

Press release**Technische Universität Berlin****Stefanie Terp**

12/17/2018

<http://idw-online.de/en/news708067>Scientific Publications
Art / design
transregional, national**TU Berlin: Die Kunst, mit Kunst Geld zu verdienen****Neue Ausgabe des Open-Access-Journals „JAMS“ der TU Berlin zum Thema „Artists on the Market“ erschienen**

Sie provozieren, verzaubern, regen zum Diskurs an – Künstler*innen und ihre Werke. Sie setzen ihre Ideen mit den unterschiedlichsten Mitteln und Methoden um, doch nur einige gewinnen den Kampf um gesellschaftliche Anerkennung und die wenigsten können davon leben. So diente dem französischen Maler Paul Delaroche seine physiognomische Ähnlichkeit mit Napoleon, seinem Lieblingsmotiv, als Wiedererkennungsmerkmal in seinen Bildern und schottische Künstler nutzten um 1900 die Biennale von Venedig, um den Sprung auf den internationalen Kunstmarkt zu schaffen.

Anhand solcher Beispiele verfolgt die neue Ausgabe des Journals for Art Market Studies (JAMS) der Gastherausgeberin Sarah Salomon die verschiedensten Verfahren, mit denen Künstler vom 19. Jahrhundert bis zur Gegenwart ihre Arbeit – und oftmals auch ihre Person als Verkörperung ihrer Kunst – zu Markte trugen. Während Robert Mapplethorpe die Sichtbarkeit seiner als skandalös gesehenen Fotografien reduzierte, um potenzielle Käufer*innen zu gewinnen, prangerte ein Konzeptkünstler wie Sol Lewitt die Kommerzialisierung der Kunst an, indem er Zertifikate und Anleitungen anstelle von fassbaren Kunstgegenständen auf den Markt brachte. Inzwischen haben sich viele Künstler*innen zu hochpreisigen Unternehmer*innen mit einer globalen Produktionskette und internationalen Abnehmer*innen entwickelt.

Die vierte diesjährige Ausgabe des JAMS, einem akademischen peer-reviewed Open Access Journal des Forums Kunst und Markt der TU Berlin, geht zurück auf den gleichnamigen Workshop „Artists on the Market“. Aktualisierte Beiträge aus der Veranstaltung wurden mit neuen Artikeln kombiniert, um das Thema weiter zu beleuchten. Herausgegeben wird das Magazin vom Forum Kunst und Markt, gegründet von Prof. Dr. Bénédicte Savoy zusammen mit Dr. Dorothee Wimmer und Dr. Johannes Nathan. Leitende Redakteurin ist Dr. Susanne Meyer-Abich, die die Ausgaben des englischsprachigen Journals jeweils in Zusammenarbeit mit wechselnden Wissenschaftler*innen erarbeitet.

Inhalt der vierten Ausgabe:

1. Editorial
2. Sarah Salomon, Introduction
3. Lisa Hackmann, Contrived Resemblance: Delaroche and Napoleon.
4. Barbara Pezzini, The “Art” and the “Market” Elements of the Art Market: John Linnell, William Agnew and Artist-Dealer Relationships in Nineteenth-Century Britain.
5. Marie Tavinor, “Wonderful Revelations”: Scottish Art at the Venice Biennale and the Strategies of Innovation and Reputation, 1897–1899.
6. Jonathan Maho, An Oeuvre shaped by the Buyers’ Tastes? The Impact of Compromises on the Reception of Robert Mapplethorpe’s Work.
7. Martin Hartung, Under Control: Sol LeWitt and the Market for Conceptual Art.
8. Franz Schultheis, The Artist is Absent: the Artist as Creativity Entrepreneur and Changes in Representation and Practices of “Art”.

Alle Ausgaben des Journals finden Sie unter: <https://www.fokum-jams.org>

Weitere Informationen erteilt Ihnen gern:
Dr. Susanne Meyer-Abich
TU Berlin
Kunstgeschichte der Moderne
Tel.: 030 314-28922
E-Mail: s.meyer-abich@tu-berlin.de