



## INTERVIEW von Michaela Nolte

Berlin zählt zu den attraktivsten Kunstmetropolen des beginnenden 21. Jahrhunderts. Hierzu tragen nicht zuletzt junge und jüngste Galerieprojekte bei, die Innovation und Experimentelles mit einem hohen Mass an Professionalität vereinen, und das fruchtbare Fundament für aktuelle und zukünftige Tendenzen bilden. Zugleich stehen sie aber auch für die veränderten Vorzeichen eines sich wandelnden Kunstmarktes. Als neue Kunstmesse hat es sich die PREVIEW BERLIN zum Ziel gesetzt, einen konzentrierten Einblick in diese vitale Szene mitsamt ihrer vielschichtigen und internationalen Vernetzungen zu bieten. Ein Gespräch mit den Initiatoren über ihre Motive und die Lust am Spagat der Kunst als Kommunikationsgut und Handelsware.


### **DIE PREVIEW BERLIN FÜHRT IM UNTERTITEL DAS LABEL »THE EMERGING ART FAIR«. WAS VERBIRGT SICH HINTER DIESEM BEGRIFF?**

**Kristian Jarmuschek** Wir wollen Leute ansprechen, die auf dem Weg sind: als Galerie, als Künstler, aber auch als Sammler. Darum gilt es, für die zeitgenössische Kunst auch andere Präsentationsformen einzubeziehen. Also den Rahmen, was eine Galerie heute alles sein kann, mitzudefinieren.

**Rüdiger Lange** Das ist einer unserer Schwerpunkte, diese Projekte und Produzentengalerien im Verbund einzuladen, weil das die heutige Zeit widerspiegelt.

**Kristian Jarmuschek** Gerade in Berlin, ist es ja auch das, was man erwartet: junge Kunst und junge Initiativen, Entdeckungen. Unser Anspruch ist es, eine Kompetenz in der Präsentation dieser interessanten Plattformen zu erreichen. Das ist eine ganz andere Ausrichtung als zum Beispiel das Art Forum, das ja eher eine Messe in Berlin ist. Wir verstehen uns als eine Initiative, die aus Berlin heraus gewachsen ist.

**Rüdiger Lange** Das führt auch zu einer ganz eigenen Dynamik. Wobei das Art Forum als grosse Veranstaltung ja erst den Rahmen dafür bildet, dass es uns als Messe-Idee überhaupt gibt. Insofern sehen wir die PREVIEW als eine Ergänzung. Wir zeigen ja explizit sehr junge Galerien und Projekte, die es zum Teil erst seit ein oder zwei Jahren gibt. Die können aufgrund der Zulassungsbestimmungen beim Art Forum gar nicht aufgenommen werden.



**Tobias Kuttner** Wichtig ist dabei auch, dass es eine Low-Budget-Messe ist, aus der wir keine Gewinne erzielen wollen. Dadurch haben wir die Möglichkeit, die Stände so erschwinglich anzubieten, dass es für einige Galerien überhaupt erst möglich ist mitzumachen. Oder eben Projekte vorzustellen, die anderswo gar nicht funktionieren, weil das finanzielle Risiko zu hoch ist.

**ALS INITIATOREN DER PREVIEW GEHÖRT IHR ALLE EINER JÜNGEREN GENERATION AN, KOMMT ABER AUS SEHR UNTERSCHIEDLICHEN RICHTUNGEN, DIE AUF DEN ERSTEN BLICK NICHT SO VIEL GEMEIN ZU HABEN SCHEINEN.**

**Rüdiger Lange** loop - Raum für aktuelle Kunst ist ein Mischmodell, in dem ich aus einer kuratorischen Position heraus die Erfahrungen mit Künstlern auch kommerziell einbringe. Das Bedürfnis, in Berlin ein Marktgeschehen mitzuentwickeln, das erschwinglich ist - da ist unsere Schnittstelle.

