sind dies keine neuen Schöpfungen.

Achtung: Geschützt ist die eigentümliche Schöpfung, nicht die Idee.

Eine freie Werknutzung ist beim **Zitat** möglich. Hierbei muss es sich jedoch auch inhaltlich um das zitierte Werk drehen und es bedarf der Nennung der Urheber:innen. Eine weitere Ausnahme stellt die flüchtige, begleitende Vervielfältigung dar. Damit ist beispielsweise eine kurze und flüchtige Wiedererkennung eines urheberrechtlich geschützten Werkes im Hintergrund gemeint.

Die Schutzrechte enden 70 Jahre nach Tod des:der Urheber:in bzw. 70 Jahre nach dem Tod des:der letztlebenden Miturheber:in.

Rechte bei Bühnenproduktionen

Kunst- und Werkschaffende haben ein Monopol an den eigenen Leistungen. Nur urheberrechtliche Künstler:innen oder deren Verwertungsgesellschaft dürfen über die Verwertung des Werks oder der Leistung entscheiden.

§ 1 Abs 1 UrhG regelt die Rechte der Urheber:innen von vorbestehenden Werken (v.a. Musik) und die Rechte der Urheber:innen des Bühnenwerks und der Choreographie.

§ 66 UrhG regelt die **Interpretenrechte**. Diese fallen unter die **Leistungsschutzrechte** und betreffen alle Personen, die künstlerisch an der Interpretation mitwirken (Regisseur:in, Dirigent:in, Choreograph:in, Darsteller:innen etc.). Darsteller:innen sind auf der Bühne zu sehen – **sie haben an ihrer Interpretation (des urheberrechtliche geschützten Werkes) ein Recht**. Wenn diese Interpretation nun aufgenommen, gesendet oder gestreamt werden will, müssen diese Rechte erworben werden.

Hinweis: Die IGFT stellt ihren Mitgliedern kostenlos Vertragsvorlagen und auch einen Sideletter zur Rechteeinräumung für die Aufnahme von Darsteller:innen zur Verfügung.

§ 76 UrhG betrifft die **Rechte der Tonträgerhersteller:innen** (und bestehender Tonträger:innen) inkl. der **Interpretenrechte der Musiker:innen laut § 66 UrhG**. Wird also Musik von einem Tonträger (bspw. CD) zur Gestaltung des Theaterstückes abgespielt, sind auch die Rechte an dieser Aufnahme (bspw. bei dem Label) und des Werkes (bspw. des Verlages) zu erwerben. Das wird in der Praxis nicht immer beachtet.

Rechte bei Veröffentlichung von Ton-Bildaufnahmen und Streaming

Diejenigen, die bestimmte künstlerische Leistungen finanzieren, genießen im Rahmen des Urheberrechtsgesetzes einen **Investitionsschutz**. Dieser findet sich beispielsweise in § 72 UrhG (Leistungsschutzrecht **Veranstalter:in**), § 76 UrhG (Leistungsschutzrecht Tonträgerhersteller:in) als auch in § 36 UrhG (die für die:den Filmhersteller:in „gesammelten“ **Urheberrechte der Mitwirkenden**) wieder. Veranstalter:innen haben ein Leistungsschutzrecht an der eigenen Veranstaltung und daher das Recht zu entscheiden, ob die Veranstaltung aufgezeichnet wird. Die Rechte an der (dann hoffentlich mit Zustimmung der:des Veranstalter:in hergestellten) Ton-Bildaufnahme versammeln sich dann bei

dem:der Filmhersteller:in als die Person, die die Filmproduktion finanziert hat. § 66 UrhG regelt das Leistungsschutzrecht der Ton-Bildaufnahme an den Darbietungen der **Interpret:innen**, also der künstlerisch Mitwirkenden. In § 1 Abs 1 UrhG finden sich die **Rechte des:der Urheber:innen des Films**, also Regisseur:in, Kameramann:frau, Cutter:in etc., welche die Rechte üblicherweise an den:die Filmhersteller:in übertragen. Ebenso regelt § 1 Abs 1 UrhG die **Rechte der Urheber:innen von vorbestehenden Werken**, wie Drehbuch, Filmmusik u.a. Und § 76 UrhG regelt wiederum die **Rechte der Tonträgerhersteller:innen** (bzw. bestehende Tonträger:innen), inkl. deren **Interpretenrechte** laut **§ 66 UrhG**.

