

Künstler im Internet

Was sollen Künstlerinnen und Künstler im Internet, welche Angebote gibt es, was bringt eine Internet-Präsenz, welche Möglichkeiten bieten sich den Künstlern im Cyberspace ? „atelier“ hat fünf Internet-Anbieter getestet.

Der Kunstmarkt ist im Umbruch, darauf deuten viele Zeichen hin: immer mehr Galeristen klagen über abnehmende Besucherzahlen bei ihren Ausstellungen. Nur noch zur Vernissage, so scheint es, bemühen sich die Kunstliebhaber zur Kunst, doch während der meist drei- bis sechswöchigen Ausstellungsdauer verirrt sich immer seltener mal jemand in die daher verwaisten Galerien. Gründe für diese Entwicklung gibt es einige. Vor allem ist natürlich die Situation am Kapitalmarkt zu sehen. Spekulanten treibt es nicht mehr in die Kunst, wie dies noch in den achtziger Jahren der Fall war, sondern sie tummeln sich lieber im Aktienmarkt, wo gegenwärtig eine höhere Rendite in kurzer Zeit zu erwarten ist. Auch ist das Risiko der Fehlspekulation an der Börse zur Zeit geringer als am Kunstmarkt, der noch immer unter dem totalen Einbruch der Preise für die Kunst der des vorhergehenden Jahrzehnts leidet. Stattdessen nimmt der Kunstverkauf direkt aus den Ateliers zu und auch die Kunstauktionshäuser klagen nicht über mangelndes Angebot und Nachfrage. Nun wird in dieser Situation auch immer

häufiger das Internet genannt, wo Künstlerinnen und Künstlern neue Möglichkeiten der Kunstpräsentation und des Kunstverkaufs eröffnet würden. Propagiert wird dieses Medium natürlich vor allem von jenen, die dort Künstlerinnen und Künstlern gegen gutes Geld eine Plattform anbieten. Wollte man diesen Anbietern glauben schenken, würde schon in fünf Jahren der Kunstmarkt sich fast ausschließlich in der virtuellen Welt bewegen. Dass wir davon noch weit entfernt sind, falls dies überhaupt jemals so oder ähnlich eintreffen sollte, beweist eine Tour durch einige Internetangebote, deren Werbeschreiben auch vielen Künstlern schon in den Briefkasten geflattert sind. Auffallend ist, dass alle diese Anbieter, die Künstler im Internet präsentieren wollen, mit enormen Zahlen und Superlativen argumentieren. Der „Artchannel“ von der Firma OMS (Köln) sticht da besonders hervor, indem er behauptet, hunderttausende von Nutzern hätten Millionen seiner Seiten im ersten Halbjahr dieses Jahres schon aufgerufen, womit der Artchannel „zum meist frequentierten

Internet System der Bereiche Kunst und Kultur avanciert“ sei. Aber was bietet OMS dem Besucher im Internet ? Erstmal dauert es ewig, bis sich endlich eine ziemlich blödsinnige Grafik (mit Weltkarte !) für die Eingangsseite aufgetan hat. Und clickt man dann Deutschland an, bekommt man eine Liste der deutschen Künstler, die sich im Artchannel präsentieren: es sind gerade mal 86 Künstlerinnen und Künstler, und das bei dem größten entsprechenden Dienstleistungsanbieter in diesem Bereich; zum Vergleich: in Deutschland gibt es mehr als 30.000 Künstler ! Und wer das Pech hat, in seinem Namen einen Umlaut zu führen (z.B. Jürgen Köhnert), bei dem findet man statt der Umlaute merkwürdige Symbole (J rgen K#hnert). Auch Wörter wie Ölkreide, Leinwände etc. sind unleserlich. Mehr über die dort aufgeführten Künstler kann man erfahren, wenn man - wie im Internet üblich - die Namen anclickt. Dann öffnen sich die Seiten der Angeclickten mit Portrait, Lebenslauf, Ausstellungsliste und einigen Werken, die man sich auch vergrößert auf den Bildschirm holen kann. Doch nicht bei

jedem dieser 86 Künstler klappt das auch: manche (beim Test immerhin zwei) haben wohl die letzte Monatsrechnung nicht bezahlt, jedenfalls sind deren Seiten nicht abrufbar.

Ein anderer Anbieter ist die Firma „Botticelli Global Art Management Inc.“ mit Sitz in Frankfurt. Von „Global Art“ kann hier wohl kaum die Rede sein, findet man doch bei „Botticelli“ gerade mal 47 Künstler, die für sich die „faszinierende Welt des Internet“ (Werbetext „Botticelli“) eröffnet haben. Zwar ist die Grafik der Seiten klar und übersichtlich gestaltet, reisst aber keinem vom Hocker.

