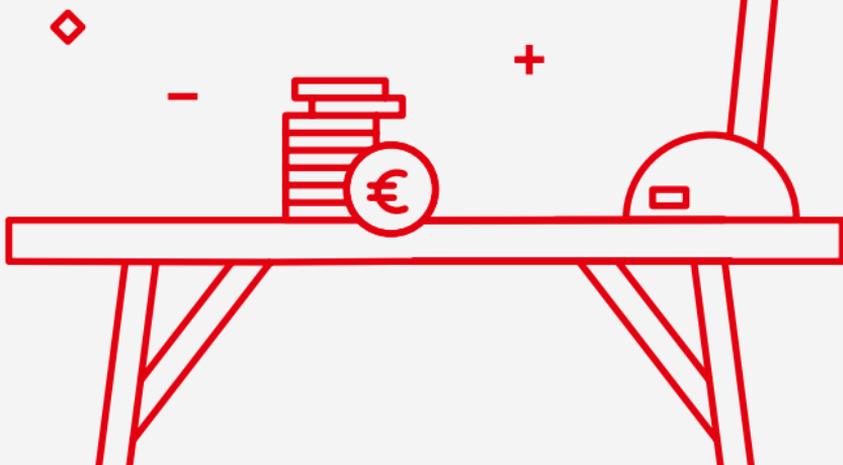


K
-
A
T

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!



Download & Bestellung
www.kreativwirtschaft.at/KapitalderKreativen

**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

K Kreativwirtschaft  Bundesministerium
A Austria  Digitalisierung und
T WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH Wirtschaftsstandort

Inhaltsverzeichnis

Einstimmung	6
<hr/>	
Schritt für Schritt zur Finanzierung	10
Schritt 1 – Von der Idee zum Konzept	10
Schritt 2 – Der Businessplan als Visitenkarte	11
Schritt 3 – Finanzierinnen und Finanziers überzeugen	15
<hr/>	
Von Banken, Business Angels und der Crowd	17
Die richtige Finanzierung für meine Ideen	17
Aus eigener Tasche – Eigenkapital	18
Bankkredite – Finanzmittel vom Geldinstitut	18
Beteiligungen durch externe Partnerinnen und Partner	22
Crowdfunding – Finanzierung über die Community	26
<hr/>	
Die Förderungen als Weg zur Finanzierung	36
Eine Fördermöglichkeit finden	36
Die Förderung beantragen	38
Förderzusage: Wie geht es weiter?	40
EU-Förderungen: Hier braucht's Know-how	41
<hr/>	
Gemeinsam sind wir stark!	52
Netzwerke, Hubs und Services: Für dich und deine Ideen	52
Unser Dank geht an: Expertinnen und Experten	61
Auf ein Wort: Stichwortverzeichnis	62



K
-
A
T



Barbara Abel,
Gerin Trautenberger,
Gertraud Leimüller
Vorsitz 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 Durchstarten nötige Finanzierung zu kommen.

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. Eine Unterstützung auf dem Weg zur Finanzierung bietet dieses Handbuch der Kreativwirtschaft Austria – für dich und deine Ideen!

Die Kreativwirtschaft Austria



Die Kreativwirtschaft wird
durch das Kreativwirtschaftsnetzwerk
C hoch 3 visualisiert.
www.kreativwirtschaft.at/c-hoch-3



Für dich und deine Ideen!

Das Kapital der Kreativen ist Teil einer Serie maßgeschneiderter Handbücher der Kreativwirtschaft Austria für den unternehmerischen Alltag von Kreativschaffenden. Den wissenschaftlichen Unterbau liefern die „Österreichischen Kreativwirtschaftsberichte“ der Kreativwirtschaft Austria.

- » **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 Kunden der Kreativen**
gibt Praxisbeispiele, Tipps und Tools für die Abwicklung von Aufträgen und die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Kundinnen und Kunden.



Alle Handbücher sind auf der Website der Kreativwirtschaft Austria verfügbar!
www.kreativwirtschaft.at

Franziska Fuchs

Beraterin und Entwicklerin
individueller Raumkonzepte
www.planungscoach.at



Schritt für Schritt zur Finanzierung

Wer andere 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 darstellen und in weiterer Folge auch potenziellen Partnerinnen und Partnern, 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 darüber selbst Klarheit zu verschaffen, sollten Kreative ihre Idee in einem mehrseitigen Konzept niederschreiben. Ist die Idee gut, wird 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?

Kundinnen- und Kundenbedürfnis

Was hebt dein Produkt von solchen ab, die schon am Markt sind? Welches Bedürfnis der Kundinnen und Kunden wird dadurch befriedigt?

Investitionsaufwand

Welche Infrastruktur, Räumlichkeiten, Maschinen etc. werden benötigt? Welche Kosten fallen dadurch an?

Wichtige Fragen, die im Konzept beantwortet werden sollten

Zielgruppe

Wen willst du genau ansprechen? Wer soll bei dir „einkaufen“ und warum? Wie groß ist diese Zielgruppe?

Organisationsaufwand

Brauchst du Partnerinnen und Partner oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Was kosten diese?

Fragen, die noch nicht beantworten werden können, sollten recherchiert werden, etwa im Internet, bei Fachorganisationen und anderen Unternehmerinnen und Unternehmern. Manchmal ist es dabei notwendig, Annahmen zu treffen, denn mit hundertprozentiger Gewissheit lässt sich nicht alles voraussagen.

Zur Vertiefung

Unterstützung auf dem Weg von der Idee zur Innovation bietet das Unternehmensservice der Wirtschaftskammern Österreichs. Auskunft und ein vielfältiges Service bietet die Wirtschaftskammer deines Bundeslandes.

www.wko.at/innovation

Schritt 2 – Der Businessplan als Visitenkarte

Noch detaillierter als ein mehrseitiges Konzept dringt ein Businessplan 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 eine gute Verhandlungsbasis mit potenziellen Geldgeberinnen und Geldgebern.

Ein Businessplan umfasst im Idealfall nicht mehr als 30 Seiten und beschreibt die Geschäftstätigkeit in den ersten drei 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. Ein Businessplan ist in der Anfangsphase die Visitenkarte des Unternehmens. Er dient als Grundlage bei Verhandlungen, etwa mit Banken, Investorinnen und Investoren.

Ein Businessplan sollte zumindest folgende Informationen enthalten:

- 📁 eine Executive Summary zu Beginn
- 📁 eine Unternehmensbeschreibung
- 📁 die Geschäftsidee samt angebotenen Produkten
- 📁 die Namen der Gründenden
- 📁 Marktumfeld und Konkurrenz
- 📁 ein Marketingkonzept
- 📁 eine Analyse der Stärken, Schwächen und Risiken
- 📁 Angaben zur Finanzplanung und Finanzierung
- 📁 einen Zeitplan

Tipp

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 Expertinnen und Experten bieten zudem professionelle Unterstützung an.

