

K  
-  
A  
T

# Das Kapital der Kreativen

Für dich und deine Finanzen!



# Das Kapital der Kreativen Für dich und deine Finanzen!

Ein Handbuch der  
Kreativwirtschaft Austria  
Für dich und deine Ideen!



**K  
—  
A  
T**

**Wir vertreten dich  
und deine Interessen.  
Wir unterstützen dich  
und deine Ziele.  
Wir zeigen dich  
und deine Leistung.**

**Wir sind die  
Kreativwirtschaft Austria  
Für dich und deine Ideen!**

**[www.kreativwirtschaft.at](http://www.kreativwirtschaft.at)**

**K** Kreativwirtschaft  
**—**  
**A** Austria **WKO**  
**T** WIRTSCHAFTSKAMMER SÜDOSTSCHNITZ



**Gerin Trautenberg** | Vorsitzender der Kreativwirtschaft Austria

**Michaela Gutmann** | Geschäftsführerin der Kreativwirtschaft Austria

# Einstimmung

Kreativität und Intelligenz sind das Kapital der Zukunft. Sätze wie dieser finden sich in vielen Hochglanzbroschüren. Sie lesen sich gut, doch stimmen sie mit der Realität überein? Wer seinen Lebensunterhalt in der Kreativwirtschaft bestreitet, weiß, dass es keinen Automatismus zwischen Kreativität und Wohlstand gibt. Kreative Ideen abseits der Norm, neue Geschäftsmodelle und innovative Projekte haben es oft schwer, an die zum Starten nötige Finanzierung zu gelangen.

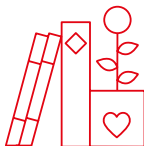
Um erfolgreich zu sein, genügt es jedenfalls nicht, noch härter zu arbeiten. Klüger ist es, anders zu arbeiten: zum Beispiel Ideen auf den Punkt zu bringen, Projekte genau durchzurechnen und mehrere Möglichkeiten der Finanzierung zu überprüfen, vom Crowdfunding über öffentliche Förderungen bis hin zum klassischen Bankkredit. Es gibt viele Möglichkeiten, den Wert der eigenen Arbeit und damit das „Kapital der Kreativen“ zu erhöhen. Der professionelle Umgang mit den Finanzen ist eine davon.

Mit dem KAT-Handbuch „Das Kapital der Kreativen“ wollen wir praxisnahe Informationen und Hilfestellungen zur Finanzierung kreativer Projekte und Geschäftsideen bieten. Es behandelt die Schritte von der Ideenentwicklung über die Kostenplanung und den Businessplan bis hin zu verschiedenen Finanzierungsquellen wie Eigenkapital, Bankkrediten, Beteiligungen, Crowdfunding und öffentlichen Förderungen. Ziel ist es, aufzuzeigen, wie du deine Kreativität und Ideen in wirtschaftlichen Erfolg verwandeln kannst, indem du professionell mit Finanzen umgehst und passende Finanzierungsmöglichkeiten nutzen kannst.

Die Kreativwirtschaft Austria

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Schritt für Schritt zur Finanzierung</b>                          | <b>8</b>  |
| Schritt 1 – Von der Idee zum Konzept                                 | 8         |
| Schritt 2 – Identifizierung von Kosten                               | 13        |
| Schritt 3 – Der Businessplan als Sicherheit, der Pitch als Türöffner | 16        |
| Schritt 4 – Bereit für ein Investment?                               | 22        |
| <b>Von Banken, Business Angels und der Crowd</b>                     | <b>29</b> |
| Die richtige Finanzierung für deine Ideen                            | 29        |
| Aus eigener Tasche – Eigenkapital                                    | 30        |
| Bankkredite – Finanzmittel vom Geldinstitut                          | 33        |
| Beteiligungen durch externe Partner:innen                            | 35        |
| Business Angels                                                      | 36        |
| Den richtigen Business Angel wählen                                  | 38        |
| Crowdfunding – Finanzierung über die Community                       | 39        |
| <b>Die Förderungen als Weg zur Finanzierung</b>                      | <b>48</b> |
| Förderarten                                                          | 48        |
| Eine Fördermöglichkeit finden                                        | 49        |
| Die Förderung beantragen                                             | 50        |
| Förderzusage: Wie geht es weiter?                                    | 51        |
| Das passende Förderprogramm finden                                   | 52        |
| Ein Tipp am Schluss                                                  | 54        |
| <b>Impressum</b>                                                     | <b>59</b> |





**Barbara Veit**  
[www.veitdesign.at](http://www.veitdesign.at)

# Schritt für Schritt zur Finanzierung

Um aus einer guten Idee einen wirtschaftlichen Erfolg zu machen, sind gute Planung, ein langer Atem und ausreichend Kapital für die Umsetzung notwendig. Wer andere zur Finanzierung ins Boot holen will, muss sich neben den persönlichen Kernkompetenzen Klarheit über die eigenen finanziellen Möglichkeiten und den Finanzierungsbedarf verschaffen. Es bedarf einiger und vor allem sorgfältiger Vorarbeit, um eine Idee plausibel darzustellen und in weiterer Folge auch potenziellen Partner:innen, Kreditgebenden und Förderstellen präsentieren zu können.

## Schritt 1 – Von der Idee zum Konzept

Eine Idee zu haben, ist eine Sache. Ob sie am Markt funktioniert und das möglichst nachhaltig, ist eine andere. Um sich Klarheit zu verschaffen, sollten Kreative ihre Idee zunächst in ein Konzept gießen und verschriftlichen. Ist die Idee gut, kann auch das Konzept überzeugen, sofern es ausgearbeitet ist. Es lohnt sich daher, Zeit darin zu investieren, die Idee auf den Punkt zu bringen.

- ⇒ **Produkt:** Was kann dein Produkt? Welche Leistungen bietest du genau an? Was ist darin alles enthalten?
- ⇒ **Kund:innenbedürfnis:** Was hebt dein Produkt von solchen ab, die schon am Markt sind? Welches Bedürfnis der Kund:innen wird dadurch befriedigt?
- ⇒ **Investitionsaufwand:** Welche Infrastruktur, Räumlichkeiten, Maschinen usw. benötigst du? Welche Kosten fallen dadurch an?
- ⇒ **Organisationsaufwand:** Brauchst du Partner:innen oder Mitarbeiter:innen? Was kosten diese?
- ⇒ **Zielgruppe:** Wen genau willst du ansprechen? Wer soll bei dir „einkaufen“ und warum? Wie groß ist diese Zielgruppe?
- ⇒ **Vermarktung:** Wie willst du deine Kund:innen erreichen und von deinem Angebot überzeugen?



## Das Konzept im Praxischeck entwickeln

Vor allem, um ein unternehmerisches Vorhaben erfolgreich zu gestalten, aber auch, um aus der Idee ein überzeugendes, ansprechendes Konzept zu entwickeln, ist aktive Marktrecherche unablässig. Dabei ist praxisnahe Planung immer besser als theoretische, und Feedback vom Markt sollte schon frühzeitig eingebaut werden. Dafür reichen oft schon Skizzen, einfache Modelle oder eine kurze Präsentation, um bereits vor dem Projektstart Kontakte zu wichtigen Stakeholder:innen aufzubauen und erstes Feedback zu erhalten.

Durch Feedbackschleifen mit relevanten Marktteilnehmer:innen steigt nicht nur die Erfolgswahrscheinlichkeit des Vorhabens, sondern wird auch die Planung insgesamt realistischer. Man muss sich das Ganze als eine Art „Trockenübung“ vorstellen, bei der Hürden erkannt und Wege geebnet werden sollen. Die Gefahr, „am Markt vorbei zu entwickeln“, wird ebenfalls verringert, besonders, wenn man mit potenziellen Kund:innen spricht. Dieses realitätsnahe Vorgehen werden auch potenzielle Geldgebende schätzen, wodurch die Chancen auf eine Finanzierung steigen.

Die wichtigsten Fragen können schon am Anfang den Blick und das Konzept schärfen.

### Sicht der Kund:innen

Mit dieser Gruppe können vor allem Unsicherheiten der Nachfrageseite geklärt werden.

- ⇒ Können sich potenzielle Kund:innen vorstellen, dein Angebot in Anspruch zu nehmen?
- ⇒ Ist der Sinn hinter deinem Produkt oder deiner Dienstleistung einfach verständlich?
- ⇒ Musst du auf bestimmte Kommunikationsbarrieren achten?
- ⇒ Haben die Kund:innen Verbesserungsvorschläge bei der Gestaltung deines Angebotes?
- ⇒ Ist die Verwendung bzw. die Integration einfach oder komplex?

## **Sicht von Mitgründenden, Mitarbeitenden und Kooperationspartner:innen**

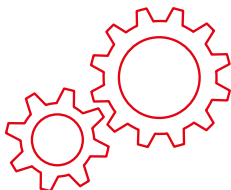
In den frühen Phasen sind dies meist Freund:innen, Bekannte oder Kolleg:innen.

- ⇒ Kannst du das Vorhaben alleine umsetzen, oder brauchst du dafür zusätzliches Know-how und Personal?
- ⇒ Gibt es Schlüsselrollen oder Kernkompetenzen, die du frühzeitig für dein Vorhaben benötigst?
- ⇒ Hast du Zugang zu geeignetem Fachpersonal, auf das du dich verlassen kannst?
- ⇒ Kannst du bereits ohne finanzielle Mittel Menschen von der Idee oder dem Konzept überzeugen (Mitgründende identifizieren)?
- ⇒ Hast du einen Wettbewerbsvorteil durch einen besonders guten Zugang zu relevanten Fachkräften?

## **Sicht von Produktionspartner:innen**

Geht es bei dem Vorhaben um neue Produkte wie eine Modekollektion, ein innovatives Produktdesign oder eine neue Linie für Naturkosmetik, sollten auch mit künftigen Produktionspartner:innen die Voraussetzungen für eine Zusammenarbeit geklärt werden.

- ⇒ Gibt es eine Mindestproduktionsmenge?
- ⇒ Welche Vorfinanzierung musst du leisten, um zu welchem Ergebnis zu gelangen?
- ⇒ Kannst du Teile deiner Kosten durch eine Erfolgsbeteiligung der Produzent:innen decken?
- ⇒ Gibt es besondere rechtliche oder sicherheitstechnische Rahmenbedingungen, auf die du achten musst?



## **Sicht von Vertriebspartner:innen**

Mit Vertriebspartner:innen musst du sprechen, um Vertriebskanäle etwa für Videospiele, Festivaltickets oder Mode zu finden und Rahmenbedingungen zu identifizieren:

- ⇒ Kann das Produkt oder die Dienstleistung in der geplanten Form vom Partnerunternehmen vertrieben werden?
- ⇒ Gibt es Mindestanforderungen an Qualitätsstandards, produzierte Mengen oder den Inhalt?
- ⇒ Haben die Partner:innen die nötigen Kapazitäten, dein Vorhaben zu unterstützen (Lagerhäuser, freie Verkaufsfläche, genügend Marge)?

## **Geldgebende und Investor:innen**

So einfach es klingt, du kannst Geldgebende auch nach ihren Investmentvoraussetzungen fragen.

- ⇒ Was soll aus Sicht der Geldgebenden bereits geschehen sein, damit sie eine gewisse Summe investieren?
- ⇒ Wie viel Geld wären sie bereit, zu investieren?
- ⇒ Was sind „KO-Kriterien“ für Investor:innen?

