

INTERVIEW INA ROSS

# „Es geht nicht um eine Anpassung von Kunst“

Die Saarbrücker HBK-Dozentin spricht über Selbstvermarktung in der Kunst, unlesbare Ausstellungstexte und Frauen im Kunstbetrieb.

**SAARBRÜCKEN** Wie können Künstlerinnen und Künstler für ihre Arbeit werben – mit kreativen Mitteln? Ina Ross lehrt in Berlin und in Saarbrücken an der Hochschule der Bildenden Künste Saar (HBK) Kulturmanagement und Selbstmarketing. Ihr Buch „Wie überlebe ich als Künstler\*in – eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen“ ist jetzt in überarbeiteter Neuauflage erschienen – mit Interviews und Texten zu Förderungen, Crowdfunding, Guerilla-Marketing, Pressearbeit und einigem mehr. Wir haben mit Ina Ross gesprochen.

*Die FAZ hat auf die erste Auflage Ihres Buchs 2013 mit Empörung reagiert – wie man überhaupt auf die Idee kommen könnte, sich als Künstler selbst zu vermarkten. Hat Sie das überrascht?*

**ROSS** Ich wusste, dass das Thema angstbesetzt ist. Wir haben in Deutschland noch immer ein sehr romantisches Bild von Künstlertum – bei Vorträgen zeige ich gerne Spitzwegs Gemälde „Der arme Poet“. So sehen wir meistens unsere Künstlerinnen und Künstler – arm, aber glücklich, weil inspiriert.

*Ein schädliches Klischee?*

**ROSS** Ja, über die Jahre habe ich mitbekommen, wie viele talentierte Künstlerinnen und Künstler der Kunst verloren gingen, weil sie den Druck dieses Berufs – und ich spreche gerne vom „Beruf Künstler“ – nicht ausgehalten haben.

*Und erfolgreiches Selbst-Marketing kann die Lösung sein?*

**ROSS** Man darf Marketing auch nicht überschätzen. Wenn Marketing alles könnte, wären alle berühmt und könnten von ihrer Kunst leben.

*Müssen Sie bei Studentinnen und Studenten viel Überzeugungsarbeit leisten? Gibt es die Auffassung, Selbstmarketing sei ein Akt des Ausverkaufs und der Anpassung?*

**ROSS** Ein großer Teil meiner Arbeit ist das Motivieren. Es gibt das Vorurteil, Marketing stülpe sich irgendwie auf die Kunst drauf. Marketing ist aber Teil des künstlerischen Prozesses, die die Kunst sogar stärken kann. Mit ihrer Hilfe finden Künstlerinnen und Künstler eine Übersetzungssprache und können so ihre Werke mal aus einer Außenperspektive betrachten.

*Fehlt die oft?*

**ROSS** Diese Überzeugung „Meine Kunst spricht für sich“ ist tatsächlich weitverbreitet. Ich habe für das Buch Interviews mit Förderern und Institutionen geführt, die alle diese Erfahrung gemacht haben: Wenn sie Künstlerinnen und Künstler fragen, ob sie etwas zu ihren Werken sagen können, hören sie allzu oft „Das spricht für sich“. Damit sind sie aus der Sicht von Förderern raus. Künstlerinnen und Künstler müssen verstehen, dass sie ihre Kunst übersetzen müssen oder zumindest ein



Die Dozentin Ina Ross, promoviert in Philosophie, war lange Managerin der Akademie der Stiftung Bauhaus Dessau. Später lehrte sie für Kulturmanagement an der Hochschule für Schauspielkunst „Ernst Busch“ – zurzeit unterrichtet sie unter anderem an der Hochschule für Bildende Künste in Saarbrücken (HBK).

FOTO: CAMILLE BLAKE

sprachliches Rahmenwerk dafür finden. Das muss nahe an der eigenen Kunst liegen. Wer etwa Improvisationstheater macht oder provokante Kunst, der darf nicht reden wie der Bundeskanzler.

