

Kann man denn davon leben?

Erfolgreiche Eigenvermarktung und Internetökonomie

Peter Haas & Silvia Holzinger

## Impressum

2. Auflage  
Copyright © 2014  
Peter Haas / Silvia Holzinger  
Published by  
ebooknews press  
Verlag Dr. Ansgar Warner  
ISBN: 978-3-944953069

Kontakt zu den AutorInnen:  
Silvia Holzinger und Peter Haas  
Naugarderstrasse 13, 10409 Berlin  
email: **davonleben@ilmarefilm.org**



<http://www.kann-man-denn-davon-leben.de>

Coverdesign: Mone Schliephack, voltagrafik,  
büro für kommunikationsdesign

Wir bedanken uns bei folgenden Unterstützern für ihre Mithilfe,  
Kritik, ihre Anregungen und Inspiration und ihre Korrekturen:

Gunna Wendt, München  
Dr. Franz Klug, München  
Marion Schwehr, München

Ansgar Warner, e-book-news, Berlin  
Kathrin Passig, Berlin  
Ralph Stenzel, Fürth  
Valentin Steiner

Sowie Prof. Dr. hc. mult. Joseph Weizenbaum (†2008), dem wir  
unseren Dokumentarfilm „Weizenbaum. Rebel at Work“ und  
unsere Filmtour verdanken.

<b>VORWORT .....</b>	<b>9</b>
Kann man denn davon leben? JA! (die Erklärung dauert etwas länger) .....	10
<b>PRAXIS TEIL 1:</b>	
<b>VON DER IDEE ZUR COMMUNITY .....</b>	<b>17</b>
<b>Eigenvermarktung: Das Eigene zu Märkte tragen, aber wie? .....</b>	<b>17</b>
Sales Pitch .....	20
Berlin Calling – Kaltakquise am Telefon – Die Königsdisziplin .....	24
Cold Call .....	30
Aufbau eines Verteilers .....	32
Projektwebsite.....	33
Wie wir eine spannende (Meta-)Story erzählen.....	36
Blog.....	41
<b>Community Building .....</b>	<b>43</b>
Evangelisten und Multiplikatoren .....	46
Was ist eine Community? .....	47
Wem gehört die Community? .....	49
How to feed your Community.....	49
Facebook-Freunde bilden noch keine Community .....	52
Gibt deine Community im Internet Geld aus? .....	53
Marktsegment, Target Group und Zielgruppe .....	55
<b>Ideenüberdruck.....</b>	<b>58</b>
Die Welt in der Betaversion .....	68
Ressourcen – von G wie Geld bis Z wie Zeit .....	70
Entweder ganz oder gar nicht? .....	73
Scheitern, scheitern, scheitern.....	77
Fremdausbeutung oder Selbstausschöpfung? .....	81

<b>Preisfindungsakrobatik</b> .....	<b>83</b>
Die (un)vermeidliche Preisverhandlung .....	85
Alles hat seinen Preis? .....	91
Dabeisein ist eben nicht alles .....	94
Muss ich einem Eskimo Schnee verkaufen können? .....	97
<b>Verbeamtet, angestellt, selbstständig, freiberuflich, vogelfrei, frei?</b> .....	<b>99</b>
Selbstständig werden und bleiben. ....	105
Krankenversicherung .....	105
Künstlersozialversicherung .....	107
Gewerbeanmeldung .....	108
Steuerberater .....	111
<b>HINTERGRUND TEIL 2:</b>	
<b>INTERNET UND ÖKONOMIE</b> .....	<b>113</b>
<b>Großwetterlage mit Risiko</b> .....	<b>113</b>
<b>Über das Internet als Wundertüte</b> .....	<b>115</b>
<b>Kollaboration, Kooperation und Revolution?</b> .....	<b>119</b>
<b>Umsonstkultur im Internet</b> .....	<b>125</b>
<b>Klein ist das neue Groß</b> .....	<b>133</b>
<b>Crowdfunding</b> .....	<b>135</b>
<b>Vom Slow-Budget-Kulturarbeiter</b> .....	<b>139</b>
<b>PRAXIS TEIL 3:</b>	
<b>BEISPIEL UNSERES DOKUMENTARFILMS</b> .....	<b>141</b>
<b>Die Welt von Gestern</b> .....	<b>141</b>
Die Geschichte des Weizenbaum-Dokumentarfilmes....	145
Eigenproduktion oder mit Produktionsfirma .....	147
Kunst- und Filmförderung .....	149
Erfahrungen mit dem Fernsehen .....	149
Verleiher und Verleihförderung .....	150
Eine Erfahrung mit einem Tourveranstalter .....	151
Erfahrungen mit Distributoren .....	152

