

Online-Galerien

Hoffnung auf gute Verkäufe?

Seit einigen Jahren locken Online-Plattformen wie Saatchi Art, Artfinder oder Your Daily Photograph Künstler und Sammler gleichermaßen an. Wir interessieren uns dafür, welche Erfahrungen Fotografen und Sammler mit diesen Galerien gemacht haben.

Das wollten wir wissen:

1 Welche **Erfahrungen** haben Sie bereits auf reinen Online-Plattformen mit dem Kauf oder Verkauf von Fotografiekunst gemacht?

2 Welche **Unterschiede** sehen Sie zum traditionellen Kunstmarkt mit Galerien, Auktionen und Kunsthändlern?

3 Worauf sollte man **achten**, wenn man sich für Online-Plattformen interessiert?

4 Welche **Plattformen** können Sie empfehlen, von welchen raten Sie ab?

Rainer F. Steußloff, Fotograf,
rainer-steussloff.de



Foto: © Marita Blauth

1 Seit einigen Jahren bin ich bei Saatchiart.com mit Bildern vertreten. Anfänglich liefen die Verkäufe sehr gut, es wurden weltweit Bilder geordert und die Abwicklung war völlig problemlos. Alle Formalitäten, die gesamte Kaufabwicklung inklusive Echtheitszertifikat, Zoll und Abholung bei mir wurden von Saatchi erledigt. Verkauft habe ich in der Zeit zwischen acht und zehn Prints pro Jahr zum Preis von 750 bis 1.600 Euro in Größen von 60 x 90 bis 100 x 150 cm.

Zwischenzeitlich werden wesentlich weniger Bilder verkauft, das Angebot insgesamt ist sehr sehr groß geworden und damit unübersichtlich. Auch der Versuch von Saatchi durch Kuratoren etwas mehr Überblick zu schaffen, hat sich, zumindest bei mir, nicht ausgewirkt – auch, wenn immer wieder Fotos von mir in die Auswahlen aufgenommen wurden.

2 Meine Bilder wurden weltweit gekauft und hängen nun von Australien über die USA, Japan und Frankreich in der ganzen Welt. Das ist durch eine traditionelle Galerie kaum zu schaffen. Allerdings ist die Auswahl innerhalb der Plattform riesig und damit die Konkurrenz sehr viel größer. Einen kleinen, feinen Kreis von Kunstliebhabern kann man dadurch nicht aufbauen. Es finden keine Vernissagen statt, kein Austausch, kein Netzwerken, keine neuen Kontakte oder Anregungen.

3 Wenn etwas geordert wird, sind es Originale mit kleiner Auflage. Druckversionen aus der

hauseigenen Druckerei gehen so gut wie gar nicht. Ich hab nur einmal einen „Saatchiprint“ verkauft – so werden die Abzüge genannt, die von Saatchi selbst hergestellt werden. Das bedeutet aber nicht, dass man die Auflagen zuhause liegen haben muss. Saatchi fragt beim Kauf nach der Lieferzeit und man kann in Ruhe in der eigenen Druckerei das Bild in der richtigen Qualität herstellen lassen. Bei der Preisgestaltung sollte man immer darauf achten, dass alle Rabatte und Sonderaktionen vom eigenen Anteil abgezogen werden. Da hat der Urheber keinen Einfluss. Daher sollte man die eigenen Werke nie zu billig anbieten – das rechnet sich einfach nicht.

4 Ich habe immer wieder versucht, über andere Plattformen als Saatchi Bilder zu vermarkten. Das hat nie wirklich gut geklappt. Manche sind eher ein Ramschladen, andere haben keine gute Printqualität. Einfach mal das Angebot anschauen und sich fragen, ob man da wirklich beteiligt sein möchte. Schaut einfach, wen und was die sonst noch im Angebot haben. Saatchi hat bisher gut funktioniert, sie waren engagiert und zuverlässig.

