



pld – Pressedienst der
Landeshauptstadt Düsseldorf

Herausgegeben vom
Amt für Kommunikation
Rathaus - Marktplatz 2

Postfach 101120
40002 Düsseldorf

Telefon: +49. 211/ 89-93131
Fax: +49. 211/ 89-94179

presse@duesseldorf.de
www.duesseldorf.de/presse
www.facebook.com/duesseldorf
www.twitter.com/duesseldorf

Redaktionsteam:
mb - Michael Bergmann - 97298
bla - Manfred Blasczyk - 93132
bu - Michael Buch - 93134
fri - Michael Frisch - 93115
jak - Kerstin Jäckel - 93131
vm - Valentina Meissner - 93111
mun - Angela Munkert - 97018
pau - Volker Paulat - 93101
arz - Dieter Schwarz - 93138

Musikwirtschaft

Tipps für Existenzgründer

Das Kulturstadtamt der Landeshauptstadt Düsseldorf und der Verband unabhängiger Musikunternehmen laden zum Workshop "Existenzgründung in der Musikwirtschaft. Leicht gemacht? Tipps für Existenzgründer, Nachwuchsmusiker & Kreativschaffende" ein. Die Veranstaltung findet am Donnerstag, 21. Mai, um 19 Uhr im Kulturstadtamt, Zollhof 13, 2. OG, Raum 2.28, statt. Der Eintritt ist frei. Interessenten werden gebeten, sich bis zum 19. Mai kurz via E-Mail unter schulz@vut.de anzumelden.

Im Workshop am 21. Mai wird Christiane Knoll vom städtischen Amt für Wirtschaftsförderung die Fördermöglichkeiten vor Ort erläutern. Dazu zählen unter anderem die Sprechstunde für Gründungen in der Kreativwirtschaft, die persönliche Beratung durch das Amt für Wirtschaftsförderung sowie Gründungszuschüsse der Agentur für Arbeit. Robert Schulz von der Initiative Musik gGmbH (Berlin) wird ergänzend die Fördermöglichkeiten auf Bundesebene darstellen, zum Beispiel die Künstlerförderung, die Strukturförderung und die Kurztourförderung. Im Anschluss ist Zeit für Fragen und Diskussionen.

Hintergrund

Die Regionalgruppe West des Verbands unabhängiger Musikunternehmen (VUT West) hat gemeinsam mit dem Kulturstadtamt Düsseldorf seine Seminarreihe erweitert, um Musiker, Labelbetreiber, Musikmanager und Verleger mit wichtigen Grundlagen rund um das Thema Musikbusiness zu versorgen. Die Workshops sollen nicht nur reine Theorie vermitteln, sondern auch Fälle aus der Praxis aufzeigen. Zu diesem Zweck werden Branchenvertreter eingeladen, die aus ihrem Alltag berichten. Die kommenden Seminare beschäftigen sich unter anderem mit Radio- und Presse- sowie Print- und TV-Promotion oder mit Fragen rund um die GEMA. Die Termine werden rechtzeitig bekanntgeben.