

LIESER, Wolf

„Absatzmarkt Medienkunst I“ Interview

Publiziert auf netzspannung.org:
<http://netzspannung.org/positions/digital-transformations>
02. Dezember 2004

Erstveröffentlichung: FLEISCHMANN, Monika; REINHARD, Ulrike (Hrsg.):
Digitale Transformationen. Medienkunst als Schnittstelle von Kunst,
Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. Heidelberg: whois verlags-
und vertriebsgesellschaft, 2004.



Fraunhofer Institut
Medienkommunikation

The Exploratory Media Lab
MARS Media Arts & Research Studies

who/IS

ABSATZMARKT MEDIENKUNST

INTERVIEW MIT WOLF LIESER

Spricht man mit Künstlern, die Medienkunst Ende der 80er Jahre oder zu Beginn der 90er Jahre erschaffen haben, so dachte damals keiner von ihnen an den Verkauf der Kunstwerke. Warum? Weil schlicht und ergreifend die Kunstwerke oftmals nur mit Großrechnern, die nur sehr Wenigen zur Verfügung standen, zu zeigen waren. So waren diese Kunstwerke nur in Museen oder bei einzelnen Events zu sehen. Wollte man als Kunstliebhaber solch ein Werk erwerben, blieb einem oft nur der Ersatz des Videos. Das hat sich geändert. Mit dem technischen Fortschritt der Endgeräte und durch neue Präsentationstechniken könnte heute die Medienkunst Einzug in die Wohnzimmer der Sammler erlangen. Ulrike Reinhard und Wolfgang Dopp sprachen mit Wolf Lieser, Digital Art Museum, Berlin, über den »Absatzmarkt Medienkunst«.

Herr Lieser, was ist das [DAM]?

Lieser: Das [DAM]-Konzept ist ein neuer Ansatz der Kunstvermittlung: Das, was wir sonst unter einem Museum verstehen, findet im Internet statt und parallel dazu bietet das [DAM] Berlin einen realen Anlaufpunkt und Ansprechpartner. Natürlich können Sie die Arbeiten auch dort erwerben. Der Verkauf ist ein wichtiger Teil des Konzeptes, da er einen Teil der Finanzierung darstellt.

Wie ist die Idee entstanden?

Lieser: Als wir 1998 begonnen haben, gab es meines Wissens nach keine Institution, die sich kunsthistorisch mit dem Thema der Digitalen Kunst und ihren Anfängen beschäftigte. Das ZKM realisierte bereits regelmäßig Ausstellungen, die jedoch einen starken zeitgenössischen Kontext hatten. Eine kunsthistorische Aufarbeitung war auch beim ZKM nicht geplant.

Des Weiteren beobachtete ich, dass viele Kunstkäufer – bedingt durch ihr berufliches Engagement – oft nicht die Zeit haben, eine Galerie oder ein Museum zu besuchen. Aber: Sie haben Zugang zum Internet! Und hier sah ich die Begrenztheit des real existierenden Museums und unsere Chance.

Zu der Zeit war ich Partner in der Colville Place Gallery in London, die sich der digitalen Kunst widmete. Hier wurde der Internetauftritt des [DAM] in seiner jetzigen Form realisiert. Dadurch ergab sich auch die Zusammenarbeit mit der London Metropolitan University.

Was waren die entscheidenden Impulse, die Sie zur Eröffnung des [DAM] in Berlin bewegt haben?

Lieser: Über lange Jahre hinweg war es nur selten möglich, Digitale Kunst zu verkaufen, zu groß war die Skepsis und auch die Unsicherheit beim Kunden. Im Jahr 2001 gab es in den USA einige Bahn brechende Ausstellungen zur Digitalen Kunst. Das war einmal die Ausstellung »Bitstreams« und »Data Dynamics« in Rahmen der Whitney Biennale. Dann die Ausstellung »Digital Printing« im Brooklyn Museum, New York und »010101« im San Francisco MOMA. Alle drei Ausstellungen innerhalb eines Jahres. Und auf dem Titel der Art News, eines der großen Kunstmagazine in den USA konnte man lesen: »Digital Art is coming of Age«. Die Digitale Kunst wird erwachsen!

Interessanterweise hatten wir auch in Deutschland eine wichtige Gruppenausstellung »natürlich künstlich«. Die Ausstellung von fünf internationalen Künstlern ging auf eine Initiative von Gerhard Mantz zurück, der auch vertreten war.

