

KUNST WILL PUBLIZIERT WERDEN

Fand unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt: So werden Kunstprojekte verspottet, die kein Publikum finden. Kunst produzieren heisst demnach: für ein Publikum aufbereiten. Kunst publizieren heisst auch: eine eigene Öffentlichkeit schaffen. Eine Kunstkarriere beginnt mit dem Showcase. Die dafür bereitstehenden Medien – von Ausstellungsräumen über Zeitschriften bis hin zu Spotify und Instagram – unterliegen steter Veränderung. Junge Künstler*innen müssen immer mehr Medien bedienen. Vor lauter medialer Agilität droht der Inhalt zu kurz zu kommen.

Was heisst das für Kunststudierende? Welche medialen Plattformen passen? Welche sind nicht erreichbar? Was heisst *Independent Art Publishing*? Was heisst überhaupt publizieren – vom künstlerischen Erzeugnis über die Verlagsfindung und schliesslich die Promotion ist mitunter ein langer Weg. Wo und was publizieren Kunstforschende? Wie schaut es auf der Gegenseite aus, bei der Kulturberichterstattung?

Das klassische Feuilleton ist tot. Im rasanten Medienwandel gehen marginale Themen wie Kunst unter. Kunst und Wissenschaft sind vom Sparhammer bedroht. Wer stopft diese Lücken? Welche Rolle kann eine Zeitung einer Hochschule spielen?

Die HKB-Zeitung geht Fragen im Dunstkreis von Kunst und Medien nach, aus Sicht der Hochschule der Künste Bern und mit Blick auf deren Umfeld, wirft einen kunst- und medienkritischen Blick auf den Raum Bern. Uns nimmt wunder, wie jüngere Akteur*innen publizieren. Wir lassen aber auch erfahrenere Publizist*innen zu Wort kommen. Brüche tun sich auf, aber auch Kontinuitäten werden erkennbar. In diesem Sinne: viel Spass beim Lesen dieser Publikation.

**Christian Pauli
Leiter Redaktion HKB-Zeitung**

**JETZT
INSERIEREN
– ERNST
ODER
ABSURD**

Diese Ausgabe der HKB-Zeitung enthält Anzeigen, die der Redaktion auf einen Call hin von Studierenden, Dozierenden und Alumn*ae zugestellt wurden. Vielen Dank für die *petites annonces*.

WO PUBLIZIERT IHR?

Das Marketing ist Bestandteil der Kunstausbildung und der Kunstkarriere. Am Roundtable der HKB-Zeitung erläutern die HKB-Studierenden Atalja Tapis (*Bachelor of Arts Visuelle Kommunikation*), Philolaos Kougiaris (*Master Music Composition – Contemporary Jazz*) und Fabiola Hostettler (*Master of Arts Multimedia Communication & Publishing*), wie sie mit Social Media umgehen und ihre Kunst publizieren.

Interview: Christian Pauli
Fotos: Tina Schück

Künstlerisch sich ausbilden und tätig sein, Kunst publizieren: Was sind eure Erfahrungen? Bitte stellt euch zuerst mal unseren Leser*innen vor.

ATALJA: Ich bin Atalja und studiere *Visuelle Kommunikation* im Bachelor. Vor meinem letzten Jahr habe ich ein Zwischenjahr eingelegt und beim Comic-Verlag *Edition Moderne* in Zürich ein Praktikum absolviert. Mein Interesse liegt bei gezeichneten Erzählungen und Büchern. Im letzten halben Jahr habe ich mich aber mehr mit dem Nähen auseinandergesetzt.

PHILOLAOS: Ich bin Phil, seit dreieinhalb Jahren an der HKB. Ich komme aus einem Jazz-Kontext, aber die Musik, die ich jetzt mache, würde ich lieber gar nicht kategorisieren. Ich arbeite viel mit audiovisuellen Elementen und Installationen. Ich studiere im Master-Studiengang *Music Composition – Contemporary Jazz*.