Jürgen Novotny, Agenturinhaber und Fotograf, jfnovotny.com



Foto: © Jürgen Novotny

1 Während der vergangenen 10 Jahre arbeitete ich mit verschiedenen dieser Online-Plattformen zusammen, darunter Saatchi Art, seen.by, curart, Aristoprint, Art-Upfront, Crated, iCanvas und ein wenig Artsy. Die meisten dieser Online-Plattformen existieren nicht mehr bzw. gaben nach kurzer Zeit bereits auf, auch wenn sie teils sehr ambitioniert gestartet waren. Übrig geblieben ist – was mich persönlich betrifft – im Wesentlichen Saatchi Art. 80 Prozent meiner Verkäufe von limitierten Werken wie auch von „Open Edition Prints“ werden dort generiert, das gesamte Prozedere wird stets sehr verlässlich durch deren Team abgewickelt. Bei den Prints habe ich selbst gar keine Arbeit, bei Verkäufen eines Originals aus einer der limitierten Serien wie meiner „CameraSelfies“ muss ich mich, da diese meistens nach Übersee gehen, um die auch aus Versicherungsgründen genau vorgeschriebene Verpackung der Werke samt Echtheitsnachweis sowie um Zollformalitäten kümmern; der Kurier, der das Kunstwerk dann abholt, wird wiederum von Saatchi Art organisiert.

2 Plattformen wie Saatchi Art sind Direktvermittler. Künstler können hier recht unkompliziert ihre Werke hochladen und einem Publikum weltweit zum Kauf anbieten. Kuratoren erstellen auf der Plattform Kollektionen, um der Masse Struktur zu verleihen und einzelne Werke herauszuheben, was natürlich auch über deren entsprechende Dependancen in den sozialen Medien erfolgt. Saatchi Art hat auf Instagram mehr als 1 Million Follower. Machen wir uns nichts vor, was Kunstgalerien in der realen Welt betrifft: Es kann eine gewisse Überwindung erfordern, diese zu betreten. Online-Plattformen beziehen dagegen durch deren bessere Zugänglichkeit eine breitere Schicht von Interessenten ein und bieten Kunstliebhabern einen anderen Zugang: Online können Werke zum Beispiel einfach nach Kriterien wie Stil, Sujet, Material oder sogar Farbigkeit gefiltert werden. Galerien hingegen bieten das intensive Gespräch mit dem Kenner oder der Kennerin, eine dezidierte Auswahl, Kunstwerke werden anders inszeniert, und sie versuchen, ihre Künstler auch beispielsweise auf Messen zu vermarkten. Als konkurrierende Ökosysteme, die sie sind, haben für mich beide ihre Daseinsberechtigung – und ihre eigene Klientel.

3 Ich habe mit der Zeit gelernt, wie kurzlebig viele der genannten Plattformen letztendlich waren, nur um etwas später festzustellen, dass trotz der investierten Arbeit entweder keine Verkäufe über diese generiert wurden und/oder diese Plattform von einem auf den anderen Tag nicht mehr existierte. Möchte man die eigenen Werke online anbieten, sollten erst einige Fra-

gen beantwortet werden: Möchte ich meine Fotografien als limitierte Editionen anbieten (höherer Erlös möglich, aber mehr Aufwand aufgrund der Eigenverantwortlichkeit für Produktion und Versand)? Oder sollen es Open Editions sein (geringerer Erlös pro Verkauf, produktions- und lieferseitig aber unkompliziert)? Oder ist eine Kombination sinnvoll? Eine der schwierigeren Fragen: Wie bepreise ich mein Produkt? Auch ist eine umfassende textliche Beschreibung der Werke unabdingbar: Potenzielle Käufer möchten so viel wie möglich über Künstler und Kunstwerk erfahren. Zu berücksichtigen ist auch hier der zeitliche Aufwand, der in die Bewerbung des eigenen Angebots in den eigenen sozialen Medien und einer Vernetzung innerhalb der Plattformen fließt; denn mit einfachem Hochladen der Bilddaten ist es auch hier in der Regel nicht getan. Zur richtigen Plattform: Ich empfehle, genau zu schauen, wie lange der Anbieter bereits existiert und wie die Resonanz im Netz ist. Man wird dann recht schnell bei einigen wenigen dieser Online-Plattformen landen.

