

## **Sie können Glück haben oder mich treffen!**

Es ist nicht das Spiel, sondern wie du es spielst... Wie man Öffentlichkeitsarbeit in eigener Sache macht

### **1 Aus meinem Leben**

Ich habe es gelernt, auf den ersten Blick, Profis von Amateuren zu scheiden. Denn für beide gibt es untrügliche Anzeichen. Amateure, die großteils nur das Brett vor ihrem Kopf dekorieren oder sich ihren Kerker anstreichen, anstatt ihn einzureißen, sehen nur sich. Sie kennen weder andere Künstler ihrer Region oder ihrer Zeit. Sie leben in einem Vakuum. Wenn sie etwas sagen dann heißt es „Ich und Picasso...“. Wobei mir dann meist noch erklärt wird, wer Picasso war bzw. nachgefragt wird, ob ich den kenne...

Ich übertreibe dabei, aber nur ein klein wenig.

Diese Klientel fragt mitunter, ob sie den Text vorher lesen dürfe, damit nichts Falsches darin steht. Das ist dann der Punkt, an dem sie das Glück verlässt. Ich gebe mir schon lange keine Mühe mehr, in solchen Momenten höflich zu sein. Denn wer so etwas verlangt, kennt weder das Grundgesetz, noch verfügt er über ein irgendwie geartetes Demokratieverständnis. Kurz: Das macht man nicht. Wenn man befürchtet, falsch rüberzukommen, dann muss man das selbst steuern und nicht mir derart ungesetzlichen Dummheiten kommen. Für mich sind solche Leute damit erledigt. Ein Profi macht das nämlich nicht. Dem ist es gewissermaßen egal, solange der Namen richtig geschrieben steht. Ich selbst, die ich beide Seiten dieses Lebens in der Öffentlichkeit kenne, lese erst gar nicht das, was man über mich schreibt. Ich lasse jedem das Recht, meine Arbeit gut zu finden.

Geht mich jemand an, dann verhalte ich mich ebenso. Denn als Kritikerin habe ich immer diejenigen am meisten geschätzt, die auf einen Verriss von mir, mich weiterhin grüßten. Es zeigt mir, dass es sich um selbstbewusste Menschen handelt, die mit Kritik umgehen können. Die Amateure hingegen blasen gewohnheitsmäßig zur Schlacht um Doofbruk, indem sie Freunde,

Verwandte, Nachbarn Leserbriefe schreiben lassen, in denen das Wort „Kritikerin“ in Anführungszeichen geschrieben ist. Eine meiner Lieblingsstellen verdankt sich einer solchen von einem Maler und Absolventen dieser Schule angestregten Leserbriefflut. Darin schrieb eine Frau mit Doppelnamen, dass ich, die Kritikerin in Anführungsstrichen nicht den Körper hätte, um die Schwingungen zu empfangen, welche die Malerei des besagten Künstlers verströme. Daraufhin habe ich mich gefragt, ob diese Leute den Unterschied zwischen Menschen und Mobilfunkantennen kennen.

Dass der Maler, den ich bis dahin immer für einen Profi gehalten hatte, mir auch noch einen fünfseitigen handgeschriebenen Brief (allerdings von meiner Mutter, nicht von mir gelesenen Brief) zukommen ließ, war für mich der Fall klar: Hier handelt es sich um einen Amateur der besten Sorte, der in seinem Verhalten den Damen und Herren aus den Sommerakademien und Volkshochschulkursen in nichts nachsteht.

Überlegen Sie sich daher immer Ihre Reaktion gut. Ich rate dazu, solche Dinge nicht allzu ernst zu nehmen. Lieber ein ordentlicher Verriss als gar keine Aufmerksamkeit.

Überlegen Sie stets, ob Sie mit einem Leserbrief antworten. Ein in Richtung Öffentlichkeit geschossener Pfeil kann sich im Flug umdrehen und einen am Ende selbst zerfetzen. Denn wer sich allzu öffentlich aufregt, kompromittiert sich meist selbst.