FABIOLA: Ich bin Fabiola, studiere *Multimedia Communication & Publishing* mit Fokus Journalismus. Für mich stellt sich auch die Frage, ob das, was ich studiere, Kunst ist oder nicht. Ich publiziere journalistische Werke. Die Kreativität im Journalismus ist aber mit jener in der Kunst verwandt.



Wie seid ihr an die HKB gekommen?

PH: Als ich mich vor etwa vier Jahren für das Aufnahmeverfahren anmeldete, machte ich mir nicht wirklich viele Gedanken, für was die HKB steht. Ich bin blindlings hierhergekommen und habe gemerkt, dass die Studiengangsleitung offen ist. Ich konnte mich mit Musik und Kunst auseinandersetzen.

AT: Ich hatte einen recht geradlinigen Weg. Das Gymnasium mit Schwerpunkt *Bildnerisches Gestalten* habe ich in Thun absolviert, dann das *Propädeutikum* in Bern und dann gleich hier an der HKB angefangen. Ich habe mich auch an Kunsthochschulen in anderen Städten für den Bachelor beworben, wusste aber, dass ich nach Bern gehen möchte. FA: Diesen Weg kenne ich. Von Thun her war es auch bei mir schon immer so, dass ich Bern-orientiert war. Den Bachelor habe ich in Win-

terthur gemacht. Ich wusste schon immer, dass Journalismus mein Ding ist. Ich spiele ausserdem Handball in der Nationalliga A, und eine aus meinem Team möchte auch Journalistin werden. Es ist ein Abwägen, wie viel Schule, wie viel Training und Arbeit möglich ist. Die Kollegin hat den Weg geebnet und mir gezeigt, dass es gut funktioniert. Sie hat auch erzählt, wie gut es ihr an der HKB und in diesem Studiengang gefällt.

Dann ist das eine Art berufsbegleitendes Studium?

FA: Sozusagen, nur dass ich gerade freigestellt bin. Ich habe bei *BärnToday* gearbeitet, dessen Betrieb ja eingestellt worden ist. Der Journalismus ist gerade nicht so vielversprechend. Aber im Vorstellungsgespräch mit Studiengangsleiter Heiner Butz habe ich das Gefühl bekommen, dass der Journalismus weiter existieren wird, aber anders, als man ihn jetzt kennt.

«Selbstvermarktung beginnt schon in der Familie.»

Was bedeutet für euch Bern im Sinn eines Publikums? Wenn ihr hier tätig seid, hier publiziert, arbeitet, kreiert und das für eine bestimmte Zeit macht, ist der erste Markt oder das erste Publikum Bern. Was heisst das für euch?

PH: Da muss ich ein bisschen kritisch sein. Online erreichen wir eine Reichweite, die mehr als Bern umfasst. Wenn es um Ausstellungen oder Konzerte oder Installationen geht, ist Bern begrenzt. Es gibt zwar eine grosse Vielfalt an kulturellen Orten. In meinen bald vier Jahren habe ich aber langsam alles gesehen. Im Vergleich zu Zürich, Genf oder Basel ist in Bern die Kunst nicht so präsent.

AT: Die Selbstvermarktung beginnt ja schon früher in der Familie oder mit Freundinnen. Wenn man zum ersten Mal im kleinen Rahmen etwas ausstellt, sind das die Leute, die kommen. Später soll es sich verbreiten. An einer Kunsthochschule kann man herausfinden, wo die eigenen Interessen liegen, was man selber auf die Beine stellen kann.

Man könnte die Frage auch anders formulieren. Habt ihr eine Vorstellung, wo eure Zielgruppe ist, wen ihr mit dem, was ihr produziert, erreichen wollt?

FA: Was ich bisher publiziert habe, war immer für einen Auftraggeber. Ich fand es hilfreich, dass ich wusste, dass ich über Leute

berichte, die hier in der Region leben. Als ich in Winterthur studierte, machte ich dort auch ein Praktikum und ebenfalls Lokaljournalismus. Ich schulde es dem Publikum, dass ich weiss, was ich erzähle, woher ich komme, was drin ist, damit es für sie auch relevant ist. Im Vergleich mit Thun ist Bern weltoffener. Berner*innen sagen, auch Bern ist ein Dorf, aber halt schon ein bisschen ein grösseres Dorf.