Das Feedback kann helfen, die Marktfähigkeit einer Idee zu bestätigen, Hürden zu erkennen, das Vorhaben praxisnah zu entwickeln und an der Kundschaft zu orientieren. Dabei gilt es aber immer, selbst abzuwägen und auch – besonders bei extrem positivem oder negativem Feedback – den Hintergrund und die Erfahrung der Person miteinzubeziehen, von der du Ratschläge und Einschätzungen erhältst. Kommt eine Rückmeldung etwa von einer Person, die aufgrund ihres persönlichen oder beruflichen Hintergrunds Vorurteile hat? Verfügt sie über genügend Fachwissen oder Praxiserfahrung, um relevante Aussagen zu treffen?



## TIPP

Positives Feedback ist kein abgeschlossener Deal. Auch eine sehr positive Rückmeldung ist keine sichere Kooperation oder eine fixe Kaufzusage. Von einer Idee begeistert zu sein und sich mit Zeit- oder Geldressourcen einzubringen, sind zwei grundlegend verschiedene Dinge. In der Praxis verleitet das besonders unerfahrene Selbstständige zu unrealistischen Kalkulationen und Annahmen („Und schon haben wir den ersten Kunden/Projektpartner gewonnen!“). Am Ende des Tages zählen nur unterzeichnete Verträge mit finanziellen Verpflichtungen.

## Auf einen Blick

Kreativität allein garantiert keinen wirtschaftlichen Erfolg. Um aus einer Idee einen Erfolg zu machen, sind sorgfältige Planung, Kalkulation und das Einholen von Feedback essenziell. Kreative sollten ihre Idee in ein schriftliches Konzept gießen, das Produkt, Kund:innenbedürfnisse, Investitions- und Organisationsaufwand, Zielgruppe und Vermarktung klar beschreibt. Frühzeitige Marktrecherche und Feedback von Kund:innen, Partner:innen, Produktions- und Vertriebspartner:innen sowie Geldgeber:innen erhöhen die Realitätsnähe und Erfolgchancen des Vorhabens. Positives Feedback ist jedoch keine Garantie für eine Finanzierung; entscheidend sind unterzeichnete Verträge mit finanziellen Verpflichtungen.

## Schritt 2 – Identifizierung von Kosten

Ist nun die Idee in Form eines konkreten Konzeptes ausgearbeitet, stellt sich die Kostenfrage: Wie viel kostet es, das Projekt umzusetzen? Wurden alle Positionen berücksichtigt? Welche Aspekte der Unternehmung sollten welche finanzielle Aufmerksamkeit erhalten?

### Die Kosten im Blick

Da sich kreative Projekte oft stark voneinander unterscheiden, variieren auch die Kostenpositionen. Man kann sich lediglich an häufig vorkommenden Kostenpositionen orientieren, um sich einen Überblick über die vorhandenen Ressourcen und die notwendigen Ausgaben zu verschaffen. Hier ein paar häufig vorkommende Kostenpunkte bei Start-ups:

- ⇒ Teammitglieder: Welche Personen sind für das Vorhaben essenziell, und was sind gängige Gehälter für diese?
- ⇒ Marketing: Was kosten einschlägige Marketingkampagnen? Ist die Zusammenarbeit mit einer Agentur notwendig? Was kosten „Ads“ auf sozialen Medien? Wie hoch sind übliche Gehälter von Mitarbeiter:innen im Marketing?
- ⇒ Sales: Ist es in der Branche üblich, auf professionellen Veranstaltungen, Messen oder anderen Events präsent zu sein? Solltest du hier als Aussteller:in agieren oder einfach nur teilnehmen? Und welche Kosten entstehen dabei?
- ⇒ Investitionsgüter: Werden teure Maschinen, Spezialequipment oder andere Investitionsgüter benötigt? Können diese kapitalschonend gemietet oder geleast werden? Welche Instandhaltungskosten fallen an?
- ⇒ Softwarelizenzen: Werden für das Vorhaben kostspielige Softwareprogramme benötigt? Könnte sich hier die Beauftragung eines Dienstleistungsunternehmens auszahlen, das ohnehin diese Programme verwendet?
- ⇒ Räumlichkeiten: Welche Räumlichkeiten, von einem Büro bis zum Drehplatz, werden benötigt? Gibt es Möglichkeiten, sich Kosten mit anderen zu teilen (Coworking-Space)?

- ⇒ Materialkosten: Wo bekommst du die nötigen Materialien zu welchen Preisen? Gibt es Wege, hier Kosten zu sparen (Mengenrabatte, Second-Hand, Lieferantenkredite usw.)?
- ⇒ Professionelle Dienstleistungen: Benötigst du Dienstleistungen wie rechtliche oder steuerliche Beratung oder spezialisierte Agenturen?
- ⇒ Reisekosten: Stehen zur Erfüllung der Aufgaben häufige Reisen bevor? Wie können hier die Ausgaben minimiert werden?



## Praxisbeispiel: Budgetierungsframework „Above the Line“

Damit anhand eines Beispiels deutlich wird, wie unterschiedlich Budgetierungsansätze von kreativen Projekten sein können, wird im folgenden Abschnitt das Beispiel der Filmbranche herangezogen. Hier soll deutlich werden, wie Budgetierungsframeworks als bewährte Hilfestellung (Vorlagen) dienen können, um Unerfahrenen einen Startpunkt bei der Budgetierung zu liefern.

Das Above-the-Line-Framework unterteilt die Kosten in die drei Kategorien: „above the line“, „below the line“ und „post-production“. Kosten, die mit dem kreativen Teil zu tun haben, wie Drehbuch und Gagen für die kreativ Tätigen, werden der Kategorie „above the line“ zugeschrieben. Technische und wirtschaftliche Kosten kommen in „below the line“ (Mieten, Bühnenbild, Kostüm usw.). Die „post-production“ beinhaltet alle Ausgaben, die durch das Überarbeiten entstehen. Zum Schluss werden noch die Versicherung, eine Fertigstellungsgarantie und ein Überschreibungsbudget von ca. zehn Prozent mit einberechnet.

| ABOVE-THE-LINE                 | BELOW-THE-LINE                           | POST-PRODUCTION                           |
|--------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Schauspiel                     | Kamera                                   | Filmmusik                                 |
| Komposition                    | Ton                                      | Nachbearbeitung von Ton- und Filmmaterial |
| Regie                          | Licht                                    | Schnitt                                   |
| Drehbuch                       | Mieten (Drehorte, Ausstattung)           | -                                         |
| Reisekosten                    | Maske                                    | -                                         |
| Casting                        | Kostüm                                   | -                                         |
| Produktionsarbeit              | Statisterie                              | -                                         |
| -                              | Bühnenbau                                | -                                         |
| -                              | Transport                                | -                                         |
| -                              | Requisiten                               | -                                         |
| -                              | sonstige Material- und Produktionskosten | -                                         |
| 20 – 25 %<br>des Gesamtbudgets | 45 – 55 %<br>des Gesamtbudgets           | 10 – 15 %<br>des Gesamtbudgets            |



## TIPP

Auf bestehendes Know-how zurückgreifen! Informiere dich, ob es für deine Branche oder deinen Projekttyp ein Budgetierungsframework gibt. Oft werden auch Konzepte aus Übersee im heimischen Markt angewendet. Sogar vorgefertigte Excel-Modelle können online gefunden und als Hilfestellung herangezogen werden. Zusätzlich ist es immer ratsam, sich hier Unterstützung von Leuten aus der Branche zu holen, die solche Vorhaben bereits umgesetzt haben.

## Schritt 3 – Der Businessplan als Sicherheit, der Pitch als Türöffner

Nachdem eine möglichst umfassende Kostenübersicht erstellt wurde, dringt ein Businessplan noch tiefer in die Planung vor. Ein Businessplan ist zwar kein Muss, aber je professioneller ein Konzept ausformuliert ist, desto eher schafft es klare Verhältnisse und damit ein glaubhaftes Auftreten vor potenziellen Geldgeber:innen.

Ein Businessplan umfasst im Idealfall nicht mehr als 30 Seiten und beschreibt die Geschäftstätigkeit in den ersten drei bis fünf Jahren nach Beginn der Unternehmung. Er soll vor allem zeigen, wie viel Kapital zur Umsetzung einer Geschäftsidee notwendig ist und wie dieser Bedarf gedeckt werden soll. Darüber hinaus ist die klare Aufschlüsselung des Geschäftsmodells von großer Bedeutung. Es gilt also zu erklären, wie für die Kundschaft ein Mehrwert entsteht und wie dabei das Unternehmen einen Ertrag erwirtschaften kann.

Ein Businessplan sollte zumindest folgende Informationen enthalten:

- ⇒ eine Executive Summary zu Beginn
- ⇒ die Geschäftsidee samt Geschäftsmodell



- ⇒ Erfahrungen und Kompetenzen der Umsetzenden, Gründenden oder Projektleitenden
- ⇒ Marktumfeld und Konkurrenz
- ⇒ ein Marketingkonzept
- ⇒ eine Analyse der Stärken, Schwächen und Risiken
- ⇒ Angaben zur Finanzplanung und Finanzierung
- ⇒ einen Zeitplan

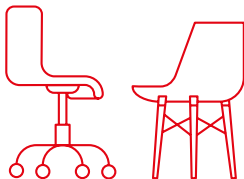


## TIPP

---

Beim Planen bereits an die Finanzierung denken! Ein wichtiger Aspekt beim Planen eines kreativen Geschäftsvorhabens ist es, zu verstehen, welche Aspekte eines Geschäftsmodells für welche Art der Finanzierung interessant sind. Das bedeutet, dass beim Ausarbeiten des Businessplans die Investitionskriterien der Geldgebenden berücksichtigt werden sollten. So wird die Finanzierung eines Vorhabens wahrscheinlicher, während bewährte Geschäftsmodelle ihre Beachtung finden.

Nimm dir Zeit für den Businessplan und hole auch die Meinung Außenstehender ein. Wende dich etwa an unternehmerisch erfahrene Vertrauenspersonen und Familienmitglieder. Wirtschaftskammern und externe Expert:innen bieten dabei professionelle Unterstützung an.



## Geschäftsmodelle, Investor:innen

Ein Game-Entwickler hält bei der Erstellung seines Businessplans gerade in der Phase der Erstellung des Geschäftsmodells. Nun steht er vor der Frage, wie er mit seinem Spiel Geld verdienen will, und wägt zwei Optionen gegeneinander ab:

- ⇒ Free-to-Play: Dieses Geschäftsmodell zielt darauf ab, in kurzer Zeit so viele Downloads wie möglich zu generieren, da die finanzielle Hürde bei der Endkundschaft eliminiert wird. Der nötige Umsatz wird dann durch „In-Game“-Käufe erzeugt. Das bedeutet, dass spannende Inhalte erst später gekauft werden.
- ⇒ Kaufpreis: Das klassische Geschäftsmodell sieht vor, von Endkund:innen einen Kaufpreis für das Spiel zu verlangen. Danach sind in der Regel alle Spielinhalte zugänglich, manchmal besteht die Möglichkeit, für Erweiterungen zu zahlen.

In dieser Situation stellt sich der Entwickler eine Grundsatzfrage zum Geschäftsmodell („Wie verdiene ich Geld?“), deren Beantwortung später seine Finanzierungsmöglichkeiten beeinflusst. Die erste Variante geht klar mit einem größeren Kapitalbedarf einher, da ab dem Veröffentlichen des Spiels nicht sofort Verkaufserlöse erzielt werden, um Kosten zu decken. Jedoch wird die Zahl der Spielenden rasanter steigen. Somit muss eine Finanzierung eine „Durststrecke“ überbrücken und hohe Marketingausgaben decken (um viele User:innen zu akquirieren). Im Gegenzug ist beim Erfolg des Vorhabens mit einem starken Umsatzwachstum zu rechnen. Dieses Geschäftsmodell würde zum Beispiel gut zu „Venture Capitalists“ als Geldgebenden passen. Diese investieren von Grund auf größere Summen, weil sie auf eine rasante Skalierung abzielen. Sieht man sich nun die zweite Variante „Kaufpreis“ an, wird klar, dass hier die Zahl der Spielenden langsamer steigt, jedoch früher Umsatz generiert wird. Dieses Geschäftsmodell ist für Geldgebende mit moderateren Investitionssummen besser geeignet. Vor allem Business Angels oder eine Finanzierung durch die „Crowd“ könnten hier relevant sein.



