

Galerie- und Kunstmarketing seit 1990 von Diana Achtzig

Um in einer Kunstgalerie ab 1990 Kunstwerke verkaufen zu können, wurde über ein Galerie- und Kunstmarketing eine Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations (PR) mit Pressemitteilungen für die Presseabteilung der Journalisten und Redaktionen bis 2018 gezielt eingesetzt. Im Kunstmarketing wurden dabei Aquarelle auf Papier, Zeichnungen sowie Grafiken (Papierarbeiten), Collagen (Mixed Media), Acryl Gemälde und Ölbilder auf Leinwand, Fotos, Skulpturen, Plastiken, Bildhauer Arbeiteten und Objekte für Kunstsammlerinnen und Kunstsammler angeboten. Das galt vor dem Jahr 2018 und nun hat sich der Kunstmarkt stark verändert.

Im Galerie- und Kunstmarketing gehen Galeristen, Kunstunternehmer und Kunstschaffende immer noch fälschlicherweise davon aus, dass eine Pressemitteilung in ihrem Mail Presseverteiler oder auf einem einschlägigen Presseportal ein signifikantes Presseergebnis einbringen könnte. Dieser Public Relations Gedanke ist leider stark veraltet. Um heute eine erhebliche digitale Sichtbarkeit zu erzeugen, sollte viel mehr getan werden. Wie könnte man das im Galerie- und Kunstmarketing erreichen? Das Geheimnis ist sich an Multiplikatoren (Galeristen mit vielen Presse Kontakten) zu wenden. Weil langjährige Pressekontakte erst mühevoll aufgebaut werden müssen. Quereinsteiger, als Galeristen und Künstler haben es viel schwerer, da sie keine Multiplikatoren (Galeristen mit Presse Kontakten) im Kunstmarkt kennen. Videos und Podcast gehören heute fest dazu.

Die langjährige Galeristin Diana Achtzig hilft Quereinsteigern im Bereich Galerie- und Kunstmarketing, als Galerist*Innen, Akademiker*Innen und Künstler*Innen ihre eigenen Galerien, Kunstfirmen, Gruppen- und Einzelausstellungen und Pressebeiträge sowie neue Perspektiven im **Coaching** aufzubauen. Mit ihrem folgenden Leitsatz konnte die Galeristin erfolgreich werden: „Wenn eine Pressekonferenz nicht zu mir kommt, solltest Du selbst eine eigene Zusammenarbeit über **Kooperationspartner** mit der Presse aufbauen!“ Heute sitzt sie täglich an ihrer Public Relations Arbeit für ihre Kunstgalerien und Künstler im Galerie- und Kunstmarketing. Die Galeristin Diana Achtzig sieht sich als **Kooperationspartnerin für Akademiker*innen, Künstler*innen und Kreative**.

Die Coaching Galeristin Berlin hat sich auf drei Coaching Richtungen spezialisiert:

1. Klassisches Bewerbungscoaching mit Profilanalyse und Perspektiv Coaching.
2. Gründungscoaching zur Vorbereitung auf die Selbständigkeit oder einen Wechsel in der Selbständigkeit.
3. Selbstvermarktung für Künstler*innen und Kreative, darunter auch Coaching für Schauspieler*innen.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte nur online an: diana.achtzig@googlemail.com mit Ihrem Anschreiben, CV, möglichem Zeitraum und Ihrer Motivation. Wir freuen uns auf spannende Bewerbungen!