



Kleinschmidt

Dr. Klaus

Klaus Kleinschmidt, Jahrgang 1959, brennt für die Fotografie in besonderer Weise. Der gebürtige Berliner und heutige Wahlhesse engagiert sich für Fotokunst. Mit etwa 30 Ausstellungen im Jahr bringt er sie auf Temperatur. Seine Galerie photonet in Wiesbaden ist ein »Durchlauferhitzer« für rare Fotokunst – sein Inhaber, wie er sich unwidersprochen nennen ließ: »ein Trüffelschwein«. Als Querdenker mit Medienzugang schrieb der einstige Fotokritiker für Blätter wie FAZ, FOCUS, G+J, NZZ und Vogue – immer über Fotografie und Fotokunst. Nach zwölf Jahren Redaktionsarbeit wechselte er die Seiten. Im Jahr 1999 betrieb er – lange bevor andere die Idee kopierten – die erste Galerie im Presseformat: Edition BIZZ. Für das junge Business-Blatt kam das Aus – doch dafür fing mit photonet alles erst richtig an. Heute kümmert sich photonet – neben einer Handvoll Galerien im Land – mit Erfolg um die Wertanlage Fotokunst. DESIGNERS DIGEST sprach mit dem Gründer der Galerie über das Sammeln wertvoller Fotokunst.

Klaus Kleinschmidt, born in 1959, has a very special passion for photography. Born in Berlin and by choice living today in Hesse, he is committed to photographic art. With close to thirty exhibitions a year, things are really cooking. His photonet gallery in Wiesbaden is a »constant percolator« for rare photographic art; the owner, is a »truffle pig«, a name he does not disagree with. A lateral thinker with media access, the one-time photography critic used to write for papers such as FOCUS, FAZ, G+J, NZZ and Vogue – his theme was always photography and photographic art. After twelve years working as an editor he changed sides. In 1999 he opened – long before others copied the idea – the first gallery in printed format: Edition BIZZ. The young business paper did not survive, but with photonet things really got going. Nowadays, photonet – along with a handful of other galleries around the country – deals successfully with photograhic art as a worthy asset. DESIGNERS DIGEST spoke with the gallery's founder about collecting valuable photographic art.

Das »Trüffelschwein« der Fotokunst - die Galerie photonet

The »truffle pig« of photographic art - the photonet gallery

photonet klingt nach Netzauftritt der Fotobranche. Wie kamen Sie auf diesen eher technisch anmutenden Namen?

Der Name ist Programm. Photonet ist ein Kunstwort - ein Hybridwort. Es setzt sich aus der historischen Schreibweise der zwei Silben »Photo« und dem innovativen Appendix »Net« für Netz zusammen. Bewusst wollte ich das Wertige von Photo mit der zeitgemäßen Präsenz im Internet verbinden. Im Jahr 1998 war das offenbar nicht ganz verkehrt. Die Rechteabteilung von Kodak war ebenfalls mit Hochdruck an dem Namen dran. Nur war ich eben schneller mit meinem

photonet sounds like a new creation in the field of photography. How did you come to this somewhat technical-sounding name?

The name is what it's all about. Photonet is an artistic word – a hybrid. It's made up of the historical spelling of the two syllables »Photo« and the innovative appendix »Net«, to create a network. I deliberately wanted to connect the significance of Photo with a contemporary presence in the internet. Obviously, in 1998 it wasn't a bad idea. Kodak's copyright department was also extremely interested in the name, but I was faster at getting it registered. For photonet – which at the

Michael Schnabel
(oben): »Sonnenspitze IV«, 2003,
Recom Ditone Print,

(unten)
»Montelivet«, 2005,
Recome Ditone Print
»La Isleta«, 2002,
Recome Ditone Print
»Ocean Beach«, 2003,
Recom Ditone Print

Courtesy Galerie photonet

Michael Schnabel
(above):
»Sonnenspitze IV«, 2003,
Recom Ditone Print,

(below)
»Montelivet«, 2005,
Recome Ditone Print
»La Isleta«, 2002,
Recome Ditone Print
»Ocean Beach«, 2003,
Recom Ditone Print

Courtesy Galerie photonet

Eintrag beim Patentamt. Für photonet – damals noch Agentur und Galerie gleichermaßen – war das ein Glücksfall. Seit acht Jahren listet Google den Namen auf der Hitliste der Top-Ten unter den ersten. Aus dem Zwitter Agentur & Galerie wurde eine Galerie. Nach Jahren des Spagats zwischen Agenturmarkt und Kunstmarkt schlug ich mich auf die Seite der Fotokunst. Das war wichtig; denn das Medienbild verlangt notwendig nützliche Bilder, während die unbequeme Fotokunst nutzlose Schönheit sucht.

