

FRANK SERR



SERRiös

gesammelter Sachverstand

Ihr professioneller & fairer Partner.
Kompetent und auf den Punkt gebracht.

Wir informieren Sie gerne!

Themen

Deutschland sucht den Abonnenten! – Zeit neue Wege zu gehen? (Jan Schäfer)

Weiter geht's mit Funkfrequenzen (Frank Serr)

Scheinselbstständigkeit – ein Thema, das viele betrifft!
(Theresa Weis - PMS crew support GmbH)

Neue Zeiten in der Veranstaltungsbranche?! (Jan Schäfer)

Wer zahlt die Künstlersozialabgabe? (Frank Serr)

Branchen Termine

Wir haben uns „fairpflichtet“



Deutschland sucht den Abonnenten! - Zeit neue Wege zu gehen?

Haben Sie auch keine Lust mehr sich für sinkende Besucherzahlen zu rechtfertigen? Sind Sie die Anstrengungen leid, die Sie unternehmen um Ihre Veranstaltungen zu bewerben, nur um dann festzustellen, dass wieder nur Ihre Abonnenten im Theater sitzen?

Es ist Fünf vor Zwölf! Denn das Durchschnittsalter der Abonnenten bewegt sich häufig jenseits der 60 und der Nachwuchs fehlt! Ist es also nur eine Frage der Zeit, bis das altbewährte Abo-Konzept ausläuft?

Welche Lösungsansätze haben Sie? Mehr Boulevard statt hochgeistiger Dramatik? Oder doch lieber auf die bewährten Autoren setzen, um wenigstens ein paar Schulklassen in die leeren Theatersäle zu locken?

Wie auch immer Sie sich entscheiden - wenn Sie ein Publikum ansprechen wollen, das Ihr Haus nicht bereits seit Jahrzehnten besucht oder wenn Sie sich nicht mit ein paar Eintagsfliegen zufrieden geben wollen, dann müssen Sie neue Wege gehen! Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit derer, die noch nicht wissen was Sie zu bieten haben!

Aber das ist leichter gesagt als getan. Schließlich ist der Anspruch an das Theaterprogramm hoch und Sie wollen nicht, dass man Ihr Haus in der Öffentlichkeit als „Gemischtwarenladen“ wahrnimmt oder Ihnen vorwirft den Kulturauftrag nicht zu erfüllen. Wie kann diese Gradwanderung nun gelingen? Unser Vorschlag: Ergänzen sie Ihr bestehendes Abo-Programm durch eine Veranstaltungsreihe, die auf neue Zielgruppen abgestimmt ist und eben nicht Ihre Stammbesucher anspricht – also keine Programmerweiterung, sondern ein Kontrastprogramm! Aber was erreichen Sie damit? Ganz einfach. Sie bekommen neue Besuchergruppen in Ihr Haus und haben dann die Möglichkeit diese, vor Ort, von Ihrem Theater zu überzeugen. Sie erhalten also die Chance, ganz nebenbei, Ihren Abonnentenstamm zu erweitern. Das gelingt vielleicht nicht immer sofort, aber zumindest sind Sie im Gedächtnis potentieller Kunden und haben dadurch einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz. Warten Sie also nicht auf Zufallstreffer, sondern akquirieren Sie neue Kunden in großem Umfang.

(Jan Schäfer)

There's No Business Like Show Business

„Weiter geht's mit Funk-Frequenzen“

Im Sommer 2015 will die Bundesregierung schon wieder Funkfrequenzen versteigern. Für die Veranstaltungsbranche ist das ein Problem.

