

Pressemitteilung**Technische Universität Berlin****Stefanie Terp**

09.02.2018

<http://idw-online.de/de/news689004>Forschungs- / Wissenstransfer, Wissenschaftliche Publikationen
Kulturwissenschaften, Kunst / Design
überregional**TU Berlin: Wie stellt man Kunst aus, die verkauft werden soll?****Dritte Ausgabe des Open Access Magazins JAMS zur Kunstmarkt-Forschung erschienen**

Welche Rolle spielt die Präsentation im kommerziellen Verkaufsraum? Welche Entwicklungen haben die Wahrnehmung und den Markt für Kunstobjekte nachhaltig beeinflusst? Wie verfahren Kunstmessen heute? Welche Ausstellungsstrategien zielen auf Besucher*innen und Kunden? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die dritte Ausgabe des Journal for Art Market Studies (JAMS) „Exhibiting Art for Sale“ aus dem Institut für Kunstwissenschaft und Historische Urbanistik der TU Berlin. Die englischsprachige Publikation ist eines der ersten Open-Access-Journale der TU Berlin – frei zugänglich für alle Interessierten. Im Hinblick auf Transparenz, Peer Reviews, Copyright und Langzeitarchivierung folgt das Open-Access-Format des Journals internationalen Standards.

Seit dem frühen 19. Jahrhundert gibt es Belege zu der Art und Weise, wie Kunstobjekte zum Verkauf präsentiert wurden. Kunstwerke konnten in Galerien, musealen Räumen, aber auch an ganz anderen Orten gezeigt werden. Allison Stagg, eine der Autorinnen der dritten JAMS-Ausgabe, beschreibt beispielsweise ungewöhnliche Ausstellungsorte, wo viele Besucher zusammenkamen. So wurden Karikaturen in amerikanischen Barbershops gezeigt. Dort dienten sie der Erbauung und als Gesprächsstoff – und standen nebenbei zum Verkauf.

Im späten 19. Jahrhundert entstanden dann wahre Kunsthandelspaläste mit allen technischen Neuerungen dieser Zeit, wie etwa flexible Wände und mechanische Hängevorrichtungen für Gobelins im Palais Bernheimer in München, die Autorin Meike Hopp beschreibt. Kurze Zeit später begann der Boom der Galerien für zeitgenössische Kunst an den beiden Hauptumschlagplätzen Paris und Berlin. Autor Malcolm Gee verfolgt in seinem Artikel die zahlreichen Galerien in den beiden Hauptstädten, ihre Ausstellungspraxis und Verkaufsstrategien.

Mehrere Texte beschäftigen sich mit den Ausstellungsphänomenen in der unmittelbaren Gegenwart. Anne Luthers Artikel befasst sich mit der Erweiterung der Ausstellungsmöglichkeiten durch zeitgenössische Künstler in den letzten Jahren in New York, die Alternativen zu bestehenden kommerziellen Strukturen wie der scheinbar neutralen Ästhetik des „white cube“, des weißen Ausstellungsraums in Galerien, suchen.

Ausstellungspraxis früher und heute

Ein Interview mit dem Museumskurator und ehemaligen Kunsthändler Sebastian Baden ergänzt Anne Luthers Perspektive auf den Markt für zeitgenössische Kunst durch einen Blick auf Ausstellungspraktiken der vergangenen Jahrzehnte, und auf vorhergehende Versuche, kommerzielle Praktiken kritisch zu unterlaufen, die der Markt allerdings als künstlerische Ausdrucksform vereinnahmte.

Hier kommt das Instrument der Kunstmesse ins Spiel. Es war auf einer Londoner Konferenz im Sommer 2017 ausführliches Thema. Die Konferenzbeiträge sind in einem gesonderten Kapitel als Konferenzbericht zusammengefasst.

Inhalt der dritten Ausgabe des Journal for Art Market Studies: „Exhibiting Art for Sale“:

- Andrea Meyer: Introduction
- Alison Stagg: The American "Dressing Academy"
- Meike Hopp: Art Trade Palaces – Galleries of art dealers as architectural task and their reception in Munich around 1900
- Malcolm Gee: Modern Art Galleries in Paris and Berlin c.1890-1933: types, policies and modes of display
- Anne Luther: Artist-run Galleries - Differentiating Three Models in Current Contemporary Art Markets Sebastian Baden: Interview
- Helene Bosecker / Susanne Meyer-Abich: Conference report „The Art Fair“

Das Open-Access „journal for art market studies“ ist im Internet zu finden unter: www.fokum-jams.org

Weitere Informationen erteilt Ihnen gern:

Dr. Susanne Meyer-Abich

TU Berlin

Institut für Kunstwissenschaft und Historische Urbanistik

Fachgebiet Kunstgeschichte der Moderne

Tel.: 030/ 314-25014

E-Mail: s.meyer-abich@tu-berlin.de