

Impulse und FAQ der Online-Session „Wissen unter Kolleg*innen: Wie erfolgreich Produktionen verkaufen“, 10.03.2026
Impuls: Gero John

Der folgende Leitfaden bündelt die zentralen Erkenntnisse und Impulse der Online-Session „Wissen unter Kolleg*innen: Wie erfolgreich Produktionen verkaufen“ (10.03.2026, 11-13 Uhr), das zunächst auf der Meta-These zur langfristigen Tragfähigkeit freier Kulturarbeit aufbaute und im Anschluss Erfahrungswerte und Wissen zum erfolgreichen Vertrieb von Produktionen vermittelte.

1. Das Fundament: Die drei Säulen der Tragfähigkeit

Der eigene (private wie unternehmerische) Erfolg in der Freien Szene definiert sich nicht nur über einen bewilligten Förderantrag und akute Produktions- und Aufführungsprozesse, sondern über das Zusammenspiel von mehreren Ebenen:

- **WERT (Wissen & Selbstwert):** Dazu gehört unternehmerisches Wissen (Buchhaltung, ökonomische Prozesse) sowie die Klarheit über den eigenen künstlerischen Wert.
- **LEBEN (Gesundheit & Balance):** Eine langfristige Praxis braucht Energie. Phasen der Produktion, Gastspiele und Regeneration müssen in ein balanciertes Verhältnis gebracht werden, damit die Arbeit nicht an Überlastung scheitert.
- **ZUKUNFT (Strategie & Vision):** Ein diagnostischer Blick auf den Kulturbetrieb und die Bereitschaft zu agieren. Was sind die persönlichen und unternehmerischen Ziele in 5 bis 10 Jahren?

Habe ich für mich als Künstler*in und Unternehmer*in die Entscheidung getroffen, mittel- bis langfristig von meinem Vorhaben leben zu wollen, gehört die persönliche Abwägung der oben genannten Säulen zur Erstanalyse. Zur Debatte gehört auch ein analytischer Blick in die unternehmerischen Standbeine und die eigene Zukunftsvision: Wo willst du in 5 bis 10 Jahren stehen? Ist das aktuelle Projekt ein Einzelfall oder Teil einer langfristigen, tragfähigen Arbeitsweise? Kannst du dir dein Leben unter Investition in diese Profile vorstellen?

Bei Entscheidung für ein unternehmerisches Profil mit Gastspielbetrieb – dies kann sinnvoll sein, um sich unabhängiger zu machen von externen Entscheidungen in Förderinstitutionen – gehören folgende Erfahrungswerte zu einem produktiven und nachhaltigen Selbst-Assessment und wirkungsorientierter Vorbereitung:

2. Strategie: Positionierung und Touring-Potenzial

Achtung: Nicht jede qualitativ hochwertige Produktion ist automatisch eine gute Gastspielproduktion. Die folgenden Beobachtungsaufträge helfen, herauszufinden, wann sich die Distribution einer Produktion wo lohnt.

- **Produktklarheit:** Was ist der Kern der Arbeit? Warum sollte genau diese Produktion gebucht werden?

- **Marktbeobachtung:** In welchen Häusern und Formaten (Saalgröße, Technik) funktioniert das Stück?
- **Pragmatismus beim Touring:** Passt die Produktion z.B. in einen Ford Transit? Eine kluge Entscheidung kann sein, mit kleinem Ensemble (z. B. zwei Personen) große Bühnen zu bespielen – alternativ:
- **Kenne dein Marktsegment:** In welchen Spielstätten wird bereits jetzt etwas gespielt, das meiner Produktion nicht unähnlich ist – hier kann es Publikumspotentiale oder eine Aufgeschlossenheit der Spielstättenverantwortlichen geben. Achtung: Nicht immer ist es hilfreich und lohnenswert, die Lücke im Spielplan zu besetzen – damit machst du dich selbst zur kuratierenden Person. Will sagen: überzeuge nicht die Kuratierenden, dass sie noch deine Sparte brauchen – sondern nutze die Offenheit und zeige deinen künstlerischen, individuellen Wert.

FAQ zum Marktsegment:

- *Frage:* Wie sieht der aktuelle Markt aus?
- *Antwort:* Es gibt einen Umbruch. Große, teure Tourneeproduktionen (Preissegment 11.000–16.000 €) brechen weg. Es entstehen Chancen für günstigere Produktionen unter 5.000 €, da Häuser sparen müssen, aber ihre Abonnements füllen müssen.

3. Vertrieb & Kommunikation: Beziehungsarbeit statt reiner Logik

Vertrieb beginnt nicht erst nach der Premiere, sondern muss im Produktionsprozess mitgedacht werden.

- **Anschlussfähige Sprache:** Sprich so über die Kunst, dass Veranstalter*innen sofort ein Bild für ihr Publikum und ihre Räume im Kopf haben.
- **Materialien:** Sorge frühzeitig für Fotos (ggf. Dummies oder Zeichnungen aus dem Produktionsprozess), Trailer, technische Infos und Kurz-/Langfassungen der Projektbeschreibung.
- **Vertrauen und Verlässlichkeit:** Viele Veranstalter haben Vorurteile gegenüber der freien Szene. Professionelle Kommunikation und Zuverlässigkeit schaffen hier den entscheidenden Vorteil.
- **FAQ – Vertrauensaufbau (NLP-Ansatz):**
 - *Frage:* Wie schaffe ich auf Messen schnell Vertrauen?
 - *Antwort:* Nutze den „Rapport“: Interessiere dich ehrlich für das Gegenüber. Frage nach deren Situation (Publikum nach Corona, Finanzen), statt nur von dir zu erzählen. Direkte, persönliche Kommunikation (Telefonat statt nur E-Mail) ist essenziell.
- **FAQ – Dokumentation und Zugang:**
 - *Frage:* Brauche ich immer Mitschnitte?

