

HONORAR LEITFADEN



FREELENS

1. Vorwort	3
2. Welchen Umsatz sollten selbstständige Fotograf*innen mindestens machen?	4
Vergleich mit abhängig Beschäftigten	4
Betriebskosten	4
Soziale Absicherung	5
Einkommensteuer, Gewerbesteuer	6
Rücklagen	6
Lebenshaltungskosten	7
Investive Arbeitszeit, Urlaub, Krankheit, Feiertage	7
Vergleichsrechnung: Angestellte vs. Selbstständige	9
Fazit	10
3. Prinzipien der Honorargestaltung	11
Pauschal oder nicht?	11
Zeitbasiertes Produktionshonorar	12
• <i>Arbeitshonorar Fotografie/Video</i>	12
• <i>Weitere zeitbasierte Honorare</i>	13
Nutzungsrechte	14
• <i>Wer, wie, wo, wie lange?</i>	15
• <i>Wie berechnet man Nutzungshonorare?</i>	15
• <i>Nutzungsfaktoren (AGD/SDSt)</i>	15
• <i>MFM-Liste</i>	16
• <i>Wie könnte eine praxistaugliche Berechnung des Nutzungshonorars aussehen?</i>	17
• <i>Bildbasierter Ansatz</i>	17
Exkurs 1: Das Hamburger Lizenzmodell (H_/LM)	18
Exkurs 2: Honorare für Team und Mitarbeiter*innen	18
4. Beispielkalkulationen (folgen demnächst)	19
5. Individuelle Verhandlungen	19
Die Perspektive der Kund*innen verstehen	19
Die eigene Position kennen	20
Die Wettbewerbssituation verstehen	21
6. Ausstattungsvergütungen	22
7. Anpassung an die Inflation	22
8. Schlusswort	24

1. VORWORT

Fotografie - künstlerische wie handwerkliche - ist eine kreative Tätigkeit. Als Selbstständige müssen Kreative aber handeln wie Kaufleute. Daher ist es wichtig, so zu kalkulieren, dass der Lebensunterhalt finanziert und das kleine Unternehmen nachhaltig betrieben werden kann.

Wie ein angemessenes Honorar aussehen soll und wie es ausgehandelt werden kann, lässt sich nicht mit einer verbindlichen Honorartabelle beantworten. Anders als in einigen reglementierten Berufen, in denen Vergütungsordnungen gesetzlich festgelegt sind, darf ein Berufsverband für freie Fotograf*innen aus wettbewerbsrechtlichen Gründen keine Honorarsätze oder Mindestpreise vorgeben oder empfehlen. Abgesehen davon sind fotografische Leistungen, Aufträge und Kund*innen sowie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auch zu unterschiedlich, um konkrete Beträge nennen zu können.

Dieser Leitfaden soll euch dabei unterstützen, eure Honorare eigenständig und wirtschaftlich nachvollziehbar zu kalkulieren - unter Berücksichtigung verschiedener beruflicher Situationen, persönlicher Lebensentwürfe und aller Faktoren, die für eine dauerhaft tragfähige selbstständige Tätigkeit notwendig sind.

BEGRIFFSERKLÄRUNG

»Umsatz« ist die Summe aller Beträge, die ihr im Jahr euren Kund*innen in Rechnung stellt. Relevant ist für unsere Überlegungen der Nettoumsatz, also der Umsatz ohne Umsatzsteuer.

»Gewinn« ist das, was vom Umsatz übrigbleibt, nachdem die Betriebsausgaben abgezogen wurden.

»Verfügbares Einkommen« ist das, was nach Abzug von Sozialabgaben, Steuern und Rücklagen vom Gewinn übrigbleibt. Das ist der Betrag, der euch tatsächlich für eure private Lebensführung zur Verfügung steht — vergleichbar mit dem Nettogehalt einer angestellten Person.

2. WELCHEN UMSATZ SOLLTEN SELBSTSTÄNDIGE FOTOGRAF*INNEN MINDESTENS MACHEN?

Vergleich mit abhängig Beschäftigten

In der Regel sind Fotograf*innen soloselbstständig. Daher liegt aus der persönlichen Erfahrungswelt oft nahe, den eigenen Umsatz mit dem Gehalt von Angestellten zu vergleichen. Daraus dürfen aber nicht die falschen Schlüsse gezogen werden.

Denn um einen vergleichbaren Lebensstandard zu erzielen wie durchschnittliche vollzeitbeschäftigte Arbeitnehmer*innen und um ein Einzelunternehmen nachhaltig betreiben zu können, muss der jährliche Umsatz in der Selbstständigkeit deutlich höher sein als ein durchschnittliches jährliches Bruttogehalt von Angestellten.

Warum das so ist, wollen wir euch in diesem Kapitel nahebringen. Wir schauen uns die einzelnen Ausgabenblöcke an und erörtern die Notwendigkeit von Rücklagen.

Betriebskosten

Betriebsausgaben sind alle Kosten, die euch durch eure selbstständige Tätigkeit entstehen. Bei Angestellten trägt der/die Arbeitgeber*in diese Kosten - bei euch müssen sie aus dem Umsatz finanziert werden.

Zu den Betriebskosten gehören u. a. Kosten für:

- Arbeitsplatz und/oder Studio (Miete, Nebenkosten)
- Fotoequipment (Abschreibungen und Reparaturen)
- Computer, Software, technische Infrastruktur (Abschreibungen)
- Arbeits- und Verbrauchsmaterial
- Kommunikation (Internet, Telefon, Webhosting)
- Werbung, Kundenakquise, Öffentlichkeitsarbeit
- berufsbezogene Reisen (z. B. zu Jobs, zu Fotofestivals, zur FREELENS-Mitgliederversammlung, zu Fortbildungen)
- Steuerberatung und Buchhaltung
- berufsbezogene Beiträge (z. B. FREELENS-Mitgliedsbeitrag), Gebühren, Versicherungen (z. B. Berufsgenossenschaft, Rechtsschutzversicherung, Berufshaftpflichtversicherung, Equipmentversicherung etc.)
- falls vorhanden: Personalkosten für angestellte Assistent*innen (also Gehälter, Sozialversicherungsbeiträge und Nebenleistungen).

Soziale Absicherung

- Künstlersozialkasse

Künstler*innen und Publizist*innen sind über die Künstlersozialkasse (KSK) in der gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung pflichtversichert, sofern sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen.¹ Sie zahlen, vergleichbar mit Arbeitnehmer*innen, eine Hälfte der Sozialabgaben (abhängig von der gewählten Krankenkasse und der Anzahl der Kinder ca. 20 % des Gewinns)², während die andere Hälfte aus den Mitteln des Bundes und von abgabepflichtigen Unternehmen an die jeweiligen Sozialversicherungen abgeführt wird.

Wenn ihr die Voraussetzungen der KSK nicht erfüllt, müsst ihr euch individuell absichern, was wesentlich teurer wird, da ihr dann die vollen Beiträge allein tragen müsst. Deshalb hängt die Beitragslast für die Sozialversicherung von der individuellen Versicherungssituation ab.

Das muss bei der Kalkulation des notwendigen Umsatzes berücksichtigt werden.