*Die Sozialen Medien können ein wichtiger Motor sein. Wer hat es da am leichtesten? Bildende Künstlerinnen und Künstler, die direkt zeigen können, was sie tun?*

**ROSS** Das dachte man lange, nach dem Motto „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“. Aber durch das Videoportal TikTok gibt es eine Art TikTokisierung in allen Sozialen Medien. Diese bildliche Inszenierung ist sehr wichtig geworden, sie bietet unglaubliche neue Chancen etwa für die darstellenden Künste. Im Buch schreibe ich von einem ehemaligen Studierenden von mir, dem Puppenspieler Jarnoth, der TikTok nutzt, er hat viel Publikum gefunden. Puppenspiel gilt ja immer als kleine Bruder des Schauspiels, aber Soziale Medien können die Dinge auf den Kopf stellen.

*Ist Facebook das siechende Medium der älteren Leute, wie man öfter hört, und aus Marketing-Sicht zunehmend uninteressant?*

**ROSS** Das Alter der Nutzer bei Facebook liegt höher als bei TikTok und Instagram, andererseits sind viele Institutionen dort vertreten. Facebook hat den Vorteil, lokaler zu sein. Ein kleines Theater etwa mit einem lokalen Publikum kann davon besonders profitieren. Instagram und TikTok sind gerade für Junge das richtige Medium, als bildender Künstler würde ich mich auf Instagram konzentrieren.

*Wie sehen Sie die Rolle der klassischen Medien? Einige Institutionen oder Künstlerinnen und Künstler mailen immer weniger Pressemitteilungen und gehen wohl davon aus, dass etwa eine Zeitungsredaktion alles mitbekommt, was sie bei Facebook oder Instagram posten.*

**ROSS** Das hat sich stark verändert, von beiden Seiten. Viele Zeitungen haben Personal abgebaut, es fehlt oft an Journalisten, die sich mal eine ganz kleine Ausstellung anschauen oder die Sozialen Medien nach interessanten Terminen durchsuchen. Gleichzeitig hat in der Flut der Sozialen Medien die Bedeutung der klassischen Medien zugenommen, als eine Art Gütesiegel. Jeder kann Buchkritiken schreiben und irgendwo im Netz veröffentlichen – aber wenn die in

einer Fachzeitschrift, einer Zeitung oder im Radio erscheinen, haben sie eine andere Bedeutung.

*Droht die Gefahr, dass Künstlerinnen und Künstler für sich nur in der eigenen Social-Media-Blase werben, aber nicht außerhalb?*

**ROSS** Das ist generell ein Problem der zeitgenössischen Kunst – dass sie oft ein bisschen dazu neigt, ihr Publikum zu vergessen. Man muss die verschiedenen Märkte erkennen. In Deutschland sind wir gerade bei junger Kunst auf den Fördermarkt aus, der begrenzt ist. Man muss sich parallel einen Publikumsmarkt aufbauen und pflegen.

*Indem sich die Kunst nach dem Markt richtet?*

**ROSS** Nein, auf keinen Fall. Aber man muss sich mehr Gedanken machen über eine Sprache für Kunst, die man versteht. Wer mal bei einer zeitgenössischen Biennale im Katalog liest, was Kuratoren oder Leute aus der Kunstszene schreiben, der wird gerne zur englischen Übersetzung greifen – die deutschen Schachtelsätze sind gar nicht mehr zu verstehen.

*Wie sollte das zeitliche Verhältnis*



Ina Ross' Buch, überarbeitet und erweitert neu erschienen. FOTO: TRANSCRIPT

*zwischen künstlerischer Arbeit und Marketing sein?*

**ROSS** Wer mit seiner Kunst überleben will, muss schon mit dem Richtwert 50/50 von Künstlerischem und Werbung plus Organisation arbeiten. Da das ein hoher Anteil ist, muss Marketing auch Spaß machen – den versuche ich zu vermitteln.

*Wie läuft das praktisch ab, wenn Sie an der HBK in Saarbrücken Kurse geben?*

**ROSS** Wir beginnen mit einer Positionierung. Was für eine Kunst mache ich eigentlich? Dann gehen wir in Einzelwerke. Wie kann man darüber reden, was ist das Besondere? Wir schauen uns Ausschreibungstexte von Förderungen genau an, auch die Art des Sponsors. Man kann bestimmte Aspekte der eigenen Kunst sprachlich mehr herausarbeiten, je nach Stiftung oder Förderer. Aber, wie gesagt, es geht nicht um eine Anpassung der Kunst.