## TIPP

Geschäftsmodelle sollten zu den jeweiligen Investor:innen passen! Man sollte sich der Finanzierungsstrategie und den damit verbundenen Kriterien seiner „Wunsch“-Investor:innen bewusst sein. Vor allem beim Planen des Projekts kommt es oft darauf an, wann der erste Umsatz geplant ist und wie sich das Wachstumspotenzial daran koppelt.

## Der Pitch, „die Zusammenfassung des Businessplans“

Hat man den Businessplan im Detail ausgearbeitet, geht es nun an die Kurzfassung, den Pitch. Dieser ist nicht weniger wichtig als der Detailplan, da er als Türöffner fungiert. Investor:innen haben oft nicht die Zeit, sich alle Dokumente aus jeder einzelnen Bewerbung durchzulesen, weshalb eine kurze und prägnante Präsentation – der Pitch – umso wichtiger ist. Es müssen auf wenigen Präsentationsfolien zumindest folgende Inhalte vermittelt werden:

- ⇒ das Problem
- ⇒ die Lösung
- ⇒ das Produkt/die Dienstleistung
- ⇒ das Alleinstellungsmerkmal
- ⇒ das Marktpotenzial
- ⇒ der Wettbewerb
- ⇒ das Geschäftsmodell
- ⇒ der Kapitalbedarf

Zur Frage, welche Inhalte wann und in welchem Umfang im Pitch auftauchen sollen, gibt es viele Meinungen. Als Grundregel gilt, das Konzept verständlich zu vermitteln und das Interesse der Lesenden zu wecken. Es ist auch hilfreich, die Präsentation einer Person zu zeigen, die nicht mit dem Projekt vertraut ist. Dadurch kann sie auf Verständlichkeit geprüft werden.



## TIPP

Gut Ding braucht Weile. Nimm dir Zeit für die Erstellung des Businessplans und des Pitches und hole auch die Meinung Außenstehender ein. Wende dich etwa an unternehmerisch erfahrene Vertrauenspersonen und Familienmitglieder. Wirtschaftskammern und externe Fachleute bieten zudem professionelle Unterstützung an.

## Auf einen Blick

Zahlen, Plan, Pitch, Klarheit statt Chaos: Wer weiß, was das eigene Projekt kostet, plant schlauer. Der Businessplan macht aus Ideen ein Geschäftsmodell – und der Pitch bringt's auf den Punkt. So wird aus Kreativität Kapital.



## Zur Vertiefung

Mehr zum Thema Geschäftsmodell und Markteintritt findest du im KAT-Handbuch „Das Handwerk der Kreativen“.

[www.kreativwirtschaft.at/HandwerkderKreativen](http://www.kreativwirtschaft.at/HandwerkderKreativen)

Das Gründer:innenportal der Wirtschaftskammern Österreichs (WKÖ) bietet umfangreiche Informationen und Services rund um den Start ins Unternehmertum.

[www.gruenderservice.at](http://www.gruenderservice.at)

Plan4You ist eine kostenlose Finanzplanungssoftware für Gründer:innen und Jungunternehmer:innen. Sie enthält eine einfache Möglichkeit zur Planrechnung und unterstützt bei der Erstellung deines Finanzplans.

[www.gruenderservice.at/businessplan](http://www.gruenderservice.at/businessplan)

Das GründerCenter der Erste Bank bietet kompetente Beratung in allen Belangen der Unternehmensgründung.

[www.sparkasse.at/erstebank/gruender/services-fuer-gruenderinnen-/gruendercenter](http://www.sparkasse.at/erstebank/gruender/services-fuer-gruenderinnen-/gruendercenter)

i2b, eine Initiative der Erste Bank und Sparkassen, und die WKÖ bieten kostenlose Services wie Feedback von Expert:innen, Fachvorträge, Tools und Kontakte rund ums Thema Businessplan.

[www.i2b.at](http://www.i2b.at)

i2b stellt dir eine Reihe von Vorlagen zur Verfügung, die dich beim Schreiben deines Businessplans unterstützen.

[www.i2b.at/myi2b/handbuch-vorlagen](http://www.i2b.at/myi2b/handbuch-vorlagen)

## Schritt 4 – Bereit für ein Investment?

Um zu verstehen, welche Anforderungen von möglichen Geldgebern vor einer Investmentrunde erfüllt sein sollten, lassen sich zwei Projektphasen unterscheiden: die Seed-Phase und die Wachstumsphase (Series A – C). Wie der Name schon sagt, beschreibt die Seed-Phase die Anfangszeit eines Start-ups. Sie endet meist mit dem Markteintritt und geht dann in die Wachstumsphase über. Einmal am Markt, dienen die Investitionssummen primär dem Umsatzwachstum und der Markenpräsenz eines Unternehmens. Diese Begriffe kommen aus der Start-up-Szene, können aber als Orientierungshilfen für jegliche kreative Unternehmung herangezogen werden.

### Mindestvoraussetzungen für ein Seed-Investment

- ⇒ **Das Team muss stimmen.** Das wichtigste Investmentkriterium aus Sicht der Geldgebenden ist das Umsetzungsteam. Es muss nicht nur die nötigen Kompetenzen für das Vorhaben aufweisen, sondern die erfolgreiche Umsetzung auch realistisch einschätzen.
- ⇒ **Ein Prototyp muss vorhanden sein.** Nur mit einer Idee ist es nahezu unmöglich, ein Investment zu bekommen. Es sollte zumindest ein Prototyp oder ein MVP (Minimal Viable Product) vorhanden sein. So kann das Konzept vermittelt und können erste Tests durchgeführt werden.
- ⇒ **Erfahrungswerte müssen da sein.** Sobald eine erste Variante des Produkts oder der Dienstleistung entwickelt wurde, sollte diese getestet werden. Nachdem erste Fehler behoben sind, hat sich nicht nur das Konzept verbessert, sondern sind auch Erfahrungswerte entstanden. Diese werden in Form eines „Proof of Concept“ von Investor:innen besonders gern gesehen, da sich damit das Risiko besser abschätzen lässt.



## TIPP

Wenn du etwas völlig Neues auf den Markt bringen möchtest, greifen Innovationsförderungen, bei denen die öffentliche Hand einen Teil des Entwicklungsrisikos übernimmt und so ermöglicht, dass Prototypen für Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle entwickelt werden, für die es am Kapitalmarkt keine Finanzierung gibt. Wende dich dafür an die Förderberatungen deiner Wirtschaftskammer und recherchiere bei den Förderagenturen des Bundes und deines Bundeslandes.

## Was passiert zwischen den beiden Phasen?

Sobald das nötige Kapital aufgestellt wurde, um aus einem MVP ein marktfähiges Produkt zu entwickeln, geht es an den offiziellen Start. Hier stehen vor allem Marketing- und Sales-Aufgaben im Zentrum, da erste Umsätze generiert werden müssen. Diese sind oft sehr mühsam, und man unterschätzt, wie lange Sales-Zyklen eigentlich dauern können. Darüber hinaus ist die Zufriedenheit der Kund:innen das oberste Gebot. Es muss daher ständig an den Prozessen und dem Produkt gefeilt werden, um sich für das nachhaltig erfolgreiche Wachstum zu positionieren.





## TIPP

Nutze die Kreativwirtschaft! Für den wirtschaftlichen Erfolg deines Vorhabens lohnt es sich, mit anderen Kreditschaffenden zusammen zu arbeiten und in Design, Digitalisierung, Filmwirtschaft, Games, Architektur, Fotografie oder Werbung zu investieren. So entstehen Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen mit hoher Kreativintensität, die Wirtschaftsgüter innovativ gestalten, Wünsche gut abholen und am Markt kommunizieren können.

## Mindestvoraussetzungen für die Wachstumsphase

- ⇒ **Der erste Umsatz ist da.** Bereit für die Wachstumsphase ist eine Unternehmung erst, wenn bereits Umsatz generiert wurde. Hier kommt es oft nicht auf enorm hohe Zahlen an, sondern mehr auf den Beweis der Zahlungsbereitschaft von Kund:innen.
- ⇒ **Professionelle Prozesse sind etabliert.** In einem Investmentgespräch zu einer Wachstumsfinanzierung kommt es vor allem auf die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells und solide Aussichten auf Wirtschaftserfolg an. In der Wachstumsphase müssen professionelle Prozesse, die wirtschaftlich effizient sind, dargestellt werden, um ein nachhaltiges Wachstum sicherzustellen.
- ⇒ **Die Kundschaft ist zufrieden.** Professionelle Prozesse und der erste Umsatz sind wenig wert, wenn Kund:innen nach kurzer Zeit wieder abspringen. Daher ist es besonders wichtig, auch die Aussicht auf langfristigen Umsatz durch eine zufriedene und wiederkehrende Kundschaft zu belegen.



## Ein überzeugender Auftritt ist wichtig

Beim Bankgespräch ebenso wie beim Elevator-Pitch, also im Umgang mit Geldgebenden, ist es wichtig, ein Geschäftsmodell selbstbewusst darzustellen. Es ist davon auszugehen, dass das Konzept und der Businessplan von den Geldgebern in Einzelteile zerlegt und hinterfragt werden. Alle nötigen Unterlagen sollten daher gut aufbereitet werden. In den Verhandlungen ist es besonders wichtig, die Plausibilität und Machbarkeit des Vorhabens zu vermitteln. Investor:innen, Banken und Förderinstitutionen wollen auf die erfolgreiche Umsetzung einer Idee vertrauen können und auf Nummer sicher gehen. Deshalb sollte auf eine möglichst solide Abbildung der oben genannten Faktoren, je nach Finanzierungsstadium, Wert gelegt werden.

### Auf einen Blick

Das Geschäftsmodell beeinflusst die Finanzierungsmöglichkeiten maßgeblich. Ein Beispiel zeigt die Unterschiede zwischen einem Free-to-Play-Modell mit In-Game-Käufen und einem klassischen Kaufpreis-Modell bei Games, mit jeweils unterschiedlichen Kapitalbedarfen und Investorentypen. Der Pitch, eine kurze und prägnante Zusammenfassung des Businessplans, ist der Türöffner zu Investor:innen. Er sollte das Problem, die Lösung, das Produkt, Alleinstellungsmerkmale, Marktpotenzial, Wettbewerb, Geschäftsmodell und Kapitalbedarf auf wenigen Folien verständlich darstellen. Die Verständlichkeit sollte durch Feedback von Außenstehenden geprüft werden.

## Zur Vertiefung

Unterstützung auf dem Weg von der Idee zur Innovation bietet die Serviceeinrichtung für Unternehmer:innen der Wirtschaftskammer deines Bundeslandes.  
[www.wko.at/innovation](http://www.wko.at/innovation)

Wie man Feedbackschleifen und kund:innenzentriertes Testen für den sogenannten Lean-Start-up-Ansatz nutzt, erfährst du im Buch „Lean Start-up“ von Eric Ries aus dem Jahr 2011.