[Artikel zur Künstlersozialkasse in der FREELENS Wissensdatenbank](#)

- Private Altersvorsorge

Wer zur Vermeidung von Altersarmut eine private Altersvorsorge finanzieren will - wozu Expert*innen dringend raten, weil die staatliche Rente nicht ausreicht, um den Lebensstandard im Alter halten zu können - muss auch dies bei der Kalkulation des notwendigen Umsatzes berücksichtigen.

[Artikel zur privaten Altersvorsorge in der FREELENS Wissensdatenbank](#)

- Freiwillige Arbeitslosenversicherung

Eine Verpflichtung zur Arbeitslosenversicherung wie für Arbeitnehmer*innen gibt es für Selbstständige nicht. Unter bestimmten Voraussetzungen können sich Selbstständige jedoch freiwillig in der Arbeitslosenversicherung versichern.³ Der monatliche Beitrag dafür beträgt ab 2026 102,83 €. Gründer*innen zahlen im Gründungsjahr und im darauffolgenden Kalenderjahr nur die Hälfte.

- Berufsunfallversicherung / Berufsgenossenschaft

Auch die Absicherung von Folgen eines Berufsunfalls gehört zur sozialen Absicherung. In aller Regel wird das über die Pflichtmitgliedschaft in einer Berufsgenossenschaft erfolgen, meist der BG ETEM.

[Artikel zur Berufsgenossenschaft in der FREELENS Wissensdatenbank](#)

- Berufsunfähigkeitsversicherung

Eine weitere Möglichkeit der sozialen Absicherung ist der Abschluss einer Berufsunfähigkeitsversicherung. Sie greift, wenn ihr euren Beruf aus gesundheitlichen Gründen dauerhaft oder für einen längeren Zeitraum nicht mehr ausüben könnt, und zahlt in diesem Fall eine monatliche Rente. Für selbstständige Fotograf*innen kann eine Berufsunfähigkeitsversicherung sinnvoll sein. Die Beiträge sollten daher als Teil der persönlichen Vorsorge in die wirtschaftliche Planung einbezogen werden.

Einkommensteuer, Gewerbesteuer

Die Bemessungsgrundlage der Einkommensteuer ist das zu versteuernde Einkommen, das nach Abzug von Sonderausgaben, außergewöhnlichen Belastungen und Freibeträgen von eurem Gewinn übrig bleibt. Wie hoch die Steuer ausfällt, hängt von der Höhe des Gewinns und von persönlichen Faktoren ab (Familienstand, Kinder etc.).

Mit dem [Einkommensteuerrechner](#) könnt ihr die Einkommensteuer berechnen.

Falls eure Tätigkeit steuerrechtlich als gewerblich eingestuft wird, müsst ihr jenseits eines Freibetrags auch Gewerbesteuer zahlen, die zum Teil auf die Einkommensteuer angerechnet werden kann.

Rücklagen

Als Selbstständige tragt ihr zahlreiche unternehmerische Risiken, die Angestellte nicht haben:

- Auftragsflauten (z. B. saisonale Schwankungen, Wirtschaftskrisen - vor allem dann wichtig, wenn ihr keine freiwillige Arbeitslosenversicherung abgeschlossen habt)
- Unvorhergesehene Ausgaben (Verlust oder Reparaturen der Ausrüstung, Rechtsstreitigkeiten etc.)
- Krankheit oder privater Unfall
- Investitionen in neues Equipment

Dafür müssen Rücklagen gebildet werden. Wir empfehlen, für unternehmerische Risiken eine Rücklage in der Höhe von mindestens einem halben Jahresgewinn anzusparen. Ist dieses Polster einmal aufgebaut, solltet ihr weiterhin ca. 10 % des jährlichen Gewinns zurücklegen.

Auch für Steuerzahlungen solltet ihr Rücklagen bilden. Da gibt es zwei besonders heikle Zeitpunkte: Zu Beginn der Selbstständigkeit gibt es noch keine Einkommensteuervorauszahlungen. Das Finanzamt setzt diese erst fest, wenn es eure erste Steuererklärung erhalten hat. Diese reicht ihr typischerweise Mitte des zweiten Jahres ein, vielleicht auch später. Wenn dann vielleicht erst gegen Ende des zweiten Jahres der Steuerbescheid kommt, kann es eng werden: Das Finanzamt fordert die Nachzahlung für das erste Jahr, Vorauszahlungen für das laufende Jahr und bald schon eine Vorauszahlung für das erste Quartal des dritten Jahres. In Summe kann das in die Richtung eines halben Jahresgewinns gehen. Wenn ihr den bereits ausgegeben habt, dann steht ihr vor einem Liquiditätsproblem.

Der zweite kritische Moment kommt oft später und überrascht viele: wenn ihr nach ein paar Jahren so richtig durchstartet, wächst durch die Steuerprogression die Steuerlast überproportional, während die Vorauszahlungen noch auf Basis des niedrigeren Anfangseinkommens berechnet wurden.

Die Nachzahlung kann dann empfindlich hoch ausfallen.

Nicht nur für diese Fälle, sondern für die gesamte Zeit eurer Selbstständigkeit gilt: Es ist ratsam, konsequent Geld für eure Steuerzahlungen zurückzulegen, je nachdem, wie gut es läuft, zwischen 20 % und 35 % eures Gewinns, am besten monatlich.

Lebenshaltungskosten

Was am Ende übrig bleibt - also Gewinn minus Ausgaben für soziale Absicherung minus Einkommen- und ggf. Gewerbesteuer und minus Rücklagen - ist euer verfügbares Einkommen, vergleichbar mit dem Nettogehalt einer angestellten Person. Davon bezahlt ihr:

- private Wohnung (Miete, Nebenkosten)
- Lebensmittel, Kleidung
- private Versicherungen (die nicht über KSK laufen)
- Freizeitbeschäftigungen, Urlaub
- sonstige Lebenshaltungskosten

Jede Person hat hier sehr unterschiedliche Ansprüche und Ziele. Einige mögen mit wenig zufrieden sein, andere streben neben einem erfüllenden Beruf auch ein überdurchschnittliches Einkommen an. Auch die angestrebte Work-Life-Balance ist von Person zu Person unterschiedlich.

Investive Arbeitszeit, Urlaub, Krankheit, Feiertage

Nun kommen wir zum zentralen Unterschied zwischen selbstständiger und angestellter Tätigkeit:

1. Angestellte werden auch an ihren Urlaubstagen, an Feiertagen und wenn sie krankgeschrieben sind, bezahlt.
Selbstständige erhalten weder bezahlten Urlaub noch bezahlte Feiertage oder eine gesetzliche Lohnfortzahlung im Krankheitsfall.
2. Angestellte werden für ihre gesamte Arbeitszeit bezahlt, auch wenn sie gerade keinen konkreten Auftrag bearbeiten und somit nicht direkt produktiv sind.
Selbstständige hingegen können in der Regel nur die Zeit und den Aufwand in Rechnung stellen, die direkt einem Auftrag zugeordnet werden können.

Während euch Punkt 1 sicher bewusst ist, ist Punkt 2 für viele von euch vielleicht eine neue Überlegung.