Zur Vertiefung



Mehr zum Thema Geschäftsmodell und Markteintritt im Handbuch „Das Handwerk der Kreativen“ der Kreativwirtschaft Austria

www.kreativwirtschaft.at/HandwerkderKreativen

Das Gründerinnen- und Gründerportal der Wirtschaftskammern Österreichs (WKO) bietet umfangreiche Informationen und Services rund um den Start ins Unternehmertum.

www.gruenderservice.at

Plan4You Easy ist eine kostenlose Software zur Erstellung eines Businessplanes, zur Verfügung gestellt vom Gründerservice der WKO in Kooperation mit der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws).

www.gruenderservice.at/businessplan

Das Portal der Erste Bank und Sparkassen öffnet Gründerinnen und Gründern den Zugang zu Werkzeugen, Checklisten und Infos über Beratungsangebote und Workshops.

www.gruender.at

Das GründerCenter der Erste Bank bietet kompetente Beratung in allen Belangen der Unternehmensgründung. Expertinnen und Experten unterstützen mit Rat und Tat, damit häufig vorkommende Fehler beim Start vermieden werden können, und informiert über Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

www.gruender.at

i2b, eine Initiative der Erste Bank und Sparkassen sowie der Wirtschaftskammern Österreichs bietet kostenlose Services wie Feedback von Expertinnen und Experten, Fachvorträge, Tools und Kontakte rund ums Thema Businessplan.

www.i2b.at

„Keine Angst vor dem Businessplan“ ist ein Handbuch für Gründerinnen und Gründer.

www.i2b.at/handbuch

i2b-Businessplan-Wettbewerb: Ein Online-Businessplan-Assistent und eine e-Learning-Plattform unterstützen bei der Erstellung von Businessplänen. Fertige Businesspläne können für kostenlose Fachfeedbacks von Expertinnen und Experten eingereicht werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit zur Teilnahme am Wettbewerb mit attraktiven Preisen. Ihre Unterlagen werden dabei streng vertraulich behandelt.

www.i2b.at/wettbewerb

Die Wirtschaftsförderungsinstitute (WIFI) der WKO bieten geförderte Beratungs- und Coachingprogramme an, die beim Verfassen eines Konzepts oder Businessplans hilfreich sein können.

www.unternehmerservice.at



Businessplan-
Wettbewerb

ERSTE SPARKASSE WKÖ

JETZT NEU:
DIE I2B
ONLINE SERVICES

○ INFO

GRÜNDEN
MIT KONZEPT.



○ FEEDBACK



WETTBEWERB ○

www.i2b.at

Schritt 3 – Finanzierinnen und Finanziers überzeugen

Beim Bankgespräch ebenso wie beim Elevator-Pitch, also im Umgang mit Geldgeberinnen und Geldgebern, ist es wichtig, ein Geschäftsmodell selbstbewusst darstellen zu können und genau zu wissen, was man will. Es ist davon auszugehen, dass das Konzept und der Businessplan von den Geldgeberinnen und Geldgebern in Einzelteile zerlegt und hinterfragt werden. Alle nötigen Unterlagen sollten daher gut aufbereitet werden. In den Verhandlungen selbst hilft es, die Wirtschaftlichkeit des Vorhabens hervorzuheben. Investorinnen und Investoren, Banken und Förderinstitutionen wollen auf die erfolgreiche Umsetzung einer Idee vertrauen können und auf Nummer sicher gehen.

Auf einen Blick

Eine Geschäftsidee sollte niedergeschrieben werden, bevor sie umgesetzt wird. Es braucht zumindest ein mehrseitiges Konzept, um mit potenziellen Geldgeberinnen, Investoren oder Partnerinnen über ein Geschäftsvorhaben reden zu können. Wer noch professioneller an die Sache herangeht, schreibt einen fundierten Businessplan, in dem die ersten Jahre der Geschäftstätigkeit dargestellt werden, z.B. die Art der Kundinnen und Kunden, die Marktchancen, eine Abschätzung zukünftiger Umsätze und damit die finanzielle Situation. Ein schriftlicher Plan hilft, sich selbst mit einem Vorhaben intensiver auseinanderzusetzen, und unterstützt auch die Suche nach der geeigneten Finanzierung.



„Ben“ Martin Rotheder
Musiker / Artepreneur
www.benmartin.at



Von Banken, Business Angels und der Crowd

Die richtige Finanzierung für meine 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 man für die Realisierung einer Geschäftsidee benötigt. Danach stellt sich die Frage, wie dieser Bedarf am besten gedeckt werden kann.

Aus der Praxis

Von Wien bis Moskau suchte ein kreatives Start-up nach Investorinnen und Partnern, 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 Designerinnen rückblickend. Ihr Resümee aus der Erfahrung: „Kein Start ohne finanzielle Sicherheiten.“

.....

Crowdfunding, Crowdinvesting
Finanzierung durch die Crowd

geförderte Kredite,
für die Förderinstitutionen
z.B. die Haftung übernehmen

Förderungen
z.B. Zuschüsse

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

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 Kapitalgeberinnen und Investoren, Eigen- oder Fremdkapital zur Verfügung zu stellen. Als Richtwert sollte ein Viertel bis zu einem Drittel des notwendigen Kapitals in Hinblick auf eine Fremdfinanzierung zu Beginn eines Vorhabens in Form von Eigenmitteln mitgebracht werden.

Bankkredite – Finanzmittel vom Geldinstitut

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 Kundinnen- und
Kundenzahlungszielen, zum Ausnützen des
Lieferantinnen- und Lieferantenkontos

Gemeinsam zum Erfolg mit der Erste Bank*

Die Betreuerinnen und Betreuer sind die wichtigste Verbindung zwischen Kundinnen bzw. Kunden und der Bank. Die Erste Bank hat spezielles Know-how über die Kreativwirtschaft aufgebaut. Ihre Betreuerinnen und Betreuer gehen auf die Bedürfnisse der Kreativbranchen ein und bieten Unterstützung bei der finanziellen Realisierung kreativer Geschäftsideen.

Für die Finanzierung eines Vorhabens stehen sowohl eine Vielzahl an geförderten Krediten als auch die sogenannten „klassischen“ Finanzierungsformen zur Verfügung.

Zum Start eines Unternehmens bietet die Erste Bank das s Gründer Konto mit Sonderkonditionen und innovativen Zusatzleistungen an:

- » Kontoführungsprovision im ersten Jahr um 50 % günstiger
- » BankCard im ersten Jahr gratis
- » netbanking im ersten Jahr gratis
- » Online-Fakturierung und -Buchhaltung ProSaldo.net im ersten Jahr gratis, danach zum Sonderpreis
- » Büro2go – kostenlose Business-App: von unterwegs Kundinnen und Kunden verwalten, Angebote und Rechnungen erstellen

Umfassende Informationen zum s Gründer Konto und zu ProSaldo.net:

www.gruender.at/gruenderkonto

Bei der Erste Bank findest du Ansprechpartnerinnen und -partner, die speziell für Unternehmen der Kreativwirtschaft zuständig sind.

**Die Erste Bank ist Kooperationspartnerin der Kreativwirtschaft Austria und unterstützt diese Publikation.*



ERSTE
BANK



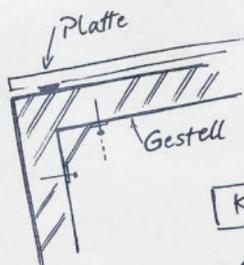
SPARKASSE

Was zählt, sind die Menschen.

App
downloaden
und 1 Jahr
gratis
nutzen.