Nützliche Online-Tools für Unternehmensführung, Management, Finanzierung der WKÖ:

[www.wko.at/unternehmensfuehrung/betriebswirtschaft-digital-leicht-gemacht](http://www.wko.at/unternehmensfuehrung/betriebswirtschaft-digital-leicht-gemacht)

StartupNOW, die WKÖ-Start-up-Initiative bietet umfangreiche Services für Start-ups. Du kannst 30-minütige Meet-ups mit dem Head of Start-up Service der WKÖ buchen. inno up bringt Start-ups und Unternehmen in einem strukturierten Prozess zusammen.

[www.wko.at/startups/startupnow](http://www.wko.at/startups/startupnow)

Das Gründer:innenportal der Wirtschaftskammern Österreichs (WKÖ) bietet umfangreiche Informationen und Services rund um den Start ins Unternehmertum.

[www.gruenderservice.at](http://www.gruenderservice.at)

Plan4You ist eine kostenlose Finanzplanungssoftware für Gründer:innen und Jungunternehmer:innen. Sie enthält eine einfache Möglichkeit zur Planrechnung und unterstützt bei der Erstellung deines Finanzplans.

[www.gruenderservice.at/businessplan](http://www.gruenderservice.at/businessplan)

Das GründerCenter der Erste Bank bietet kompetente Beratung in allen Belangen der Unternehmensgründung.

[www.sparkasse.at/erstebank/gruender/services-fuer-gruenderinnen-/gruendercenter](http://www.sparkasse.at/erstebank/gruender/services-fuer-gruenderinnen-/gruendercenter)

i2b, eine Initiative der Erste Bank und Sparkassen, und die WKÖ bieten kostenlose Services wie Feedback von Expert:innen, Fachvorträge, Tools und Kontakte rund ums Thema Businessplan.

[www.i2b.at](http://www.i2b.at)

i2b stellt dir eine Reihe von Vorlagen zur Verfügung, die dich beim Schreiben deines Businessplans unterstützen.

[www.i2b.at/myi2b/handbuch-vorlagen](http://www.i2b.at/myi2b/handbuch-vorlagen)

Um ein Pitch Deck gut zu strukturieren, solltest du dich an etablierte Vorlagen halten. Hier sind einige Quellen, wie du bei der Präsentation des Geschäftsvorhabens optimal vorbereitet bist:

[www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/pitch-deck](http://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/pitch-deck)

[www.t3n.de/news/pitchdeck-vorlagen-854767](http://www.t3n.de/news/pitchdeck-vorlagen-854767)

[www.gruender.de/gruendung/pitch-deck](http://www.gruender.de/gruendung/pitch-deck)

Hier findest du eine Übersicht, welche Anforderungen die Investor:innen in bestimmten Phasen der Umsetzung stellen:

[www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-fuehren/exit/investor-readiness](http://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-fuehren/exit/investor-readiness)





**Heidrun Gruber-Grösswang**  
[www.ggc-group.cc](http://www.ggc-group.cc)

# Von Banken, Business Angels und der Crowd

## Die richtige Finanzierung für deine Ideen

Eine gute Geschäftsidee allein macht noch kein Geschäft. Die Umsetzung guter Ideen und kreativer Unternehmungen muss auch finanziert werden. Etwa zur Anmietung eines Geschäftslokals, für den Kauf von Produktionsgeräten oder für eine PR-Kampagne zur Markteinführung braucht es Kapital. Der Businessplan hilft, festzustellen, wie viel Kapital du für die Realisierung einer Geschäftsidee benötigst. Danach stellt sich die Frage, wie dieser Bedarf am besten gedeckt werden kann.

„Richtig“ und „falsch“ gibt es im Bereich von Risikofinanzierungen für kreative Projekte nicht. Jedes Vorhaben ist in seinen Gegebenheiten und Voraussetzungen einzigartig. Für die Finanzierung eines Vorhabens gilt es, die Möglichkeiten auszuloten und den individuell besten Weg zur Finanzierung zu finden.

### Aus der Praxis

Von Wien bis Moskau suchte ein kreatives Start-up nach investierenden Partner:innen, die bereit waren, Geld in ihrem Projekt anzulegen. Die Durststrecke dauerte zwei Jahre. Die fehlende finanzielle Basis und die Suche hätten unglaublich viele Ressourcen gebunden, erzählen die Designer:innen rückblickend. Ihr Resümee aus der Erfahrung: „Kein Start ohne finanzielle Sicherheiten.“

Das Geld zur Umsetzung eines Geschäftsvorhabens kann aus unterschiedlichen Quellen kommen:

- ⇒ Crowdfunding, Crowdinvesting: Finanzierung durch die Crowd
- ⇒ geförderte Kredite, für die Förderinstitutionen z. B. die Haftung übernehmen
- ⇒ Förderungen, z. B. Zuschüsse
- ⇒ Eigenkapital: Finanzmittel, die selbst beigesteuert werden
- ⇒ Beteiligungen: Finanzmittel, die Externe wie Business Angels oder Venture-Capital-Fonds durch den Erwerb von Unternehmensanteilen einbringen
- ⇒ Kredite: Investitions- oder Betriebsmittelkredit von der Bank

## Aus eigener Tasche – Eigenkapital

Je höher das Eigenkapital, desto leichter fällt es externen Kapitalgebern und Investor:innen, Eigen- oder Fremdkapital zur Verfügung zu stellen. Als Richtwert sollte ein Viertel oder sogar ein Drittel des notwendigen Kapitals in Hinblick auf eine Fremdfinanzierung zu Beginn eines Vorhabens in Form von Eigenmitteln mitgebracht werden.

Die Finanzierungsform „Bootstrapping“ stellt eine unternehmerische Herangehensweise dar, die größtenteils auf Finanzierungen von außen verzichtet und mit einem sehr knappen Budget kalkuliert. Es wird hier lediglich mit Eigenmitteln gearbeitet, welche neben dem Ersparten vor allem den eigenen Arbeitsaufwand erfordert. Primär geht es darum, mit sehr viel Einsatz und nur geringen finanziellen Mitteln (also aus eigener Kraft) ein funktionierendes und profitables Unternehmen aufzubauen. Um das zu erreichen, müssen frühe Umsätze möglich sein und konstant ins Geschäft reinvestiert werden. Dabei muss jedoch klar sein, dass diese Herangehensweise nicht für jede Form der Geschäftsidee geeignet ist.

Es sollten daher folgende Voraussetzungen beachtet werden:

- ⇒ Die eigene finanzielle Absicherung ist durch eine Nebentätigkeit, einen Hauptberuf oder ausreichend persönliche Rücklagen für einen längeren Zeitraum gegeben.
- ⇒ Es sollten keine hohen Investitionen nötig sein, bis der erste Umsatz generiert werden kann.
- ⇒ Es gibt effiziente Wege, die Produkte oder die Dienstleistung zu vermarkten, ohne zu hohe Werbekosten entstehen zu lassen.
- ⇒ Man bringt ausreichend Durchhaltevermögen mit und ist sich dessen bewusst, dass das Wachstum eher langsam vonstattengehen wird.

Dieser unternehmerische Ansatz bringt einige Vorteile mit sich. Zum einen sind Unternehmen oder Projekte, die nach dieser Methode aufgebaut wurden, von Grund auf kosteneffizienter strukturiert als etwa Start-ups, die auf einmal eine größere Geldsumme bekommen haben. Darüber hinaus hat man immer die 100%ige Kontrolle oder bei Start-ups das 100%ige Stimmrecht, da man nie Unternehmensanteile zum Zweck der Finanzierung abgeben musste. Nachteil dieser Vorgangsweise ist, dass es länger braucht, um sich am Markt zu etablieren, Erfolge sich langsamer einstellen und Know-how, das durch externe Geldgebende eingebracht wird, nicht genutzt werden kann. Eine langsame Marktdurchdringung birgt auch das Risiko, dass eine gute Idee von anderen übernommen wird und diese schließlich den Erfolg einfahren.



## Aus der Praxis

Eine junge Frau hat vor kurzem ihr Modedesignstudium beendet und einen Job in der Modeindustrie gefunden. Daneben beschließt sie, ihre eigene kleine Kollektion zu entwerfen, mit dem Hintergedanken, sich auf längere Sicht selbstständig zu machen. Dieses Vorhaben hat sie bereits ausführlich geplant, nun schreitet sie zur Tat:

- ⇒ **Eigene finanzielle Absicherung:** Die Modedesignerin weiß, dass die Selbstständigkeit mit hohen Risiken verbunden ist, und beschließt daher, ihren Beruf nicht sofort aufzugeben. Stattdessen arbeitet sie jede freie Minute an ihren Entwürfen und holt sich dazu konstant Feedback von einer befreundeten Modedesignerin, die bereits seit zehn Jahren selbstständig ist. So ist sie nicht nur monetär abgesichert, sondern erhöht durch den Austausch mit einer erfahrenen Selbstständigen auch ihre Erfolgschancen.
- ⇒ **Keine hohen Investitionen:** Nachdem sie ihre Entwürfe über längere Zeit gezeichnet und verbessert hat, ist es nun an der Zeit, die ersten eigenen finanziellen Mittel zu investieren. Bei der Materialauswahl orientiert sie sich an günstigen Stoffen und überzeugt sogar ihre Chefin, die Restbestände der Agentur unter Rabatt zu erwerben. Eine reguläre Nähmaschine hat sie zu Hause, wegen aufwändigerer Verzierungen wendet sie sich an die befreundete Designerin. Diese überlässt ihr gegen eine geringe Bezahlung ihre Gerätschaften.
- ⇒ **Effizientes Vermarkten:** Da die Entwürfe nun endlich in die Tat umgesetzt wurden, ist nun der nächste Schritt, sie kostengünstig in Umsatz zu verwandeln. Sie recherchiert und findet einen preiswerten freien Ausstellplatz auf einer Messe für Modedesign. Gleichzeitig hat sie eine befreundete Fotografin und Webdesignerin beauftragt, professionelle Fotos und eine Website für sie zu erstellen.
- ⇒ **Langsames Wachstum:** So kann sie Einzelstücke anfertigen und baut sich Vertriebspartnerschaften mit Boutiquen und anderen Handelsbetrieben auf, die zu ihrem Stil passen. Die Gewinne aus dem Verkauf reinvestiert sie in ihr Unternehmen, das auf diese Art langsam wachsen kann.



# Bankkredite – Finanzmittel vom Geldinstitut

Die Bank spielt bei der Finanzierung von kreativen Projekten ebenfalls eine Rolle. Sei es die Eröffnung eines Geschäftskontos oder die Beantragung eines Kredites, man sollte sie auf jeden Fall nicht außen vorlassen. Man sollte sich jedoch bewusst sein, dass die Bank immer gewisse Sicherheiten benötigt, um einen Kredit vergeben zu können. Sie ist daher keine „Risikokapitalgeberin“, die sich am Gewinn oder Verlust eines Projektes beteiligt, sondern eine eher risikoscheue Finanzierungsquelle. Im Gegenzug mischt sie sich dafür aber auch nicht in das Tagesgeschäft ein, solange die Zinsrückzahlungen erfolgen. Beim „klassischen“ Bankkredit unterscheidet man grundsätzlich zwischen einem Investitions- und einem Betriebsmittelkredit. Welcher Kredit für ein Vorhaben in Frage kommt, hängt davon ab, wofür das Geld benötigt wird.

