



INFO

Praxistipps für  
Kreative und  
Kulturschaffende



KREATIV

musikwirtschaft

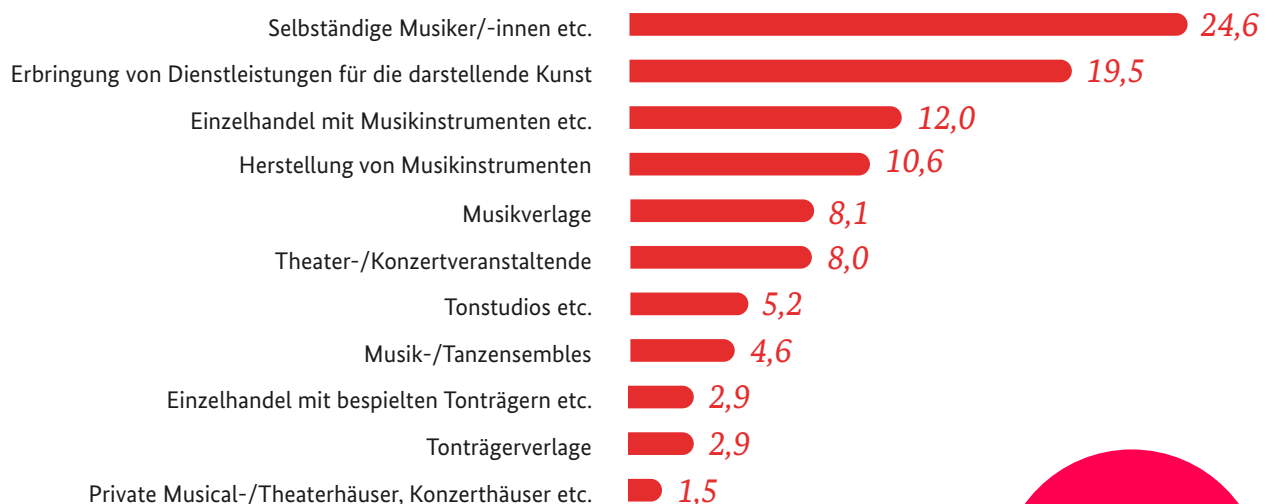
*Die vielen Musikerinnen und Musiker, Musik- und Tanzensembles sind die größte Gruppe in der Musikwirtschaft. Und vor allem auch für sie gilt, was Friedrich Wilhelm Nietzsche so ausgedrückt hat: „Ohne Musik wäre das Leben ein Irrtum.“*

Die Musikwirtschaft ist extrem vielfältig: Zu ihr gehören die Komponistinnen und Komponisten sowie Textdichterinnen und -dichter, also die „Urheber“ musikalischer Werke, ebenso wie die „produzierenden und verbreitenden Unternehmen“: Tonträger- und Musikverlage, Konzert- und Festivalveranstaltende, Musiktheaterpro-

duktionen und Musicalbühnen. Dazu kommen der Musikfachhandel sowie die Dienstleistungen rund um den Musikbetrieb, also z.B. die Vorverkaufsstellen, bühnentechnische Dienste oder diejenigen, die Musikinstrumente herstellen.

### Selbständige und Unternehmen in der Musikwirtschaft 2021

Angaben in %, Gesamt: 11.462 (Schätzung 2022)



# Tipps für (angehende) selbständige Musikerinnen und Musiker

Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Hinweise, worauf Sie als angehende selbständige Musikerinnen und Musiker achten sollten. Nutzen Sie aber bitte auch die darüber hinausgehenden Informationen zur Gründung und Gründungsförderung.

Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft  
[www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)

BMWK-Existenzgründungsportal  
[www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)

Staatsministerin für Kultur und Medien  
[www.bundesregierung.de](http://www.bundesregierung.de)

Förderdatenbank des Bundes  
[www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de)



## Festes Fundament: Ausbildung

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

## Den großen Durchbruch schaffen

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

### Tipps:

- **Genre:** Wenn Sie von Ihrer Musik leben möchten, egal in welchem Genre, sollten Sie zunächst eine ganz klare Idee davon haben, welche Musik Sie machen wollen. Mit einer vagen Vorstellung anzutreten und auf den Publikumsgeschmack zu spielen, wird nicht funktionieren.
- **Programm:** Dazu gehört vor allem ein unverwechselbares Programm. Wer sich ohne eigenes Repertoire z. B. zu einer Casting-Show anmeldet und zu fremden Stücken Playback singt, kann zwar den schnellen Ruhm erlangen. Der ist aber flüchtig.

- **Unverwechselbar:** Bekannt machen z. B. eine besondere musikalische Virtuosität, vielleicht auch ungewöhnliche Harmonien. Oder große Namen: Wer als klassische Musikerin oder klassischer Musiker Bach im Angebot hat, wird damit nie ganz schiefliegen. Aber, so ein Insider: „Der Übungsaufwand für viele Bach-Instrumente ist enorm, der Gage oft nicht angemessen.“

”

*Wer aus Liebe zur Musik Musikerin oder Musiker sein will, sollte sich so wenig wie möglich nach dem Publikumsgeschmack richten. Wer notgedrungen Tanzmusik macht, spielt das, was das Publikum hören will. Sie werden damit aber nicht zufrieden sein. Besser wäre es, Ihren Lebensunterhalt anderweitig zu sichern. Und die Musik, die Sie eigentlich machen wollen, nebenberuflich besonders gut zu machen. Das gefällt dann dem Publikum erst recht.*

## Schritt für Schritt nach Plan

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

### Tipp:

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



## Spielend bekannt werden: Auftritte

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

### Tipps:

- **Üben:** Ihre ersten Auftritte müssen richtig gut sein und unbedingt „ankommen“.
- **Umfeld:** Bemühen Sie sich erst mal in Ihrem engsten Umfeld um Publikum: Wen kennen Sie, der Ihnen die Möglichkeit gibt, öffentlich aufzutreten?
- **Vernetzen:** Sie müssen sich in der Szene vernetzen. Sie müssen wissen, wo Sie auftreten können, welche Musik an welchen Veranstaltungsorten geboten wird, wer dort das Sagen hat, welche Gagen Sie verlangen können.
- **Resonanz:** Wenn Auftritte vereinbart sind, sollten Sie andere Veranstaltungs- und Booking-Unternehmen sowie die Presse einladen: „Wir spielen da und da. Hört Euch das doch mal an.“
- **Klinkenputzen:** Fragen Sie systematisch bei Veranstaltungsorten an, an denen Sie gerne spielen möchten. Das bedeutet Klinkenputzen.
- **„Soziale Medien“:** Nutzen Sie Internet-Plattformen der „Sozialen Medien“, um Ihre Musik zu veröffentlichen.
- **Bauchladen:** Arbeiten Sie gleichzeitig weiter an einem guten und gängigen Repertoire.



## Du bist nicht allein: Agenturen/Booking-Unternehmen

Musikerinnen und Musiker stecken zu Beginn ihrer Arbeit in einem Teufelskreis. Sie sollten üben und spielen, sonst nichts. Stattdessen müssen sie sich darum kümmern, spielen zu dürfen.

”

*Man sitzt ununterbrochen am Telefon, um Auftritte zu vereinbaren. Und auf 100 Anrufe kommen zwei, drei Treffer. Dann müssen Verträge ausgehandelt werden. Diese Zeit fehlt vor allem in der Startphase beim Üben. Und gleichzeitig müssen gerade die ersten Auftritte in dieser Startphase perfekt sein.*

## Wer bist denn du? Bewerbungsunterlagen

Sorgen Sie also dafür, dass möglichst viele Leute möglichst viel von Ihnen erfahren: Veranstalterinnen und Veranstalter, Presse, Musiklabels, Agenturen/Booking-Unternehmen. Es ist leider so: Ohne eine gute Medienkompetenz haben Sie heute eher schlechte Karten.

