



**PROFIL**  
**STEUERN**  
**HONORAR**  
**Dienstleistungsprodukt**  
**Vertragsklauseln**  
**Netzwerk**  
**Zwischenhändler**  
**Vertriebswege**  
**Scheinselbstständigkeit**  
**Auftraggeber Marketing**

Thomas Matzner · Ruth Stubenvoll

# IT-Freelancer

Ein Handbuch nicht nur für Einsteiger



dpunkt.verlag



**Thomas Matzner** ist Diplom-Informatiker und selbständiger Berater für Systemanalyse. Er ist Sprecher des Selbständigen-Beirats der GI.



**Ruth Stubenvoll** ist selbständige Marketing- und Kommunikationsberaterin, sie ist spezialisiert auf IT-Beratungsunternehmen, Softwarehäuser und IT-Freelancer.

**Thomas Matzner · Ruth Stubenvoll**

# **IT-Freelancer**

**Ein Handbuch nicht nur für Einsteiger**

Mit Beiträgen von

- Steuerberater Jürgen Brunnhuber
- Rechtsanwalt Thomas G.-E. Müller
- Steuerberaterin Brigitte Schlammer
- Steuerberaterin Ute Spohrer
- Steuerberaterin Monik Vent
- Rechtsanwalt Dr. Christoph Zahrnt

Illustrationen von Stefan Gerstorfer



dpunkt.verlag

Thomas Matzner · tam@tamatzner.de  
Ruth Stubenvoll · marketing@ruthstubenvoll.de  
Jürgen Brunnhuber  
Thomas G.-E. Müller · thomas-georg.mueller@ecovis.com  
Brigitte Schlammer  
Ute Spohrer · ute.spohrer@ecovis.com  
Monik Vent  
Dr. Christoph Zahrnt · ra-zahrnt@t-online.de

Lektorat: Christa Preisendanz  
Copy-Editing: Susanne Rudi, Heidelberg  
Herstellung: Birgit Bäuerlein  
Umschlaggestaltung: Helmut Kraus, www.exclam.de  
Illustrationen im Buch und auf dem Umschlag: Stefan Gerstorfer, www.medienwerkstatt-dachau.de  
Druck und Bindung: M.P. Media-Print Informationstechnologie GmbH, 33100 Paderborn

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN  
Buch 978-3-89864-813-4  
PDF 978-3-86491-340-2  
ePub 978-3-86491-341-9

1. Auflage 2013  
Copyright © 2013 [dpunkt.verlag](http://www.dpunkt-verlag.de) GmbH  
Wieblinger Weg 17  
69123 Heidelberg

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Alle Angaben und Programme in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weder Autor noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die in Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

5 4 3 2 1 0

# Vorwort

Was weiß man über IT-Freelancer?

Der Beruf des IT-Freelancers ist, anders als sonstige bekannte selbständige Tätigkeiten, etwa als Rechtsanwalt, Friseur, Arzt oder Hebamme, nicht an eine Pflicht zur Mitgliedschaft in einer Berufsorganisation gebunden. Nicht einmal eine Meldepflicht gibt es. Das wird von der überwältigen Mehrzahl der IT-Freelancer begrüßt; nur wenige von uns wünschen sich etwa eine Kammerpflicht mit der unvermeidlich damit verbundenen Bürokratie und Einschränkung von Freiheiten.

Diese Freiheit bedeutet auf der anderen Seite, dass es keine Stelle gibt, an der lückenlose Informationen über IT-Freelancer gesammelt werden. Nicht einmal ihre Anzahl ist bekannt. Gulp, ein großes Portal für IT-Freelancer, gibt die Anzahl bei ihm registrierter IT-Experten Anfang 2013 mit 68.000 an – das ist der zuverlässigste Indikator für die Gesamtzahl, den wir kennen.

Informatiker können freiwillig Mitglieder in Berufsorganisationen werden. Die größte Fachgesellschaft in Deutschland, die Gesellschaft für Informatik e.V., hat rund 20.000 Mitglieder; es ist nicht erfasst, welche davon selbständig sind. Eine Mailingliste der GI für IT-Freelancer, die für jeden offen ist, also keine Mitgliedschaft voraussetzt, hat Anfang 2013 rund 2.300 Empfänger. Die GI unterhält im Rahmen ihrer Regionalgruppen einige regionale Arbeitskreise für Freelancer. Diese haben gegenüber den bisher genannten Zahlen eine erhöhte Aussagekraft, denn hier werden Freelancer nicht nur registriert, sondern kommen regelmäßig zusammen, um sich informieren zu lassen und Erfahrungen auszutauschen. Am aktivsten sind die Arbeitskreise in den Regionen Frankfurt, Erlangen/Nürnberg, Hamburg und München. Jeder hiervon erreicht eine Grundgesamtheit von einigen hundert Freelancern.

Der Berufsverband Selbständige in der Informatik e.V. hat sich im Gegensatz zu den Fachgesellschaften auf die Selbständigenarbeit konzentriert. Er hat, wie man seinen Jahresberichten entnehmen kann, einige hundert Mitglieder.

*IT-Freelancer sind keine übersichtliche, geschlossene Gruppe.*

*Nur ein Bruchteil der IT-Freelancer nutzt die vorhandenen Informationsquellen – warum eigentlich?*

Seit 2004 erscheint im Zweimonatsrhythmus das IT Freelancer Magazin. Es ist die einzige regelmäßige Informationsquelle für Themen rund um die Selbständigkeit in der IT; andere Branchenblätter behandeln diese Themen nur sporadisch und keineswegs systematisch. Ende 2012 ist die fünfzigste Ausgabe dieser Zeitschrift erschienen, in der Freelancer, ihre Auftraggeber und ihre Berater, etwa zu Marketing-, Steuer- und Rechtsfragen, zu Wort kommen.

Aus den genannten Zahlen lässt sich schließen: Ein gesichertes Wissen über die Gesamtsituation der IT-Freelancer in Deutschland oder dem deutschsprachigen Raum kann es nicht geben. Überall, wo Informationen über Freelancer zusammengetragen werden, ist nur ein kleiner Prozentsatz der Grundgesamtheit repräsentiert. Wir werden im Kapitel über Honorarermittlung näher ausführen, wie schwierig es ist, zu verlässlichen Aussagen selbst für eine so eindimensionale Zahl wie ein Durchschnittshonorar zu kommen. Für komplexere Fragen, wie wir sie in diesem Buch behandeln, gibt es erst recht keine belastbaren Statistiken. Daraus folgt: Der IT-Freelancer ist kein Objekt der exakten Wissenschaft.