**Tobias Kuttner** Kuttner Siebert sind sowohl auf dem Art Forum als auch auf der PREVIEW vertreten, und das spiegelt unser Programm aus etablierteren Positionen und Künstlern, die wir erst aufbauen, wider. Die Arbeit an diesem Projekt hat aber gerade aufgrund der heterogenen Struktur viel positive Energie.

**Ralf Schmitt** Genau. Ich sehe mich als Künstler, Kristian und Tobias sind Galeristen, Rüdiger arbeitet als Kurator...

**Rüdiger Lange** ...als Vermittler.

**Ralf Schmitt** Gut, Vermittler. Mit diesen verschiedenen Ansätzen können wir viel mehr einbinden als mit einer eindimensionalen Auswahl. Förderkoje® ist eine patentierte Wortmarke, die in Waren- und Dienstleistungen tätig ist: dazu gehört der Betrieb einer Kunstgalerie, das Veranstalten von Symposien und Table Talks. Es gibt aber auch die Bestandteile Schönheitspflege oder Beherbergung von Gästen. Für mich bedeutet die Kojе aber vor allem auch künstlerische Praxis.

**Kristian Jarmuschek** Für Jarmuschek und Partner hat schon immer ein Interesse an Initiativen bestanden, in denen sich Galerien und Projekte vernetzen. Gerade um das zu realisieren, wie Berlin aktuell ist und von aussen wahrgenommen wird. Mich reizt dieser Spagat einer Kommunikationsplattform, wie wir sie mit der PREVIEW aufgebaut haben, die gleichzeitig eine Konkurrenzsituation darstellt. Die Bezüglichkeiten und Kreise, die damit angeschoben werden, sind sehr lebendig und produktiv.

**Rüdiger Lange** Das ist schon ein eigenständiges Produktionsmodell, das man analytisch weiter ausarbeiten kann. Aber das macht man am besten, wenn die Messe gelaufen ist.

**DER BEGRIFF PREVIEW IMPLIZIERT DIE VORSCHAU AUF DAS, WAS KOMMEN WIRD. WOLLT IHR SOZUSAGEN DEM MARKT EINE NASE VORAUS SEIN?**

**Tobias Kuttner** Es geht nicht darum, marktgerecht zu sein und etwas zu zeigen, was in fünf Jahren Profit garantiert. Wir wollen Positionen und Künstler vorstellen, die das Potenzial haben, sich durchzusetzen. Nicht nur auf dem Markt, sondern auch auf einer generell künstlerischen Ebene.

**Rüdiger Lange** Wir versuchen wie ein Seismograf das einzufangen, was im weitesten Sinne aktuell ist, was verhandelt und produziert wird. Auch mit dem Wissen, dass wir in der letzten Konsequenz nicht alles beurteilen können, sondern es erst einmal zur Disposition stellen. An diesem offenen System beteiligen sich Sammler, Galeristen, Besucher und Künstler auf einer gemeinsamen Veranstaltung - und jeder bringt sein Potenzial ein.

**WIE HABT IHR DIESEM OFFENEN SYSTEM IM VORFELD KONTUREN VERLIEHEN?**

**Ralf Schmitt** Zum Beispiel durch die Form der Auswahl. Es gibt die vier Initiatoren, zu denen anfangs auch die Galeristin Jette Rudolph gehörte, die sich leider aus der Organisation zurückziehen musste, uns aber weiterhin bei der Lobbyarbeit unterstützt. Aber wir haben auch Empfehlungen von anderen Galeristen und Kuratoren eingeholt. Ein System von Beratern aufgebaut, das sich perspektivisch auch erweitern soll; so dass wir nicht im eigenen Saft schmoren, sondern sich die Vorschläge vervielfältigen.