PH: Ich bin in Athen geboren und habe eine Zeit lang dort gewohnt. In der Schweiz lebe ich seit etwa zehn Jahren. Es sind zwei verschiedene Welten. Für mich ist Bern ein Mikrokosmos, der in der eigenen Bubble lebt, im positiven Sinn aber auch viel ruhiger. Für mich heisst Stadtleben ein bisschen mehr Freiheit haben. Nicht künstlerische Freiheit, sondern mehr Kontrolle über sein eigenes Leben. Wenn ich lange probe oder im Studio sein muss, um etwas abzumischen, und es plötzlich 23 Uhr ist und alle Läden bereits geschlossen sind, finde ich es schwierig in Bern. Auch die Reichweite ist begrenzt: Ich kann mir nicht vorstellen, fünf Mal hintereinander in der gleichen Stadt zu spielen. Eine grössere Reichweite zu haben, finde ich sehr wichtig, nicht nur aus der Fanbase-Perspektive, sondern auch, wenn es um Kooperationen geht.



Philolaos Kougias

Euer jeweiliges Zielpublikum ist anders gelagert. Musik ist globalisiert. Ausstellungen haben oft noch einen lokalen Aspekt oder sogar eine lokale Identität. Beim Regionaljournalismus ist es logisch, dass die Region der Ausgangspunkt ist. Nun ganz konkret: Was habt ihr wo zuletzt publiziert?

AT: Ich habe mich zusammen mit Aska Schär, einer Mitstudentin und Freundin, im Kunstraum *Cabane B* beworben. Dort haben wir letzten Herbst eine Installation entwickelt. Vor etwa zwei Jahren haben wir gemeinsam angefangen, ein Illustrations- und Comic-Zine auf die Beine zu stellen, demnächst erscheint die dritte Ausgabe. Das ist *Self-Publishing*. Wir machen einen Open Call, mit dem wir alle, die wollen, einladen, et was zum Thema zu zeichnen.

PH: Ich habe eher mit *Self-Publishing* als mit Auftragsarbeiten zu tun. Die letzte Aufführung einer Komposition von mir war letzthin während des Playtime Festival, wo ich zwei Stücke präsentiert habe.

Hast du die Stücke komponiert und ein Ensemble hat sie gespielt?

PH: Eines war audiovisuell, wo nichts live läuft. Das andere wurde von einem Ensemble gespielt.

Hast du es in irgendeinem Verlag publiziert oder bei der SUISA angemeldet?

PH: Bei der SUISA. Die SUISA ist in der Schweiz

die Urheberrechtsgesellschaft für Musik. Man kann Kompositionen ganz einfach hochladen und erhält für diese Komposition innerhalb weniger Tage die Rechte.

Lädst du ein Audiofile hoch oder Notenblätter?

PH: Kannst du, musst du aber nicht. Der Titel und die Länge reichen. Es ist sehr einfach zu bedienen. Für Komponist*innen ist es noch eine zusätzliche Einnahmequelle, wenn ihre Werke aufgeführt werden.

FA: Ich habe mit einer Freundin zusammen einen Podcast, in dem wir über Themen sprechen, die uns beschäftigen. Sie spielt auch Handball und wir versuchen, die Balance zwischen Studium, Handball, Arbeit und Erwachsenwerden zu finden. Den Podcast publizieren wir in der Regel einmal pro Woche auf *Spotify*. Es ist mehr zum Spass und ein super Mittel, um die Freundschaft zu pflegen. Und es ist öffentlich. Sonst habe ich für das Handballmagazin zur EM der Frauen im Dezember Interviews geführt und Artikel für Newsletter geschrieben.

Bekommst du für den Podcast auf Spotify auch Tantiemen?

FA: Man könnte sich Werbung organisieren, aber grundsätzlich ist es nicht so, dass von *Spotify* etwas zurückkommt. Nicht wie bei *TikTok*, wo man für ein einminütiges Video je nach Views und Klicks etwas zurückbekommt.

Ist das bei TikTok automatisch?

FA: Ja, wenn das Video länger als eine Minute ist und je nach Reichweite.