Damit stieg das Interesse an der Digitalen Kunst. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts begannen sich die Verkäufe zu entwickeln. Früher generierten wir 80 bis 90 Prozent unseres Einkommens über die traditionellen Medien, Malerei oder Skulptur. Mittlerweile ist es fast umgekehrt.

Digitale Kunst, was ist das? Wie definieren Sie Digitale Kunst gerade in Abgrenzung zur Medienkunst?

Lieser: Medienkunst umfasst alle Neuen Medien, also Fotografie, Video, Net-Art, Software Kunst, interaktive Installationen usw. Als Digital Art Museum haben wir den Begriff »Digital Art« bewusst eingegrenzt: Wir beschäftigen uns ausschließlich mit Kunst, die Computer generiert ist und welche die besonderen Möglichkeiten des Computers ästhetisch oder konzeptionell innovativ nutzt. Ähnlich wird Digitale Kunst auch von Christiane Paul in ihrem Buch »Digital Art« definiert. Uns interessieren weder Fotografie noch Videos, die am Computer überarbeitet werden. Solch eine Begriffsdefinition engt auch immer ein und birgt in sich eine gewisse Künstlichkeit. Wir verstehen sie jedoch als Hilfsmittel, um klar darüber zu kommunizieren, um welche Kunst es uns geht. So können wir dieses Thema vermitteln, das für die meisten Betrachter oder Besucher neu ist. Die Digitale Kunst ist eine interessante Nische und ein Aspekt innerhalb der Kunstszene, der erst jetzt größere Bedeutung gewinnt.

Gibt es so etwas wie einen Kunstmarkt für Digitale Kunst?

Lieser: Nein. Weder Museen noch Sammler, die sich aus kunsthistorischer Sicht mit neuen Strömungen zeitgenössischer Kunst beschäftigen, sind daran interessiert, ein so spezielles Segment isoliert zu betrachten. Hierfür ist es noch zu früh. Es gibt andererseits auch viele Künstler, die Medien übergreifend tätig sind und auch digital arbeiten, das ist ein Markt, der entsteht, neben dem Markt der klassischen digitalen Künstler, die ausschließlich mit dem Computer arbeiten.

Welche Erfahrungen haben Sie mit Ihren Ausstellungen in Berlin gemacht? Was wird verkauft und wer sind die Käufer? Gibt es »den« Sammler von Digitaler Kunst?

Lieser: Zum einen regen wir Kunden zum Kauf an, die vorher noch nicht gesammelt haben. Sie beginnen sich für dieses Medium zu interessieren und verfolgen mit Begeisterung die verschiedenen Spielarten des Arbeitens mit dem Computer. Dann gibt es den etablierten Sammler. Für ihn öffnet sich durch die Digitale Kunst ein neues Gebiet, mit dem er sich auseinandersetzen und welches ihm neue Einsichten vermitteln kann. Man kann nicht von einer speziellen Käuferschicht sprechen, tendenziell ist es jedoch eine junge Käuferschicht bis Mitte vierzig, die sich stärker mit dieser Kunstform identifiziert.

Die Sammler oder Käufer der digitalen Kunstobjekte, brauchen sie einen Computer oder müssen sie mit Computer umgehen können?

Lieser: Teilweise. Die meisten Künstler verkaufen, speziell wenn sie im traditionellen, etablierten Kunstmarkt verankert sind, die ganze Installation, also Hardware mit Software. Die Computer sind dabei in der Regel so konfiguriert, dass sie von alleine das Programm starten und beenden. Das hat für den Künstler wie für den Käufer den ganz entscheidenden Vorteil, dass das Kunstwerk exakt so, wie es der Künstler konzipiert hat, präsentiert wird. Andere, besonders im Bereich der Software Kunst, verkaufen eine CD. Hier benutzt der Kunde dann seine eigene Hardware. Das ist vielleicht nicht sehr romantisch, aber wir leben ja auch in einer aufgeklärten Zeit!

Welche Künstler zeigen Sie in der Galerie?

Lieser: Im [DAM] Berlin zeigen wir wichtige und interessante Positionen der Digitalen Kunst. Neben den KünstlerInnen, die auf der Website vertreten sind, stellen wir von Zeit zu Zeit auch Positionen junger KünstlerInnen vor, die uns zukunftsweisend erscheinen. Das Programm hat auch einen gewissen Anteil von Berliner KünstlerInnen.

Was waren in den letzten 25 Jahren die Meilensteine in der Digitalen Kunst?

