



Die Presse

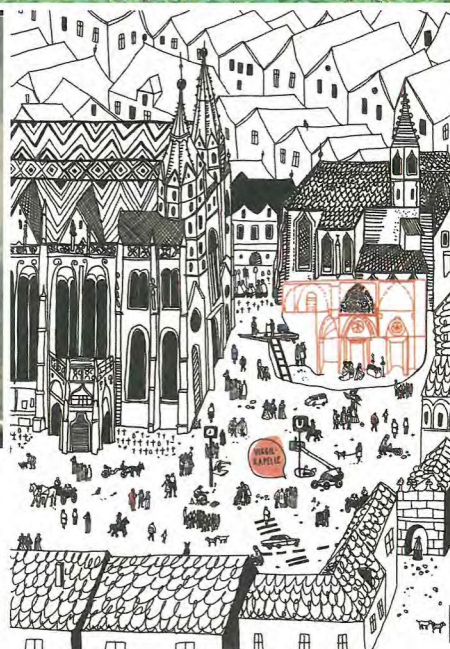
Jeder Crowd ihre Kunst (1/2)

Die Presse
 Seite KUL40, KUL41 / 16. Oktober 2015 / Auflage: 94618

Wemakeit

Kunst & Crowd

Unter den Kunstprojekten, die auf WeMakelt.at um Unterstützung buhlen: ein Buchprojekt von Birgit Graschopf (rechts), der „Austrian Superheroes“-Comic (Illustration: Leo Koller, links unten) und sogar das Wien-Museum mit einer Monografie über die Virgilkapelle.



Das Geld für die Umsetzung von ambitionierten Kulturprojekten liegt heute ebenso wenig auf der Straße wie in der Vergangenheit. Etwas autonomer können aber jene Wage- mutigen agieren, die sich für die Finanzierung ihrer Vorhaben nicht an öffentliche Geldgeber oder spärlich gesäte Sponsoren aus der Privatwirtschaft wenden, sondern direkt an das Zielpublikum. Während das sogenannte Crowdfunding - also die web- basierte Suche nach Unterstützern, die mit Kleinbeträgen ein Projektvorhaben unter- stützen - anfangs primär in der Start-up- Szene beheimatet war, findet das Konzept nun auch in anderen Bereichen seine Anwendung. Im Kulturbereich gab es bis- lang gute Erfahrungen mit der Finanzie- rung von Filmen, nun folgt die bildende Kunst. Für Aufsehen sorgte zuletzt etwa die Neukonfiguration des Bank-Austria-Kunst- preises in Kooperation mit der Crowdfun- ding-Plattform WeMakelt.at.

Seit September laufen dort 32 Kampagnen mit Kunstbezug, die bei erfolgreichem Abschluss (zur Erinnerung: Die zugesagten Geldbeträge werden nur fällig, wenn ein Projekt die gesamte vorab definierte Ziel- summe erreicht) zu einem Drittel von der Bank Austria mitunterstützt werden. „In Österreich ist diese Verknüpfung von Spon- soring und Crowdfunding neuartig“, sagt Simone Mathys-Parnreiter von WeMakelt.at Österreich. Über eine der Motivationen für den Sponsor sagt Katja Erlach von der Bank Austria: „Die Annahme durch die Crowd ist durchaus ein Nachweis für ein gelungenes Konzept. Natürlich muss man auch die Art der Unterstützer genau anschauen und die Entwicklung des Zuspruchs genau beobachten.“

Jeder Crowd ihre Kunst

Vermehrt fließt derzeit Geld über Crowdfunding an Kunstprojekte. Der Bank-Austria-Kunstpreis crowdet mit.

Text: Daniel Kalt



Die Presse

Jeder Crowd ihre Kunst (2/2)

Die Presse
 Seite KUL40, KUL41 / 16. Oktober 2015 / Auflage: 94618

Wemakeit

Der bei Crowdfunding notwendigerweise inkludierte Aspekt der Eigen-PR ist für die Initiatoren nicht minder wichtig. Schließlich müssen zur Selbstdarstellung Bilder und Texte hochgeladen werden, gut werden von der Crowd auch die üblichen Präsentationsvideos aufgenommen. Die Künstlerin Birgit Graschopf, die bei Redaktionsschluss das angestrebte Ziel von 9000 Euro für einen Werkkatalog bereits erreicht hat, bestätigt: „Selbst wenn ich den Betrag nicht geschafft hätte: Es kennen mich nach der Kampagne eindeutig mehr Menschen als davor, und das war mir natürlich auch wichtig.“

Ein Tritt in den Hintern. Mit dem Gedanken, ihr Buch möglicherweise über Crowdfunding zu finanzieren, hatte Graschopf zwar schon im Vorfeld gespielt, die Neuausschreibung des Bank-Austria-Kunstpreises war aber der endgültige „Auslöser, mir selbst in den Hintern zu treten und das Projekt ernsthaft anzugehen“. Die Unterstützung durch Klein- und Kleinstsponsoren gebe ihr zudem das Gefühl von Eigenständigkeit: „Ich fühle mich autonomer, wenn das Geld nicht nur von der öffentlichen Hand kommt.“ Für ihre Unterstützer hat Graschopf durchaus attraktive Gegenleistungen (beim sogenannten Reward-based

Crowdfunding werden diese stets angeboten) parat. Für 30 Euro gibt es eine signierte Fotografie aus einer auf 30 Stück limitierten Edition. Für 3800 Euro bekommt man eine jener Wandbelichtungen, für die Graschopf bekannt ist und die als permanente Installationen auch in der Albertina zu sehen sind.

Für ein anderes Publikationsprojekt sucht Buchautor und Comic-Kenner Harald Havas Unterstützer auf WeMakelt.at: Auch seine Kampagne für die „Austrian Superheroes“-Comicreihe ist Teil des Bank-Austria-Kunstpreises. „Ich bin seit 30 Jahren als Autor tätig, auch im Comichereich“, so Havas. „Ich kenne also die gesamte deutschsprachige Szene, und darum war mir klar, dass ich keinen Verlag für dieses neue Projekt finden werde.“ Darum habe

„Ich fühle mich autonomer, wenn das Geld nicht nur von der öffentlichen Hand kommt.“

auch er sich schon im Vorfeld mit dem Gedanken getragen, eine Crowdfunding-Initiative zu starten. Allerdings sei er sich noch nicht darüber im Klaren gewesen, über welche der existierenden Plattformen er die Kampagne laufen lassen würde. Die Kooperation von WeMakeIt.at mit der Bank Austria gab schließlich den Ausschlag. Ebenso wie Birgit Graschopf hebt Havas den Zusatznutzen der Öffentlichkeitsarbeit hervor - beziehungsweise die Verpflichtung, solche zu leisten: „Ohne Crowdfunding fängt man nach dem Druck eines Buches mit der PR bei null an. So läuft die Bekanntmachung des Projekts aber begleitend, auch über Social Media.“

Eintritt oder Reward? Unter den 32 für den BA-Kunstpreis nominierten Kandidaten finden sich auch manch alte - und erstaunlich große - Bekannte: Auch das Wien-Museum buhlt hier um Gelder aus relativ kleinen Säckeln; man bemüht sich um die Förderung einer wissenschaftlichen Publikation über die Virgilkapelle. „Das Wien-Museum ist nicht nur in Österreichs Museumslandschaft ein Pionier“, sagt Simone Mathys-Parnreiter. Stellt sich für potenzielle Besucher des Hauses eigentlich nur mehr die Frage: Eintritt zahlen oder Crowdfunding unterstützen? ✍