Es geht hier um die sogenannte »investive Arbeitszeit«, ein Begriff, den der Bundesverband Bildender Künstler*innen geprägt hat, den wir hier gerne übernehmen möchten. Mit diesen Arbeitszeiten, die nicht direkt gegenüber Kund*innen abgerechnet werden können, wird in das Funktionieren und in die Zukunft des Unternehmens investiert. Auch Angestellte arbeiten nicht 8 Stunden am Tag produktiv, etwa 25-35 % der Arbeitszeit gelten bei ihnen als »unproduktiv« (Besprechungen, Weiterbildung, interne Abstimmungen, Flurgespräche, Nachdenken, etc.). Diese Zeit wird über das Gehalt aber selbstverständlich auch bezahlt.

Bei selbstständigen Fotograf*innen ist der Anteil investiver Arbeitszeit noch höher. Im Einzelfall kann das sehr unterschiedlich aussehen. Wir rechnen damit, dass rund 40 % eurer Arbeitszeit nicht direkt gegenüber euren Kund*innen abgerechnet werden kann.

Zur investiven Arbeitszeit zählen z. B. folgende Tätigkeiten:

- Akquise: Kund*innenkontakte pflegen, Website aktualisieren, Portfolio zusammenstellen, auf Veranstaltungen netzwerken, Social Media bespielen, Angebote schreiben (die oft nicht zu Aufträgen führen)
- Administration: Buchhaltung, Steuererklärung, Verträge prüfen, Rechnungen schreiben, Mahnwesen, Versicherungen verwalten, Archivierung
- Weiterbildung: Neue Techniken lernen, Fachliteratur lesen, Workshops besuchen, mit neuer Software und neuem Equipment experimentieren
- Strategiearbeit: Positionierung überdenken, Preise kalkulieren, Geschäftsentwicklung planen
- Arbeit an freien Projekten, sofern nicht durch Stipendien oder Verkäufe finanziert

Wenn man die Faktoren investive Arbeitszeit, Urlaub, Feiertage und Krankheit berücksichtigt, kommt man zu folgender Rechnung. Wir orientieren uns dabei an Werten, die auch in der Arbeitswelt abhängig Beschäftigter in Deutschland üblich sind.

	TAGE (8 STUNDEN)/JAHR	STUNDEN/JAHR
Mögliche Arbeitstage pro Jahr (52,2 Wochen × 5 Tage)	261	2.088
abzgl. Urlaub	30	240
abzgl. Feiertage	10	80
abzgl. Krankheitstage	10	80
Zwischenstand	211	1.688

Um die produktive Arbeitszeit zu berechnen, also jene Tage, die konkret gegenüber Kund*innen abgerechnet werden können, muss von diesem Zwischenstand die investive Arbeitszeit abgezogen werden. Jede*r muss hier selbst feststellen, wie viel Zeit als investive Arbeitszeit zu veranschlagen ist.

Wer z. B. umfangreiche Projekte plant oder aufwändige Akquise betreibt, verbringt mehr investive Zeit, als jemand, der als Freie*r für eine Nachrichtenagentur arbeitet. Das ist einer der Gründe, warum der Tagessatz für Freie bei Nachrichtenagenturen geringer ist (trotzdem bleibt das ein schlecht bezahlter Job).

Wir gehen für diese Rechnung von den oben genannten plausiblen 40 % aus.

	TAGE (8 STUNDEN)/JAHR	STUNDEN/JAHR
Zwischenstand	211	1.688
abzüglich investive Arbeitszeit (40 %)	84	672
Produktive Arbeitszeit	127	1.016

Und nun kommen wir zum entscheidenden Punkt: Zwar könnt ihr eure investive Arbeitszeit, eure Urlaubs- und Krankheitszeiten nicht direkt auf eure Kund*innen umlegen. Aber um zu einem verfügbaren Einkommen zu kommen, das mit dem von Angestellten vergleichbar ist, müsst ihr eure Stunden- und Tagessätze so kalkulieren, dass am Ende ein Umsatz herauskommt, der auch eure nicht abrechenbaren Zeiten abdeckt.

Sprich: Ihr müsst - um in unserem Beispiel zu bleiben - in 127 abrechenbaren Tagen (oder 1.016 abrechenbaren Stunden) so viel verdienen, wie ein/e Angestellte/r in 261 Tagen (oder 2.088 Stunden) und eure Honorare daher entsprechend gestalten.

Vergleichsrechnung: Angestellte vs. Selbstständige

Jetzt können wir die zentrale Frage beantworten: Wie viel Umsatz brauchen selbstständige Fotograf*innen, um auf ein vergleichbares verfügbares Einkommen zu kommen wie angestellte Personen?

Als Vergleichsgröße nehmen wir den mittleren Bruttojahresverdienst, gemessen am Median. Dieser lag 2025 in Deutschland einschließlich Sonderzahlungen bei 54.066 €.

Für eine angestellte Person (Annahme: nicht verheiratet, keine Kinder, keine Kirchensteuer) sieht die Rechnung für das Jahr 2025 grob betrachtet so aus:

Bruttogehalt pro Jahr: 54.066 €
 minus Sozialabgaben von ca. 11.760 €
 minus Einkommensteuer von ca. 7.900 €
 Verfügbares Nettogehalt von ca. 34.400 €

Welchen Umsatz muss nun ein/e selbstständige/r Fotograf*in machen, um auf diese 34.400 €

verfügbares Einkommen zu kommen? (Auch hier die Annahme: nicht verheiratet, keine Kinder, keine Kirchensteuer, Versicherung via KSK). Die Rechnung ist wie bei der abhängig beschäftigten Person sehr vereinfacht und dient nur der beispielhaften Darstellung des Vergleiches.

Wir kalkulieren hier mit realistischen Betriebskosten in Höhe von 20.000 € und legen 20 % des Gewinns als Rücklage beiseite. Eine Rücklage in dieser Höhe ist für diesen Vergleich angemessen, weil selbstständige Fotograf*innen ein Unternehmensrisiko tragen, das Arbeitnehmer*innen nicht tragen.

Daraus ergibt sich folgender Jahresumsatz:

105.000 € Jahresumsatz
minus 20.000 € Betriebskosten
ergibt 85.000 € Gewinn

von 85.000 € Gewinn gehen ab:
17.000 € Rücklagen
ca. 15.150 € Sozialversicherungsbeiträge über die KSK
ca. 18.450 € Einkommensteuer

ergibt ca. 34.400 € verfügbares Einkommen.

(Da es sich um einen Vergleich betreffend das Jahr 2025 handelt, wählten wir hier die Steuerberechnung für 2025).

Fazit

Oben hatten wir festgestellt, dass ihr vermutlich nur ca. 127 Tage bei euren Kund*innen in Rechnung stellen könnt. Wenn ihr nun also einen ähnlichen Lebensstandard erreichen wollt wie durchschnittliche Angestellte, dann müsst ihr den dafür errechneten nötigen Jahresumsatz von circa 105.000 € an diesen ungefähr 127 Tagen erwirtschaften.

Wenn ihr nicht weniger verdienen wollt als eine durchschnittliche angestellte Person, dann müsste der Durchschnitt eurer Tagessätze gemäß dieser beispielhaften Rechnung also bei ca. 827 € liegen.

Mit dem [FREELENS-Umsatzrechner](#) könnt ihr ausrechnen, wie hoch bei euren konkreten privaten und beruflichen Ausgaben der nötige Jahresumsatz liegen muss. Je nach der Zahl der produktiven Arbeitstage pro Jahr ergibt sich daraus dann euer durchschnittlicher Tagessatz.