Lieser: In den 80er Jahren, als die ersten Commodore und Amiga Computer auf den Markt kamen, begannen Künstler wie Laurence Gartel die sich entwickelnde Graphiksoftware verstärkt zu nutzen. Sein Background war die Fotografie und Pop Art Szene in New York. Durch ihn

entdeckten auch Künstler wie Andy Warhol den Computer und produzierten einige Arbeiten auf dem Amiga. Das WWW wiederum brachte Erscheinungen wie die Net-Art mit Künstlern wie Mark Napier oder dem Künstlerpaar Jodi hervor. Der Betrachter kann auf einmal mit dem Kunstwerk interagieren, quasi einen eigenen Beitrag leisten, der das Kunstwerk verändert.

Seit den 90er Jahren hat sich dieses Gebiet für die Kunst sehr diversifiziert, bedeutende Installationen, wie zum Beispiel von Jeffrey Shaw entstanden und prägten das Bild der digitalen Medien. Mittlerweile erleben wir bei jungen Künstlern einen Trend »zurück zu den Wurzeln«. Sie programmieren wieder selbst und kreieren ihre Software Kunst. Ein interessanter Vertreter ist hier der amerikanische Künstler Casey Reas, der eine spezielle Software »Processing« für Künstler mit entwickelt hat.

Haben Sie ein Problem, ein qualitativ hochwertiges Angebot zusammen zu stellen?

Lieser: Ein Problem würde ich nicht sagen, ich glaube es ist wie in anderen Kunstbereichen auch. Wirklich gute Künstler entwickeln eine eigene Sprache und einen bewussten Umgang mit dem Medium. Form und Inhalt sollten aufeinander bezogen sein. Kriterien, die sie auf jeden Bereich der Kunst anwenden können. Unterm Strich sind es dann doch nur Wenige, die interessant und stark genug sind, um mittelfristig zu bestehen.

Wir erleben jetzt zwar eine Zunahme an Künstlern in den digitalen Medien, denn es gibt seit Mitte der 90er Jahre eine Generation, die von der Hochschule kommt und ausschließlich mit dem Computer arbeitet. Dies belebt die Szene und verbreitert die Basis. Ein kleiner Teil wird sich durchsetzen und kann sich als Künstler etablieren.

Wo wird es hingehen im Bereich der Digitalen Kunst?

Lieser: Ich bin mir sicher, dass sich die Digitale Kunst in den nächsten fünf Jahren deutlich am Markt etablieren wird. Wir werden mehr und mehr Sammler haben und regelmäßig Ausstellungen Digitaler Kunst in öffentlichen Institutionen. Und selbstverständlich wird das [DAM] eine wichtige Rolle dabei spielen. Seit Juli 2004 haben wir ein öffentliches Screening von Animationen und Software-Kunst auf dem LED Screen des Sony Centers Berlin. Für das nächste Jahr ist ein Wettbewerb zur Digitalen Kunst geplant. Hier engagiert sich die Firma d.velop AG als Hauptsponsor. Also, es bleibt spannend. Auf dem Kunstmarkt werden wir eine ähnliche Entwicklung erleben wie in der Fotografie.

In der Malerei gibt es gewisse Preiskriterien, gibt es das in der Digitalen Kunst auch? Wie liegen die im Vergleich zur Fotografie oder zur klassischen Malerei?

Lieser: Im Bereich der digitalen Medien gestaltet sich die Situation erheblich komplexer. Große Installationen sind alleine durch die Materialkosten schon recht teuer, ab 15.000.00 Euro. Jegliche Formen der Digitalen Kunst, die auf CDs verkauft werden, wie zum Beispiel Software Kunst können Sie jedoch schon ab 300.00 Euro erwerben. Die Editionen bewegen sich meistens im Bereich von 3-10 Arbeiten. Im Printbereich werden mittlerweile unterschiedliche Techniken eingesetzt. Diese reichen vom fotografischen Lamdaprint zum Tintenstrahldruck auf Leinwand. Auch hier spielen die Produktionskosten wieder eine große Rolle und können bei einem mittleren Format ohne weiteres über 1.000.00 Euro betragen. So haben wir teilweise schon bei einem jungen Künstler Einstiegspreise von 3.000.00-4.000.00 Euro, bedingt durch das teure Material.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass sich der Markt im Bereich der digitalen Medien, bis auf wenige Ausnahmen, im unteren Preisbereich bewegt. Hier ist noch viel Raum zur Expansion.

Gehen Sie auf Kunstmessen?

Lieser: Ja, wir nehmen an Kunstmessen teil. Wir bauen dies langsam auf. Die jeweiligen Kunstmessen müssen für uns finanzierbar sein. Die neue artfair 03 zum Beispiel, parallel zur Art Cologne, war ein gutes Forum für uns. Ein klares Profil für die junge Kunst und ein innovatives Gesamtkonzept.