Bei Spotify bekommst du nur etwas, wenn du deine Werke urheberrechtlich geschützt hast?

PH: Bei Songs kommt es darauf an, ob sie bei der SUISA registriert sind. Ausser der Algorithmus erkennt nicht, dass sie urheberrechtlich geschützt sind. Aber seit einiger Zeit ist es so, dass man pro Song mehr als 1000 Klicks haben muss, um das Geld zu bekommen. Pro View, der mindestens 30 Sekunden dauert, bekommt man 0,0005 Rappen oder vielleicht sogar weniger. Es ist so wenig, dass es eigentlich gar nichts ist. Ich möchte nicht politisch werden, aber ich frage mich schon: Wohin geht eigentlich das Geld? Sicher nicht an die Leute, die die Musik machen.

Du kannst durchaus politisch werden. Ich möchte aber zuerst noch zu dir, Atalja, zurückkommen. Es gibt Plattformen, wo man Podcasts oder Musik einstellen kann, die weltweit funktionieren. Gibt es solche Möglichkeiten für dein Schaffen auch?

AT: Ich bewege mich im Bereich des Zeichnens und der Comic-Welt. Da passiert schon recht viel über das klassische Publizieren. Man macht einen Comic und findet einen Verlag. Es gibt auch Illustrator*innen, die mit Plattformen wie Patreon arbeiten. Patreon funktioniert aber nur, wenn man sonst schon eine starke Social-Media-Präsenz hat.

Man muss schon Illustratörin und Content Creator sein, um mit der eigenen Arbeit im Internet Geld zu verdienen.

PH: Als selbstständige kunstschaffende Person ist man gezwungen, mehrere Jobs auszuüben. Hauptjob ist, Künstler*in zu sein, zweitens Manager*in, drittens Promoter*in, viertens Marketing usw. und am Schluss noch *Content Creator*. Es ist unglaublich, wie viel Arbeit dahintersteckt. Neben meinem Job und dem, was ich in der Schule mache, bleibt mir kaum Zeit übrig, daran zu arbeiten. Leute, die durch Social Media gross geworden sind, haben wirklich gute Strategien entwickelt und die Trends verfolgt oder sogar neue gestartet. Dadurch ist es ihnen gelungen, ihre Kunst besser zu verkaufen.

«Frauensport hat im Berner Oberland nicht den besten Stand.»

Muss man sich heute als Künstler*in permanent auf Social Media inszenieren? Hast du manchmal das Gefühl, du musst eine Figur verkaufen und nicht eine Musik?

PH: Online ja. Ich habe in meinem Umfeld zwei oder drei Leute, die auf einem Video, welches viral gegangen ist, aufbauen konnten. Dahinter steckt grosse Arbeit. Es ist gut, wenn man in so etwas Zeit investiert, aber für mich heisst es in erster Linie: Künstler sein. Im besten Fall brauchen wir keine Präsenz auf Social Media und müssen nicht online um Likes oder sogar direkt um Geld betteln, sondern können von unserer Kunst leben und direkt ein Publikum erreichen, welches nicht eine mutierte Art von Kunst online sehen will. In einer idealen Welt könnte ich nur das machen, worauf ich Bock habe. Und wenn ich Bock darauf habe, ein *YouTube*-Video zu machen, dann mache ich das, aber wenn es nicht ein Teil meiner künstlerischen Praxis ist, muss ich es nicht machen.



Atalja Tapis

AT: Ich könnte nicht mehr ohne Social Media. Es geht mir dabei weniger darum, mich selber zu vermarkten, und mehr darum, auch mitzubekommen, was andere Kunstschaffende machen und was sonst so läuft.

FA: Im Sport und in der Medienwelt ist es schon entscheidend, dass man sichtbar ist. Der Frauensport hat im Berner Oberland nicht den besten Stand. Man kennt *Wacker Thun* gut, das sind Männer, dort sind Kinder Fans und es gibt Fanartikel. Die Halle ist immer gefüllt, und bei uns Frauen ist es so, dass wir es machen und es ist unser Hobby, aber es wird nicht gleich auf ein Podest gestellt und wir sind als einzelne Spielerinnen auch nicht so relevant. Aber es ist im Wachstum. Ich finde aber

zentral, wie wir Handball spielen, und nicht, wie wir uns auf Social Media oder sonst irgendwo präsentieren.



