

Business means being busy : Künstler und Kunstmarkt : "Die Lage ist hoffnungslos, aber nicht ernst" = artistes et marché de l'art : "La situation est désespérée, mais pas grave" = artisti e mercato dell'arte

Autor(en): **Meszmer, Alex**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art**

Band (Jahr): **120 (2018)**

Heft -: **Marché & pouvoir = Markt & Macht = Market & might = Mercato & potere**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-813128>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Business Means Being Busy – Künstler und Kunstmarkt



Business Means Being Busy –
Artistes et marché de l'art

Business Means Being Busy –
Artisti e mercato dell'arte

Alex Meszmer

«Die Lage ist hoffnungslos, aber nicht ernst.»

Stefan Effenberg

D

Wo stehen wir Künstlerinnen und Künstler, wenn es um den Kunstmarkt geht? Von welchem Kunstmarkt sprechen wir eigentlich? Und hat der Kunstmarkt mit uns und unserer Arbeit noch wirklich etwas zu tun? Oder bewegen wir uns eher in vielen verschiedenen kleinen und grossen Kunstmärkten?

Kunstbetriebsamkeit

Von welcher Definition des Markts oder besser: des Kunstbetriebs, der Creative Industries gehen wir aus? Sind es die Vorstellungen eines Hochpreis-Kunstmarkts mit sich überbietenden Rekorden bei Auktionen? Ist es die «Bluechip-Art», die an der ART Basel und ihren Satelliten in Miami und Hongkong gehandelt wird? Geht es nach wie vor um westeuropäische Kunst von alten weissen Männern? Welche Menschen verbergen sich hinter dem Kunstbetrieb und bestimmen, was Kunst ist, sein kann oder zu sein hat? Haben die Grossausstellungen wie die *documenta* in Kassel, die *Biennale* in Venedig, die *Skulptur Münster* noch eine Deutungshoheit, was zeitgenössische Kunst ist? Oder sind es die vielen Biennalen, die allerorten wie Pilze aus dem Boden geschossen sind, die den Blick auf die Kunst verändern? Ist Kunst in erster Linie urban und elitär und kann nur in grossen Metropolen entstehen? Was ist eine einflussreiche Metropole? Laufen Mexico City, Seoul, Kairo, Istanbul, Sao Paulo den grossen westlichen Metropolen den Rang ab?

Und dann: Wer befragt denn eigentlich noch Künstlerinnen und Künstler nach möglichen gesellschaftlichen Utopien und Zukunftsszenarien? Geht das nicht unter im Powerplay des Kunstbetriebs? Wer bestimmt? Kuratoren, Sammler, Museumsleute, Agenten? Und: Powerplay? Wollen wir als Künstler da denn wirklich mitspielen? Lullen wir uns nicht gerne ein, im guten Gefühl

« La situation est désespérée, mais pas grave. »

Stefan Effenberg

F

Nous les artistes, où nous situons-nous par rapport au marché de l'art ? De quel marché de l'art parlons-nous en fait ? Et le marché de l'art a-t-il encore quelque chose à voir avec nous et notre travail ? Ou est-ce que nous avons tendance à évoluer dans de nombreux marchés de l'art de différentes dimensions ?

Questions de définition

De quelle définition du marché ou mieux du monde de l'art, des « creative industries » partons-nous ? Est-ce la conception d'un marché de l'art à prix élevé avec des records d'une vente aux enchères à l'autre ? Est-ce le « bluechip-art », proposé par ART Basel et ses satellites à Miami et Hongkong ? S'agit-il encore de l'art de l'Europe de l'Ouest créé par de vieux hommes blancs ? Quels êtres se cachent derrière le commerce de l'art et déterminent ce qu'est, peut-être ou doit être l'art ? Les grandes expositions comme la *documenta* de Kassel, la *Biennale* de Venise, *Skulptur Münster* ont-elles encore le pouvoir de définir ce qu'est l'art contemporain ? Ou est-ce que les nombreuses biennales qui poussent un peu partout comme des champignons changent notre regard sur l'art ? L'art est-il avant tout urbain et élitiste et ne peut-il être créé que dans les grandes métropoles ? Qu'est-ce qu'une métropole influente ? Mexico, Séoul, Le Caire, Istanbul, Sao Paulo sont-elles en train de dépasser les grandes métropoles occidentales ?

Et puis : qui interroge encore les artistes sur les utopies sociales possibles et les scénarios d'avenir ? Est-ce que ce n'est pas en train de sombrer dans le jeu de puissance de l'industrie de l'art ? Qui décide ? Les curateurs, les collectionneurs, les conservateurs des musées, les agents ? Et qu'en est-il du jeu de puissance ? En tant qu'artistes, voulons-nous vraiment participer au jeu ? N'aimons-nous pas nous bercer d'illusions en pensant que nous sommes

7

Alex Hanimann



Alex Hanimann, *Bird Life [blue 7]*, 2017, Digitalprints, montiert, Unikat, 132.5 × 186.5 cm, gerahmt; verkauft November 2017



Marta Minujín (Minujin), *The Parthenon of Books*, 2017, Stahl, Bücher, Kunststoffolie, 19.5 × 29.5 × 65.5 m, Ministerium für Medien und Kultur von Argentinien, © documenta archiv/Mathias Voelzke, Courtesy of the artist and Henrique Faria, New York & Buenos Aires

marktfern zu sein und mit der Schlechtigkeit der Welt nichts zu tun zu haben? – Unbehelligt von Steuerhinterziehungsmustern, Zollfreilagern und der Intransparenz des Kunstmarktes? Geht es um Geld oder geht es um Kunst? Kümmert sich der Kunstbetrieb auch um sein Publikum oder ist er sich selbst einfach genug?

«System und Kommunikation sind Betrieb, Gerede und Gerücht. Das Gerücht ist das im Gerede erzeugte Ereignis, das durch das Gerede zu einem wesentlichen Element des Betriebs wird. [...] Schliesslich ist das Gerede selbst eine Form des Betriebs: Betriebsamkeit», meinte Hannes Böhringer Ende der 1980er Jahre.¹ Betriebsamkeit beschreibt vielleicht den Kunstbetrieb am besten, und man könnte Böhringer auf die Kurzformel bringen: Wenn Kunst ein Business ist, geht es vor allem um «being busy».

Superkunstschisma und Demokratie

Es wurde 2017, und es wurde das Superkunstjahr, denn die *Biennale Venedig*, die *Skulptur Münster* und die 14. *documenta (d14)* in Kassel fanden im letzten Jahr wieder parallel statt. Ob all der Superkunst-Betriebsamkeit konstatierte der Autor Wolfgang Ullrich im vielstimmigen Chor der Kritik zu Grossausstellungen ein bereits heraufziehendes Kunst-Schisma: eine Trennung der «Kuratorenkunst» von der «Marktkunst». Vor allem die

loin du marché et que nous n'avons rien à voir avec la méchanceté du monde ? Insensible face aux modèles d'évasion fiscale, aux ports francs et à l'opacité du marché de l'art ? Est-ce une question d'argent ou une question d'art ? Le monde de l'art se préoccupe-t-il de son public ou se suffit-il à lui-même ?

« Système et communication sont constitués d'opérationnel, de discours et de bruit. Le bruit est l'événement issu du discours qui par le discours devient un élément essentiel de l'opérationnel. [...] En fin de compte, le discours est lui-même une forme d'opérationnel : l'agitation », écrivait Hannes Böhringer à la fin des années 80.¹ L'agitation est peut-être ce qui décrit le mieux le monde de l'art et on pourrait résumer Böhringer en une formule brève : si l'art est un business, il s'agit avant tout du domaine du « being busy ».