Teilen Sie die Meinung, dass durch die neuen Medien der Kunstmarkt aufbricht?

Lieser: Ja, bis zum gewissen Grad. Das ist auch mit ein Grund, der mich gereizt hat, mich mit Digitaler Kunst zu beschäftigen. Mich interessiert der Computer auch als kulturelles Phänomen. Das geht weit über die Bildende Kunst hinaus. Beispiele dafür sind Festivals wie die Ars Electronica in Linz oder die transmediale in Berlin oder früher auch die Siggraph in den USA, wo ein Kunstkontext entstanden ist, der sich außerhalb der etablierten Kunstszene bewegt. Strukturen werden aufgebrochen, neue Strukturen werden sich dadurch finden – zum Beispiel so ein Ansatz wie das Digital Art Museum. Ich denke die Entwicklung, die nicht mehr so klar zwischen Kunst, Design, Software und experimenteller Musik unterscheidet, wird sich noch verstärken.

Die andere Seite ist, dass jede etablierte Struktur ihre Position erhalten will – selbst in der Kunst. Das war eine herbe Erfahrung, denn es reicht natürlich nicht aus, ein gutes Konzept zu haben. Ganz besonders wenn man sich, wie beim Digital Art Museum, nicht auf den ausgetretenen Pfaden bewegt. Aber nur durch diese Reibung entsteht Bewegung, wird eine Entwicklung möglich. Wir konnten uns mittlerweile international etablieren und freuen uns über ein zunehmendes Interesse. Die ersten Institutionen fangen an, Digitale Kunst zu sammeln und die Sammler sind begeistert. Das Internet ist kunsthistorisch gesehen gerade einmal 10 Jahre alt und hat schon viel bewegt. Wer weiß, wie wir in 100 Jahren damit umgehen?

Das Interview führten Wolfgang Dopp und Ulrike Reinhard, Mai 2004.

Das Digital Art Museum [DAM] wurde 1998 von dem Galeristen Wolf Lieser gegründet. Das Konzept besteht auf der einen Seite aus dem virtuellen Museum mit Archiv, online unter www.dam.org, auf der anderen Seite die Locations, die vor Ort den Interessenten und Sammler als auch Institutionen betreuen und die Kunstwerke verkaufen. Seit dem Jahr 2000 ist das [DAM] online und im März 2003 eröffnete die erste Location: das [DAM] Berlin in Mitte.