Sie sind Galerist für Fotokunst, zudem bestellter und vereidigter Gutachter der IHK für moderne und zeitgenössische Fotokunst, graben Nachlässe aus, geben Bücher zu Fotografen heraus, schrieben lange als Fotokritiker, sind Gründer der Bildagentur photonet, befassen sich intensiv wie kaum ein anderer mit dem Thema Fotokunst – kurzum: bei Ihnen dreht sich alles um die Fotografie. Meine Frage zielt auf deren technische Reproduzierbarkeit: Taugt denn ausgerechnet die potentielle Massenware Fotografie heute noch als Wertanlage zum Sammeln?

Das »noch« können Sie getrost streichen. Ich würde sogar sagen: Heute mehr denn je...

Zu Zeiten der Gründung von photonet berieten Sie die Art-Directoren der Zunft, brachten große Bildstrecken in den Magazinen von FAZ, SZ bis ZEIT unter. Bald waren Sie als Botschafter besonderer Bilder unterwegs. Namen wie Paul Almasy, Peter Granser, Walter Hege, Ramune Pigagaite, Arnold Odermatt, Michael Schnabel und Jan Wenzel wurden durch Sie entdeckt. Sind Sie ein »Trüffelschwein« für Fotokunst?

Hhm... das mit dem Trüffelschwein muß ich erst sondieren. Lassen Sie mich Ihre Frage zuvor in drei Teile zerlegen: Zunächst ist da das Massenmedium der unendlichen Reproduzierbarkeit – in der Tat ein Gespenst für jeden Sammler. Soweit Fotografie Massenmedium ist, taugt sie sicher nicht zum Sammeln. Doch wir haben, wie in allen Techniken zu allen Zeiten, auch und gerade im kostenintensiven Medium Fotografie oft limitierte Abzüge. Wenn dieser - sei es durch Kostengründe, sei es durch Auflage - limitierte Abzug eine erkennbar eigene Bildsprache spricht, wird das Foto zum Werk geadelt. Da setzt das Interesse beim Galeristen ein; und auch der Sammler beginnt erst beim Kunstwerk mit seiner Suche.

Dies kann regelmäßig auch dort der Fall sein, wo es - wie etwa in der Frühzeit der Fotografie - keinen Kunstmarkt gab, oder wo - etwa in der zeitgenössischen Fotokunst - eine definierte Auflage verabredet wird.

Liegt nun sogar ein seltenes Blatt vor, um so bes-



time was as much an agency as a gallery – it was a stroke of good fortune. For eight years now, Google lists it among the top ten hits. The agency and gallery duo became one gallery. After years balancing between the agency market and the art market, I decided to go for the photographic art side. That was important, because the media demands useful pictures, whilst the uncomfortable world of photographic art looks for beauty.

You are a gallery owner for photographic art, as well as an appointed representative and deponent assessor of the Chamber of Industry and Commerce for modern and contemporary photographic art, you locate estates, publish books on photography, for years you wrote photography critiques, you founded the photonet picture agency, and are committed to photographic art with an intensity that is rare. In summary, everything about you revolves around photography. My question is directed towards the possibilities of reproduction. Considering the potential of mass production, does photography as a collectable investment still make sense?

You can confidently strike out the word »still«. I would even say: Today more than ever...

At the time when you founded photonet, you were an advisor to art directors of the guild, you published large amounts of pictures in papers such as FAZ, SZ and ZEIT. You soon travelled an ambassador for special pictures. Names such as Paul Almasy, Peter Granser, Walter Hege, Ramune Pigagaite, Arnold Odermatt, Michael Schnabel and Jan Wenzel were discovered by you. Are you a »truffle pig« for photographic art?

