

Wie präsentiere ich mich als Künstler*in im Internet?

Rückblick und Zusammenfassung des Workshops mit Frank Fischer und Maresa Bucher vom 13.11.2017

Motivation:

Das Internet mit all seinen Portalen, Plattformen und schier grenzenlosen Kommunikationsmöglichkeiten stellt sich dar wie ein großes Wunschkonzert im Informationszeitalter: es ist kostengünstig, leicht zugänglich und streut Inhalte äußerst breitenwirksam und schnell. Dieses „offene Medium“ wird als „demokratisch“ wahrgenommen und zugleich maßgeblich für Werbezwecke verwendet. Das Problem: es ist komplex, unübersichtlich und immer in Veränderung.

Für Künstler*innen ist das Internet nicht nur Informations- und Kommunikationsmöglichkeit, sondern kann ganz gezielt für Selbstmarketing genutzt werden. Jedoch ist nicht jeder ein geborener Selbstvermarkter. Unternehmen engagieren Marketingspezialisten, Künstler lassen sich von Managern, Vermittlern, Kuratoren oder Galerien vertreten, oder – wie in den häufigsten Fällen – vermarkten sich aus Kostengründen selbst. In jedem Fall ist es wichtig, eine Strategie zur Selbstdarstellung im Internet zu entwickeln. Diese sollte als Teil der eigenen Marketingstrategie als Künstler verstanden werden. Wie solche Strategien aussehen können, beleuchtete dieser BBK-Workshop.

Ausgangspunkt:

Bei der Kennenlernrunde haben wir festgestellt, wie unterschiedlich die individuellen Vorstellungen des eigenen Internetauftritts sind und wie unterschiedlich intensiv die anwesenden Künstlerinnen sich bereits mit dem Internet auseinandergesetzt haben. Längst hat das Internet Dimensionen erreicht und Funktionalitäten entwickelt, die unser Vorstellungsvermögen übersteigen. Das Internet hat seine eigene Sprache, die erst gelernt werden muss. Da wir uns deshalb recht unbeholfen bewegen, empfiehlt sich bei allen Schritten höchste Achtsamkeit.

Generell gilt: es ist ein hoher Zeitaufwand nötig, um sich mit den Themen im Internet vertraut zu machen (=Recherche), um Öffentlichkeit für sich zu gewinnen und ein Netzwerk aufzubauen (=Akquise) und um eigene Inhalte zu veröffentlichen und zu pflegen (=Kommunikation). Daher ist eine zeitökonomische Abwägung notwendig, die ein klares strategisches Ziel voraussetzt. Wir haben uns über diese möglichen Ziele einen Überblick verschafft:

Ziele:	Präsentation	Werkverzeichnis	Verkauf	Internet-Kunst	Kommunikation
Module:	<ul style="list-style-type: none"> ·Selbstdarstellung ·Image, Positionierung ·Referenz 	<ul style="list-style-type: none"> ·Digitales (Bild-)archiv ·Onlinekatalog 	<ul style="list-style-type: none"> ·Onlinegalerie ·Webshop 	<ul style="list-style-type: none"> ·Net-Art ·Digitale Kunst ·Mail-Art 	<ul style="list-style-type: none"> ·Blog ·Newsletter ·Social Media

Wie präsentiere ich mich als Künstler*in im Internet?

Aktives Zuhören

Um sich die eigenen Zielen konkreter bewusst zu machen, haben wir uns in Zweierteams aufgeteilt. Nach der Methode des „Aktiven Zuhörens“ (das Gegenüber schenkt dem Erzählenden alle Aufmerksamkeit und vermeidet innerliches oder äußerliches Reagieren) folgende Frage zu beantworten:

„Was gibt mir das Internet – und was bin ich dabei bereit zu geben?“

Der eigene Handlungsplan:

Im Anschluss haben wir ein Schaubild besprochen (nachfolgende Seite), das die Ziele und Module möglicher Marketingmaßnahmen aufzeigt. Hierbei wird farblich unterschieden, wie steuerbar und kontrollierbar die veröffentlichten Inhalte sind.

Das Schaubild ist exemplarisch und verallgemeinernd und lässt viele möglichen Querverbindungen zu. Wie in einem Baukastensystem können die Elemente miteinander vielfältig kombiniert und Wechselwirkungen erzeugt werden. Daraus lässt sich in einem zweiten Schritt ein Handlungsplan erstellen, der die zu bedienenden Medien abbildet. In der weiteren Entwicklung sollte dieser Plan immer wieder der aktuellen Situation angepasst werden.