Schisme dans l'art et démocratie

2017, année du « superart », car la *Biennale de Venise*, la *Skulptur Münster* et la 14^e *documenta (d14)* de Kassel étaient organisées en parallèle. Dans toute cette agitation, l'écrivain Wolfgang Ullrich a constaté qu'un schisme ressortait du chœur polyphonique des critiques concernant ces grandes expositions : une séparation entre « art des curateurs » et « art du marché ». Selon Ullrich, la *documenta* de l'année dernière représentait

8

Alex Hanimann

Der Kunstmarkt hat für mich durchaus eine Bedeutung. Ich verkaufe Werke über Galerien, Kunstmessen usw., die zu diesem Markt gehören. Insofern verstehe ich mich als Teil davon. Aber gleichzeitig habe ich mit dem Begriff, hinter dem sich eben auch Investment- und Spekulationsabsichten verbergen, der – jedenfalls auf einem bestimmten Level – zunehmend global funktioniert, der von Leuten bestimmt wird, die viel von Marktwirtschaft und wenig von Kunst verstehen – auch herzlich wenig zu tun. Es gilt also, den Begriff zu relativieren. Es gibt nicht den einen Kunstmarkt – es gibt deren viele und sehr unterschiedliche. Fazit: Das teils geografisch, teils marktwirtschaftlich ausdifferenzierte und nach klaren Regeln funktionierende Gebilde «Kunstmarkt» ist äusserst heterogen und in einem Begriff eigentlich gar nicht zu fassen.

Le marché de l'art a une importance pour moi, c'est certain. Je vends des œuvres par l'intermédiaire de galeries, foires d'art, etc. qui appartiennent à ce marché. À cet égard, je me considère comme faisant partie de ce marché. Mais en même temps, j'adhère peu à ce concept, derrière lequel se cachent notamment les intentions d'investissement et de spéculation et qui – du moins à un certain niveau – fonctionne de plus en plus globalement, qui est déterminé par des gens qui connaissent bien l'économie de marché et assez peu l'art. Il convient donc de relativiser ce terme. Il n'y a pas un seul marché de l'art ; il y a différents marchés. En bref : le « marché de l'art », qui est en partie géographiquement et en partie économiquement différencié et fonctionne selon des règles claires, est extrêmement hétérogène et ne peut pas être appréhendé avec un seul terme.

Il mercato dell'arte per me riveste un'importanza assoluta. Vendo opere con la mediazione di gallerie e fiere che ne fanno parte. Perciò mi sento anch'io parte di tutto questo. Al tempo stesso però ho davvero poco a che fare con una definizione dietro cui si celano anche speculazioni e investimenti, che – almeno a un certo livello – funziona in modo sempre più globale ed è in mano a gente che capisce molto di economia di mercato e poco o niente di arte. Bisogna quindi relativizzare questo concetto. Non esiste un mercato dell'arte, ma esistono molti mercati dell'arte e tutti diversi uno dall'altro. In sostanza: il «mercato dell'arte» è una struttura che si configura in modo differenziato a livello in parte geografico e in parte economico e funziona secondo regole chiare, è estremamente eterogeneo e impossibile da definire con una parola sola.

letztjährige *documenta* repräsentierte laut Ullrich den Typus der Kuratorenkunst, deren Künstlerinnen und Künstler man auf der ART Basel vergeblich suchte – dem Hort der Marktkunst. Die Trennung ist schon lange sichtbar, und sicher ist die Situation auch nicht so simpel, wie Ullrich sie darstellt. Interessant ist höchstens, dass Ullrich seine dünne These im Umfeld der *d14*-Kritik anbringt und mit prominenten Statements untermauert: «So sieht Massimiliano Gioni, der 2013 selbst künstlerischer Leiter der *Biennale* in Venedig war, in der Hirst-Ausstellung² sowie in der zeitgleich eröffneten Athener Ausgabe der *documenta* «ein Musterbeispiel für das Auseinanderdriften der divergierenden Auffassungen von Kunst». Diese charakterisiert er folgendermaßen: «Auf der einen Seite Celebrity Culture, Markt, visuelle Unterhaltung, auf der anderen eine Idee von Kunst als Politik und Engagement, die nicht ganz frei ist von einem Übermaß an Moralismus und Widersprüchen.»³ Den «absurden Mechanismus des Kuratorenzeitalters», dass «kommerzieller Erfolg [...] eher hinderlich» für Künstler sei, die es auf eine *Biennale* oder *documenta* schaffen wollen,⁴ findet Ullrich bei Tim Sommer, dem Chefredakteur des Kunstmagazins *Art*. Er führt Robert Fleck an, der «bereits 2013 ziemlich drastisch von einem «kalten Krieg», der zwischen den Vertretern einer Kunstmarktkunst auf der einen Seite und den Repräsentanten der Welt der Biennalen sowie der Kunstvereine auf der anderen Seite herrsche.»⁵ Ullrich prophezeit: Die Auswirkungen dieses Schismas würden in naher Zukunft an den Kunstakademien sichtbar werden, die die Eckpfeiler ihrer Ausbildungen danach ausrichten würden. So könnten sich zukünftige Kunststudenten entscheiden, ob sie eher Kunstmarktkunst schaffen wollten oder Kuratorenkunst.

«Kuratieren ist undemokratisch, autoritär und korrupt», schrieb der Kunsthistoriker Stefan Heidenreich in *Die Zeit* anlässlich der *d14*. «Ohne Angabe von Gründen, ohne Diskussion wählen Kuratoren ihre Künstler aus und entscheiden, was wo und wie gezeigt wird. Wie kommt es, dass ausgerechnet in der Kunstwelt, in der doch sonst auf Freiheit so viel Wert gelegt wird, Ausstellungsautokraten derart viel Macht zugebilligt wird?»⁶ Heidenreich forderte deswegen: «Überwindet das Kuratieren, beteiligt die Betrachter, demokratisiert das Ausstellen!» Er habe jedoch keine Vorstellung, wie eine Demokratisierung des Ausstellens und eine Demokratisierung der Kunst aussehen und sich entwickeln könne,

l'exemple typique d'art des curateurs ; à l'opposé, ce type d'artistes étaient une denrée rare à ART Bâle, refuge de l'art de marché. La séparation est visible depuis longtemps, et la situation n'est certainement pas aussi simple que ce qu'Ullrich présente. Il est toutefois intéressant de constater qu'Ullrich exprime sa thèse plutôt mince dans le contexte de la critique relative à *d14* et la soutient avec des arguments empruntés à des sommités : « Ainsi, Massimiliano Gioni, qui était lui-même directeur artistique de la *Biennale* de Venise en 2013, considère l'exposition Hirst² et l'ouverture simultanée de l'édition d'Athènes de *documenta* comme «un excellent exemple des vues divergentes sur l'art». Il le caractérise de la manière suivante : «D'un côté la culture des célébrités, le marché, le divertissement visuel, de l'autre une idée de l'art comme politique et engagement, qui n'est pas entièrement libre d'un excès de moralisme et de contradictions.»³ Ullrich se réfère également à Tim Sommer, le rédacteur en chef de la revue *Art*, qui mentionne « le mécanisme absurde de l'ère des curateurs », qui « fait plutôt obstacle au succès commercial » pour des artistes qui souhaitent être présents à la *Biennale* ou à la *documenta*⁴. Il mentionne Robert Fleck : « En 2013 déjà, il y avait une guerre «froide» assez drastique entre les représentants du marché de l'art d'une part et les représentants du monde des biennales et des associations d'art d'autre part. »⁵ Ullrich prédit que les effets de ce schisme vont être perceptibles dans un avenir proche dans les écoles d'art, qui vont orienter les éléments principaux de leurs formations en conséquence. Dans ces conditions, les futurs étudiants en art pourraient décider s'ils préfèrent créer de l'art destiné au marché ou de l'art destiné aux curateurs.

« Le curatoriat est antidémocratique, autoritaire et corrompu », a écrit l'historien de l'art Stefan Heidenreich dans le journal *Die Zeit* en marge de *d14*. « Sans donner de raisons, sans discussion, les curateurs choisissent leurs artistes et décident de ce qui est montré, où et dans quelles conditions. Comment se fait-il que précisément dans le monde de l'art, où tant d'importance est accordée à la liberté, des autocrates se voient accorder autant de pouvoir ? »⁶ Dans ce contexte, Heidenreich demande : « Allons au-delà du curatoriat, impliquons le spectateur, démocratisons l'exposition ! » Il précise cependant qu'il n'a aucune idée de ce à quoi pourrait ressembler une démocratisation de l'activité d'exposition et une démocratisation de l'art. Les réactions violentes et les attaques

9

Anne-Chantal Pitteloud



Anne-Chantal Pitteloud, *Niveaux # 26 – 2017*, encre de chine sur verres, 2 × 120 × 160 cm, Triennale d'art contemporain 2017 Valais/Wallis



Stockfoto aus einer Werbebroschüre einer Kunstmesse, die Ausstellungsfläche an Künstler vermietet (Zurich, Switzerland – June 11, 2017: Airport Zurich – tail fins of airplanes – airlines «Swiss» and «Edelweis» planes in parking position, hill in background)

meinte er dazu. Die heftigen Reaktionen und Angriffe auf seinen Text und die ausführliche vor allem auch in den sozialen Medien geführte Diskussion – von Künstlern, Kuratoren und Kunstkritikern – zeigten jedenfalls, dass er einen wunden Punkt getroffen hat.