Fabiola Hostettler

Du hast gesagt, du spielst in der Nationalliga A. Das klingt für mich schon nach einem bestimmten Niveau mit einer gewissen Aufmerksamkeit, Präsenz, vielleicht auch medial.

FA: Man würde es sich wünschen. Es ist halt auch so, mit sportlichem Erfolg kommt die Aufmerksamkeit. Bei uns ist es leider so, dass wir sportlich keine grossen Fortschritte machen. Das *Thuner Tagblatt* bringt pro Jahr etwa einen Artikel über Rotweiss Thun. Über die Männer bei *Wacker Thun* gibt es im *Tagblatt* wöchentlich einen Matchbericht.

Man liest immer wieder von Künstler*innen, die plötzlich zu bekannten Figuren werden mit irgendeinem Video, welches viral geht. Gestern habe ich das Porträt eines Kampfsportlers gelesen, den man in den Medien gar nicht kennt, der auf Social Media aber ein Star ist. Ist Social Media für euer Schaffen Fluch oder Segen?

PH: Beides. Die meisten westlichen Social Media-Plattformen wie *Instagram*, *Facebook* und *X* werden von mega reichen, mega einflussreichen Personen geführt. Von Anfang an war klar, dass *Meta* eine klare politische Agenda hat. Jüngst hat es sich aber ganz aufgefallen in einem Raum, wo Leute eigentlich geschützt werden sollten. Leute werden zensiert, man darf eine Hetzsprache brauchen usw. Das ist für mich ein klares Zeichen, dass die Waage dieser Plattformen sich bewegen muss.

Wohin?

PH: Das weiss ich nicht. Aber es ist für mich klar, dass ich für diese Leute keinen einzigen Cent generieren will, egal was für eine grosse Reichweite ich habe.

Da muss man Spotify sicher auch einschliessen.

PH: *Spotify* auch. Leuten wie Taylor Swift ist das egal, aber das sind Leute, die so weit entfernt sind von der Realität.

AT: Auf *Instagram* gibt es immer wieder Versuche, dass Leute schreiben: He, kommt alle, wir gehen weg und suchen uns etwas Neues. Der Wille, von diesen Plattformen wegzukommen, ist vorhanden, aber es fehlen die Alternativen. Wahrscheinlich würde dann nämlich dasselbe passieren. Wenn alle auf eine neue Plattform gehen, sobald viel Aufmerksamkeit und viele Nutzer*innen da sind, kommt auch wieder unglaublich viel Geld und Macht zusammen.

FA: Man darf einfach die Realität nicht vergessen. Was ich wirklich erlebe, passiert ja nicht im Handy. Klar, es ist ein Sprachrohr, aber wenn wir sehen, wie sich das wei-

terentwickelt und wer genau welche Schrauben anzieht und dass wir eigentlich überhaupt keinen Einfluss darauf haben, wie der Algorithmus sich verhält, sollten wir bei uns bleiben und uns daran erinnern, wieso wir was machen. Wenn ich einen Artikel schreibe, frage ich: Für wen ist das relevant? Die Relevanz von Social Media ist im Moment viel zu gross, und wir sind dem ausgeliefert.

«Es wird ein Kampf gegen zeitgenössische Kunst aufgezo-

gen. Auf X spielt Elon Musk explizit mit faschistischen Symbolen. Egal, ob Musk ein Faschist ist oder nicht, als User auf X schliesst man sich einem Diskurs an.

PH: Als Nutzer*in kann ich bewusst wählen, welche Plattform ich brauche. Wir Kunstschaffende müssen besonders vorsichtig sein in einer Zeit, in der die AfD in Deutschland die zweitgrösste Partei ist und wo überall auf der Welt ein Rechtsrutsch passiert. Es ist nicht nur, weil diese Ideologie menschenverachtend ist, sondern weil ein Kampf gegen zeitgenössische Kunst aufgezo-

gen wird. Wenn wir uns nicht dagegen wehren, kommt der Punkt, wo wir nicht mehr die Kunst publizieren können, die wir wollen, und wo man überhaupt keine Kunst publizieren darf.

