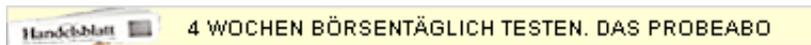


## Artikel drucken

---

Um diese Seite auszudrucken, benutzen Sie bitte die entsprechenden Funktionen Ihres Browsers (z.B. **Datei > Drucken**).



Abo-Service Handelsblatt Tel.: 0180.2 782 782 (0,06 € pro Anruf)

Panorama > Kultur

HANDELSBLATT, Freitag, 29. Oktober 2004, 09:06 Uhr

Bei Ebay gibt es seit zwei Jahren die Rubrik „Künstler-Selbstvermarktung“

## Lichtecht, wischfest und staubresistent

Von Mirko Driller, Handelsblatt

### Vom Internet-Trödel zur Kunstplattform: Bei Ebay kann man Kunst und Kultur erwerben. Selbst Ideen werden versteigert.



Ob Tintenpatrone, Konzertticket oder Gebrauchtwagen – bei Internet-Auktionen lässt sich praktisch alles ersteigern. Selbst Fliesenleger und Unternehmensberater bieten mittlerweile ihre Dienste via Ebay an. Und auch für Künstler entwickelt sich das Auktionshaus zur Kunst- und Kulturplattform. Der Gedanke liegt nah: In vielen Branchen verlieren die klassischen

Versorgungskanäle ihren Alleinvertretungsanspruch. Wenn es aber Champagner bei Aldi gibt und Musik im „iTunes“-Store von Apple – warum sollte sich dann bildende Kunst auf Galerien beschränken?

Bei Ebay gibt es seit zwei Jahren die Rubrik „Künstler-Selbstvermarktung“. Hier finden sich an einem typischen Auktionstag mittlerweile allein beim deutschen Ableger mehr als 2 500 Angebote – vorwiegend Gemälde nahezu aller Stilrichtungen.

Doch wie gut ist das, was angeboten wird? In der Qualität liegt der größte Unterschied zum traditionellen Kunstbetrieb. Denn während in Galerien Kuratoren über das Niveau wachen, darf bei Ebay jeder ein Werk oder Machwerk anbieten, der die Einstellgebühr zahlt. So entsteht ein Angebot, das eher dem in Kaufhauskunstabteilungen gleicht, sich also mit Landschaftsklischees und Stilleben unverhohlen am Massengeschmack ausrichtet.

Nicht nur gegenständliche Motive werden verlangt. Auch Abstraktes findet seine Käufer, vor allem wenn es in den Grenzen des Dekorativen bleibt. Anders als im etablierten Kunsthandel muss sich dieser praktische Gebrauchswert nicht hinter elaborierten Werkbeschreibungen verstecken. Als „lichtecht, wischfest und staubresistent“ preisen Anbieter ihre Werke. Auf Abbildungen sieht man sie praktischerweise gleich über dem Sofa hängen.

Entsprechend konsumentenfreundlich sind die Preise. Die meisten Objekte gehen für weniger als 100 Euro weg. Wer an Wertanlagen interessiert ist oder eine Kunstsammlung aufbauen will, dürfte hier selten fündig werden. Aber wenn es um einen farblich und stilistisch passenden Wandschmuck geht, ist das Preis-Leistungs-Verhältnis kaum zu schlagen.

Bekannte Galerien bieten ihre Werke nur selten bei Online-Versteigerungen an. Zu groß ist die Angst, an der Selbstabschaffung mitzuwirken oder den guten Ruf zu verlieren. Doch es gibt Ausnahmen. „Manche Galerien nutzen Auktionen als Marketing-Tool“, kommentiert Daphne Rauch, Sprecherin von Ebay Deutschland. Hohe Startbeträge sorgen dann dafür, dass nicht der Eindruck eines Ausverkaufs entsteht.