4 Wie schon meinen vorhergehenden Antworten zu entnehmen ist, kann ich persönlich Saatchi Art empfehlen. Nicht nur wegen der erzielten Verkaufszahlen über die letzten Jahre hinweg, sondern auch aufgrund der zügigen Antwortzeit des Teams, wenn ich Hilfe benötige. Ein schöner Nebeneffekt, auf einer der großen Plattformen wie Saatchi Art oder Artsy gefeaturt zu werden, ist auch, dass mitunter andere Kunstvermittler auf die eigenen Werke aufmerksam werden und damit neue Verkaufskanäle eröffnen.

Jürgen Bode, Fotograf, juergenbode.com

1 Die Online Plattformen wollen alle zuerst ein Abo oder eine Pauschale vom Künstler haben, die variiert. Eine sagte, eine Firma findet dein Bild gut und will es vermarkten, aber erst muss ich einen Premium Account abschließen, damit sie es bekommen können.

2 Ich finde bei Galerien hat man im Gegensatz zu Online-Galerien einen direkten persönlichen Kontakt und man wird nicht mit Massenmails bearbeitet.

3 Auf den direkten Kontakt und man muss abwägen, ob die Kosten für den Künstler annehmbar sind.

4 Lensculture – da kann man Kritiken für seine Bilder bekommen und für den Artistsupport Attracto.de von Robert Heidemann. Oder lieber mit lokalen Galerien zusammenarbeiten.

Foto: © Jürgen Bode



Dieter Mach, Künstler, dietermach.de

1 Ich bin auf folgenden Plattformen als Verkäufer vertreten:

Foto: © Heiko Symann



Artfinder, Saatchi Art und Artling. Bei Artling erst seit kurzem, mein Shop dort ist noch nicht wirklich aktiv. Was den Verkauf und die Abwicklung angeht habe ich bei Artfinder und Saatchi Art bisher sehr gute Erfahrungen gemacht. Alles ist gut organisiert, man wird als Verkäufer sehr gut durch den gesamten Verkaufsprozess begleitet. Auch die Kommunikation mit Käufern über die Plattformen läuft sehr gut. Während der Corona-Pandemie sind bei mir die Verkäufe deutlich zurückgegangen (wobei ich auch vorher weit von einem regelmäßigen Umsatz entfernt war).

2 Der Einstieg ist wohl einfacher als im traditionellen Kunstmarkt, aber es fehlt der persönliche Kontakt zu Kunden und Händlern/Galeristen. Zudem habe ich die Erfahrung gemacht, dass ein Bild an der Wand (sei es in einer Ausstellung oder in einer Galerie) den Betrachter viel eher zum Kauf animiert, als wenn es online präsentiert wird. Der Preis dafür ist, dass der Aufwand für die Durchführung einer Ausstellung deutlich höher ist als derjenige für die Präsentation der gleichen Werke bei einer Online-Plattform.

3 Ich versuche mich auf wenige Plattformen zu konzentrieren, da der Zeitaufwand auch bei dieser Art der Präsentation nicht zu unter-

schätzen ist. Angebote von neuen Plattformen sollte man sehr genau unter die Lupe nehmen. Ich habe schon recht aufwendige Registrierungsprozesse durchlaufen, nur um dann nach einem halben Jahr festzustellen, dass die Plattform nicht mehr aktiv ist.

4 Meine Empfehlung: Saatchi Art und Artfinder. Zu Artling fehlt mir bisher noch die Erfahrung, die Plattform macht aber auf mich insgesamt einen sehr guten Eindruck. Die Plattformen, von denen ich abraten würde, sind inzwischen vom Markt verschwunden.

Jo Fober, künstlerischer Fotograf, fober.com

Foto: © Jo Fober



1 Ich kann hier nur aus Erfahrung als Künstler über den Verkauf von Fotografie auf der Webseite Saatchi Art sprechen, die wurde mir damals von einem Kollegen empfohlen, als ich nach einem Gespräch mit einer deutschen Seite ernüchert zurückkam und wir darüber diskutierten.

