Fotografie zwischen Kunst- und Verbrauchermarkt



v. l.: Edmund Bugdoll, Wilhelm Schürmann, Prof. L. Fritz Gruber, Dr. Rolf Ley, Hans Georg Puttnies, Jürgen Wilde, André Gelpke.

Agfa-Gevaert hatte zu einem Forumsgespräch geladen. Der Anlaß: Eine besonders interessante Ausstellung der „Galerie im Agfa-Gevaert Fotorama." Unter dem Motto „RELATIONEN" wurde ein Spiegelbild des Angebots der drei wichtigsten deutschen Fotogalerien präsentiert:

Wilde, Köln; Schürmann & Kicken, Aachen; Photo Selection, Düsseldorf;

Die Fotokunsthändler liegen geographisch sozusagen rund um Leverkusen verteilt. Dennoch, allein, daß es Agfa-Gevaert gelang, die Konkurrenten unter ein Dach zu bringen und damit einen wesentlichen Beitrag zur Transparenz dieses Marktes zu leisten, ist bereits als verdienstvoll anzurechnen. Mit dem Sinn fürs Nützliche und Machbare hatte die Mannschaft von PR-Chef Dr. Rolf Ley auch nicht versucht, in „totaler Kultur" zu machen. Vielmehr beschränkte man sich darauf, die Thematik an einem Punkt aufzuhängen, der aus Industrie-Perspektive ohne gequälte Verrenkungen darstellbar schien – am Markt.So wurde dem geladenen Publikum – statt der sonst üblichen Vernisage – eine Forumsdiskussion unter dem beziehungsvollen Titel „Fotografie zwischen Kunst- und Verbrauchermarkt" serviert. Um Märkte und ihre Relationen, „was geht" und „was nicht geht", diskutierten als Vertreter der drei beteiligten Galerien Edmund Bugdoll, Wilhelm Schürmann, Jürgen Wilde mit Prof. L. F. Gruber, FAZ-Feuilletonist Hans Georg Puttnies und Visum-Fotograf André Gelpke unter der Leitung von Dr. Rolf Ley. Zwar litt die Aussprache zeitweilig an wenig sachdienlichen Fragen notorischer Diskussionsartisten aus dem Publikum, und ein klares faßbares Ergebnis war letztlich auch kaum zu formulieren, doch die Denkanstöße, die an jenem Abend vermittelt wurden, geben Anlaß zu der Hoffnung, daß dies nicht die letzte Veranstaltung dieser Art in der Agfa-Gevaert Galerie gewesen ist. So ließ Klaus Tiedge, in dessen PR-Ressort bei Agfa-Gevaert die Aufgabe fällt, Ideen für solche Aktivitäten „auszubrüten", durchblikken, daß „man noch manches auf der Pfanne" habe. Speziell wolle man sich darum bemühen, heutige Fotografie an die Öffentlichkeit zu bringen. Denn das war eine etwas erschreckende Erkenntnis der Diskussion in Leverkusen: Das Interesse bei Sammlern, Museen, Galerien konzentriert sich allzu sehr auf die Foto-Historie. Die zeitgenössische Fotografie nimmt eher eine Alibi-Funktion ein. Man präsentiert sie zwar hin und wieder, Anerkennung und interessante Preise werden jedoch nur mit Klassikern erzielt.

FACHKONTAKT hat die drei Galeristen nochmals um eine kurze Charakterisierung ihrer Arbeit gebeten und bringt zusätzlich – als weiteren Diskussionsbeitrag – einen Kommentar von H. J. Scheurer, der die ganze Szene bewußt kritisch unter die Lupe nimmt.

PHOTO SELECTION
Cheruskerstraße 56 a
D-4000 Düsseldorf 11
Telefon 0211-52502



v. l.: E. Bugdoll, K. J. Freund

Photo Selection ist der Name und die Kurzform des Konzeptes unserer Düsseldorfer Galerie. Eine Galerie, in der wir uns bemühen, dem Interessierten einen repräsentativen Querschnitt zu zeigen. Dazu gehören neben Originalvergrößerungen der bekannten und arrivierten Klassiker selbstverständlich auch die Arbeiten junger, international noch nicht bekannter Fotografen.