Beispiel einer Maßnahme:

Ziel:	Modul:	Was will ich dafür tun:	Wieviel Zeit / Geld will ich dafür investieren?
Soziales Netzwerk erweitern	Facebook-Seite	ausgewählte Daten von meiner Website als Beitrag auf fb veröffentlichen, wichtige Begriffe (Keywords) platzieren, laufend aktualisieren, immer backlinks zur Website, Freundeskreis stetig erweitern	-jeden Tag eine halbe Stunde -kein Geld

Was sind backlinks und warum ist eine eigene Website so wichtig?

Wer etwas über Sie erfahren möchte, googelt. Die Liste der Suchergebnisse verrät bereits viel über Sie: wie bekannt Sie sind (Presseartikel), wie erfolgreich (Galerien o.ä.), und was ihr berufliches Umfeld ist (Ausstellungen u.a.). Manches lässt sich steuern, manches weniger, weil Dritte über Sie berichten. In jedem Fall hilft hier eine eigene Website, die Sie selbst direkt kontrollieren, verwalten und steuern können.

Mit ausführlichen und aktuellen Informationen wirkt Sie Fehlannahmen entgegen. Wichtig: es geht hier um Wahrheit und nicht um Manipulation.

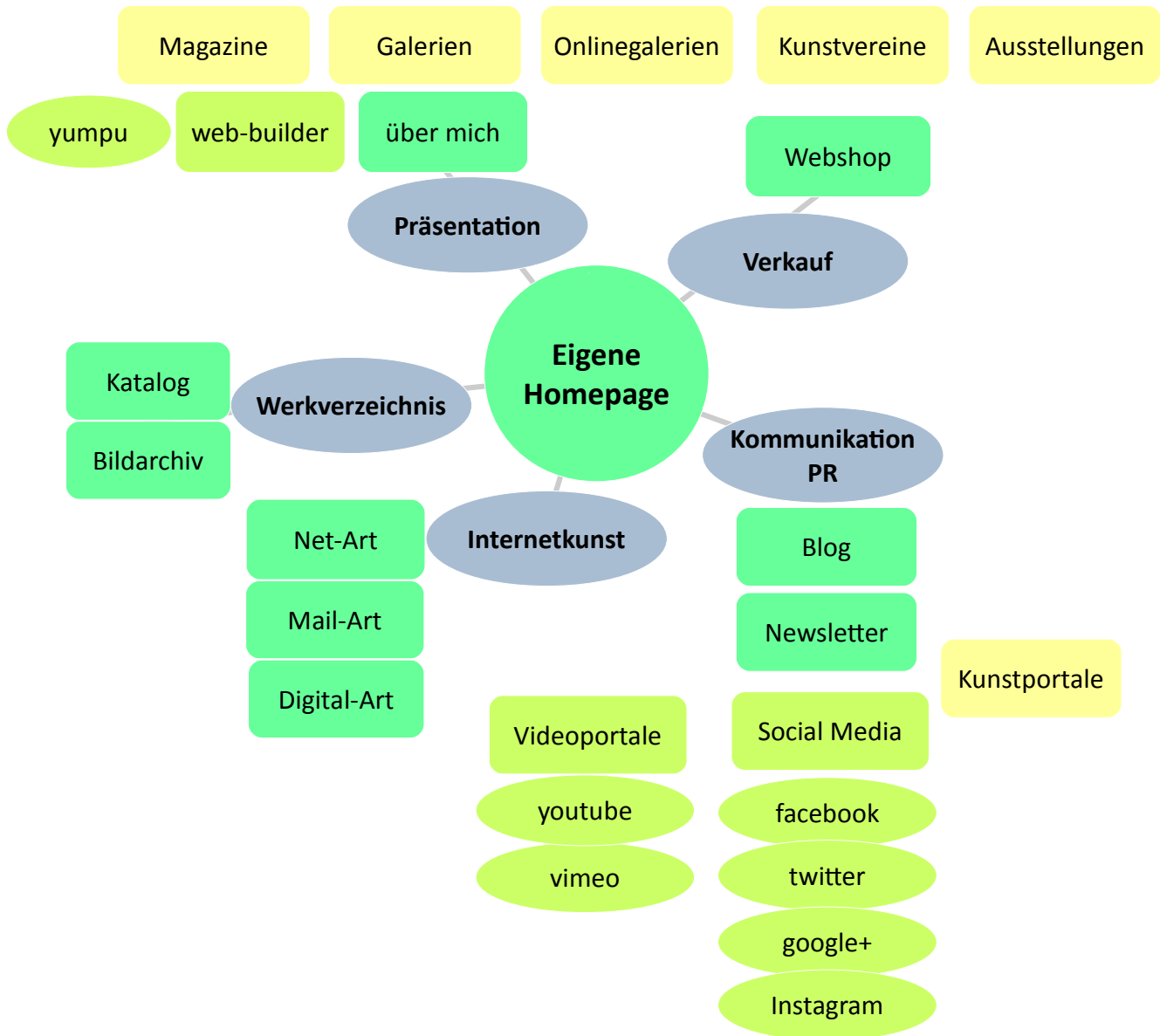
Auf Seiten von Drittanbietern (z. B. Kunst-Portale) können Sie Backlinks setzen oder erwirken, die auf Ihre Website zurück verweisen. Viele Backlinks von möglichst wichtigen Portalen erhöhen Ihr Ranking in den Suchergebnissen. Umso häufiger wird Ihre Website wahrgenommen und besucht. Dadurch betreiben Sie Suchmaschinenoptimierung (SEO = search engine optimization) ohne Einsatz von Geldmitteln. Wir empfehlen daher als Ausgangspunkt jeder Internetpräsenz eine eigene Website mit eigener URL („www.meinekunstseite.de“)

