

MEDIEN-INFORMATION

September 2018

Dessauer Start-up-Unternehmen pinkwhy entwickelt das „Spotify der Kunst“

Entrepreneur Joerg Schnurre treibt die digitale Revolution des Kunstmarktes voran: „Jedes Display ist eine Leinwand“

Dessau-Roßlau. „Die digitale Revolution in der Kunst ist nicht aufzuhalten und pinkwhy wird dazu beitragen, die Regeln einer ganzen Branche zu verändern“, sagt Joerg Schnurre. Der 38-jährige Gründer des Start-up-Unternehmens pinkwhy bietet Kunst zum Download auf digitalen Endgeräten vom Smartphone bis zum TV-Screen. Mit dieser Idee möchte er nicht nur den Kunstmarkt öffnen, transparenter und demokratischer machen – sein großes Ziel ist, pinkwhy zum „Spotify der Kunst“ zu entwickeln.

Die Voraussetzungen für den Erfolg des Entrepreneurs aus Dessau sind besser denn je: Denn die technische Entwicklung verlangt nach Millionen neuer Displays Jahr für Jahr. „Jedes Display ist eine Leinwand und braucht Content – da entsteht eine riesige Nachfrage, die bisher nicht mal im Ansatz bedient werden kann“, erzählt Schnurre. Dass sich Kunstinteressierte zunehmend Online orientieren und kaufen, die gesamte Branche in digitaler Bewegung ist und die Nachfrage nach bezahlbarer „Kunst für alle“ steigt, sind weitere gute Argumente für das Start-up aus der anhaltinischen Bauhaus-Stadt. Auch „The Frame“ von SAMSUNG, ein Mix aus stylishem Fernseher und digitaler Kunstleinwand, untermauert die visionäre Idee. „Für mich würde ein Traum in Erfüllung gehen, wenn die Menschen in drei Jahren genauso selbstverständlich Kunst downloaden würden, wie sie heutzutage Musik über Spotify mobil nutzen oder Serien bei Netflix streamen“, so Joerg Schnurre, Geschäftsführer und Head of gute Laune von pinkwhy.

Im gleichen Atemzug möchte er den Künstlern neue Einnahmequellen eröffnen und den Kunstmarkt transparenter, liberaler, demokratischer machen. Statt einer Blackbox mit willkürlichen Preisen und undurchsichtigen Standards schweben ihm Charts wie in der Musik vor, nur mit dem feinen Unterschied, dass die „Top 100 der Kunst“ von einer breiten Masse bestimmt werden...

Starke Investoren gesucht

Zu den wesentlichsten Aufgaben des pinkwhy-Teams zählen derzeit, weitere nationale und internationale Künstler als feste Partner und Testimonials zu binden, die Programmierung der App voran zu bringen, neben LOEWE weitere Kooperationspartner aus dem Technikbereich zu finden und vor allem starke Investoren zu gewinnen.

Bisher konzentriert sich pinkwhy auf die kreativen Kategorien Street Art, Grafitti und Urban Lifestyle. Neben Top-Namen wie Tasso, Loomit, Cantwo, emess, Koone, Duktus oder Eliot the Super sind auch abstrakte Maler/innen wie Heiko Mattausch und Oliva Seipelt oder der Fotograf Jing Zhou als Künstler/innen vertreten. Der digitale Kunstgenuss bei pinkwhy kostet 0,99 Euro für ein Bild auf Smartphones, 2,49 Euro für den Download auf ein Notebook und 11,99 Euro für ein Kunstwerk auf dem TV-Screen. „Kunst muss jederzeit, an jedem Ort und für jedermann zu einem erschwinglichen Preis auf diversen digitalen Displays verfügbar sein. Das ist unser USP mit disruptivem Charakter“, sagt Schnurre. Bestätigung erhält der Unternehmer dabei von Dr. Claudia Perren, der Direktorin der Stiftung BAUHAUS, die betont, dass der Begriff der angewandten Kunst durch pinkwhy eine völlig neue Perspektive erhalte...

Weitere Informationen:

www.pinkwhy.com

Ergänzendes Hintergrund-Material:

<https://pinkwhy.com/presse/>

- Die Digitalisierung des Kunstmarktes – Klick und Kunst?
- Die Kunst im digitalen Zeitalter oder der Musikmarkt als Vorbild

Ansprechpartner für Medien:

Marko Mädge

heller & partner Marketing Services AG

f. +49 (0)89 – 457 10 340

f. +49 (0)172 – 799 78 99

m. mm@heller-partner.de