



InfoKreativ

Praxistipps für Kreative & Kulturschaffende

Kunstmarkt

Inhalt

- ▶ Der Kunstmarkt – ein kleiner Markt von großer Bedeutung 01
- ▶ Tipps für (angehende) bildende Künstlerinnen und Künstler 02
- ▶ Rat und Tat 08

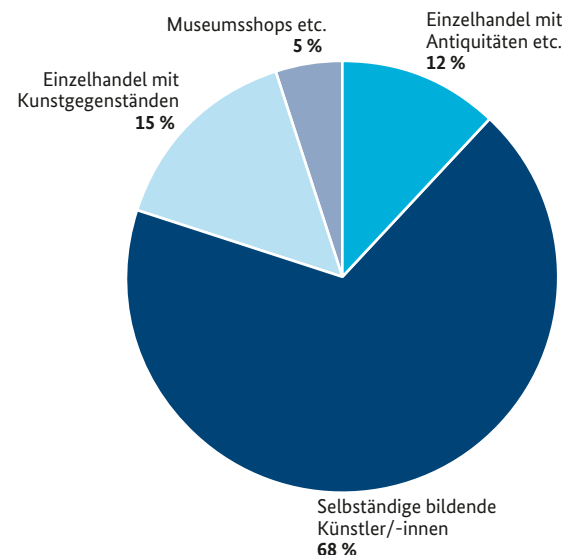
Der Kunstmarkt

Selbständige bildende Künstlerinnen und Künstler werden zum Kunstmarkt gezählt. Rund 13.000 Freiberuflerinnen, Freiberufler und gewerbliche Unternehmen sind hier – nach Angaben der amtlichen Statistik – „unterwegs“. Zwei Drittel davon sind selbständige bildende Künstler. Der Kunstmarkt zählt – gemessen an der Zahl der Unternehmen und Umsätze – zu den kleinsten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Aber für das Image- und die Identität der gesamten Branche ist er von großer Bedeutung. Abgesehen davon kann der Kunstmarkt auf eine überdurchschnittlich hohe Umsatzsteigerung zurückblicken: von 2009 bis 2013 um stolze 12,5 Prozent, heißt es im BMWi-Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013.

Allerdings geht dieser Zuwachs vor allem auf das Konto der Museumsshops. Sie werden neben den bildenden Künstlerinnen und Künstlern ebenso zum Kunstmarkt gezählt wie der Einzelhandel mit Kunstgegenständen (Galerien, Auktionshäuser) und der Einzelhandel mit Antiquitäten.

„Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit“, hat Karl Valentin über den beruflichen Alltag von selbständigen Künstlerinnen und Künstler einmal gesagt. Ergänzend könnte man hinzufügen: Die viele Arbeit steht oft in einem schlechten Verhältnis zum Ertrag. Höchstens zehn Prozent können von der Kunst einigermaßen leben, so der Bundesverband Bildender Künstler e. V., vielleicht zwei Prozent richtig gut, und nur ein Prozent sehr gut. Ein Schlüssel zum Erfolg: die Selbstvermarktung. Sich selbst zu vermarkten, ohne den eigenen Anspruch an die künstlerische Qualität aufzugeben, das ist die Kunst.

Selbständige bildende Künstler/-innen im Kunstmarkt



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

Tipps für (angehende) bildende Künstlerinnen und Künstler

Der Kunstmarkt mit eigenen Gesetzen verlangt vor allem von jungen Künstlerinnen und Künstlern, dort ihren Platz zu finden. Wie dies gelingen kann, dazu finden Sie auf den folgenden Seiten einige Tipps.

Keine Arbeit ohne Arbeitsplatz: Ateliersuche

Ohne Atelier keine Kunstproduktion: Vor dieser Herausforderung stehen die meisten jungen Künstlerinnen und Künstler nicht selten dann, wenn sie als Absolventen aus ihrer Hochschule ausziehen und plötzlich in eigenen Räumen weiterarbeiten müssen.