15.02.2015

Projekt Kv351-1502



Konstruktion A

- Material:	6.752,00
- Kleinteile:	143,00
- Arbeitszeit:	1.230,00
- Lieferung:	78,00
5% Rabatt	<u>-410,15</u>
	7.792,85
20% Ust.	<u>1.558,57</u>
	9.351,42

Tel: 0698 - 2137806



Ihr Büro ist, wo Sie sind.
Büro2go. Die Business-App.

büro2go.erstebank.at
büro2go.sparkasse.at





DIE BESTEN
PERSPEKTIVEN

PROD. KAMPAGNE UNIV.
ROLL 03 SCENE 7 TAKE 1
DIRECTOR BRIX
CAMERA SOJKA
DATE 29.3.13
DAZU
EPS EXT



Magdalena Brix
Filmproducerin
www.brixproductions.com

Beteiligungen durch externe Partnerinnen und Partner

Über Beteiligungen bringen externe Partnerinnen und Partner, etwa Business Angels und Venture-Capital-Anbieterinnen und -Anbieter Finanzmittel ein, im Gegenzug erhalten sie Anteile am Unternehmen. Je nach Rechtsform des Unternehmens können das Genossenschafts-, Kommandit-, oder GmbH-Anteile oder Aktienbeteiligungen sein. Die Geldgeberinnen und Geldgeber haften in diesen Fällen als Mitgesellschafterinnen bzw. Mitgesellschafter nicht persönlich, ihr Risiko ist auf die Einlage beschränkt, der Gewinnanteil hängt von der Beteiligungshöhe ab.

Im Unterschied zum Bankkredit beteiligen sich Risikokapitalinvestorinnen und -investoren 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

Investorinnen und Investoren erhalten vertraglich geregelte Informations-, Kontroll- und/oder Mitspracherechte. Hier gilt es zu bedenken, wie viel Gestaltungsspielraum man bereit ist, abzugeben.

Business Angels als private Investorinnen oder Investoren und Venture-Capital-Gesellschaften, die Fondsvermögen verwalten und dieses gewinnbringend investieren wollen, sind die bekanntesten Formen, wie externes Eigenkapital ins Unternehmen einfließen kann. Daneben gibt es auch noch andere Formen wie Seedfonds, Early-Stage-VCs, Superangels, industrielle Investorinnen und Investoren (Corporate-Venture-Capital- und strategische Investorinnen und Investoren). 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/jw/oesterreich/Angels_VC_Co.html

Global Incubator Network (GIN): GIN ist der Single-Contact-Point für internationale StartUps, Investoren und Inkubatoren, die nach Österreich vermittelt, individuell betreut und mit potentiellen Partnern zusammengebracht werden und der österreichischen StartUps Unterstützung beim Zugang zu internationaler Märkten bietet.

www.gin-austria.com

Business Angels

Business Angels (BA) sind private Investorinnen und Investoren. 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, die in einem Businessplan zusammengefasst sind.

Was Business Angels erwarten:

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

Auf der Suche nach einem Business Angel ist der Elevator-Pitch die gängige Form zur Präsentation des Unternehmens oder des Geschäftsvorhabens vor potenziellen Investorinnen oder Investoren. Die Idee dahinter ist, das eigene Geschäft in der Kürze einer Aufzugfahrt präsentieren zu können. Dabei solltest du dich aufs Wesentliche konzentrieren: Was ist das Besondere an dir und deiner Idee? Kennzahlen zur Gesamtmarktgröße (und deinem potenziellen Anteil daran) machen sich gut. Sprechen solltest du nicht nur übers Geschäft, besser ist es, du bringst auch deine Stärken und deine Persönlichkeit mit ein.

Tipp

Bereite den Elevator-Pitch gut vor, dann hast du die richtigen Worte allzeit parat. Gute Vorbereitung ist schon deshalb angeraten, weil die Investorinnen und Investoren bestens vernetzt sind und sich eine schlechte Performance herumspricht.

Zur Vertiefung

Ein hilfreiches Tool ist der „Elevator Pitch Builder“ der Harvard Business School. Einfach zusammenbauen und übersetzen.

www.alumni.hbs.edu/careers/pitch

Online-Videos zum Thema Elevator-Pitch:

www.kreativwirtschaft.at

Der Kontakt zwischen Unternehmen und Business Angels wird häufig über ein sogenanntes Business Angels Network hergestellt. Die Angels nehmen eine Vermittlungsfunktion zu privaten Investorinnen und Investoren ein. Insiderinnen und Insider der Szene raten unbedingt 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 eine potenzielle Investorin oder einen potenziellen Investor recherchieren und kontaktieren. Mittlerweile gibt es auch ein rasant wachsendes Angebot an Veranstaltungen, bei denen das Netzwerken mit und das Pitchen für Investorinnen und Investoren ermöglicht wird.

Findet sich ein Business Angel, der bereit ist, in eine Unternehmung zu investieren, ist es nicht nur wichtig, dass die Finanzierung, sondern auch, dass die Chemie stimmt und die Business Angels halten, was sie versprechen.

Richtige Business Angels wählen:

- 🔓 Bringen sie das Netzwerk und die Kontakte mit, die ich brauche?
- 🔓 Sind sie bereit, neben Geld auch ausreichend Zeit in mein Unternehmen zu investieren?
- 🔓 Bekomme ich hier das Know-how, das mir noch fehlt?
- 🔓 Wollen die Business Angels meinem Geschäft zum Erfolg verhelphen, oder kann ich gegenläufige Interessen erkennen?
- 🔓 Wird tatsächlich Risiko mitgetragen, oder werden Sicherheiten etwa in Form von Bürgschaften verlangt?

Zur Vertiefung

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 man Business Angels treffen kann.

www.business-angels.at

Austrian Angel Investors Association (AAIA) ist eine Dachorganisation für Business Angels in Österreich. Die Mitgliederliste mit über 150 aktiven Business Angels ist repräsentativ für die Szene in Österreich.

www.aaia.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

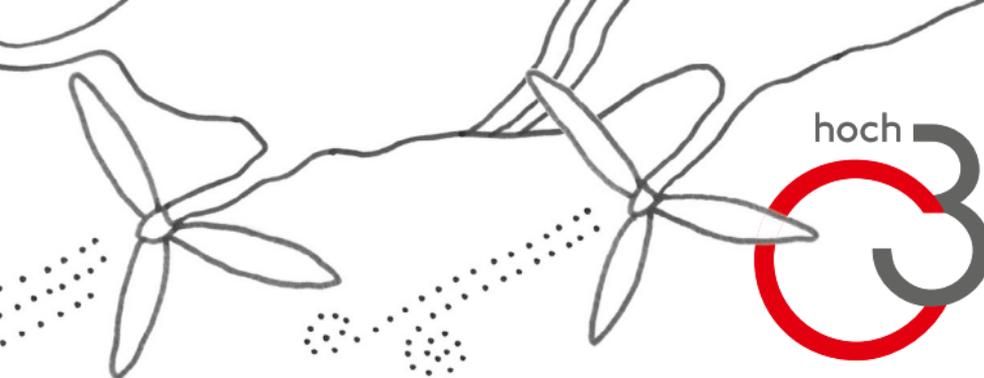
Junge Wirtschaft

www.jungewirtschaft.at

Crowdfunding – Finanzierung über die Community

Beim Crowdfunding finanzieren viele Online-Userinnen und -User, die „Crowd“, mit kleinen oder größeren Beträgen gemeinsam eine Idee, ein Projekt oder eine 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.

Ein Vorteil von Crowdfunding liegt darin, dass sich Finanzierung, Marketing und Vertrieb verknüpfen lassen. Mit der frühzeitigen Einbindung der potenziellen Kundinnen und Kunden oder des Publikums in die Entwicklung von Projekten und Produkten eröffnen sich Kreativschaffenden neue Möglichkeiten der Potenzial- und Marktanalyse. Die Resonanz der Community auf eine Projektidee ist ein früher Indikator für deren 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.“



hoch



C hoch 3

ICH BIN KREATIV UND WILL ...

- ein nachhaltiges Netzwerk mit anderen Kreativschaffenden aufbauen!
- meine Fähigkeiten als UnternehmerIn stärken!
- neue Denkansätze und interaktive Methoden zur Weiterentwicklung meiner Geschäftsidee!