Heraus sticht unter diesen Angeboten die „Virtuelle Galerie“ mit Sitz in Halle. Grafisch sind diese Seiten dem Medium Bildschirm und Internet am ehesten angepasst. Optisch ein hervorragendes Erscheinungsbild eines Rundgebäudes, in das man sich hineinclicken kann und dort – wiederum in einem virtuellem Raum – verschiedene Türen findet, die man öffnet und weitere Angebote erhält. Hier ist offenbar alles allerdings noch sehr in der Entwicklung begriffen – bisher sind lediglich 17 Künstler vertreten – aber offenbar ist die „Virtuelle Galerie“ auf einem interessanten, auch technisch überzeugendem Weg.

Vom Preis her wohl am interessantesten erscheint bei den hier getesteten Angeboten dasjenige von „Shopart“ in München.

Doch trotz des günstigen Preises haben sich auch bei „Shopart“ nur 54 Künstlerinnen und Künstler eingetragen und sind mit ihren Werken präsent. Technisch wirkt das Angebot jedoch etwas altbacken.

Einen ganz anderen Eindruck hinterläßt ein Besuch der „Galerie-Euro-Preis“ mit Sitz in Orsfeld (Eifel). Zwar ist eine Internetpräsentation bei diesem Anbieter nur für Künstler aus der Eifel möglich, aber es wird doch wohl auch in der Eifel mehr als drei Künstler geben? Und einer dieser drei dort präsentierten Namen stimmt auch noch mit demjenigen des verantwortlichen

Betreibers dieser Seiten überein, peinlich, peinlich. Was bei dieser Test-Tour zurückbleibt, ist die Erkenntnis, dass dieses Medium Internet im Bezug auf Künstlerpräsentation noch sehr in den Kinderschuhen steckt. Alle der hier getesteten Anbieter – und darunter sind immerhin die sich am rüchtigsten auf diesem Markt tummelnden – haben eine Künstlerliste, die noch weit unter einhundert Beteiligten liegt. Und es sind nicht die namhaftesten

Künstlerinnen und Künstler, die man dort findet, was aber nicht überrascht, denn wenn überhaupt, dann sind es die Unbekannten, die hier auf sich aufmerksam machen wollen.

Die Frage, was es den Künstlern bringt, wenn sie sich im Internet präsentieren, ist nur individuell zu

beantworten. Von Kunstkäufen im Internet haben wir jedenfalls noch nichts gehört, lassen uns aber gerne belehren. Zu vermuten ist, dass die häufigsten Besucher dieser Web-Seiten andere Künstlerkollegen sind, was aber nicht schaden kann. Es fragt sich jedoch, warum Künstlerinnen und Künstler eine doch beachtliche Summe jährlich dafür ausgeben, in den genannten Internet-Künstlerverzeichnissen aufzutreten, statt selbst mit einer eigenen Seite sich in der weltweiten Gemeinschaft darzustellen. Das macht vielleicht ein bisschen mehr Arbeit (aber auch mehr Spaß) und man muss sich bei den entsprechenden Suchmaschinen bekannt machen, aber es hätte durchaus gewisse Vorteile: denn Künstlerverzeichnisse im Internet haben den Nachteil, dass man sich dort in einer Gesellschaft unter anderen Leuten befindet, deren Kunst wirklich völlig neben dem eigenen Anspruch liegt. Eine solche Nachbarschaft kann durchaus dem eigenen Renommé schaden. Bei einer eigenen „Homepage“, wie man sie inzwischen auch von namhafteren Künstlerinnen und Künstlern im Web findet, gibt es keine solchen „schädlichen“ Nachbarn. Übrigens: in den Suchmaschinen findet man unter dem Stichwort „Künstlerverzeichnisse“ nur ganz wenige

Angebote, jedoch keins der hier getesteten. Und da hier auch der Preis angesprochen wurde: es soll nicht wenige Anbieter von Künstlerverzeichnissen im

Internet geben, die Künstler kostenlos aufnehmen. An solchen Anbietern ist „atelier“ natürlich besonders interessiert, und wir werden gerne über

solche Möglichkeiten der kostenlosen Internetpräsenz für Künstler an dieser Stelle berichten.

Bence Fritzsche

Internetpräsentation für Künstlerinnen und Künstler

Anbieter	Grafische Gestaltung	Anzahl Künstler		Preis	WWW-Adresse
OMS	wenig überzeugend	86	Basis-Paket	660 DM	logisearch.net/art
Botticelli	klar, aber langweilig	47	Plattform	1.500 DM	botticelli-art.com
Virt.-Galerie	sehr gut, mediengerecht	17	Vollversion	1.675 DM	virtuelle-galerie.de
Shopart	etwas altbacken	54	Paket	270 DM	shopart.com
Euro-preis	amateurhaft	3	Angebot	332 DM	galerie-euro-preis.de

(Alle Angaben sind den Angeboten der Anbieter entnommen, erfolgen jedoch ohne Gewähr)