Hhmm... I'll have to think about the truffle pig bit. Let me first split your question into three parts: first there is the mass medium of endless reproducibility – a spectre for every collector in fact. As long as photography is a mass medium, it obviously does not make sense to collect it. As with all technology in all eras, we do, however, frequently have limited editions even in such a cost intensive medium as photography. When a limited print run – whether due to the cost factor or just because of the numbers – acquires a recognizable, unique imagery, the photo is elevated to a work of art. That's when gallery owners become interested; and the collectors only begin their search once it becomes art. This often also happens where – as in the case of the early days of photography – no art market exists, or where – in the case of contemporary photographic art – a defined limited edition is set. The exception occurs

ser, solch ein Abzug ist mitunter ein Vermögen wert. Im zweiten Fall wäre das also die Fotografie als Kunstwerk und im besten, dem dritten Fall wäre es das Objekt der Begierde mit höchstem Seltenheitswert, das jeder will und nur einer hat.

Sie rangieren - neben etwa Berinson, Kicken, Pasquer, Zander - unter den Top Five im Land? Was ist Ihr Rezept?

Preußisch einfach: Arbeit, Arbeit, Arbeit. Ausserdem: Qualität und nochmals Qualität. Von Beginn an arbeite ich mit allen Künstlern exklusiv. Es gibt also keine Fußstapfen, in die ich treten kann. Das ist anstrengend. Allein mit Paul Almasy, dem Zeitzeugen des Jahrhunderts, verbindet mich, um nur ein Beispiel zu nennen, zum 100sten Jubiläum eine über zehnjährige Aufbauarbeit: inzwischen 56 Ausstellungen weltweit und drei dicke Monografien als Herausgeber. Oder nehmen Sie den Shootingstar der deutschen Szene 2006: Michael Schnabel. Mit ihm läuft gerade eine Tournee mit »Stille Berge«. Auf der photokina bestritt er damit den größten Beitrag in einer One-Man-Show – gleich neben dem Auftritt von Martin Parr.

Im Zeitalter von Photoshop und Internet, von Scanner und Digidigicam haben wir mit einer Flut von bunten Bildern zu tun. Wer sagt uns da zuverlässig, ob ein Werk rar ist? Wer garantiert uns, dass ein Blatt Wert hat?

Der Galerist natürlich. Wenn er seriös ist, den Markt beobachtet und genau sondiert, kann er mit Vorbehalt verbindliche Aussagen treffen. Er ist der Experte für spezielle Bildwerke mit künstlicher (willkürlicher Auflage) oder natürlicher Rarität. Handelt es sich etwa um ein Unikat? Ist die Fotografie ein gesuchter Vintage-Abzug mit wenigen Blättern weltweit? Oder gibt es eine Auflage? Und wenn: wie hoch ist diese? Das sind die Fragen, die den Fotogaleristen bewegen. Arbeitet er etwa mit jungen Fotokünstlern zusammen, so werden vor der Produktion einer Ausstellung und Vermarktung für jedes Werk einer Serie eine exakte Auflage festgelegt. Diese liegt zum Beispiel bei 7 Exemplaren und verbürgt somit die Rarität.

Und wenn ein Kunde nach sieben erfolgten Verkäufen ein Werk will? Hat er dann eine Chance?

Dann hat er Pech. Wer zuerst kommt, malt zuerst. Den Spätling bestraft das Leben. Alles andere wäre glatter Betrug am Kunden - und dient ausserdem nicht der Wertsteigerung eines Werkes. Gerade auf diesen Wertzuwachs ist ein seriöser und nachhaltig arbeitender Fotokunsthändler angewiesen. Viele Kunden, die Kunst kaufen, haben ein sehr feines Gespür

when a picture is very rare. In that case it can be worth a fortune. This is particularly so if the photograph is considered a work of art. As a result and because of its rarity, it becomes a coveted item. Everyone wants it, but only one person has it.

You are rated – next to Berinson, Kicken, Pasquer, Zander – among the top five in the country. What is your recipe?