INTERESSE ?

Info und Bewerbung:

www.kreativwirtschaft.at/c-hoch-3



K Kreativwirtschaft

A Austria **WKO** **bmwfw**

T

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Bundesministerium für
Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Um ein Projekt erfolgreich zu finanzieren, hilft es, schon ein bestehendes Netzwerk zu haben, das angesprochen werden kann. Wenn das Netzwerk noch 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 Crowdfunding). 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 Crowdfunding), 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 zurückzubekommen. Während Crowdfunding in der Kultur- und Kreativwirtschaft schon nahezu etabliert ist, ist Crowdinvesting international noch ein junges Thema. Durch das Alternativfinanzierungsgesetz, das für Österreich 2015 beschlossen wurde, werden die Spielregeln für Crowdinvesting erstmal klar geregelt.

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 100 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.

Schritt für Schritt: Wie führe ich ein Crowdfunding-Projekt erfolgreich durch?

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, sich zu fragen, welche Ziele man erreichen will, welche Zielgruppe die jeweilige Plattform anspricht und welche Art von Gegenleistung man erbringen will. 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. Man beschreibt 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 stellt man nicht nur die Idee vor, sondern auch sich selbst und das Team. Über die persönliche Vorstellung der Idee und der Motivation hinter dem Projekt bauen potenzielle Unterstützerinnen und Unterstützer Vertrauen auf.

Eine Besonderheit beim Crowdfunding sind die Dankeschöns, die deine Fans als Gegenleistung für ihre finanzielle Unterstützung bekommen. Bei der Planung des Fundingziels 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 Projektinitiatorinnen oder -initiatoren)
- » Werbekosten für das Projekt

Beim Crowdfunding mit einer Gegenleistung entsteht ein Kaufvertrag zwischen unterstützender und initiierender Partei, der eingelöst werden muss, wenn das Finanzierungsziel erreicht wird. Wer konkrete Produkte als Dankeschön anbietet, muss darauf achten, die Spielregeln in Sachen eCommerce 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.

Zur Vertiefung



Mehr zum Thema AGB findet sich im Handbuch „Die Marke der Kreativen“ der Kreativwirtschaft Austria.

www.kreativwirtschaft.at/MarkederKreativen

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 Ansprechen von Journalistinnen und Bloggern, 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. Teil der Kampagne ist auch, die Fans über die Projektfortschritte auf dem Laufenden zu halten.

Tipp

Die Crowd beginnt bei deinem schon bestehenden Netzwerk, deinen Leserinnen, Kunden, Fans oder Friends. Unterstützen die dein Projekt, werden über den Netzwerkeffekt auch „fremde“ Userinnen und User darauf aufmerksam.

Schritt 4: Das Projekt unterstützen

Die Fans können das Projekt über die Plattform unterstützen. 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 Gegen-

leistung. Von der Plattform werden unterschiedliche Bezahlmöglichkeiten 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 eine Wertschätzung der Fans aus. So lässt sich eine aktive Community aufrechterhalten. Wenn es danach darum geht, die nächste Projektidee zu finanzieren, können die bisherigen Unterstützenden wieder eingebunden werden. Dadurch wachsen die eigene Reputation als Ideenhaberin oder Ideenhaber und zugleich die Community.

Auf einen Blick

Mit Crowdfunding haben Kreative, Start-ups, Innovatorinnen und Innovatoren die Möglichkeit, Projekte und Geschäftsideen in einem frühen Stadium einer digitalen Community vorzustellen und damit auf direktem Wege Unterstützerinnen oder Investoren zu finden. Die Initiatorinnen und Initiatoren eines Crowdfunding-Projekts bekommen das Geld in der Regel nur ausbezahlt, wenn sie das Finanzierungsziel innerhalb der geplanten Zeit erreicht haben, andernfalls erhalten die Unterstützenden ihr Geld zurück. Es empfiehlt sich aber, die AGB der jeweiligen Plattform genau zu lesen.

Zur Vertiefung



Kreativwirtschaftstipps der Kreativwirtschaft Austria zum Thema Crowdfunding:

www.kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftstipps

Digitale Informationen zum Thema Crowdfunding und Crowdfunding sowie einen Überblick über österreichische Crowdfunding-Plattformen bietet der Fachverband für Finanzdienstleister der WKÖ.

www.wko.at/crowdfunding

Mit dem Leitfaden „The Power of the Crowd – Crowdfunding für kapitalsuchende Unternehmen und Investoren“ informieren das Gründer-service und die Junge Wirtschaft der Wirtschaftskammern rund um das Thema Crowdfunding.

www.gruenderservice.at/Content.Node/gruenden/Broschueren/Leitfaden__.html

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

www.eurocrowd.org

EU-Informationshub “Crowdfunding for Culture”

www.crowdfunding4culture.eu

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 Landesregierungen 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

Die Broschüre „Richtig finanzieren für kleine und mittlere Unternehmen“ der Erste Bank und Sparkassen bietet einen Überblick von der klassischen Bankfinanzierung bis hin zu alternativen Finanzierungsformen und gibt Tipps zur Vorbereitung auf das Bankgespräch.

www.sparkasse.at/sgruppe/Firmenkunden/Produkte/Finanzieren/Finanzierung-Foerderung/Richtig-finanzieren

Einen Finanzierungsratgeber als Online-Tool bietet die WKO mit einem Überblick zu allen Finanzierungsformen.

www.kmu-finanzierung.wkoratgeber.at/

Finanzierungsberatung mit Vorbereitung auf das Bankgespräch bieten die Wirtschaftskammern.

www.wko.at → Suchbegriff „Finanzierungsberatung“

Stefanie Ebner-Hopf
rollende Retro-Händlerin
www.kleinerwohnladen.at



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, auch 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.

Begünstigte Kreditkonditionen

Hier bedingt die Förderung eine günstige Kondition. Auch das macht Kredite günstiger.

Haftungen

Hier übernimmt eine Förderinstitution die Haftung für Kredite gegenüber der Geldgeberin oder dem Geldgeber. Das macht Kredite für dich günstiger.

Tipp

Auch bei geförderten Krediten gilt: Ohne Eigenkapital keine Finanzierung. 25 bis 30 % Eigenkapital sollte man 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.

Hilfe

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

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.

eufoerderguide.wko.at

Bei der Suche nach einer geeigneten Förderung ist es wichtig, die Richtlinien und Förderbedingungen zunächst genau zu lesen und dann 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 einen Gewerbeschein voraus. Daher sollte man sich auf der Suche nach Fördermöglichkeiten fragen, ob man für die geplante Tätigkeit einen Gewerbeschein

benötigt. Eine Ausnahme gilt für Mitglieder der Kammer der Architekten und Zivilingenieure, 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 ein Kriterium, an dem Förderungen ansetzen. Wurde das Unternehmen bereits gegründet, und wie alt ist es? Oder steht man erst im Gründungsprozess?

Tipp

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

Die Förderung beantragen

Ist eine geeignete Fördermöglichkeit gefunden, beginnt die Arbeit am Förderantrag. Das kann mitunter ein aufwendiges Unterfangen sein, für das ausreichend Zeit eingeplant werden sollte.

Generell gilt, dass Förderungsanträge 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, eine Mäzenin oder einen Mäzen für eine Idee zu finden, sondern diese als potenziell erfolgreiche Investition auch Fachfremden verständlich zu präsentieren. Gleichzeitig gilt zu bedenken, dass gerade bei Innovationsförderungen häufig Fachleute aus dem betroffenen Bereich in der Jury sitzen.