Wie also kommen die Aussagen in diesem Buch zustande? Sehen wir uns den Hintergrund der Autoren an:

*Sprache und Denken  
des Technikers bedürfen  
der Ergänzung.*

Ruth Stubenvoll schloss ihr Studium der Germanistik und Geschichte Mitte der neunziger Jahre ab. Wie manche Geisteswissenschaftler stellte sie sich die Frage, auf welchem Gebiet sie ihre Fähigkeiten künftig einsetzen könnte. 1998 begegneten ihr die ersten IT-Freelancer, die erkannt hatten, dass mit der Sprache und Denkweise des Technikers hervorragende Leistungen erbracht werden, die Kundensuche und -ansprache damit aber selten gelingen. Seit dieser Zeit hat Ruth Stubenvoll viele Freelancer und mittelständische IT-Unternehmen zunächst bei der Gestaltung und zunehmend bei der strategischen Ausrichtung ihres Marktauftritts unterstützt. Als ausgebildete Mediatorin begleitet sie ihre Kunden zudem in schwierigen Verhandlungen oder moderiert Konfliktgespräche. Neben ihrer geschäftlichen Tätigkeit schreibt sie Artikel für Zeitschriften, unter anderem über Jahre hinweg eine regelmäßige Kolumne im IT Freelancer Magazin, hält Vorträge und Workshops für Fachgesellschaften und andere Anbieter.

Thomas Matzner ist Diplom-Informatiker und seit 1992 IT-Freelancer, vorwiegend auf dem Gebiet der fachlichen Konzeption von Geschäftsabläufen und IT-Anwendungen. Zuvor war er Softwareingenieur und Niederlassungsleiter bei sd&m, wo sein Interesse auch für die nichttechnischen Verantwortungen des Unternehmers, etwa das Gestalten einer schlüssigen Produktaussage zum Markt und ihre Umsetzung in Broschüren (das Web spielte damals noch keine Rolle),

geweckt wurde. 1997 wurde er von Ulrich Bode, dem Gründer des Selbständigen-Beirats in der GI, für die Selbständigenarbeit innerhalb des Vereins angeworben und leitet bis heute den Münchner Arbeitskreis Selbständige der Regionalgruppe. 2008 übernahm er die Rolle des Sprechers des GI-Beirats für Selbständige. Durch diese Tätigkeiten hat er viele Workshops für Selbständige organisiert, Beratungsgespräche geführt, Vorträge gehalten und Artikel geschrieben, unter anderem drei Dutzend satirische Kolumnen im IT Freelancer Magazin.

Nicht auf allen Gebieten sind wir Experten. Es ist bestürzend, wie viel Halbwissen über juristische Themen in manchen populären Gründungsratgebern über den Leser ausgegossen wird. Wir wollen solide Information vermitteln und sind deshalb dankbar, dass sich ausgewiesene Experten für Vertrags-, Steuer- und Arbeitsrecht bereitgefunden haben, zu diesem Buch Beiträge zu leisten.

Wenn es schon keine globale Sammelstelle für IT-Freelancer-Wissen gibt, sind wir Autoren immerhin Knoten im Netz, an denen qualifizierte Information über viele Jahre hinweg zusammengelaufen ist. Die Informationen und Empfehlungen in diesem Buch entstammen einer Vielzahl von Beobachtungen und Berichten aus diesen Tätigkeiten. Wer sich die Fragen, die wir hier behandeln, gar nicht stellt oder die Bedeutung der Antworten darauf geringschätzt, nützt die Chancen der IT-Selbständigkeit mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht aus. Trotzdem bleibt gültig: Wir schreiben nicht über exakte Wissenschaft. Nur selten können wir unsere Beobachtungen deshalb mit den Worten »immer« oder »nie« absolutieren, stattdessen heißt es »oft« oder »selten«. Das eine allein seligmachende Rezept für erfolgreiches Unternehmertum gibt es ohnehin nicht. Bahnbrechende Entwicklungen in Wirtschaft und Technik kommen manchmal dadurch zustande, dass jemand das Lehrbuchwissen ignoriert und seinen eigenen Weg geht, unbeirrt von den Warnungen der Experten. Deshalb ermuntern wir unsere Leser: Wer unsere Antworten auf die Kernfragen des Unternehmers nicht teilt, sondern meint, bessere Wege gefunden zu haben, hat unsere volle Sympathie. Wir freuen uns, andere Auffassungen kennenzulernen und künftig in unsere Darstellungen einzuarbeiten.

*Wir Autoren können nicht  
immer recht haben.  
Wir stellen Fragen  
und regen an, eigene  
Lösungen zu finden.*

*Thomas Matzner und Ruth Stubenvoll  
München und Brunenthal, im Frühjahr 2013*





---

## Danksagung

Die Autoren haben schon erwähnt, dass sie ihr Wissen vorwiegend nicht durch stille Kontemplation, sondern durch vielfältigen Austausch mit Auftraggebern, Workshopteilnehmern und anderen Fachkollegen gewonnen haben.

An erster Stelle geht unser Dank an den GI-Fellow Ulrich Bode. Er hat schon 1994 in der damals fast ausschließlich akademisch geprägten GI die Gründung eines Beirats für Selbständige durchgesetzt und diesen Beirat über viele Jahre mit Leben gefüllt. Ohne die daraus entstandenen regionalen Arbeitskreise, in denen sich Freelancer treffen, näher kennenlernen und dadurch zum offenen Austausch über ihre Sorgen und Freuden angeregt werden, hätte ein Fundus von Wissen über unser Berufsfeld nicht entstehen können. Auch das IT Freelancer Magazin ist Ulrichs Projekt, in dem er unternehmerisches Risiko als Verleger trägt und ständig Impulse setzt. Bei etlichen Kongressen für IT-Freelancer ist er als Initiator, Organisator und meist ebenfalls als Veranstalter mit unternehmerischem Risiko hervorgetreten.

Die Gestaltung einer Geschäftsbeziehung zum Auftraggeber ist der Schlüssel der unternehmerischen Tätigkeit, die wir hier beschreiben. So verdanken wir auch unseren Auftraggebern wesentliche Einsichten.

Thomas Matzner möchte hier exemplarisch, grob in chronologischer Reihenfolge, eine Reihe von Namen nennen und die vielen anderen, die nicht vorkommen, um Nachsicht ersuchen: Norman Heydenreich, Hermann Rangl und Michael Sieber vom ADAC; meinen Freelancer-Kollegen und Freund Ulrich Riemann; Josef Enthofer, Günther Schmid, Max Thelen und Erwin Zattler von Sanacorp; Jörg Rothermel und Klaus Steger von BMW; Hans-Josef Nagel von HighQ IT; Uwe Krieger von Xcitec; Gerhard Müller von TNG Technology Consulting.