*Spüren Sie Vorbehalte der Künstlerinnen und Künstler gegen Sponsoren, etwa Versicherungen oder eine Firma wie die BASF, die womöglich nicht zum künstlerischen Selbstbild passen?*

**ROSS** Das merke ich immer wieder, man hat ja von Fällen gelesen, wo Sponsoren auf Kunst oder Ausstellungen Einfluss genommen haben. Deshalb habe ich für das Buch auch Firmenvertreter befragt. Die holen sich meistens Experten ins Boot – die Vertreterin von BASF etwa ist ja keine Chemikerin, sondern renommierte Kunstwissenschaftlerin.

*Wie sieht es mit öffentlicher Förderung aus?*

**ROSS** Es ist nicht gesagt, dass die öffentliche Hand nicht Einfluss nehmen will. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass sich gerade Firmen eher heraushalten, weil die Presse da genau hinschaut.

*In Ihrem Buch findet sich auch ein Kapitel über Frauen im Kunstbetrieb – ist das in dieser Auflage neu?*

**ROSS** Ja. Bei der ersten Auflage hatte ich noch den Standpunkt, dass dieser Beruf gleichermaßen schwer ist für alle. Da habe ich mittlerweile einiges dazugelernt und bin da viel-

leicht später dran als andere. Ich habe über die Jahre in meinen Kursen beobachtet, dass Frauen sich oft verbal klein machen, wenn sie über ihre Kunst sprechen, auch selbstbewusste junge Frauen. Ich habe mir eine Liste von Bescheidenheitssignalen gemacht, die da immer verwendet werden – „nur“, „eigentlich“, „vielleicht“, „bloß“, „ein bisschen“. Die habe ich erfolgreichen Frauen vorgelegt, unter anderem Barbara Schlingmann, die früher Intendantin am Saarländischen Staatstheater war. So gut wie alle Frauen sagten: „Das kenne ich, so habe ich auch geredet – ich musste mir das abtrainieren.“

*Was würden Sie Frauen raten?*

**ROSS** Man sollte sich ganz früh zusammmentun. Nicht zwingend als Künstlergruppe, man muss nicht zusammenarbeiten, kann sich aber zum Beispiel Marketing und Organisation teilen. Wir älteren Frauen sollten außerdem die jungen Frauen unterstützen und in unsere Netzwerke aufnehmen. Und so banal es klingt: Man sollte ganz selbstbewusst seine Kunst vermitteln.

*Bleibt da nicht das Problem, dass einige Männer, möglicherweise auch in Fördergremien, sehr selbstbewusste Künstler schnell als visionär und genialisch wahrnehmen, sehr selbstbewusste Künstlerinnen aber als „zickig“ und „schwierig“?*

**ROSS** Ja, aber da gibt es unterschiedliche Strategien. Die Regisseurin Pinar Karabulut etwa ist eine Frau, die einem mit maximaler Energie begegnet, die geht mit dem Kopf durch die Wand, die Leute haben Angst vor ihr. Das kann nicht jede, ist aber eine erfolgreiche Strategie, die allerdings mit Talent abgedeckt sein muss. Eine Künstlerin wie Dominique Hurth ist da vorsichtiger, hat aber ein riesiges Netzwerk mit enorm vielen Frauen. Das Theaterkollektiv HFS Ultras hat sich gegründet, nachdem Frank Castorf gesagt hatte, Frauen könnten nicht Regie machen – die machen ihre Arbeit radikal transparent. Kommunikation als Strategie – damit ist das Kollektiv sehr erfolgreich.

*Ihr Buch ist voller Strichmännchen – wieso?*



**ROSS** Ich habe ich selbst gezeichnet – ich bin keine Grafikerin und danach sehen sie auch aus. Das soll den Leserinnen und Lesern einfach zeigen: Ihr seid keine Marketing-Experten, aber habt Mut zum

Unperfekten, traut Euch einfach. Ich traue mich ja auch, mich mit den Krakelzeichnungen zu blamieren.

DIE FRAGEN STELLTE TOBIAS KESSLER.

**Ina Ross: Wie überlebe ich als Künstler\*in?** Transcript Verlag, 234 Seiten, 24 Euro.  
Info: ina-ross-kulturmarketing.de

## Ein Album an der Grenze zwischen Jazz und Klassik

**SAARBRÜCKEN** (uhr) Sie lassen nur so die Funken stieben und entfachen ein musikalisches Feuerwerk: Wenn Matthias Well (Violine) und Lilian Akopova (Piano) ihr Album humorig „Jazzissimo“ (Genuin Classics) taufen, so sollte freilich auch der klein gedruckte Untertitel „Jazz in Classical Music“ Beachtung finden. Denn als Auditorium stehen hier weniger ausgemachte Jazzfans im Visier als vielmehr Genießer der „ernsten“ Muse.