**Experimenteller Eigenvertrieb, Selbstermächtigung,  
Emanzipation..... 155**

Nichts zu verschenken..... 159  
DVD-Verkauf, Website und Webshop..... 161  
Das Henne-Ei-Problem: Die (un)mögliche Premiere .... 163  
Unser Film im Kabelfernsehen ..... 165  
Warten auf den Durchbruch..... 167  
Filmtour und Kampagne..... 168  
Bildungseinrichtungen und Medienzentren..... 171  
Die Weihnachtsedition ..... 173  
Niederlagen und Absagen recyceln ..... 173  
Vortragstätigkeit, Gastvorlesungen + Fachartikel ..... 175  
DVD als Magazin-Beilage ..... 175  
Filmarchiv verwerten..... 176

**Digitale Produktion und Digitales Kino ..... 179**

Digitaler Workflow und Postproduction ..... 182  
RAID-Systeme und Speicherung ..... 184  
Digitales Kino an ungewöhnlichen Orten ..... 185  
DVD-Produktion und Presswerk ..... 188  
Sendefähiges Material und Broadcasting Plattformen... 190

**SCHLUSSWORT ..... 193**

**Auf der Suche nach dem schönen Leben..... 193**

**ANHANG:  
PLATTFORMEN UND TOOLS .....201**

**Plattformen im Internet und Community-Must-Haves.201**

Mitfahrzentralen .....	203
PayPal und Co. – Online-Bezahldienste .....	203
YouTube und Vimeo - Videoplattformen .....	205
flickr.com und Photoplattformen .....	206
Facebook .....	206
Myspace.com.....	207
Twitter - Microblogging.....	207
Skype - Internettelefonie .....	208
Google Ranking und Google Adwords .....	209
smava.de - Kreditvermittlungsportal .....	214
flattr und Co. – Micropayment.....	216
OpenPR und Co.....	217
Webshop.....	220
Wikipedia .....	223
Online-Distributoren – Streaming-Plattformen .....	225
Co-Working Spaces .....	227
Dropbox und Co.....	227

**Kleine nützliche Helfer .....229**

Verteilersoftware – DirectMail .....	230
Graphikconverter .....	230
VLC-Mediaplayer .....	231
QuickTime.....	232
LittleSnitch .....	233
Paragon NTFS – Filesystem für Windows .....	234
Plug-ins .....	234
Sorenson Squeeze – WMV, Flash und RealMedia .....	235
FinalCutExpress.....	235
FinalCutPro und FinalCutStudio.....	235
Postproduction und Broadcasting .....	239





## VORWORT

Wir brechen gleich zu Beginn mit einem Tabu: Wer Filme macht, wer von seiner Musik oder vom Schreiben leben möchte, kurz, wer von der eigenen Kunst- und Kulturarbeit leben möchte, erlebt oft, dass es total uncool ist, vom Geld zu reden. Es ist verpönt, fast so, als müsste man sich dafür schämen, etwas so Privates überhaupt angesprochen zu haben und wenn man es tut, dann steht man meistens allein damit. Irgendwie peinlich.

Man redet gern von tollen Projekten, wie spannend die sind und wie gut die vorankommen, *wen* man alles kennt und wie hervorragend man vernetzt ist. Wo das Geld dafür herkommt, bleibt privat. Schließlich bleibt ein diffuses Gefühl, dass es eben diejenigen gibt, die es geschafft haben und viele, die hinten in der Schlange stehen.