Die beiden Beispiele machen deutlich, wie sehr von Grossausstellungen zeitgenössischer Kunst Antworten auf dringliche Zeitfragen erwartet werden. Eine Million Besucher an den beiden *d14*-Standorten in Athen und Kassel zeugen ebenfalls davon. Sie zeigen vielleicht auch, dass wenn Grossausstellungen nicht die Fragen stellen, die Kritiker erwarten, Irritation entsteht. Es scheint, als sei im Superkunstjahr ein Bedeutungsvakuum entstanden. Warum sei dahingestellt. Vielleicht werden auch die Auswahl der Künstler, die Finanzierung der Ausstellungen, die Verstrickungen innerhalb des Kunstbetriebs heute genauer betrachtet.

In dem *Arte*-Dokumentarfilm *Geld macht Kunst* spricht die Kunstkritikerin Julia Voss diese Themen an (und widerlegt Wolfgang Ullrich eigentlich so ganz nebenbei): «Jede *Biennale* hat einen Haken, und der Haken dieser *Biennale* ist, dass der Kurator kein festes Budget hat. Das heisst, der Kurator muss jedes Jahr die Mittel für die *Biennale* aufbringen, und natürlich ist es so, dass er private Financiers braucht. Er braucht Mäzene, er braucht Stiftungen, er braucht Galerien, und insofern

contre son texte et les discussions approfondies, en particulier dans les médias sociaux – par des artistes, des curateurs et des critiques d’art – ont montré qu’il a touché un point sensible.

Les deux exemples illustrent le fait que les grandes expositions d’art contemporain sont censées apporter des réponses à des questions urgentes de notre temps. C’est également attesté par la fréquentation : un million de visiteurs sur les deux sites de *d14*, à Athènes et Kassel. Ces deux exemples montrent également que, lorsque les grandes expositions ne posent pas les questions auxquelles les critiques s’attendent, il y a irritation. Il semble que, dans cette année particulière pour l’art, il y a eu comme un vide au niveau du sens. On ne sait pas exactement pour quelle raison. Peut-être que, aujourd’hui, on observe de plus près la sélection des artistes, le financement des expositions et l’enchevêtrement au sein du monde de l’art.

Dans le documentaire *Arte L’argent fait l’art*, la critique d’art Julia Voss aborde ces mêmes sujets (et contredit Wolfgang Ullrich au passage) : « Chaque *Biennale* présente un point faible, et le point faible dans ce cas est que le curateur ne dispose pas d’un budget fixe. Cela signifie que le curateur doit trouver des fonds pour la *Biennale* chaque année, et bien sûr, il a besoin de financiers privés. Il a besoin de mécènes, il a besoin de fonda-

10

Anne-Chantal Pitteloud

Mes pièces sont présentées dans des galeries qui ne me semblent pas faire partie d’un *marché*. Une vente est pratiquement toujours le fruit d’un coup de cœur d’une personne ou de clients fidèles qui suivent mon travail et non, à ma connaissance, d’importants collectionneurs dans cette idée d’acquisition pour un investissement. Ayant toujours choisi avec soin les lieux où exposer, j’ai très souvent rencontré et travaillé avec des galeristes et des curateurs avec qui j’ai noué des relations durables.

I miei lavori vengono esposti in gallerie che ai miei occhi non rappresentano un *mercato*. Se vendo è quasi sempre perché una persona o un cliente fedele, che segue il mio lavoro, si sente particolarmente attratto da una mia opera. Per quanto ne so, fra i miei clienti non ci sono mercanti famosi, per i quali l’acquisto di un’opera rappresenta un investimento. Ho sempre scelto accuratamente gli spazi in cui esporre, e con i galleristi e i curatori che ho incontrato o con cui ho lavorato ho stretto il più delle volte contatti duraturi.

Meine Arbeiten werden in Galerien gezeigt, die in meinen Augen nicht zu einem *Markt* gehören. Ein Verkauf ergibt sich fast immer, weil eine Person oder ein treuer Kunde, der meine Arbeit verfolgt, eines meiner Werke besonders mag. Bedeutende Kunsthändler, für die der Ankauf eines Werks eine Investition bedeutet, sind meines Wissens nicht unter meinen Kunden. Ich habe die Orte, an denen ich ausstelle, immer sorgfältig ausgewählt, und ich habe mit den Galeristen und Kuratoren, denen ich begegnet bin oder mit denen ich gearbeitet habe, oft dauerhafte Kontakte geknüpft.

müssen wir dem Kurator vertrauen, dass er aus dieser *Biennale* keine Messe macht, das heisst, dass die grössten Galerien praktisch auch die grössten Räumlichkeiten bekommen, weil sie am meisten bezahlen können, sondern, dass er es trotzdem schafft ein Programm [...] zu zeigen, das eben eine Gegenwartskunst abbildet, die ihm interessant erscheint und nicht unbedingt die, die sich am leichtesten finanzieren lässt.»⁷ Voss zeigt anhand einiger Beispiele, wie Grossausstellungen so zu Shoppingmeilen für Kunstsammler werden. Das Publikum ist nur Staffage:

«Wir haben Kunstwerke, die ideal für bestimmte Märkte geschaffen worden sind. [...] Das sind die Produkte, die uns hingestellt werden, und wenn man das ganz zynisch sagen wollte, könnte man sagen: [...] die Öffentlichkeit soll sich immer noch so fühlen, als hätte sie einen ästhetischen oder politischen Mehrwert [...]»⁸

Machen Museen Künstler?

Museen galten immer als die Königsmacher in der Kunst. Gruppen- und Einzelausstellungen in Museen sind die Zierde einer jeden Künstlerbiografie, denn sie sind die wenigen institutionellen Anerkennungen, die in unserem Beruf vergeben werden. Doch auch diese Rolle ist im Wandel.

Annette Kruszynski, Leiterin der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, bemerkt im gleichen *Arte*-Beitrag: «Die Aufgabe des Museums ist es nicht, die Preise in die Höhe zu treiben».⁹ Im Prinzip stellt sie fest, dass die Museen nicht mehr die Institutionen sind, die für die Preisgestaltung von Kunst eine grosse Rolle spielen. Stefan Berg, Direktor des Kunstmuseums Bonn, sagt dazu: «Die Etats sind immer weiter reduziert worden, das heisst, man hat immer mehr Museen gebaut, hat ihnen aber gleichzeitig die Möglichkeiten, eigenständig eine Sammlung aufzubauen, [...] genommen, hat sie verwiesen an die Privatsammler. Also das, was wir uns nicht mehr leisten können, wird dann sozusagen entliehen, möglichst langfristig und möglichst mit dem Ziel, es dauerhaft in Form einer Stiftung, einer Schenkung, irgendwann einmal für das Haus zu sichern. Das heisst, sie müssen öffentliche Mittel, Steuermittel dafür einsetzen, eine private Arbeit dauerhaft zu schützen, sie auf Transporte zu schicken, sie im Depot zu versorgen, sie zu restaurieren, aber sie haben möglicherweise nach

tions, il a besoin de galeries, et nous devons donc faire confiance au curateur pour qu'il ne fasse pas de cette *Biennale* une foire (aux plus grandes galeries les plus grands espaces, parce qu'elles disposent des moyens les plus importants), mais qu'il parvienne à proposer un programme présentant l'art contemporain qui lui paraît intéressant et non celui qui est le plus aisément finançable.»⁷ Voss recourt à quelques exemples pour montrer comment les grandes expositions deviennent des lieux de shopping pour les collectionneurs d'art. Le public est accessoire :

« Nous avons des œuvres d'art qui ont été créées en pensant à certains marchés. [...] Ce sont ces produits qui nous sont présentés, et si l'on voulait le dire de manière très cynique, on pourrait dire : [...] le public doit toujours avoir l'impression qu'il représente une valeur ajoutée esthétique ou politique [...] »⁸

Les musées font-ils les artistes ?