Nachdem ich ein Portfolio erstellt habe, kamen nach kurzer Zeit drei Verkäufe von Fotografie in die USA und nach Hongkong zusammen. Dann ein halbes Jahr später, vor Weihnachten, wieder zwei Verkäufe. Daraus resultierend kam Saatchi auf mich zu, ein Werk von mir in einem Newsletter zu promoten, was auch wieder zu Anfragen und weiteren Verkäufen geführt hat. Danach wurde über mich eine „Inside Studio“-Story erstellt – damit kann man als Künstler auf sich aufmerksam machen und das gibt einem ein positives Ranking. Die Möglichkeit, auch kleine Serien zu editieren ist ein großer Vorteil, gerade in Hinsicht auf etwaige Interessen aus dem klassischen Galerie Umfeld.

Mittlerweile gibt es Vorgaben für die Verpackung, was meine Dimensionen auf das Maximum an Bildgröße reduziert, was noch ohne Box versendet werden darf. Sale Aktionen und eine Veranstaltung, die sich „The other ART Fair“ nennt, auf der man physische Ausstellungsfläche in London und New York kaufen kann. Daran habe ich aber noch nicht teilgenommen.

In diesem Jahr habe ich nur noch vier kleinere Bilder verkauft. Meine großen Architektur-Aufnahmen sind aktuell nicht mehr gefragt. Auch setzen klassische Galerien spätestens seit Corona mehr auf das Online-Geschäft und nehmen den reinen

Online-Plattformen die Kunden weg. Allerdings ist es bei Saatchi erlaubt, Bilder auch über andere Kanäle zu verkaufen. Es gibt da keine Exklusivität wie bei einer klassischen Galerie und es wird nur die verfügbare Rest-Auflage angezeigt.

2 Bei Saatchi sehe ich keinen großen Unterschied, da wir hier auch die kleinen Editionen auflegen und entsprechend die Preise selbst gestalten können wie bei einer traditionellen Galerie. Ich habe auch zwei Arbeiten zu Rahmenhandlungen versendet, wo diese dann gerahmt wurden. Eine Rahmenhandlung in New York City habe ich auch besucht, mit dem Plan, die Werke im Land drucken und rahmen zu lassen. Aber die Preise sind dort sehr viel höher als hier bei uns. Zum anderen habe ich die Initiative für die Online-Verkäufe heruntergefahren, da ich seit 2017 von einer professionellen Galerie in Köln, Kaune Contemporary, vertreten werde.

3 Ich habe es nur mit der einen probiert, da die Pflege der Werke auch immer von einem selbst geregelt werden muss und da natürlich ab und zu ein paar Stunden Arbeit investiert werden müssen. Weiter sind bei Verkäufen Zeitfenster zu erbringen, die recht knapp gefasst sind und man muss sich spüren bei Erstellung, Verpackungsmaterial, Ausfuhrbescheinigungen und Abholung durch den Kurier, DHL Express. Ich habe bei meiner Entscheidung gar nicht auf bestimmte Dinge geachtet, sondern es einfach gemacht, ein Portfolio erstellt und gewartet, bis es losging. Ich glaube, auch bei Saatchi Art sind die Interessenten bzw. Sammler nicht einfach zu überzeugen, aber manchmal wird man durch einen Verkauf vermittelt und man sollte etwas flexibel sein, was die Größen angeht. So habe ich ein Bild verkauft und der gleiche Käufer wollte das gleiche Bild 20 Prozent größer haben und hat es dann nochmal gekauft. Man hat allerdings keinen Kontakt mit den Käufern, die kommunizieren nur mit dem Kuratoren-Team von Saatchi.

4 Leider kann ich hier nur sagen, Saatchi kenne ich und kann ich empfehlen. Ich habe bei den anderen keinen Account mehr in Abstimmung mit meiner klassischen Galerie angelegt. Da wird auch nur Saatchi akzeptiert aufgrund der kleinen Editionen und weil ich dort vorher registriert war und Werke schon verkauft hatte.