**Rüdiger Lange** Die Empfehlung allein hat aber nicht gereicht, es mussten sich faktisch alle bewerben...

**Kristian Jarmuschek** ...schon weil die Standkapazität auf 46 Plätze begrenzt ist, und es viel mehr Interessenten gab.

**Ralf Schmitt** Zu der formalen Bewerbung gehörte ausserdem ein konkreter Präsentationsvorschlag.

**Rüdiger Lange** Wir haben dann alles in einer Jury gemeinsam mit unserem Projektmanager Martin Rinderknecht gesichtet, diskutiert und ausgewählt. Auch für unsere internen Empfehlungen musste jeder erst einmal kämpfen.

**Kristian Jarmuschek** Der Impuls für dieses System war wiederum der Vernetzungsgedanke. Das ist noch ein prägnanter Unterschied zu einer Messegesellschaft. Als Initiative liegt uns viel daran, dass das Interesse und Engagement nicht nur von uns getragen wird. Wir haben das Glück, dass es in Berlin eine etablierte Sammlerschicht gibt, die uns sehr wohl gesinnt ist. Aber auch etablierte Galerien, die selber auf dem Art Forum oder auf anderen Messen sind, haben Empfehlungen ausgesprochen oder Kontakte zu Sammlern hergestellt. Diese Vernetzung, die wir eigentlich wollten, erleben wir gerade. Ich merke das auch an Kunden und Menschen, die unsere Galeriearbeit verfolgen. Es gibt ja viele Berliner, die daran interessiert



sind, dass der Kulturstandort ausgebaut wird, auch als Wirtschaftsfaktor. Die sehen hier eine Möglichkeit, sich über das Kaufen hinaus zu engagieren.

**Tobias Kuttner** Nicht zuletzt dadurch weist die PREVIEW eine sehr internationale Ausrichtung auf. Berlin bildet zwar einen Schwerpunkt, aber insgesamt sind neun europäische Länder und die USA vertreten. Ausserdem gibt es Projekte wie Mama Showroom, Rekord oder White Trash Contemporary, ein Netzwerk zwischen Hamburg und New York, die sich von der klassischen Galerie unterscheiden.

**Rüdiger Lange** Wo das Projekt als Thema schon im Namen deutlich wird und über das Fehlen des Betreibernamens darauf hingewiesen wird...

**Tobias Kuttner** ...dass eben ein Teil der Aussteller nicht unbedingt kommerziell ausgerichtet ist. Das ist auch das Spannende, dass es Modelle gibt, die nicht marktkonform agieren.

**Rüdiger Lange** Aber ich mutmasse, dass wir und viele Teilnehmer eben schon eine messe-spezifische Ausrichtung haben.

**Kristian Jarmuschek** Letztlich haben wir ja auch weitergemacht, weil die Initiative im letzten Jahr durchaus auch kommerziell erfolgreich war.

#### **DIE BERLINER LISTE, DIE IHR IM VERGANGENEN JAHR MITINITIIERT UND MITGEPRÄGT HABT.**

**Kristian Jarmuschek** Genau. Aber, um noch mal auf die Diskussion um kommerzielle Aspekte zurückzukommen: Bei dem Einsatz, mit dem man an der PREVIEW beteiligt ist, entsteht ja auch schnell eine Zufriedenheit. Dieser Auftritt lohnt sich allein schon von der Präsenz her, weil Berlin als Kunststandort dieses hohe Aufmerksamkeitspotenzial genießt, und dann lohnt es sich vielleicht auch für die Verkäufe. Ich bin immer wieder überrascht, wer uns alles kennt. Aber das ist ja auch das Moment, dass die Sammler und Käufer eben auch erst einmal beobachten. Sehr viele, die im letzten Jahr auf der Liste waren, haben sich aufgrund der positiven Erfahrung auch in diesem Jahr wieder angekündigt.

