

Überleben als Künstler*in



Es gibt Bücher, von denen mensch sich wünschte, sie wären bereits früher geschrieben und vor allem auch dann von einem selbst gelesen worden. Dazu zählt dieses handliche Exemplar, das in seiner dritten Auflage durch Überarbeitung, Aktualisierung und Erweiterung noch einmal an Schärfe gewonnen hat, ohne an Frische und leichtfüßiger Zugänglichkeit zu verlieren.

Alles dreht sich um das (Selbst-)Marketing von Künstler:innen – darum, welche Instrumente es gibt, welche sich für Bildende und darstellende Künstler:innen eignen und wie diese eingesetzt werden können. Wie mache ich meine Kunst sichtbar, wie lebe ich davon, wer kann mich dabei unterstützen?

Ina Ross, die Kulturmanagement und Selbstmarketing in Berlin und Saarbrücken lehrt, öffnet den Blick auf Werkzeuge aus den »klassischen« Formaten wie Pressemitteilung und Newsletter als auch aus Social Media-Formaten wie TikTok, Twitter, Podcasts usw. und identifiziert Instagram als Nische für Bildende Kunst in einer bestimmten, jüngeren Altersgruppe. Das Buch gibt einen Crashkurs zur »Förderlandschaft Deutschland« mit Förderung durch die öffentliche Hand, Stiftungen, Spender:innen, Sponsoring sowie der Kulturförderung durch die Kirchen. Trotz aller Förderquellen fehlt nicht der ehrliche Tipp, »(...) nicht ganz von Zuwendungen abhängig zu sein, sondern selbst wirklich Geld zu verdienen.« (S. 107) Auch spart es ungewöhnlichere Methoden wie »Guerrilla Marketing« im öffentlichen Raum mit praktischen Planungshinweisen und handwerklichen Tipps nicht aus.

Lehrerfahrungen, Interviews der Autorin mit Kulturakteur:innen und einiger ihrer (ehemaligen) Studierenden fließen reichhaltig in das Buch ein. Das lockert nicht nur auf, sondern bereichert den Text plastisch mit Praxisbeispielen und vielen wertvollen Tipps. Die Interviews ermöglichen den Perspektivwechsel als Künstler:in hin zu den fürs erfolgreiche Marketing wichtigen Ansprechpartner:innen und erleichtern die Einordnung der eigenen Strategie in den Kontext der Öffentlichkeit.

Es ist nun an dem Leser bzw. der Leserin, die für sich und die eigene Kunstform passende Strategie auszuwählen und zielgenau einzusetzen. Das Buch macht Mut, einfach anzufangen oder als »alte HäsIn« bzw. »alter Hase« mit verfeinerten Methoden weiterzumachen. Leseempfehlung!

Dagmar Schmidt, Langenhagen

Ross, Ina
Wie überlebe ich als Künstler*in? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen.

3. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, 2022, transcript Verlag Bielefeld, 232 Seiten