Im Umgang mit der Presse gilt, was zwei Busfahrer in dem Film „Die Reise in einem total verrückten Bus“ auf den Punkt brachten, als sie die gerade einsteigenden Passagiere betrachteten und der eine zum anderen sagte: „Versuche sie wie Menschen zu behandeln“

Das gilt für mich wie auch für Sie als Öffentlichkeitsarbeiter in eigener Sache. Ansonsten gilt: Wer mich für blöd hält, der handelt auf eigene Gefahr. Denn wer den Text schreibt, dem obliegt die Entscheidung wie derjenige erscheint, um den es darin geht. Das Ergebnis mag immer mit

einem Risiko verbunden sein. Es scheint schlichtweg nicht kalkulierbar. Doch es ist möglich, hier etwas zu tun.

Schauen wir also auf den Künstler und seine Erscheinung

## **2 Wie man falsch spielt –gegen das Bildnis vom Künstler als verrücktem Typen<sup>2</sup>**

„Ist halt ein Künstler“ – Niemand sollte sich mit dieser Zuordnung zufrieden geben, noch dahinter verstecken. Ich für meinen Teil bin nicht bereit, menschliches Fehlverhalten durch eine vorgebliche Künstlerexistenz zu entschuldigen. Es mag zwar geil sein, ein Arschloch zu sein, aber man muss sich auch leisten können, in einer Kommunikationssituation Amok zu laufen. Sagen wir, ab der ersten Ausstellung im MoMa und Platz Fünf auf der Liste der weltweit bestverkaufenden Künstler darf man sich das erlauben. Beziehungsweise es spielt dann keine Rolle mehr, solange die Kasse stimmt. Für alle anderen gilt, was Jo Enzweiler der Kunsthochschule 1989 als Gründungsrektor mit auf den Weg gab:

Zitat Enzweiler

Daher gilt:

Man muss sich überlegen, wie man auftreten will. Selbstinszenierung ist wichtig, doch sie muss der jeweiligen Situation angemessen sein.

Auffallen ist immer ein gutes Mittel, sich auf dem Markt durchzusetzen. Doch kann das in der Provinz oder in den falschen Kreisen fehl zünden. Wie neulich als aus Anlass einer Vernissage eine unangekündigte Performance als simuliertem Geburtsvorgang zu ertragen war. Kommentar einer Bekannten: „So ist das, wenn 50-jährige Männer Performance machen wollen.“ Anders gesagt: Peinlich. Das mag wirklich nur noch im letzten Kuhdorf als skandalös durchgehen. Es bestätigt lediglich das obengenannte Klischee vom Künstler als prinzipiellen Quertreiber, Freak oder

Außenseiter, kurz gesagt: als einer nicht-kommunikativen Persönlichkeit, einem Sonderling, der mit seinen Mitmenschen nicht kommunizieren kann. Doch jemand, der mit seiner Arbeit in die Öffentlichkeit strebt, und um nichts anderes handelt es sich bei dem Vorgang des Ausstellens, muss kommunizieren. Das heißt: Er handelt in der Absicht, dass das, was er sagt, verstanden werden soll.

Als Ausrede gilt daher nicht das Goethe-Wort „Bilde Künstler, rede nicht.“ Im Zeitalter des erweiterten Kunstbegriffs, zu dem nicht nur die Produktion, sondern auch die Distribution und die Rezeption gehören, also die Art und Weise wie Kunst verbreitet und wahrgenommen wird. Es gilt vor allem, wenn wir es mit einem Umfeld zu tun haben, das nicht vom Fach ist. Hier muss man etwas tun, um das, was man macht, zu vermitteln. Um solche Situationen geht es mir in meinem Vortrag. Sie sind typisch und ähneln sich in gewisser Weise in ihrer Grundstruktur. Deshalb kann man sich auch auf sie vorbereiten.