Dieses Buch bricht mit einer Tradition, nämlich über eines der wichtigsten Themen der unabhängigen Kulturarbeit zu schweigen: Die Finanzierung, das Geld, die Kohle, der schnöde Mammon...

Selbst wenn das, was wir tun, unter *Creative Industries* zusammengefasst wird, klingt das zwar nach schicken Ateliers und Launchparties, aber irgendwie darf man da auch niemanden fragen, wie genau mit Webdesign, Kurzfilmen oder Animationen Geld zu verdienen ist. *Party pooper.*

Die festen und sicheren Beschäftigungsverhältnisse gehören für den Kreativsektor der Vergangenheit an. Die Finanz- und Wirtschaftskrise machen auch nicht gerade Mut fürs Neue. Unter den Filmemachern haben viele die Hoffnung auf das Fernsehen oder die sogenannte Filmförderung bereits aufgegeben. Bei den Musikern ist die Lage noch schlimmer. Und doch liegt auch sehr viel Wandel und Aufbruch in der Luft. Dieser Aufbruch hat mit den neuen Medien und den

ungeheuren Möglichkeiten des Internets, mit Social Media, Crossmedia, Selbstvermarktung, *DIY*, *Crowdfunding* und so weiter zu tun.

Wir haben vor ein paar Jahren die Arbeit an unserem zweiten Dokumentarfilm begonnen. Um es kurz zu sagen: Wir haben keine Filmförderung erhalten, konnten keinen Produzenten gewinnen, hatten fast kein Geld für die Produktion. Was vielleicht noch schlimmer war, ist der Umstand, dass uns niemand einen guten Ratschlag geben konnte oder wollte, wie wir unser Projekt selbst in die Hand nehmen können.

Wie macht man das erfolgreich: Die Selbstvermarktung und unabhängige Produktion eines Projektes? Wie kommt man zu Geld? Wie baut man einen Eigenvertrieb auf? Was muss beachtet werden? Darf man das? Soll ich so etwas wagen? Müssen wir uns nun selbstständig machen und was bedeutet das? Und so weiter, und so weiter...tausend Fragen, mit denen man sehr schnell sehr allein ist.

Jedenfalls standen wir regelmäßig auf irgendwelchen Events herum, mit all diesen Fragen im Kopf, bis dann plötzlich jemand lächelnd auf uns zukommt und die gefürchtete Frage stellt: *Kann man denn davon leben?*

### **Kann man denn davon leben? JA! (die Erklärung dauert etwas länger)**

Dieses Buch ist das Buch geworden, welches wir damals dringend gebraucht hätten. Es ist ein Buch für Filmemacher, aber auch für Musiker, für Designer, für Autoren, für Künstler, eben alle, die von ihrer Kreativarbeit leben wollen und müssen, ja und es ist auch das Buch für Filmemacherinnen, für Musikerinnen, Designerinnen, Autorinnen, Künstlerinnen, Kreativarbeiterinnen. Wir wollten unsere Erfahrungen auf

unserem langen Weg zur Selbstvermarktung teilen und einige Ideen weiterdenken.

Wir haben einfach dieses Handbuch der Best Practice zusammengestellt, das aus drei Teilen besteht: Der **erste Teil** ist sehr praktisch, hier gibt es zahllose Beispiele, wie man von der Idee zur Community gelangt. Im **zweiten Teil** findet ihr einige Grundlagen über Internet und Ökonomie, vom *Crowdfunding* bis zur Umsonstkultur. Im **dritten Teil** wird es wieder sehr praktisch: Wir nehmen das Fallbeispiel unserer eigenen Selbstvermarktung unseres Filmes unter die Lupe. Im **Anhang** geht es um die Werkzeuge, Plattformen und nützliche Helfer. Gelernt haben wir durch trial and error, durch Experimentieren, durch viele, viele Fehler, die uns bei der Selbstvermarktung natürlich unterlaufen sind. Trial and error kann ziemlich schmerzhaft sein; wir dachten, es muss nicht jeder oder jede bei Null beginnen. Es ist nicht mehr die Frage, ob Community-basierte Eigenvermarktung die Zukunft vieler Kreativarbeiter ist oder sein wird. Die Fragen sind heute viel konkreter und zahlreicher, denn schließlich kann man das noch nicht in der Schule, Hochschule oder in Masterstudiengängen erlernen, was man heute braucht, um sich mit Kreativarbeit tatsächlich zu behaupten.

