

## **Wie werde ich Promoter**

Promoter, Moderatoren und Hostessen sind selbständige Einzelunternehmer, die auftragsbezogen auf eigenes Risiko und eigene Rechnung tätig werden.

Die Zusammenarbeit zwischen Promoter und New Classic Werbesysteme erfolgt grundsätzlich auf gewerblicher Basis (Anmeldung eines Gewerbes beim jeweiligen Ordnungsamt, Vergabe einer Steuernummer durch das Finanzamt). Das Gewerbeschein-Handling wird von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich gehandhabt.

Vom für Sie zuständigen Finanzamt erhalten Sie in jedem Fall ein Schreiben, dem ein "Fragebogen zur steuerlichen Erfassung" beigelegt ist.

Auch die für Sie zuständige Berufsgenossenschaft wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen. Hier werden Sie keine Beiträge zu entrichten haben, solange Sie keine Mitarbeiter beschäftigt haben. Die Industrie- und Handelskammer dagegen erhebt ggf. einen Pflichtbeitrag i.H.v. ca. 50 Euro jährlich.

Im Umgang mit offenen Lebensmitteln benötigen Promoter zusätzlich ein Gesundheitszeugnis/Belehrung (Bescheinigung gem. § 43 IfsG) (Kosten ca. 25-40 Euro)

Alle zur Anmeldung und Betriebseröffnung notwendigen Ausgaben können als Betriebsausgaben steuerlich geltend gemacht werden. Insgesamt kommen im ersten Jahr inkl. Gesundheitszeugnis, Gewerbeanmeldung und Handelskammerbeitrag je nach Stadt oder Gemeinde ca. 100 - 150 Euro zusammen.

## **Welche Promotionarten gibt es und wo finden diese statt?**

Promotionaktionen können als Einzelpromotion (oft bei Beratungs- und Verkaufspromotion) oder als Teampromotion durchgeführt werden. Die Anzahl der Teammitglieder orientiert sich an den Aktionszielen bzw. der Größe der Messe/Veranstaltung.

Je nach Zielsetzung einer Aktion kann zwischen verschiedenen Arten der Promotion unterschieden werden:

### **Beratungs-/Verkaufspromotion ("Hardselling") Verkostungspromotion**

Bei Beratungs-/Verkaufspromotions, die meist im Handel stattfinden, geht es in erster Linie darum, der jeweiligen Zielgruppe (Endverbraucher) die Vorteile und Leistungen eines Produktes/einer Marke zu vermitteln, mit dem Ziel, den Abverkauf direkt zu steigern.

Das beschert dem Handel Mehrumsatz und refinanziert einen Teil der Aktionskosten durch den Abverkauf.

Diese Art von Promotion bietet sich vor allem für erklärungsbedürftige Produkte (z.B. Technik) und Dienstleistungen (z.B. Kreditkarten), aber auch für Lebensmittel an.

Bei Lebensmitteln findet das oft über die direkte Verkostungsmöglichkeit am Promotionstand statt. (Achtung: Zusätzliche Qualifikation erforderlich: Gesundheitszeugnis/Belehrung)

Wichtig: Für den Erfolg von "Hardsellingpromotions" sind gute Produktkenntnisse ausschlaggebend. Deshalb finden in der Regel vor jeder Aktion umfangreiche Produktschulungen (Kick-Off Veranstaltung) statt.

### **Sampling und Freeflow, Gastro-Aktion**

Beim Sampling geht es in erster Linie darum, Warenmuster, Broschüren und/oder sonstige Werbematerialien an Endverbraucher oder speziell definierte Zielgruppen zu verteilen.

Hier wird in der Regel zwischen quantitativen (z.B. möglichst viele Kontakte) und qualitativen (z.B. möglichst hochwertige Kontakte) Zielen unterschieden.

Dies kann im Handel aber auch losgelöst davon auf Fußgängerzonen, Veranstaltungen, Messen, Events oder in der Gastronomie stattfinden.

Samplingaktionen dienen primär der Bekanntmachung einer Marke, Dienstleistung oder eines Produktes und können je nach Art des Samplings die Frequenz im Handel oder am Aktionsstand erhöhen. Aus diesem Grund ist die Samplingaktion auch als ergänzende Maßnahme zur Beratungs- und Verkaufspromotion bestens geeignet.

## **Messe- und Eventpromotion**

Mit Messe- und Eventpromotion sind Einsätze von Promotern auf Messen und Veranstaltungen gemeint. Dabei gibt es unterschiedliche Einsatzbereiche:

- Betreuung von Gästen, Kunden und Konsumenten am Aktions-/Messestand, z.B.
  - Beratung
  - Animation (Durchführung von Gewinnspielen)
  - Catering (Bewirtung)
  - Service (Bedienung)

- Logistik
- Moderation
- Sampling (Verteilung von z.B. Produktinfos)

Da auf Messen internationale Firmen ihre Produkte präsentieren, sind gute Fremdsprachenkenntnisse für Ihren Einsatz von Vorteil.

### **Merchandising**

Da aufgrund von Personalengpässen im Handel nicht immer alle Aufgaben zur Produktplatzierung im Verkaufsraum wahrgenommen werden können, greifen viele Unternehmen auf selbständige Merchandiser zurück.