Les musées ont toujours été considérés comme les faiseurs de rois dans le domaine de l'art. Les expositions collectives et individuelles dans les musées sont l'ornement de la biographie de chaque artiste, car ce sont les rares reconnaissances institutionnelles qui sont décernées dans notre profession. Mais ce rôle est également en mutation.

Annette Kruszynski, directrice de la collection d'art Nordrhein-Westfalen, s'exprime ainsi dans le même reportage d'*Arte* : « Le travail du musée n'est pas de faire augmenter les prix. »⁹ En principe, elle note que les musées ne sont plus les institutions qui jouent un rôle majeur dans l'établissement des prix de l'art. Stefan Berg, directeur du Musée d'art de Bonn, dit à ce propos : « Les budgets ont été de plus en plus réduits, c'est-à-dire que de plus en plus de musées ont été construits ; en même temps, on les a privés de la possibilité de constituer une collection par leurs propres moyens, en les renvoyant aux collectionneurs privés. Ainsi, ce que nous ne pouvons plus nous permettre d'acheter est emprunté, pour ainsi dire, aussi longtemps que possible et dans le but de le sécuriser de façon permanente sous la forme d'une fondation, d'un don. Cela signifie que vous devez utiliser des fonds publics, des recettes fiscales, pour protéger en permanence une propriété privée, pour la transporter, pour la stocker, pour la restaurer, mais il est possible

11

Annina Roescheisen



Annina Roescheisen, *La Pietà*, 2013, Fine Art Photography, 150 × 100 cm, Ed. 4/5; sold December 2017

zehn oder fünfzehn oder zwanzig Jahren gar nichts mehr.»¹⁰ Museen seien so praktische, kostenlose Dienstleister für private Sammler. Ganz konkret bedeute das, «wir sind an dieser Stelle [...] Bittsteller am Ende von einer langen Schlange von Menschen und Institutionen, die um diese Ressource sehr, sehr teurer Kunst kämpfen.»¹¹

Kulturförderung, der staatliche Markt

Vielleicht ist es jetzt an der Zeit um über Kulturförderung zu sprechen. Staatliche Kulturförderung kreiert einen Markt.

Nehmen wir dazu ein Beispiel aus einem anderen Sektor: Das Erneuerbare-Energien-Gesetz der deutschen rotgrünen Bundesregierung von 1991 schuf den Anreiz für Hausbesitzer zur Umrüstung. Es entwickelte sich ein prosperierender Markt, und es wurde in Forschung und Entwicklung investiert.

Kulturförderung durch die öffentliche Hand funktioniert nach einem ähnlichen Prinzip, denn sie begünstigt die Entwicklung neuer Formen von Kunst und Kultur, ohne den Zwang rentabel zu sein. Kulturförderung ermöglicht gesellschaftliche Grundlagenforschung, die sich eine Region, eine Stadt, ein Land leisten muss. Dabei spielt das Publikum eine immer wichtigere Rolle: als Beteiligte in partizipativen Prozessen und als Bürger, die über Kultursubventionen mitentscheiden (wollen). Bestrebungen, Kulturförderung abzuschaffen, gibt es immer wieder – von libertären Kräften, die den Staat an sich bis zur Unkenntlichkeit reduzieren wollen, von gewissen Parteien, die ganz eigene Kunst- und Kulturbegriffe haben, aber auch von Kräften, die finden, dass Künstlerinnen und Künstler, die von Kulturförderung profitieren (am staatlichen Tropf hängen), es sonst sowieso nicht geschafft hätten. Das *Kathreptis* Projekt von Culture Action Europe in Athen 2015¹² hat unter anderem auch gezeigt, dass Kultur für Menschen immer wichtig ist, und dass sie gerade in einer Krise nicht darauf verzichten wollen. Vielleicht ist es bezeichnend, dass die Stimmen zur Abschaffung der Kulturförderung vor allem in prosperierenden Zeiten zu hören sind.

«Das Interesse an Kunst an sich eröffnet bereits einen Markt», sagte Noel Kelly, der Direktor von Visual Ar-

que vous ne possédiez plus rien après dix, quinze ou vingt ans. »¹⁰ Les musées deviennent ainsi des prestataires de services pratiques et gratuits pour les collectionneurs privés. Très concrètement, cela signifie que « nous sommes à ce stade [...] des mendiants à la fin d'une longue file d'attente de personnes et d'institutions qui se battent pour cette ressource très, très coûteuse qu'est l'art. »¹¹

La promotion culturelle, le marché d'État

Il est peut-être temps de parler de la promotion de la culture. Le soutien de l'État à la culture crée un marché.

Prenons un exemple d'un autre secteur : en Allemagne, la loi sur les énergies renouvelables du Gouvernement rose-vert de 1991 a créé une incitation pour les propriétaires de maisons individuelles. Un marché prospère s'est développé et des investissements ont été faits dans la recherche et le développement.

L'encouragement culturel par le secteur public fonctionne selon un principe similaire, car il encourage le développement de nouvelles formes d'art et de culture sans la préoccupation de la rentabilité. La promotion de la culture permet une recherche de base qu'une région, une ville, un pays doit se permettre. Dans ce contexte, le public joue un rôle de plus en plus important : en tant que participants aux processus participatifs et en tant que citoyens qui ont leur mot à dire dans les subventions culturelles. Des tentatives d'abolir la promotion culturelle sont régulièrement constatées – de la part de forces ultralibérales qui veulent réduire l'État à une peau de chagrin, de celle de certains partis qui ont leurs propres concepts de l'art et de la culture, mais aussi de la part de forces qui trouvent que les artistes qui bénéficient de la promotion culturelle (perfusion étatique) n'avaient pas de chance de percer. Le projet *Kathreptis* de Culture Action Europe à Athènes 2015¹² a notamment montré que la culture est toujours importante pour les gens et qu'ils ne veulent pas s'en passer, surtout en période de crise. Il est peut-être significatif que les voix demandant l'abolition de la promotion culturelle se font entendre surtout en période de prospérité.

« L'intérêt pour l'art en soi ouvre déjà un marché », a dit Noel Kelly, le directeur de Visual Artists Ireland, lors

12

Annina Roescheisen

I like to describe the artmarket as a house, made up of collectors, galleries, curators, museums, residencies, foundations, fairs, auction houses, dealers, art lovers, and artists. We, the inhabitants all mingle in there, we interact, love, respect, deal, buy, sell, yell, and run around. The links between us are the key; the beauty of the artmarket lays in collaborations, new encounters, relationships that span the globe and as a result – important projects and pieces are born. If I could change anything about this "house" it would be the front door. It has to be more open to the public and art has to become accessible to a wider audience who might not otherwise know that art is for everyone. Our world is not just about buying art it is about education, curiosity and the sheer power, I feel, that art has.

Den Kunstmarkt möchte ich hier als ein Haus beschreiben, in dem sich Sammler, Galerien, Kuratoren, Museen, Residenzen, Stiftungen, Messen, Auktionshäuser, Händler, Kunstliebhaber und Künstler aufhalten. Wir, die Bewohner, treffen uns alle in seinen Räumen, wir interagieren, lieben, respektieren, handeln, kaufen, verkaufen, brüllen und rennen herum. Der Schlüssel liegt in den Verbindungen zwischen uns, die Schönheit des Kunstmarkts liegt in seinen Kooperationen, in neuen Begegnungen, in Beziehungen, die sich über die halbe Welt erstrecken. Im Ergebnis entstehen dann wichtige Projekte, neue Werke. Könnte ich irgendetwas an diesem «Haus» verändern, dann wäre es die Eingangstür. Sie darf sich der Außenwelt gerne mehr öffnen, Kunst sollte einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, damit jedermann klar wird, dass sie für alle da ist. Es geht in unserer Welt schließlich nicht nur darum, mit Kunst zu handeln, es geht um Bildung, Neugier und die reine Kraft, die meiner Ansicht nach der Kunst innewohnt.