#### **DIE LISTE GIBT ES NOCH...**

**Rüdiger Lange** Ja, aber wir wollten das Modell weiterentwickeln und da gab es inhaltliche Differenzen. Der dynamische Prozess ist ja ein wesentlicher Teil unserer Idee und unserer Arbeit. Den Teil unserer Identität, den wir im vergangenen Jahr dort eingebracht haben, unser Know-how, haben wir jetzt in die PREVIEW transformiert.

**Kristian Jarmuschek** Auch beim Ort selber, da geht es ja schon darum, eine adäquate Präsentationsform zu sein.

**Tobias Kuttner** Was wir über die Räumlichkeiten sehr gut transportieren können. Die Backfabrik hat einen sehr eigenen Charme und eine Eleganz, durch die wir ein klares und übersichtliches Erscheinungsbild erreichen. Die Messe-Architektur orientiert sich an der klassischen Koje, die Standgrösse ist relativ einheitlich. Zugleich bietet der Ort eine gewisse Intimität, in der man leichter mit dem Publikum in Kontakt treten kann.

**Kristian Jarmuschek** Insofern verstehen wir uns als Alternative im Sinne einer Platzierung im Kunstmarkt. Es geht darum, Messe-Hürden wie die finanzielle Selektion oder die Zulassungsbeschränkungen auszuschalten. Also einen Einstieg in den Kunstmarkt zu ermöglichen – im Hinblick auf die Künstler und ihre Vertreter, aber auch auf potenzielle Kunden. Dafür haben wir als Rahmenprogramm die PREVIEW-Dinners entwickelt, für die wir glücklicherweise so erfahrene Sammler wie Heiner Bastian oder Dieter Rosenkranz als Referenten gewinnen konnten. Die Idee ist, eine Verbindung zu den Menschen herzustellen, die sich für Kunst erst einmal per se interessieren. Gerade auch aus der Situation, dass Berlin eine Tradition von älteren Sammlern hat, der Nachwuchs aber nicht so besonders stark ist. Dabei gibt es schon genügend finanzielle Kaufkraft in der Stadt.

#### **FINDET DIE KEINEN ZUGANG ZUR KUNSTSZENE?**

**Kristian Jarmuschek** Da besteht schon ein Widerspruch zwischen einem grossen Interesse an Kunst einerseits und den Klagen über mangelndes Sammlerpotenzial andererseits. Dem versuchen wir entgegenzuwirken. Mit einem Angebot, das die Schwellenangst überwinden hilft und Mut macht, das eigene Selbstverständnis zu stärken; Kunst zu kaufen und auch Teil dieses Phänomens der zeitgenössischen Kunstszene in Berlin zu werden.

**Rüdiger Lange** Darum kommen die Gäste der Abendveranstaltungen auch aus sehr unterschiedlichen Bereichen: jüngere und ältere Sammler, Leute aus Wirtschaft und Politik, die man so vielleicht sensibilisieren und auch in die Welt des Sammelns einführen kann; natürlich auch Kuratoren und Kunstvermittler, Journalisten, Künstler, Galeristen...

**Kristian Jarmuschek** Auch für die Messe-Teilnehmer beschränkt sich unser Angebot nicht nur auf den Stand, sie werden ebenso an diesen kommunikativen Prozessen beteiligt.

**Rüdiger Lange** Das ist im Sinne des Produktionsbegriffs auch ein Forum. Die Teilnehmer der PREVIEW-Dinners werden erst durch die Messe geführt, so dass alle einen Einblick bekommen: was wird gezeigt, was steht zur Disposition, was wird aktuell diskutiert. Im Anschluss können dann Fragen beantwortet werden; inhaltliche Fragestellungen, aber auch wer da ist oder wer bereits was hat. Das ist ja ein Vorteil in Berlin, dass man noch etwas entwickeln kann.

**Ralf Schmitt** Darum arbeiten wir auch sehr intensiv daran, diese Tischgesellschaften so zusammenzustellen, dass eben nicht die immer Gleichen da sitzen. Wir hoffen auf interessante Mischungen. So heterogen wie die PREVIEW selbst.