Und um diese Vorbereitung des öffentlichen Auftretens geht es mir. Dabei verhält es sich so, dass Sie das Unberechenbare zu berechnen lernen und das Unkalkulierbare zu kalkulieren.

### **3 Die Situation erkennen und einmal von sich auf die anderen schauen**

Ich gehe von mit meinen Empfehlungen von der Alltagssituation aus. Das heißt, jemand tritt als Kunststudierender oder als Absolvent der Kunsthochschule an die Öffentlichkeit. Sofern es in unserer Region geschieht, darf sie oder er davon ausgehen, dass er, wenn er in Püttlingen, Merzig oder Ottweiler ausstellt, es mit einer Mitarbeiter oder einem Mitarbeiter einer Lokalzeitung zu tun hat, die auch über Jahreshauptversammlungen des Obst- und Gartenbauvereins schreibt.

Sich diesen Menschen zu verweigern, ist falsch. Man muss mit denen arbeiten, die da sind. Auf eine Abordnung von „Kunstforum“ oder der „art“,

der „Süddeutschen“ zu warten, dauert zu lange. Man sollte diese Situationen daher als Übung im Umgang mit der Öffentlichkeit ansehen.

#### **4 Das Problem sind auch die anderen, aber das wissen sie nicht.**

Wichtiger: Es hat keinen Zweck, es ihnen zu sagen. Man muss es in seiner Darstellung berücksichtigen. Die Hoffnung auf ein kenntnisreiches Gegenüber ist albern. Woher soll er kommen? Entscheidend ist, was jetzt gerade abläuft.

Gehen wir die Liste der Gefahrenquellen durch:

Vermeiden Sie es, dem Pressevertreter sofort einen von Ihnen geschriebenen Text auszuhändigen. Beobachten Sie zuerst Ihr Gegenüber und hören Sie darauf, was es sagt.

Ein Beispiel aus den frühen Jahren dieser Schule

„Der Zaun“, Protokoll 20.02.90 (Zitat)

Das war zweifellos gut gemeint, aber einem gestandenen Kritiker und Kunsthistoriker wie Wolfgang Koch einen Text auszuhändigen, war überflüssig. Der Mann war bereits über 20 Jahre im Geschäft und wusste, was läuft. Wenn schon, dann bitte erst nach dem Gespräch und auch nur dann, wenn Ihr Gegenüber sich auch dann noch als ahnungslos erweist.

Doch zurück zum Anfang: Bemerken Sie, dass der Pressevertreter sich auskennt, dann respektieren Sie das. Sollte er sich schon in den ersten Minuten als ahnungslos erweisen und vielleicht sogar selbst darauf hinweisen, dann klären Sie mit einfachen Worten, was Sie tun. Das ist Ihre Aufgabe, sich vor dem Gespräch sich entsprechende Sätze zurecht zu legen.

Das geht nicht gleich beim ersten Mal, aber das kann man alles lernen.

## 1. Beispiel: Gespräch mit einem unbekanntem Künstler

Was machen Sie da?

Wie kommen Sie dazu?

Ist das typisch Spanisch/Weiblich?

Es geht darum, falsche Fragen richtig zu beantworten.

Wissen Sie ein ausgefallenes Erlebnis? Das ist eine Standardfrage, die Redakteure Mitarbeitern mit auf den Weg geben. Lachen Sie daher den Mitarbeiter nicht aus, sondern legen Sie sich eine Geschichte zurecht, die Ihnen gefällt. Das gehört mit zur Vorbereitung.

Tipp: Schreiben Sie auf, womit Sie sich beschäftigen. Erklären Sie Ihr Material, Ihre Technik und die Frage, die Sie beschäftigt. Tun Sie es mit möglichst einfachen Worten. Üben Sie mit und an Ihren Freunden, Familienangehörigen und Bekannten, die nicht vom Fach sind.