Ganz wichtig: Daraus ergibt sich kein zwingender Tagessatz für eure konkreten Jobs! Die Berechnung zeigt euch bloß den durchschnittlichen Tagesumsatz, den ihr an allen euren produktiven Tagen (Shootings, Bildbearbeitung etc.) benötigt, um eure privaten und beruflichen Kosten decken zu können.

Nicht jeder und jedem von euch wird es gelingen, tatsächlich an 127 Tagen im Jahr gebucht zu

werden. Das liegt auch daran, dass ihr in aller Regel zur Verfügung stehen müsst, wenn der Kunde/ die Kundin euch braucht, und nicht, wenn ihr Zeit habt. Durch diesen Umstand könnt ihr in der Regel euren Terminkalender nicht ideal und lückenlos verdichten.

In der Praxis müsst ihr eure Honorare an den konkreten Job anpassen. Was dabei zu bedenken ist, behandeln wir im nächsten Kapitel. In der Regel sollten eure Tagessätze in der PR- und Werbefotografie (deutlich) höher ausfallen als der für euch errechnete notwendige Durchschnittstagesatz, in der journalistischen Fotografie werden sie oft niedriger sein (was auch zeigt, dass Fotojournalismus in den meisten Fällen durch andere, besser bezahlte Aufträge querfinanziert werden muss).

Wichtig ist, dass ihr im Durchschnitt nicht weniger als die errechneten Sätze erzielt, sonst ist euer Unternehmen wirtschaftlich nicht tragfähig.

3. PRINZIPIEN DER HONORARGESTALTUNG

Pauschal oder nicht?

Viele Kund*innen, und zwar vor allem jene, die nur selten kreative Leistungen beauftragen, interessieren sich nicht für die einzelnen Elemente, aus denen sich ein Fotohonorar eigentlich zusammensetzt. Sie interessieren sich im Grunde nur für den Endbetrag. Und auch für euch kann es auf den ersten Blick praktisch sein, mit Pauschalhonoraren zu arbeiten, erspart es doch viel Arbeit bei der Angebotserstellung.

Dennoch raten wir euch davon ab. Für ein besseres Verständnis eurer eigenen Leistung und auch zur Vermittlung des Wertes von Nutzungsrechten gegenüber euren Kund*innen solltet ihr eure Honorare stets nach Produktionskosten und Nutzungsrechten aufschlüsseln, wie in diesem Kapitel beschrieben wird. So werden eure Honorare nicht nur transparenter, sondern auch leichter skalierbar, etwa wenn der Auftrag aufwändiger wird als gedacht oder später noch weitere Rechte zugekauft werden sollen.

Wenn ihr dennoch bei kleineren Kund*innen mit Pauschalhonoraren arbeiten wollt: Bitte bedenkt, dass der Pauschalbetrag euren kompletten zeitlichen Aufwand, also einschließlich Vor- und Nachbereitung, und die übertragenen Nutzungsrechte angemessen honorieren muss. Auch bei einem Pauschalhonorar muss im Angebot und auf der Rechnung der genaue Umfang der damit übertragenen Nutzungsrechte definiert werden. Bloß zu schreiben »inklusive Nutzungsrechte« sollte auf jeden Fall vermieden werden.

Kosten wie Fahrt- oder Mietkosten oder Honorare für Assistent*innen oder Visagist*innen sollten immer gesondert aufgeführt werden.

Zeitbasiertes Produktionshonorar

Eure eigentliche Leistung ist zwar - wie wir im nächsten Abschnitt beschreiben werden - vor allem die Einräumung von Nutzungsrechten. Aber zunächst einmal verbringt ihr mit einem Auftrag Zeit. Vom Briefing über das Shooting bis zur Bildauswahl und Nachbesprechung - all das ist Arbeitszeit. Das muss sich in einem zeitbasierten Ansatz widerspiegeln. Im Zentrum dessen stehen eure Tagessätze.

Arbeitshonorar Fotografie/Video

Wie kommt ihr nun zu eurem individuellen Tagessatz? Eine erste Orientierung kann der FREELENS-Umsatzrechner ergeben. Wie beschrieben liefert dieser aber nur einen groben Anhaltspunkt, welchen durchschnittlichen Tagessatz ihr erzielen müsst, um nachhaltig von eurer Fotografie leben zu können.

Im praktischen Berufsleben können folgende Aspekte die Höhe eures Tagessatzes bestimmen:

- Wie erfahren seid ihr?
- Habt ihr euch auf eurem Gebiet schon einen Namen gemacht?
- Habt ihr eine besondere Bildsprache?
- Habt ihr spezielle Qualifikationen?
- Habt ihr spezielles Equipment für eine bestimmte Art von Auftrag?

Weitere Überlegungen dazu findet ihr im 5. Kapitel: Individuelle Verhandlungen.

Es ist sinnvoll, für unterschiedliche Kund*innengruppen (redaktionelle Kund*innen, PR-Kund*innen, Werbekund*innen) unterschiedliche Tagessätze anzubieten.

Für kleinere Einheiten als ganze Tage ergeben sich folgende Berechnungsmuster:

Halbtagesatz: 60 % bis 70 % des regulären Tagessatzes. Viele Fotograf*innen setzen ihn eher im oberen Bereich an, da Vorbereitung, Anfahrt, Auf- und Abbau häufig ähnlich viel Zeit beanspruchen wie bei einem ganzen Produktionstag. Meist ist die andere Hälfte des Tages nicht für einen weiteren Auftrag nutzbar.

Stundensatz: Wird der Stundensatz für eigenständige Kurzeinsätze kalkuliert, sind ca. 20 % des Tagessatzes pro Stunde plausibel. Stundenbuchungen müssen bewusst teurer sein, um Planungsunsicherheit und kurze Engagements zu kompensieren. Immerhin blockiert ihr euren Terminplan und könnt eventuell einen umfangreicheren Auftrag nicht annehmen. Viele Fotograf*innen setzen ein Buchungsminimum von zwei bis drei Stunden an.

Für Überstunden jenseits eines vereinbarten Acht-Stunden-Tages hingegen wird häufig ein Achtel des Tagessatzes pro Stunde angesetzt.

EXPERTINNENTIPP

Carina C. Kircher: **Preisdumping und Streuanfragen**

»Das Preisgespräch ist kein Kampf, sondern Geben und Nehmen. Haue nicht blind den Kostenvoranschlag raus! Stelle Fragen und erkenne, ob dein Gegenüber echtes Interesse hat oder nur einen Dummen/eine Dumme per Streuanfrage sucht. Verplempere für diese Dumpingjobs keine Zeit! Sie schaffen weder besser bezahlte Folgeaufträge noch gute Kontakte. Schnäppchenjäger*innen empfehlen dich maximal anderen Schnäppchenjäger*innen.«

Weitere zeitbasierte Honorare:

Vorbesprechung und Beratung

Bei kleineren Aufträgen wie Eventdokumentationen, einfachen Portraitshootings oder kleineren Corporate-Terminen ist die Vorbereitung, wenn sie nicht zu umfangreich wird, meist bereits im Fotografie-Tagessatz enthalten. Darunter fallen typischerweise kurze Abstimmungen mit dem Kunden/der Kundin, Durchsicht des Briefings, einfache Ablaufplanung sowie das Zusammenstellen der Ausrüstung.