It's very simple: work, work, work. On top of that, quality and more quality. Right from the beginning, I work exclusively with the artists; so I don't step into anyone else's shoes. This is very demanding. To give an example, with Paul Almasy, the contemporary witness of the century, the 100th anniversary is preceded by ten years of intense, on-going work. It has already included 56 exhibitions and the publication of three thick monographies. Another case is that of Germany's 2006 shooting star: Michael Schnabel. We are currently on tour with his exhibition "Silent Mountains". His one-man-show at photokina was a great contribution – right next to Martin Parr's presentation.

In the age of photoshop and internet, of scanners and digicams, we are flooded with colourful photos. Who can we trust to tell us that a piece of art is truly rare? Who can guarantee that a picture has value?

A gallery owner, of course. If it's a serious person who observes and studies the market carefully, he/she can, with reservations, make a definitive statement. The gallery owner is the expert for special visual works with artificial (depending on the run) or natural rarity. Is it a unique copy? Is the photograph a sought-after vintage print with few copies world-wide? Or was there a whole edition and, if so, of how many? These are the kinds of questions a gallery owner asks. If he/she is working with a young photographic artist, then before an exhibition and marketing effort, the exact number to of prints of each picture in a series, will be established in advance. If, for example, the number is seven, it defines it as a rarity.

And when the seven have been sold and another customer wants one, is there no chance?

Then the customer has had bad luck. First come, first served. Life punishes the latecomer. Anything else would be cheating the customers – plus it would not increase the value of a piece of work. A serious and long-term photographic art dealer is dependent precisely on the increases in value. Many customers who buy art have a fine sense for whom they can trust. Customers also frequently wait to see if an artist or a gallery owner stays in the market. In this case a bit of patience is not a bad thing; though waiting too long is



Ramune Pigagaite,
Cleaning 305:
»Cleaning woman 3«,
»Cleaning woman 5«,
»Cleaning woman 9«, 2004,
40 x 60 cm, C-Print/Diasec/Dibond,
Auflage 7.

(unten): Menschen meiner Stadt
»Bäckerin 3«, 2000, 23 x 35,
C-Print/Forex, Auflage 7.

Courtesy Galerie photonet

Ramune Pigagaite,
Cleaning 305:
»Cleaning woman 3«,
»Cleaning woman 5«,
»Cleaning woman 9«, 2004,
40 x 60 cm,
C-Print/Diasec/Dibond, Auflage 7.

(below):
People from my city »Baking woman
3«, 2000, 23 x 35, C-Print/Forex,
Auflage 7.

Courtesy Galerie photonet





Jan Wenzel,
Interior XII. Leipzig,
Prager Straße, 1998, 21,3x16,0 cm,
vier Fotoautomatenstreifen, Unikat
Interior II. Leipzig, Prager Straße,
1998, 21,3x16,0 cm,
vier Fotoautomatenstreifen, Unikat
Unten: Aus der Serie
Zersägt (Was bleibt, bleibt): Fahrrad.
Leipzig Hauptbahnhof, 21,3 x 20,0 cm,
fünf Fotoautomatenstreifen, Unikat

Courtesy Galerie photonet

Jan Wenzel,
Interior XII. Leipzig,
Prager Straße, 1998, 21,3x16,0 cm,
four strips from a photo automat,
unicum
Interior II. Leipzig,
Prager Straße, 1998, 21,3x16,0 cm,
four strips from a photo automat,
unicum
Below: from the series
Sawn up (What remains, remains):
Bicycle. Leipzig, main train station,
21,3 x 20,0 cm,
five strips from a photo automat,
unicum



dafür, ob sie und wem sie ihr Vertrauen schenken. Häufig warten Kunden auch ab, ob sich ein Künstler oder Galerist am Markt hält. Ein bisschen Geduld ist da nicht schlecht, wenngleich zulange warten auch nicht gut ist: dann ist das Werk verkauft. Oder aber die Preise sind gestiegen.

Welche Faktoren bestimmen den Wert einer Fotografie? Gibt es da eine Formel?