Illustre Klassik-Schöpfungen landeten auf den Notenpulten, wie Maurice Ravel's 2. Violinsonate (1927) und Darius Milhauds unverwüthlicher „Boeuf sur le toit“ (1919)

mit seiner Ragtimefolklore. Ebenso wie bei George Gershwin's Musik aus „Porgy and Bess“ (1935) werden also frühe Jazzformen beleuchtet, während uns der allgegenwärtige Astor Piazzolla unweit davon in einen Tango-schwangeren „Nightclub 1960“ entführt. Obendrein wählen Matthias Well und Lilian Akopova moderat-jazzige, farbenprächtige Stücke aktueller Komponisten (darunter eine Uraufführung) zu vielschichtigem Miteinander, von feinfühligem lyrischen Ruhepunkten bis zu explosiven Höhenflügen – das macht durchweg Freude und groovt in besonders spiellaunigen Momenten wie „richtiger“ Jazz.

## Kirchenmusiker laden zu festlichen Konzerten in der Adventszeit

**SAARBRÜCKEN** (red) Der Verein Freunde der Kirchenmusik und das Musikfestival Orgel ohne Grenzen laden zu Konzerten im Advents- und Weihnachtsfestkreis ein. Auf dem Programm des Weihnachtskonzertes in der Basilika St. Johann Saarbrücken am Sonntag, 4. Dezember, steht ab 16 Uhr Johann Sebastian Bach's Weihnachtsoratorium (Kantaten 1–3). Es musizieren Ekaterina Kuridze (Sopran), Melissa Zgouridi (Alt), Sun Ming Song (Tenor) und Peter Schöne (Bass) sowie ein Orchester aus Mitgliedern des Saarländischen Staatsorchesters. Es singt das Vokalensemble '83

Saarbrücken unter der Leitung von Bernhard Leonardy. Das gleiche Programm wird zwei Wochen später, am Sonntag, 18. Dezember, um 11 Uhr nochmals in der Gebläsehalle des Weltkulturerbes Völklinger Hütte aufgeführt.

Dort gibt es am Freitag, 16. Dezember, um 19 Uhr ebenfalls impressionistische Klänge mit Werken von Claude Debussy (1862–1918). Es spielt Bernhard Leonardy an der neuen Festivalorgel der Musikfestspiele Saar.

In der Basilika St. Johann Saarbrücken findet am zweiten Weihnachtstagsfeiertag, Montag, 26. Dezember,

um 17 Uhr ein weihnachtliches Orgelkonzert statt. Auf dem Programm steht Barockmusik des ukrainischen Komponisten Dimitri Bortnianski (1751–1825) und eine Orgelsymphonie deutscher Weihnachtslieder in freier Improvisation mit Bernhard Leonardy an der Orgel.

**Karten** für das Weltkulturerbe Völklinger Hütte sind erhältlich unter [www.ticket-regional.de](http://www.ticket-regional.de) sowie im Haus der Union Stiftung, Steinstraße 10, 66115 Saarbrücken. Karten für die Basilika können reserviert und erworben werden unter [info@leonardy.org](mailto:info@leonardy.org) oder telefonisch unter: (01 77) 34 94 88 72.

### BERICHTIGUNG

**Manchmal** hat man einen Namen im Kopf und merkt nicht, dass man falsch liegt. So ging es uns leider in der Besprechung der aktuellen Ausstellungen im Saarländischen Künstlerhaus (SZ vom 28. November). Hier, in der traditionellen vorweihnachtlichen (Verkaufs-)Schau des Bundes Bildender Künstler Saar, ist auch eine Arbeit von Vera Loos zu sehen, bestens bekannte Künstlerin im Land. Parallel hat aber eine andere, nicht minder bekannte Vera, Vera Kattler nämlich, eine Ausstellung im Saarlouiser Institut für aktuelle Kunst. Und diese beiden eigentlich unverwechselbaren Künstlerinnen haben wir in unserem Bericht leider verwechselt. Wir bitten um Entschuldigung. (red)

**Produktion dieser Seite:**  
Vincent Bauer, David Seel