Wie baue ich eine Community auf, die zu meinem Projekt passt? Wo suche ich Hilfe, für den Eigenvertrieb, die Preisfindung, Rechtliches und all die tausend Fragen der Selbstständigkeit? Welche Strategie ist die Richtige, um mit Verleihern, Fernsehsendern, Distributoren und Online-Plattformen zu verhandeln? Was darf mein Produkt oder meine Dienstleistung eigentlich kosten? Wie finde ich mich im Dschungel der Online-Bezahldienste zurecht? Wie sieht eigentlich ein wasserdichter Vertrag aus? Wie verteidige ich meine Rechte an meiner Kreativarbeit? Was darf ich lizenzieren? Welche web-basierten Dienste sind dafür sinnvoll, welche Tools brauche ich? Wie weit kann ich mit meinen (knappen) Ressourcen tatsächlich kommen? Wie plant man

so etwas realistisch? Was mit Risiken und der Angst vor dem Sprung ins kalte Wasser machen?

Dieses Buch ist nicht ausgewogen, nicht wissenschaftlich, nicht objektiv und bestimmt nicht vollständig, wir sind durch und durch parteiisch. Es ist ein gutmütiger, manchmal launiger Guide für den *DIY*-Kreativarbeiter und für die Kreativarbeiterin, ein Nachschlagewerk und Impulsgeber, manchmal auch ein Mutmacher. Es ist das *survival kit for the brave* im unendlichen Dickicht der zahllosen Verheißungen der Internetmythen. Aber eines ist dieses Buch sicherlich nicht: Es ist gewiss kein Ratgeber, um im Internet reich zu werden. Es ist bestimmt kein guter Ratgeber für die nächste Super-Start-up.

(Und wer an dieser Stelle kurz gezuckt hat, der sollte dieses Buch gleich wieder zuschlagen oder den E-Book Reader beiseite legen.)

In dieser Welt muss man heute so viel können. Sich präsentieren und andere überzeugen, stets online verfügbar sein, einen Blog schreiben, ohne den seine Leser nicht leben könnten, ein riesiges Netzwerk mit Freunden und *followern* warm und geschmeidig halten und ganz nebenbei sollte man auch noch ein guter Autor, guter Musiker, Künstler oder Filmemacher sein. Ach ja, man sollte auch keinen Trend verpassen, die Konkurrenz schläft nicht. Immer gut informiert sein...bla, bla, bla...

Die Welt ist kompliziert geworden, man muss unzählige Berufe gleichzeitig ausüben, ohne diese (richtig) gelernt zu haben. Wir haben aber gar keine Zeit, alles gründlich zu erlernen, wir *müssen* zu universellen Dilettanten werden, in so vielen Dingen, und wir alle sind ständig unterwegs. Daher ist dieses Büchlein eine Art Schweizer Messerchen für Digitale Nomaden und *DIY*-(Über)Lebenskünstler aller Couleur.

Also, macht was draus. Jetzt gibt es keine Ausreden mehr.  
Einfach mal loslegen.

**Hinweis:**

Wenn ihr Ergänzungen, Kritik oder Anregungen habt, könnt ihr uns kontaktieren und wir können euer Feedback in ein Update und in eine neue Version des Buches einbauen. Wir freuen uns über jeden Link, der auf unser Buch und die Projektseite verweist. Wir freuen uns auch über originelle Illustrationen oder über ein Logo...

