

Fragen zur Kunst – Diskussionen im Internet

Dörte Rahming

Zehn Künstler beteiligten sich im Frühjahr unter dem Motto „Zehn Fragen zur Kunst“ an einer besonderen Marketingaktion. Dazu schalteten sie zehn Blogparaden hintereinander – das hat bisher niemand so gemacht. Sie bekamen Hunderte Wortmeldungen und noch mehr Gedanken zu ihren Themen – eine Erfolgsgeschichte.

Blogparade – das ist ein Begriff aus der Online-Welt. Was verbirgt sich dahinter?

Frank Koebisch: Blogs, also eine Art öffentliche Tagebücher, gibt es inzwischen im Internet zu allen möglichen Themen. Man schreibt etwas und lädt andere ein mitzudiskutieren. Dadurch macht man auf sich aufmerksam und kann den Blog auch für Werbung in eigener Sache nutzen. Aber durch die große Anzahl von Angeboten im Internet bekommen die meisten nur relativ wenige Reaktionen und oft von Menschen, mit denen sie ohnehin Kontakt haben. Das wollten wir ändern, indem wir mehrere Netzwerke von bloggenden Künstlern zusammenbringen. Auf diese Art bekommt jeder die Chance, schnell

Die Berliner Zeichnerin Susanne Haun und Frank Koebisch, Marketing-spezialist und Aquarellist aus Sanitz bei Rostock, entwickelten gemeinsam die Idee zu einer neuen Marketingaktion. Dörte Rahming führte mit ihnen für 'atelier' ein Interview über die 'Blogparade'.

ler und mehr neue Kontakte zu knüpfen. Wir fragten verschiedene Künstler an, die eigene Blogs betreiben – weitere acht von ihnen haben sich an unserer Aktion „Zehn Fragen zur Kunst“ beteiligt. Durch diese Mischung potenziert sich die Aufmerksamkeit für den Einzelnen.

Susanne Haun: Jeder von uns wollte natürlich seinen eigenen Blog und damit seine Kunst bekannter machen, neue Leser anlocken. Aber indirekt kann so eine Blogparade auch eine Verkaufsförderung sein, denn neue Kontakte bedeuten vielleicht auch neue Interessenten für unsere Kunst.

Welche Künstler haben sich beteiligt?

Haun: Es waren Kollegen aus Friesland, Bremen, Berlin, Rostock dabei – um nur einige zu nennen. Wir konnten uns zum Teil vorher auch nur aus dem Internet, aber durch diese Aktion haben wir uns besser kennen und auch schätzen gelernt.

Wie funktionierte die Blogparade genau?

Koebisch: Jeder von uns hat eine spezielle Frage zur Kunst herausgearbeitet, die ihm besonders wichtig erschien – etwa danach, ob es besser ist, nach der Natur oder nach Vorlagen zu malen; ob es ausreicht, ein einziges Mal ein geniales Werk zu schaffen oder ob Künstler seriell Herausragendes leisten müssen. Und dann haben wir zehn Wochen lang jeweils eine dieser Fragen diskutiert – miteinander, aber vor allem mit denen, die die Blogs besucht haben. Und das waren zwei bis drei Mal mehr, als sonst jeder für sich zu verzeichnen hatte. Manche von uns hatten bis zu 180 Wortmeldungen.

Haun: Ich habe inzwischen mehr als doppelt so viele Abonnenten für meinen Blog wie vorher. Damit hätte ich nicht gerechnet. Und sie sind geblieben – auch nach dem Ende der Aktion.

Wie wurde die Marketingaktion „Zehn Fragen zur Kunst“ bekannt gemacht?