Förderungen lassen sich direkt bei der jeweiligen Förderstelle oder aber, insbesondere bei Haftungen oder geförderten Krediten, auch über die Hausbank beantragen. Bei EU-Förderungen wird zwischen Aktionsprogrammen, für die in Brüssel eingereicht wird, und EU-Förderschienen, die dezentral in Österreich abgewickelt werden, unterschieden. Bei Letzteren handelt es sich primär um die Fördermaßnahmen auf Bundes- und Landesebene im Rahmen der Europäischen Struktur- und Investitionsfondsprogramme.

Ist die Förderung beantragt, kann es einige Monate bis zur Beschlussfassung dauern. Auch das sollte bei der Umsetzung eines Projektes mit Fördermitteln eingeplant werden.

Checkliste für den Förderantrag

- 📁 Habe ich die Förderrichtlinien der am ehesten in Frage kommenden Förderschienen gelesen und zu meinen Vorhaben in Beziehung gesetzt?
- 📁 Steht die Förderstelle beim Ausfüllen des Antrags begleitend zur Verfügung?
- 📁 Habe ich mit der Förderstelle mein Vorhaben besprochen, und sind aktuell Budgetmittel vorhanden?
- 📁 Habe ich 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?

Zur Vertiefung

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.gruender.at

Infoblatt der Wirtschaftskammer
„Ein guter Förderantrag für Innovationsprojekte“

www.wko.at/innovation

Förderzusage: Wie geht es weiter?

Es ist geschafft! Der Förderantrag wurde erfolgreich eingereicht. Jetzt kann das geplante Vorhaben verwirklicht werden. Hat man eine Förderzugsage erhalten, gilt es aber auch bei der Umsetzung des Projektes darauf zu achten, welche Förderbedingungen gelten, und diese einzuhalten.

Checkliste nach der Förderzusage

- ☞ Habe ich den Förderungsvertrag unterzeichnet und zeitgerecht an die Förderstelle geschickt?
- ☞ Wie müssen Logos der Förderstelle und Förderhinweise verwendet werden?
- ☞ Habe ich eine Berichts- und Belegmappe für die Abrechnung angelegt? Gibt es Berichts- und Abrechnungsformulare der Förderstelle?
- ☞ Gibt es während der Umsetzung meines Vorhabens Aktivitäten, die für die Förderstelle interessant sein könnten (öffentliche Veranstaltungen, Meilensteine, Publikationen, ...)?
- ☞ Habe ich Möglichkeiten, in meiner Öffentlichkeitsarbeit auf das geförderte Vorhaben hinzuweisen? Habe ich alle Publizitätsvorschriften der Förderstelle berücksichtigt?
- ☞ Für welche Aktivitäten habe ich die Förderung erhalten? Wer Geld aus Förderungen erhält, darf dieses nur für die Zwecke verwenden, für die er oder sie es bekommen hat.
- ☞ Habe ich die Förderstelle vorab und rechtzeitig über Änderungen während der Umsetzung meines Vorhabens informiert und die Antwort der Förderstelle dokumentiert?
- ☞ Habe ich die Förderabrechnung und den Förderbericht zeitgerecht an die Förderstelle übermittelt?

EU-Förderungen: Hier braucht's Know-how

Bei Förderungen der Europäischen Union wird generell zwischen Aktionsprogrammen und Programmen des Struktur- und Investitionsfonds unterschieden. EU-Aktionsprogramme werden von der EU-Kommission und ihren nachgelagerten Exekutivagenturen direkt verwaltet. Die früher unter der Bezeichnung „EU-Regionalförderungen“ bekannten Europäischen Struktur- und Investitionsfondsprogramme werden über nationale oder regionale Förderstellen abgewickelt.

Tipp

Neben der Möglichkeit, eine EU-Förderung zu beantragen, kann man auch als Zulieferin oder Zulieferer eines EU-Projektes auftreten, wenn Auftragnehmerinnen oder Auftragnehmer für die Umsetzung eines EU-Projektes gesucht werden. Projektdatenbanken der einzelnen EU-Aktionsprogramme und die TED-Datenbank können bei der Recherche hilfreich sein.

www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung--Finanzierung-und-Foerderungen/Foerderungen/EU_Foerderguide/Sub-Auftragnehmer.html

EU-Aktionsprogramme

Die EU-Aktionsprogramme sind zwar voneinander unabhängig, weisen aber einige Gemeinsamkeiten auf:

Ausschreibung

Aufwand und Mehrwert abwägen

Förderungen aus EU-Programmen sind im Vergleich zu österreichischen Förderungen administrativ aufwendiger. Vor einer Entscheidung für die Beantragung von EU-Förderungen ist deshalb eine kritische Analyse in Bezug auf den erwarteten Mehrwert und Mehraufwand notwendig.

Langfristige planen

Mittel- bis langfristige Planung im Hinblick auf die Teilnahme an EU-Förderprogrammen ist zielführend. Vielfach gibt es pro Jahr nur einen einzigen Einreichtermin.

Aufrufe zur Einreichung

Die meisten EU-Programme werden über sogenannte Calls for Proposals abgewickelt, das sind Aufrufe zur Einreichung von Projektvorschlägen. Diese werden öffentlich ausgeschrieben und enthalten sämtliche zentralen Details wie Einreichfristen, zulässige Antragstellerinnen und Antragsteller, Mindestanzahl der Projektpartnerinnen und -partner, die Kofinanzierungsrate oder förderbare Kosten.

Die Kontaktstellen der EU-Programme informieren über offene Calls. Am besten abonnierst du den jeweiligen Newsletter, um immer aktuell zu sein.

Einreichende

Juristische Personen

EU-Förderanträge müssen von juristischen Personen (z.B. einer GmbH) eingereicht werden. Einzelpersonen können von Mobilitätsaktivitäten (z.B. Praktika oder Weiterbildung im Ausland) profitieren, sich allerdings nicht selbst um EU-Förderungen bewerben.

Konsortien

Zumeist kann ein Unternehmen oder eine Organisation nicht alleine einreichen, sondern werden Partnerinstitutionen benötigt. Man spricht in diesem Zusammenhang von einem Konsortium. In der Regel müssen diese Partnerunternehmen aus anderen europäischen Staaten kommen, um einen europäischen Mehrwert des Projektes darzustellen.

Antrag

In englischer Sprache

Die meisten Einreichungen bei EU-Programmen erfolgen in englischer Sprache, da nur so sichergestellt werden kann, dass sich alle Projektpartnerinnen und -partner aus verschiedenen Ländern an der Projektentwicklung und -umsetzung im vollen Umfang beteiligen können.

Mit Kofinanzierung

EU-Programme finanzieren gewöhnlich nicht 100 % der Projektkosten. Es müssen also seitens der Projektträgerinnen und -träger Eigenmittel oder finanzielle Zuschüsse aus anderen Finanzierungsquellen ins Projekt eingebracht werden. In diesem Zusammenhang spricht man von der sogenannten Kofinanzierung.

Details beachten

Die Antragsunterlagen für EU-Förderprogramme müssen genau gelesen und systematisch bearbeitet werden, da schon ein kleiner Formfehler zur Ablehnung des Antrags führen kann.

Einreichung

Meist digital

Oft sind nur elektronische Einreichungen zulässig. Hier gilt es, das genaue Prozedere zu beachten.

Direkt bei EU

EU-Aktionsprogramme werden von der EU-Kommission und ihren nachgelagerten Exekutivagenturen direkt verwaltet.