Rechtspopulist*innen haben sich Kunst und Bildung als politisches Terrain vorgeknöpft. Die AfD sagt, wenn sie an der Macht ist, wird sie in die Bildung und damit in die Kunst eingreifen. Das sind beängstigende Aussichten. Zum Schluss unseres Gesprächs möchte ich wieder zu euch zurückkehren: Was für Herausforderungen stellen sich für euch als Künstler*innen, Autor*innen im Zusammenhang mit Publizieren?

FA: Für mich sind Authentizität und Transparenz wichtig. Nicht nur, was von mir kommt, sondern auch, auf welchem Kanal es publiziert wird. Ich würde mir wünschen, dass es nachhaltig ist und nicht einfach dem Zufall überlassen wird oder eine Ideologie verstärkt oder jemandem Kraft gibt, den ich eigentlich nicht unterstützen möchte. Ich sehe, dass das für mich eine Diskrepanz gibt zwischen meinen Werten und dem Ort, wo meine Publikationen stattfinden können. Es geht um eine Wertabschätzung: Gibt es eine bestimmte Linie, die ich nicht überschreiten will?

Kannst du beschreiben, wo diese Linie ist?

FA: Es geht darum, dass wenn ich etwas publiziere, es nicht zu einem Argument wird, für das ich es nicht einsetzen möchte. Nicht dass ich per se politisch motiviert schreibe, aber auch nicht, dass es instrumentalisiert wird für Sachen, die ich nicht unterstützen möchte.

Geht es um Demokratie und Meinungsvielfalt, künstlerische Freiheit, die bedroht sind?

FA: Ja. Ich möchte auf keinen Fall Teil von dem sein, was Vielfalt und Freiheit einschränkt. Im Gegenteil: Sachen zeigen, wo Energie drinsteckt und was Aufmerksamkeit verdient.

PH: Für die Plattformen und die Finanzierung muss ich online sein. Im Real Life sieht es ein bisschen anders aus. Ich lege ein gewisses Gewicht auf Aufführungen, Installationen oder Konzerte, die in der echten Welt passieren und mit denen ich meine Projekte finanzieren kann, und weniger online.

AT: Das Geldthema ist schwierig. Sich nicht von Open Call zu Open Call hangeln müssen. Am schönsten wäre es, wenn man davon leben könnte. Bis man aber dorthin kommt, muss man sich irgendwie einen Namen machen, Arbeiten publizieren und den eigenen Namen vermarkten. Da kommt man halt nicht darum herum, gratis zu arbeiten. Wie kann man Lohnarbeit mit künstlerischer Arbeit ausgleichen?

Kann ich es so zusammenfassen, dass für euch drei der Vorgang des Publizierens und die Frage, wo und wie man publiziert, absolut entscheidender Teil der Arbeit ist?

PH, AT, FA: Ja.

PH: Mir ist noch eingefallen: Etablierte Institutionen scheinen vermehrt Angst zu haben, minimale Risiken einzugehen und jüngere Künstler*innen zu unterstützen. Es ist ein gewisser Elitarismus sichtbar, gleichzeitig gibt es sehr viele begabte junge Menschen, die eine Chance brauchen, ihre Kunst auszustellen.



Lässt mich dieses Fazit des Roundtable ziehen: Publizieren ist eine stete Herausforderung und der politische und wirtschaftliche Druck auf die Kunst und Kunstausbildung ist gestiegen. Dieses Gespräch im Rahmen der Zeitung einer Hochschule mit drei Studierenden will jungen Künstler*innen oder Studierenden Präsenz geben. Die Studierenden immer wieder in einen Austausch zu bringen, ist der HKB sehr wichtig.

**SUCHE
1-2 ZIMMER
WOHNUNG
unter 900.-**

In der Stadt wäre optimal, Agglo geht auch. Falls Ihr etwas gehört habt, freue ich mich über eine Nachricht.

+41 76 428 60 41