Das heißt nicht, dass Sie das, was Sie tun banalisieren, sondern es bedeutet, dass Sie das, was sie beschäftigt in Worte fassen. Und zwar rechtzeitig. In einer Interviewsituation ist es zu spät. Es macht auch nichts, wenn es einmal daneben geht. Solange man aus dieser Situation etwas für die Zukunft lernt, war sie nicht umsonst.

Auch gibt es Sätze, die Sie besser nicht sagen sollten:

Ach, Sie kennen sich aus..., wenn der andere eine banale Sache, zum Beispiel einen Komplementärkontrast erkennt

Was Sie wahrscheinlich nicht wissen..., das setzt beim anderen Unwissen voraus, und das geht nicht.

Schreiben Sie was Schönes..., als Abschiedgruß absolut untauglich, weil es den anderen zum Idioten macht, der nicht in der Lage ist in zusammenhängenden Sätzen zu handeln.

Kann ich den Text vorher sehen..., das ist ungesetzlich

Ja, die Frau K., die konnte schreiben, so was gibt es heute nicht mehr..., wer jetzt noch auf Freundlichkeit hofft, ist naiv

Wann kommt der Text..., wenn ich das wüsste, würde ich als Hellseher auftreten

Die Presse muss. Das ist ihre Aufgabe..., die Presse muss nichts. Ich muss nichts außer sterben. Mich bestellt man nicht zum Rapport. Ich bin als freie Autorin niemand weisungsgebunden. Schon gar nicht einem Künstler, der die Öffentlichkeit, sprich die Presse zu seiner Ausstellung einlädt. Er lädt ein, und die Presse kommt. Sie muss es nicht wahrnehmen!

Was Sie auch noch..., dieser Satz als Antwort auf die Ankündigung, dass man einen Termin wahrnehmen will, ist unfassbar.

Beispiel 2: Gespräch mit einer mir bekannten Künstlerin

Problem: Weil man sich kennt, muss man dennoch einen sachlichen Umgangston während des Gespräches finden.

Der Einstieg ist leichter, weil ich sofort auf die Arbeiten Bezug nehmen kann.

### **5 Eigene Texte, die man zureicht, zum Beispiel eine Pressemitteilung.**

Im Falle einer Ausstellung: Ort und Zeit, Kontakttelefonnummer, unter der man die/den Ausstellende erreichen kann. Das ist zum eigenen Komfort, denn während einer Vernissage ein Gespräch zu führen, ist nicht gut. Die Gäste wollen dem Künstler gratulieren. Auch muss er/sie sich um diese kümmern. Zudem braucht ein Gespräch, wenn es denn etwas bringen soll,

Zeit. Am besten einen Zeitpunkt vor der Vernissage ausmachen bzw. anbieten.

Inhalt: Kurze Information über das, was gezeigt wird. Hier kommt die kurze Beschreibung der eigenen Arbeit zum Tragen. Die Betonung liegt auf „kurz“, denn lange Texte liest niemand. Biographische Angaben gehören ebenfalls dazu.

Die Einladung sollte 14 Tage vor der Ausstellungseröffnung bei einer Redaktion eingehen. Will man in einem Veranstaltungskalender vertreten sein, dann bitte erkundigen, wann dort Redaktionsschluss ist. Eine Telefonnummer findet man meist im Impressum der betreffenden Magazine.

Liegt der Einladung bzw. der Pressemitteilung ein Begleitschreiben bei oder ist die Einladung als eine Art Brief verfasst, ist der Hauptadressat immer die betreffende Fachredakteurin oder die Redaktionsleitung anzuschreiben. Dazu muss man sich erkundigen, um wen es sich handelt. Das muss man herausfinden. Nichts ist unangenehmer als ein falscher Adressat, etwa ein längst pensionierter oder nicht mehr für diese Redaktion arbeitender Journalist. Auch muss der Name des Angeschriebenen immer korrekt geschrieben sein. Ein falscher Name ist einfach nur ein Ausdruck von Nachlässigkeit und Ignoranz.