Koebisch: Wir haben natürlich die sozialen Netzwerke genutzt, rechtzeitig

► Holzbildhauersymposium

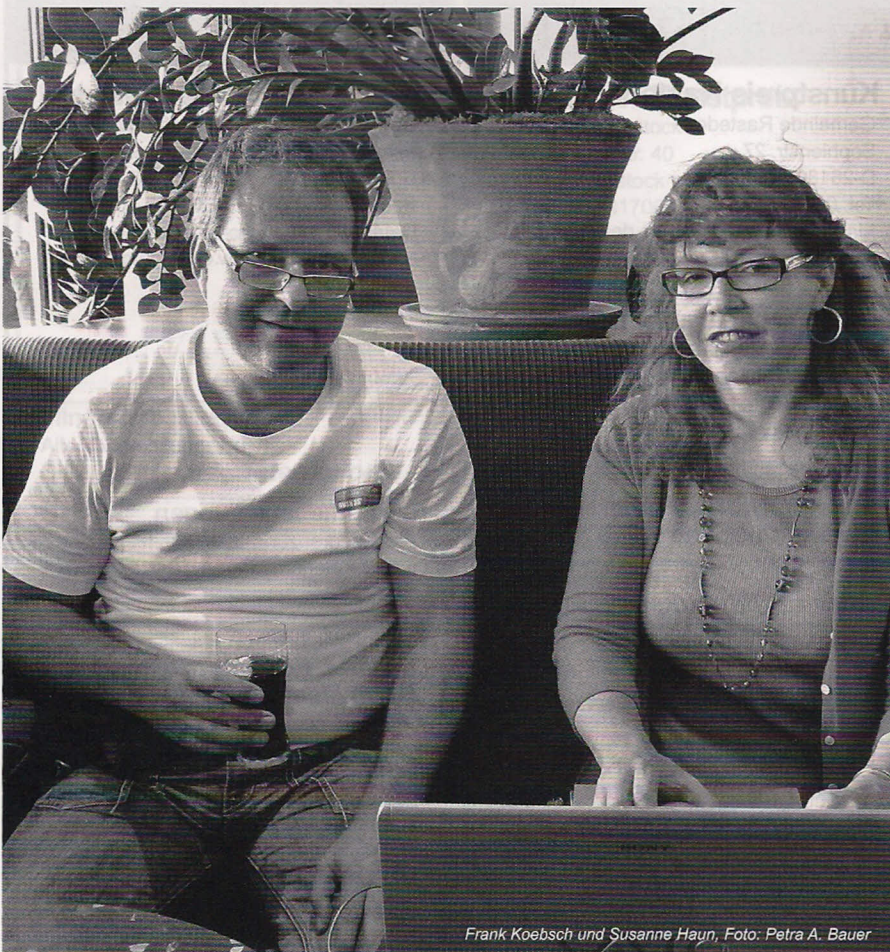
Im Herbst dieses Jahres wird ein Bildhauersymposium zum Thema „Wald – Vergangenheit Gegenwart Zukunft“ mit der Spezifikation auf das Material Holz und dessen Nachhaltigkeit durchgeführt. Berufsständische Bildende Künstler mit dem Schwerpunkt Bildhauerei und dem Material Holz, ohne Alters- und Ortsbegrenzung sind zur Bewerbung aufgerufen. Eine Jury wählt unter den Bewerbern bis zu fünf Bildhauer aus, die an dem Holzbildhauer-Symposium im Oktober 2011 teilnehmen. Der Veranstalter zahlt jedem an dem Bildhauer-Symposium teilnehmenden Künstler ein Honorar in Höhe von 500 Euro.

Der Veranstalter stellt auf für die Dauer des Symposiums vom 4. – 11. Oktober 2011 für den Künstler die kostenlose Unterbringung in adäquaten Unterkünften zur Verfügung. Die Verpflegung (Frühstück, Mittagessen, Abendessen) der Künstler während des Symposiums übernimmt der Veranstalter. Die angefertigten Skulpturen gehen nach dem Symposium in das Eigentum der Künstler über.

