

## **Survival-Training** **„Als Künstler\_in im Social Web“**

### **Links und Tipps**

#### **Anliegen**

#### **Hinweise und Tipps für den professionellen Einsatz für das „Selbstmarketing“ als Künstler\_in**

- ≠ Freizeitvergnügen, Kommunikation mit Freund\_innen
- ≠ Künstlerische Internetprojekte

#### **Selbstmarketing?**

„Tue Gutes und sprich darüber“ versus übertriebene Selbstdarstellung.  
„Das Licht nicht unter den Scheffel stellen“ versus „Ich bin der Super-Super-Super-Hero“.  
Markterfordernisse versus künstlerisch-politischer Anspruch.

Eigene Balance finden.

Das Social Web hat die Tendenz, dass vor allem Positives präsentiert wird.  
Aber: Wir wählen immer aus, wenn wir kommunizieren.

Das Social Web hat die Tendenz, dass Berufliches und Privates verschwimmen - wie Kunst und Kultur ansich z.B. beim Projektevent Freund\_innen treffen.  
Aber: Wir sind nur ein Mensch mit verschiedenen Rollen. Solange das Verschwimmen nicht passiert, sondern bewusst gesteuert ist, ist es okay.

#### **Basics done!?**

Eigene Präsenz im Web - mindestens:

- # Auffindbarkeit in Suchmaschinen unter dem eigenen Namen und einschlägigen Stichworten
- # Einblicke ins aktuelle Portfolio
- # Aktuelle Kontaktdaten, auch zu Social Media Diensten

Aktualität wird meist erwartet und fördert auch die Sichtbarkeit in Suchmaschinen. Wer Aktualität nicht sicherstellen kann/will, sollte sich besser auf eine Basis-Präsenz beschränken.

Aktivität im Social Web erhöht die Sichtbarkeit der Website in Suchmaschinen.

Eigene Website und/oder Blog? Kommt auf die inhaltliche Ausrichtung, die Aktivitäten an!

Wie komme ich zu einer Website?

- # Know-How aneignen
- # sich von Expert\_in beraten lassen und einen Auftrag vergeben

Wichtigste Frage 1: Für welche Zielgruppe mache ich die Website? (z.B. Kurator\_innen, Käufer\_innen, Netzwerkpartner\_innen, ....)

Wichtigste Frage 2: Wer kümmert sich kompetent um technische Updates im Hintergrund?

## Social Web Basics

Social Web ist persönliche Kommunikation. Many to many. Nicht an andere deligierbar. Wer nicht regelmäßig aktiv kommunizieren will, sollte sich lieber auf eine Basis-Präsenz und die Auffindbarkeit beschränken.

Social Web ist Echtzeit. Ein Tweet ist nach 3 Stunden veraltet. Echtzeit-Kommunikation z.B. von einer Vernissage, macht nur Sinn, wenn sie auf Basis eines längerfristig aufgebauten Netzwerks stattfindet. Aktualität und eine gewisse Regelmäßigkeit wird erwartet - wie sehr hängt vom Social Media Dienst ab.

Social Web ist Netzwerken. Netzwerken ist neben künstlerischer Qualität die Basis für „Erfolg“. Gerade Künstler\_innen, die nicht so viel „soziales Kapital“ mitbekommen haben, können sich über das Social Web etwas aufbauen. Trotzdem bleibt immer die Frage nach dem Verhältnis von Input und Output.

Social Web ist ein Zeitfresser ersten Ranges.

## Eine Auswahl an Social Media Diensten

### **Facebook**

<http://www.facebook.com>

- # Facebook-Profil-Account: für Privatpersonen, keine exzessive und offensichtliche „Werbung“ erlaubt, aber Erzählen aus dem eigenen Leben möglich und sinnvoll
- # Facebook-Seite: Jedenfalls für Vereine, fixe Künstler\_innengruppen
- # Für sich selbst auf Facebook werben: Zielgruppe ist sehr gut wählbar

### **WhatsApp**

<http://www.whatsapp.com>

SMS-Kommunikationstool mit bestehenden Kontakten

### **Instagram**

<http://www.instagram.com>

Foto-App fürs Smartphone. Fotos mit Filter möglich. Gute Facebook-Integration.

### **Blogs**

Sind „virtuelle Tagebücher“ in umgekehrt chronologischer Reihenfolge.

Eine gute Möglichkeit

- # Geschichten zu erzählen über die eigene Tätigkeit, das eigene Netzwerk
- # sich als Expert\_in für ein Thema zu profilieren
- # sich mit anderen Blogger\_innen zu vernetzen

Blogsoftware als Onlineversion: <https://www.blogger.com>, <https://wordpress.com>,  
<https://www.tumblr.com> (Minimalversion)

Blogsoftware zum Selbst-Installieren auf einem Webserver: <https://wordpress.org>

Nicht nur als textlastiger Blog, sondern auch als Foto- oder Videoblog möglich.