Sobald der organisatorische oder konzeptionelle Aufwand darüber hinausgeht, sollte die Vorbereitungszeit zusätzlich kalkuliert werden - typischerweise mit etwa 50 % bis 60 % des Tages- oder Stundensatzes.

Geht es um grundsätzliche Beratung unabhängig von einem konkreten Fotoauftrag, geht es also um allgemeine oder spezielle Wissensvermittlung, dann sollte das Honorar deutlich höher liegen.

Locationscouting

Wenn das Locationscouting nicht ausgelagert wird, liegt der Satz üblicherweise bei etwa 50 % bis 60 % des normalen Tagessatzes. Ein einfaches Scouting kann auch als Pauschale mit 150 € bis 300 € berechnet werden oder auch gleich im Tagessatz inkludiert sein.

Model-Casting

Falls ihr selbst das Model-Casting übernehmt, wird dafür üblicherweise mindestens 50 % des Tagessatzes angesetzt.

Reisetag

Ein üblicher Ansatz ist auch hier, 50 % des normalen Tagessatzes für einen Reisetag zu berechnen. Man kann aber auch höhere Sätze begründen, da ja während eines Reisetages produktive Arbeitszeit verloren geht. Bei sehr kurzen Anreisen innerhalb einer Stadt kann die Fahrtzeit auch im Fotografie-Tagessatz mit einkalkuliert werden.

Bildauswahl und Bildbearbeitung

Hier arbeiten viele Kolleg*innen mit Pauschalen. Oft sind diese aber im Verhältnis zu der tatsächlich vor dem Bildschirm verbrachten Zeit viel zu gering.

Zielführender ist also auch hier ein zeitbasierter Ansatz, der die realen Arbeitszeiten abdeckt. Die Höhe des Honorars sollte sich nach der Komplexität der Bearbeitung oder Retusche und euren individuellen Kompetenzen auf diesem Gebiet richten.

Eine Mischform wäre, Auswahl und einfache Optimierung der Bilder (Helligkeit, Kontrast, Farben und Ausschnitt) pauschal anzubieten und aufwändigere Arbeiten (Beauty-Retusche etc.) nach Aufwand abzurechnen.

EXPERTENTIPP

Guido Karp: **Umsatz-oder Erlösbeteiligungen**

»Wer mit Musiker*innen oder Künstler*innen arbeitet, die — weil sie noch nicht so bekannt sind — nur ein kleines Budget haben, kann Umsatz- oder Erlösbeteiligungen vereinbaren und dafür ein geringeres Honorar anbieten. Dabei geht man ins Risiko, aber das ist besser, als einfach für weniger Honorar zu arbeiten und es schafft eine gewisse Bindung. Man macht damit auch deutlich: »Ich glaube an Euch und deshalb komme ich Euch entgegen.«

Nutzungsrechte

Die Einräumung von Nutzungsrechten ist im Grunde der Kern eurer Tätigkeit.

Viele Kund*innen verstehen zwar nicht, warum sie zusätzlich zum Shooting auch noch für Nutzungsrechte bezahlen sollen. Aber erst durch die Einräumung konkreter Nutzungsrechte erhalten sie überhaupt die Möglichkeit, die Fotos für ihre konkreten Zwecke verwenden zu können.

Durch die Abgeltung von Nutzungsrechten werdet ihr schließlich auch an der durch die Verwendung eurer Fotos entstehenden Wertschöpfung beteiligt.

Die Basics zum Thema Nutzungsrechte könnt ihr in der [FREELENS Wissensdatenbank](#) nachlesen. Aber weil das Thema so zentral ist, wollen wir hier ausführlicher darauf eingehen.

Wer, wie, wo, wie lange?

Welchen Betrag ihr für die Übertragung der Nutzungsrechte ansetzen könnt, hängt davon ab, wie umfangreich die Fotos genutzt werden sollen. Dabei gibt es eine ganze Reihe von Möglichkeiten und Variablen:

- Will euer Kunde/eure Kundin eure Fotos exklusiv nutzen (ausschließliches Nutzungsrecht)? Oder dürft ihr die Bilder auch selbst weiter lizenzieren (einfaches Nutzungsrecht)?
- Für welches Publikum sind die Fotos gedacht? Nur für interne Nutzung im Unternehmen? Für B2B? Oder für B2C?
- In welchen Medien sollen die Fotos veröffentlicht werden? Falls in Print: mit welcher Auflage? Falls online: auf der Unternehmenswebseite oder auch in Social Media?
- Wie lange sollen die Fotos verwendet werden? Zeitlich begrenzt oder unbegrenzt?
- Für welchen geografischen Raum sind die Fotos gedacht? Regional? National? International?
- Dürfen die Fotos an Dritte weitergegeben werden (Unterlizenzierung)?
- Dürfen die Fotos bearbeitet werden? Sollen sogar die RAW-Files übergeben werden?
- Soll auf das Recht auf Urhebernennung verzichtet werden?
- Dürft ihr die Fotos selbst zur Eigenwerbung nutzen oder nicht?
- Dürfen die Fotos für KI-Training im Unternehmen genutzt werden?

Am liebsten hätten viele Kund*innen »alles, für immer und überall«, also ein sogenanntes Buy-Out. Oft geht es ihnen dabei gar nicht darum, die Fotos besonders intensiv zu nutzen, sondern sie wollen sich bloß das Rechtemanagement ersparen. In solchen Fällen gilt es abzuschätzen, wie umfangreich die konkreten Nutzungen wohl werden könnten.

In jedem Fall ist ein Buy-Out die teuerste aller möglichen Nutzungsmodelle und muss daher einen entsprechend hohen Aufschlag für die Nutzungsrechte mit sich bringen. Falls der Kunde/die Kundin preissensibel ist, lohnt es sich immer, Überzeugungsarbeit zu leisten, dass ein Buy-Out in der Realität so gut wie nie benötigt wird, und dass auch mit eingeschränkten Nutzungsrechten gut gearbeitet werden kann.

Wie berechnet man Nutzungshonorare?

Ein angemessenes Honorar für die Nutzung von Fotos aus einem konkreten Auftrag zu ermitteln, gehört zu den schwierigsten Elementen der Honorargestaltung. Es gibt dafür keine Zauberformel, daher können wir uns einer Lösung hier nur annähern.

Nutzungsfaktoren (AGD/SDSt)

Einer Zauberformel am nächsten kommen wohl die Nutzungsfaktoren aus dem Vergütungstarifvertrag Design der Allianz deutscher Designer (AGD) und der Vereinigung Selbstständige Design-Studios

(SDSt). Diese sind zwar schon etwas in die Jahre gekommen, aber viele vor allem im werblichen Bereich tätige Fotograf*innen orientieren sich weiterhin daran und daher wollen wir das Modell hier kurz vorstellen.

Das Nutzungshonorar wird hier ermittelt, indem das Basishonorar mit einem individuell berechneten Nutzungsfaktor multipliziert wird. Der Gesamtnutzungsfaktor setzt sich dann additiv aus vier Einzelfaktoren zusammen. Je exklusiver, räumlich weiter, länger und intensiver der Kunde/die Kundin die Fotografien nutzen möchte, desto höher fallen die jeweiligen Einzelwerte aus.