Ruth Stubenvoll möchte allen IT-Freelancern danken, die sie ein Stück ihres Berufsweges begleiten konnte. Stellvertretend für alle seien hier diejenigen genannt, die ihr Einverständnis zur Veröffentlichung gegeben haben: Roelof Berg, Anni Böhm-Huber, Thomas Doll, Peter Dünkel, Alexander Eckerlein, Alexander Eisenhuth, Anneliese Engel, Siegfried Fronzek, Hartmut Goebel, Fred Robert Hauschel, Heinz Hellerer, Rolf Hübner, Sylvia Johnigk, Andreas Kuhn, Rolf Mayer, Mirko Meier, Alfred Merk, Eva Remenova-Peters, Wolfgang Sinnwell, Marianne Steffens, Stefan Straehl und Andrea Wäckerle. Besonderer Dank gilt jenen, deren Websites wir abbilden und kommentieren dürfen: Gabriele Haller, Georg Lohrer, Christian Moser, Robert Müller, Gerhard Schimpf und Birgit Stünkel.

Ruth Stubenvoll dankt auch ihren Unternehmenskunden. In der Zusammenarbeit mit ihnen konnten viele Erkenntnisse vertieft und das Bild der Welt der IT-Projekte aus einer weiteren Perspektive abgerundet werden. Exemplarisch seien genannt: Jürgen Radtke, Corphis; Günther Reinhard, Thorsten Reinhard, CSA; Hans Josef Nagel, Thomas Popp, HighQ IT; Ralf Friedrich, Frank Kutscher, ibcos; Klaus Eberhardt, iteratec; Ruth Breu, QE LaB; Michael Felderer, QE LaB Business Services; Gerhard Kaiser, sellexx; Matthias Rixner, Kristiana Heil, webone und Stefan Meinl, xscio.

Die zahlenmäßig stärkste Quelle für Informationen waren und sind für uns Autoren die regionalen Arbeitskreise für IT-Freelancer. Hier gilt unser Dank vor allem den langjährigen regionalen Sprechern dieser Arbeitskreise: Barbara Beenen in Hamburg, Rolf Frieling in Frankfurt, Robert Brandl und Hartmut Göbel in Erlangen/Nürnberg und Gottfried Wollboldt in Stuttgart. Sie sind der treibende Motor für den Erfahrungsaustausch zwischen IT-Freelancern; ohne sie wüssten wir alle nicht viel voneinander.

Auch der beste Motor braucht Treibstoff, und der kommt von allen, die solche Arbeitskreise besuchen, ihre Erfahrungen einbringen, sich auf Themen vorbereiten und darüber berichten. Naturgemäß haben die Autoren schwerpunktmäßig an den Münchner Veranstaltungen teilgenommen. Wiederum mit der Bitte um Nachsicht an alle, die wir nicht nennen können, erwähnen wir exemplarisch diejenigen, die aktiv durch Vorträge oder Mitarbeit in Arbeitskreisen hervorgetreten sind: Albrecht Blaser, Georg Deniffel, Alexander Eckerlein, Klaus Götzer, Herbert Gonder, Joel Gruns, Horst Härtel, Stefan Häusl, Fred Robert Hauschel, Gerhard Kaiser, Viktor Klein, Manfred Kreuzsch,

---

Brigitte Kucz, Mathias Lohmer, Jörg Maas, Paul Maisberger, Heinrich C. Mayr, Alfred Merk, Heidi Rahn, Roland Reinl, Ingrid Rodiek, Gerhard Schimpf, Wolfgang Sinnwell, Siegfried Stadler, Birgit Stünkel, Stefan Symanek, Margaretha Ullmann und den zu früh verstorbenen Reinhard Kofer, der mit Scharfsinn und Humor so manchen Hype in drei Sätzen entzaubern konnte.

Einige Mühe haben wir unserem Illustrator Stefan Gerstorfer bereitet. Er hat unsere Ideen und Wünsche schnell aufgenommen, aus Sicht des Grafik-Profis hinterfragt und kreativ umgesetzt. Das hätte ein lockerer Job sein können, wenn wir nicht ein ums andere Mal nach getaner Arbeit gekommen wären: »Ach, Stefan, wir haben nochmal nachgedacht und bräuchten es jetzt ganz anders ...«

Wir danken Georg Jäger, Professor für Buchwissenschaft an der LMU München, der uns in einer sehr frühen Phase unserer Arbeit am Buch mit wertvollen Tipps zur Seite stand.

Last but not least gilt unser besonderer Dank dem Team des dpunkt.verlags, vor allen unserer Lektorin Christa Preisendanz, die sich von Anfang an für das Buchprojekt begeistert hat und mit unseren Autoren-Marotten, insbesondere der für IT-Leute typischen unvorhersehbaren Termingestaltung, souverän umgegangen ist. Susanne Rudi danken wir für die umsichtige Korrektur unseres Manuskripts.



---

# Inhaltsübersicht

1	Einleitung	1
2	Wichtige verwendete Begriffe	9
3	Freelancer werden, Freelancer sein	17
<b>Teil I</b>	<b>Was ist mein Produkt?</b>	<b>57</b>
4	Das Produkt IT-Dienstleistung	59
5	Wie präsentiere ich mein Produkt?	141
<b>Teil II</b>	<b>Wie bekomme ich Kunden?</b>	<b>183</b>
6	Vertriebswege	185
7	Vertriebsinstrumente	243
<b>Teil III</b>	<b>Wie erbringe ich meine Leistung?</b>	<b>325</b>
8	Unternehmensziel Nr. 1: Der zufriedene Auftraggeber	327
9	Die Beraterrolle des Freelancers	357
10	Weiterbildung, Weiterentwicklung	373

<b>Teil IV</b>	<b>Wie schütze ich meine Interessen?</b>	<b>393</b>
<b>11</b>	<b>Soziale Absicherung</b>	<b>395</b>
<b>12</b>	<b>Der Vertrag des IT-Freelancers</b> Von Rechtsanwalt Dr. Christoph Zahrnt	<b>403</b>
<b>13</b>	<b>Steuern</b> Von Steuerberatern Jürgen Brunnhuber, Brigitte Schlammer, Ute Spohrer und Monik Vent	<b>431</b>
<b>14</b>	<b>Scheinselbständigkeit – abhängige oder selbständige Beschäftigung?</b> Von Rechtsanwalt Thomas G.-E. Müller	<b>477</b>
<b>15</b>	<b>Literatur</b>	<b>493</b>
	<b>Index</b>	<b>497</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Wichtige verwendete Begriffe</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>Freelancer werden, Freelancer sein</b>	<b>17</b>
3.1	Angestellter versus Freelancer . . . . .	18
3.2	Für die meisten kein Thema: die Unternehmensform . . . . .	29
3.3	Selbständig werden, um Steuern zu sparen – Stammtischparolen bei Licht betrachtet . . . . .	39
3.4	Der richtige Zeitpunkt . . . . .	44
3.5	Schlechte und gute Motivationen . . . . .	54
<b>Teil I</b>	<b>Was ist mein Produkt?</b>	<b>57</b>
<b>4</b>	<b>Das Produkt IT-Dienstleistung</b>	<b>59</b>
4.1	Die fachliche Definition des Produkts . . . . .	65
4.1.1	Mainstream oder Nische? . . . . .	66
4.1.2	Alte oder neue Technologien? . . . . .	68
4.1.3	Spezialist oder Generalist? . . . . .	74
4.2	Die Positionierung des Produkts . . . . .	77
4.2.1	Wie viel Branchennähe? . . . . .	78
4.2.2	Größe des Kundenunternehmens . . . . .	83
4.2.3	Wunschkunden, Wunschprojekte . . . . .	91
4.2.4	Die Rolle in der Auftraggeberorganisation . . . . .	96
4.2.4.1	Unterstützen . . . . .	98
4.2.4.2	Führen . . . . .	100