- ⇒ Investitionskredit zur Finanzierung z. B. von Grundstücken, Gebäuden, Maschinen, Fahrzeugen und Büromöbeln
- ⇒ Betriebsmittelkredit zum Ankauf von Waren, Roh- und Hilfsstoffen, zur Vorfinanzierung von Kund:innenzahlungszielen, zum Ausnützen des Lieferant:innenkontos

Als Orientierungshilfe für unerfahrene Unternehmer:innen gilt: Es ist immer einfacher, einen Kredit zu bekommen, wenn dafür eine Anschaffung mit Anlagewert getätigt wird. Der Kauf einer Geschäftsfläche ist aus Sicht einer Bank beispielsweise ein relativ sicheres Geschäft, weil die Immobilie ihren Wert nicht so schnell verliert. Somit ist die Anschaffung auch gleichzeitig die Sicherheit. Wird aber etwa in Betriebsmittel oder Hilfsstoffe investiert, muss aus Sicht der Bank ein laufender Geschäftsbetrieb (Einnahmen) ersichtlich sein, um die Wahrscheinlichkeit der Rückzahlung zu erhöhen. Am besten ist es jedoch, selbst mit Bankberater:innen über die verschiedenen Möglichkeiten und damit verbundene Finanzierungskosten zu sprechen.

Oft werden auch vom Bund und den einzelnen Ländern Kredite gefördert. Das kann bedeuten, dass etwa eine Förderinstitution die Haftung für einen Kredit übernimmt oder dass die Konditionen verbessert werden. Diese Arten der Förderung lassen sich häufig sehr rasch abwickeln und dienen der Förde-

rung des Kleinunternehmertums. Dazu aber mehr im späteren Kapitel „Die Förderungen als Weg zur Finanzierung“.



## TIPP

---

Der Kreditrahmen als Kredit. Eine sehr unkomplizierte Möglichkeit der Beschaffung von ein paar Tausend Euro an Kreditmitteln ist das Erstellen eines Geschäftskontos und das Beantragen einer Kreditkarte. Die Kreditkarte verfügt hierbei von Beginn an über einen gewissen Kreditrahmen, der sofort genutzt werden kann. Erst am Monatsende muss diese Rechnung beglichen werden. Hat man also das Bedürfnis nach einer kleinen, aber raschen Finanzierung, ist hier Abhilfe geschaffen.

## Auf einen Blick

Gute Ideen brauchen Geld – aber woher? Wer klein startet, setzt oft auf Bootstrapping: wenig Geld, viel Eigenleistung. Das bringt Kontrolle, dauert aber länger. Banken vergeben lieber Kredite mit Sicherheiten – zum Beispiel für Anschaffungen mit Wert. Tipp: Auch kleine Kreditrahmen über Geschäftskonten können schnell helfen.

## Beteiligungen durch externe Partner:innen

Über Beteiligungen bringen externe Partner:innen, etwa Business Angels und Venture-Capital-Anbieter:innen Finanzmittel ein, um im Gegenzug Anteile am Unternehmen zu erhalten. Je nach Rechtsform des Unternehmens können das Genossenschafts-, Kommandit-, oder GmbH-Anteile oder Aktienbeteiligungen sein. Die Geldgebenden haften in diesen Fällen als Mitgesellschafter:innen nicht persönlich, ihr Risiko ist auf die Einlage beschränkt, der Gewinnanteil hängt von der Beteiligungshöhe ab. Im Unterschied zum Bankkredit beteiligen sich Risikokapitalinvestor:innen am Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens. Sie erhalten keine fix vereinbarten Zinsen für ihr Kapital, sondern der Wert ihres Anteils steigt und fällt mit dem Wert des Unternehmens.



### TIPP

Kapital vs. Kontrolle. Investor:innen erhalten vertraglich geregelte Informations-, Kontroll- und/oder Mitspracherechte. Hier gilt es zu bedenken, wie viel Gestaltungsspielraum man abzugeben bereit ist.

Business Angels als private Investor:innen und Venture-Capital-Gesellschaften, die Fondsvermögen verwalten und dieses gewinnbringend investieren wollen, sind die bekanntesten Formen des externen Eigenkapitals. Daneben gibt es auch noch andere Formen wie Seedfonds, Early-Stage-VCs, Superangels, industrielle Investor:innen (Corporate-Venture-Capital- und strategische Investor:innen). Eine zusätzliche Finanzierungsquelle kann die Crowd sein, die über Crowdfunding oder Crowdinvesting Geld ins Unternehmen bringen kann.

In der Anfangsphase und bei kleineren Investitionssummen sind Finanzierungen über Business Angels oder Crowdfunding häufig am sinnvollsten. In der Wachstumsphase, bei Expansionen oder zur Internationalisierung eines Unternehmens gewinnen Finanzierungen über Fonds an Bedeutung.

## Zur Vertiefung

Im Leitfaden „Angels, Venture Capital & Co.“ hat die Junge Wirtschaft der Wirtschaftskammer alles Wissenswerte zu alternativen Finanzierungsmöglichkeiten zusammengefasst. Hier kann man sich einen guten Überblick darüber verschaffen, welches Finanzierungsmodell für welchen Finanzierungsbedarf passt, und erhält Tipps für die erfolgreiche Finanzierung.

[www.jungewirtschaft.at/oesterreich/was-wir-bieten/finanzierung/finanzierung.html](http://www.jungewirtschaft.at/oesterreich/was-wir-bieten/finanzierung/finanzierung.html)

Global Incubator Network (GIN): GIN ist der Single-Contact-Point für internationale Start-ups, Investor:innen sowie Inkubatoren, die nach Österreich vermittelt, individuell betreut und zu Partnerschaften zusammengespannt werden. Österreichische Start-ups erhalten so Unterstützung beim Zugang zu internationalen Märkten.

[www.gin-austria.com](http://www.gin-austria.com)

## Business Angels

Business Angels (BA) sind private Investor:innen. Sie engagieren sich mit Aussicht auf Renditen. Sie bieten Geld, sind aber auch bereit und gewillt, ihr Know-how, ihre Kontakte und ihre Zeit in die Unternehmung einzubringen. Dafür erwarten sie sich nicht nur innovative Ideen, sondern vor allem ein durchdachtes Konzept und klare Vorstellungen zur Umsetzung. Man nennt eine Investition durch sie auch oft „Smart Money“, weil sie oft nur in Unternehmen investieren, die in einer ihnen bekannten Branche agieren. So können sie durch Netzwerk und Erfahrungen optimal unterstützen.

### Was Business Angels erwarten:

- ⇒ innovative Ideen
- ⇒ hohes Wachstumspotenzial
- ⇒ einen Businessplan
- ⇒ Qualifikation und Kooperationsbereitschaft

Auf der Suche nach Business Angels ist der Elevator-Pitch die gängige Form zur Präsentation des Unternehmens oder des Geschäftsvorhabens. Die Idee dahinter ist, das eigene Geschäft in der Kürze einer Aufzugfahrt präsentieren zu können. Dabei solltest du dich auf interessante Aspekte deines Vorhabens oder deiner Voraussetzungen fokussieren: Es soll in wenigen Worten klar werden, welchen Nutzen deine Idee hat und warum du in einer ausgezeichneten Position bist, sie umzusetzen. Nur das Kapital wird noch benötigt.



## TIPP

---

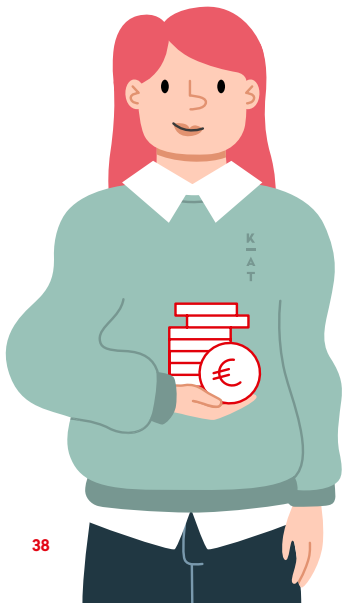
Üben, üben, üben! Bereite den Elevator-Pitch gut vor, damit du die richtigen Worte allzeit parat hast. Hierbei ist es wichtig, dass du dich nicht in Einzelheiten oder Details verlierst. Versuche eine schlüssige und eingängige Geschichte zu erzählen, die in Erinnerung bleibt. Am besten erzeugst du bei den Zuhörenden einen „Aha-Moment“.

Der Kontakt zwischen Unternehmen und Business Angels wird oft über ein sogenanntes Business Angels Network hergestellt. Es nimmt eine Vermittlungsfunktion zu privaten Investor:innen ein. Insider:innen der Szene raten zur Aktivität, also dazu, bei Netzwerken und Vermittlungsorganisationen anzufragen und sich von einem Nein nicht entmutigen zu lassen. Wer nicht über eine Vermittlungsorganisation gehen will, kann auch selbst aktiv werden und potenzielle Investor:innen recherchieren und kontaktieren. Dazu lohnt es sich, bestimmte Veranstaltungen zu besuchen, wo das Pitchen vor Investor:innen möglich ist.

## Den richtigen Business Angel wählen

Nachdem man mehrere interessierte Business Angels entdeckt hat, gilt es, nichts zu überstürzen. Der Prozess bis hin zu einem Investment wird ohnehin einige Zeit dauern, die man zur gründlichen Recherche und Entscheidungsfindung nutzen sollte. Dabei gilt es auch, ein Gefühl dafür zu bekommen, ob die Chemie stimmt und welche Vorteile sich durch die Beteiligung ergeben:

- ⇒ Bringen die Business Angels die Kontakte mit, die du brauchst?
- ⇒ Sind sie bereit, neben Geld auch ausreichend Zeit in dein Unternehmen zu investieren? Könnten sie bei einer weiteren Investitionsrunde weiteres Kapital zuschießen?
- ⇒ Bekommst du hier das Know-how, das dir noch fehlt?
- ⇒ Wollen die Business Angels deinem Geschäft zum Erfolg verhelfen, oder kannst du gegenläufige Interessen erkennen?
- ⇒ Wird tatsächlich Risiko mitgetragen, oder werden Sicherheiten etwa in Form von Bürgschaften verlangt?



# Crowdfunding – Finanzierung über die Community

Beim Crowdfunding finanzieren viele Online-User:innen, die „Crowd“, mit kleinen oder größeren Beträgen gemeinsam eine Idee, ein Projekt oder ein neues Unternehmen. Crowdfunding kann ein guter Einstieg zur Finanzierung in der Frühphase einer Unternehmung oder eine Ergänzung für Bankkredite oder andere Finanzierungsformen sein. So kann gleich zu Beginn das nötige Eigenkapital verbessert und ein Marktbeweis für eine Geschäftsidee erbracht werden.

## Aus der Praxis

Eine junge Modedesignerin hat eine Herrenhose mit einem innovativen Stoff entwickelt und ist auf der Suche nach einer Finanzierungsmöglichkeit für die Produktion. Daher startet sie eine Crowdfunding-Kampagne, um erst einmal zu testen, ob überhaupt eine Nachfrage nach ihrer Hose vorhanden ist und sich eine Produktion lohnen würde. Sie legt ein Budget fest, das sie benötigt, um Stoffe, Materialien und die Produktion von hundert Hosen zu bezahlen. Als Dankeschön bietet sie den Unterstützenden ab einem definierten Mindestbetrag eine individuell angefertigte Hose an. Die Nachfrage ist größer als erwartet: Das Projekt wird sogar überfinanziert, da mehr Unterstützende die angebotenen Dankeschöns buchen. Neben dem Geld erhält die Designerin während und nach ihrer Crowdfunding-Kampagne viel Feedback zu ihrem Produkt. So entwickelt sie aufgrund der vielen Nachfragen die Hose jetzt auch – mit einem anderen Schnitt – für Frauen.