Blogbeiträge zum Thema "Eigene Website" bei Frank Fischer:

<https://atelier-frank-fischer.de/category/grafik-design/webdesign/>

Wie präsentiere ich mich als Künstler*in im Internet?

Schaubild:
Marketing-Strategien im Internet



Farblgende:

Eigene Verantwortung / Kontrolle, eigene Inhalte	Fremde Verantwortung / Kontrolle, eigene Inhalte	Fremde Verantwortung / Kontrolle, fremde Inhalte	Ziele
--	--	--	--------------

Wie präsentiere ich mich als Künstler*in im Internet?

Seite 4 / 4

Bildrechte im Internet

Was im Internet ist, bleibt im Internet. Was von Ihnen im Internet sichtbar ist, kann auch von anderen weiter verbreitet oder verlinkt werden. Solange dies unter nicht-kommerziellen Aspekten geschieht lässt es sich schwer verbieten. Das Internet ist eine Plattform zur Verbreitung von Inhalten.

Was sagt das Urheberrecht?

Es ist zwar nicht erlaubt, Inhalte Dritter ohne deren Genehmigung kommerziell zu nutzen, umzubenennen und zu verbreiten, aber Verstöße sind schwer zu ahnden und der Schaden ist dann schon entstanden. Außerdem tauchen immer wieder neue technische Möglichkeiten auf, die das Rechtssystem noch nicht berücksichtigt hat.

Das Kleingedruckte

Achten Sie darauf, wo Sie sich gerade befinden. Bei sozialen Plattformen wie z.B. facebook erteilen Sie mit Zustimmung der AGBs dem Anbieter Nutzungsrechte. Facebook dürfte Ihr Bild z.B. für eigene Werbezwecke nutzen.

Metadaten von Bildern

Äußerst wichtig ist, dass das Bild möglichst umfassend beschriftet wird (Autor, Titel, Jahr, evtl. Technik). Über diese Informationen wird das Bild z.B. bei google eindeutig identifiziert.

Noch besser: In den Metadaten des Bildes (IPTC) kann man zusätzlich alle Informationen direkt in die Bilddatei schreiben. Moderne Digitalkameras legen die Informationen bereits an, man kann die Metadaten aber auch am PC mit Fotosoftware (zB. mit photoshop) oder speziellen Tools (z.B. exiftool) ändern.

Bildgröße

Will man ein Bild in hoher Qualität im Internet darstellen, dann helfen:

1. Plugins mit Zoomfunktion, die das Kunstwerk so in die Website einbinden, dass es als Bild nicht kopierbar ist
2. Wasserzeichen im Bild
3. Nur Detailansichten des Werks hochaufgelöst

Es bringt nicht viel, für eine Internetpräsentation ein riesiges Bild hochzuladen, das dann sowieso nur in der Breite des Bildschirms dargestellt wird. Beispiel: Wenn Sie bei einer Seitenlänge in Bildschirmgröße (zB. 1200 Pixel Breite) eine Auflösung von 72 dpi wählen (300 dots per inch ist Druckqualität), dann kann das Bild gerade noch in Postkartengröße ausgedruckt werden.

Fragen und Anregungen an: info@bbk-muc-obb.de

Für eine erste Beratung, Konzeption oder Umsetzung eines eigenen Internetauftritts wenden Sie sich gerne an Frank Fischer: info@atelier-frank-fischer.de