

Die Finanzierung in den Griff bekommen

Ein wesentlicher Faktor der Ausstellungsorganisation sind die Kosten. Denn ohne nennenswerte Ausgaben ließe sich höchstens eine Mini-Vernissage im privaten Kreis als Mitbringparty feiern. Die Gefahr bei der Kostenplanung besteht darin, eine der vielen Positionen zu übersehen und dadurch den selbst gesetzten Rahmen zu sprengen.

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten für den Planungsansatz:

1. Man legt ein festes Budget fest und prüft, was damit realisierbar ist.
2. Es wird eine Liste der gewünschten Positionen und der dafür erforderlichen Mittel erstellt, um daraus das erforderliche Budget zu errechnen.

Die Praxis liegt in der Mitte: Die Wunschliste wird erstellt und dann mit den finanziellen Möglichkeiten abgeglichen, um durch die eine oder andere Streichung oder alternative Idee sowie über zusätzliche Geldquellen zu einer ausgeglichenen Planung zu kommen.

Die Ausgaben sicher kalkulieren

Wer seine Ausgaben planen möchte, sollte alle Vorbereitungs-schritte bis zur Vernissage, den Ablauf der Ausstellung und den Abschluss bis zur Endabrech-

nung minutiös im Kopf durchspielen. Das folgende Beispiel gilt als Richtschnur für die eigenen Überlegungen.

Start- und Kontaktphase:

Die ersten Kontakte für die Ausstellung werden geknüpft, Künstler kontaktiert, ggf. Räume besichtigt. Es entstehen Fahrt- und Kommunikationskosten:

- **Fahrten** zu Künstlern, möglichen Ausstellungsräumen und anderen Ansprechpartnern (etwa potenzielle Schirmherren, Redner, Pressekontakte, Kulturamt etc.). Zur Vereinfachung können alle voraussichtlichen Fahrten zu wichtigen Kontaktpersonen hier zusammengefasst werden. Wer noch nicht über ein gutes Netzwerk im Umfeld der geplanten Ausstellung verfügt, sollte frühzeitig beginnen, andere Kulturveranstaltungen zu besuchen, um Kontakte zu knüpfen und Gepflogenheiten kennenzulernen. Auch diese Kosten – selbst wenn sie später nicht oder nur teilweise absetzbar sein sollten – müssen berücksichtigt werden.
- **Präsentationskosten.** Sobald eine Ausstellungsidee vorgestellt werden soll, ist es sinnvoll, Informationsmaterial zusammenzustellen und zu allen Terminen mitzunehmen. Hierzu fallen erste Präsentationskosten für Ausdrucke, Mappen, Fotoabzüge etc. an.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1												
2	Budget		2.000,00 €									
3												
4												
5				Fahrtkosten		150,00 €						
6				Telefonkosten		80,00 €						
7				Raummiete		500,00 €						
8				Pressearbeit		100,00 €						
9				Einladungen		230,00 €						
10				Flyer		150,00 €						
11				Banner		80,00 €						
12				Plakate		90,00 €						
13				Porto		60,00 €						
14				Lagerkosten		100,00 €						
15				Redner		200,00 €						
16				Catering		240,00 €						
17												
18												
19				Summe		1.980,00 €						
20												
21												
22												
23												
24												
25												

Eine sorgfältige Kostenplanung/-aufstellung ist notwendig, um das Budget nicht zu überziehen.

- **Telefonkosten.** Auch wenn eine Flatrate genutzt werden kann, fallen meist zusätzliche Kosten durch Mobilfunk an. sprechende Kosten für das Bewerbungsmaterial inkl. Porto und ggf. Fahrtkosten hinzu.
 - **Versandkosten.** Soweit Informationen nicht per Mail über eine vorhandene Flatrate übermittelt werden können, kommen Versandkosten inkl. Ausgaben für Verpackung hinzu.
 - **Bewerbungskosten.** Sollen Fördermittel beantragt werden, kommen entsprechende Kosten für das Bewerbungsmaterial inkl. Porto und ggf. Fahrtkosten hinzu.
- Raummiete und Renovierungskosten:**
Können keine eigenen Räume für die Ausstellung genutzt werden, so fällt die Miete samt Nebenkosten an. Aber auch vorhandene Räume müssen für die Ausstellung hergerichtet werden. Dadurch fallen kleinere Beträge an, die aber nicht vernachlässigt werden sollten:

- Miete von Räumlichkeiten,
- Nebenkosten aus den Betriebskosten wie Strom, Heizung, Wasser etc.,
- Reinigungskosten vor der Eröffnung, nach der Vernissage, während der Laufzeit und nach Abschluss der Ausstellung. Bei Räumen mit Teppichboden empfiehlt sich eine professionelle Reinigung durch ein Reinigungsunternehmen.
- Renovierungskosten vor und nach der Ausstellung; insbesondere sollte frühzeitig geprüft werden, ob die Wände sauber sind und ob Hängevorrichtungen vorhanden sind oder ergänzt werden müssen.

