

Leitfaden zum Publizieren für Künstler*innen

Ob als eigenständige künstlerische Arbeit oder Künstlerbuch, als Dokumentation ephemerer oder temporärer künstlerischer Werke, als Katalog zu einer Ausstellung, als repräsentatives Präsentationsmaterial für Projekt- und Kooperationspartner sowie potentielle Förderer oder Käufer, als öffentlichkeitswirksames Vermittlungsmedium zur Verbreitung des künstlerischen Schaffens oder zur Steigerung der künstlerischen Reputation - die Funktionen von Publikationen sind für Künstler*innen ebenso vielfältig, ebenso wie die Möglichkeiten des Publizierens.

Bevor es an die konkrete Planung und Realisierung geht, sollten das Konzept des publizistischen Vorhabens sowie die Intention klar definiert sein:

- Was möchte ich mit der Publikation, ob als haptische Printversion oder digital, bewirken und
- Mit welchen Mitteln und Wegen lässt sich das optimalste Ergebnis erzielen?

Verlag oder Eigenpublikation?

Hinsichtlich der Vorgehensweise steht als grundlegende Entscheidung zu Beginn die Wahl zwischen

- dem Publizieren im Eigenverlag oder
- in Zusammenarbeit mit einem professionellen (Kunst-)Verlag und / oder Herausgeber.

Dabei ist zu beachten und abzuwägen: Was sind die Vor- und Nachteile für mein spezifisches Vorhaben und welche Potentiale aber auch Risiko birgt die Zusammenarbeit mit externen Partnern, wie Verlagen und Herausgebern? So kann die eigene Reputation durch die Wahl namhafter Herausgeber*innen und Autoren (z. B. Kunstkritiker*innen, Kunstwissenschaftler*innen, Galerist*innen, Mitarbeiter*innen aus Museen und

Kunstvereinen) steigen, jedoch der eigene Einfluss auf Inhalte und Gestaltung möglicherweise hierdurch sinken.

In der Zusammenarbeit mit einem Verlag profitiert man von seinem Vertriebsnetzwerk und der Verbreitung über dessen Distributionskanäle. Die professionelle Organisation der technischen Abläufe stellen ebenfalls einen Vorteil für den Künstler dar.

Hingegen können Verlagsvorgaben im Gegenzug die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten für die Publikation einschränken und die Kosten stark in die Höhe treiben. Möchte man den Katalog also zum (in der Regel kostenlosen) Verteilen im großen Stil verwenden –als eine Art erweiterte Visitenkarte – wäre der Eigenverlag sinnvoll. Hat man zum Ziel, u.a. auch in Fachbibliotheken vertreten zu sein und neue Kreise der Aufmerksamkeit zu erschließen, wäre das Publizieren im professionellen Verlag sinnvoller.

Die professionelle Abwicklung nach Schema des Verlages kann das Kostenmanagement beeinflussen – negativ wie positiv. Ein Verlag verlangt aktuell beispielsweise mindestens sechstausend Euro für eine fünfzigseitige Publikation. Man sollte genau abwägen, wie für den eigenen Zweck die Kosten-Nutzen-Bilanz ausfällt. Wichtig ist also: zu Anfang muss geklärt werden, wer durch seine spezifischen Kompetenzen welche Leistungen übernehmen kann sowie die Aufgaben dem entsprechend zu verteilen und zu koordinieren. Dies sollte schriftlich festgelegt sein, ebenso wie die Verantwortung der einzelnen Parteien für die entstehenden Kosten. Nur auf dieser Grundlage kann man letztendlich die für die eigene Publikation richtige Entscheidung in der Frage „Verlag oder Eigenpublikation“ treffen.

Checkliste 1: Inhalt

Was ist nun generell bei Inhalt und Ausführung von Publikationen zu beachten und festzulegen? Hier ein paar Stichpunkte zur Orientierung:

- Umfang und Format
- Aufbau, Inhalt
- Bildmaterial, Gestaltung, Papier- und Druckqualität
- Sprache

- Druckauflage
- Impressum

Checkliste 2 : Finanzierung

Elementar ist die rechtzeitige Erstellung eines stets zu aktualisierenden Kosten- und Finanzierungsplans, der die wesentlichen Einnahmen und Ausgaben berücksichtigt. Eine realistische Kalkulation - anhand von Angeboten und Erfahrungswerten - ist dabei von zentraler Bedeutung. Folgende Kosten sind exemplarisch bei einer Publikation grundlegend zu berücksichtigen:

- Druck- und Herstellungskosten
- Autorenhonorare
- Lektorat
- Redaktionelle Arbeiten
- Bildbearbeitung und Lithografie
- Layout, Grafik und Satz
- Geschäftsausgaben, Personal- und Betriebskosten
- Werbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit inklusive Reisekosten
- Es gibt Verlage, die berechnen dem Künstler etwas für die Publikation
- Kosten für die ISBN-Nummer bei Publikation im Eigenverlag

Um den Eigenanteil hier so gering wie möglich zu halten, bedarf es insbesondere der Förderung von Sponsoren und Stiftungen.

Generell heißt es hierbei: Initiative ergreifen! Unabhängig von der Funktion und der letztlichen Realisierung gilt es Engagement zu zeigen, aktiv auf Kooperationspartner, Sponsoren und Förderstellen heranzutreten, für sein Projekt zu werben und zu begeistern. Primäre Anlaufstellen für Projektförderungen oder Druckkostenzuschüsse können sein:

- Stiftungen,
- öffentliche Einrichtungen und Institutionen

- private Sponsoren
- Unternehmen - wie Banken, Versicherungen oder Energiekonzerne

Ein zielgruppenorientierter Fokus kann die Erfolgsaussichten auf eine Förderung begünstigen, denn zum Teil haben auch kleinere spezifisch ausgerichtete Einrichtungen, Unternehmen oder lokale Vereine ein Interesse an Kooperationen. Man sollte sich fragen: Wer kann Interesse an dem Thema haben? Welche Gegenleistungen sind möglich und realisierbar? Welche Synergien können genutzt werden?

Einige allgemeine Fördermöglichkeiten für Publikationsprojekte sind beispielsweise zu finden unter:

www.stiftungen.org/themen/kunst-und-kultur.html

www.stiftungssuche.de

www.bildkunst.de/vg-bild-kunst/stiftung-kulturwerk/projektfoerderung-bewerbungsverfahren.html

www.kunstfonds.de/foerderprogramm/bewerbung/vermittlungsprogramm/

Weiterführende Links:

<https://upload-magazin.de/buch-zukunft/selfpublishing-leitfaden-183/>

<https://www.a-n.co.uk/news/artists-self-publishing>

<http://www.artbusiness.com/catalogue.html>

<https://www.bloomsbury.com/us/academic/for-authors/a-guide-to-the-publishing-process/>

<http://blog.kunsterfolg.de/ein-katalog-muss-sein-%C2%AD-aber-wie/>

Text: Julia Ritterskamp & Claudia Friedrich