Nutzungsart	einfach: 0,2	ausschließlich: 1,0		
Nutzungsgebiet	regional: 0,1	national/DACH: 0,3	europaweit: 1,0	weltweit: 2,5
Nutzungsdauer	1 Jahr: 0,1	5 Jahre: 0,3	10 Jahre: 0,5	unbegrenzt: 1,5
Nutzungsumfang	gering: 0,1	mittel: 0,3	groß: 0,7	umfangreich: 1,0

Sollen Fotos nun beispielsweise exklusiv, national, für 5 Jahre und umfangreich genutzt werden, kommt man auf einen Gesamtnutzungsfaktor von 2,6. Beträgt das Produktionshonorar z. B. 1.500 €, dann würde sich aus dem Gesamtnutzungsfaktor von 2,6 ein Nutzungshonorar von 3.900 € ergeben. Damit kommt man auf ein Gesamthonorar von 5.400 €. Diverse Nebenkosten sind dabei noch nicht berücksichtigt.

Auf diese Weise erreicht man natürlich Honorarhöhen, die heutzutage nur noch bei einer geringen Anzahl von Kund*innen durchsetzbar sind. Man darf diesen Zugang deshalb aber nicht verwerfen. Auch heute können solche Honorare von Zeit zu Zeit noch durchgesetzt werden. Und gut argumentierbar sind sie durch die klare Struktur allemal.

MFM-Liste

Auch die »Übersicht der marktüblichen Vergütungen für Bildnutzungsrechte« der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing, besser bekannt unter dem Namen »MFM-Liste«, kann euch bei der Festsetzung von Nutzungshonoraren weiterhelfen. Darin findet ihr nicht nur Modelle wie die gerade beschriebenen Nutzungsfaktoren von AGD/SDSt, sondern auch eine Reihe von anderen Honorarmodellen für Auftragsfotografie und Nutzungsrechtebemessung.

Aber auch abgesehen davon kann euch die MFM-Liste beim Thema Nutzungshonorar weiterhelfen. Denn auch wenn es bei der MFM-Liste in erster Linie um die Verwendung von Archivmaterial geht, so bietet sie doch Anhaltspunkte dafür, wie viel die Nutzung eines Fotos in einem bestimmten Kontext wert ist. Insofern macht es Sinn, sich bei der Bemessung der Vergütung für die Nutzungsrechte von der MFM-Liste inspirieren zu lassen. Vor allem bei der späteren Nachlizenzierung von Fotos aus einem Auftrag sollte man die MFM-Liste zu Rate ziehen. So wie bei den oben beschriebenen

Nutzungsfaktoren von AGD/SDSt, werden Honorare in dieser Höhe nicht immer durchsetzbar sein. Als Orientierung und Argumentationshilfe taugt die MFM-Liste aber jedenfalls. FREELENS-Mitglieder bekommen die Liste vergünstigt. [Mehr Infos hier.](#)

Wie könnte eine praxistaugliche Berechnung des Nutzungshonorars nun aussehen?

Das Grundprinzip muss immer sein: je umfangreicher die Fotos verwendet werden, je mehr Menschen die Fotos sehen und je höher die damit erreichte Wertschöpfung ist, umso höher muss das Nutzungshonorar ausfallen.

Das könnte zum Beispiel so aussehen:

- Geringe Nutzung: Angenommen eine NGO möchte Veranstaltungsfotos nur einmalig in Social-Media und auf ihrer Website verwenden. Oder ein Unternehmen braucht Reportagefotos, die nur einmalig in einem Mitarbeitermagazin verwendet werden sollen. Bei derart geringer Nutzung kann man anbieten, dass die Nutzungsrechte bereits im Shooting-Tagessatz inkludiert sind.
- Erweiterte Nutzung: Angenommen das Unternehmen will die Fotos darüber hinaus auch dauerhaft zur Bebilderung der eigenen Website verwenden: Hier ist eine geringe Nutzung eindeutig überschritten, also müsst ihr zusätzlich ein Nutzungshonorar berechnen. Am einfachsten geht das, indem ihr einen prozentualen Anteil eures Tagessatzes als Nutzungshonorar festlegt. Also im hier genannten Fall z. B. 50 % des Tagessatzes als Nutzungsaufschlag.
- Umfangreiche Nutzung: Je umfangreicher die Nutzung wird, je mehr die Nutzung also Richtung zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkt tendiert, umso höher muss der Aufschlag für die Nutzungsrechte werden. Also 100 % des Tagessatzes oder, falls ihr das durchsetzen könnt, auch wesentlich mehr.

Bildbasierter Ansatz

Abgesehen von der Veranstaltungsfotografie und von manchen Bereichen dokumentarischer Fotografie, bei denen meist eine große Auswahl an Fotos erwartet wird, ist es bei den meisten anderen Genres sehr zu empfehlen, die Anzahl der finalen Fotos, an denen Nutzungsrechte übertragen werden, zu limitieren. Denn wenn es sich nicht um reine Varianten desselben Motivs handelt, dann hat jedes genutzte Foto einen Wert an sich. Je mehr Fotos ihr liefert, umso mehr macht ihr das Einzelbild zu einem Billigartikel.

Auch verhandlungstaktisch lohnt sich die Limitierung: wenn dem Kunden/der Kundin mehr Fotos gefallen als vereinbart, wird er oder sie oft geneigt sein, weitere Fotos nachzukaufen und wird damit am Ende mehr ausgeben als ursprünglich geplant.

*Exkurs 1:***Das Hamburger Lizenzmodell (H_/LM)**

Interessant ist auch das sogenannte Hamburger Lizenzmodell, entwickelt von den Architekturfotografen Jan-Frederik Wäller und Clemens Ortmeier. Es geht davon aus, dass an einem Bild oft mehrere Parteien Interesse haben. Ein Hauptkunde/eine Hauptkundin beauftragt die Produktion der Fotos und erhält eine Grundlizenz zur eigenen Nutzung. Weitere Beteiligte - etwa Architekt*innen, Makler*innen oder beteiligte Gewerke - können anschließend eigene Nutzungsrechte erwerben. Diese sind ebenfalls klar definiert und in der Regel nicht frei übertragbar. Da mehrere Nutzer*innen Lizenzen erwerben, zahlt jeder/jede Einzelne weniger als bei einer exklusiven Einzelbeauftragung; insgesamt kann für die Fotografin oder den Fotografen jedoch ein höheres Gesamthonorar entstehen. Das Modell kann sinnvoll sein, wenn mehrere Akteur*innen Bilder benötigen und der Hauptkunde/die Hauptkundin nicht bereit ist, deren Nutzung mitzufinanzieren.

[Mehr dazu hier.](#)

*Exkurs 2:***Honorare für Team und Mitarbeiter*innen**

Bei vielen Jobs werdet ihr im Team arbeiten, etwa mit Fotoassistent*innen, Digital Operators, Hair- & Make-up-Artists/Visagist*innen oder Stylist*innen. Idealerweise beauftragt euer Kunde/eure Kundin diese Mitarbeiter*innen direkt. Beauftragt ihr sie selbst und leitet die Kosten an den Kunden/die Kundin weiter, gilt: Wenn die Bagatellgrenze von insgesamt 1.000 € im Jahr überschritten wird, müsst ihr im Moment 4,9 % Künstlersozialabgabe zahlen, so ihr Leistungen von Personen erhaltet, die sich über die KSK versichern könnten. Ob sie tatsächlich dort versichert sind, spielt dabei keine Rolle. Das sind z. B. Stylist*innen, Visagist*innen oder auch weitere Fotograf*innen, die ihr für einen größeren Job mit ins Boot holt. Wenn ihr selbst die Mitarbeiter*innen beauftragt, ist ein Handling-Zuschlag von 5 % bis 10 % berechtigt.