Die Veranstaltungsbranche bekommt zurzeit präsentiert, welchen Stellenwert ihre Bedürfnisse in der Bundespolitik haben. Denn als die Bundesnetzagentur (BNetzA) Anfang des Jahres beiläufig mitteilte, dass im Sommer die Funkfrequenzen in den Bereichen 700 MHz, 900MHz, 1.800MHz sowie 1,5 GHz versteigert werden, blieben die Einsprüche von Herstellern und Dienstleistern, abseits von der Telekommunikationsbranche, weitestgehend ungehört. Viele Akteure der Kreativwirtschaft sind deshalb von der Bundesregierung enttäuscht. Auf den Hinweis, dass die Versteigerung auf falschen Annahmen basiert und der Branche schadet, antwortete ein Mitarbeiter der Bundesnetzagentur nur lapidar: „Wir sind von allen Seiten massiv kritisiert worden, also gehen wir davon aus, dass wir genau in der Mitte liegen und damit niemand bevorzugen.“ In den vergangenen Jahren waren Verleiher und Musiker in den 700 MHz-Bereich gedrängt worden und mussten in neue Geräte investieren - Jetzt beginnt das Ganze von vorne! - Es ist ein offenes Geheimnis, dass die Bundesnetzagentur vom zuständigen Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur zur Organisation der Versteigerung, Digitale Dividende II genannt, gedrängt wurde. Der Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur, Alexander Dobrindt (CSU), gilt als Freund der Privatisierung und der Bundesfinanzminister, Wolfgang Schäuble (CDU), kalkuliert die Erlöse der Versteigerung bereits in den Bundeshaushalt ein.

Die Folgen für die Veranstaltungsbranche sind noch nicht absehbar. Laut APWPT (The Association of Professional Wireless Production Technologies) endet die Erlaubnis, in den Bereichen 790 bis 814 MHz und 838 bis 862 MHz zu funkeln, am 31. Dezember 2015. Eine Alternative ist bislang nicht in Sicht!

Da die Umsetzung der Digitalen Dividende II noch Zeit in Anspruch nimmt, gibt es für die Anwender zurzeit noch keinen Grund zur Panik oder für überhastete Entscheidungen. Noch können die vorhandenen Geräte weiter genutzt werden. Aber wie lange noch?

Um eine Digitale Dividende III zu verhindern, ist jeder Nutzer gefordert. Melden Sie Ihre Funkstrecken an! Denn nur so kann gegenüber der Politik auch bewiesen werden, wie wichtig die Frequenzen für unsere Branche sind!

(Frank Serr)

Scheinselbstständigkeit – ein Thema, das viele betrifft!

Laut Staatsanwaltschaft, die zusammen mit dem Hauptzollamt ihre Ermittlungen im Oktober 2014 abgeschlossen hat, muss die Stadt Paderborn fast 800.000 Euro an die Sozialkassen nachzahlen und sich außerdem auf ein hohes Bußgeld einstellen. Grund dafür ist, dass die Stadt sogenannte Scheinselbstständige beschäftigte, für die seit 1997 keine Sozialabgaben gezahlt wurden.

In der Veranstaltungsbranche trifft man heute ebenfalls noch auf viele sog. Stagehands, die dem Auftraggeber/Veranstalter nach getaner Arbeit ganz selbstverständlich eine Rechnung stellen. So wie früher. Unwissenheit schützt jedoch vor Strafe nicht: konkrete Ausführungen sind in der „Durchführungsanweisung zum Arbeitnehmerüberlassungsgesetz“ der Agentur für Arbeit nachzulesen, die sich auf das Arbeitnehmerüberlassungsgesetz beruft, welches bereits 1982 in Kraft getreten ist. Genau hier kommt die Scheinselbstständigkeit ins Spiel und könnte den Auftraggeber bzw. den Vermittler bei Anzeige in den finanziellen Ruin treiben, da neben Nachzahlungen für Sozialversicherungsbeiträge auch Säumniszuschläge (20-30%) bis zu 30 Jahre rückwirkend drohen. Nebenbei macht sich der Auftraggeber zusätzlich strafbar: Sozialversicherungsbetrug wird in Deutschland mit bis zu fünf Jahren Haft geahndet. Grund dafür ist, dass man als Helfer bei Veranstaltungen keineswegs „frei“ arbeitet, sondern weisungsgebunden in den Betriebsablauf des Entleihers eingebunden ist und keine Gewährleistung auf eine abgeschlossene Gesamtleistung geben kann. Der VDKD und der VPL haben seinen Mitgliedern den 01.01.2012 als Stichtag vorgegeben. Ab diesem Zeitpunkt soll nur noch mit Arbeitnehmerüberlassung gearbeitet werden. Nur so ist ein rechtlich „sauberes Arbeiten“ gewährleistet!