4.2.4.3	Beraten .....	105
4.2.4.4	Coachen .....	108
4.2.4.5	Trainieren .....	109
4.3	Die kaufmännische Definition des Produkts .....	112
4.3.1	Regionale Ausdehnung .....	112
4.3.2	Honorarkalkulation .....	120
4.3.2.1	Der richtige Honorarsatz .....	123
4.3.2.2	Honorarstatistiken .....	124
4.3.2.3	Kalkulation eines Mindesthonorars .....	126
4.3.2.4	Markthonorare .....	131
4.3.2.5	Typische Fehler bei der Honorarermittlung ...	134
<b>5</b>	<b>Wie präsentiere ich mein Produkt?</b>	<b>141</b>
5.1	Ist Produktdarstellung nur schöner Schein? .....	141
5.1.1	Marketing ist nötig .....	142
5.1.2	Marketing ist Ehrlichkeit .....	142
5.1.3	IT-Dienstleistungsprodukte brauchen Vertrauen .....	143
5.2	Das Werkzeug Sprache .....	146
5.2.1	Sprache – Abbild des Denkens .....	146
5.2.2	Das passende Wort .....	148
5.2.3	Der verständliche Satz .....	151
5.3	Die Produktbeschreibung – der Profil-Master .....	155
5.3.1	Das Produktangebot .....	156
5.3.2	Der Nutzen unseres Dienstleistungsprodukts .....	164
5.3.3	Berufs- und Projekterfahrung .....	169
5.3.4	Skill-Liste .....	177
5.3.5	Berufsbezeichnung .....	181



---

**Teil II Wie bekomme ich Kunden? 183**

---

<b>6</b>	<b>Vertriebswege</b>	<b>185</b>
6.1	Überblick über die Vertriebswege .....	185
6.2	Geschäftsinteressen der Beteiligten .....	190
6.3	Direktgeschäft mit dem Endkunden .....	192
6.4	Geschäft über Zwischenhändler .....	197
6.5	Geschäft über Personalvermittler .....	210
6.6	Geschäft mit Projektdienstleistern .....	212
6.7	Wie arbeiten Einkäufer? .....	215
6.8	Informationsaustausch mit Vertriebspartnern .....	227
6.9	Kalkulation des Vertriebswegs .....	238
<b>7</b>	<b>Vertriebsinstrumente</b>	<b>243</b>
7.1	Stilfragen .....	244
7.1.1	Das Auftreten des Freelancers .....	244
7.1.2	E-Mail-Kommunikation – Nutzen und Schrecken .....	247
7.1.3	Das Telefon – viel benutzt, selten genutzt .....	250
7.1.4	Gestaltungsfragen – wie viel und was? .....	252
7.2	Das Freelancer-Profil .....	257
7.2.1	Das Datenformat .....	258
7.2.2	Persönliche Daten .....	259
7.2.3	Das Produktangebot .....	260
7.2.4	Das Nutzenversprechen .....	262
7.2.5	Die Skill-Liste .....	263
7.2.6	Die berufliche Erfahrung .....	265
7.2.7	Weitere Elemente .....	266
7.2.8	Das Kurzprofil und Spezialfälle .....	271
7.2.9	Der Unterschied Profil – Bewerbungsunterlagen .....	272
7.3	Die Website .....	273
7.3.1	Mythos und Wirklichkeit .....	273
7.3.2	Grundsätzliches .....	274
7.3.3	Inhalte .....	275

7.3.4	»Content ist König« – vom Umgang mit Suchmaschinen . . . . .	284
7.3.5	Gestaltung . . . . .	285
7.4	Portale von Vertriebspartnern . . . . .	286
7.4.1	Die reinen Portale . . . . .	286
7.4.2	Portale von Zwischenhändlern . . . . .	290
7.5	Business-Netzwerke . . . . .	291
7.6	Persönliches Netzwerk . . . . .	292
7.7	Kontaktaufnahme mit potentiellen Auftraggebern . . . . .	295
7.7.1	Kontaktaufnahme mit Endkunden . . . . .	296
7.7.2	Kontaktaufnahme mit Projektdienstleistern . . . . .	299
7.7.3	Kontaktaufnahme mit Zwischenhändlern und Vermittlern . . . . .	300
7.8	Das Vertriebsgespräch . . . . .	301
7.9	Verhandlungen . . . . .	311
7.10	Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	321

### **Teil III Wie erbringe ich meine Leistung? 325**

<b>8</b>	<b>Unternehmensziel Nr. 1: Der zufriedene Auftraggeber</b>	<b>327</b>
<b>9</b>	<b>Die Beraterrolle des Freelancers</b>	<b>357</b>
<b>10</b>	<b>Weiterbildung, Weiterentwicklung</b>	<b>373</b>
10.1	Was sollen wir lernen? . . . . .	374
10.2	Wie sollen wir lernen? . . . . .	377
10.2.1	Seminare . . . . .	379
10.2.2	Wissenschaftliche Fachtagungen . . . . .	380
10.2.3	Tagungen mit Praxisbezug . . . . .	381
10.2.4	Fachbücher . . . . .	384
10.2.5	Fachzeitschriften . . . . .	385
10.2.6	Regionale Arbeitskreise . . . . .	386
10.3	Weiterentwicklung beim Kunden . . . . .	388