Im Folgenden geben wir einen Überblick über übliche Tagessätze in diesen Gewerken. Das kann hilfreich sein, um eurer eigenes angestrebtes Honorar für einen Fotoauftrag einzuordnen und ins Verhältnis zu setzen. Als Fotograf*in seid ihr bei einem Fotoshooting die Hauptansprechperson für die Auftraggeber*innen, ihr führt die Regie und tragt den Großteil der Verantwortung für das Gelingen des Jobs — und das sollte sich auch in eurem eigenen Honorar widerspiegeln.

*Fotoassistent*innen*

Tagessatz von ca. 250 € bis 350 €. Kleiner Job/halber Tag/redaktioneller Auftrag ca. 150 € bis 200 €. Zum Teil auch deutlich mehr, wenn besondere Qualifikationen vorliegen.

Digital Operators

Tagessatz von ca. 400 € bis 500 €. Stunden- oder Halbtagesätze sind unüblich. Die Tagessätze können auch deutlich höher liegen, insbesondere wenn eigenes Equipment eingesetzt wird, weitergehende Retuschen, Lookausarbeitung oder Bildbearbeitung direkt am Set vorgenommen werden.

*Hair- & Make-up-Artists/Visagist*innen*

Tagessatz von ca. 700 € bis 900 €. Kleiner Job/halber Tag ca. 425 € bis 500 €.

*Stylist*innen*

Tagessatz von ca. 700 € bis 800 €. Der Vorbereitungstag wird genauso berechnet. Wenn mehrere Personen an einem Tag gestylt werden und/oder verschiedene Outfits erhalten, liegen die Tagessätze höher.

4. BEISPIELKALKULATIONEN (FOLGEN DEMNÄCHST)

Hier folgen in Kürze die Ergebnisse aus der Honorarumfrage, die wir in diesen Tagen durchführen.

5. INDIVIDUELLE VERHANDLUNGEN

Ein angemessenes Honorar zu berechnen ist leider nur die halbe Arbeit. Die ungleich größere Herausforderung ist, dieses bei den Kund*innen auch durchzusetzen.

Dabei hilft es, sich gut vorzubereiten und folgende drei Faktoren zu beachten: die Situation eures Gegenübers, eure eigene Verhandlungsposition sowie die konkrete Wettbewerbssituation.

*1. Die Perspektive der Kund*innen verstehen*

Bevor ihr in eine Verhandlung geht, lohnt es sich, folgende Fragen zu durchdenken:

- Wie wichtig ist meine Arbeit für meinen Kunden/meine Kundin?
Je wichtiger die Fotos für das Gelingen eines Projekts sind oder je größer die Wertschöpfung, die der Kunde/die Kundin damit erzielt, desto stärker ist eure Verhandlungsposition. Das spiegelt sich vor allem in der Bemessung der Nutzungsrechte wider, wie im vorigen Kapitel beschrieben.
- Wie stark ist der Wunsch, konkret mit mir zu arbeiten?
Wenn der Kunde/die Kundin unbedingt mit einer/einem bestimmten Fotograf*in arbeiten möchte, weil diese Person eine besondere Bildsprache oder besondere Fähigkeiten hat, oder wenn bereits

eine vertrauensvolle Zusammenarbeit besteht, verbessert das die Verhandlungsposition erheblich.

- Wie finanzstark ist mein Kunde/meine Kundin?
Ein DAX-Konzern kann mehr bezahlen als eine Nachbarschaftsinitiative. Und er muss auch mehr bezahlen. Nicht nur, weil er über ein viel höheres Budget verfügt, sondern weil er vermutlich auch mehr Reichweite und einen größeren Verwendungsbedarf für die Fotos hat.
- Was kostet der Rest des Projekts?
Manchmal ist es interessant, darüber nachzudenken, was ein aufwändiges Blumengesteck oder das Buffet für eine Veranstaltung im Vergleich zur fotografischen Dienstleistung wohl gekostet haben mag. Wer sich diesen Vergleich vor Augen hält, kann mit mehr Überzeugung für ein angemessenes Honorar eintreten.
- Handelt es sich um eine Ausschreibung?
Bei öffentlichen oder wettbewerblichen Ausschreibungen wird der Preis oft höher gewichtet als die Qualität.

EXPERTENTIPP

Marco Urban: **Sei ein guter Dienstleister.**

»Die allermeisten Kund*innen erwarten keinen kreativen Freigeist, sondern jemanden, der/die professionell auftritt, die vereinbarte Leistung liefert (und vielleicht ein klein bisschen mehr) und den Auftrag dann auch zügig abwickelt. Sei clever und smart!«

2. Die eigene Position kennen

Genauso wichtig wie das Verständnis für den Kunden/die Kundin ist ein realistisches Bild der eigenen Stärken:

- Bin ich Experte/Expertin? Habe ich z. B. eine besondere Bildsprache?
Expert*innen auf einem Gebiet mit wenig Wettbewerb können auch entsprechend selbstbewusst verhandeln.
- Wie perfekt kann ich die Aufgabenstellung erfüllen?
Wer zu 100 % liefern kann, kann auch 100 % berechnen. Wer das nicht schafft, der oder die wird das oft mit einem geringeren Honorar kompensieren müssen. Ideal ist zwar die 100-Prozent-Variante. Aber tatsächlich ist bei manchen Kund*innen der Anspruch gar nicht so hoch und der günstige Preis wichtiger.

- Bin ich bekannt oder gar berühmt?
Wer besonders bekannt ist, der oder die kann oft mehr berechnen. Auch weil manche Kund*innen sich gerne mit »berühmten« Fotograf*innen brüsten.
- Wie zuverlässig und professionell bin ich als Dienstleister*in und Problemlöser*in?
Es gibt ein paar Tugenden, die das Arbeiten mit Dienstleister*innen besonders angenehm machen: Pünktlichkeit, Freundlichkeit, Belastbarkeit, angemessene Kleidung, tadellose Umgangsformen jeder Person gegenüber usw. Manche sind durchschnittliche Fotograf*innen, aber exzellente Dienstleister*innen und damit sehr erfolgreich.

3. Die Wettbewerbssituation verstehen

In aller Regel werdet ihr nicht die einzigen Anbieter*innen sein. Selbst wenn nur ihr angefragt werdet, braucht es in der Regel gute Gründe, um Honorare durchzusetzen, die (weit) über dem Üblichen liegen.

Fragen zum Faktor Wettbewerb können lauten:

- Wie viel Wettbewerb gibt es in meinem Segment und an meinem Standort?
Wer in einem Ballungsraum Eventfotografie anbietet, hat wohl eine Menge Mitbewerber*innen. Das wird sich vermutlich auf die Höhe der erzielbaren Honorare auswirken. Wer exklusivere Leistungen anbieten kann, hat es leichter.
- Werden vom Kunden/ von der Kundin weitere Angebote eingeholt? Handelt es sich um eine Ausschreibung?
- Welche Preise werden üblicherweise für vergleichbare Aufträge aufgerufen?
Das Preisniveau ist je nach Region durchaus unterschiedlich. Noch stärker als innerhalb von Deutschland merkt ihr die Unterschiede, wenn ihr für Kund*innen in anderen Ländern tätig seid.