Es werden aber auch die Bilder vorgestellt, die von Künstlern geschaffen wurden, für die Fotografie aber nur ein Teil ihres Gesamtwerkes ist, oder aus dem Bereich der Konzept-Art stammen. Die Fotografien der Altmeister sind inzwischen im Preis so gestiegen, daß es nur noch einem kleinen Kreis von engagierten Sammlern möglich ist, diese zu erwerben.

Damit das Sammeln von Fotografien aber nicht nur ein Geheimtip für eine Minderheit bleibt, stellen wir regelmäßig eigene Editionen vor.

Das Thema der Limitierung im Bereich Fotografie ist noch nicht gänzlich ausdiskutiert, doch haben sich folgende Lösungen für uns als praktikabel erwiesen:

Von uns limitiert werden nur die Bilder, die wir als eigene Editionen präsentieren. Der Anteil der Editionen an unserem Programm beträgt ca. 35%.

Die Limitierung ist absolut notwendig bei Farbvergrößerungen, die wir unter der Aufsicht des Künstlers in einem Spezialverfahren erstellen lassen. Aus technischen Gründen ist dabei keine unbegrenzte Anzahl von Vergrößerungen möglich. Bei S/W-Editionen sind wir in einer ähnlichen Situation. Wegen der geringen Aufnahmefähigkeit des Marktes und den Kosten der Herstellung limitieren sich die Bilder automatisch. Wir offerieren unseren Besuchern und Kunden, um sie regelmäßig mit dem Medium Fotografie zu konfrontieren, verschiedene Serviceleistungen. Die Variante einer privaten Artothek ermöglicht es dem Interessenten in seiner bevorzugten Umgebung seine eigenen Bewertungskriterien zu finden. Jedem Bild wird ein Zertifikat beigegeben, das auch Garantie für den technischen Her-

stellungsprozeß ist. Dies ist notwendig, da der Fotograf einiges berücksichtigen muß, wenn seine Bilder auch noch nach Jahrzehnten von gleicher Qualität sein sollen.
Bei unseren Editionen werden zusätzliche, unverkäufliche Exemplare hergestellt, die wir Veranstaltern, Galerien und Museen als Ausstellungen zur Verfügung stellen.
Sollen wir nach dem ersten Jahr unserer Galerietätigkeit ein Fazit ziehen, so glauben wir, das es uns gelungen ist, einen neuen Kreis zum systematischen Sammeln angeregt zu haben.
Um ein weiteres Interesse für das Medium Kunstfotografie zu wecken, können Ausstellungen und Diskussionen wie die im Hause Agfa Gevaert beitragen. Es wäre zu begrüßen, wenn sich dieses Engagement der Industrie in der Förderung junger, talentierter Fotografen erweitern würde.

Photo Selection
Edmund Bugdoll
Karl Jürgen Freund

VORM. LICHTTROPFEN HOF 3/D-5100 AACHEN BRD TELEFON 0241/39911 · 64410
Galerie Schürmann & Kicken