## **Teil IV Wie schütze ich meine Interessen? 393**

<b>11</b>	<b>Soziale Absicherung</b>	<b>395</b>
<b>12</b>	<b>Der Vertrag des IT-Freelancers</b>	<b>403</b>
	Von Rechtsanwalt Dr. Christoph Zahrnt	
12.1	Der Freelancer und sein Endkunde . . . . .	405
12.1.1	Der rechtliche Rahmen, insbesondere der Vertragsabschluss . . . . .	405
12.1.1.1	Die Vertragsfreiheit und ihre Schranken . . . . .	405
12.1.1.2	Wozu dient ein Vertrag: als Anspruchsgrundlage . . . . .	405
12.1.1.3	Das Vertragsrecht regelt alles . . . . .	406
12.1.1.4	Was sollen Sie regeln? . . . . .	407
12.1.1.5	Wie mit Risiken umgehen? . . . . .	407
12.1.1.6	Der Vertragspartner will seine AGB zum Vertragsbestandteil machen . . . . .	408
12.1.1.7	Wie kommen Verträge zu Stande? . . . . .	410
12.1.1.8	Insbesondere Vollmacht . . . . .	411
12.1.2	Der Inhalt von Verträgen mit Endkunden . . . . .	412
12.1.2.1	Dienstvertrag oder Werkvertrag? . . . . .	412
12.1.2.2	Fragen zu spezifischen Leistungen . . . . .	415
12.1.2.3	Vergütungsformen . . . . .	415
12.1.2.4	Haftung auf Schadensersatz . . . . .	416
12.1.2.5	Geheimhaltung und Wettbewerbsverbot . . . . .	416
12.1.2.6	Schutz von personenbezogenen Daten . . . . .	417
12.1.3	Durchführung von Aufträgen . . . . .	418
12.1.3.1	Vertragsmanagement . . . . .	418
12.1.3.2	Kaufmännische (korrekt: Unternehmerische) Bestätigungsschreiben und Protokolle . . . . .	419
12.2	Der Freelancer und sein Projektdienstleister . . . . .	420
12.2.1	Der rechtliche Rahmen, insbesondere der Vertragsabschluss . . . . .	420
12.2.1.1	Verhältnis der Verträge zueinander . . . . .	420
12.2.1.2	Verhältnis von seinem Angebot zu dem des Projektdienstleisters . . . . .	421

12.2.2	Der Inhalt von Verträgen mit Projektdienstleistern . . . . .	422
12.2.2.1	Tätigwerden des Freelancers beim Endkunden . . . . .	422
12.2.2.2	Vertreten der Interessen des Projektdienst- leisters gegenüber dem Endkunden . . . . .	422
12.2.2.3	Haftung auf Schadensersatz . . . . .	424
12.2.2.4	Geheimhaltung und Wettbewerbsverbot . . . . .	425
12.2.2.5	Schutz von personenbezogenen Daten . . . . .	425
12.2.3	Durchführung von Aufträgen . . . . .	426
12.3	Der Freelancer und sein Zwischenhändler . . . . .	426
12.3.1	Der rechtliche Rahmen . . . . .	426
12.3.2	Der Inhalt von Verträgen mit Zwischenhändlern . . . . .	427
12.3.2.1	Vorzeitiges Kündigungsrecht des Zwischenhändlers . . . . .	428
12.3.2.2	Recht des Zwischenhändlers zur Vertragsverlängerung . . . . .	428
12.3.2.3	Haftung auf Schadensersatz . . . . .	429
12.3.2.4	Geheimhaltung und Wettbewerbsverbot . . . . .	429
12.3.3	Durchführung von Aufträgen . . . . .	430
<b>13</b>	<b>Steuern</b>	<b>431</b>
	Von Steuerberatern	
	Jürgen Brunnhuber, Brigitte Schlammer, Ute Spohrer und Monik Vent	
13.1	Ertragsteuern . . . . .	431
13.1.1	Die richtige Einkunftsart . . . . .	431
13.1.1.1	Einkünfte aus Gewerbebetrieb . . . . .	431
13.1.1.2	Einkünfte aus selbständiger Tätigkeit . . . . .	432
13.1.1.3	Einkünfte aus nichtselbständiger Tätigkeit . . . . .	434
13.1.1.4	Übersicht über die Abgrenzung möglicher Einkunftsarten: . . . . .	434
13.1.1.5	Unterschiede und Abgrenzungen . . . . .	435
13.1.1.6	Übersicht über die Unterschiede der in Frage kommenden Einkunftsarten . . . . .	437
13.1.2	Besteuerungszeitpunkt und Gewinnermittlung . . . . .	437
13.1.2.1	Abgrenzung Gewinnermittlungsart und -ermittlungszeitraum . . . . .	437
13.1.2.2	Betriebsvermögensvergleich . . . . .	438
13.1.2.3	Einnahme-Überschuss-Rechnung . . . . .	444

---

13.1.3	Betriebsausgaben .....	445
13.1.3.1	Definition .....	445
13.1.3.2	Besondere Betriebsausgaben .....	448
13.2	Umsatzsteuer .....	460
13.2.1	Soll- und Ist-Besteuerung .....	461
13.2.2	Besonderheiten bei Auslandsbeziehungen .....	463
13.2.2.1	Leistungsort .....	463
13.3	Verfahrensrecht .....	470
13.3.1	Erklärungs- und Mitwirkungspflichten .....	470
13.3.1.1	Erklärungspflichten .....	470
13.3.1.2	Mitwirkungspflichten .....	472
13.3.2	Prüfungen durch das Finanzamt .....	473
13.3.2.1	Zulässigkeit von Außenprüfungen .....	473
13.3.2.2	Grundsätzlich keine Prüfung ohne vorherige schriftliche Ankündigung .....	473
13.3.2.3	Wichtige Rechte und Pflichten .....	474
13.3.2.4	Der Datenzugriff .....	475
13.3.2.5	Auswirkungen von Prüfungen bei Auftraggebern und Geschäftspartnern .....	475
<b>14</b>	<b>Scheinselbständigkeit – abhängige oder selbständige Beschäftigung?</b>	<b>477</b>
	Von Rechtsanwalt Thomas G.-E. Müller	
14.1	Einführung .....	477
14.2	Abgrenzung: abhängige Beschäftigung – Selbständigkeit .....	478
14.2.1	Allgemeines: Die Kriterien des Bundessozialgerichts .....	479
14.2.1.1	Eingliederung in fremden Betrieb .....	480
14.2.1.2	Tätigkeit nach Weisungen .....	480
14.2.1.3	Kriterienkatalog .....	482
14.3	Feststellung der Versicherungspflicht .....	486
14.4	Arbeitsrechtliche Folgen .....	488

14.5	Lösungsmodelle .....	488
14.5.1	GmbH .....	489
14.5.2	GbR, oHG, KG .....	489
14.5.2.1	GbR .....	489
14.5.2.2	oHG .....	491
14.5.2.3	KG .....	491
14.5.3	Ergebnis .....	491
<b>15</b>	<b>Literatur</b>	<b>493</b>
	<b>Index</b>	<b>497</b>

# 1 Einleitung

## Wozu ein Buch über – und für – IT-Freelancer?

*»Meine Erfahrung ist, dass sehr viele Freelancer sich vom Selbstständigen-Typus unterscheiden, der im Autorenprofil hervorgehoben wird: Diese Personen bieten keine Leistung mit einem besonderen USP an, sondern sind ›Java-Entwickler‹, ›Oracle-Datawarehouse-Entwickler‹, ›HTML-5-Experte‹ etc.*