Auswahl

Wettbewerb

Mit der Einreichung befindet man sich im Wettbewerb mit vielen anderen Antragstellerinnen und Antragstellern. Es reicht deshalb nicht, die Mindestanforderungen zu erfüllen (z.B. im Hinblick auf die Anzahl involvierter Partnereinrichtungen), sondern es muss ein möglichst optimaler Antrag mit hoher Qualität abgegeben werden.

Kriterien erfüllen

Nach der Einreichung erfolgt die Bewertung nach Kriterien, und die besten Anträge werden zur Finanzierung ausgewählt.

Lange Wartezeiten

Nach der Antragstellung muss für die Zu- oder Absage der Projektförderung mit einer mehrmonatigen Wartezeit gerechnet werden. Erst nach der Unterzeichnung des Fördervertrags kann die Projektumsetzung beginnen.

Entscheidung

Absagebegründung als Mehrwert

Die meisten Programme bieten inzwischen ein schriftliches inhaltliches Feedback für abgelehnte Anträge an – ein klarer Mehrwert für die Weiterentwicklung von Projektvorhaben.

Zusage mit Bedingungen

Nur die besten Projekte erhalten vom Evaluierungsausschuss eine Förderung zugesprochen.

In der Regel werden EU-Projekte über mehrere Jahre abgewickelt. In vielen Fällen werden mehrere Abrechnungstermine vereinbart. Nach Genehmigung der Zwischen- und Endberichte erfolgt jeweils die Auszahlung der EU-Zuschüsse.

Allfällige Vorauszahlungen von EU-Förderungen müssen bei nicht adäquater Mittelverwendung bzw. Nichtausschöpfung gegebenenfalls retourniert werden.



Axel Kiesling
kreativer Ingenieur
axel@lebensraum2100.at



CREATIVE EUROPE: Das EU-Programm zur Förderung von transnationaler Zusammenarbeit in Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft sowie Film und Games

Programmportal der Europäischen Kommission

ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index_en.htm

Österreichische Programmseite

www.creativeeurope.at

HORIZON 2020: Das EU-Förderprogramm im Bereich Forschung und Innovation setzt einen Schwerpunkt auf KMU.

Österreichische Kontaktstelle FFG

www.ffg.at/Europa/H2020

Ausschreibungsportal Europäische Kommission

www.ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/index.html

ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS – aus dem EU-COSME-Programm finanziert – ermöglicht Jungunternehmerinnen und -unternehmern Auslandsaufenthalte.

www.erasmus-entrepreneurs.eu

ERASMUS+: Dieses EU-Programm unterstützt Weiterbildung in Unternehmen im Rahmen von transnationalen Partnerschaften.

www.bildung.erasmusplus.at

Europäische Struktur- und Investitionsfondsprogramme (ESI-Fonds-Programme)

Die früher unter der Bezeichnung „EU-Regionalförderungen“ bekannten Europäischen Struktur- und Investitionsfondsprogramme werden über nationale oder regionale Förderstellen abgewickelt. Bei diesen Förderungen ist es meist von Vorteil, bereits über EU-Projekterfahrung zu verfügen. Die Programme sind in Vorbereitung und Umsetzung zeitlich aufwendig und verlangen ein detailliertes Finanzmanagement.

Wo?

Die ESI-Fonds-Programme sind in spezifischen geografischen Räumen gültig. Das können Teile von Österreich sein, aber auch das gesamte Bundesgebiet. Die Projektumsetzung muss im Programmraum erfolgen. Es muss deshalb zuerst geprüft werden, welche ESI-Fonds-Programme am Projektstandort zur Verfügung stehen. Alle Förderprogramme veröffentlichen Karten zu ihrem jeweiligen Programmgebiet.

Was?

Alle ESI-Fonds-Programme setzen thematische Schwerpunkte. Diese müssen mit dem eigenen Vorhaben übereinstimmen. Die Programmstrategien sind auf den Websites der Förderprogramme veröffentlicht und müssen vor Einreichung genau gelesen werden. Wesentlich ist die enge inhaltliche Abstimmung mit den Programmsekretariaten sowie den Förderstellen, die für jedes Förderprogramm eingerichtet bzw. ausgewählt wurden.

Wie?

Im Gegensatz zu den EU-Förderprogrammen, die in Brüssel meist auf Englisch eingereicht werden, können die meisten Anträge auf EU-Regionalförderungen auf Deutsch abgegeben werden. Bei den grenzüberschreitenden Programmen erfolgen die Einreichungen häufig auf Deutsch und in der Sprache des Nachbarlandes.

Auf einen Blick

Die österreichische Raumordnungskonferenz bietet eine systematische Übersicht über die Europäischen Struktur- und Investitionsfondsprogramme.

www.oerok.gv.at/esi-fonds-at

Das EFRE-Programm für Investitionen in Wachstum und Beschäftigung Österreich bildet unter anderem auch die Grundlage für Fördermöglichkeiten für innovative Unternehmen.

www.efre.gv.at

Die EU-Kooperationsprogramme ermöglichen auch grenzüberschreitende Unternehmenszusammenarbeit.

www.oerok.gv.at/eu-kooperationen/etz-grenzueberschreitend

Im Programm für die ländliche Entwicklung werden auch innovative Unternehmensgründungen im ländlichen Raum gefördert.

www.bmlfuw.gv.at/land/laendl_entwicklung/foerderinfo

Kreativunternehmen, die in ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren, könnten auch von Förderungen aus dem „Operationellen Programm Beschäftigung Österreich 2014–2020“ profitieren.

www.esf.at

Im Online-Ratgeber des Bundeskanzleramts werden die Fördermöglichkeiten in den ESI-Fonds-Programmen für Kunst- und Kulturprojekte erläutert. Die Förderprogramme werden einzeln vorgestellt und mit Projektbeispielen veranschaulicht.

www.creativeeurope.at/eu-kulturpolitik/news/ratgeber-auf-einen-blick-eu-regionalfoerderungen-fuer-kunst-und-kultur.html



Max Niederschick
Gestalter & Autor
www.nw-partner.eu

**K
—
A
T**



Du hast gute Ideen, aber wo kommt die Kohle dafür her?

**Aktuelle Förderungen und die besten Recherchertools
für die Suche findest du hier!**

**[www.kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsservice/
kat-foerderungen](http://www.kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsservice/kat-foerderungen)**

K **Kreativwirtschaft**  **Bundesministerium**
A **Austria**  **Digitalisierung und**
T WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH **Wirtschaftsstandort**

Gemeinsam sind wir stark!

Der Mehrwert funktionierender Netzwerke ist nicht in Zahlen festzumachen. Oft sind es informelle oder formelle Netzwerke, in denen sich Aufträge aufspüren lassen, ein reger Fachaustausch stattfindet und sich Projektgemeinschaften zusammenfinden. Netzwerke sind eine unverzichtbare Möglichkeit, sich auszutauschen, sich Anregungen zu holen und die eigene Kreativität in der Community unter Beweis zu stellen. Die folgende Linksammlung bietet einen Überblick über Netzwerke, Servicestellen, Plattformen, Interessenvertretungen und Kontakte für die Kreativwirtschaft.