Ein Vorteil von Crowdfunding liegt darin, dass sich Finanzierung, Marketing und Vertrieb verknüpfen lassen. Mit der frühzeitigen Einbindung der potenziellen Kund:innen oder des Publikums in die Entwicklung von Projekten und Produkten eröffnen sich Kreativschaffenden neue Möglichkeiten der Potenzial- und Marktanalyse. Die Resonanz einer Projektidee in der Community

ist ein früher Indikator für ihre Erfolgchancen. „Crowdfunding ist keinesfalls ein Selbstläufer“, beurteilt ein Experte den Status quo. Aber: „Wenn man es ernsthaft verfolgt, ergeben sich gerade für Kreativschaffende gute Chancen für die Finanzierung und für die Öffentlichkeitsarbeit.“



## TIPP

---

Um ein Projekt erfolgreich zu finanzieren, hilft es, schon ein bestehendes Netzwerk zu haben, das angesprochen werden kann. Wenn das Netzwerk eher kleiner ist, sollte das Finanzierungsziel realistisch gewählt werden, sodass die Community mit dem Projekt aufgebaut werden kann.

Als Anerkennung und Dankeschön für ihre Geldbeträge erhalten die Unterstützenden Gegenleistungen wie Designprodukte, Einladungen zu Premieren oder ins Atelier, signierte Kunstwerke oder andere Belohnungen, die mit der Realisierung der Idee entstehen (Reward-Based). Damit kann zugleich der Vertrieb organisiert werden, ohne dass vermittelnde Agenturen, Labels oder Produktionsfirmen unbedingt nötig sind. Die Crowd ermöglicht so die Vorfinanzierung und Realisierung von Ideen. Eine alternative Variante ist das Crowdfunding, bei dem ohne Gegenleistung für eine gute Tat gespendet wird (Donation-Based), etwa zur Umsetzung von Projekten mit einem hohen sozialen Impact oder bei Kunstprojekten.

## Crowdinvesting vs. Crowdfunding

Im Unterschied zum Crowdfunding haben Unterstützende beim sogenannten Crowdinvesting die Möglichkeit, sich z. B. an Start-ups direkt zu beteiligen (Equity-Based) und von möglichen Gewinnausschüttungen zu profitieren. Eine andere Variante ist das Crowdlending, bei dem private Mikrokredite gegen eine Verzinsung vergeben werden. Beim Crowdinvesting wird Geld als Investition mit dem Anspruch gegeben, entsprechendes Geld auch wieder zurück-



zubekommen. Während Crowdfunding in der Kultur- und Kreativwirtschaft schon nahezu etabliert ist, ist Crowdinvesting international noch ein junges Thema. Im Alternativfinanzierungsgesetz, das für Österreich 2015 beschlossen wurde, sind die Spielregeln für Crowdinvesting erstmals klar geregelt.

## **Fünf Schritte zum Crowdfunding-Erfolg**

### **Schritt 1: Die Crowdfunding-Plattform auswählen**

Wer die eigene Idee über Crowdfunding finanzieren möchte, wählt zunächst eine geeignete Crowdfunding-Plattform und damit verbunden ein Crowdfunding-Modell aus. Das Angebot an Plattformen wächst stetig. Meist haben sie thematische Schwerpunkte. Es ist daher sinnvoll, dich zu fragen, welche Ziele du erreichen willst, welche Zielgruppe die jeweilige Plattform anspricht und welche Art von Gegenleistung du erbringen willst. Auch beim Crowdfunding hilft es, wenn dem Projekt ein guter Businessplan zugrunde liegt.

### **Schritt 2: Die Idee präsentieren und gestalten**

Ist die Plattform ausgewählt, beginnt die Planung und Gestaltung der Crowdfunding-Kampagne. Du beschreibst die Idee mit Texten, Bildern und einem Pitch-Video und setzt ein Finanzierungsziel und eine Deadline fest, bis wann das Geld beisammen sein soll.



## **TIPP**

Das Pitch-Video spielt für eine Crowdfunding-Kampagne eine zentrale Rolle, da viele eine Projektidee lieber über ein Video entdecken, als lange Texte zu wälzen. In einem Pitch-Video stellst du nicht nur deine Idee vor, sondern auch dich selbst und dein Team. Über die persönliche Vorstellung der Idee und der Motivation hinter dem Projekt bauen potenzielle Unterstützer:innen Vertrauen auf.

Eine Besonderheit beim Crowdfunding sind die Dankeschöns, die deine Fans als Gegenleistung für ihre finanzielle Unterstützung bekommen. Bei der Planung des Finanzierungsziels und den Preisen für die Dankeschöns solltest du folgende Punkte berücksichtigen:

- ⇒ entstehende Versand- und Produktionskosten für die Dankeschöns
- ⇒ etwaige Steuern für das eingesammelte Geld (abhängig vom Steuerstatus der Projektinitiator:innen)
- ⇒ Werbekosten für das Projekt

Beim Crowdfunding mit einer Gegenleistung entsteht ein Kaufvertrag zwischen unterstützender und initiiender Partei, der eingelöst werden muss, wenn das Finanzierungsziel erreicht wird. Wer konkrete Produkte als Dankeschön anbietet, muss darauf achten, die Spielregeln in Sachen E-Commerce einzuhalten. Meist wird das bereits über die Plattform selbst geregelt. Du solltest aber prüfen, was über die Plattform geregelt wird und wie das mit deinen bestehenden AGB zusammenpasst.

### **Schritt 3: Das Projekt kommunizieren**

Sobald es online ist, ist es wichtig, das Crowdfunding-Projekt bekanntzumachen. Dafür eignen sich alle Kommunikationskanäle von sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter über Flyer oder Plakate bis hin zum Anschreiben von Zeitungen oder Blogs, die über das Projekt berichten sollen. „Es ist ein schönes Stück Arbeit, und nicht jedes Projekt funktioniert automatisch“, warnt ein Social-Media-Experte vor Illusionen. Crowdfunding-Kampagnen müssen gut geplant sein. „Sie müssen es schaffen, die Netzwerke zu begeistern, brauchen eine gut funktionierende Social-Media-Architektur und vor allem begeisterte Leute, die sie umsetzen!“ Ziel ist, dass möglichst viele die Projektseite besuchen, die Idee unterstützen und weiterempfehlen. Zur Kampagne gehört auch, die Fans über Projektfortschritte auf dem Laufenden zu halten.



## TIPP

---

Die Crowd beginnt bei deinem schon bestehenden Netzwerk, deinen Leser:innen, Kund:innen, Fans oder Friends. Unterstützen die dein Projekt, werden über den Netzwerkeffekt auch „fremde“ User:innen darauf aufmerksam.

### **Schritt 4: Das Projekt unterstützen**

Die Fans können das Projekt über die Plattform begleiten. Abhängig von der gewählten Plattform kann das Projekt auf unterschiedlichen Wegen unterstützt werden: durch freie Unterstützung, als Spende ohne Gegenleistung oder mit einem Dankeschön als Gegenleistung. Von der Plattform werden unterschiedliche Bezahlungsmöglichkeiten angeboten, u. a. PayPal, Sofortüberweisung, Lastschrift oder Kreditkarte. Das Geld wird erst ausbezahlt, wenn das Finanzierungsziel erreicht und die Deadline abgelaufen ist.

### **Schritt 5: Das Projekt realisieren und Fans informieren**

Wenn ein Projekt erfolgreich finanziert wurde, kann mit der Umsetzung der Idee begonnen werden. Ein Dank an Fans für die Unterstützung und regelmäßige Informationen darüber, wie es mit dem Projekt weitergeht und wann die Fans mit den versprochenen Dankeschöns rechnen dürfen, sind Teil der Kampagne und drücken deine Wertschätzung für die Fans aus. So lässt sich eine aktive Community aufrechterhalten. Wenn es danach darum geht, die nächste Projektidee zu finanzieren, können die bisher Unterstützenden wieder eingebunden werden. Dadurch wachsen die eigene Reputation als Ideenhaber:in und zugleich die Community.

## Auf einen Blick

Zur Umsetzung einer Geschäftsidee braucht es ausreichend Finanzierung, die oft nicht aus eigenen Mitteln aufgebracht werden kann. Banken, Förderinstitutionen, Interessenvertretungen und die Wirtschaftsabteilungen der Bundesländer können auf der Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten weiterhelfen. Dort werden auch Förderungen vermittelt. Wenn der klassische Bankkredit nicht möglich oder eine Ergänzung zur Fremdfinanzierung durch die Bank erwünscht ist, sind Crowdfunding, Business Angels oder Venture-Capital-Anbietende zusätzliche Finanzierungsquellen.



## Zur Vertiefung

Nützliche Tipps zum Investieren, Internationalisieren und zu Skalierung und Erweiterung des Radius findest du auf dem KAT-Factsheet und im Video für Female Scale-ups.

[www.kreativwirtschaft.at/creative-entrepreneurs](http://www.kreativwirtschaft.at/creative-entrepreneurs)

Zusätzliche Informationen zum Gründen aus eigener Kraft findest du hier:

[www.deutsche-startups.de/bootstrapping-bootstrap-finanzierung](http://www.deutsche-startups.de/bootstrapping-bootstrap-finanzierung)

[www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/bootstrapping](http://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/bootstrapping)

Mehr zum Thema Kooperation unter Kreativschaffenden findest du im KAT-Handbuch „Die Gesellschaft der Kreativen“.

[www.kreativwirtschaft.at/gesellschaftderkreativen](http://www.kreativwirtschaft.at/gesellschaftderkreativen)

Der interaktive Ratgeber hilft dir herauszufinden, welche Finanzierungsalternativen für dein Vorhaben in Frage kommen.

<https://ratgeber.wko.at/finanzierung>

Interaktiver Ratgeber der WKÖ für deine Unternehmensbonität aus Bankensicht:

<https://ratgeber.wko.at/kmu-bonitaet>

Finanzierungsberatung mit Vorbereitung auf das Bankgespräch bieten die Wirtschaftskammern.

[www.wko.at](http://www.wko.at) → Suchbegriff „Finanzierungsberatung“

KMU-Stresstest: Wie krisenfest ist dein Unternehmen? Mit dem Online-Ratgeber der WKÖ zur Prüfung von Liquidität und Krisenfestigkeit findest du es heraus.

<https://kmu-stresstest.wko.at>

Austrian Business Angels Network & Federation (ABAF) & aws i2 Business Angels Austria: Dieses unabhängige österreichweite Vermittlungsservice zu Business Angels der aws bietet u. a. eine Übersicht über diverse Events, bei denen du Business Angels treffen kannst.

[www.business-angels.at](http://www.business-angels.at)

Die Austrian Private Equity und Venture Capital Organisation (AVCO) ist die Dachorganisation für VC-Fonds und andere Beteiligungsgesellschaften. Die Mitgliederliste bietet einen guten Überblick über das Angebot in Österreich.

[www.avco.at](http://www.avco.at)

Junge Wirtschaft: Starke Interessenvertretung, kompetentes Service, attraktives Netzwerk: Die Junge Wirtschaft der WKÖ hat ihren Mitgliedern viel zu bieten.

[www.jungewirtschaft.at](http://www.jungewirtschaft.at)

Einen Überblick über österreichische Crowdfunding-Plattformen bietet der Fachverband für Finanzdienstleister der WKÖ.

[www.wko.at/oe/information consulting/finanzdienstleister/crowdfunding-plattformen](http://www.wko.at/oe/information consulting/finanzdienstleister/crowdfunding-plattformen)

Digitale Informationen zum Thema Crowdfunding und Crowdfunding bietet die WKÖ.