Achtung: *Bei Veröffentlichung von Ton-Bildaufnahmen müssen alle Urheber- und Leistungsschutzrechte eingeholt werden.*

Welche Verpflichtungen habe ich, wenn ich einen YouTube-Channel betreue?

Einige Kanäle in den sozialen Medien (bspw. YouTube) haben Verträge mit Verwertungsgesellschaften, die die Veröffentlichung von Bild-Tonträgeraufnahmen auf ihren Plattformen regeln. Die Lizenzen werden von der Plattform geleistet und die Urheberrechte damit abgegolten. Bei der Betreuung eines Channels ist also zu bewerten, wer die Urheberrechte abzugelten hat. **Bei der Betreuung eines eigenen Channels, bin ich also nicht nur Veranstalter:in und Bühnenbetreiber:in, sondern zusätzlich Medieninhaber:in.** Medieninhaber:in ist, wer die redaktionelle Oberhoheit auf seine:ihre öffentlichen Kanäle wie Website, Social Media etc. besitzt. Damit einher gehen **Verpflichtungen zur Veröffentlichung (vollständiges Impressum)**, ggf. **Meldepflichten** gegenüber dem Staat (siehe unten den Abschnitt zur KommAustria), **inhaltliche Verpflichtungen und Verpflichtungen gegenüber Verwertungsgesellschaften.**

KommAustria: Kommerzielles Betreiben eines Video-Channels

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) ist die **unabhängige und weisungsfreie Regulierungs- und Aufsichtsbehörde für die elektronischen Audiomedien und die elektronischen audiovisuellen Medien** in Österreich. Das Audiovisuelle Mediendienstgesetz besagt, dass unter bestimmten Umständen eine Anzeige bei der KommAustria vorgenommen werden muss. Sobald etwa durch den Kanal **regelmäßig Einnahmen** (durch Werbung oder Online-Eintritt) lukriert werden, kann eine Anzeige bei der KommAustria notwendig werden. Ob eine Anzeigepflicht vorliegt, ist in den **Informationen für Betreiber:innen von**

Video-Abrufdiensten im Detail nachzulesen. Ist dies der Fall, unterliegt man sodann gewissen Kommunikationsregelungen, Werbebeschränkungen und Meldepflichten.

Wolfgang Renzl *arbeitet seit 2006 als freiberuflicher Rechtsanwalt in Wien und ist seit 2012 Partner bei pflutschinger.renzl. Seine Tätigkeit konzentriert sich auf Fragen des Medien-, Urheber-, Datenschutz- und Gesellschaftsrechts sowie auf Familienrecht und Opferschutz. Der gebürtige Salzburger vertritt Medienunternehmen, berät Unternehmensgründer:innen, Kreative und Musikschaffende und ist Vertrauensanwalt des Music Information Center Austria (mica) und der IG Freie Theaterarbeit.*

Resilienz und Konfliktlösung

mit Sophie Schmeiser, Produktionsleiterin und Organisationsentwicklerin

In der freien Szene müssen Produktionsleiter:innen resilient sein und flexibel arbeiten. Anhand von verschiedenen Modellen kann das Denken rund um die Arbeit rekontextualisiert werden.

Das Rollenmodell

Wie viele Rollen können übernommen werden und welche Konflikte zwischen Rolle, Funktion und Person treten auf? Unter **Rolleninkongruenz** werden die Spannungen zwischen Rolle und Person verstanden, unter **Rollendiffusion** die Unvereinbarkeit widersprüchlicher Erwartungen (Funktionen) ein und derselben Rolle. Als Drittes sind **Abgrenzungsthemen** zu beobachten, das sind beispielsweise Schwierigkeiten zwischen beruflicher Rolle und Person zu unterscheiden.

Das Antreiber-Konzept

Das zweite Konzept stammt aus der **Transaktionsanalyse**. Bei dieser werden wiederkehrende Verhaltensweisen oder Problematiken, die aus einer guten Absicht heraus entstanden sind, entlarvt. Die **fünf Antreiber** sind:

1. Sei perfekt!
2. Streng dich an!
3. Sei schnell!
4. Mach es allen recht!
5. Sei stark!

Mithilfe dieser Konzepte lässt sich einfacher verstehen, worauf bei Resilienz zu achten ist oder wann – bewusst oder unbewusst – Schwellen überschritten werden. Welche Antreiber helfen wirklich und welche nicht? Welche Aufgaben ein:e Produktionsleiter:in in diesem Kontext übernimmt und auf welche verzichtet wird, ist eine persönliche Entscheidung. In der Position der Produktionsleiter:in lohnt es sich allenfalls, Konflikte nicht zu scheuen und Einfühlungsvermögen zeigen zu können.