Wenn Sie unbedingt eine grobe Formel wollen, dann gilt als vage Faustregel der Faktor aus a) Name b) Qualität und c) Rarität sowie natürlich d) der Zustand des gesuchten Blattes. Die Größe des Werks spielt indes, entgegen allen hartnäckigen Behauptungen, keine tragende Rolle. Zumindest in der Frühzeit der Fotografie bis hin zur frühen Moderne ist das so. Gerade habe ich für einen 5stelligen Eurobetrag ein Blatt mit den bescheidenen Maßen etwa einer Postkarte verkauft.

Was war das für ein Motiv? Wer bezahlt so viel für ein Werk dieser Größe?

Tut mir leid, da muss ich leider doppelt passen. Nur soviel darf ich sagen: Meine Geschäfte laufen äußerst diskret. Aber Sie können daran sehen: große Kunst muß nicht immer groß sein. Überhaupt wechseln viele das Erhabene in der Kunst mit schierer Größe - ein fataler Irrtum.

Warum dann die großen Werke überall?

Nun, unsere Wohnungen werden immer kleiner; zugleich werden die Werke immer größer; bei soviel Mangel an Platz verströmen raumgreifende Werke dem Besitzer die Aura von purem Luxus. Das Ergebnis können wir zur Zeit überall beobachten. Gursky, Esser, Höfer, Hütte, Ruff, Struth - die halbe Becher-Schule neigt zu formatfüllender Größe. Aber auch das ist nicht wirklich neu. Schon die himmelstürmende Gotik und später die sehnsüchtige Romantik schätzten das Großformat. Sie wussten um die erhabene Wirkung übergroßer Bilder erstaunlich gut Bescheid. Horaz schon polemisierte gegen diese Mode: »Gewaltige Gebirge gebären wollen - und heraus kommt eine kleine Maus.«

Apropos Maus - gibt es nicht heute überall Bilder umsonst? Jedes Handy schießt Bilder gestochen scharf. Per Mausclick ist das Bild in Sekunden überall. Warum noch Geld ausgeben für ein Foto?

Da muss ich Ihnen Recht geben. Eine Flut von Bildern kommt über uns. Dafür noch Geld n auszugeben, wäre in der Tat unklug. Ich spreche aber nicht über Fastfood aus dem Photoshop oder über Fotomüll aus dem Mobilfon der Kids, sondern von Kunstwerken der

also not good: otherwise the piece could have been sold or the price might have gone up.

What factors define the value of a photograph? Does some formula apply?

If you absolutely want some kind of formula, the only thing that exists is a rough estimation based on various factors: a) name, b) quality and c) rarity; as well, of course, as d) the condition the piece is in. Despite some obstinate claims, the size of the piece does not play a significant role. This certainly applies at least for the early days of photography up to the early contemporary period. I just sold a picture with the humble dimensions of a postcard, for a five digit Euro figure.

What was the motif? Who pays that amount of money for such a small piece?

I'm sorry, but I can't answer either question. I can only say this: my business dealings are very discreet. You can, however, understand that great art does not always have to be big. In fact, to believe the value of art is in the size is a fatal mistake.

So why the large pieces everywhere?

Well, our homes are getting smaller and, at the same time, the pieces are getting larger; with the shortage of space, a piece of art that fills a whole room gives the owner the impression of pure luxury. The result can be observed everywhere at the moment. Gursky, Esser, Höffer, Hütte, Ruff, Struth - half the Becher school tends towards large format. But even that is not really new. Already with dramatic Gothic art and later with melancholic Romanticism, the large format was appreciated. They were incredibly aware of the sublime effect of oversized pictures. Horaz already polemised against this trend: "Wanting to give birth to enormous mountains - the result is a small mouse."

Talking about mice - aren't pictures available everywhere for free these days? Every mobile phone can shoot a clear picture. With the click of a mouse the picture is sent everywhere in seconds. Why still spend money for a photograph?