Je vois le marché de l'art comme une maison où séjournent collectionneurs, galeries, curateurs, musées, résidences, fondations, foires, maisons de vente aux enchères, marchands, amateurs d'art et artistes. Nous, les habitants, nous nous rencontrons tous dans ses chambres, nous interagissons, nous aimons, nous respectons, nous échangeons, nous achetons, nous vendons et nous courons dans tous les sens. La clé réside dans les liens qui nous unissent ; la beauté du marché de l'art doit être cherchée dans ses coopérations, dans de nouvelles rencontres, dans des relations qui couvrent une bonne partie de la planète. En fin de compte, cela permet d'importants projets, de nouvelles œuvres. Si je pouvais changer quelque chose à cette « maison », ce serait la porte d'entrée. Elle pourrait s'ouvrir davantage au monde extérieur ; L'art devrait être rendu accessible à un public plus large, pour que tout le monde se rende compte qu'il est là pour toutes et tous. Dans notre monde, il ne s'agit pas seulement de s'intéresser à l'art, mais aussi à l'éducation, à la curiosité et à la force pure qui, à mon avis, est inhérente à l'art.

tists Ireland, an einer Podiumsdiskussion im Herbst 2017. Die Besucher machen sich auf von zuhause und gehen in die Galerien, Ausstellungsräume und Museen und zeigen durch ihr Interesse, dass künstlerische Arbeit wichtig für sie ist, und sie für sich einen (immateriellen) Nutzen ziehen können. Die Eintrittspreise für Ausstellungen, die Buchläden und Geschenkshops in Museen, die Postkartenverkäufe generieren kleine Märkte, die gerade im Umfeld der Kunst wichtig sind. Das Publikum, die Besucher, die Community, die eigene Crowd erhalten immer mehr Aufmerksamkeit. Die Digitalisierung führt zu grundlegenden Veränderungen. Mit Crowdfunding gibt es zumindest ein erstes demokratisches Instrument, wie Stefan Heidenreich es fordert, und Audience Development bzw. Kulturelle Teilhabe sind die neuen Schlagwörter bei den staatlichen Kulturförderprogrammen. Fragen nach dem eigenen Publikum, wie es sich entwickelt und zusammensetzt, wie sich neues gewinnen lässt, sind nicht nur eine Form der Legitimation für staatliche Unterstützung, sondern auch ein neues demokratisches Element für den Kultursektor. Bei den Kunstmuseen passiert wenig in dieser Hinsicht. So ist beispielsweise bezeichnend, dass an der Studie zur Kulturellen Teilhabe von Culture Action Europe nur eine Kunstinstitution beteiligt ist.¹³

Galerien und Messen

Noch im Taumel wachsender Erfolge und kurz vor der grossen Krise lud der Bund Bildender Künstler Deutschland im September 2008 in die Akademie der Künste nach Berlin zu der Tagung *Jäger und Sammler* ein. Die Kuratoren der Sammlungen von Daimler-Benz, Deutsche Bank, Vattenfall und Würth präsentierten ihre Sammlungskonzepte. Die Kunsthistorikerin Hanna Marie Ebert stellte ihre Studie *Corporate Collections* vor, deren Essenz war, dass Banken und Versicherungen Kunstsammlungen aufbauen um sich ein besseres Image zu verschaffen. Erich Marx war der einzige vertretene Privatsammler, der vom Aufbau einer Sammlung aus Leidenschaft für die Kunst sprach. Alle Sammler waren sich einig, dass sie ihre Käufe über Galerien tätigen, die für sie eine Vorauswahl trafen und Qualität sicherten. In Erinnerung blieben drei sich umkreisende Gruppen: Die Künstler verfolgten die Sammler und Galeristen; die Galeristen belagerten die Sammler, die Sammler versuchten zu fliehen.

d'une table ronde en automne 2017. Les visiteurs quittent leur domicile et se rendent dans les galeries, les salles d'exposition et les musées et montrent par leur intérêt que le travail artistique est important pour eux et qu'ils peuvent en tirer un bénéfice (immatériel) pour eux-mêmes. Les prix d'entrée pour les expositions, les librairies et les boutiques de cadeaux dans les musées, les ventes de cartes postales génèrent de petits marchés qui sont particulièrement importants dans le domaine de l'art. Le public, les visiteurs, la communauté, représentent une attention de plus en plus grande. La numérisation entraîne des changements fondamentaux. Avec le financement participatif (crowdfunding), il y a au moins un premier instrument démocratique, dans le sens de ce que demande Stefan Heidenreich, et l'« audience development » respectivement la participation culturelle sont les nouveaux mots à la mode dans les programmes de promotion culturelle de l'État. Les questions sur le propre public, comment il se développe et se compose, comment on peut gagner de nouveaux territoires, ne sont pas seulement une forme de légitimation pour le soutien de l'État, mais également un nouvel élément démocratique pour le secteur culturel. Il ne se passe pas grand-chose à cet égard dans les musées d'art. Par exemple, il est révélateur qu'une seule institution artistique soit impliquée dans l'étude sur la participation culturelle de Culture Action Europe.¹³

Galeries et foires d'art

Encore dans un tourbillon de succès croissants et peu avant la grande crise, le Bund Bildender Künstler d'Allemagne a en septembre 2008 organisé à Berlin un colloque intitulé *Chasseurs et collectionneurs*. Les curateurs des collections de Daimler-Benz, Deutsche Bank, Vattenfall et Würth ont présenté leurs concepts de collection. L'historienne de l'art Hanna Marie Ebert présenta son étude *Corporate Collections*, dont l'essence était que les banques et les compagnies d'assurance créent des collections d'art pour des raisons d'image. Erich Marx était le seul collectionneur privé représenté qui parla de la constitution d'une collection par passion de l'art. Tous les collectionneurs ont admis qu'ils faisaient leurs achats par l'intermédiaire des galeries, ce qui leur permettait de profiter d'une présélection et de garantir une bonne qualité. Trois groupes paraissaient évoluer chacun sur son orbite : les artistes recherchaient le contact avec les collectionneurs et les galeristes ; les

13

Beat Zoderer



Beat Zoderer, *5-stöckiger Dodekaeder*, 2016, Acryl auf ausgeschäumtem Karton / Polyester, 55 × 63 × 147 cm; verkauft 2017

Kunstmessen gelten seit jeher als das Mekka der Kunst: Galerien präsentieren ihre hoffnungsvollsten Künstlerinnen, Galeristen und Künstler treffen neue Sammler und präsentieren Kunst vor internationalem und neuem Publikum, vor allem vor Kuratoren, die Messen auf der Suche nach heissen, brandneuen Werken durchforsten. José Freire, Leiter der Team Gallery, machte am 5. März 2018 publik, dass seine Galerie nicht mehr an Messen teilnehmen werde.¹⁴ Kollegen und Messeorganisationen würden immer sagen, es sei hervorragend gelaufen. Er sei der erste, der laut ausspreche, dass es für ihn nicht hervorragend gelaufen sei, so könnten andere folgen. Auch wenn Messeteilnahmen für die Team Gallery am Anfang wichtig waren und Aufmerksamkeit für Künstler und Programm bescherten, stellt Freire fest, dass er kaum noch neue Sammler auf Messen kennenlerne und es immer weniger wahrscheinlich werde, Kuratoren zu treffen. Während noch vor einigen Jahren Messeteilnahmen das Galerienprogramm mitfinanzierten, seien Verluste inzwischen an der Tagesordnung. Die Bedeutung der Messen sei in einem Wandel, meint Freire, und Kuratoren und Sammler würden es inzwischen wieder bevorzugen in der Galerie vorbeizuschauen und dort persönlich betreut zu werden.