Bewerbungsschluss 22.8.2011

Kontakt BBK Nürnberg Mittelfranken e.V., Geschäftsstelle
Hirtengasse 3, D-90443 Nürnberg
Mail: hettich@bbk-nuernberg.de

SYMPOSIUM



Frank Koebsch und Susanne Haun, Foto: Petra A. Bauer

auf unseren Profilen bei Facebook, Xing und anderen Portalen auf die Aktion aufmerksam gemacht und dann täglich darüber berichtet.

Wir haben in Gastbeiträgen auf Blogs außerhalb unserer Gemeinschaft um Mitwirkung geworben. Um eine Verbindung zur Welt außerhalb des Internet zu schaffen, hat jeder Künstler eine Karte mit einem Motiv von sich und

allen Blogadressen gestaltet, die wir an unterschiedlichen Ort, zum Beispiel in Galerien, ausgelegt haben.

Die Aktion war auf zehn Wochen begrenzt. Gibt es Effekte, die über diese Zeit hinaus gehen?

Koebsch: Auf jeden Fall. Denn das Knüpfen neuer Kontakte und der Meinungsaustausch sind nur eine Sache.

Genauso wichtig ist, dass durch die steigenden Zugriffszahlen unsere Websites und die bessere Vernetzung sowohl unsere Blogs und als auch unsere Websites besser durch Suchmaschinen zu finden sind. Und das wiederum erhöht für jeden von uns den Bekanntheitsgrad und indirekt den Verkaufserfolg.

Lässt sich diese Art der Kommunikation also als Marketing-Instrument für Künstler empfehlen?

Hau: Auf jeden Fall. Man muss nur wissen, dass es zwar kein Geld kostet, aber Arbeit macht. Man muss täglich dabei bleiben. Und so eine Blogparade muss natürlich koordiniert werden, da reicht es nicht, nur seine Bereitschaft zum Mitmachen zu erklären.

Koebsch: Dieses Instrument lässt sich natürlich auch für andere Wertschöpfungsketten nutzen, etwa für die Zusammenarbeit von Kultureinrichtungen. Aber gerade Künstler tun sich manchmal schwer mit der Selbstvermarktung. Unsere Arbeiten sind ja eine Art von Luxus – im Unterschied zu Lebensmitteln oder Industriegütern. Die werden verbraucht, und es entsteht automatisch eine neue Nachfrage. Deshalb ist es für uns umso elementarer, Werbung zu machen. Und dabei brauchen wir nur unsere Kreativität und Phantasie ins tägliche Leben mitzunehmen. Nicht nur darüber reden, sondern zum Handeln kommen – das ist in meinen Augen einer der wesentlichen Punkte. ■

► Wald-Fotos

Aufgerufen, den Wald zu fotografieren unter dem Motto *Wald-Raum* sind Fotografen, Fotodesigner, Fotografie und Kunststudierende sowie Fotografen in Ausbildung und ambitionierte Autodidakten. Zu gewinnen gibt es die folgenden Preise: 1. Preis: 3.000 Euro, 2. Preis: 2.000 Euro, 3. Preis: 1.000 Euro sowie den „BlattSchuss“-Sonderpreis: 500 Euro für das beste Einzelmotiv. Die zehn besten Fotos sind einzureichen in den Kategorien: Reportage oder Inszenierte Fotografie. Die besten Foto-Arbeiten werden in einer Buchpublikation erscheinen. Der Fotoband wird von der Evers-Frank Druck- und Mediengruppe

klimaneutral auf Bilderdruck-Papier von Sappi gedruckt. Eine Foto-Fachjury entscheidet über die Preisträgerarbeiten und etwaige weitere Fotos, die in die Publikation aufgenommen werden. Jeder Fotograf, der in der Publikation veröffentlicht wird, erhält 10 Exemplare mit jeweils individuellem book jacket (ausgewähltes Motiv).

Bewerbungsschluss 30.9.2011

Kontakt Evers-ReForest GmbH und Co. KG
Ernst-Günter-Albers-Straße, D-25704 Meldorf
Telefon: 04832-6080, Fax: 04832-608300
Mail: info@evers-reforest.com
www.eversreforest.com

WETTBEWERB