Soll der Text als Ankündigung gedruckt werden, ist dringend zu beachten:

Vorteilhaft ist, wenn der Text auf Zeilenlänge geschrieben ist. Also rund 36 Anschläge pro Zeile. Maximal 60 Zeilen.

Ideal ist, wenn die Redaktion den Text nicht zu kürzen braucht. Denn je mehr Eingriffe in einen Text erfolgen, desto größer ist die Gefahr, dass Inhalte sich verändern.

Daher den Text so anlegen, dass er nicht gekürzt zu werden braucht.



Er sollte nicht länger als 60 Zeilen sein.

Die Sätze dürfen nicht lang bzw. verschachtelt sein.

Der Text soll die Künstlerin/den Künstler kurz vorstellen, indem Alter, Ausbildung und Anlass der Ausstellung erwähnt werden.

Die eigene Arbeit ist in ein paar Sätzen zu beschreiben, wobei das Gebot der Einfachheit gilt. Das heißt nicht, banal oder falsch, sondern mit Worten jenseits des Fachjargons.

Gut ist, wenn man sich darin selbst in wörtlicher Rede zitiert. Das klingt nur auf den ersten Blick albern, denn die Pressemitteilung hat keinen Autor, keine Autorin, der/die sich in ihrem eigenen Text selbst zitierte. Man kann es daher ruhig tun. Denn wörtliche Rede öffnet den Text, und er liest sich besser.

Der genaue Adressat ist festzulegen. Sofern er nicht bekannt ist, bei der Redaktion anrufen und sich nach dem zuständigen Redakteur erkundigen bzw. im Impressum der Zeitung nachschauen. Der Name des Angeschriebenen ist in jedem Fall richtig zu schreiben.

Der Text ist ebenfalls 14 Tage vor Ausstellungsbeginn zu verschicken. Es geht in keinem Fall, einen Tag vor der Ausstellung bei der Redaktion aufzutauchen. Eine Woche vor Ausstellungsbeginn sollte man auf der Redaktion anrufen und sich erkundigen, ob der Text angekommen ist. Wenn nicht, dann bitte nicht fluchen oder über die Zustände in der Redaktion schimpfen, sondern unverzüglich den Text noch einmal schicken. Am besten persönlich vorbeibringen. Denn der Künstler will etwas von der Zeitung, nicht umgekehrt.

Auch hier gilt, was die beiden Busfahrer einander mitteilten: „Versuche sie wie Menschen zu behandeln.“

Auf die Presse zu schimpfen, ist keine Lösung, weil man damit sein Ziel nicht erreicht. Das Ziel, das man sich bestimmt hat, hat oberste Priorität. Danach richtet man seine Schritte aus.

Das heißt, das Unkalkulierbare zu kalkulieren. Man muss deren Arbeitsweisen, um erfolgreich seine Botschaft durch die feindlichen Gebiete zum Leser zu bringen.

Dazu gehört, das Gegenüber mit dessen eigenen Waffen zu schlagen. Auch dort ist Geiz geil. Deshalb ist es immer gut, ein reproduzierbares Foto bzw. eine Bilddatei – bitte nur JPGs – mitzuliefern. Ein Foto nützt der eigenen Sache sehr, und die Zeitung druckt gerne Fotos, die sich nichts kosten. Damit kann man arbeiten. Ebenso freut sie sich über gute und kostenlose Texte. Wenn man verhindern will, dass jemand irgendeinen Unsinn schreibt, empfiehlt sich, einen Presstext als Ankündigung seiner Ausstellung mitzuschicken.

Sollte es außerdem zu einem Pressegespräch kommen, gilt es sich gut vorzubereiten und noch auf dumme Fragen hilfsbereit und höflich zu antworten. Den anderen kann ich nicht ändern, aber ich kann mich auf dessen Unfähigkeit einstellen. Dass braucht man nicht mehr, wenn man bei der documenta mit dabei ist. Aber dann hat man es meist mit Fachleuten zu tun.

Bis dahin gilt: Es liegt nicht am Spiel, sondern wie man es spielt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

© SABINE GRAF