[www.wko.at/finanzierung/crowdfunding-fuer-oesterreichische-unternehmen](http://www.wko.at/finanzierung/crowdfunding-fuer-oesterreichische-unternehmen)

Das European Crowdfunding Network gibt eine Übersicht über europäische Crowdfunding-Plattformen.

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

EU-Informationshub „Crowdfunding for Culture“:

[www.crowdfunding4culture.eu](http://www.crowdfunding4culture.eu)



**Victor Alberti d'Enno**  
Brandpackers

# Die Förderungen als Weg zur Finanzierung

Eine mögliche Finanzierungsquelle ist der Weg über eine Förderung. Diese kann vom Bund, vom Land oder von der Gemeinde stammen, aber auch über die Europäische Union sind Förderungen möglich. Kreativschaffende bewegen sich oft im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft, Innovation und Kreativität, meint eine Förderberaterin, neben spezifisch auf die Kreativwirtschaft oder einzelne ihrer Branchen zugeschnittenen Förderungen lohne es sich daher, Wirtschafts-, Innovations- oder Kultur- und Kunstförderungen für die Finanzierung eines Vorhabens in Betracht zu ziehen.

## Förderarten

- ⇒ **Einmalzuschüsse** vermindern die Ausgaben für Investitionen – es fließt also Geld, das nicht zurückgezahlt werden muss.
- ⇒ **Haftungen:** Hier übernimmt eine Förderinstitution die Haftung für Kredite gegenüber den Geldgebern. Das macht Kredite für dich günstiger.
- ⇒ **Begünstigte Kreditkonditionen:** Hier bedingt die Förderung eine günstige Kondition. Auch das macht Kredite günstiger.



## TIPP

Auch bei geförderten Krediten gilt: Ohne Eigenkapital keine Finanzierung. 25 bis 30 % Eigenkapital solltest du vorweisen, um einen Kredit und die damit verbundene Förderung zu bekommen.



## Eine Fördermöglichkeit finden

Generell gilt, dass bei Wirtschafts- und Innovationsförderungen der wirtschaftliche Erfolg eines Vorhabens im Vordergrund steht. Kulturförderungen konzentrieren sich auf künstlerische Qualität und künstlerisches Potenzial. EU-Förderungen ermöglichen interessante Unternehmensentwicklungen im Kontext der europäischen Zusammenarbeit. Sie sind deshalb besonders für jene kreativwirtschaftlichen Unternehmen geeignet, die durch eine europäische und/oder internationale Zusammenarbeit einen klaren Mehrwert für ihre geschäftliche Entwicklung sehen.

Bei der Suche nach einer geeigneten Förderung ist es wichtig, die Richtlinien und Förderbedingungen zunächst genau zu lesen und dann, soweit es möglich ist, auf dieser Basis Erstgespräche mit den Förderstellen zu führen. So kann zeitsparend und frühzeitig abgeklärt werden, ob eine spezifische Förderschiene tatsächlich für das eigene Vorhaben geeignet ist. Viele Wirtschaftsförderungen setzen etwa eine Gewerbeberechtigung voraus. Daher solltest du dich auf der Suche nach Fördermöglichkeiten fragen, ob du für die geplante Tätigkeit eine Gewerbeberechtigung benötigst. Eine Ausnahme gilt für Mitglieder der Bundeskammer der Ziviltechniker:innen, einige Wirtschaftsförderungen sind auch für sie möglich. Einige Innovations- und Wirtschaftsförderungen richten sich speziell an kleine und mittlere Unternehmen, darunter fallen auch Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Auch der Zeitpunkt der Unternehmensgründung ist besonders für Start-up-Förderungen ein Kriterium, an dem Förderungen ansetzen. Wurde das Unternehmen bereits gegründet, und wie alt ist es? Oder steht es erst im Gründungsprozess?



### TIPP

Jede Förderstelle hat eigene Bedingungen zur Antragstellung. Informiere dich daher rechtzeitig über die Voraussetzungen für verschiedene Förderprogramme!

## Die Förderung beantragen

Ist eine geeignete Fördermöglichkeit gefunden, beginnt die Arbeit am Förderantrag. Das kann mitunter ein aufwändiges Unterfangen sein, für das ausreichend Zeit eingeplant werden sollte. Generell gilt, dass Anträge auf Förderung vor Investitions- bzw. Projektbeginn eingereicht werden müssen. Alle Rechnungen, die davor bezahlt wurden, werden nicht berücksichtigt, da eine rückwirkende Förderung gesetzlich verboten und damit ausgeschlossen ist! Oft sind diese Regelungen noch strenger. Dann darf vor der Antragstellung auch noch keine rechtsverbindliche Bestellung für die projektgegenständlichen Anschaffungen vorgenommen worden sein! Also keine Bestellung, keine Auftragserteilung und schon gar keine Rechnung oder Bezahlung!



### TIPP

Bei Wirtschafts- und Innovationsförderungen gilt es besonders, auf die Darstellung von Wirtschaftlichkeit und die Plausibilität der Daten zu achten. Es geht nicht darum, Mäzen:innen für eine Idee zu finden, sondern diese als potenziell erfolgreiche Innovation bzw. als Geschäftsmodell auch Fachfremden verständlich zu präsentieren. Gleichzeitig gilt zu bedenken, dass Fachleute für das jeweilige Thema oder den Sektor in der Jury sitzen und Förderentscheidungen treffen und/oder die Expertise für eine Entscheidung einbezogen wird.

Ein Förderantrag ist mehr als nur ein Formular – er ist deine Eintrittskarte zur Finanzierung. Damit dieser Schritt nicht zur Stolperfalle wird, lohnt sich eine gute Vorbereitung. Die Förderrichtlinien sollten genau gelesen und mit dem eigenen Vorhaben abgeglichen werden. Idealerweise steht die Förderstelle beratend zur Seite – ein Gespräch vorab kann klären, ob Budgetmittel verfügbar sind und ob das Projekt grundsätzlich ins Förderprofil passt. Für

die Antragstellung müssen immer die aktuellsten Formulare verwendet und vollständig ausgefüllt werden – einschließlich aller nötigen Unterschriften. Auch Fristen gilt es im Blick zu behalten. Besonders wichtig: Das Projektbudget muss ausgewogen und nach den Vorgaben der Förderstelle aufgeschlüsselt sein.

### **Checkliste für den Förderantrag**

- ⇒ Hast du die Förderrichtlinien der am ehesten in Frage kommenden Förderschienen gelesen und zu deinen Vorhaben in Beziehung gesetzt?
- ⇒ Steht die Förderstelle beim Ausfüllen des Antrags begleitend zur Verfügung?
- ⇒ Hast du mit der Förderstelle dein Vorhaben besprochen, und sind aktuell Budgetmittel vorhanden?
- ⇒ Hast du die aktuellsten Antragsformulare ausgefüllt?
- ⇒ Gibt es Fristen zur Antragstellung, oder kann laufend eingereicht werden?
- ⇒ Ist das Antragsformular vollständig ausgefüllt, und muss es unterschrieben werden (bei Online-Anträgen ist das oft nicht nötig, gleichzeitig wird aber meist eine Unterschrift der Bank gefordert)?
- ⇒ Ist das Budget ausgeglichen und nach den Vorgaben der Förderstelle angegeben?

## **Förderzusage: Wie geht es weiter?**

Es ist geschafft! Der Förderantrag wurde erfolgreich eingereicht. Jetzt kann das geplante Vorhaben verwirklicht werden. Mit der Förderzusage beginnt der formale Teil des Abenteuers. Jetzt gilt es auch bei der Umsetzung des Projektes darauf zu achten, welche Förderbedingungen gelten, und diese einzuhalten. Der Fördervertrag muss unterschrieben und fristgerecht zurückgeschickt werden. Für die Abrechnung empfiehlt es sich, von Anfang an eine strukturierte Mappe mit allen Belegen, Berichten und Formularen anzulegen. Logos und Förderhinweise müssen korrekt und gemäß den Vorgaben verwendet werden – besonders bei Öffentlichkeitsarbeit und Publikationen. Nur genehmigte Aktivitäten dürfen mit Fördermitteln finanziert werden, und jede Änderung am Vorhaben muss im Vorfeld mit der Förderstelle ab-

gestimmt und dokumentiert werden. Auch Zwischenschritte wie Veranstaltungen oder Meilensteine können für die Förderstelle relevant sein. Wer all das im Blick behält, sorgt für einen reibungslosen Projektverlauf – und eine saubere Abrechnung am Ende.

### **Checkliste nach der Förderzusage**

- ⇒ Hast du den Förderungsvertrag unterzeichnet und zeitgerecht an die Förderstelle geschickt?
- ⇒ Wie müssen Logos der Förderstelle und Förderhinweise verwendet werden?
- ⇒ Hast du eine Berichts- und Belegmappe für die Abrechnung angelegt? Gibt es Berichts- und Abrechnungsformulare der Förderstelle?
- ⇒ Gibt es öffentliche Veranstaltungen, Meilensteine oder Publikationen der Förderstelle, die für dich interessant sein könnten?
- ⇒ Hast du Möglichkeiten, in deiner Öffentlichkeitsarbeit auf das geförderte Vorhaben hinzuweisen?
- ⇒ Hast du alle Publizitätsvorschriften der Förderstelle berücksichtigt?
- ⇒ Für welche Aktivitäten hast du die Förderung erhalten? Wer Geld aus Förderungen erhält, darf es nur für die ausgewiesenen Zwecke verwenden.
- ⇒ Hast du die Förderstelle vorab und rechtzeitig über Änderungen während der Umsetzung deines Vorhabens informiert und die Antwort der Förderstelle dokumentiert?
- ⇒ Hast du die Förderabrechnung und den Förderbericht zeitgerecht an die Förderstelle übermittelt?

## **Das passende Förderprogramm finden**

Förderungen können in der Kreativwirtschaft der Schlüssel sein, um Visionen Wirklichkeit werden zu lassen – wenn man weiß, wo man suchen muss. Kreativschaffende bewegen sich oft zwischen Wirtschaft, Innovation und Kunst – und genau in diesem Spannungsfeld lohnt sich der Blick über den Tellerrand: Neben branchenspezifischen Förderprogrammen können auch allgemeine Wirtschafts-, Innovations- oder Kulturförderungen passen. Ob Bund, Land, Gemeinde oder EU – mit den richtigen Tools findest du schnell,

was zu deinem Projekt passt. Die folgenden Recherchehilfen bringen Licht ins Förderdunkel und helfen dir dabei, gezielt, zeitsparend und strategisch die richtige Unterstützung für dein Projekt aufzuspüren.

