

Der rote Teppich liegt in Fetzen

Produzentengalerien sorgen für den Markteinstieg – Die beiden wichtigsten in Berlin heißen Amerika und Diskus

CHR. HERCHENRÖDER | BERLIN

Produzentengalerien sind Marktzwitzer, die den Künstlern den Einstieg in den Kunstbetrieb erleichtern. Es gibt sie in Form von Künstlergemeinschaften, die in gemietetem Ambiente in eigener Regie ihre Werke präsentieren.

Es gibt sie aber auch als Galerien, die von einem hauptberuflichen Promoter geleitet werden. Der arrangiert Ausstellungen, gestaltet Websites, macht die Pressearbeit, betreibt Sammlerpflege. Die Galeriekosten werden vom Künstlerkollektiv getragen, die Gage des Machers finanziert sich aus den Kunstverkäufen.

Diese Variante ist meist auf zwei Jahre angelegt – eine relativ kurze Zeit, in der nicht alle beteiligten Künstler auf Anhieb den Markteinstieg schaffen. Danach machen sich die Promoter meist selbstständig und eröffnen eine kommerzielle Galerie, die sie, gestützt auf dieselben Künstler, in eigener Regie betreiben. Dieses klassische Konzept haben in den letzten Jahren die Berliner Produzentengalerien **Liga** und **Rekord** verwirklicht. Sie sind inzwischen zu Privatgalerien mutiert. Doch es gibt noch weitere ähnlich strukturierte Unternehmen in der Spreestadt.

Im März 2005 eröffnete der Heidelberger Sebastian Klemm nach einer kurzen Lehrzeit bei Harry Lybke die Galerie **Amerika**. Mit seinen Künstlern hatte er die heruntergekommenen Räumlichkeiten an der Brunnenstraße 7 selbst renoviert. Zur Eröffnung kamen 600 Gäste. Seitdem gab es alle vier Wochen eine Doppelausstellung und im letzten Herbst ein erfolgreiches Debüt auf der Kunstmesse **Preview**, die parallel zum **Art Forum Berlin** lief, und gleich danach noch auf der Messe **Arte Fiera** in Bologna.

Der Dreißigjährige betreut 20 Künstler, die ehemalige Schüler oder Meisterschüler der Leipziger **Hochschule für Grafik und Buchkunst** sind. Sie alle arbeiten im Rauchfernen Medium der Fotografie, Skulptur und Installation. Sie alle wurden in den Klassen Astrid Klein, Tim Rautert oder Joachim Brohm ausgebildet, sind handwerklich perfekt, stark konzeptuell und kompositionell geschult.

Sie verbindet der subjektive Blick, der hinter die Dinge schaut, die uns



Der rote Teppich ist das Symbol von Politik und Prominenz. Bei Peggy Buth hat er Risse. Denn Macht und Rollenspiel sind meist nur von kurzer Dauer.

begegnen und umgeben: Stadt, Landschaft, Mensch und Objekt. Auch politische und gesellschaftskritische Reflexionen gehören zum Programm.

Die Arbeiten von Peggy Buth bringen es auf den Punkt. In ihren Teppichbildern wird der „rote Teppich“, das Symbol der Politik und Prominenz, von Brandspuren zerstört. Was auf den ersten Blick wie ein graphisches Feuerwerk erscheint, verweist auf die Kurzlebigkeit von Macht und Rollenspiel. In einem ihrer mit heißer Nadel bearbeiteten Teerbilder visualisiert sie die These, dass afrikanische Krokodile aggressiver seien als amerikanische und entlarvt sie damit zugleich als politische Parole.

Buth ist inzwischen mehr als ein Geheimtipp. Sammler aus London, Amerika, Italien erwarben ihre Arbei-

ten. Die Teppichbilder, die in der Eröffnungsschau vor anderthalb Jahren 2 000 Euro kosteten, liegen jetzt bei 5 000 Euro.

Die Preise der von Klemm betreuten Künstler sind durch die Bank moderat. Sie beginnen bei 600 Euro für Fotoarbeiten und enden bei 12 000 Euro für Installationen. Der Konzeptkünstler Sven Johné kombiniert Fotografien mit scheinbar dokumentarischen Texten. Die Fotokünstler Claudia Binschtok, Ulrich Gebert, Adrian Sauer und Andreas Schulze sind Detailfetischisten, die mit Scharfeinstellungen Nähe und Distanz zugleich schaffen. Die Greifswalderin Regine Müller-Waldeck entlarvt das Klischee der Frau mit parafirsteifen Röcken und Körperabgüssen, die wie gemartertes Fleisch an Raumgurten hängen.

Der Bildhauer Andreas Grahl setzt das Holzgerippe eines Neanderalters auf Kunstrasen und formt Tiere mit absurder Anatomie als Gegenmodelle der Genforschung. Der Russe Alexej Meschtschanow ver-

klammert die Historie in Gestalt alter Wohnmöbel mit den Industriematerialien.

Gegenüber, in einem Hinterhof der Brunnenstraße 196 hat sich die ebenfalls im März 2005 eröffnete Galerie **Diskus** etabliert. Dort setzt sich die zart-zielstrebige Birgit Ostermeier für zehn junge, vorwiegend figurative Bildhauer und Bildhauerinnen aus Dresden ein, die aus den Akademieklassen Eberhard Boslet, Martin Honert oder Carl-Emanuel Wolff kommen. Auch hier sind die Preise, die meist nicht über 6 000 Euro hinausragen, charakteristisch für die Anschubarbeit, die Produzentengalerien leisten.

Nur die aufwendig aus Marmor, Polyurethan und Gießharz gearbeiteten Plastiken der vor dem Studium als Steinbildhauerin geschulten Stella Hamberg übersteigen diese Marge. Sie huldigen der Mehrfarbigkeit Klinger. Die gut verkauften anekdotischen Kleinbronzen der Sommerausstellung mit Arbeiten von Christian Korth notierten um die 3 000 Euro.

Das ironische Element ist in Heinz Schmöllers enthäutetem Affen und kippenden Kunststoffhaus präsent. Sie prägt auch die umetikettierten Konsumstücke von Tilman Walter, während in den Installationen Christian Schönwälders Folter, Angst und Horror Vacui Gestalt gewinnen.

Solche Positionen haben es auf dem Kunstmarkt, der unter dem Diktat der Malerei steht, nicht gerade leicht. Umso wichtiger ist die Selbsthilfe der Künstler und der professionelle Beistand der Geschmacks-piloten, die in den Produzentengalerien Basisarbeit leisten.



SERIE Die Trendmacher: Junge Galeristen

DIE PROMOTER

Amerika

Bis 26.8. Gruppenschau mit A. Grahl, E. Grimberg, S. Kiwitt, A. Schulze. www.amerika-berlin.de

Diskus

1.9.-7.10. André Tempel www.diskus-berlin.com