



»Wie überlebe ich als Künstler*in?« Wann war diese Frage aktueller als jetzt? Gerade für die freischaffenden Künstler*innen, an die sich das Buch der Marketingexpertin Ina Ross wendet, stellt sie sich in der Pande-

mie- und Wirtschaftskrise umso mehr. Auch wenn sich die Menschen, die sich mit Kunst umgeben und sie vielleicht sogar als »Lebensmittel« begreifen, sicherlich nicht in den armen Schichten der Bevölkerung befinden, haben wir erlebt, dass es eine Marktreaktion gibt und die kulturelle Nachfrage sinkt, ganz abgesehen davon, dass Künstler*innen den Geldwertverlust auch in ihrem eigenen Portemonnaie spüren. Die öffentliche Hand hat mit NEUSTART I und II entsprechend großzügig reagiert. Aber auf diese Alimentation kann sich die Kunstszene nicht auf Dauer verlassen. Letztlich sind sie selbst als Freischaffende Marktakteure und benötigen das Handwerkszeug, um sich in diesem Umfeld behaupten und überleben zu können. Die Autorin hat dies seit vielen Jahren auf dem Schirm und legt nunmehr die dritte vollständig bearbeitete Auflage einer »Werkzeugkiste für alle, die sich selbstvermarkten wollen« vor, die nicht nur für Anfänger*innen hilfreich ist.

Die Ansprache, die Ina Ross wählt, ist ebenso persönlich und direkt wie die Darstellung der Themen klar und verständlich ist. Da zahlt sich offenbar die reiche Erfahrung der Autorin in der Weiterbildung aus. Ina Ross kennt die Szene und weiß um die Nöte ihrer Adressat*innen. Es geht um Wissen und hilfreiche Tipps zum Marketing, zur Finanzierung und zur Selbstorganisation, die erfahrungsgesättigt und unprätentiös vermittelt werden und kein Managementstudium zur Voraussetzung haben. Gerade deshalb sind sie als Werkzeuge zur praktischen Anwendung geeignet. Es ist dem Buch zu wünschen, dass es jene Personen erreicht, die am Anfang der kulturellen Wertschöpfungskette Unterstützung bei ihrer Selbstvermarktung brauchen.

Norbert Sievers