### **Förderungen aus Österreich**

- ⇒ Wirtschaft und Innovation: Die Wirtschaftskammer hilft dir, online die richtige Förderung zu finden, und unterstützt mit persönlicher Beratung.  
[www.wko.at/oe/foerderung/foerderungen-uebersicht](http://www.wko.at/oe/foerderung/foerderungen-uebersicht)
- ⇒ Übersicht und Quick-Check zu Wirtschafts- und Innovationsförderungen des Bundes, AWS FFG FÖRDERPILOT: [www.foerderpilot.at](http://www.foerderpilot.at)
- ⇒ Übersicht zu Kunst- und Kulturförderung: Erkundige dich auch beim Kulturressort deines Bundeslandes.  
[www.bmwkms.gv.at/themen/kunst-und-kultur/service-kunst-und-kultur/foerderungen/foerdermoeglichkeiten.html](http://www.bmwkms.gv.at/themen/kunst-und-kultur/service-kunst-und-kultur/foerderungen/foerdermoeglichkeiten.html)

### **Förderungen der Europäischen Union**

- ⇒ Das Enterprise Europe Network (EEN) der WKÖ hilft Unternehmen in Sachen EU-Förderungen. [www.wko.at/unternehmensfuehrung-finanzen-foerderungen/eu-foerderguide](http://www.wko.at/unternehmensfuehrung-finanzen-foerderungen/eu-foerderguide)
- ⇒ Die FFG unterstützt bei EU-Innovations- und Forschungsprogrammen (Horizon Europe). [www.ffg.at/FFGEurope](http://www.ffg.at/FFGEurope)
- ⇒ Der Creative Europe Desk ist die nationale Kontaktstelle für das EU-Programm Creative Europe zur Förderung von Kultur und Film.  
[www.creativeeurope.at](http://www.creativeeurope.at)
- ⇒ EU-Fördermöglichkeiten für die Kultur- und Kreativwirtschaft findest du mit wenigen Klicks in diesem interaktiven Online-Tool der EU-Kommission. <https://culture.ec.europa.eu/funding/cultureu-funding-guide>
- ⇒ Interaktives Mapping-Tool zu EU-Fördermöglichkeiten für audiovisuelle Medien und Nachrichtenmedien der EU-Kommission:  
[www.digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/tool-funding-media](http://www.digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/tool-funding-media)

## Ein Tipp am Schluss

Die Start-up-Förderungen aws Preseed & Seedfinancing – Innovative Solutions können auch von den Creative Industries genutzt werden.

Du arbeitest am Proof of Concept für dein Innovationsvorhaben? Dann kannst du bei aws Preseed – Innovative Solutions einreichen. Dort erhältst du bis zu 100.000 Euro Zuschuss für die Erarbeitung eines Proof of Concept mit nachweislich hohem Innovationsgehalt in der Vorgründungsphase für dein skalierbares Vorhaben, das einen nachweisbar positiven Impact für Wirtschaft und Gesellschaft hat!

Du willst mit einer Innovation am Markt durchstarten? Dann kannst du bei aws Seedfinancing – Innovative Solutions einreichen und bis zu 400.000 Euro für die Entwicklung der Marktreife und zur Markteinführung deiner Innovation erhalten, die einen positiven Impact für Wirtschaft und Gesellschaft hat!

Die Creative Industries können in zweifacher Rolle profitieren:

- ⇒ als bestehendes Unternehmen, das selbst Förderungen erhält, erfolgreich ein hochinnovatives, unternehmerisches Vorhaben von der Entwicklung bis zur Skalierung bringen will und dabei auf die eigenen kreativwirtschaftlichen Umsetzungsschritte mit Impact setzt;
- ⇒ in ihrer Funktion als Lieferantin kreativwirtschaftsbasierter Innovationsleistungen mit ihrem professionellen kreativwirtschaftlichen Know-how und in ihren Kompetenzen, innovative Lösungen für die Entwicklung von Unternehmen einzubringen.

So können Unternehmen mit hoher Kreativintensität entstehen, die von der Idee ausgehend bis zur Markteinführung und in der weiteren Wachstumsphase von der Kreativwirtschaft professionell unterstützt und gefördert werden. Die Kreativwirtschaft bringt hier ihr Innovationspotenzial ein und schafft so Crossover- und Transformationseffekte für die Wirtschaft. Bereits in der Frühphase finden sich Kreative als Teil eines multidisziplinären Gründungsteams oder später als Auftragnehmer bzw. Mitarbeitende hochinnovativer Unternehmen.

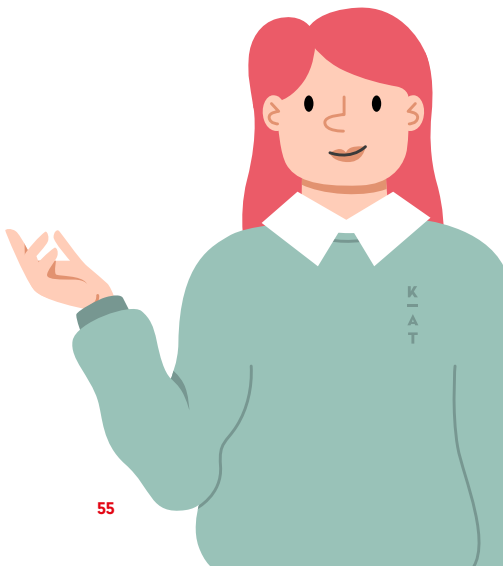
### Mehr Infos:

⇒ [www.aws.at/aws-preseed-innovative-solutions](http://www.aws.at/aws-preseed-innovative-solutions)

⇒ [www.aws.at/aws-seedfinancing-innovative-solutions](http://www.aws.at/aws-seedfinancing-innovative-solutions)

## Auf einen Blick

Förderungen sind in der Kreativwirtschaft oft der Zündfunke, der Ideen ins Rollen bringt – vorausgesetzt, man kennt die Spielregeln. Ob als Zuschuss, Krediterleichterung oder Haftungsgarantie: Öffentliche Fördermittel kommen von Bund, Ländern, Gemeinden oder der EU und fokussieren teils auf spezifische Branchen, teils auf wirtschaftliche oder kulturelle Wirkung. Wichtig dabei: Gut vorbereiten, früh beantragen, Richtlinien lesen und klar darstellen, warum gerade dein Projekt förderwürdig ist. Wer Förderlogik versteht und strategisch sucht, findet nicht nur Geld, sondern auch Rückenwind für den nächsten großen Schritt.



## Zur Vertiefung

Aktuelle Förderungen findest du im KAT-Magazin, unserem Blog mit News, Beiträgen und Terminen für die Creative Industries.

[www.kreativwirtschaft.at/KAT-Magazin](http://www.kreativwirtschaft.at/KAT-Magazin)

Gute News müssen sich nicht verstecken! Du bekommst aktuelle Förderungen, Insights, Tipps und Termine direkt ins Postfach. Für EU-Förderungen, etwa mit aktuellen Open Calls des neuen EIT Culture & Creativity, des EU-Innovations- und Bildungsnetzwerks für den Kultur- und Kreativsektor, hat die KAT einen für die Creative Industries kuratierten Newsletter.

[www.kreativwirtschaft.at/newsletter-anmeldung](http://www.kreativwirtschaft.at/newsletter-anmeldung)

Förderservice der Wirtschaftskammer:

Die digitale Förderdatenbank der Wirtschaftskammer Österreich bietet eine in Österreich einzigartige Übersicht über Wirtschaftsförderungen in Österreich, mit deren Hilfe online nach geeigneten Förderungen gesucht werden kann. Zusätzlich gibt es in den Wirtschaftskammern aller Bundesländer kostenlose Förderberatungen.

[www.wko.at/foerderungen](http://www.wko.at/foerderungen)

Die WKÖ bietet eine Übersicht über Innovationsförderungen in Österreich und der EU und bietet Tipps und Beratung, wie du sie bekommst.

[www.wko.at/innovation/innovationsfoerderung](http://www.wko.at/innovation/innovationsfoerderung)

Die Wirtschaftskammer Österreich als Partnerin im Enterprise Europe Network (EEN) bietet umfangreiche Erstberatung in Sachen EU-Förderungen. Über den EU-Förderguide kannst du jederzeit deine individuelle Förderanfrage entweder schriftlich oder telefonisch einbringen.

[www.wko.at/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/eu-foer-](http://www.wko.at/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/eu-foerderunguide)  
[derguide](http://www.wko.at/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/eu-foerderunguide)



Das GründerCenter der Erste Bank bietet kostenfreie Beratungsgespräche über die für ein Vorhaben infrage kommenden nationalen Förderungen (Ausnahme: Kunst- und Kulturförderungen). Wird eine Förderung über die Erste Bank in Anspruch genommen, so werden viele damit in Verbindung stehende administrative Angelegenheiten von ihr abgewickelt, und man tritt meist nicht in direkten Kontakt mit der Förderinstitution.

[www.sparkasse.at/erstebank/gruender/services-fuer-gruenderinnen-/gruendercenter](http://www.sparkasse.at/erstebank/gruender/services-fuer-gruenderinnen-/gruendercenter)

Über EU-Fonds wie den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), die über österreichische Stellen abgewickelt werden, informiert die ÖROK. Über eine Übersichtsgrafik erhältst du mit Klick auf einen Fonds Infos zu dessen Zielen und der abwickelnden Behörde sowie weiterführende Links zu Fonds- bzw. Programmwebseiten.

[www.oerok.gv.at/eu-fonds-2021-2027/eu-fonds-in-oesterreich](http://www.oerok.gv.at/eu-fonds-2021-2027/eu-fonds-in-oesterreich)





# **Impressum**

## **Medieninhaberin, Herausgeberin und Verlegerin**

Kreativwirtschaft Austria

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

kreativwirtschaft@wko.at

T. +43 (0) 5 90 / 900 4000

[www.kreativwirtschaft.at/impressum](http://www.kreativwirtschaft.at/impressum)

## **Kreativwirtschaft Austria**

Die Kreativwirtschaft Austria, kurz KAT, hat ein umfangreiches Angebot für den wirtschaftlichen Erfolg der Kreativwirtschaft und ihre branchenübergreifende Vernetzung in der Wirtschaft. Die Kreativwirtschaft Austria vertritt in Österreich und der Europäischen Union als Teil der Wirtschaftskammer die Interessen der Kreativwirtschaft und setzt sich für die Sichtbarkeit kreativwirtschaftsbasierter Leistungen ein. Das Kreativwirtschaftshandbuch wurde mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Tourismus und der Wirtschaftskammer Österreich erstellt.

## **Projektleitung und Redaktion**

Michaela Gutmann, Kreativwirtschaft Austria

**Text:** Sylvia Amann, Luis Gringinger, Nina Popp, Anna Theil, Marie-Theres Zirm

**Layout & Character-Illustration:** cardamom

**Lektorat:** Martin Thomas Pesl

**Barrierefreiheit:** René Andritsch

## **Fotos**

Seite 4: Alexander Wieselthaler

Seite 47, 58: cardamom

Alle anderen: Salon deluxe

# Für dich und deine Ideen!

„Das Kapital der Kreativen“ ist Teil einer Serie maßgeschneiderter Handbücher der Kreativwirtschaft Austria für den unternehmerischen Alltag von Kreativschaffenden.

- ⇒ „Das Handwerk der Kreativen“ bietet praxisnah aufbereitete Informationen zu unternehmerischen Skills, Steuern und Recht.
- ⇒ „Die Marke der Kreativen“ liefert Erklärungen rund um das Thema geistiges Eigentum.
- ⇒ „Das Kapital der Kreativen“ informiert über Finanzierungsmöglichkeiten für Kreative und bietet mit dem Förderleitfaden eine Übersicht über nationale, regionale und europäische Förderungen.
- ⇒ „Die Gesellschaft der Kreativen“ hilft bei Fragen zum Thema Kooperationen.
- ⇒ „Die Kund:innen der Kreativen“ gibt Praxisbeispiele, Tipps und Tools für die Abwicklung von Aufträgen und die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Kund:innen.
- ⇒ „Das Angebot der Kreativen“ geht auf die Kund:innenanforderungen ein, die sich für Kreative aus der digitalen, ökologischen und gesellschaftlichen Transformation ergeben.

6., aktualisierte Auflage

© 2026 Kreativwirtschaft Austria

Verlags- und Herstellungsort: Wien

Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung und Kontrolle ohne Gewähr. Eine etwaige Haftung der Herausgeberin oder der Verfasserinnen ist ausgeschlossen. „Das Kapital der Kreativen“ ist barrierefrei.

Ein Handbuch der  
Kreativwirtschaft Austria  
Für dich und deine Ideen!