### **Youtube**

<http://www.youtube.com>

Hohe Sichtbarkeit! Wichtig ist ein schlagwortlastiger Text zum Video.

Manche machen Vlogs und können das monetarisieren.

Die Videos können in Website/Blog eingebunden und auf Facebook etc. gepostet werden.

### **Swarm / Foursquare**

<http://www.swarmapp.com> / <http://de.foursquare.com>

Location Based Service als App, d.h. Einloggen an Orten und Sehen, wo es Kontakte tun.

Interessant für Events, Reisen, ...

Wer einen eigenen öffentlichen Ort hat, sollte jedenfalls den eigenen Eintrag beobachten und pflegen, durchaus auch bei einem temporären Kunstprojekt.

Gut kombinierbar mit Facebook und Instagram.

### **Twitter**

<http://twitter.com>

Kurznachrichten-Dienst. Sehr schnelllebig.

Interessant v.a. für journalistische und politische Arbeit.

### **Flickr**

<http://www.flickr.com>

Foto-Dienst. Auch sehr gut für größere Foto-Portfolios geeignet.

Auseinandersetzung mit Urheber\_innenrecht nötig!

### **LinkedIn / Xing**

<https://www.linkedin.com> / <https://www.xing.com>

Business-Datenbanken, Angabe von Fähigkeiten und Lebenslauf und Vernetzung mit anderen, die meist sehr viel über die Person aussagt. Eintrag sinnvoll.

### **Hilfreiche Tools für die (kollaborative) Arbeit**

Doodle <http://doodle.com> - Termine vereinbaren

Projektmanagement-Tools - qualifizierte Infos z.B. bei

<https://www.facebook.com/groups/projektmanagement4.0>

Delicious <https://delicious.com> - Bookmarkingdienst

Etherpad z.B. auf <https://medienpad.de> - gemeinsam auf Distanz an einem Text arbeiten, auch ideal für Workshops

## **Spezielle Datenbanken für Künstler innen**

Eine Übersicht findet sich auf <http://www.fiftitu.at/de/service/links>

Ein Eintrag macht Sinn, weil er die Wahrscheinlichkeit erhöht, gefunden zu werden - und die Einträge generieren meist Links zur eigenen Website.

Tipp: 1-2 x im Jahr alle verwendeten Datenbanken und Social Media Dienste kontrollieren (Kalendereintrag?):

Kontakt-Daten noch aktuell? Aktuelle Projekte eintragen. Event. Passworte ändern.

## **Tipps**

### **Eigener Online-Shop**

Wichtig ist Integration in die Website und in andere Dienste!

Genaue Überlegungen zum Prozedere, z.B. Bezahlungsmöglichkeiten, Versandkosten, ...

Rechtliche Vorschriften beachten! (Infos z.B. auf der Website der Wirtschaftskammer)

Kleinauflagen von Produkten wie T-Shirts, Taschen, Handyhüllen z.B. via <http://www.spreadshirt.at> möglich, Shop kann in Website integriert werden. Aber auch viele Online-Druckereien bieten günstige Druckmöglichkeiten auf allen möglichen Objekten.

Dawanda <http://www.dawanda.com> (v.a. deutschsprachig) und Etsy <https://www.etsy.com> (international) sind Shop-Portale für Designprodukte und Selbstgemachtes. Auch gut in eine Website integrierbar. Keine Fixkosten, aber Umsatzbeteiligung der Portale.

Gute umfangreiche Tipps im Verkäuferportal <http://de.dawanda.com/cms/c/de/Verkaeferportal>

### **Crowdfunding**

= Spendensammeln für ein Projekt unterstützt mit Hilfe von Social Media

Es gibt erfolgreiche Beispiele, aber: wesentlich mehr Arbeit als von außen sichtbar = einige Wochen Fulltime-Job. Steht dieser Aufwand dafür?

Viele gute Infos unter <http://www.gumpelmaier.net>

### **Datenschutz**

„Was im Internet ist, kann nicht mehr gelöscht werden“.

Nur das online stellen, was jede\_r wissen kann/darf/soll.

Aber: sinnlos auf Kontaktdaten auf der Web- oder Facebook-Seite verzichten, die ja vielleicht auch eine\_n Käufer\_in interessieren, aber diese stehen sowieso im Telefonbuch.

Eigene, selbstorganisierte Präsenz im (Social) Web erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die ersten Fundstellen bei Google jene sind, die selbst gestaltet werden können.

### **Urheber\_innenrecht**

Realistisch werden auch die Urheber\_innen-Rechte von Künstler\_innen im Internet oft nicht beachtet.

Wer mit den Urheber\_innen-Gesellschaften arbeitet oder Verträge mit größeren Konzernen abschließt, gibt oft viele Recht am eigenen Werk ab.

Interessante Alternative: Creative Commons: <http://creativecommons.org>