*Diese Personen zielen auf den Markt der temporären Arbeitskräfte ab und arbeiten vor allem in Projekten mit, die jemand anderer entwickelt hat und der nun Spezialisten für die Umsetzung sucht. Moderne Söldner, wenn man so möchte (neutral bewertet).«*

Aus einem anonymen Gutachten zu dem Exposé dieses Buches

Wir sind dem soeben zitierten Gutachter dankbar für die prägnante Formulierung der Kernfrage, der sich jeder IT-Freelancer stellen muss. Will ich tatsächlich Unternehmer sein oder einfach nur Zeitarbeiter? Auch wir haben uns vor der Entscheidung, mit dem Schreiben anzufangen, gefragt: Werden sich IT-Freelancer überhaupt für eine Darstellung der gesamten unternehmerischen Dimension dieses Berufs interessieren? Wird nicht der Mehrheit, mit steigender Tendenz, die Beschäftigung mit diesen Themen von den Zwischenhändlern, die sie an Endkunden weiterverkaufen, abgenommen? Fühlen sie sich nicht, bei aller Kritik, die manchmal an den Zwischenhändlern laut wird, in dieser eingeschränkten Unternehmerrolle heimlich recht wohl, eben weil sie nicht IT-Unternehmer sein wollen, sondern Java-Entwickler oder HTML-Experten?

IT-Freelancer unterscheiden sich in mancherlei Hinsicht von anderen Selbständigen. Egal ob Söldner oder nicht, die folgenden Merkmale unterscheiden uns etwa vom Arzt, Optiker oder Inhaber einer Autowerkstatt:

*Unternehmer oder Zeitarbeiter?*

*Der Markt für IT-Freelancer folgt besonderen Regeln.*

*Der Kunde findet uns nicht  
auf Facebook.*

- Wir erbringen unsere Leistung nur äußerst selten für Privatpersonen, fast immer für Unternehmen, in den meisten Fällen für große. Unser Auftraggeber ist also wirtschaftlich meist viel mächtiger als wir.
- Die für viele Selbständigen gängigen Wege zur Kundengewinnung, von einem Praxisschild über Wurfsendungen, Einträge in Branchenregistern bis zu Plakaten an der U-Bahn-Station, funktionieren für uns nicht.
- Viele von uns gewinnen ihre Kunden nicht selbst, sondern über diverse Modelle mit zwischengeschalteten Unternehmen.
- Unsere Abnehmer sind meist keine Laien, sondern selbst IT-Professionals. Dementsprechend sind unsere Spielräume, wie wir eine Leistung erbringen, durch Vorgaben unserer Kunden begrenzt.
- Unsere Einsätze für einen Kunden bemessen sich nicht in Stunden oder Tagen, sondern eher in Monaten bis hin zu Jahren. Wir können deshalb parallel nur wenige und auch im Lauf der Zeit hintereinander nur überschaubar viele Kunden bedienen.

Sind das Gründe gegen die Beschäftigung mit den unternehmerischen Aufgaben des IT-Freelancers? Nun, zunächst einmal sind es Gründe *dafür*. Die üblichen Ratgeber für Selbständige, Freiberufler oder Unternehmensgründer nehmen auf diese Besonderheiten kaum Rücksicht. Unter der Vielzahl insgesamt möglicher Unternehmensformen und Vertriebsmethoden sind etliche für uns unbedeutend. Zum Ausgleich dafür haben wir bei Produktgestaltung, Kundengewinnung und selbst der Durchführung unserer selbständigen Tätigkeit stets Spezifika zu bedenken, die sich aus den genannten Besonderheiten unserer Situation ergeben.

*Wir können Aufgaben des  
Unternehmers delegieren,  
aber nie die  
Verantwortung.*

Doch auch wenn die obige Liste manchem suggerieren mag, dass IT-Freelancer keine vollwertigen Unternehmer sind, sich also den Aufgaben des Unternehmers verweigern können, ohne Schaden zu nehmen: Dies ist ein Trugschluss. Beginnen wir mit dem Offensichtlichen: Jeder IT-Freelancer ist faktisch selbständiger Unternehmer. Egal wie viele Zwischenhändler ihm ihre Leistungen anbieten, egal wie viele Vorgaben ihm seine Auftraggeber machen – wenn es ernst wird, ist er für sich selbst verantwortlich und kann sich hinter niemandem verstecken. Ernst wird es vor allem dann, wenn es um die Herstellung einer passablen Auslastung geht, also um das Akquirieren von Aufträgen, die den Freelancer ernähren und ihn optimistisch in die Zukunft schauen lassen. Ernst wird es auch bei der korrekten Einschätzung von Vertragsklauseln und der Erfüllung unserer gesetzlichen Pflichten. Um bei der Söldner-Metapher zu bleiben: Wenn's ums Überleben geht,



wird jeder andere zunächst an sich denken und nicht an uns Freelancer. Das ist das Wesen der Selbständigkeit, egal in welchem Beruf.

Wir werden darüber hinaus zeigen, dass es auch innerhalb der Abhängigkeit von mächtigen Kunden und allgegenwärtigen Zwischenhändlern gute und weniger gute Wege gibt, interessante Aufgaben, eine zufriedenstellende Auslastung und erfreuliche Vertragsbedingungen zu erzielen. Nicht alle Zwischenhändler sind gleich, nicht alle Auftraggeber – und auch nicht alle Freelancer.

Was sagen wir also dem IT-Freelancer, der noch daran zweifelt, dass unternehmerisches Denken und Handeln die Mühe wert ist? Dass er auch ohne nähere Beschäftigung damit sein Auskommen findet? Zunächst einmal, dass er recht hat. Natürlich können wir überleben, ohne unser Verhalten zu optimieren. Das Schöne am Beruf des Informatikers ist, dass für uns die Gefahr, vollends ins soziale Netz abzurutschen, von allen Berufsgruppen mit am geringsten ist. Auf der anderen Seite zeigt uns der Blick in jede Buchhandlung, dass viele Menschen begierig sind, ihre Leistungen zu verbessern. Jeder kann Eier in die Pfanne schlagen – trotzdem werden millionenfach Kochbücher verkauft, die ein aufregenderes Geschmackserlebnis versprechen. Jeder kann um den Block rennen – trotzdem lebt eine ganze Branche davon, uns zu höheren sportlichen Leistungen zu verhelfen. Warum also nicht auch unser berufliches Handeln, den Kern unserer materiellen Existenz und eine Hauptquelle von Lebensfreude oder -frust, unter die Lupe nehmen und feststellen, ob wir das Beste aus unseren Fähigkeiten machen?