Konflikte und ihre Lösungen

Konflikte können als **emotionalisierte Unterschiedsverhandlungen** verstanden werden. Je höher der Emotionsgrad, umso selektiver die Wahrnehmung. Sie können aber auch als eine Chance für Teamarbeit, die Produktion und sich selbst betrachtet werden. Zudem benötigen sie auch eine Form der **Übersetzungsarbeit**, wobei die Produktionsleitung als Dolmetscher:in fungieren kann. So können Konflikte auf Problemstellungen aufmerksam machen und Neues erschaffen, Beziehungen vertiefen und zusammenschweißen. Positiv ist es auch, zeitsensibel auf unausgesprochene Konflikte einzugehen.

Für eine Lösung ist bereits oft der Umgang mit aufkommenden Konflikten ausschlaggebend. Wenn hier präventiv gearbeitet wird, indem Emotionen zugelassen (jedoch nicht an sich gelassen) und sich selbst Pausen genommen werden, kann vieles vorweg genommen werden. Dabei sollte die Differenzierung von Rolle, Funktion und Person nicht aus den Augen gelassen und Kritik dementsprechend kategorisiert werden. Mit knappen Ressourcen zu arbeiten, kann zehrend sein. Oft hilft es, E-Mails nicht sofort zu beantworten oder Gespräche zu pausieren. Mehr Raum und Zeit für sich selbst zu schaffen, ist oft schon die halbe Arbeit. Wichtig ist der Respekt für das Gegenüber und das Zugestehen von eigenen und fremden Fehlern, Missverständnissen oder belastenden Situationen. Hier ist wichtig: Empathie ist nicht dasselbe wie Sympathie. Wertschätzung soll gerne und oft mitgeteilt werden und an schlechten Tagen kann eine bewusste Pause oder kleine Auszeit helfen.

Was lernen wir aus Konflikten?

Konflikte sind etwas Lösbares. Erkennungsarbeit ist oft der erste Schritt. So verhält es sich auch mit der Resilienz. Wie flexibel kann und will ich sein? Es gibt konträr auch Situationen, in denen die Aufrechterhaltung eines Problems die Lösung ist. Genauso gibt es Probleme, die nur als solche wirken und eigentlich keine sind.

Sophie Schmeiser studierte Linguistik und Romanistik an der Universität Wien und der Université Jean Moulin, Lyon III und Coaching und Organisationsentwicklung an der ARGE Bildungsmanagement Wien. Seit 2012 ist sie als freie Produktions- und Tourmanagerin im Bereich Tanz, Performance und Theater tätig und begleitete von 2014-19 u.a. Simon Mayer und Kopf hoch, bevor sie mit Eva Holzinger unter dem Namen "mollusca productions" zu arbeiten begann.

Abschließendes Netzwerktreffen und Nachwort

Beim abschließenden Netzwerktreffen am 07.12.2021 waren wir alle ein bisschen wehmütig, dass die Veranstaltungsreihe doch schon vorbei war. Gemeinsam blickten wir zurück: Vieles war neu, einiges bekannt, manches wurde wiederholt. Einigkeit herrschte bei allen Teilnehmenden in einem Punkt: Das Wissen, das in der Reihe vermittelt wurde, hätten sich die Künstler:innen und Produktionsleiter:innen schon viel früher gewünscht – nämlich schon während der Ausbildung an den (künstlerischen) Hochschulen. Umso positiver wurde das kostenlose bzw. -günstige und niederschwellige Angebot des Intensivtrainings der IG Freie Theaterarbeit aufgenommen, das wertvolle und unverzichtbare Informationen für das professionelle Arbeitsleben vermitteln konnte.