Tipps:

- Schließen Sie sich einer Künstlergruppe an, die passende und leerstehende Räumlichkeiten für eine gewisse Zeit als Ateliers nutzt (Zwischennutzung). Fragen Sie bei Ihrer Stadtverwaltung nach, ob geeignete Räume zur Zwischennutzung zur Verfügung stehen.
- Suchen Sie sich alternativ einen Platz in einer bestehenden Ateliergemeinschaft. Hier werden Sie wegen der geringen Atelierplätze allerdings damit rechnen müssen, nur für eine kurze Zeit „Unterschlupf“ zu finden. Stellen Sie sich zu Beginn ihrer freien Arbeit auf eine Phase häufigeren Ein- und Ausziehens ein.
- Finden Sie spätestens bei der Gelegenheit auch heraus, ob Sie lieber allein oder mit anderen zusammen ein Atelier nutzen wollen. Nur weil Sie womöglich in der Hochschule in einem Klassenraum gemeinsam gearbeitet haben, bedeutet das nicht, dass das Ihr Arbeitsstil sein muss.



Wie es Euch gefällt: der Kunstmarkt

Die Vorstellungen und Ansprüche an die eigene Kunst decken sich nicht unbedingt mit der Marktnachfrage. Welche Werke auf dem Kunstmarkt erfolgreich sind, welche nicht, ist nicht vorhersagbar. Die Chancen, erfolgreich zu sein, steigen dennoch durch eine Orientierung daran, was Käufer kaufen oder nicht.

Tipp:

- Helfen Sie dem Zufall auf die Sprünge. Überlegen Sie, welche Ihrer Arbeiten oder Ihrer kreativen Dienstleistungen am ehesten Interesse finden. Wem können Sie was anbieten? Was Käufer kaufen und wie „marktfähig“ Ihre Kunstwerke sind, können Sie selbst herausfinden. Besuchen Sie Ausstellungen, Kunstmessen, Kulturinitiativen. Vergleichen Sie Angebote, Verkaufserfolge und Preise – auch über das Internet, Blogs, Fachzeitschriften. Sie werden dabei u. a. feststellen, dass auch künstlerische Arbeiten bei Käufern gut ankommen, die von der Kulturförderung eher „schief angesehen“ werden und die heute in den Förderrichtlinien keine Rolle mehr spielen (z. B. Graffiti-Arbeiten). Das bedeutet: Die künstlerischen Maßgaben der Kulturförderung und der Kunstmarkt „ticken“ unterschiedlich.

Alternative: Sich selbst vermarkten

Der Schlüssel für den Erfolg ist nicht allein die Qualität der künstlerischen Werke. Dazu kommt der Bekanntheitsgrad der Künstlerin bzw. des Künstlers. Für diesen Bekanntheitsgrad muss man zunächst selber sorgen. Es bleibt Künstlern nicht erspart, sich zum Karrierestart (und meist auch darüber hinaus) selbst zu vermarkten.

Tipps:

- Schaffen Sie sich ein digitales Profil: mit einer eigenen Webseite oder einem Account in einem sozialen Netzwerk. Dabei sollten Sie hier nicht nur zeigen und beschreiben, was Sie tun und schaffen, sondern auch dazugehörige Presseveröffentlichungen oder Redetexte von Ausstellungseröffnungen einstellen.
- Bauen Sie sich ein Netzwerk von Kolleginnen und Kollegen, Geschäftspartnern (z. B. Galeristen), Multiplikatoren (z. B. Presse, Ausstellungskuratoren) und Ausstellungsbesuchern auf. Legen Sie einen professionellen Adressverteiler mit Namen, Kunst-Vorlieben, Wohnort an, den Sie bei Vernissagen oder zu Ateliereinladungen „bedienen“ können. Besuchen Sie Vernissagen, Kunstmessen und Kulturveranstaltungen aller Art. Kalkulieren Sie dafür reichlich Zeit ein.