Künstler als Beute

«Wie das Leben am Hof ist die Kunstszene, die Kommunikation über Kunst «ein ernstes melancholisches Spiel» (La Bruyère). Wie der traurige und gelangweilte König, von dem Pascal spricht, oder der entmachtete Adel zerstreut sich heute das Kunstpublikum durch die Jagd, die Jagd nach dem Neuen, nach einer Kunst- und Stilrichtung, einem neuen Gesprächsstoff.»¹⁵

Künstlerinnen und Künstler haben darin eine besondere Aufgabe: «Der Künstler spielt darin die Rolle des Wildes, der Jagdbeute. Seine Klugheit besteht darin, sich aufspüren und entdecken zu lassen, seinen Jägern den Spass zu verderben, es ihnen nicht allzu leicht zu machen – sonst wenden sie sich zu schnell gelangweilt ab –, aber auch nicht ganz unmöglich – sonst bleibt er unentdeckt.»¹⁶

Unentdeckt bleibt ein grosser Prozentsatz der Künstlerinnen und Künstler. Wobei, was heisst eigentlich unentdeckt? Ist ein regionaler Künstler, der lokal gut sein Auskommen findet, unentdeckt? Ist eine Künstlerin, die mit ihren Ideen vor allem Künstlerinnen und Künstler

galeristes assiégeaient les collectionneurs ; les collectionneurs tentaient de fuir.

Les foires d'art ont toujours été considérées comme la Mecque de l'art : les galeries y présentent leurs artistes les plus prometteurs, les propriétaires de galeries et les artistes rencontrent de nouveaux collectionneurs et présentent l'art à un public international et nouveau, surtout constitué de curateurs qui recherchent des œuvres intéressantes et nouvelles. José Freire, directeur de la Team Gallery, a annoncé le 5 mars 2018 que sa galerie ne participerait plus aux foires d'art. Les collègues et les organisateurs de foires diront toujours que tout s'est très bien passé. Il a été le premier à dire à haute voix que les choses ne s'étaient pas très bien passées pour lui ; d'autres peuvent suivre. Même si la participation aux foires a été importante pour la Team Gallery au début et a attiré l'attention sur les artistes et le programme, Freire se rend compte qu'il ne rencontre pratiquement plus de nouveaux collectionneurs lors des foires et qu'il est de moins en moins probable qu'il va y rencontrer des curateurs. Alors qu'il y a quelques années seulement, la participation aux foires permettait de participer au financement du programme des galeries, les pertes sont devenues une réalité fréquente aujourd'hui. L'importance des foires est en mutation, dit Freire, et les curateurs et collectionneurs préféreraient maintenant revenir à la galerie et s'y faire conseiller individuellement.

Artistes en tant que proies

« Comme la vie de la cour, le monde de l'art et la communication sur l'art est «un jeu sérieux, mélancolique» (La Bruyère). Comme le roi triste et saisi par l'ennui, dont Pascal parle, ou la noblesse démunie, le public de l'art se disperse aujourd'hui et part à la chasse au nouveau, une tendance artistique ou un style, un nouveau sujet de discussion. »

Les artistes ont un rôle particulier à jouer à cet égard : « L'artiste joue le rôle de la proie dans ce contexte. Sa ruse consiste à se faire découvrir, en ne facilitant pas trop la tâche des chasseurs – sinon, ils vont trop vite s'ennuyer –, mais en faisant en sorte que cela ne soit pas complètement impossible – sinon, il ne sera pas découvert. »

Un grand pourcentage d'artistes ne sont pas découverts. Mais qu'entend-on par là ? Est-ce qu'un artiste régional

14

Beat Zoderer

Par le passé, dans la galerie, on parlait d'art, de contenu et de visions, puis on envisageait la vente. Aujourd'hui, sur le marché de l'art, c'est-à-dire à la foire, l'art est vendu comme une marchandise, souvent à partir de photos ou sur Internet, ou aux enchères à bas prix ; beaucoup achètent les yeux fermés. Les galeries sont vides, les gens se rencontrent à la foire et n'ont pas le temps de discuter en profondeur de l'œuvre. Aujourd'hui, des « events » sont organisés pour attirer un public dans les galeries. Il s'agit là de rencontres sociales et non de rencontres où l'art est au centre des préoccupations – on se retrouve sur une place de marché !

Früher wurde in der Galerie über Kunst, Inhalte und Visionen geredet und dann die Kunst verkauft. Heute wird auf dem Kunstmarkt, sprich der Messe, die Ware Kunst veräussert, oft ab Foto oder aus dem Netz, oder billig auf Auktionen – viele kaufen mit den Ohren! Die Galerien sind leer, man trifft sich auf der Messe und hat keine Zeit für vertiefte Gespräche über das Werk. Heute macht man Events um Leute in die Galerie zu kriegen. Es wird zu einem kurzen gesellschaftlichen und nicht zu einem kunstphilosophischen Anlass – und schon steht man wieder mitten auf dem Marktplatz!

Prima, nella galleria si discuteva molto di arte, di contenuti, di visioni, e poi si vendeva. Oggi sul mercato dell'arte, vale a dire nelle fiere, si vende arte come merce, non importa se da foto, da internet, a poco prezzo nelle aste – molti comprano per sentito dire! Le gallerie sono vuote, ci si incontra alle fiere e non si ha mai tempo per parlare più approfonditamente dell'opera. Oggi si creano eventi per attirare la gente in galleria. Si tratta per lo più di occasioni mondane, non di scambio sul terreno artistico-filosofico – e si finisce per ritrovarsi sempre lì, in mezzo alla piazza del mercato!

inspiriert, eine Künstler-Künstlerin, unentdeckt? Ist man unentdeckt, wenn einen der internationale Kunstmarkt ignoriert? Welche geheime Entdeckungsmacht ist da am Werk?

Die Hoffnung auf die vermeintliche Entdeckung treibt die Betriebsamkeit an, und es gibt genug Galerien, Ausstellungshäuser oder Kunstmessen, die sich Künstlerinnen und Künstlern andienen. Mit verlockenden Versprechungen werden Wandmeter oder Ausstellungsfläche angeboten, und die Künstler zahlen für die Ausstellung der eigenen Arbeiten viel Geld.¹⁷ Oft genug decken die Organisatoren mit den Einnahmen durch die Künstlerinnen und Künstler ihre Kosten, und nur in den wenigsten Fällen haben sie auch ein Interesse daran, für ein interessiertes Publikum zu sorgen. Für Bonuspunkte im Kunstbetrieb sind solche Veranstaltungen eher hinderlich und grosse Entdeckungen werden dort nicht gemacht. Einer meiner Kunstprofessoren an der Akademie schärfte uns Kunststudenten ein, dass Kunstausstellungen eine Leistung ist, für die man als Künstlerin oder Künstler niemals bezahlen sollte. Ausnahmen machte er bei Anmeldegebühren, die viele internationale Open Calls im Bereich von zehn bis dreissig Euro verlangen. Deren Ziel ist es, dass Unprofessionelles sich von vornherein selbst aussortiert.

Und was machen wir jetzt?

Being busy, die alltägliche Betriebsamkeit des Kunstsystems, kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass wir uns in einer fundamentalen Umbruchphase befinden. Wir beobachten mit der Digitalisierung einen Paradigmenwechsel in Bezug auf die Kulturwerkzeuge, der allenfalls mit der Erfindung des Buchdrucks vergleichbar ist. Mit den Kulturwerkzeugen ändern sich die gesellschaftlichen Bedingungen und sind nicht mehr rückgängig zu machen. Der Kunstmarkt hat keine Antworten auf diese Herausforderungen, der globale Kunstbetrieb verliert an Einfluss, wenn Grossausstellungen ihre Versprechen nicht mehr einlösen können. Es gibt keine adligen Eliten mehr, die über Generationen einen Sinn für Qualität entwickeln; Geldeliten entscheiden nach Wertsteigerungskriterien und werden von Galerien, Museen und Kuratoren hofiert, während das interessierte Kunstpublikum als Bildungsbürgertum, allenfalls noch als Stimmvieh bei Besucherzahlen betrachtet wird um öffentliche Gelder zu garantieren. Läuft da nicht einiges verkehrt?

qui gagne sa vie localement n'est pas considéré comme découvert ? Est-ce qu'une artiste qui inspire d'autres artistes avec ses idées, une artiste pour artistes, n'est-elle pas découverte ? N'est-on pas découvert si le marché international de l'art nous ignore ? Quelle est la mystérieuse force de découverte à l'œuvre ?