Unternehmer haben Verantwortung für alle Erfolgsfaktoren ihres Unternehmens, egal wie groß oder wie klein es ist oder in welcher Branche es sich bewegt. Entlang der Kernfragen, die sich jeder Unternehmer ständig stellen muss, gliedern wir dieses Buch:

- Voraussetzung dafür, über eine unternehmerische Tätigkeit überhaupt nachzudenken, ist eine Produktidee. Was bietet das Unternehmen dem Markt an? Wer braucht das Produkt? Wie hebt es sich von den Produkten der Mitbewerber ab? Ist der Käufer bereit, für den Nutzen des Produkts einen angemessenen Preis zu zahlen? Können wir Produkt und Nutzen überhaupt beschreiben? Erst wenn wir diese Fragen beantwortet haben, können wir darüber nachdenken, wie wir Kunden gewinnen und die Leistung erbringen. Deshalb stellen wir diese Überlegungen an den Anfang in dem ersten Teil: **Was ist mein Produkt?**
- Die schönste Idee nützt nichts, wenn niemand davon erfährt. Die möglichen Käufer des Produkts müssen identifiziert, angesprochen und überzeugt werden. In großen Unternehmen gibt es für diese

*Die Kernfragen für jeden Unternehmer gelten auch für uns.*

*Was biete ich an?  
»Ist doch klar« gilt nicht!*

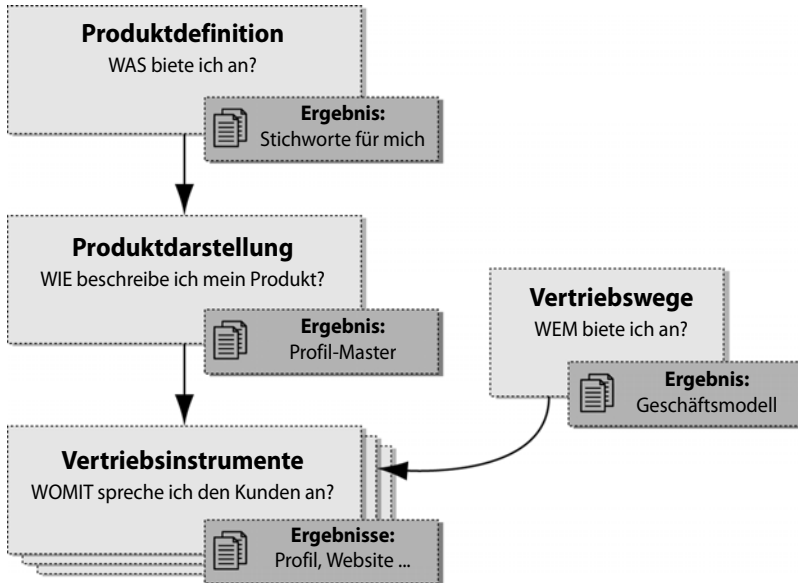
Aufgabe Spezialisten in einem eigenen Ressort, genannt Vertrieb. Doch auch und gerade das kleine Unternehmen braucht, um bekannt zu werden und in seinem Markt Fuß zu fassen, eine Vertriebsfunktion. Ohne sie wird das Produkt, sei es noch so schön, nicht umgesetzt werden können. Deshalb befasst sich der zweite Teil des Buches mit der Frage: **Wie bekomme ich Kunden?**

- Ist der Kunde gefunden und von dem Produkt überzeugt worden, muss das Versprechen, das ihm damit gemacht wurde, eingelöst werden. Nur damit kann der Anbieter das nötige Vertrauen auf dem Markt erzeugen, das ihm langfristig stabile Geschäftsbeziehungen ermöglicht. Für IT-Freelancer gibt es eine Reihe von Überlegungen, die sie sich bei der Leistungserbringung zusätzlich zu ihrem technischen und fachlichen Know-how machen sollten. Diese stellen wir im dritten Teil dar: **Wie erbringe ich meine Leistung?**

*Steuern und Verträge  
machen wenig Spaß,  
müssen aber sein.*

- Bei den drei großen Schritten Produktdefinition, Vertrieb und Leistungserbringung steht das Unternehmen nicht im luftleeren Raum. Risiken wollen bedacht und entschärft werden. Die Interessen des Unternehmens und seiner Kunden sind sorgsam gegeneinander abzuwiegen. Und sobald das Unternehmen einen auch nur mäßig erfolgreichen Eindruck macht, wird der Staat versuchen, sich einen möglichst großen Anteil vom Erfolg abzuzweigen. Darauf muss sich der Unternehmer einstellen; er muss sich mit sozialer Absicherung, Verträgen und Steuern auseinandersetzen. Damit befasst sich der vierte Teil: **Wie schütze ich meine Interessen?**

Die Inhalte der ersten beiden Teile behandeln im weitesten Sinne unser Angebot nach außen und dessen Präsentation. Daraus ergibt sich, welche Überlegungen wir uns machen müssen und welche Ergebnisse wir dabei erzielen. Die meisten von uns sind aus unserer Projektarbeit den Umgang mit Vorgehensmodellen gewohnt. Abbildung 1–1 zeigt das Projektmodell der Definition unseres Unternehmens. Es ist wichtig, die Abhängigkeiten zwischen den Schritten zu kennen. Oft erleben wir, dass Freelancer den scheinbar ganz einfachen Wunsch haben, ihre Website oder ihr Profil neu zu gestalten. Bei der weiteren Diskussion merkt man, dass wichtige Fragen der Produktdefinition noch offen sind. Diese müssen geklärt werden, bevor man an die konkrete Gestaltung von Dokumenten gehen kann. Weitgehend unabhängig von der Produktdefinition kann man sich auf einen oder mehrere Vertriebswege festlegen. Diese beeinflussen ebenfalls die Ansprache des Marktes, will doch ein mittelständischer Endkunde anders angesprochen werden als ein großer Zwischenhändler, der täglich Dutzende von Freelancerkontrakten abwickelt.



**Abb. 1-1**  
Aktivitäten und  
Ergebnisse bei der  
Gestaltung unseres  
Angebots

Wem soll das alles nützen? Nun, vor allem natürlich den IT-Freelancern selbst. Die soeben aufgeführten vier Kernfragen und der allermeiste Inhalt dahinter soll den IT-Freelancern Stoff zum Denken, Überprüfen des eigenen Handelns und Entscheiden für den zukünftigen Weg geben. Deshalb bedeutet, wenn nicht aus dem Kontext etwas anderes hervorgeht, das Wörtchen »wir« in diesem Buch die Gruppe der IT-Freelancer.