- Gehen Sie auch auf potenzielle Förderer zu. Einige öffentliche Einrichtungen wie z. B. Sparkassen oder Volks- und Raiffeisenbanken sind Träger einer Kunststiftung und müssen einen Teil ihrer Erträge gemäß ihrem Stiftungsauftrag in Kunst anlegen. Sie richten auch Veranstaltungen für Künstler aus. Melden Sie auch an Ihrer Hochschule Interesse an derartigen Förderungen an. Es ist nämlich auch möglich, dass z. B. die Sparkassen die Hochschule beauftragen, ihnen eine Auswahl von Künstlern zu präsentieren.
- Lassen Sie sich an Ihrer Hochschule für „Previews“ im Rahmen von Kunstmessen registrieren. Hochschulen haben hier meist einen Messeraum zur Verfügung, in dem sie die Arbeiten von Absolventen oder Studenten ausstellen können. Solche „Previews“ finden in einigen Bundesländern immer wieder (mit öffentlicher Unterstützung) statt. Nach diesem Muster gibt es auch eine ganze Reihe von Messen mit Jahrgangsausstellungen der Hochschulen selber. Dazu laden diese auch der Hochschule bekannte Kunstinteressierte, Presse und Sammler ein. Gehen Sie möglichst frühzeitig auf die Projektverantwortlichen der Hochschule zu. Bedenken Sie dabei: „Berücksichtigt wird nur der, der will“.

Auch Riesen haben klein angefangen: erste Schritte

Um einen Fuß in die Türen gängiger Kunstaussteller zu bekommen, muss man diesen erst einmal auffallen.

Tipps:

- Für Newcomer können zu diesem Zweck Ausstellungen in öffentlichen Einrichtungen wie Rathäusern oder Ämtern ein erster Schritt sein. Dazu gehören auch lokale oder regionale Kulturinitiativen, Kunstmärkte und Museen. In die engere Wahl gehören außerdem ehemalige Fabrikgebäude oder andere „aufgelassene“ Räumlichkeiten, die von Künstlerinitiativen genutzt werden (oft in Zwischennutzung). Auch Unternehmen kommen infrage: beispielsweise Arztpraxen, Banken oder Unternehmen mit größeren Empfangshallen.



- Die Auswahl geeigneter Ausstellungsräume hängt von diesen Fragen ab: Ist der konkrete Ausstellungsstandort für Ihre Werke geeignet? Ist das „Ihr“ Publikum, das diese Räume besucht? Sind die Räumlichkeiten dem Publikum täglich über einen längeren Zeitraum zugänglich?
- Bewerben Sie sich um Stipendien und nehmen Sie an Wettbewerben für Preise sowie Ausschreibungen teil (z. B. für Kunst am Bau oder Kunst im öffentlichen Raum). Stipendien (der Bundesregierung, Bundesländer, Regionen, Kommunen oder privaten Stiftungen) sichern Ihnen den Lebensunterhalt für längere Lern- oder Schaffensphasen. Eine Übersicht über die zahlreichen Stipendien, Wettbewerbe und Preise gibt die Internet-Datenbank www.kulturpreise.de
- Erarbeiten Sie sich ein nachvollziehbares Arbeitsportfolio, das Sie in einer Mappe oder im Internet präsentieren können. Ein solches Portfolio sollte sowohl aktuelle als auch ältere Arbeiten enthalten. Insgesamt sollte eine professionelle Entwicklung deutlich werden. Stipendien, gewonnene Ausschreibungen und Preise werden darin zu Bausteinen Ihrer Künstlerbiografie. Schaffen Sie sich auf diesem Weg ein Image, das Ihnen hilft, um auf dem Kunstmarkt wahrgenommen zu werden.

Gemeinsam stärker: Galerien finden

Galerien sind für junge Künstlerinnen und Künstler wichtige Sprungbretter in den Markt. Sie stellen aus und vermitteln weitere wichtige Kontakte zu Kuratoren, Sammlern und Journalisten. Galerien sind in den allermeisten Fällen auf eine bestimmte Art von Kunst oder auch einige wenige Künstlerinnen und Künstler spezialisiert. Ihre Galerie muss zu Ihnen und zu Ihren Werken passen. Sie muss für Ihre Kunstrichtung bekannt sein und außerdem in derselben „Liga“ spielen. Als Newcomer hat es wenig Sinn, zum Start bei Topadressen anzufragen.

Tipps:

- Um die passende Galerie zu finden, hilft nur eines: suchen. Möglich ist dies etwa auf Kunstmessen, auf Ausstellungseröffnungen, im Internet oder über persönliche Kontakte. Die Website des Bundesverbandes Deutscher Galerien und Kunsthändler e. V., www.bvdg.de, bietet einen Überblick über Galerien. Ein umfangreiches Verzeichnis zu aktuellen Ausstellungsterminen gibt es beispielsweise unter www.kq-daily.de.
- Um eine Auswahl zu treffen, sollten Sie bei infrage kommenden Galerien u. a. prüfen, welche Künstler die Galerien vertreten, ob diese schon länger im Geschäft sind, in Veranstaltungskalendern und auf Messen vertreten und anerkannte Mitglieder in einem Berufsverband sind.