v.l.: R. Kicken, W. Schürmann

Vorab eine Definition der verschiedenen Printarten
vintage print: Der Abzug (print) ist im selben Zeitraum wie das Negativ hergestellt. Gleichzeitig ob vom Fotografen selbst oder unter seiner Aufsicht.
reprint: Neuer Abzug von einem alten Negativ. Gleichgültig ob vom Fotografen selbst oder unter seiner Aufsicht hergestellt.
pressprint: speziell zu Veröffentlichungszwecken hergestellter Abzug. Häufig von geringer technischer Qualität, da ja nur als Druckvorlage bestimmt.
Meist nur gestempelt und nicht signiert.
copyprint: Abzug von einem Copynegativ, das von einem vintage-, re- oder pressprint gemacht worden ist, da das Originalnegativ zerstört oder verlorengegangen ist.
Diese Definitionen sind international üblich.
Die Fotografie erlebte in den vergangenen 6 Jahren einen weltweiten Boom, dessen Höhepunkt noch lange nicht abzusehen ist, gilt es doch noch unbeschreiblich viel unentdecktes und unerforschtes Material aufzuarbeiten.
Gott sei Dank ist es mittlerweile müßig darüber zu diskutieren, ob Fotografie Kunst ist, man akzeptiert sie einfach als Fotografie. Immer mehr Museen zeigen selbstverständlich Fotografieausstellungen, ohne dabei den Fotoausstellungen von Sparkassen Konkurrenz machen zu wollen, da diese doch fast ausschließlich Ausstellungen von Amateurniveau zeigen, die über ein gelegentliches lokales Interesse nicht hinausgehen. Einige Museen beginnen auch in Deutschland Fotografie zu sammeln.
Um nur einige dieser ausstellenden und sammelnden Museen in unserer nächsten Umgebung zu nennen: Landesmuseum Bonn, Wallraf-Richartz-Museum, Köln, Kölnischer Kunstverein, Kunsthalle Düsseldorf, Folkwangmuseum Essen, Museum Bochum, Leopold Hoesch Museum Düren, Bahnhof Rolandseck, von der Heydt Museum Wuppertal, Neue Galerie Sammlung Ludwig Aachen u.v.a.m. Spätestens nach der diesjährigen documenta in Kassel wird die Fotografie ihr Schattendasein auch in Deutschland beendet haben.
Unsere Galerie rekrutiert ihre Kundschaft hauptsächlich aus Museen und Privatsammlern, wobei der Anteil der Privatsammler mittlerweile überwiegt. Diese Sammler haben meist bisher Kunst gesammelt, aber viele konnten wir durch die Fotografie auch erst zum Sammeln bewegen.
Ein großer Teil unserer Geschäfte schließen wir mit Kunden in den USA ab, da diese es schon seit längerer Zeit gewöhnt sind, Fotografie zu sammeln und auch entsprechende Preise zu zahlen. – Wir handeln hauptsächlich mit vintage prints, da diese naturgemäß am authentischsten die Auffassung des Fotografen wiedergeben, was Ausschnitt, Helligkeitsverteilung, Format und Wahl des Papiers betreffen. Die Durchschnittspreise dieser vintage prints betragen 1000,– bis 5000,– DM.
Leider ist zu befürchten, daß ein großer Teil des fotografischen Materials erster Qualität ins Ausland verkauft werden wird, solange es nicht auch für deutsche Museen selbstverständlich wird, nicht nur Pfennigbeträge für den Ankauf von Fotografien zur Verfügung zu stellen.
Ein Hauptakzent unseres Galerieprogramms liegt auf der Präsentation der dokumentarischen Fotografie, da eine Hauptaufgabe der Fotografie darin liegt, vergangenes festzuhalten, eben zu dokumentieren. Was wäre die fotografische Geschichte ohne einen E. Atget, A. Sander, W. Evans oder B. und H. Becher?
Ein Ausweiten unserer Aktivitäten im Sinne des pseudokünstlerischen Fotos für jedermann zum niedrigen Preis lehnen wir entschieden ab, wird doch auch der serienmäßig hergestellte Ölschinken für jedermann im Kaufhaus und nicht in der Kunstgalerie gehandelt.
Was kann die Industrie, die ja sicherlich mehr auf den Verbrauchermarkt zu achten hat, als sich mit der Kunst zu beschäftigen, für die künstlerische Fotografie tun? Erstens, ich möchte dazu anregen, daß von der fotografischen Industrie eine Art Stipendium eingerichtet wird, über dessen Vergabe eine unabhängige Fachjury zu entscheiden hätte. Dieses Stipendium sollte einem Nachwuchsfotografen verliehen werden, damit dieser z.B. für ein Jahr ohne Auftragsdruck ein Thema fotografisch behandeln kann. Ich glaube, nur auf diese Weise läßt sich in Deutschland eine zur Hoffnungslosigkeit verurteilte Nachwuchsfotografengeneration wieder zum freien Arbeiten motivieren.
Zweitens, ich fordere hiermit jeden engagierten Fotografen auf, der diese Zeilen liest, an unsere Galerie eine Postkarte zu senden, mit der Bitte an die Firma Agfa-Gevaert, die fotografische Papierproduktion nicht vollständig auf Kunststoffpapier umzustellen. Ich glaube, es ist im Augenblick noch gar nicht abzusehen, welcher Schaden mit Einstellung des Papierpapiers für die künstlerische Fotografie in der ganzen Welt angerichtet wird. Wir verlangen lediglich die weitere Herstellung einer Papiersorte in allen Gradationen kartonstark, z.B. Record Rapid. Man übersieht sicherlich die Tatsachen, wenn man behauptet, das Kunststoffpapier habe die gleiche Grauwertskala wie das herkömmliche Papier. In ganz Europa startet im Augenblick eine Unterschriftenaktion gegen die vollständige Umstellung auf Kunststoffpapier, um den Marketingabteilungen zu beweisen, daß durchaus weit verbreitete Interessen am Papierpier weiter bestehen.