L'espoir de la découverte supposée est le moteur de l'agitation, et il y a assez de galeries, de maisons d'exposition ou de foires d'art pour que les artistes s'en servent. Avec des promesses tentantes, des mètres de murs ou des espaces d'exposition sont proposés, et les artistes paient (beaucoup) pour l'exposition de leurs propres œuvres. Souvent, les organisateurs couvrent leurs frais grâce aux recettes provenant des artistes, et ce n'est que dans de très rares cas qu'ils ont véritablement intérêt à ce qu'un public intéressé se déplace. Le domaine de l'art ne marque pas de points avec de tels événements, où il est rare de faire de grandes découvertes. Un de mes professeurs d'art nous a enseigné qu'un artiste ne devrait jamais payer pour être exposé. Il admettait des exceptions pour les frais d'inscription ; souvent, les open calls internationaux (appels à candidatures) demandent un montant entre dix à trente euros. Leur but est d'effectuer un tri initial en écartant certains artistes non-professionnels.

Et que faisons-nous maintenant ?

Le « being busy », l'agitation quotidienne du système artistique, ne peut cacher le fait que nous sommes dans une phase de changement fondamental. Avec la numérisation, nous observons un changement de paradigme en ce qui concerne les outils culturels, comparable à ce qui s'est passé lors de l'invention de l'imprimerie. Avec les outils de la culture, les conditions sociales changent également et il n'y aura pas de retour en arrière possible. Le marché de l'art n'a pas de réponses à ces défis, le commerce mondial de l'art perd de son influence lorsque les grandes expositions ne peuvent plus tenir leurs promesses. Il n'y a plus d'élites « nobles » capables de développer un sens de la qualité au fil des générations. Les élites monétaires décident en fonction de critères de valorisation et sont courtisées par les galeries, les musées et les curateurs, alors que le public intéressé par l'art est considéré comme une classe moyenne éduquée, au mieux encore comme du bétail votant en termes de nombre de visiteurs pour garantir des fonds publics. N'y a-t-il pas là quelque chose qui cloche ?

15

Bob Gramsma



Bob Gramsma, *facts on the ground*, OI#17241, 2017, Concrete, reinforcement, soil, 1850 × 800 × 200 cm; commissioned by the Palestinian Museum 2017

Wir Künstlerinnen und Künstler haben das Potential, mit diesem Paradigmenwechsel locker umgehen zu können. Wir dürfen nicht darauf vertrauen, dass andere für uns die Arbeit machen – und es dann schon gut kommt. Wir müssen uns für eine Zukunft, die auf Kunst und Kultur vertraut und die unsere Arbeit wertschätzt, jeden Tag politisch und gesellschaftlich einsetzen. Wir brauchen unsere Elfenbeintürme – aber auch diese haben sich in der Auseinandersetzung demokratisiert. Wir brauchen Momente der Ruhe und der Langeweile, um nicht der Betriebsamkeit zu verfallen. Kultur und Kunst braucht Musse, braucht Zeit, braucht Distanz zum Alltag, um sich entwickeln zu können.

Es gibt nicht *den* Kunstmarkt, es gibt viele Kunstmärkte. Der kleinste Kunstmarkt für mich als Künstler beginnt in meiner Umgebung, bei Familie und Freunden, bei Unterstützern, Helfern und Förderern; der kleinste Kunstmarkt ist meine Community.

Mein Kunstmarkt beginnt mit off-Spaces und Künstlerinitiativen – denn das kann being busy auch sein, wenn man es ins Positive kehrt: aktiv werden, die Initiative ergreifen und sich und seine künstlerische Arbeit einer Öffentlichkeit aussetzen.

Nous les artistes avons le potentiel de faire face sereinement à ce changement de paradigme. Nous ne devons pas compter sur les autres pour faire le travail à notre place et espérer que tout se passe bien. Chaque jour, nous devons prendre un engagement politique et social en faveur d'un avenir qui s'appuie sur l'art et la culture et qui valorise notre travail. Nous avons besoin de nos tours d'ivoire – mais même celles-ci se sont démocratisées dans le processus. Nous avons besoin de moments de paix et d'ennui pour ne pas succomber à l'agitation. La culture et l'art ont besoin de loisirs, de temps et de distance par rapport à la vie quotidienne pour se développer.

Il n'y a pas un marché de l'art au singulier, il y a de multiples marchés de l'art. Le plus petit des marchés de l'art pour moi en tant qu'artiste commence dans mon entourage, avec la famille et les amis, avec les supporters, les aides et les sponsors ; le plus petit des marchés de l'art est ma communauté.

Mon marché de l'art commence avec des off-spaces et des initiatives artistiques – car cela peut être également le being busy si on le considère de manière positive : devenir actif, prendre l'initiative et se confronter à un public, soi et son travail artistique.

16

Bob Gramsma

Die Kunstindustrie verkleinert ihren Kreis und schliesst ihre Tore. In ihr spielt das neoliberale Spiel der Insider. Partizipation und Teilhabe sind nett gemeint, doch Mut zur Mündigkeit ist keine Tugend, sondern eine Pflicht. Wir Künstlerinnen und Künstler und immer mehr wir Alle, sind professionelle Dilettanten. Es geht um die Belebung der Passion, um die Gier nach Verwirklichung einer Ahnung. Eine Lust nicht im Sinne der Befriedigung oder Enthüllung, sondern als Intensivierung und Erneuerung per se.

L'industria dell'arte riduce il suo perimetro e chiude i cancelli. In essa è in atto il gioco neoliberale degli addetti ai lavori. Condivisione e partecipazione sono concetti belli, ma il coraggio di emanciparsi non è una virtù, è un dovere. Noi artisti e sempre più tutti noi siamo dilettanti di professione. È in ballo la forza vitale della passione, l'ambizione di realizzare un'idea. Un piacere che non è soddisfazione o rivelazione, ma intensificazione e rinnovamento per sé.

L'industrie de l'art rétrécit son cercle et verrouille ses accès. Elle fait la part belle au jeu néolibéral des initiés. Participation et implication apparaissent comme pleines de bonne volonté, mais le courage d'assumer ses opinions n'y est pas une vertu mais une obligation. Nous, les artistes, et de plus en plus nous tous, sommes des dilettantes professionnels. Il s'agit de faire vivre la passion, de réaliser des idées avec envie. Un désir non pas dans le sens de satisfaction ou de révélation, mais comme intensification et renouvellement en soi.

1 Hannes Böhringer, *Attention im Clair-obscur: Die Avantgarde*,
 in: Karlheinz Barck u.a. (Hg.), *Aisthesis – Wahrnehmung heute oder
 Perspektiven einer anderen Ästhetik. Essays*, Leipzig 1990, S. 14–32.
 2 Gioni bezieht sich auf die Ausstellung *Treasures from the Wreck of
 the Unbelievable*, eine Einzelausstellung von Damien Hirst im Pa-
 3 lazzo Grassi, Punta della Dogana, Venedig 2017.
 Wolfgang Ullrich, *Zwischen Deko und Diskurs. Zur näheren Zu-
 kunft der Kunstakademien*, 17.07.2017, zit. nach Perlentaucher.de
 (https://www.perlentaucher.de/essay/wolfgang-ullrich-ueber-ku-
 4 ratoren-und-kunstmarktkunst.html).
 5 Ebd.
 6 Stefan Heidenreich, *Schafft die Kuratoren ab!*, in: *Die Zeit*,
 21.06.2017, zit. nach: *Die Zeit online* (http://www.zeit.de/2017/26/
 ausstellungen-kuratoren-kuenstler-macht).
 7 *Geld Macht Kunst*, Dokumentarfilm von Martina Müller, D 2016,
 WDR / ARTE
 8 Ebd.
 9 Ebd.
 10 Ebd.
 11 Ebd.
 12 Das von Culture Action Europe getragene *Kathreptis* Projekt
 brachte Vertreter aller Interessengruppen des Kultursektors in
 der Stadt Athen an einen Tisch um zu reflektieren, wie der Kultur-
 bereich in der Stadt wieder aufgebaut werden kann.
 13 Die Studie zur Kulturellen Teilhabe *Engage Audiences* wurde von
 Culture Action Europe im April 2017 vorgestellt (https://culture-
 actioneurope.org/news/engage-audiences-the-final-study-on-au-
 dience-development-launched-today/).
 14 Andrew Goldstein, *Team Gallery's Jose Freire on Why He Is Quit-
 ting Art Fairs for Good*, in: *artnet news*, 5.3.2018, zit. nach news.art-
 net (https://news.artnet.com/market/jose-freire-art-fairs-int-
 15 view-1235624).
 Böhringer (wie Anm. 1).
 16 Ebd.
 17 visarte vertritt zusammen mit ihren europäischen Schwesterorga-
 nisationen den Standpunkt, dass Künstlerinnen und Künstler für
 Ausstellungen ihrer Werke honoriert werden müssen, und hat
 2016 eine Leitlinie für Künstlerhonorare herausgegeben.