Netzwerke, Hubs und Services: Für dich und deine Ideen

Österreich

austria wirtschaftsservice (aws)	
aws Kreativwirtschaft	www.awsg.at/Kreativwirtschaft
Bundeskanzleramt Österreich – Kunst und Kultur...	www.kunstkultur.bka.gv.at
Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW)	www.bmdw.gv.at
Creative Europe Desk in Österreich	www.creativeeurope.at
dasauge	www.dasauge.at
IP-HUB	www.patentamt.at/ip-hub
Kreativwirtschaft Austria	www.kreativwirtschaft.at
Kreativwirtschaftsnetzwerk C hoch 3.....	www.kreativwirtschaft.at/c-hoch-3

Netzwerke der Kreativwirtschaft in den Bundesländern

Burgenland

FTI Burgenland GmbH www.fti-burgenland.at

Wirtschaftskammer Burgenland.....www.wko.at/bgld

Zentrum für Kreativwirtschaft |

Regionalmanagement Burgenland GmbH www.kreativwirtschaft.net

Kärnten

build!Gründerzentrum Kärntenwww.build.or.at

Im Südenwww.imsueden.at

Kreativwirtschaft Klagenfurtwww.kreativwirtschaft-klagenfurt.at

Lakeside Science & Technology Park www.lakeside-scitec.com

Wirtschaftskammer Kärnten.....www.wko.at/ktn

Niederösterreich

accent www.accent.at

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur www.ecoplus.at

FH St. Pöltenwww.fhstp.ac.at

Kulturvernetzung Niederösterreichwww.kulturvernetzung.at

New Design Centre im
WIFI Niederösterreich www.noe.wifi.at/Kreativprogramm

New Design University www.ndu.ac.at/new-design-university

riz up Niederösterreichs Gründeragentur www.riz-up.at

Wirtschaftskammer Niederösterreich www.wko.at/noe

Oberösterreich

afo – architekturforum oberösterreich www.afo.at

akostart oö – AKADEMISCHES STARTUP NETZWERK	www.akostart.at
Ars Electronica	www.aec.at
Business Upper Austria – OÖ Wirtschaftsagentur GmbH	www.biz-up.at
CREATIVE REGION Linz & Upper Austria GmbH.....	www.creativeregion.org
OTELO – Offenes Technologielabor	www.otelo.or.at
Softwarepark Hagenberg	www.softwarepark-hagenberg.com
Tabakfabrik Linz	www.tabakfabrik-linz.at
Wirtschaftskammer Oberösterreich	www.wko.at/ooe

Salzburg

Innovationservice für Salzburg	www.itg-salzburg.at
Wirtschaftskammer Salzburg	www.wko.at/sbg

Steiermark

Annenviertel	www.annenviertel.at
Creative Industries Styria	www.cis.at
designforum Steiermark	www.designforum.at/st
Erlebniswelt Wirtschaft	www.erlebniswelt-wirtschaft.at
FH Joanneum	www.fh-joanneum.at
HDA – Haus der Architektur	www.hda-graz.at
INNOLAB.....	www.innolab.at
Jakominiviertel	www.jakominiviertel.at
Lendwirbel	www.lendwirbel.at
Stadt Graz, Amt für Wirtschafts- und Tourismusentwicklung	www.wirtschaft.graz.at
WIR GESTALTEN ES	www.wir.gestalten.es
Wirtschaftskammer Steiermark	www.wko.at/stmk

Tirol

aut. architektur und tirol	www.aut.cc
Design- und Erfindermesse	www.design-erfindermesse.at
designforum Tirol	www.designforum.at/t
Die Bäckerei – Kulturbackstube	www.diebaeckerei.at
Standortagentur Tirol	www.standort-tirol.at
Tortenwerkstatt	www.tortenwerkstatt.net
WEI SRAUM. Designforum Tirol	www.weissraum.at
Wirtschaftskammer Tirol	www.wko.at/tirol/kreativwirtschaft

Vorarlberg

ArtDesign Feldkirch	www.feldkirch.at/artdesign
designforum Vorarlberg	www.designforum.at/v
FHV Fachhochschule Vorarlberg	www.community.fhv.at
Filmwerk Vorarlberg	www.filmwerk-vorarlberg.at
net culture lab Dornbirn	www.lab.netculture.at
poolbar	www.poolbar.at
POTENTIALe	www.potentiale.at
vai – Vorarlberger Architektur Institut	www.v-a-i.at
VLOW!	www.vlow.net
Werkraum Bregenzerwald	www.werkraum.at
Wirtschaftskammer Vorarlberg	www.wko.at/vlbg
Wirtschaftsstandort Vorarlberg GmbH (WISTO)	www.wisto.at

Wien

Blickfang	www.blickfang.com
departure, das Kreativzentrum der Wirtschaftsagentur Wien	www.wirtschaftsagentur.at/kreativwirtschaft/ueber-departure
Designforum Wien	www.designforum.at/w
forum mozartplatz – raum für wirtschaft und kultur	www.forum-mozartplatz.at
Forward Festival Vienna	www.forward-festival.com/vienna
Kreativwirtschaftsgespräche der Kreativwirtschaft Austria	www.kreativwirtschaft.at
MQ Vienna Fashion Week.....	www.mqvfw.com
Vienna Design Week	www.viennadesignweek.at
Werbeakademie Wien	www.werbeakademie.at
Wirtschaftskammer Wien.....	www.wko.at/wien

Branchenspezifische Netzwerke und Communitys

Architektur, Design, Mode

- AFA – Austrian Fashion Association www.austrianfashionassociation.at
- assembly Designfestival www.assembly-festival.at
- AustrianFashion.Net www.austrianfashion.net
- AUSTRIAN ILLUSTRATION www.austrianillustration.com
- Design Austria – Dachverband für Design www.designaustria.at
- designforum (Wien, Vorarlberg, Steiermark und Tirol) www.designforum.at
- Fachverband Ingenieurbüros www.ingenieurbueros.at
- IG Architektur www.ig-architektur.at
- IG Kultur Österreich..... www.igkultur.at
- Kulturrat Österreich www.kulturrat.at
- LandLuft – Verein zur Förderung von
Baukultur in ländlichen Räumen www.landluft.at
- MuseumsQuartier Wien www.mqw.at
- Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Lederindustrie,
Fachverband, WKÖ www.textilindustrie.at
- Typographische Gesellschaft Austria www.typographischegesellschaft.at
- Vienna Design Office – Verein
Neigungsgruppe Design www.viennadesignweek.at
- zt: Bundeskammer der ZiviltechnikerInnen | Bundeskammer
der Architekten und Ingenieurkonsulenten www.arching.at/baik

Software, Games, Multimedia

- CG Austria www.cgaustria.at
- FSWE – Anlaufstelle für Game- & Gamification-Entwicklung www.fswe.at
- Game Development Working Group www.wko.at/spieleentwickler

Games Austria	www.gamesaustria.at
Internet Service Providers Austria	www.ispa.at
PGDA – Dachverband der Spieleentwickler Österreichs	www.pgda.at
Quartier für digitale Kultur	www.m-q.at
SUBOTRON – Anlaufstelle und Treffpunkt zur Förderung des Diskurses über digitale Spiele	www.subotron.com
Telekommunikations- und Rundfunkunternehmungen, Fachverband, WKÖ.....	www.wko.at/telekom

Musik, Film, Fotografie, Buch

ADA - Austrian Directors' Association	www.directors.at
Austrian Film Commission	www.austrianfilms.com
Austrian Music Export	www.musicexport.at
Berufsfotografen Österreich	www.berufsfotografen.at
Buch- & Medienwirtschaft, Fachverband, WKÖ.....	www.wko.at/buchwirtschaft
Diagonale – Festival des österreichischen Films	www.diagonale.at
drehbuchFORUMwien	www.drehbuchforum.at
Film- und Musikwirtschaft	www.filmandmusicaustria.at
FISA – filmstandort austria	www.filmstandort-austria.at
Music Information Center Austria (mica)	www.musicaustria.at
Österreichischer Musikfonds	www.musikfonds.at
Österreichisches Filminstitut	www.filminstitut.at
Verband Druck & Medientechnik	www.druckmedien.at
Verband Filmregie Österreich	www.austrian-directors.com

