

INSTITUT
FÜR WAHRE
KUNST



INTERESSE
GEFÜHL
ÖFFENTLICHKEIT
RECHERCHE
POTENTIALE
PLATTFORM
ABHÄNGIGKEIT
KLINKENPUTZEN
VERMITTLUNG
LEBENSPARTNER
MARKETINGSTRATEGIE
PROVOKATION
INFORMATION
FREUNDSCHAFT
NETWORKING
AKTIVITÄT
SELBSTVERMARKTUNG
GLÜCK
KONTAKTAUFNAHME

**Eine nicht nur analytische Auswertung der Studie zum
„Mäzenatischen Verhalten in der deutschen Kunstbranche“**

Im Rahmen des performativen Forschungsprojektes **DIE AUERWÄHLTEN** mit Sitz in Halle an der Saale führte das **INSTITUT FÜR WAHRE KUNST** in der Woche vom 11. bis 15. April 2011 insgesamt 64 Interviews mit Personen durch, deren Arbeitsbereiche Berührungspunkte mit der Kunstförderung im Raum Deutschland aufweisen. Von den im Vorfeld der Befragung recherchierten Rufnummern wurden während des Performance-Zeitraumes 320 angewählt. Bereit für ein solches Interview waren letztendlich siebzehn Ansprechpartner in Galerien, je elf in Kunstvereinen und Stiftungen, je drei in Kulturministerien, soziokulturellen Vereinen, Unternehmen und Kunstsammlungen, acht in Museen und fünf in sonstigen Einrichtungen. In den restlichen Fällen wurde das Gespräch verweigert oder die Zielperson im Evaluationszeitraum nicht erreicht.

Die Befragung wurde nach den Regeln des Bundesdatenschutzgesetzes durchgeführt. Jede Angabe im Interview wurde streng vertraulich und ausschließlich mit allen anderen Antworten zusammengefasst ausgewertet. Es ging in den Interviews um die Frage, ob und wie junge Künstler sich selbst aktiv ihren Mäzen suchen sollten. In einem Aussageteil sollten die Gesprächspartner vier klischeehaften Sprüchen über die finanzielle Notlage von Künstlerinnen und Künstlern und über die Lösung dieses Problems *voll, eher, teils/teils, eher nicht* oder *überhaupt nicht* zustimmen. Interessanterweise stimmte dabei die Hälfte der Befragten den Aussagen *„Es schadet einem Künstler überhaupt nicht, nebenbei bodenständiger Erwerbsarbeit nachzugehen – das holt ihn und sein Werk zurück in die Wirklichkeit.“* und *„Wer als Künstler nicht über Vermarktungstalent und Managerfähigkeiten verfügt, hat auf dem Kunstmarkt zu Recht keine Chance.“* in voller bis mittlerer Überzeugung zu. Der Aussage *„Das Leben am unteren Rand des Existenzminimums fordert Künstler zu mehr Kreativität heraus, denn: Not macht erfinderisch.“* wurde in einem Fall *voll*, zweimal *eher* und insgesamt vierzehnmal *teils/teils* zugestimmt. Und ähnlich wurde auch auf die Aussage *„Wer es bis zum 35. Lebensjahr nicht geschafft hat, von seiner Kunst zu leben, sollte sich einen anderen Beruf suchen!“* reagiert: Ein Drittel der Befragten stimmte der Aussage mindestens zum Teil zu.

Im Interview gab es außerdem eine Schätzfrage über den Prozentsatz der freischaffenden Künstlerinnen und Künstler in Deutschland, die ausschließlich von der eigenen Kunst leben können. Der Mittelwert aller Antworten beträgt 8,5%, was immer noch über dem realen Wert von 2-3% liegt.¹ Unsere Gesprächspartner sind sich also im Allgemeinen bewusst, dass der überwiegende Teil der freischaffenden Künstlerinnen und Künstler zur Sicherung des Lebensunterhalts darauf angewiesen ist, anderen Berufen oder nichtkünstlerischen Nebentätigkeiten nachzugehen. Dennoch wird dem mäzenatischen Verhalten in der deutschen Kunstbranche unglaublich viel Wert beigemessen, was in den offenen Verständnisfragen zum Begriff Mäzenatentum im Eingangsteil des Interviews ersichtlich wurde. Das Mäzenatentum spiele in der heutigen Zeit sogar auf dem Kunstmarkt eine erheblich große Rolle. Dafür spricht auch, dass unsere Gesprächspartner bekannte Mäzeninnen und Mäzene der Gegenwart und deren Kunstförderungsaktivitäten zu nennen wussten.

¹ DABEI BEZIEHEN WIR UNS AUF DIE AUSSAGE DES KÜNSTLERISCHEN KOORDINATORS DER STÄDELSCHULE IN FRANKFURT STEFAN UNTERBURGER. ULLA SCHMITZ, STÄDELSCHULE IN FRANKFURT, 20.02.2011, URL: [HTTP://FOTOSTUDIUM.EU/FRANKFURT-STAEDELSCHULE/](http://fotostudium.eu/frankfurt-staedelschule/) (ZULETZT ABGERUFEN AM 02.11.2011).