**E-Mail: [davonleben@ilmarefilm.org](mailto:davonleben@ilmarefilm.org)**

**Noch ein Hinweis:**

Wenn ihr dieses Buch als E-Book auf einem *kindle* oder einem anderen *Reader* lesen wollt, dann könnt ihr auf unserer Website ein E-Book erstellen.

**E-mail: [printbook@ilmarefilm.org](mailto:printbook@ilmarefilm.org)**



## Nachtrag

Wie schade es doch ist, dass wir nicht in Amerika sind. In Amerika, jedenfalls in den USA, würden wir nicht so bescheiden vom Schweizer Messerchen oder von einem gutmütigen Guide reden, wir würden ein neues Zeitalter ausrufen, eine Medienrevolution, mindestens, einen *game changer, the next big thing...*

Nun sind wir aber kontinental geprägte Mitteleuropäer, Silvia ist aus Österreich, Peter stammt aus Deutschland. Revolutionen sind für uns der Fall der Berliner Mauer oder die Französische Revolution, Vorgänge, über die man in der Schule gehört hat. Dass wir selbst einmal an einer Revolution teilnehmen müssen, haben wir nicht erwartet und dementsprechend ist uns die typisch deutsche Denkweise zu eigen, zunächst das Versicherungsrisiko zu bedenken. Wären wir in den USA, dann handelte es sich um einen klaren Fall: Die industrielle Revolution prägte ein ganzes Zeitalter, aber damit ist es jetzt vorbei, aus und vorbei. Die Digitale Revolution macht aus der industriellen Ökonomie eine Wissensgesellschaft, in der völlig neue Gesetzmäßigkeiten herrschen und in der ein neuer Typus das Sagen hat, der Entrepreneur. Auf Englisch (oder auf Französisch) klingt das alles sehr viel überzeugender und irgendwie smart. Das liegt auch daran, dass die Unbequemlichkeit des Neuen und Unbekannten in der Fremdsprache noch auf Distanz bleibt oder man hoffen kann, dass es an der Grenze aufgehalten wird. Es ist bezeichnend, dass wir im Deutschen noch kein überzeugendes Wort für „Entrepreneur“ gefunden haben. Das deutsche Wort „Unternehmer“ passt irgendwie nicht.

Wir haben irgendwann frischen Wind verspürt. Es hat sicherlich damit zu tun, dass wir mehr und mehr unser Projekt im Internet und damit öffentlich entwickelt haben. Denn so gab es einen steten Zuspruch von außen, immer wieder Ideen, wie es weitergehen könnte. Es gibt diese ungeheure

Aufbruchstimmung, das Internet brummt und birst vor guten Ideen, vor Anregungen und Initiativen, die wir aufgeschnappt haben und noch immer brauchen. Wir haben noch nie so leicht Gleichgesinnte und Unterstützer gefunden wie mit Hilfe der neuen, digitalen Medien. Das Internet erscheint wie ein unendlicher Jahrmarkt neuer Vorstöße und neuer Ideen, ein Tummelplatz oder einfach eine Fundgrube, manchmal auch eine Wundertüte. Aus dem frischen Wind haben wir viel Energie gewinnen können, für die abenteuerlichste Reise mit unserem Filmprojekt, oder auch für dieses Buch. Wir haben gelernt, ohne Seekarten in See zu stechen, wir haben gelernt, ohne Sextant zu navigieren. Dieses Buch ist auch für die Leser und Benutzer eine Reise, kein Lehrbuch, sondern eher die Aufforderung und Ermutigung aufzubrechen. Wir wurden so oft von guten Ideen inspiriert und ermutigt, das geben wir hier weiter und teilen bloß ein paar gute Ideen, die für uns geklappt haben. Wir geben natürlich zu, das unsere Reise sich oft angefühlt hat, als säßen wir zu zweit in einem Ruderboot, wir ruderten mitten auf offener See, kein Land in Sicht. Schwer vorstellbar, aber genau das schlagen wir euch vor zu tun.