Varvara Kandaurova, Fotografin, IG: @varvarakandaurova

Foto: © Holger Diderich



1 Während der Pandemie habe ich mich auf verschiedenen Online-Plattformen für Künstler registriert, weil ich mit Aufträgen fast gar kein Geld verdienen konnte. Allerdings habe ich nur auf zwei Plattformen auch Bilder hochgeladen, denn der Aufwand ist jeweils doch relativ groß. Auf der Seite Artfinder habe ich schließlich einmal ein Bild verkauft und auf Etsy drei Bilder. Die Provisionszahlung liegt bei Artfinder mit 35 bis 42 Prozent ziemlich hoch. Von den 190 Euro, für die das Bild verkauft wurden, sind am Ende 132 Euro bei mir gelandet. Die Plattform macht ziemlich gute Werbung und Marketing – meine Bilder wurden mehrfach auf Instagram beworben. Um aber wirklich Umsätze zu generieren, muss man stetig am Ball bleiben und regelmäßig auch neue Bilder reinstellen. Und auch die Preise erhöhen.

Über Etsy habe ich jeweils ein Bild nach Deutschland, in die USA und nach Australien verkauft. Allerdings müssen die Verkaufspreise hier höher sein, dass Etsy zieht die Umsatzsteuer für Australien und die USA ein. Außerdem hatte ich mit diesen beiden Verkäufen viel Stress beim Versand. Mein Paket nach Australien war drei Monate lang unterwegs und ist zwischen durch verloren gegangen. Das Paket in die USA kam rechtzeitig an, war aber beschädigt. Und natürlich war die Käuferin unzufrieden deswegen. Doch wenn das Paket Deutschland verlässt, gibt das Logistikunternehmen keine Garantie, dass das Paket im perfekten Zustand auch in den USA ankommt. Die Käuferin hätte das reklamieren können, aber die Reklamationsfrist war abgelaufen, weil sie im Urlaub war und das Paket auf dem Boden vor ihrem Haus lag. Am Ende musste ich auf eigene Kosten ein neues Bild verschicken, so dass ich mit dem Verkauf gar keinen Profit gemacht habe, sondern eher noch ein Minus. Trotzdem ist die Geschichte auch positiv für mich gewesen, denn die Käuferin ist eine Schauspielerin aus Hollywood und ein Bild hängt jetzt in ihrem Tanzstudio in Los Angeles. Mein künstlerisches Ego wurde damit jedenfalls befriedigt.

2 Natürlich gibt es für einen Künstler nichts Besseres, als seine Arbeiten in einer Galerie auszustellen. Vielleicht bin ich altmodisch, aber ich bin der Meinung, dass die Bilder physisch und live gesehen werden müssen und nicht nur online auf einem Bildschirm. Auf

einem Bildschirm sind alle Bilder gleich groß und haben die gleiche Oberfläche. Man kann zumindest die Größe der Bilder online simulieren, indem man sie in verschiedene Interieurs einsetzt, aber natürlich hat auch das seine Grenzen und kommt nie gegen eine richtige Präsentation im Raum an.

Mit richtigen Ausstellungen habe ich jedenfalls sehr gute Erfahrungen gemacht. Ich hatte in diesem Sommer eine Gruppenausstellung in Frankreich und eine Einzelausstellung in Luxemburg und habe zusammen sieben Bilder verkauft. Außerdem mag ich es einfach, wenn Bilder und Publikum in einem Raum zusammenkommen.

3 Meine Empfehlung ist ganz klar: Achtet auf eure Verkaufspreise. Wie bereits in meiner Antwort 1 beschrieben: Um Geld zu verdienen, müssen die Preise entsprechend hoch sein, denn man zahlt eine Provision an die Plattform und beim Versand kann auch einiges schiefgehen. Außerdem rate ich dringend zum versicherten Premiumversand.

4 Ich denke, jeder kann für sich das Richtige finden. Auch sollte man den Direktvertrieb über „klassische“ Plattformen wie Instagram nicht unterschätzen. Auch dort kann man Werbung schalten oder in Posts und Stories für seine Arbeit werben, und ich habe hier auch schon Bilder verkauft. Für mich war das relativ bequem, transparent und ich muss keine Provision zahlen.