Insgesamt haben **218 Personen** an dem Online-Training, das 18 Veranstaltungen zu je zwei Stunden beinhaltet, teilgenommen. Davon kamen ca. 166 Personen aus Wien. Wir freuen uns, dass durch das Onlineangebot auch viele Künstler:innen aus den Bundesländern teilnehmen konnten: 14 Personen aus der Steiermark, je 10 Personen aus Tirol und Oberösterreich, Personen aus den anderen Bundesländern und auch aus Deutschland und der Schweiz. Da einige Vorträge aufgezeichnet wurden, konnten wir das wertvolle Wissen einfangen und zum Nachschauen zur Verfügung stellen. Bis Dezember 2021 wurden bereits **über 200 mal** die versendeten Links zu den Videoaufzeichnungen der Module nachgeschaut. **Pro Modul** haben somit im Durchschnitt **53 Personen** teilgenommen. Der **Frauenanteil** am Intensivtraining liegt bei **74,19%**, was auch ungefähr dem Frauenanteil unter den IGFT-Mitgliedern entspricht. Wir waren begeistert von eurer regen Teilnahme, dem kontinuierlichen Interesse und Zusammenkommen über vier Monate hinweg, konnten neue Gesichter kennenlernen und neue Mitglieder bei der IG Freie Theaterarbeit begrüßen.

Das letzte Netzwerktreffen bot Produktionsleiter:innen, Künstler:innen, Gruppen und Theatern die Möglichkeit, sich zu vernetzen, sich selbst und/oder die Projekte vorzustellen und mögliche Partner:innen zum zukünftigen Zusammenarbeiten zu finden. Es wurde einander zugehört, sich ausgetauscht und sogar Jobs in Wien und den Bundesländern feilgeboten.

Im Anschluss an die Reihe versendeten wir eine Umfrage, an der 86 Personen teilgenommen haben. Das Feedback war überwältigend, ein großes Danke für das viele Lob von eurer Seite! Schön zu wissen, dass wir euch mit unserem Informationsangebot in der täglichen Arbeit unterstützen können. Ein Wunsch, der im Zuge dessen geäußert wurde, sind auch weiterhin regelmäßige Netzwerktreffen, die Zeit für Austausch zu bestimmten Themen geben. Das greifen wir gerne auf und werden Treffen für Produktionsleiter:innen im nächsten Jahr initiieren. Die Termine dazu findet ihr in unserem Kalender auf unserer Website freietheater.at, im Newsletter sowie auf Facebook.

Ein herzliches Danke geht auch an unsere Fördergeber:innen die Stadt Wien Kultur und das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport, sowie an die MA57 – Frauenservice der Stadt Wien, die das Online Intensivtraining Produktionsleiter:innen: Hard Facts & Soft Skills mitfinanziert haben.

Auch uns hat die Reihe und euch besser kennenzulernen, großen Spaß gemacht und auch wir konnten von den Vortragenden viel lernen. Und während ihr diese Broschüre in den Händen haltet, planen wir schon die nächste Veranstaltungsreihe...

Stay tuned, euer IGFTeam

Folgt uns auf Social Media:

Facebook: [IG Freie Theaterarbeit](#)

Instagram: [@ig_freietheaterarbeit](#)

Twitter: [@ig_theater](#)

und im Web:

freietheater.at

theaterspielplan.at

proberaum.freietheater.at

Abonniert auch unseren wöchentlichen Newsletter mit Informationen über die IGFT, Kulturpolitik, aktuelle Ausschreibungen, Jobangebote, Workshops, Festivals und Veranstaltungen im darstellenden Bereich: freietheater.at

Links

Viele kostenlose Informationen, Broschüren und Zusammenfassungen findet ihr auf unserer Website in den IGFT Infomaterialien freietheater.at

Aufgabengebiet einer Produktionsleitung, selbst veranstalten

Österreich Veranstaltungsanmeldung oesterreich.gv.at

Stadt Wien Veranstaltung und Werbung wien.gv.at

Kultur veranstalten in Wien igkulturwien.net

Wiener Veranstaltungsgesetz 2020 ris.bka.gv.at

Veranstaltungsstättenrichtlinie Wien wien.gv.at

Beschäftigungsverhältnisse

IGFT Infoblatt: Selbstständigkeit / Unselbstständigkeit / Freies Dienstverhältnis freietheater.at

Arbeiterkammer (AK): Arbeitsrecht arbeiterkammer.at

Wirtschaftskammer Österreich (WKO): Neue Selbstständige wko.at

Theaterarbeitsgesetz ris.bka.gv.at

Sozialversicherung

IGFT Infoblatt: Sozialversicherung freietheater.at

IG-Netz freietheater.at/ig-netz

System der Pflichtversicherung oesterreich.gv.at

Österreichische Gesundheitskasse (ÖGK) gesundheitskasse.at

Sozialversicherungsanstalt der Selbständigen (SVS) svs.at

Wirtschaftskammer Österreich (WKO): Informationen zur Sozialversicherung für Selbstständige wko.at