Wilhelm Schürmann

GALERIE WILDE
D-5 KÖLN 30
FÖRSTERSTRASSE 27
TEL. 551899

Im Januar 1972 eröffneten mein Mann und ich aus Liebhaberei und voller Enthusiasmus die erste Fotogalerie Deutschlands. Die Reaktion von Presse, Fernsehen und Publikum war enorm. Aus finanziellen Gründen konnten wir die Galerie jedoch nur an zwei Tagen in der Woche öffnen, denn der Verkauf von Fotografien, so preiswert sie damals auch waren, war sehr schwer. Hier und da wurde zwar mal ein Foto gekauft, aber um die Unkosten für eine Ausstellung allein zu decken (Plakat, Einladung usw.), hätten wir den damaligen Preisen entsprechend 25 bis 30 Fotos je Ausstellung verkaufen müssen, und das war (und ist auch heute noch) illusorisch. So arbeiteten wir also nebenbei als Auftragsfotografen für verschiedene Zeitschriften und Architekten, um die Ausstellungen finanzieren zu können. Aber es machte uns trotzdem sehr viel Spaß. Das Interesse für die Fotografie war so groß, daß immer sehr viele Besucher kamen, zumeist junge Leute. Im Laufe der Zeit hatten wir auch ein sehr gutes und ausgewähltes Buchprogramm aufgebaut und begannen 1973 mit der Herstellung von eigenen Editionen: Portfolios mit Originalfotografien in limitierter Auflage. Dann erwachte plötzlich auch das Interesse bei den Kunstvereinen und Museen, die uns um Ausstellungen baten. Und es entstanden Fotogalerien in anderen Städten. Aber, so groß das Interesse für die Fotografie auch war, der Verkauf war weiterhin sehr schwer. Was die Preise anbetrifft, sie wurden prinzipiell von den Fotografen selbst bestimmt und das ist bis heute so geblieben. Einen „Markt" für Fotografie als „Ware" gibt es bis heute in Deutschland noch nicht, nur einen kleinen Kreis von Interessenten, die Fotografie als „Kunst" kaufen. Diese Interessenten bestehen größtenteils aus Privatleuten, die allgemein kunstinteressiert sind und Kunst aus Sammelleidenschaft kaufen. Die anderen Käufer sind unsere Kollegen, Galerien im In- und Ausland, und einige Museen. Rückblickend auf die vergangenen Jahre möchte ich sagen, daß die Fotografie als Kunst inzwischen doch eine zunehmende Anerkennung gefunden hat. Fotografie als Kunst: „dokumentarische" und „kreative" Fotografie gleichberechtigt nebeneinander.



Ann Wilde

Ann Wilde

(Die Galerie Wilde ist vorübergehend nur nach Vereinbarung geöffnet: Tel. 02 21–55 18 99 und 0 22 52–25 74)

Als sich im Jahre 1972 eine handvoll Presseleute, Interessierte und geladene Gäste auf den Weg in die Försterstraße im Kölner Vorort Ehrenfeld machte, wußten die meisten nicht, was sie erwartete. Das Arbeiterviertel ist nicht nur dafür bekannt, daß es unter dem unverhältnismäßig hohen Bevölkerungsanteil türkischer Gastarbeiter leidet, die zu überhöhten Mieten in sanierungsbe-