Glücklicherweise gibt es seit geraumer Zeit Unternehmer, die sich dieser Problematik stellen. Sieht man es aus der Sicht der Stagehands, hat sich Einiges getan: geregeltes Einkommen, Urlaubsanspruch, Kündigungsschutz und ein daraus resultierendes sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis. Bekanntermaßen war das Gros der Stagehands in der Vergangenheit weder krankenversichert, noch im Schadensfall rechtlich abgesichert.

Hört man sich bei Tournee- oder Produktionsleitern um, so sind diese von den bisher etablierten angestellten Crews und deren Arbeitgebern durchaus angetan. Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Transparente Kommunikation zwischen Kunde und Verleiher
- Kundenorientierte und auf den jeweiligen Job abgestimmte Crewzusammenstellung
- Fachliches Anlernen von Neulingen durch erfahrenes Personal
- Zügiges und sicheres Arbeiten vor Ort
- Geschultes Fachpersonal (Scaffers, Staplerfahrer, Ersthelfer, Sicherheitsunterweisungen für das gesamte Personal usw.)
- Flexibilität

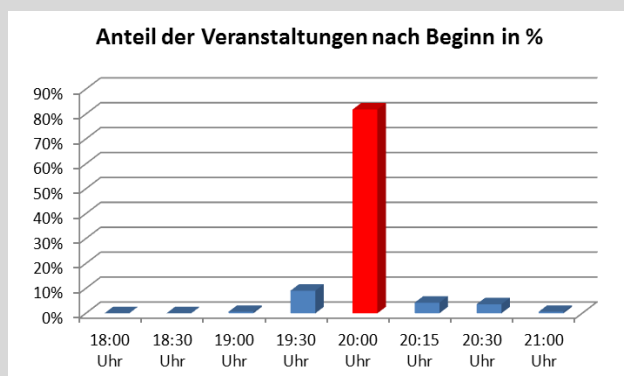
Natürlich spielt der Preis eine tragende Rolle, welcher den Nährboden für einige schwarze Schafe bietet, die eben noch mit Selbständigen oder Crews arbeiten, die hauptsächlich aus unerfahrenen Minijobbern bestehen. Leider wachsen gerade diese Firmen, die auf Quantität statt Qualität setzen, wie Pilze aus dem Boden. Aber rechnet es sich wirklich, die günstigeren und streckenweise absolut unerfahrenen Crews zu buchen und ein vermeintlich teureres Fachpersonal außen vor zu lassen? Rechnet es sich wirklich, bei einem 50-Mann-Call beispielsweise auf das günstige und unerfahrene Personal zurückzugreifen, obwohl das vermeintlich teurere Fachpersonal die meisten Arbeiten in einer weit kürzeren Zeitspanne verrichtet? Rechnet es sich wirklich, teils zusammengewürfelte und untereinander fremde Gruppen zu engagieren, anstatt auf ein eingespieltes und gegliedertes Team zurückzugreifen?

Die Scheinselbstständigkeit und der daraus resultierende Konflikt, hat ein paar sauber arbeitende Unternehmen hervorgebracht, die sich durch den Gesetzeswald kämpfen und versuchen, den Angestellten Recht und Gesetz zukommen zu lassen und gleichzeitig dem Kunden eine korrekte Dienstleistung zu bieten. Nun muss der Umbruch auch den Rest der Veranstaltungsbranche erreichen und aufzeigen, dass Mindestlohn, Arbeitszeitschutzgesetz und rechtliche Absicherung eine tragende Rolle spielen. So wäre es möglich, viele Bereiche (Disposition, Aufbau, Abbau, Durchführung vor Ort, Logistik etc.) weiter zu optimieren und Kundenzufriedenheit sicherzustellen.

(Theresa Weis - PMS crew support GmbH)

Neue Zeiten in der Veranstaltungsbranche?!