Künstler-Sozialversicherungsfonds (KSVF) ksvf.at

Arbeitsmarktservice (AMS) ams.at

Neue digitale Formate in der darstellenden Kunst

Punktlive punktlive.de

Open Broadcaster Software (OBS) obsproject.com/de

Verein gründen und betreiben

Kulturverein gründen und betreiben, IG Kultur Wien igkulturwien.net

Vereinsgründung Österreich oesterreich.gv.at

Vereinsgesetz ris.bka.gv.at

Internetabfrage Vereinsregister citizen.bmi.gv.at

Kulturförderungen und Finanzierungsmöglichkeiten

siehe Kulturabteilungen der jeweiligen Gebietskörperschaften

Kulturabteilung der Stadt Wien wien.gv.at/kultur

Kuratoren Theater Tanz Performance kuratoren-theatertanz.at

MA57 – Frauenservice der Stadt Wien wien.gv.at/kontakte/ma57

Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport: Kunst und Kultur-Förderungen bmkoes.gv.at

ACT OUT Tour- und Residencyförderung freietheater.at/act-out

DOTA Dance on Tour Austria tgw.at/dance-on-tour-at

Green Event

Green Events Austria Netzwerk bmk.gv.at

ÖkoEvent, Stadt Wien oekoevent.at

The Theatre Green Book theatregreenbook.com

E-Book „Grüne Mobilität - Ein Leitfaden zur ökologisch nachhaltigen Mobilität für die Darstellenden Künste“ (Julie's Bicycle) Mai 2011, Deutsche Übersetzung:

Dezember 2012, Green Rider juliesbicycle.com

E-Book „Einfach Machen! Ein Kompass für ökologisch nachhaltiges Produzieren im Kulturbereich“ Herausgegeben von der Kulturstiftung des Bundes (DE) kulturstiftung-des-bundes.de

Projektbeschreibung und Kalkulation

IG Freie Theaterarbeit: Empfehlungen der Honoraruntergrenze und Kalkulationstool (mit und ohne Empfehlungen der HNU) freietheater.at/honoraruntergrenze

IG Kultur: Gehaltsschema und Honorarspiegel für Kulturarbeit igkultur.at

Einnahmen-Ausgaben-Rechnung und Vermögensübersicht

Fachgutachten KFS/RL 19 der Kammer der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer ksw.or.at

Wirtschaftskammer Österreich (WKO): Formulare für die Buchhaltung wko.at

Technische Voraussetzungen für digitales Arbeiten

Mindestgagentarife Filmschaffende avmedien.at

Social Media Marketing - Was kann Instagram

linktr.ee, lnk.bio, later.com, notion.so, trello.com

Förderabrechnung

Stadt Wien Kultur: Neue Modalitäten und Richtlinien für Förderungen seit Jänner 2020 wien.gv.at

Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport (BMKOES): Förderkontrolle/Förderabrechnung für Kunstschaffende bmkoes.gv.at

Hochladen und Verwerten von digitalen Inhalten im Internet

Urheberrechtsgesetz Österreich ris.bka.gv.at

Wirtschaftskammer Österreich (WKO): Urheberrecht Basisinfos wko.at

AKM austromechana akm-aume.at

Literar-Mechana literar.at

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH:

Informationen zur Meldung von Videochannels rtr.at

Resilienz und Konfliktlösung

Buchtipp: Erste Hilfe für die Künstlerseele, Barandun Christina, Alexander Verlag Berlin 2018 alexander-verlag.com

Impressum

ig freie theaterarbeit

IG Freie Theaterarbeit

Gumpendorfer Straße 63B, A-1060 Wien

ZVR-Nr. 878992823

+43 (0)1/403 87 94

office@freietheater.at

freietheater.at

Redaktion: Winona Bach, Dafne Ilhan, Julia Kronenberg, Patrick Trotter

Redaktionsschluss: 16.12.2021

Layout: Julia Tabor kokostudio.eu

Druckerei: resch druck, Wien

Die Broschüre ist Teil des Online-Intensivtrainings „Aus- und Weiterbildungsschwerpunkt Produktionsleiter:innen: Hard Facts und Soft Skills“, welches von der MA 57 – Frauenservice der Stadt Wien unterstützt wurde.



Die IG Freie Theaterarbeit wird unterstützt von:



Durch eure Existenz
fühle ich mich beruhigter
und weniger allein.
Danke.

Anonym