I must admit you're right. We are flooded with pictures. Spending money for them would, of course, be unwise. I am not, however, talking about photoshop fast food, or photo rubbish taken with any kid's mobile phone, but rather about works of art from photo history. At the same time, "Mobileart" and photoshop art can be representative and want to be acknowledged. Let's take Loretta Lux and Stefanie Schneider. The first makes use of subtle picture processing to enhance her portraits, the other plays ironically and fashionably with the trash aesthetics of faded colours. It is per-

Fotogeschichte. Wobei natürlich auch „Mobilart“ und Photoshop Kunst darstellen können und gekonnt sein wollen. Nehmen Sie Loretta Lux und Stefanie Schneider - die eine bedient sich subtil der Bildbearbeitung für ihre Porträts, die andere spielt ironisch-modisch mit der Trash-Ästhetik verblichener Farben. Das ist absolut intelligent. Ihre Ikonen setzen sich durch, egal wieviel Trend sich um sie herum zeigt. Sie selber sprechen ja kritisch vom überall verfügbaren Foto. Zunächst: ein Foto ist noch kein Werk. Das kluge Bild schweigt. Ein Kunstwerk ist kein nützlicher Idiot. Es gehört zum Eigensinn eines Werks, dass es nutzlos sein will und nur der Notwendigkeit gehorcht, das heisst: als Beitrag kann es innere Not »wenden«. Das ist der Sinn von Notwendigkeit.

Sie sind also der natürliche Feind der Medien?

Die gigantische Bilderflut, die Tag für Tag massenhaft am Computer, Laptop oder vor dem Fernseher unsere Bildschirme überschwemmt, verhindert eher die Wahrnehmung, verarmt jede Betrachtung, bewegt definitiv nicht, und schon gar nicht berührt sie. Diese Bilder mögen reden und reden und reden: sie haben nichts zu sagen. Gegen deren Terror arbeite ich.

Sie gelten als eigenwilliger Galerist. Warum?

Keine Ahnung. Schon als Student ging ich sehr gern Umwege. Meine Magisterarbeit schrieb ich über das Labyrinth in der Moderne. Ich sagte mir: Umwege erhöhen die Ortskenntnis. Man muss allerdings Freude an der Bewegung haben. Überhaupt macht der Umweg Spaß. Nietzsche meint: »Man muss das Chaos in sich haben, um einen tanzenden Stern zu gebären...« Und Vergil wusste um die Dialektik der Umwege: »das Labyrinth ist des Chaos höchste Ordnung.«

Sie wirken strukturiert. Hat denn da das Labyrinth überhaupt eine realistische Chance?

Ja. Die FAZIT Stiftung zum Beispiel sponserte meine Promotion. Über Kafka und das Problem der Zeits. Damals erschrieb ich mir den Weg in die Feuilletons von Rang. Ich fing direkt in der FAZ an - vom Umweg also keine Spur. Aber Wege sind Gewohnheiten. Umwege indessen macht die Neugierde. Doch im Ernst: der beste und meist heimliche Grund, Umwege zu gehen, ist immer der, Neuland betreten zu wollen.

Wie sehen Sie künftig die Marktentwicklung der Fotokunst für Deutschland? Haben wir bald amerikanische Verhältnisse?

Eher bekommen wir deutsche Verhältnisse in Amerika - denn einige der wichtigen Namen der zeit-

fectly intelligent. Their icons make it through, regardless of how much trend is going on around them. They themselves speak critically of the everywhere-available photo. For a start, a photo is not necessarily a piece of art. The clever picture remains silent. A work of art is not a useful idiot. It is part of the stubbornness of a work, that it wants to be useless and only wants to obey necessity. In other words, its contribution can be to "reverse" an inner need. That is the meaning of necessity.

So you're a natural enemy of the media?

The enormous flood of images that overload our computers, laptops and televisions day after day, tends to limit our perceptions, impoverish every observation; they definitely move nothing, and certainly don't touch us. The images may talk and talk and talk, but they have nothing to say. I work against their terror.

You are known to be an opinionated gallery owner. Why?

No idea. As a student I already preferred to take detours. I wrote my thesis on the labyrinth in the modern age. I said to myself: detours increase ones knowledge of a place. One must, however, enjoy movement. Detours are fun. Nietzsche said: "One must have chaos within, to be able to give birth to dancing stars..." And Vergil also knew about the dialect of the detour: "the labyrinth is the highest order of chaos."

You appear very structured. Does the labyrinth really stand a chance?