### Tipps:

- **Unterlagen:** Stellen Sie wie für eine Job-Bewerbung Unterlagen zusammen. Dazu gehören ein professionelles Pressefoto und eine für Laien nachvollziehbare Beschreibung der Musik, die Sie machen. Das Ganze sowohl in digitaler Form im Internet, aber auch als Mappe.
- **Arbeitsproben:** Dazu gehören auf jeden Fall Hörbeispiele oder vielleicht sogar Videos, die Sie auf Ihrer Internetseite oder einer CD/DVD anbieten können. Sie lassen sich relativ einfach bewerkstelligen, wenn Sie z. B. bei einem Ihrer ersten Auftritte ein Audioaufnahmegerät oder eine Videokamera mitlaufen lassen (deshalb müssen die ersten Auftritte auch unbedingt so gut vorbereitet sein). Aus dem Videomaterial können Sie z. B. YouTube-Clips herausschneiden, aus dem Audiomaterial eine Promotion-Auflage an CDs herstellen.

### Tipps:

- **Unterstützung:** Beauftragen Sie für die Kontaktaufnahmen eine Agentur oder ein Booking-Unternehmen. Diese haben in der Regel mehrere Musikerinnen, Musiker oder Bands unter Vertrag, akquirieren für sie Aufführungsorte und -termine oder CD-Produktionen und erledigen die vertraglichen Formalitäten.
- **Auswahl:** Erkundigen Sie sich, welche Agenturen/Booking-Unternehmen für Ihre Musik infrage kommen und welchen Ruf sie in der Branche haben. Nutzen Sie dafür auch Bewertungen oder Foren im Internet. Eine Übersicht über Konzertdirektionen und Künstleragenturen bietet z. B. das [Deutsche Musikinformationszentrum](#). Fragen Sie dazu auch bei Ihrem Musikverband nach.
- **Vertrag:** Bei Ihrem Musikverband gibt es in der Regel auch Vertragsmuster und Tipps, worauf Sie achten müssen, um nicht über den Tisch gezogen zu werden. Vertragsmuster findet man außerdem bei [Mediafon](#), dem Beratungsservice der ver.di für Solo-Selbständige. Im Zweifelsfall kann man auch ein Musikfachanwaltsbüro konsultieren.

## Runde Sache: Label

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

### Tipps:

- **Auswahl:** Wenn Sie ein passendes Label suchen, sollten Sie überlegen, welche anderen Musikerinnen, Musiker oder Bands Sie mögen. Bei welchem Label sind die unter Vertrag?
- **Bewerbung:** Bewerben Sie sich beim Label Ihrer Wahl. Die Unterlagen und Hörbeispiele dafür sollten Sie längst vorbereitet haben.
- **Alternative:** Wenn man Sie nicht aufnimmt, können Sie Ihre CD immer noch unter eigenem Label produzieren. Für Werbung und Vertrieb müssen Sie dann gesondert sorgen.



*Heute ist die Szene so verdrahtet, dass man zwangsläufig auf Sie zukommt, wenn Sie positiv auffallen. Wenn Sie positiv auffallen, spricht sich das auf jeden Fall herum. Kümmern Sie sich also vor allem um Ihre Musik und Ihre Auftritte.*



## Qualität setzt sich durch: besser werden

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

### Tipps:

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

## Vertrag & Verwertungsrechte

Abgesehen von Verträgen mit Veranstalterinnen und Veranstaltern spielen für Musikerinnen und Musiker zwei Vertragsparteien eine wichtige Rolle: Agenturen/Booking-Unternehmen und Labels.