Die analytisch-statistische Auswertung der Studie zum „Mäzenatischen Verhalten in der deutschen Kunstbranche“ bringt ein emotional erfahrbares, jedoch logisch schwer fassbares Ergebnis hervor: Eine romantische Vorstellung von praktischen Finanzierungsmöglichkeiten für freischaffende Künstlerinnen und Künstler, die ihnen den Rücken für die kreative Arbeit frei halten sollen, prallt auf die harte Realität der ökonomischen Regeln, denen sich berufstätige Kunstschafter unterziehen müssen. Wie von Zauberhand soll ein sich einstellender künstlerischer Erfolg die Existenz sichern. Im Abschlussteil der Interviews wurden unsere Gesprächspartner nach konkreten Handlungsanweisungen für junge Künstler, die sich nicht ausschließlich in dem am meisten geförderten Genre Malerei betätigten, gefragt. Die Vorschläge inspirierten uns zu einer Aktion im öffentlichen Raum – begleitet von einer Printmedien-Kampagne.

In den Antworten auf die Fragen *Wo sehen Sie Alternativen für vor allem junge Künstler anderer Sparten, um von ihrer Kunst leben zu können?*, *Was halten Sie von der Idee, dass ein Künstler sich selbst aktiv seinen Mäzen sucht?* und *Wie stellen Sie sich das konkret vor?* wiederholten sich Schlagworte, deren inhaltlicher Bezug zum einen an die Sprache von Wirtschaftsunternehmen erinnert und zum anderen auf subtile Weise romantische Vorstellungen bedient, die keinesfalls bei jedem Künstler geschweige denn Menschen vorausgesetzt werden können. Jedes vierte der herausgefilterten Schlagworte war KONTAKT. Wir ordnen dieses semantisch der Romantik zu, da es unsere Gesprächspartner auf solche soziale Kontakte und persönliche Beziehungen bezogen, die bewusst nicht unter Networking oder Geschäftskontakte zählen. Fast genau so oft fiel das Wort AKTIV, womit Tatkraft, Energie und bewusstes Handeln gemeint war. Weniger häufig, aber zu gleichen Teilen wurden GLÜCK (haben), VERMITTELT (werden) und Analogien zur LEBENSPARTNER-Suche als Wege für junge Künstlerinnen und Künstler vermutet, um sich finanziell abzusichern.

„Die Suche nach einem Mäzen gestaltet sich genau wie die Suche nach einem Ehepartner: Es ist unfassbar viel Glück dabei, aber zu allererst muss man sich begegnen.“

Zu den Schlagworten, die an unternehmerische Praxis erinnern, zählen wir die Ratschläge zur SELBSTVERMARKTUNG, großflächiges NETWORKING zu betreiben, bewusst an die ÖFFENTLICHKEIT zu treten und vor allem Ausstellungs- und Finanzierungsmöglichkeiten selbst zu RECHERCHIEREN. Hinzu kommt natürlich die PROVOKATION im Sinne von „Sex sells“ oder bewusst eingesetzten Aufmerksamkeitsstrategien, die PLATTFORM als Informations- und Kontaktpool, das Übersteigern der eigenen POTENTIALE, die Sponsorenakquise, die liebevoll KLINKEN PUTZEN genannt wird, sowie das Entwickeln einer individuellen MARKETINGSTRATEGIE.

„Netzwerke!

Man kann sich als Künstler nicht anders vermarkten als durch Selbstvermarktung!“



ROMANTIK

ÖKONOMIE



- Kontaktaufnahme
- Aktivität
- Glück
- Vermittlung
- Lebenspartner

- Interesse
- Abhängigkeit
- Freundschaft
- Gefühl

- Provokation
- Plattform
- Potentiale
- Klinken putzen

- Marketingstrategie
- Recherche
- Öffentlichkeit
- Networking
- Selbstvermarktung

Im Zuge des Projekts **DIE AUERWÄHLTEN** sind wir telefonierend und analysierend dem auf die Spur gekommen, was Vertreter der deutschen Kunstbranche aufgrund ihrer Vorstellung über mäzenatisches Verhalten von Künstlerinnen und Künstlern bezüglich ihrer Existenzsicherung fordern. Unsere Studie folgte dabei weniger dem Dogma ergebnisorientierten Arbeitens entlang einer zugespitzten Fragestellung, sondern erwirkte vielmehr das Stimulieren eines Spürsinns, der von einem bestimmten Material angezogen wird. Als Ergebnis taucht nun eine neue Frage auf: **Warum sollten nicht auch Künstlerinnen Scheinehen eingehen?**

Im Folgeprojekt **DIE AUERWÄHLTEN ZWEI** beherzigen wir die zuvor erhaltenen Ratschläge und führen die scheinbaren Gegensätze romantischer Partnersuche mit ökonomischen Selbstvermarktungsstrategien zusammen. Wir gehen in die Offensive zur Ringbindung ohne Kontakt: Das **INSTITUT FÜR WAHRE KUNST** sucht nach potentiellen Financiers – bis dass die Kunst uns scheidet..

Nina Schmidt ::
Lysann Németh ::
Elke Jänicke ::
Saskia Göldner ::

**KEIN INTERESSE
AN KUNST, ABER
AN FRAUEN?**

www.wahrekunst.com



**LEBENSLANG
IN FREIHEIT.**

www.wahrekunst.com



**BIETE
IDEELLEN
REICHTUM.**

www.wahrekunst.com



**ZUM
AUSHALTEN.**

www.wahrekunst.com