Die meisten Fragen zum Dasein des IT-Freelancers stellen sich naturgemäß vor der Entscheidung, Freelancer zu werden, oder in der Anfangsphase der unternehmerischen Tätigkeit. Also könnte man meinen, ein Buch wie dieses sei ausschließlich für Anfänger interessant; wer schon einige Zeit im Geschäft sei, habe das relevante Wissen schon längst erworben. Auf der anderen Seite erleben die Autoren seit vielen Jahren, dass Gelegenheiten zum Erfahrungsaustausch gerade von erfahrenen Freelancern angeboten, gesucht und wahrgenommen werden. Die Klischeevorstellung, nach der ein typischer IT-Freelancer jung ist, noch keine Familie gegründet hat und bis zwei Uhr nachts mit Pizza vor dem Bildschirm sitzt, ist lustig, trifft aber in der Realität nicht zu. Die vier Kernfragen müssen vom IT-Freelancer in jeder Phase seiner Tätigkeit gestellt werden: vor der Entscheidung zur Selbständigkeit, in der Anfangsphase, aber auch vor größeren Akquisitionsvorhaben oder beim Aufkommen neuer Markttrends. Die Autoren regen also auch die erfahrenen alten Hasen an, das Buch durchzusehen und zu prüfen, ob die behandelten Themen für sie interessant sind.

*Das Unternehmens-  
konzept ist nie fertig.*

Jeder Unternehmer ist von seinen Kunden abhängig. IT-Freelancer machen da keine Ausnahme. Trotzdem streben wir mit diesem Buch an, diese Abhängigkeiten zu reduzieren. Manche uns bekannten Freelancer entnehmen ihre Informationen über den Markt nur wenigen Quellen, etwa einem Vertriebspartner, für den sie gerade tätig sind. Bei einer solchen Sichtweise wird dann die Aussage eines Einzigen, die natürlich von seinen Geschäftsinteressen geprägt ist, leicht zur Aussage über den gesamten Markt. Wir wollen dem Freelancer hingegen zeigen, dass es für nahezu alle Entscheidungen vielfältige Alternativen gibt. Wenn wir eine Verpflichtung übernommen haben, müssen wir sie erfüllen. Bevor wir die nächste Verpflichtung annehmen, nützt es uns, ein weites Spektrum an Möglichkeiten betrachtet zu haben.

Natürlich können auch andere Marktteilnehmer von der Lektüre profitieren. Wer eng mit Freelancern zusammenarbeitet, sei es als Endkunde, Zwischenhändler oder Projektdienstleister, mag neugierig sein, wie der Partner auf der anderen Seite des Tisches tickt. Da sich jedoch in unserer Marktwirtschaft regelmäßig der Auftragnehmer auf den Kunden einzustellen hat (siehe die ersten drei unserer vier Kernfragen) und nicht umgekehrt, geben sich die Autoren hinsichtlich dieser Lesergruppe keinen großen Illusionen hin.

Immer gültige Patentrezepte anzubieten würde der Kernbotschaft dieses Buches und der Überzeugung der Autoren widersprechen. Unternehmerisches Denken bedeutet nicht, der Herde oder einem Experten nachzulaufen, sondern ein breites Handlungsrepertoire zur Verfügung zu haben und daraus die für die aktuelle Situation passende Handlung auszuwählen. An vielen Stellen beschreibt dieses Buch den Baukasten, ohne die für jede Person, Zeit und Situation passende Lösung vorzugeben. Einige Beispiele:

- Bei der Produktdefinition zeigen wir eine ganze Reihe von Dimensionen, an denen entlang im Idealfall jeder einzelne Freelancer sein eigenes, unverwechselbares Produkt gestaltet. Es ist wie bei einem gut sortierten Gewürzregal: Kein Gewürz ist per se gut oder schlecht, es gibt viele vorzügliche, aber auch etliche ungünstige Kombinationen, und vollends unmöglich ist es, sie alle zu verwenden.
- Wir zeigen ausführlich die Techniken zur Erstellung eines Freelancer-Profiles. Aber wir zeigen kein »Muster-Profil«, denn ein solches gibt es nicht.
- Wir beschreiben die Mechanismen, die einen Honorarsatz bestimmen, ohne den »richtigen« Honorarsatz, den es ebenso wenig gibt, zu versprechen.

- Wir besprechen das Für und Wider der verschiedenen Vertriebsmodelle mit oder ohne dazwischengeschaltete Vertriebspartner, ohne dem einzelnen Freelancer die Entscheidung abnehmen zu können, kurz- oder langfristig einige davon zu bevorzugen oder auszuschießen.
- Wir stellen Vertriebsinstrumente vor, die unserer Erfahrung nach in der beschriebenen Form den Zielmarkt treffen und einen guten Wirkungsgrad haben, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, was Form und kreative Gestaltung angeht.
- In dem Abschnitt über Leistungserbringung motivieren wir dazu, dem Auftraggeber so weit wie möglich entgegenzukommen und nicht stur auf unseren vertraglich festgelegten Auftrag fixiert zu sein. Im darauffolgenden Kapitel über Vertragsrecht findet man die Grenzen dieser Haltung. Es obliegt dem Gespür des Einzelnen zu erkennen, ob die Kundensituation gerade nach Vorsicht oder nach Großzügigkeit im Umgang mit dem Auftraggeber verlangt.

An vielen Stellen motivieren wir unsere Darstellung durch kurze Geschichten aus der Praxis. Alle diese Geschichten haben wir selbst erlebt, oder sie wurden uns aus zuverlässiger Quelle berichtet. Um auf den Inhalt der Geschichten Bezug nehmen zu können, haben wir den handelnden Personen Namen gegeben. Natürlich sind diese Namen frei erfunden und haben mit den tatsächlich Handelnden keine Verbindung. Auch darüber hinaus haben wir die Geschichten gründlich anonymisiert. Fachgebiete und Branchen sind grundsätzlich verfremdet, so dass kein Fremder Rückschlüsse auf Zeit, Ort oder Personen ziehen kann. Wenn also eine Projektleiterin Rita in einer Versicherung auftritt, können alle Projektleiter, alle Ritas und alle Versicherungsangehörigen aufatmen: Ich bin's bestimmt nicht.

Apropos Namen: Wir nennen keine Marktteilnehmer. Wer etwa unsere Betrachtungen über gute und weniger gute Verhaltensweisen von Vertriebspartnern liest, mag sich fragen: Wer sind denn nun die guten und die schlechten? Gerade weil wir dazu ermuntern, kritisch hinzusehen, enthalten wir uns jeder Wertung im Einzelnen. Das würde einem beweglichen Markt, auf dem Anbieter hinzukommen und wegfallen, ohnehin nicht gerecht werden. Wer einen Einstieg etwa in die Vertriebspartnerszene sucht, findet in einer Ausgabe des schon erwähnten IT-Freelancer-Magazins aktuellere Hinweise als wir sie im Rahmen eines Buches geben können.