### Tipps:

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

- **Verwertungsrechte:** Sie sollten immer versuchen, die Verwertungsrechte an Ihren Kompositionen zu behalten. Vor allem große Labels werden oftmals versuchen, Ihnen diese für eine verlockende Summe abzukaufen.
- **Verwertungsgesellschaften:** Nicht immer können Musikerinnen und Musiker selbst überprüfen, ob, wo und wie ihre Werke veröffentlicht oder vervielfältigt werden. Damit sie trotzdem ihre rechtmäßige Vergütung erhalten, werden ihre Urheberrechte von sogenannten Verwertungsgesellschaften wahrgenommen. Sie ziehen bei der Nutzung von Musik-Werken Gebühren ein und zahlen diese als Tantiemen an die Urheberinnen und Urheber aus. Melden Sie sich bei diesen Verwertungsgesellschaften an. Für Sie in Frage kommen: die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) für Komponisten, Textdichter, Musikverleger und die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL) für Musikerinnen und Musiker, Sängerinnen und Sänger sowie die Tonträgerproduktionen mit eigenem Label.
- **Zweitverwertung:** Suchen Sie auch einen Verlag, der sich um die Zweitverwertung kümmert, z. B. als Filmmusik.

## He's got a daytime job, he's doing alright: Nebenjob

Viele Musikerinnen und Musiker leben daher eher schlecht von wenigen kleinen Konzerten. Um ihre Musik machen zu können, brauchen die allermeisten einen Nebenjob. Für die meisten muss es sogar ein Hauptjob sein, da die Musik, wenn man arbeiten gehen muss, noch weniger einspielt.

### Tipps:

- **Nebenjob:** Suchen Sie einen Job, der mit Ihrer Musik zu tun hat. Wenn es nicht Musiklehrerin oder Musiklehrer sein soll: Denken Sie als U-Musikerin oder U-Musiker vielleicht mal darüber nach, in Cover-Bands mitzuspielen. Zum einen gibt es dafür spezielle Agenturen, die nur solche Musikerinnen und Musiker suchen und buchen. Zum anderen sind sie meist regional gut vernetzt. So kennen sich z. B. alle Schlagzeuginnen und Schlagzeuger einer Region untereinander. Wenn Nr. 1 ausgebucht ist und ein gutes Angebot bekommt, reicht er es an Nr. 2 weiter. Es gibt erfahrungsgemäß viele solcher Angebote. Und sie werden richtig gut bezahlt.



- **Karriere:** Für welchen Job auch immer Sie sich entscheiden werden: Er wird Ihnen Zeit für „Ihre“ Musik „stehlen“, zum Üben, Komponieren usw. Sie entscheiden sich damit mit großer Wahrscheinlichkeit gegen eine „Karriere“ als Nur-Musikerin oder Nur-Musiker.

## Support: Förderhilfen

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

- **Wettbewerbe:** Nehmen Sie an Wettbewerben teil. Siegerinnen, Sieger, aber auch gut Platzierte oder Nominierungen werden von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen. Genauso wie Auftritte auf großen Musikfestivals. Für beide Fälle gilt: Hier müssen Sie richtig gut sein.
- **Erkundigen Sie sich nach vorhandenen „Fördertöpfen“.** Wenden Sie sich an die Kulturämter vor Ort. Informationen hierzu bieten außerdem z. B. die Internetseiten der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung.

### Quellen

Mediafon [www.mediafon.net](http://www.mediafon.net)

mg: mannheimer gründungszentren gmbh/Musikpark Next Mannheim [www.next-mannheim.de](http://www.next-mannheim.de)

ver.di – Fachgruppe Musik, Berlin <https://kunst-kultur.verdi.de/musik/freie>

VUT – Verband unabhängiger Musikunternehmen e. V.: [www.vut.de](http://www.vut.de)

## WEITERE INFORMATIONEN

### Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft



Initiative  
Kultur- & Kreativwirtschaft  
der Bundesregierung

Im Herbst 2007 hat die Bundesregierung die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft gestartet. Koordiniert wird sie vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Ziel der Initiative ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken und für mehr Gründungen und Arbeitsplätze in der Branche zu sorgen.

Auf der Internetseite der Initiative finden sich Informationen zur Initiative, zu den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie umfangreiche Praxistipps für (angehende) Kultur- und Kreativschaffende. Darüber hinaus sind hier auch die Beratungsangebote der Bundesländer sowie Netzwerke und Verbände gelistet.

Die Initiative führt ein kontinuierliches Branchenmonitoring durch. Die Monitoringberichte analysieren die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Gesamtwirtschaft (seit 2009).

[Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft](#)

### Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes



KOMPETENZZENTRUM  
KULTUR- UND  
KREATIVWIRTSCHAFT  
DES BUNDES

Das Kompetenzzentrum ist seit Herbst 2009 Teil der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Seine Aufgabe

ist, die Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar zu machen, ihre disziplinübergreifenden Potenziale für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik zu vermitteln, gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren Lösungsansätze für branchenbetreffende Herausforderungen zu entwickeln und das Innovationspotenzial der Kreativbranche stärker auszuschöpfen. Dazu gehört vor allem auch, die Innovationsdynamik insbesondere im Bereich der nicht-technischen Innovation zu steigern und Lösungsoptionen für Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft aufzuzeigen.

## Anlaufstellen Kultur- und Kreativwirtschaft in den Bundesländern

### Baden-Württemberg

Netzwerk Kreativwirtschaft  
<https://kreativnetzwerk.mfg.de>

### Bayern

Bayerisches Zentrum für  
Kultur- und Kreativwirtschaft  
<https://bayern-kreativ.de>

### Berlin

Creative City Berlin  
[www.creative-city-berlin.de](http://www.creative-city-berlin.de)

### Brandenburg

Kreatives Brandenburg  
[www.kreatives-brandenburg.de](http://www.kreatives-brandenburg.de)

### Bremen

WFB Wirtschaftsförderung  
Bremen  
[www.wfb-bremen.de](http://www.wfb-bremen.de)

### Hamburg

Hamburg Kreativ Gesellschaft  
[www.kreativgesellschaft.org](http://www.kreativgesellschaft.org)

### Hessen

Kultur- und Kreativwirtschaft  
in Hessen  
[www.kreativwirtschaft-hessen.de](http://www.kreativwirtschaft-hessen.de)

### Mecklenburg-Vorpommern

Kreative MV  
[www.kreative-deutschland.de](http://www.kreative-deutschland.de)

### Niedersachsen

Kultur- und Kreativwirtschaft  
[www.mw.niedersachsen.de](http://www.mw.niedersachsen.de)

### Nordrhein-Westfalen

CREATIVE.NRW – Cluster Kultur- und  
Kreativwirtschaft  
[www.creative.nrw.de](http://www.creative.nrw.de)

### Rheinland-Pfalz

Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft  
[www.zirp.de](http://www.zirp.de)

### Saarland

kreativzentrum.saar  
[www.kreativzentrumsaar.de](http://www.kreativzentrumsaar.de)

### Sachsen

Kreatives Sachsen  
[www.kreatives-sachsen.de](http://www.kreatives-sachsen.de)

### Sachsen-Anhalt

Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt  
[www.kreativ-sachsen-anhalt.de](http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de)

### Schleswig-Holstein

Kultur- und Kreativwirtschaft  
[www.schleswig-holstein.de](http://www.schleswig-holstein.de)

### Thüringen

Thüringer Agentur für die  
Kreativwirtschaft (THAK)  
[www.thueringen-kreativ.de](http://www.thueringen-kreativ.de)

Weitere Kontaktadressen  
finden Sie hier:  
[www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)  
unter „Beratung finden“).

#### Impressum

#### Herausgeber

Bundesministerium für  
Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
[www.bmwk.de](http://www.bmwk.de)

#### Stand

Februar 2023

Diese Publikation wird ausschließlich als  
Download angeboten.

#### Gestaltung

PRpetuum GmbH, 80801 München

#### Bildnachweis

iStock  
Chinnapong/Titel; master1305/S. 2–6

#### Zentraler Bestellservice für Publikationen der Bundesregierung:

E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)  
Telefon: 030 182722721  
Bestellfax: 030 18102722721

Diese Publikation wird vom Bundesministerium  
für Wirtschaft und Klimaschutz im Rahmen der  
Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publika-  
tion wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum  
Verkauf bestimmt. Sie darf nicht zur Wahlwer-  
bung politischer Parteien oder Gruppen einge-  
setzt werden.