→ Wenn Sie eine Galerie im Visier haben: Gehen Sie professionell vor. Nehmen Sie am besten schriftlich Kontakt auf. Rufen Sie ein paar Tage später an und vereinbaren Sie einen Besuchstermin. Nicht zu unterschätzen ist dennoch: Wenn Sie ohne Voranmeldung einfach mit Ihrer Mappe unter dem Arm in eine Galerie hineinspazieren, erhalten Sie einen ungeschminkten ersten Eindruck davon, wie die Galerie auf Besucher wirkt und wie Sie behandelt werden. Wenn Sie vor einer Kontaktaufnahme auf eine Vernissage gehen, sehen Sie, welches Publikum die Galerie anzieht.

Mit Galerien zusammenarbeiten: Rechte und Pflichten

Wer sich von einer Galerie vermarkten lässt, stellt dieser seine Werke exklusiv – zumindest zeitweise – zur Verfügung. Er ist auf das Vermarktungsgeschick der Galeristin oder des Galeristen angewiesen. Diese wiederum investieren Zeit und Geld in Ausstellungsprojekte und andere Vermittlungsaktivitäten ohne vorab zu wissen, ob sich das für die Galerie lohnt. Eine solche Zusammenarbeit ist also keine Kleinigkeit. Sie ist zunächst einmal auf drei bis fünf Jahre angelegt, kann aber, wenn sie „funktioniert“, auch unbefristet laufen.

Tipp:

→ Umfangreiche Informationen zu allen Aspekten, die für das Binnenverhältnis Künstler-Galerie wichtig sind, bieten z. B. das [„Handbuch Bildende Kunst“](#) des Berufsverbands Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. oder die vom Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e. V. erarbeitete Broschüre [„Grundsätze der Zusammenarbeit von Künstlern und Galerien“](#).



Es geht auch ohne: Ausstellungen selbst organisieren

Es gibt viele denkbare Ausstellungsorte. Wer keine Ausstellungsgelegenheiten oder Galeristen findet (oder nicht mehr vom Goodwill der Veranstalter oder Galeristen abhängig sein will), kann sich mit Gleichgesinnten zusammentun und eine so genannte Produzentengalerie eröffnen.

Tipp:

→ Um hier für Auslastung und Aufmerksamkeit zu sorgen, kann man in den Ausstellungsräumlichkeiten zusätzlich Kunstprojekte oder Künstlerfeste organisieren, Künstler aus anderen Gemeinden zu Ausstellungen einladen, zu bestimmten Zeiten ein „Offenes Atelier“ anbieten. Es ist denkbar, eine solche Produzentengalerie als Stiftung zu verankern.

Werk und Vertrag: Kunst ausstellen und verkaufen

Wenn Sie irgendwo ausstellen – und verkaufen – wollen, gibt es Vieles zu klären und zu beachten.

- **Versicherungen:** Klären Sie, ob und wie Ihre Arbeiten gegen Diebstahl/Beschädigung versichert werden. Klären Sie, ob der „Hausherr“ oder die Galerie einen Teil der Kosten (z. B. Transport, Ausstellungsequipment, Versicherung) übernimmt. Vereinbaren Sie, wenn möglich, eine Ankaufgarantie.
- **Preise:** Es gibt keine Vorgaben für eine Preiskalkulation in der bildenden Kunst. Preise ergeben sich durch Angebot und Nachfrage. Erste Anhaltspunkte können sein: zu niedriger Preis = nichts wert. Zu hoher Preis = schreckt ab. Der Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e. V. verrät: „Bei jungen Künstlern, denen eine Galerie mit einer ersten Ausstellung den Zutritt zum Markt ermöglicht, werden oftmals niedrig angesetzte, absolute Preise zugrunde gelegt, die erst im Laufe der Zeit zu einer klaren Faktorenregelung führen. Künstler, die im Markt positioniert sind, verfügen bereits über ein System der Preisgestaltung. Dieses wird oft folgendermaßen berechnet: Höhe plus Breite mal Faktor. Zum Beispiel: Ein Bild im Format 100 x 100 cm x Faktor 20 kostet 200 x 20 = 4.000 Euro.“

