

Tobias Liebert

Olaf Zimmermann: Medienarbeit und Marketing. Künstlerhandbuch

1995

<https://doi.org/10.17192/ep1995.4.4590>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Liebert, Tobias: Olaf Zimmermann: Medienarbeit und Marketing. Künstlerhandbuch. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 12 (1995), Nr. 4, S. 430–431. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1995.4.4590>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Olaf Zimmermann: Medienarbeit und Marketing. Künstlerhandbuch

Köln: Atelier-Verl. 1995 (Kleine Atelier-Bibliothek; Bd. 6), 84 S.,
DM 37,20, ISBN 3-9803131-3-1

An How-to-do-Literatur über Marketing und Public Relations mangelt es nicht gerade. Auf welche Leser es das vorliegende Büchlein abgesehen hat, offenbart uns der Untertitel: ein „Künstlerhandbuch“. Gibt es unter Kunstschaffenden und -mittlern mehr 'Marketing- und Medienmuffel' als anderswo? Olaf Zimmermann, Fachautor der Kunstszene und selbst Galerist, scheint es zu glauben, denn er schreibt eingangs: „Die Instrumentarien der Öffentlichkeitsarbeit im Kunstbereich erinnern oft eher an die Werbeanstrengungen eines Tante-Emma-Ladens als an einen expandierenden Zukunftsmarkt“. (S.9) Um dies zu ändern, vermittelt er auf den folgenden Seiten ABC-Wissen zum Thema. Wer von hinten zu blättern anfängt, der findet zunächst Hinweise auf weitere Bände aus dem Atelier-Verlag (6 Seiten), dann ein Personen- und Stichwortverzeichnis (9 Seiten), Literaturempfehlungen (5 Seiten) und Adressen (13 Seiten). Alles an sich durchaus nützliche Bestandteile eines praktischen Ratgebers, aber im vorliegenden endet der eigentliche Text dadurch halt schon auf Seite 54 – Platz für acht Kapitel. Der Autor erklärt Kunstmarketing („Anders sein!“), führt den Verhüllungskünstler Christo als Beispiel vor, stellt Schritte und Mittel der Medienarbeit dar (z.B. Pressemitteilung mit den „W-Fragen“), vergißt auch nicht „Direktmarketing“ und „Kunst-Placement“. „Wie sieht er nun aus, der potentielle Kunstsammler, der [...] umworben werden soll?“ (S.45), auch darüber ist etwas zu erfahren, wie auch über Quellen der Informationsbeschaffung. Und dann startet der Überflug – wie schon gesagt – in den Anhang. Ob der Pilot, äh: Autor, seine Künstler-Passagiere damit zu Marketing und Public Relations bekehren kann?

Tobias Liebert (Leipzig)