Werbung, Kommunikation, Marketing

Creativ Club Austria	www.creativclub.at
DMVÖ – Dialog Marketing Verband Österreich	www.dmvoe.at
emba – event marketing board austria	www.emba.co.at
IAA – International Advertising Association	www.iaaat.org
IGMA – Interessengemeinschaft der Mediaagenturen	www.igma.at
MCÖ – Marketing Club Österreich	www.marketingclub.at
ÖMG – Österreichische Marketing-Gesellschaft	www.marketinggesellschaft.at
ÖWR – Österreichischer Werberat	www.werberat.or.at
PRVA – Public Relations Verband Austria	www.prva.at
Strategie Austria	www.strategieaustria.at
VAMP – Verband Ambient Media und Promotion Österreich ...	www.vamp.co.at
Werbung und Marktkommunikation, Fachverband, WKÖ	www.wko.at/werbung

Wirtschaftskammer

AUSSENWIRTSCHAFT Kreativwirtschaft	www.wko.at/awo
EPU-Service für Ein-Personen-Unternehmen	www.epu.wko.at
Frau in der Wirtschaft	www.unternehmerin.at
go-international – Exportförderung von BMDW und AUSSENWIRTSCHAFT Kreativwirtschaft/WKÖ	www.go-international.at
Gründerinnen- und Gründerservice der WKÖ	www.gruenderservice.at
Innovation, Technologie, Digitalisierung	www.wko.at/innovation
Junge Wirtschaft Österreich	www.jungewirtschaft.at
Wirtschaftskammerorganisation	www.wko.at

Brigitte Cerny
Textilkünstlerin
www.stoffzauberei.com



Unser Dank geht an: Expertinnen und Experten

Liebe Expertinnen und Experten!

Nochmals vielen Dank für euer Engagement, euer Wissen, euer Feedback und eure Hilfestellungen!

Barbara Abel	www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at
Georg Bartmann	www.noe.gv.at
Dietmar Baurecht	www.kreativwirtschaft.net
Emanuel Bröderbauer	www.erstebank.at
Georg Buchtela	www.awsg.at
Jürgen de Costa	www.vorarlberg.at
Simone Feichtner	www.thomasfeichtner.com
Doris Fröhlich	www.awsg.at
Harry Fuchs	www.musikfonds.at
Irmgard Habenichts	www.departure.at
Michael Hofegger	www.awsg.at
Christoph Huter	www.wko.at
Gerhard Jagersberger	www.bmukk.gv.at
Gertraud Leimüller	www.winnovation.at
Reanne Leuning	www.go-international.at
Heinz Maier	www.salzburg.gv.at
Michael Mairhofer	www.tirol.gv.at
Elisabeth Mayerhofer	www.igkultur.at
Sabine Pümpel	www.awsg.at
Georg Schmidinger	www.tech2b.at
Julia Daniela Stöhr	www.aergo.at
Romana Weißmayer	www.ffg.at

Auf ein Wort: Stichwortverzeichnis

A

Architektur 39, 76f., 91, 146

B

Bank, Bankkredit

14ff., 35, 40f.

Beratung 62f., 98, 105

Beteiligung 23ff.

Bildung 90, 92

Business Angels 23ff.

Businessplan 12ff., 24f.

C

Community 27ff., 144f., 149ff.

Crowdfunding 27ff.

Crowdfunding 27ff.

D

Dankeschön 29ff., 153

Design 64ff., 72, 76f., 84, 91,

149

E

eCommerce 31

Eigenkapital 19, 27, 37

Ein-Personen-Unternehmen

39, 92, 102, 105

F

Film 70, 78ff., 99, 103, 106,

110, 113ff., 150

Finanzierung 11ff., 37ff., 68ff.

Finanzierungsziel 29, 31ff.

Förderantrag 39ff., 76

Förderbedingungen 38ff.

Förderinstitutionen 16, 34,

41, 52ff.

Förderprogramme 39, 49f.,

56, 84, 95, 120ff., 135

G

geistiges Eigentum 9

Geschäftsidee 12f., 16, 93

Gründerin, Gründer 13f., 93f.

I

Innovation 40f., 56ff., 72f., 89f.,

93, 98ff., 120ff., 125ff., 132ff.

Interessenvertretung 144ff.

Internationalisierung 24, 87,

95, 104, 109, 134f.

Investition 19, 29, 39ff., 49f.,

68f., 86, 89, 95, 98, 125ff.

Investorin, Investor 16ff., 23ff.

J

Jungunternehmerin, -unternehmer 89, 122f.

K

Kapital 18ff., 37

Konzept 11ff., 24f.

Kooperation 90ff., 105, 112ff.,

128ff.

Kreatiwirtschaft 56ff.
Kredit 19ff., 29, 37, 40, 68ff.,
119

M

Mode 76f., 84, 149
Multimedia 149f.
Musik 78ff., 86f., 106, 150

N

Netzwerk 26ff., 96, 121, 139ff.,
144ff.

P

Pitch 16, 25f., 31
Plattform 14, 30ff., 144
Private Equity 27

S

s Gründer Konto 20
Spiele 115, 119 149f.
Start-up 27ff., 68f., 73f., 93

V

Venture Capital 23f., 27, 71
Verwertung 70, 74, 83

W

Wachstum 24f., 95

Z

Zuschüsse 45f., 52, 82f.

Impressum

Medieninhaberin, Herausgeberin und Verlegerin

Kreativwirtschaft Austria, Wirtschaftskammer Österreich

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

kreativwirtschaft@wko.at

+43 (0) 5 90 900 4000

www.kreativwirtschaft.at/offenlegung

Kreativwirtschaft Austria

Die Kreativwirtschaft Austria, kurz KAT, bietet umfangreiche Serviceleistungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Kreativen und ihre branchenübergreifende Vernetzung. 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.

Unterstützt von

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft im Rahmen

der evolve-Strategie für kreativwirtschaftsbasierte Innovation

Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG

Wirtschaftskammer Österreich

Projektleitung & Redaktion

Mag.^a Michaela Gutmann, LL.M, www.wko.at, www.kreativwirtschaft.at

Textbeiträge

Mag.^a Sylvia Amann, www.inforelais.org (Förderführer),

Mag.^a Nina Popp, www.ninapopp.com (Business Angels),

Anna Theil, www.startnext.com (Crowdfunding) und

Mag.^a Marie-Theres Zirm, www.cardamom.at

Fotos

Die Kreativwirtschaft wird durch das Netzwerk von C hoch 3 – dem innovativen Kompetenzprogramm und Kooperationsnetzwerk für Kreativschaffende der Kreativwirtschaft Austria und ihren Partnerorganisationen visualisiert www.kreativwirtschaft.at/choch3

Fotos Peter Rauchecker, www.peterrauchecker.at
(wenn nicht anders angegeben)

Lektorat Mag. Martin Thomas Pesl, www.martinthomaspesl.com

Layout wurzinger design, www.wurzinger-design.at

Cover Die Agentur Lux, www.dieagenturlux.at

Vierte aktualisierte und erweiterte Auflage

© 2016 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.

Ein Handbuch der Kreativwirtschaft Austria Für dich und deine Ideen!



Download

www.kreativwirtschaft.at/KapitalderKreativen

K Kreativwirtschaft

A Austria **WKO**
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

T

 Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

ERSTE
BANK
Was zählt, sind die Menschen.