1 Hannes Böhringer, *Attention im Clair-obscur : Die Avantgarde*,
 dans : Karlheinz Barck u.a. (éd.), *Aisthesis – Wahrnehmung heute
 oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Essays*, Leipzig 1990, p.
 14–32.
 2 Gioni se réfère à l'exposition *Treasures from the Wreck of the Unbe-
 lievable*, une exposition de Damien Hirst au Palazzo Grassi, Pun-
 3 ta della Dogana, Venise 2017.
 Wolfgang Ullrich, *Zwischen Deko und Diskurs. Zur näheren
 Zukunft der Kunstakademien*, 17.07.2017, citation tirée de Perlen-
 4 taucher.de (https://www.perlentaucher.de/essay/wolf-
 gang-ullrich-ueber-kuratoren-und-kunstmarktkunst.html).
 5 Ibid.
 6 Stefan Heidenreich, *Schafft die Kuratoren ab!*, dans : *Die Zeit*,
 21.06.2017, cité selon : *Die Zeit online* (http://www.zeit.
 de/2017/26/ausstellungen-kuratoren-kuenstler-macht).
 7 *L'argent fait l'art*, documentaire de Martina Müller, D 2016,
 WDR / ARTE
 8 Ibid.
 9 Ibid.
 10 Ibid.
 11 Ibid.
 12 Le projet *Kathreptis* porté par Culture Action Europe a réuni des
 représentants de tous les acteurs du domaine culturel de la ville
 d'Athènes pour réfléchir à la manière de reconstruire le domaine
 culturel dans la ville.
 13 L'étude sur la participation culturelle *Engage Audiences* a été pré-
 sentée par Culture Action Europe en avril 2017 (https://cultureac-
 tioneurope.org/news/engage-audiences-the-final-study-on-au-
 dience-development-launched-today/).
 14 Andrew Goldstein, *Team Gallery's Jose Freire on Why He Is Quit-
 ting Art Fairs for Good*, dans : *artnet news*, 5.3.2018, cité selon
 news.artnet (https://news.artnet.com/market/jose-freire-art-
 15 fairs-interview-1235624).
 Böhringer (comme rem. 1).
 16 Ibid.
 17 visarte et ses organisations-sœurs européennes estiment que les
 artistes doivent être rémunérés pour l'exposition de leurs œuvres ;
 des lignes directrices ont été édictées à ce sujet en 2016.

Carmen Perrin



Carmen Perrin, *Postures*, 2017, Latex coulé sur coton coloré, dimensions variables; vendu mars 2017

Business Means Being Busy – Artisti e mercato dell'arte

I

Dove siamo noi artisti quando si parla di mercato dell'arte? E di quale mercato dell'arte parliamo in realtà? È un mercato che veramente ha ancora qualcosa a che spartire con noi e con il nostro lavoro? Oppure ci muoviamo su una grande varietà di mercati grandi e piccoli? Da quale definizione di mercato, o meglio, di industria artistica, di Creative Industry, prendiamo le mosse? Per farla breve: se l'arte è business, è di *being busy* che in genere si tratta.

Nel suo esercizio quotidiano, il circuito artistico non può dissimulare il fatto che ci troviamo in una cruciale fase di svolta. Con l'avvento della digitalizzazione assistiamo a un mutamento paradigmatico degli strumenti utilizzati per fare cultura, paragonabile all'invenzione della stampa. Con questi strumenti la situazione sociale cambia in modo irreversibile. Noi artisti abbiamo un potenziale enorme. Non possiamo semplicemente confidare nella possibilità che tutto ciò che sappiamo, tutto ciò in cui crediamo, tutto ciò che possiamo creare si tramandi spontaneamente. Dobbiamo impegnarci ogni gior-

no per un futuro che abbia nell'arte e nella cultura un punto di riferimento e perché il nostro lavoro venga riconosciuto nel suo valore. Abbiamo bisogno delle nostre torri d'avorio – ma anche queste, aprendosi al confronto, si sono democratizzate – abbiamo bisogno di momenti di pace e di inazione per non soccombere alla routine. Per svilupparsi cultura e arte hanno bisogno di ozio, di tempo, di distanza dal quotidiano.

Il mercato dell'arte non esiste, esistono piuttosto tanti mercati dell'arte. Il mercato dell'arte più piccolo comincia nella mia cerchia, nella mia famiglia, fra i miei amici, sostenitori, assistenti, promotori; il più piccolo mercato dell'arte è la mia community.

Il mio mercato dell'arte comincia con le visite agli atelier e con gli atelier aperti, con gli spazi alternativi e le iniziative culturali – tutto questo può anche essere *being busy* se lo si volge in positivo: essere attivi, prendere l'iniziativa e far conoscere al pubblico il proprio lavoro artistico.

18

Carmen Perrin

Dès l'amorce de mon parcours artistique, mon plaisir d'enseigner et l'apprentissage technique et théorique que j'en ai tiré ont été un moyen de maintenir à distance les contraintes et contradictions dans lesquelles le fonctionnement du marché de l'art peut enfermer un artiste. Lorsque j'ai décidé d'interrompre ma pratique d'enseignant, j'ai compris que pour pouvoir garder une marge de liberté de création et d'action face aux galeries qui exposent mon travail, je devais moi-même produire la création de mes oeuvres et continuer à développer une pratique de l'art dans l'espace public. Cette dernière, tout en me permettant aussi de gagner ma vie, ouvre à des échanges fructueux avec le domaine des architectes et des urbanistes, mais aussi avec une réalité culturelle et sociale de contextes inattendus. Dernière stratégie pour sauvegarder un minimum d'autonomie : devenir propriétaire de son atelier et y vivre.

All'inizio della mia attività artistica, la gioia di insegnare e le esperienze tecniche e teoriche che facevo nel frattempo erano un mezzo per sottrarmi alle costrizioni e alle contraddizioni cui un artista presente sul mercato dell'arte è esposto. Quando mi sono decisa a rinunciare al mio lavoro di insegnante, ho capito che dovevo far conoscere al pubblico le mie opere e che l'attività creativa doveva proseguire nello spazio pubblico, se volevo assicurarmi un margine di libertà nella collaborazione con le gallerie che esponevano i miei lavori. Fare arte nello spazio pubblico mi permette di guadagnarci da vivere e al tempo stesso mi consente di avere uno scambio fecondo con architetti e urbanisti, ma anche con una realtà culturale e sociale in contesti inaspettati. Un'altra strategia per assicurarmi un minimo di autonomia è diventare proprietaria di un atelier e viverci.

Am Anfang meiner künstlerischen Tätigkeit waren die Freude am Unterrichten und die technischen und theoretischen Erfahrungen, die ich dabei machte, ein Mittel, mich den Zwängen und Widersprüchen zu entziehen, denen ein Künstler auf dem Kunstmarkt ausgesetzt ist. Als ich mich entschloss, meine Anstellung als Lehrerin aufzugeben, habe ich begriffen, dass ich meine Werke selbst an die Öffentlichkeit bringen und das Kunstschaffen im öffentlichen Raum weiterverfolgen muss, wenn ich mir in der Zusammenarbeit mit den Galerien, die meine Arbeiten ausstellen, einen künstlerischen Freiraum bewahren will. Das Kunstschaffen im öffentlichen Raum erlaubt mir, meinen Lebensunterhalt zu verdienen und führt zugleich zu einem fruchtbaren Austausch mit Architekten und Städteplanern, aber auch mit einer kulturellen und sozialen Realität in unerwarteten Kontexten. Eine weitere Strategie, um ein Mindestmass an Autonomie zu bewahren: Besitzerin eines Ateliers zu werden und darin zu leben.