- *Antwort:* Ja. Wir schneiden immer die Premiere mit, einfache Kameraposition. Allen Veranstalter*innen kommunizieren wir, dass es sich dabei nicht um eine fernsehfertige Dokumentation handelt, aber sie einen Einblick in die Produktion erhalten. Wahrscheinlich ist, dass der Mitschnitt nicht in Gänze geschaut, sondern durchgeskippt wird – aber auch der Mitschnitt schafft Vertrauen. Er sagt: Wir geben euch einen tiefen Einblick in unsere professionellen Strukturen.

4. Preisgestaltung & Selbstwert

Der Preis ist kein isoliertes Verhandlungsthema, sondern Teil des Gesamtmodells.

- **Souveränität:** Benenne Preise klar, ohne sie aus Unsicherheit sofort zu relativieren.
- **Das 3-Preise-Modell:** Habe immer drei Zahlen parat: 1. Wohlfühlpreis, 2. Mittelpreis (deckt alle Kosten + Verdienst), 3. Schmerzgrenze (darunter wird nicht gespielt).
- **FAQ – Preisverhandlung:**
 - *Frage:* Was, wenn ich Angst habe, zu teuer zu sein?
 - *Antwort:* Wer sich dauerhaft zu niedrig ansetzt, schwächt seine finanzielle Tragfähigkeit und hat keine Luft für die Entwicklung neuer Projekte.
- **FAQ – Technik & Personal:**
 - *Frage:* Muss ich für das Gastspiel immer eigene Techniker und Equipment mitbringen?
 - *Antwort:* In Gastspielhäusern ist oft Technik vorhanden, aber für die Qualitätssicherung ist ein eigener Techniker, der die Show (Lichtstimmungen) kennt, dringend empfohlen. Eigene PA/Musik-Anlage macht autark. Das ist aber auch ein zu bezahlender Posten und sollte als Qualitätsgarant auch so kommuniziert – und eingepreist – werden.

5. Praxis: Messebetrieb

Messen wie die INTHEGA sind „Beziehungsgeflechte“.

- **Messe-Präsenz:** Ein Stand sollte die ästhetische Kernaussage transportieren. Nutze Präsentationsslots, um die Arbeit verbal vorzustellen. Der Stand muss ein ästhetischer Impuls sein, der zum Stehenbleiben einlädt. Überlege, ob Requisiten oder Puppen als „Eisbrecher“ fungieren können.
- **Kontinuität:** Erwarte nicht beim ersten Mal sofort Buchungen. Es geht um Kontaktpflege. Aufträge kommen oft erst Jahre später.
- **FAQ – Kleidung am Stand:**
 - *Frage:* Kostüm oder Anzug?

- *Antwort:* Es gibt kein Gesetz. Wichtig ist, dass man sich wohlfühlt. Ein Kostüm kann Aufmerksamkeit erregen, Businesskleidung kann auf Augenhöhe Seriosität für die geschäftliche Verhandlung signalisieren.

6. Zeitmanagement & Vorlauf

Der Kulturbetrieb denkt langfristig. Die Buchungszyklen für Gastspielhäuser liegen oft bei **anderthalb bis zwei Jahren** im Voraus. Dies erfordert eine vorausschauende Planung der eigenen Ressourcen und Lebensphasen (z. B. Vereinbarkeit mit Familie).

Weiterführende Leseempfehlungen:

Publikation des LAFT Berlin: „Unterwegs! Tools, tipps und Strategien für die Distributionsarbeit“, [hier abrufbar](#)>>

abrufbar als Mitglied bei LanZe: eine Tabelle als Selbst-Assessment zur Definition des persönlichen Stundensatzes, aufbauend auf einem Workshop mit Béla Bisom

In Ergänzung zum bisherigen Leitfaden lassen sich aus dem Gespräch weitere spezifische Konsenspunkte extrahieren:

Was die Teilnehmenden als besonders wertvoll bestätigten

- **Die psychologische Preisfalle:** Mehrere Teilnehmende fühlten sich bei der Tendenz „ertappt“, aus Unsicherheit die eigene Schmerzgrenze zu unterschreiten oder Preise vorab selbst zu verhandeln. Es herrschte Konsens darüber, dass die Klarheit über den eigenen Wert und das Nicht-Unterschreiten der Schmerzgrenze essenziell sind.
- **Partnerschaften als Basis:** Die Bedeutung von langfristigen Kooperationen (z. B. mit festen Häusern) wurde als zentraler Punkt bestätigt. Solche Partnerschaften bieten die finanzielle Freiheit und Stabilität, um sich überhaupt erst auf Experimente einlassen zu können.
- **Renaissance des Analogem:** Auf Geros These einer „goldenen Theaterzeit“ durch den Reflex auf die zunehmende Digitalisierung (KI) reagierten Teilnehmende mit der Bestätigung, dass sich gerade junge Generationen tendenziell wieder von digitalen Medien weg und hin zu analogen Erlebnissen entwickeln.
- **Vertrauen als Messe-Währung:** Maria und Gero waren sich einig, dass Vertrauen der Schlüssel auf Messen wie der INTHEGA ist. Veranstalter müssen wissen, wer man ist, bevor sie sich nähern; der Stand sollte daher die ästhetische Kernaussage sofort transportieren.
- **Integration statt „Entweder-Oder“:** Zum Ende des Gesprächs wurde die Sichtweise als wertvoll erachtet, Familie, Orga und Kunst nicht als Gegensätze, sondern integrativ zu denken und die Balance aktiv zu gestalten.