- **Verträge:** Kommt ein Verkauf zustande, versäumen es viele Künstlerinnen und Künstler, einen schriftlichen Vertrag zu schließen und die Einnahmen zu verbuchen. Die Gewerkschaft ver.di bietet für diesen Fall Vertragsmuster an.
- **Bilder zur Miete:** Als Alternative zum Verkauf kann man Kunstwerke auch vermieten. Das ist für den „Kunden“ kostengünstiger als ein Kauf. Erfahrungsgemäß werden viele gemietete Kunstobjekte nach Ablauf der Mietfrist zusätzlich angekauft.
- **Praxishilfen:** Umfangreiche Informationen zu Verträgen, Steuern und Rechtsfragen stellen u. a. der Berufsverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. in der Reihe „[ProKunst](#)“ und die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di mit dem „[Vertragswerk Kunst](#)“ zur Verfügung.

Die Welt ist ein Dorf: Ausstellungen im Ausland

Werke im Ausland zu zeigen, ist ein wichtiger Schritt, um den eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern. Auslandserfolge sind ein wichtiger Baustein für eine Künstlerbiografie, die für Aufmerksamkeit sorgt.

Tipps:

- Beteiligen Sie sich an internationalen Ausschreibungen. Ankündigungen finden Sie u. a. auf den Internetseiten des Bundesverbandes Bildender Künstler.
- Antworten auf Fragen rund um Kunstausstellungen im Ausland erhalten Sie bei der Internationalen Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK, www.igbk.de). Zu Fördermöglichkeiten von Ausstellungen im Ausland informiert auch das Institut für Auslandsbeziehungen (IFA; www.ifa.de).
- Ein besonders umfangreiches Angebot und Antworten auf viele Fragen rund um das Thema Mobilität von Künstlern bietet das Informationsportal www.touring-artists.info.



Bei den Leisten bleiben: Zusatzjob

Für viele Künstlerinnen und Künstler ist ihre Kunst Berufung. Dabei sind die meisten auf einen Zusatzjob angewiesen, um sich diesen „Beruf“ leisten zu können.

Tipps:

- Versuchen Sie, mit Ihrem Nebenberuf zumindest in der Nähe Ihrer Berufung zu bleiben. Suchen Sie beispielsweise Arbeit in der kulturellen Bildung: z. B. künstlerische Projekte für Kinder und Jugendliche, Kreativangebote für Unternehmer, Unternehmen und Belegschaften, Ideen zur Auflockerung und für einen abwechslungsreichen Ablauf von Seminaren, Kongressen, Illustrationen für Verlage usw.
- Nehmen Sie Kontakt mit öffentlichen oder privaten Bildungsträgern auf. Reichen Sie hier Vorschläge für Bildungsangebote ein. Am besten bieten Sie Kurse in der Disziplin an, in der Sie „zu Hause“ sind.

Alles und noch viel mehr: Business-Know-how

Viele weitere Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende finden Sie unter www.kultur-kreativ-wirtschaft.de. U. a. Informationen zu:

- Freier Beruf & Gewerbe
- Künstlersozialkasse (KSK)/
Künstlersozialversicherung (KSV)
- Steuern und Finanzamt
- Urheberrecht & -schutz
- Versicherungen, Recht & Verträgen
- Verwertungsgesellschaften
- **Kunst und öffentliche Aufträge: Kunst am Bau**
Die öffentliche Hand steht mit ihren Bauwerken in besonderer Weise im Blickfeld der Öffentlichkeit. Der Bund hat sich verpflichtet, einen Teil der Baukosten öffentlicher Bauten für Kunstwerke zu verwenden. Kunst am Bau berücksichtigt dabei alle Möglichkeiten der bildenden Kunst. Das auf Bundesebene federführende Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) lässt sich von einem künstlerischen Sachverständigenkreis beraten. Auch einige Städte haben diese Verpflichtung auf kommunaler Ebene übernommen.
www.bmub.de
- **Bundeskunstsammlung**
Seit 1970 sammelt der Bund Kunst. In den Jahren ist eine umfangreiche Sammlung zur Kunst entstanden, die das künstlerische Schaffen und damit die Entwicklung der zeitgenössischen Kunst in der Bundesrepublik dokumentiert. Für Ankäufe verfügt der Bund über einen eigenen Etat. Die Bundeskunstsammlung ist keine Museumssammlung. Die Werke werden an öffentliche Institutionen, Ministerien, Botschaften, aber auch an Museen, ausgeliehen.
www.bundesregierung.de