Alles in allem geht es darum, die Interessen der Kund*innen zu verstehen, dabei gleichzeitig die eigenen Wünsche und Fähigkeiten zu kennen und auch die Wettbewerbssituation nicht außer Acht zu lassen.

Für langfristige Arbeitsbeziehungen ist wichtig, dass der Preis für beide Seiten stimmt.

EXPERTENTIPP

Guido Karp: **Es gibt keinen Job ohne schriftliches Angebot.**

»Jeder von uns hat schon mal Jobs gemacht, bei denen das Budget des Kunden/der Kundin niedriger war als unser angestrebter Preis. Aber: Der Tagessatz ist unantastbar. Wenn dein Tagessatz z. B. 1500 € ist, dann steht dieser Betrag in deinem Angebot und nicht 1000 €. Und dann gibt es möglicherweise einen Rabatt — und der wird im Angebot ausgewiesen. Aber die Kund*innen müssen verstehen, dass der Tagessatz einfach der Tagessatz ist. Daran gibt es nichts zu rütteln. Und dann steht in meinem Angebot der folgende wichtige Satz: »Eingeräumte Rabatte verlieren bei Zahlungsverzug ihre Gültigkeit.« Das heißt: Wenn man es schon für weniger macht, kriegt man wenigstens schnell sein Geld.«

6. AUSSTELLUNGSVERGÜTUNGEN

Grundsätzlich gilt: Ausstellungshonorare sollten Standard sein, künstlerische Leistungen müssen, wie jede andere Dienstleistung, selbstverständlich honoriert werden.

Wenn ihr eure Bilder für Ausstellungen zur Verfügung stellt, dann schafft ihr damit einen Mehrwert.

Für Betreiber*innen der Ausstellung muss dieser nicht direkt finanzieller Art sein, es kann auch ein großer Nutzen sein, wenn Institutionen durch die Ausstellung Interessierte in ihre Räume einladen können oder ihre Außendarstellung durch Kulturveranstaltungen verbessern. Orte werden mit unserer Kreativität, mit unseren Themen und unseren Werken belebt. Das ermöglicht Diskussionen oder einfach einen schönen Aufenthalt.

Eine gute Orientierungshilfe für die Kalkulation bietet die [Leitlinie Ausstellungsvergütung 2021](#) des Bundesverbands Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK).

7. ANPASSUNG AN DIE INFLATION

Für Selbstständige ist die Anpassung der Honorare an die Inflationsrate keine Komfortfrage, sondern existenzsichernd.

Dabei geht es nicht darum, mehr zu verdienen, sondern die Kaufkraft zu sichern. Denn wer sein Honorar nicht regelmäßig an die Inflation anpasst, senkt real sein Einkommen.

Seit 2021 lag die kumulierte Inflation in Deutschland zeitweise bei über 15 %. Ein unverändertes Honorar bedeutet also: real weniger Netto, sinkende Rentenansprüche und damit ein steigendes Armutsrisiko.

Sinnvoll sind daher jährliche automatische Anpassungen von 3 % bis 5 % als Mindestanpassung auch in Jahren mit geringer Inflation. Dadurch erreicht ihr einen Glättungseffekt und vermeidet große Preissprünge, die Erhöhung ist leichter vermittelbar und entspricht auch vielen Tariflogiken.

Eine weitere Möglichkeit sind indexbasierte Anpassungen. Die Formulierung könnte lauten: »Die Honorare erhöhen sich jährlich entsprechend der Veränderung des Verbraucherpreisindex (VPI) des Statistischen Bundesamtes.« Der Vorteil dabei ist, dass die Erhöhung objektiviert, entpersonalisiert und juristisch gut begründbar ist.

Wenn Honorare seit mehreren Jahren unverändert sind, ist eine einmalige, stärkere Korrektur nötig. Das wäre eine Anpassung um 10 % bis 20 % (je nach Zeitraum), die auch gestaffelt sein kann, z. B. +8 % jetzt, +5 % im nächsten Jahr.

Wichtig ist, dies nicht als »Preiserhöhung«, sondern als »Anpassung an gestiegene Kosten« zu kommunizieren.

Einen guten Inflationsrechner findet ihr [hier](#). Wenn ihr eure Honorare schon längere Zeit nicht mehr angepasst habt, dann rechnet damit doch mal aus, wie sehr die Kaufkraft eures Honorars gesunken ist.

EXPERTENTIPP

Marco Urban: **Rede mit Deinen Kund*innen!**

»Reden hilft. Im Gegensatz zu schriftlicher Konversation gibt es in einem Gespräch viele Zwischentöne, die Euch helfen können, den Kunden/die Kundin besser einzuschätzen. Fragen können schnell geklärt, Missverständnisse vermieden werden. Geschäftliche Gespräche Face-to-Face oder am Telefon mögen anfangs etwas Überwindung kosten, aber es lohnt sich immer.

Gerade wenn man sich persönlich trifft, kann viel leichter ein persönliches Verhältnis aufgebaut werden, das für eine langfristige Kund*innenbeziehung fast unerlässlich ist. Die Bitte um ein persönliches Gespräch wird sicher nur selten ausgeschlagen werden, gerade wenn es sich um umfangreiche Aufträge oder langfristige Kooperationen handelt. Auch der Kunde/die Kundin möchte seine/n Fotograf*in gerne besser kennenlernen.«

8. SCHLUSSWORT

Auch wenn ihr all die Überlegungen aus diesem Leitfaden berücksichtigt, werdet ihr euch bei konkreten Anfragen ab und zu unsicher sein, wie ihr denn nun vorgehen sollt. Da seid ihr nicht allein! So geht es uns allen von Zeit zu Zeit. Was immer hilft: Feedback von Kolleg*innen einholen - im direkten Kontakt, im FREELENS-Forum, in der Mailingliste, bei Treffen von FREELENS-Regionalgruppen.

Diese Version des Leitfadens wurde fertiggestellt im Juni 2026. Es handelt sich um ein lebendes Dokument. Wenn ihr Fehler findet oder Anregungen für Ergänzungen habt, meldet euch gerne!

EXPERTINNTIPP

Carina C. Kircher: **Jedes Bild ist deine Visitenkarte**

»Nimm nur Aufträge an, die du handwerklich und ästhetisch 1A abliefern kannst. Liefere nichts halbfertig, weil der Kunde/die Kundin das laienhaft selbst bearbeiten möchte. Dabei kommt etwas unter deinem Niveau heraus, an dem du trotzdem gemessen wirst. Liegen die Vorstellungen zu weit auseinander, lehne freundlich ab. Ein »Nein« zu einem schlechten Deal ist ein »Ja« zu einem besseren Projekt — oder zum Krafttanken, um gesund und kreativ zu bleiben und lange Freude am Beruf zu haben!«

IMPRESSUM

Herausgeber

FREELENS e.V.
Alter Steinweg 15
20459 Hamburg

Projektleitung

Dagmar Schwelle, Jens Jeske

Mitarbeit

Carina C. Kircher, Kay Michalak, Marco Urban

Redaktion

Geschäftsstelle FREELENS e.V.

Veröffentlichung

Version 1.0
Juni 2026