ABBILDUNGEN

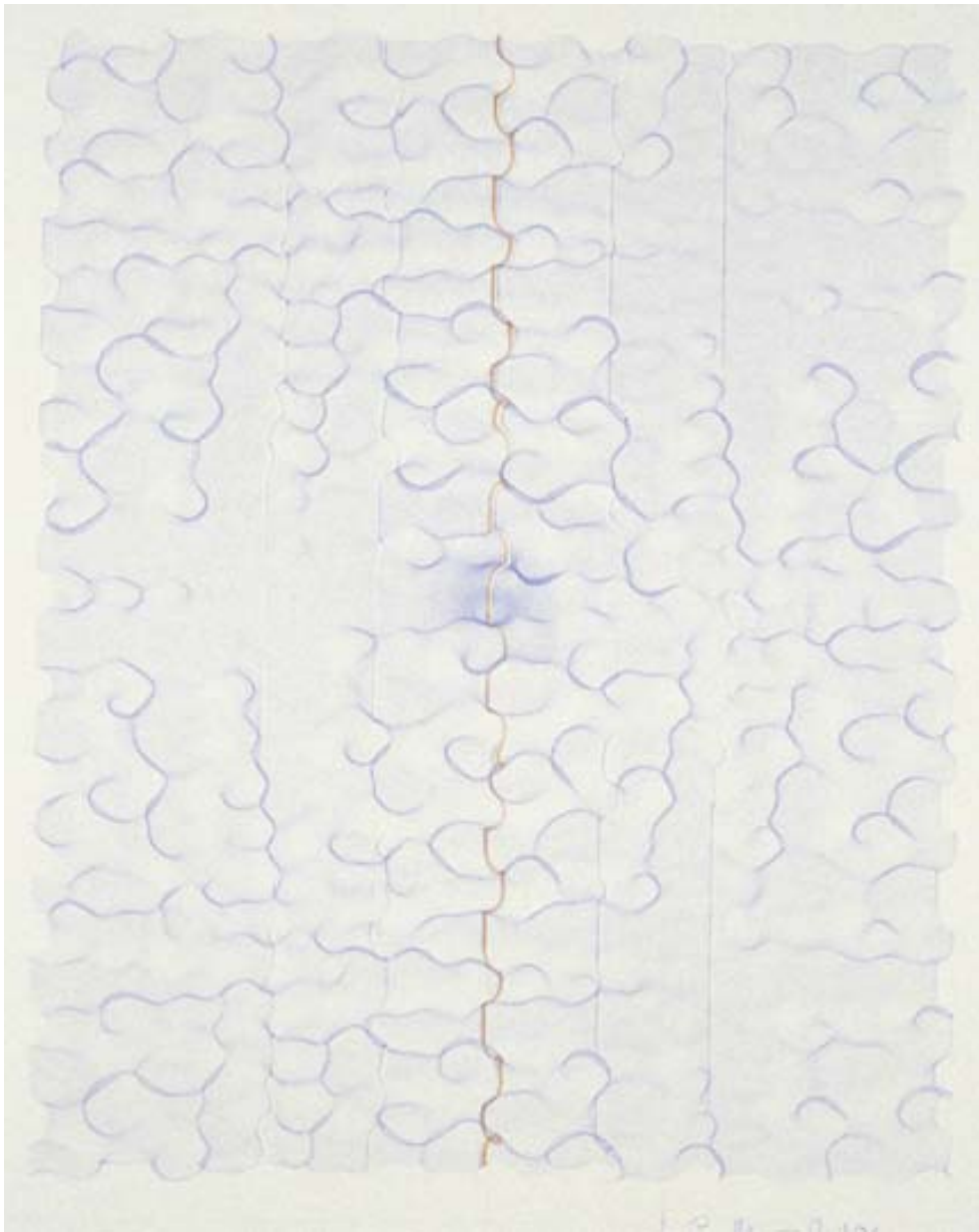


ABBILDUNG 1:
Jean-Pierre Hébert: falible line, Plotterzeichnung, 1996

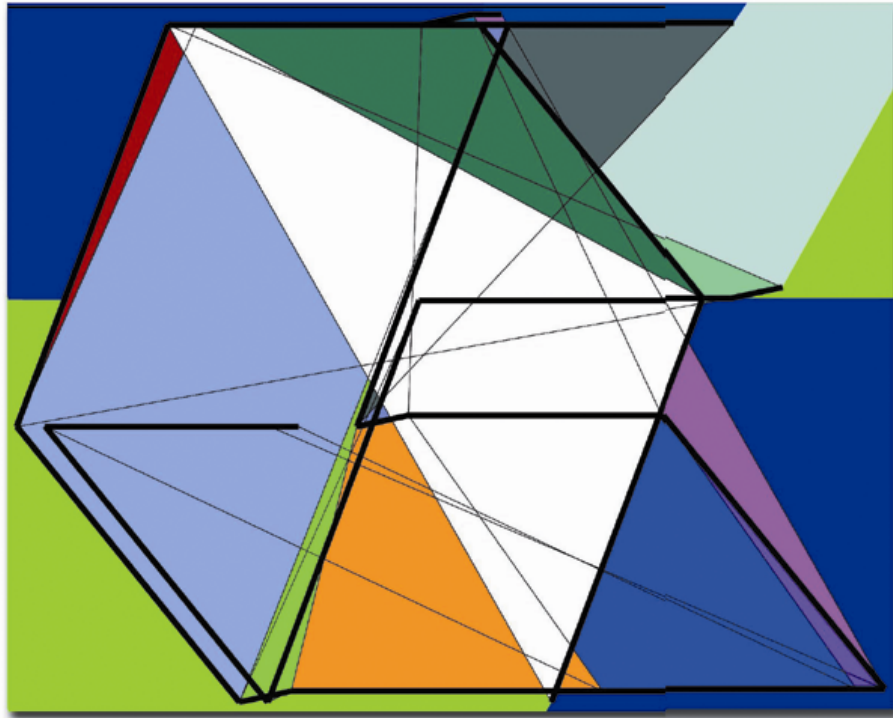


ABBILDUNG 2:
Manfred Mohr: p702a, Undurachrom auf Leinwand, 2000



ABBILDUNG 3:
Gerhard Mantz: Ertrinken Nr. 105, Tinte auf Leinwand, 100 x 170 cm



ABBILDUNG 4:
Stefan Fahrnländer: Baumhaus_07, Inkjet auf Papier, (HiRes), 2003



ABBILDUNG 5:
Holger Lippmann: Minimal Garden, Animation, (HiRes), 2003