H.J. Scheurer

dürftigen Wohnungen leben, sondern auch unter einem verwirrenden Einbahnstraßensystem, das schon manchen Autofahrer zu Strecke brachte. Auch die Försterstraße ist eine Einbahnstraße. Wer die ruhige Wohnstraße erst einmal ausfindig gemacht hatte, war bald an seinem Ziel. Das Klingelschild und ein kleiner Schaukasten neben der Haustür verriet, was die Interessierten in den Vorort verschlagen hatte: „Album-Galerie" stand auf dem Plakat im Glaskasten. Durch den Flur kam man in den Hinterhof, wo das Ehepaar Ann und Jürgen Wilde als frischgebackene Galeristen residierten. Zuvor hatten die beiden den kleinen und heruntergekommenen Saal im Hinterhof selbst wieder so hergerichtet, daß er den Namen „Galerie" verdient hatte. Was für einiges Aufsehen sorgte, war die Tatsache, daß Wildes als erste bundesdeutsche Galeristen keine Drucke, Radierungen oder Gemälde zeigten, sondern Fotografien zwischen die beiden Glasplatten ihrer Bilderrahmen legten.
Der Name „Album-Galerie" sollte programmatisch sein. Es ging bei dem mutigen Unternehmen, das sich nicht nur örtlich vom Kölner Galerierummel absetzte, nicht ausschließlich darum, Bilder zu verkaufen. Vielmehr wollten die Album-Galeristen die Idee, Fotos zu sammeln, publik machen. Ihre Galerie sollte zu einem Umschlag- und Tauschplatz für die eigenen, oder gesammelten, Bilder werden. Fotografen sollten in Wildes Hinterhof die Möglichkeit haben, selbst wenn die Arbeiten nicht für eine Ausstellung reichten, einen aufmerksamen Kreis von Betrachtern und Kritikern zu finden.
Die Album-Galerie ist heute tot – und damit auch ihre Idee. Sie firmiert jetzt unter dem Namen „Galerie Wilde" und ist damit nicht nur formal vom Galeriebetrieb gefressen worden. Der ehemalige Fotografentreff wurde zur Ausstellungshalle, in der einem nur nach telefonischer Voranmeldung die Spots angeschaltet werden.
Ähnliches geschah mit der Foto-Galerie „Lichttropfen", die sich mit ähnlichem Schwung und ähnlichen Intentionen etwas später im Ladenlokal einer jungen Aachener Buchhändlerin einmietete. Avantgardistische Ideen und der Name, der nicht nur Assoziationen sondern auch Hoffnungen freisetzte, wurden schnell über Bord geworfen, das Ladenlokal aufgekündigt, der Name abgeschafft. Unter „Galerie Schürmann & Kicken" vollzogen die beiden Lichttropfen-Männer den Sprung ins reine Business. Wilhelm Schürmann, der seine Geschäfte aus dem Koffer macht, läßt sich nicht ungerne als der Fotogalerist „mit dem heißen Draht nach USA" verkaufen.
Aus den Anfangs-Wehen der ersten Foto-Galerien scheint die jüngste Galerie, die Düsseldorfer „Photo Selection", ihre Schlüsse gezogen zu haben. Hier hat man gleich auf die improvisierte Hinterhofatmosphäre verzichtet, ein Programm zusammengestellt, das weniger originell und relativ teuer ist. Und um keinen falschen Verdacht aufkommen zu lassen, betonen die Initiatoren, daß sie keine ordinäre Foto-Galerie betreiben, sondern „eine Galerie für fotografische Bilder".
In dieses Wespennest von Eitelkeit und Geschäftssinn versuchten jetzt die Pressemänner der Leverkusener Fotoindustrie zu stechen. Erstmals brachten sie die drei führenden Galeristen nicht nur zu einer gemeinsamen Ausstellung, sondern auch zu einer Forumsdiskussion an einen Tisch. Im Vertriebszentrum der Agfa-Gevaert AG hatten die Galeristen die Möglichkeit, ihre Fotografen vorzustellen. Vorrangig auch bei dieser Ausstellung die Klassiker. Der Wahlspruch weißer Siedler in Amerika „ein toter Indianer ist ein guter Indianer" scheint sich hier in Abwandlung zu bewahrheiten. Tote Fotografen sind vielleicht nicht die besten, bestimmt aber die meistverkauftesten.