Yes. The FAZIT foundation, for example, underwrote my graduation piece: about Kafka and the problem of time; then I wrote my way straight into the better feature pages. I began directly at the FAZ newspaper - without any detours. But paths are habits. Detours are created by curiosity. Seriously though, the best and usually secretive reason for following detours is the desire to always discover new terrain.

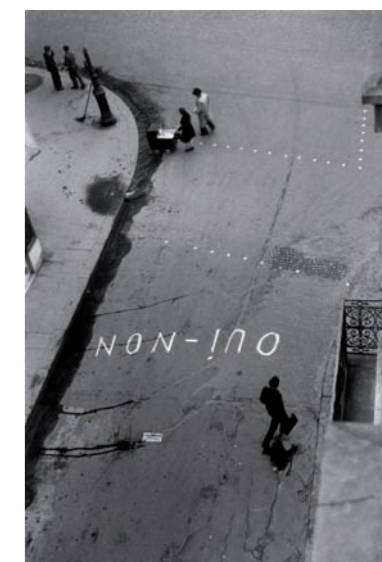
How do you see future developments of the photographic art market in Germany? Will we soon be up to American standards?

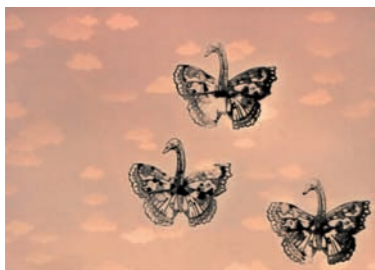
It's more likely that German standards will reach America, because, at the moment, some of the most important names in the contemporary scene are those of young Germans abroad. Take examples such as Thomas Demand, Loretta Lux or Andreas Gursky. And beyond the Becher school, there is real talent to be discovered among young German photographers: the photo automat artist from Leipzig, Jan Wenzel (Foto-fix), a landscape artist such as Michael Schnabel with "Silent Mountains", a portrait artist like Ramune Piga-



Paul Almsy
Sekretärin an der Schreibmaschine,
Monaco, um 1937
Ältestenrat in einem
Dorf der Soninké,
Französisch-Sudan (heute Mali),
Französisch-Westafrika, 1936
Graffiti zur Volksabstimmung
über den Verfassungsentwurf in
Frankreich, Paris, Oktober 1945
Silbergelatine Prints
jeweils 26 x 38 cm
Auflage: 10

Paul Almsy
Secretary at a type-writer,
Monaco, around 1937
Council of elders
in a village of Soninké,
in French Sudan (now Mali),
French West Africa, 1936
Graffiti from a referendum on the
constitutional draft in France,
Paris, October 1945
Silver gelatine Prints
each 26 x 38 cm
Copies: 10





Yvonne Diefenbach,
»Dreierlurchi«, 2005,
»Pferdesalto« 2003,
»Schmetterlingsschwäne«, 2004,
Fotogramm-Unikate
(verso signiert), je 13x18 cm

Courtesy Galerie photonet

Yvonne Diefenbach,
»Dreierlurchi«, 2005,
»Pferdesalto« 2003,
»Schmetterlingsschwäne«, 2004,
Fotogramm-Unikate
(signed on the back side),
each 13x18 cm

Courtesy photonet gallery

KÜNSTLER DER GALERIE
FRÜHE MODERNE: Waldemar Abegg,
Paul Almasy, Max Baur, Alfred Ehrhardt,
Walter Hege, Werner Mantz
CONTEMPORARY: Yvonne Diefenbach, Daniel
Frasnay, Flor Garduño, Renate von Mangoldt,
Matthias Mayer, Marco Paoluzza, Ramune
Pigagaite, Michael Schnabel, Claus Stolz,
Donald Unter Ecker, Jan Wenzel
THE GALLERY'S ARTISTS:
EARLY MODERN: Waldemar Abegg,
Paul Almasy, Max Baur, Alfred Ehrhardt,
Walter Hege, Werner Mantz
CONTEMPORARY: Yvonne Diefenbach, Daniel
Frasnay, Flor Garduño, Renate von Mangoldt,
Matthias Mayer, Marco Paoluzza, Ramune
Pigagaite, Michael Schnabel, Claus Stolz,
Donald Unter Ecker, Jan Wenzel