- **Stiftung Kunstfonds**
Zweck und Aufgabe der Stiftung Kunstfonds ist die Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst in Deutschland. Die Stiftung Kunstfonds ist eine unabhängige, bundesweit agierende Fördereinrichtung, deren Gremien mehrheitlich aus bildenden Künstlerinnen und Künstlern bestehen. Sie wird gefördert von der Kulturstiftung des Bundes und der VG Bild-Kunst.
www.kunstfonds.de
- **Auslandstudienaufenthalte für Künstlerinnen und Künstler**
Der Bund (BKM) bietet hochbegabten deutschen Künstlerinnen und Künstler die Möglichkeit, sich durch längere Studienaufenthalte im Ausland weiterzuentwickeln. Gefördert werden Studienaufenthalte in verschiedenen Einrichtungen, wie der Villa Massimo in Rom, der Villa Romana in Florenz, dem Deutschen Studienzentrum in Venedig sowie der Villa Aurora in Los Angeles.
www.bundesregierung.de
- **Kultur macht stark – Bündnisse für Bildung**
Um bildungsbenachteiligten Kindern und Jugendlichen ein gutes Rüstzeug mit auf ihren Bildungsweg zu geben, wird das Bundesministerium für Bildung und Forschung ab 2013 deutschlandweit lokale Bündnisse für Bildung unterstützen, insbesondere im Bereich der kulturellen Bildung. Das BMBF stellt für dieses Programm für die nächsten fünf Jahre eine Viertelmilliarde Euro zur Verfügung. Eine Vielzahl von Aufträgen und Ideen von Kommunen, Kirchen und sozialen Einrichtungen und Unternehmen sind hier eingegangen. Sie müssen nun umgesetzt werden. Hier sind Akteure der kulturellen Bildung gefragt.
www.buendnisse-fuer-bildung.de

Quellen:

- Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V., Berlin: www.bbk-bundesverband.de
- Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e. V., Berlin: www.bvdg.de
- Career & Transfer Service Center an der UdK Berlin: www.careercenter.udk-berlin.de
- Fachgruppe Bildende Kunst, ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft, Berlin: www.verdi.de
- Interviews mit Künstlerinnen und Künstlern

Rat und Tat

- **Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft**
Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur- und Medien (BKM) umgesetzt. Sie bietet u. a. viele Informationen und Praxishilfen für (angehende) Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

- **Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft**
Wichtiges Element der Initiative ist das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Es versteht sich als Partner der Branche und bietet allen Kreativschaffenden eine Plattform für Vernetzung und Dialog. Dabei arbeitet das Kompetenzzentrum eng mit den bestehenden Beratungs- und Förderangeboten vor Ort zusammen.
Infoline: 030 346465300,
E-Mail: kontakt@kreativ-bund.de

- **Netzwerke und Verbände des Kunstmarkts**
Eine Auswahl von Netzwerken und Verbänden der Designwirtschaft finden Sie im Internetportal der Initiative: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Publikationen

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

Bestelltel.: 030 18 272 2721;
publikationen@bundesregierung.de
Download und Bestellfunktion: www.bmwi.de

Internet

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
- BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
- Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de
- Online-Ausgabe des Handbuchs der Kulturpreise
www.kulturpreise.de
- Deutsches Informationszentrum für Kulturförderung
www.kulturforderung.org

Anlaufstellen Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesländer

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

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Stand:

März 2015

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Köln/Berlin

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis:

Matthias Enter – Fotolia (Titel), Gerhard Wanzenböck – Fotolia (S. 2), arsdigital – Fotolia (S. 2), George Dolgikh – Fotolia (S. 3), Elena kouptsova-vasi – Fotolia (S. 4), Ssogras – Fotolia (S. 5), alphaspirit – Fotolia (S. 6)