Abzusehen ist daher, wann die Galerien nur noch ausschließlich für Kunstsammler und deren Schubladen arbeiten. Einige provozierende Thesen von Agfa-Pressechef Dr. Rolf Ley zeigten allerdings nicht die erhoffte Wirkung. Ley in seiner Einstellung: „Das Wesen der Fotografie und die einzige legitime Form der Anwendung ist nach unserem Verständnis ein einfaches von jedermann zugängliches Mittel, um Bilder zu machen. Wir betrachten mit gewisser Skepsis den Galeriemarkt, der eigentlich genau das Gegenteil betreibt. Da wird dem Medium, das auf beliebige Vervielfältigung ausgelegt ist, ein Marktmechanismus aufgezwungen, der der Fotografie wesensfremd bleiben muß."
Die erhoffte Wirkung blieb aus. Die Diskussionspartner (Prof. L. Fritz Gruber, der Fotograf André Gelpke, der Frankfurter Kritiker Hans Georg Puttnies und die drei Galeristen) suhlten sich in Eintracht. Schürmann („Einen großen Teil unserer Geschäfte schließen wir mit Kunden in den USA ab, da diese seit längerer Zeit gewöhnt sind, Fotografie zu sammeln und auch entsprechende Preise zu zahlen.") dozierte derweil unkritisiert über den Unterschied von reprint, pressprint und copyprint, die man sich wohl wie Frühstückseier verschiedener Güteklassen vorzustellen hat. Ein Galerist verkauft kein Foto mehr, er verkauft „prints" verschiedener Qualität zu entsprechend gestaffelten Preisen.
Bei solch geschäftsfördernden Aktivitäten scheint das Foto, das von den Galeristen zu einer Ware für einen Markt gemacht wurde, auf der Strecke zu bleiben. Fotografische Inhalte blieben undiskutiert. Beklagt wurde lediglich die nach Ansicht der Galeristen brachliegende Fotokunst in der Bundesrepublik. Das gelobte Land heißt Amerika. Man muß seine Schuhe im amerikanischen Staub getreten haben, um mit der Kamera kreativ arbeiten zu können. Dieser blinde Amerikaglaube, den nicht zuletzt Leute wie Camera-Chefredakteur Allen Porter in unsere Köpfe gepflanzt haben, richtet sicherlich mehr Schaden an, als bisher vermutet. Nur er erklärt die Arroganz, mit der Galeristen junge deutsche oder europäische Fotografen übergehen, die erstklassige Arbeiten vorlegen können.
Doch die Zurückhaltung auf diesem Gebiet ist sicherlich nicht grundlos. Die Fotografen und ihre Themen lassen sich sicherlich nicht so leicht vermarkten. Wilhelm Schürmann zum Einwurf eines Fotografen, daß es mittlerweile üblich ist, daß der Foto-Galerist 50 Prozent des Verkaufspreises einbehält: „Dann sind Sie eben beim falschen Galeristen. Ich nehme nur 40 Prozent."
Unzufrieden mit dem Angebot der Galerien ist auch der Frankfurter Feuilletonist Hans Georg Puttnies: „Die Bilder, die von den Galerien gezeigt werden, setzen sich mit der Fotografie und nicht mit der Wirklichkeit auseinander." Fotografie kann soziale Funktionen erfüllen und über den reinen Schmuckcharakter hinausgehen.
Dies hat zwar noch etwas mit den Anfangsideen der Galeristen zu tun, läßt sich aber heute nicht mehr in ein Programm integrieren, das sich an den Erwartungen weniger Kunstsammler orientiert. Einen Lösungsversuch unternimmt seit einiger Zeit die Kölner Galerie Wilde, die bemüht ist, über die Zusammenarbeit mit Museen ein breiteres Publikum an die Fotografie heranzuführen.
Trotz solcher Aktivitäten wird man das Gefühl nicht los, daß das Foto-Galeriewesen in der BRD seit seiner Geburtsstunde in Köln-Ehrenfeld von der Einbahnstraße immer mehr in die Sackgasse geraten ist.

Hans J. Scheurer

Foto-Kollage von Salvador Dali nach einer Fotografie von Robert Descharnes



Arnold Newman: Porträt von Alfried Krupp (1962)