Lagerkosten

Wann treffen die Werke vor der Ausstellung ein, lautet eine andere Frage für die Kostenkalkulation. Während mit einem einzelnen Künstler meist eine kurzfristige Anlieferung vor der Ausstellung vereinbart werden kann, erfordert eine Gruppenausstellung ggf. einen längeren Vor- und Nachlauf für den An- und Abtransport. Stehen keine geeigneten Räumlichkeiten für eine Zwischenlagerung zur Verfügung, muss eine Lösung

gefunden und mit kalkuliert werden. Wichtig ist, dass Lagerräume trocken und normal temperiert sind.

Transport

Häufig wird mit Künstlern die Vereinbarung getroffen, dass die Transportwege geteilt werden – der Künstler übernimmt die Lieferung, der Aussteller den Rücktransport. Doch eine feste Regel gibt es nicht. Daher sollte dieser Punkt frühzeitig geklärt und verbindlich vereinbart werden. Die Vereinbarung über den Transport bestimmt auch die Kosten. Muss eine Kunstspedition beauftragt werden, weil es sich um besonders wertvolle oder empfindliche Objekte handelt? Sind die Kunstwerke besonders groß, sodass sie nicht mit einem Kombi oder Kleintransporter angeliefert werden können? Müssen Transportfahrzeuge geliehen oder gemietet werden? Wie viele Hilfskräfte sind erforderlich? Wichtig ist auch, wie gut die Ausstellungsräume erreichbar sind. All diese Fragen sollten geklärt sein, bevor man Angebote für Fremdleistungen einholt. So erspart man sich häufiges Nachkalkulieren.

Termine schriftlich vereinbaren

Es ist für alle Seiten hilfreich, wenn Künstler **frühzeitig verbindliche Termine** dafür erhalten, wann sie ihre Werke bringen und wann diese abgeholt oder zurückgebracht werden. An die **schriftliche Vereinbarung** sollte kurz vor der Ausstellung nochmals erinnert und die **genaue Uhrzeit** besprochen werden.



Versicherung

Sowohl der Transport der Werke als auch die Präsentation in der Ausstellung sollten versichert sein. Bevor Angebote eingeholt werden, wird geprüft, welcher Versicherungsschutz bereits besteht. Viele Galerien und auch manche Künstler verfügen über eine Kunstversicherung. Durch Ausstellungen können jedoch der Gesamtbetrag der versicherten Werte überschritten werden oder andere Umstände zu einem Ausschluss führen. Daher müssen die Konditionen genau geprüft und mit dem Bedarf für die Ausstellung abgeglichen werden. Von den Künstlern werden dazu nicht nur Angaben über die Anzahl der Werke benötigt, über Formate, Technik und ggf. Besonderheiten, die eine besondere Gefährdung mit sich bringen, sondern auch zumindest eine ungefähre Preisliste. Erst mit diesen Daten können vergleichbare Angebote von Versicherungen eingeholt werden.

Wichtig sind auch die Leistungsbedingungen und Ausschlüsse: Wird beispielsweise eine bestimmte Art der Verpackung für einen Transport vorgeschrieben? Dürfen die Kunstwerke vom

Künstler angeliefert werden oder muss eine Spedition diese Arbeit übernehmen? Ist ein Versicherungsschutz gegen Diebstahl, Vandalismus oder eine Beschädigung durch Besucher enthalten?

Produktionskosten für Einladungen, Werbung, Pressearbeit und Kataloge

Wenn es um die gesamten Werbe- und Darstellungsmittel rund um eine Ausstellung geht, werden oft die reinen Druckkosten kalkuliert. Doch in der Regel reicht das nicht aus. Fotos müssen gemacht werden, soweit Aufnahmen nicht in ausreichender Auflösung und Bildqualität vorhanden sind, Texte müssen erstellt werden, und alles in Layouts attraktiv kombiniert und für den Druck vorbereitet werden. So entstehen für ein gutes Ergebnis folgende Kosten:

- Fotograf,
- Texter,
- Layouter,
- Druck und Verarbeitung,
- Versand.

Der Auftraggeber sollte sich von den kreativen Dienstleistern bereits mit der



Vorteile gegenüber Konkurrenzpolizen erfragen

Es ist durchaus legitim, einen Versicherungsvertreter zu fragen, welche **Vorteile seine Police** gegenüber denen der Konkurrenz aufweist. So erfährt man oft mehr über **Schwachstellen in Verträgen** als durch ein reines Informationsgespräch über die angebotene Versicherung. Die Rückfrage beim anderen Anbieter liefert **neue Einsichten** in die Vertragswerke, sodass letztlich das **passendere Angebot** ausgewählt werden kann.