Als Merchandiser könntest Du z.B. mit folgenden Aufgaben betraut werden:

- Auffüllen von Regalware
- Aufstellen und Auffüllen von Warendisplays

Entsorgung alter Ware

### **Welche persönlichen Eigenschaften sollte ein Promoter mitbringen?**

Es gibt kein festgeschriebenes Berufsbild für Promoter, dennoch sind einige Voraussetzungen unerlässlich:

- Spaß im Umgang mit Menschen
- freundliches, sympathisches und aufgeschlossenes Auftreten
- gepflegtes, seriöses Erscheinungsbild
- Verantwortungsbewußtsein, Zuverlässigkeit und Flexibilität im Umgang mit Auftraggebern, Teamkollegen und Konsumenten
- Identifikation mit dem Unternehmen, der Marke oder dem Produkt

Als selbständiger Promoter können Sie sich auf unterschiedlichste Aktionen, Aktionszeiten und Einsatzgebiete freuen. Gastronomieaktionen finden z.B. in der Regel abends/nachts an Wochenenden statt, Handelsaktionen zu Marktöffnungszeiten an Werktagen. Bei einer Roadshow touren Sie möglicherweise wochenlang quer durch Deutschland.

Erfolgreiche Promotions sind eine Frage der inneren Einstellung und des persönlichen Auftretens. Ganz gleich, ob es sich um den Kontakt zum Handelspartner oder Konsumenten handelt - nur wer sich darüber im Klaren ist, dass Promotion eine Dienstleistung ist, wird Spaß an den unterschiedlichen Aufgaben und Aktionen haben.

Lächeln und gute Laune gehören dabei ebenso zur Grundvoraussetzung wie gepflegtes Auftreten und höfliche Umgangsformen.

Die Promotortätigkeiten werden generell auf selbständiger Basis abgewickelt.

### **Was unterscheidet Selbständige von Angestellten?**

Als Selbständiger sind Sie in Ihren Entscheidungen, z.B. ob Sie einen Auftrag annehmen oder ablehnen, völlig frei. Auch die generelle Wahl Ihres Aktionsgebietes steht Ihnen frei. Sie unterliegen keinen grundsätzlichen Weisungen, sind aber sehr wohl an Auftragsbedingungen und Auftragsinhalte bzw. Zusagen gebunden, wenn Sie sich mit uns als Auftraggeber für eine Promotionaktion vertraglich binden. Für die Durchführung der Aufträge erhalten Sie Honorare (kein Gehalt), zeitliche Mehrleistungen (bei Überschreitung der vereinbarten Aktionszeiten) und Aufwendungen werden gegen Rechnungsstellung vergütet und das unternehmerische Risiko (Ausfall, Krankheit etc.) liegt bei Ihnen.

Weitere Unterschiede:

- Ausbezahlung der Rechnungssumme ohne Versicherungs-Abzüge
- keine gesetzliche Sozialversicherungspflicht (freie Wahl der Altersvorsorge)
- Private Krankenversicherung (unabhängig vom Umsatz)
- Möglichkeit zur Abrechnung von Umsatzsteuer nach § 19 Abs. 2 UstG
- damit verbunden die Möglichkeit zur Geltendmachung entrichteter Mehrwertsteuer (im sog. Umsatzsteuervoranmeldung)
- keinen Urlaub, keine „Lohnfortzahlung im Krankheitsfalle“
- Haftung bei Schlecht- oder Nichterfüllung

### **Umsatzgrenzen**

Zu beachten ist, dass es bestimmte Höchstgrenzen gibt, ab denen z.B. folgende Steuern und Abgaben zu **entrichten** sind:

- Einkommenssteuer
- Gewerbesteuer
- Mitgliedsbeiträge an Handelskammer

bzw. evtl. folgende Förderungen **entfallen**:

- Bafög-Förderung
- Kindergeld
- Familienkrankenversicherung

Eine Einkommenssteuererklärung ist aber in jedem Fall zu erstellen und beim Finanzamt abzugeben, selbst bei kleinsten Umsätzen.

Bei einem Umsatz, der 16.616 Euro im Vorjahr nicht überstiegen hat bzw. im laufenden Jahr nicht über zu erwartenden 51.129 Euro liegt, gilt die Kleinunternehmerregelung nach § 19 Abs. 1 UStG., d.h. Sie dürfen keine Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer) in Ihren Rechnungen ausweisen bzw. abrechnen und müssen diese folglich auch nicht an das Finanzamt abführen.

Nach § 19 Abs. 2 UStG haben Sie aber dennoch die Möglichkeit, trotz geringerer Umsätze zur Umsatzsteuerabrechnung zu optieren, um die Vorteile des Vorsteuerabzuges zu nutzen.

Wir empfehlen Ihnen in jedem Fall eine individuelle Beratung durch professionelle Stellen bzw. Auskünfte über das Finanzamt einzuholen.

### **Sozialversicherung**

Das „Sozialversicherungsgesetz“ nach §7 Abs. 4 SGB IV sieht **unter anderem** vor, dass Sie

- unternehmerisch am Markt auftreten müssen (z.B. aktiv Werbung betreiben),
- mehr als einen Auftraggeber haben, mit dem Sie **mehr als 6/7 Ihres Umsatzes generieren**,

um nicht in die Problematik der Scheinselbständigkeit zu gelangen.

Ungeachtet dessen ist es empfehlenswert, mehrere Auftraggeber zu bedienen, um nicht von einem Kunden abhängig zu sein.

Auch hier empfehlen wir Ihnen, mit einem Steuerberater Ihrer Wahl vorab Kontakt aufzunehmen, um Ihre individuelle Situation zu klären.

Für alle Hinweise auf dieser Seite übernimmt New Classic Werbesysteme keine Gewähr.