genössischen Szene werden zur Zeit vor allem durch junge Deutsche im Ausland und in Übersee bestimmt. Nehmen Sie zum Beispiel Thomas Demand, Loretta Lux oder etwa Andreas Gursky. Und auch jenseits der Becher-Schule gibt es beim Nachwuchs aus deutscher Sicht richtige Solitäre zu entdecken: Ein Leipziger Automatenkünstler wie Jan Wenzel (Fotofix), ein Landschaftler wie Michael Schnabel mit »Stille Berge«, eine Porträtistin wie Ramune Pigagaite mit »Cleaning Woman« oder eine experimentelle Yvonne Diefenbach mit Tierleben (Fotogramme) liegen mit ihren Werken zu Preisen im vierstelligen Bereich gut im Rennen. Die ästhetische Qualität eines Werkes auf dem Primärmarkt wird zunächst durch das Werk selber behauptet; auf dem Sekundärmarkt erst wird diese bestätigt oder verworfen. Das ist der einzige Grund für die Steigerungen der Preise. Überhitzungen treten überall da am Markt auf, wo der Übergang vom Primärmarkt zum Sekundärmarkt rasant erfolgt. Das kann Monate, Jahre oder Jahrzehnte dauern - oder auch gar nie passieren, was ja, unter uns gesagt, der Normalfall ist. Der Kunstmarkt ist eben doch wie Alchemie-Geheimwissen.

Was macht die Fotografie als Kunstform gegenüber anderen Künsten besonders?

Die Fotografie mit ihrer Neigung zum scheinbar objektiven Realismus ist ein visuelles Kollektivgedächtnis subjektiver Erinnerung, sprich Konstruktion. Und diese ist naturgemäß - wie alles Vergangene - eine begehrte weil begrenzt vorrätige und zutiefst individuelle Ressource. Denken Sie an all die vergessenen oder nicht mehr vorhandenen Personen, Ereignisse und Dinge wie Bauten, Maschinen oder Kriege. Diese sind für immer vergangen. Die Schlachten geschlagen, die Menschen längst tot. Aber diese Dinge und Wesen stehen wieder auf mit unserem Blick auf eine Fotografie aus der verlorenen Zeit. Trifft sich dieser Blick der Erinnerung mit einer einzigartigen Komposition, die rätselhaft und unergründlich ist, so spüren Sie ein Kunstwerk vor sich. Sie werden es kaum verhindern können, dieses besondere Werk für viel Geld erwerben zu wollen. Und siehe da: Sie sind ein Sammler.

Infos

www.photonet-online.de

Dr. Klaus Kleinschmidt

Taunusstraße 43

65183 Wiesbaden

gaité with "Cleaning Woman" or an experimental artist such as Yvonne Diefenbach with Animal Life (Fotogramme); they are all at the forefront, commanding four digit prices for their work.

The aesthetic quality of a piece of work on the primary market is, first of all, assured by the piece itself; on the secondary market it is either confirmed or discarded. That is the only reason for the increase in prices. Overloads turn up everywhere on the market, where the crossover from primary to secondary market follows at high speed. It can take months, years or decades - or it may not happen at all; and that, between you and me, is the norm. The art market is rather like alchemy - it's secret knowledge.

What makes photography as an artistic form special in comparison to other art forms?

Photography, with its tendency towards apparent objective realism, is a visual collective recall of subjective memory or construction. And this is by nature - as with all things past - a coveted (because it is in limited supply) and deeply individual resource. Think of all the forgotten or no longer existent things such as buildings, machines, people or wars. These events have passed forever. The battles have been fought, the people are long dead. But these things and beings rise up from the grave again when we look at a photograph from that lost era. If this image of a memory is combined with a unique composition, which is puzzling and inexplicable, then you can sense that you are in front of a work of art. You will hardly be able to stop wanting to buy this particular piece for a lot of money. And there you have it, you've become a collector.

Infos

www.photonet-online.de

Dr. Klaus Kleinschmidt

Taunusstraße 43

65183 Wiesbaden