Eine neue Entwicklung könnte dafür sorgen, dass künstlerische Qualität bei Online-Auktionen besser erkennbar wird. In den USA haben sich Kollektive gegründet, die ihren Mitgliedern erlauben, die Zugehörigkeit zur Gruppe in ihren Werkbeschreibungen zu erwähnen. Sammler bekommen auf diese Weise per Suchwort ein Ausschlusskriterium an die Hand. Auch hier sind die Unterschiede groß: Der Verband EBSQ etwa nimmt zwar gegen Gebühr jeden Künstler auf, unterhält aber mit EBSQ Plus eine Art Premium-Marke, bei der Kuratoren eine Auswahl treffen. Andere Gruppen verstehen sich eher als Selbstorganisationen locker vernetzter Künstler mit gemeinsamem Credo. So bewegen sich zum Beispiel die Mitglieder der Gruppe AOA im Umfeld von Pop-Art und Fluxus.

Auch in Deutschland gibt es seit kurzem eine Online-Galerie. „Luecke und Partner“ existiert nur als Ebay-Shop ([www.lueckeundpartner.de](http://www.lueckeundpartner.de)), veranstaltet aber auch „Ausstellungen“ – virtuell. „Wir nehmen die Metapher der Galerie durchgängig auf“, sagt Markus Wirthmann, nach dessen Idee sich das Unternehmen gegründet hat. Der Shop ist nicht nur ein neuer Vertriebskanal, sondern greift Eigenschaften des Mediums auf und spielt mit der Enträumlichung der Kunst. Im September konnte man hier Ideen ersteigern. Das teuerste „Objekt“ ging für 1010 Euro weg: Es trug den Titel „money back guarantee“ und bestand in der sofortigen Rücküberweisung des gezahlten Betrags, dokumentiert durch einen Kontoauszug.

Auch in der darstellenden Kunst bedient sich die Avantgarde der Online-Auktion – als Vermarktungsinstrument. Die Berliner Theatergruppe „lunatik“ hat die Bühne abgeschafft und spielt ihr Stück „livingROOMS“ jeweils in der Wohnung desjenigen, der eine Woche zuvor am meisten dafür geboten hat. Dieses Modell hat in der Presse Furore gemacht: ein Wohnzimmer, 30 Zuschauer und zwei Schauspieler – ein ungewohnt realistisches Setting. Kein Wunder also, dass die Orte für die nächste Staffel schon versteigert sind.

Doch solche Projekte mit Ereignis-Charakter führen bei Ebay noch ein Nischendasein. Bands, die ihre Auftritte versteigern, gehen meist in der Rubrik „Dienstleistungen“ unter. Auch der Computerspiel-Programmierer, bei dem man sich die Rolle eines Fantasy-Characters ersteigern kann, oder der Zeichner, in dessen Comic der Meistbietende als Figur auftauchen darf, sind zurzeit noch Einzelfälle.

Meist wird Ebay eben doch als elektronisches Pendant zum Trödelmarkt gesehen: Die Vermittlung läuft über das Netz, aber die Ware ist handgreiflich und fotografierbar. Doch wie das Beispiel „livingROOMS“ zeigt, lässt sich über Internet-Auktionen auch Kulturförderung organisieren – zumindest im kleinen Stil. Eine abgespeckte Form des klassischen Mäzenatentums deutet sich an: das Micro-Sponsoring zum Schnäppchenpreis.

Die in Handelsblatt.com veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Nachrichten und Artikel beruhen teilweise auf Meldungen der Nachrichtenagenturen AP, AFP , ddpADN, dpa , sid , Reuters, und vwd. Dennoch können weder die Verlagsgruppe Handelsblatt noch deren Lieferanten für die Richtigkeit eine Gewähr übernehmen. Das Handelsblatt weist ausdrücklich darauf hin, dass die veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder Rechten darstellen. Sie ersetzen auch nicht eine fachliche Beratung. Die Verlagsgruppe Handelsblatt versichert zudem, dass persönliche Kundendaten mit grösster Sorgfalt behandelt und nicht ohne Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergegeben werden. Alle Rechte vorbehalten.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung des Verlages ist untersagt.

All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.

[schließen](#)