In Deutschland scheint es ein ungeschriebenes Gesetz zu geben das besagt, dass Abendveranstaltungen um 20:00 Uhr beginnen müssen – pünktlich, wie die Tagesschau! Das hat man hierzulande über Jahrzehnte gelernt und so wird es auch brav praktiziert. Warum auch nicht? Die Zeit ist leicht zu merken und wenn sich jeder daran hält, dann kann der Theaterabend entspannt im jahrelang geübten Rhythmus beginnen: 19:00 Uhr Einlass in das Foyer, 19:30 Uhr Einlass in den Saal und Punkt 20:00 Uhr geht der Vorhang auf.



Quelle: Eigene Auswertung aller auf www.meinestadt.de gelisteten Abendveranstaltungen am 17.04.2015 (deutschlandweit) in der Rubrik „Theater“ (insgesamt 165 Veranstaltungen).

weniger und Einzeltickets gehen sowieso nur noch als Begleitkarte über den Verkaufstisch. Wer berufstätig ist oder noch die Schule besucht, der überlegt es sich vielleicht zweimal, ob er bis in die Nacht unterwegs sein möchte, wenn der Wecker am Morgen wieder früh klingelt. Es muss ja nicht gleich die 18:00 Uhr Vorstellung sein, aber ein gesundes Mittelmaß wäre bestimmt kein Fehler.

In letzter Zeit kann man beobachten, dass z.B. Stage-Entertainment, als Betreiber verschiedener Theater, die Anfangszeiten der Shows immer häufiger vor 20:00 Uhr legt. Besonders bei Veranstaltungen unter der Woche gibt es eine Tendenz zu einem früheren Beginn.

Warum starten Sie keine Umfrage und finden heraus, ob es vielleicht auch in Ihrer Stadt sinnvoll wäre den Veranstaltungsbeginn vorzuverlegen. Beziehen Sie bei dieser Erhebung auch Ihre Vorverkaufsstellen und die Presse mit ein (z.B. in Form eines Gewinnspiels), denn mit einer reinen Besucherbefragung würde das Publikum unbeachtet bleiben, das Ihre Veranstaltungen aus Zeitgründen eben nicht besuchen kann.

Und nicht zuletzt hätten auch Sie und Ihre Mitarbeiter etwas von einem früheren Veranstaltungsbeginn – Ein früherer Feierabend!

(Jan Schäfer)

Aber ist dieses Modell wirklich noch zeitgemäß? Sind die Theaterbesucher tatsächlich gerne bereit bis 22:30 Uhr im Theater zu sitzen, dann direkt den Heimweg anzutreten und erst spät in der Nacht nach Hause zu kommen? Wäre es nicht schöner nach der Vorstellung noch Zeit für einen gemütlichen Ausklang zu haben und sich über den tollen Abend zu unterhalten? Vielleicht bei einem Sekt im Theaterrestaurant oder beim Italiener um die Ecke? Muten wir unseren Abonnenten, die häufig auch nicht mehr die jüngsten sind, vielleicht zu viel zu? Ist es Nachhaltig, wenn unsere Besucher nach der Veranstaltung nach Hause hetzen und keinen Gedanken mehr an das Theatererlebnis verschwenden?

Vielleicht ist es an der Zeit umzudenken. Beschwerden über sinkende Besucherzahlen hört man häufig. Weil die „Jugend“ nicht nachrückt, werden die Abonnenten immer

Wer zahlt die Künstlersozialabgabe?

Freiberufliche Künstler und Publizisten (z.B. Musiker, Schauspieler, Journalisten, Grafikdesigner, Autoren....), die mit ihrer künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit maßgeblich ihren Lebensunterhalt verdienen, müssen gemäß Künstlersozialversicherungsgesetz der gesetzlichen Sozialversicherung beitreten. Die KSK bringt dabei die Hälfte der Beiträge auf, indem sie die Verwerter der Leistungen der Künstler mit einer speziellen Abgabe belastet (die Künstlersozialabgabe KSA). Die andere Hälfte tragen die Künstler selbst. Dieses Verfahren ähnelt der Lastenteilung zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern im Rahmen der allgemeinen gesetzlichen Sozialversicherung. Der Vorteil für die versicherten Künstler und Publizisten ist, dass sie nur 50 % der Sozialversicherungsbeiträge selbst aufbringen müssen, ähnlich wie festangestellte Arbeitnehmer. Der Nachteil für die Verwerter als Auftraggeber der Künstler ist, dass sie eine Künstlersozialabgabe, das heißt eine Art indirekten „Arbeitgeberanteil“, zahlen müssen.

Wer gilt als Verwerter? Generell sind alle Institutionen, die direkte Leistungen von Künstlern verwertet, zur Zahlung der Künstlersozialabgaben verpflichtet, ausgenommen Privatpersonen. Also alle privatwirtschaftlichen Unternehmen und Betriebe, alle öffentlich-rechtlichen Körperschaften und Anstalten, Kurämter, eingetragene Vereine und andere Personen- und Kapitalgesellschaften. Auch die steuerrechtlich anerkannte Gemeinnützigkeit des Verwerter ändert nichts daran, dass die Künstlersozialabgabe gezahlt werden muss.

Wie wird abgerechnet und bezahlt? Zur Berechnung der Abgabelast müssen alle Zahlungen (ohne Umsatzsteuer), die ein Verwerter im Lauf eines Jahres **direkt an selbstständige Künstler und Publizisten** leistet, aufgezeichnet, addiert und mit dem jeweils geltenden Abgabesatz (momentan 5,2%) multipliziert werden. Sämtliche Nebenkosten, die einem Künstler oder Publizisten gegen Rechnung erstattet werden (zum Beispiel Materialkosten, Transportkosten, nachgewiesene Reisekosten), müssen in diese Berechnung einbezogen werden. Ein abgabepflichtiger Unternehmer ist nur dann nicht abgabepflichtig, wenn er an eine juristische Person zahlt, beispielsweise eine GmbH oder einen e.V.. In diesem Fall muss die juristische Person selbst die Abgabe leisten, wenn sie Künstler unter Vertrag hat. Auch Gastspieldirektionen/Tourneetheater müssen die KSA selbst abführen, sofern der Veranstalter die Rechnung nicht direkt vom Künstler, sondern von der Gastspieldirektion/dem Tourneetheater erhält.

Zusammenfassung:

- Die Künstlersozialabgabe zahlt immer der Verwerter, **der in direkter vertraglicher Beziehung mit dem Künstler oder dem Publizisten steht.**
- Der Verwerter zahlt die Künstlersozialabgabe auf all diejenigen Nettobeträge, die an den Künstler oder Publizisten gegen Rechnung ausgezahlt werden, also auf die Gage und etwaige vom Künstler in Rechnung gestellte Nebenkosten.
- Künstlersozialabgaben werden nur bei öffentlichen Veranstaltungen fällig. Rein betriebsinterne Veranstaltungen fallen nicht unter die Abgabepflicht.
- Zahlungen an Körperschaften oder Kapitalgesellschaften sind abgabefrei.
- Auch die Ausländersteuer, einschließlich Solidaritätszuschlag ist abgabepflichtig.
- Die Künstlersozialabgabe darf nicht an den Künstler gezahlt werden; der Verwerter muss sie an die KSK überweisen.

(Frank Serr)

Herausgeber:

Frank Serr Showservice International e.K.
Bahnhofstraße 43
D-66509 Rieschweiler / Germany
Tel.: +49 (0) 63 36 / 83 92 81
Fax.: +49 (0) 63 36 / 55 93
info@showservice-international.de
www.showservice-international.de

BRANCHEN - TERMINE:

21.-23.07.2015 RDA Workshop, Messe Köln
25.-26.08.2015 Suisse Emex, Messe Zürich
04.-09.09.2015 IFA 2015, Messe Berlin
20.-21.09.2015 Best of Events, Westfalenhalle Dortmund
19.-20.10.2015 INTHEGA Herbsttagung, Stadthalle Bielefeld
26.-28.01.2016 Internationale Kulturbörse, Messe Freiburg