Der Ausstellungsraum im Kunstmarkt/Exhibiting Art for Sale (Berlin, 22 Nov 14)

Technische Universität Berlin, Hauptgebäude, Senatssitzungssaal H 1035, Nov 22, 2014
Deadline: Jul 10, 2014

Lukas Fuchsgruber

Call for Papers - please scroll down for the English version

Der Ausstellungsraum im Kunstmarkt / Exhibiting Art for Sale

3. Workshop des Forums Kunst und Markt am Institut für Kunstwissenschaft und Historische Urbanistik, Technische Universität Berlin

Der Ausstellungsraum im Kunstmarkt vom 18. Jahrhundert bis heute

Wer Kunst zum Verkauf anbietet, macht sich eingehende Gedanken zur Präsentation der Exponate. Manche Konzepte kreisen etwa um das Evozieren eines zeitlichen Kontexts: Altmeisterhändler zeigen ihren Bestand gerne mit Rahmen und Mobiliar aus der jeweiligen Epoche, Galerien für Gegenwartskunst neigen dazu, durch Reduktion der Ausstattung im sog. White Cube die Zukunftsfähigkeit bzw. Zeitlosigkeit des Angebots zu unterstreichen. Effekte zeitlicher Verortung können auch dann entstehen, wenn unerwartete Kombinationen von Artefakten aus verschiedenen Epochen und Weltgegenden zueinander in Kontrast gesetzt werden.

Ausstellungsräume im Kunstmarkt sind demnach Orte, in denen Kunst- und Marktwerte in vielschichtige Beziehungen zueinander treten. Diesem kaum erforschten Themenfeld widmet sich der dritte Workshop des Forums Kunst und Markt an der Technischen Universität Berlin. In einer Gegenüberstellung der Strategien kooperierender oder konkurrierender Akteure wird die Tagung nicht nur nach epochenspezifischen Präsentationsmustern fragen, sondern auch nach Brüchen und Veränderungen des Konzeptes von Verkaufsausstellungen in der Entwicklung des Kunstmarktes vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart.

Im Mittelpunkt sollen dabei u.a. folgende Aspekte stehen:
- die räumlichen Inszenierungen der Vermarktung von Kunst (Sockel und Rahmung, Beleuchtung, Möblierung, Wandfarben und -oberflächen, Hängung, Raumgröße und -anordnung, Schaufenster und Vitrinen etc.) in Galerien, Kunsthandlungen, Auktionshäusern, Akademien, Kunstmessen, Museen und Kunstvereinen
- die (sich wandelnden) Funktionen von Ausstellungen im Kunstmarkt (Information, Bildung, Vergnügen, Verkauf, Preisbildung und -steigerung) und ihr Zielpublikum
- die Vermarktung und Rezeption der Präsentationen in Wort und Bild (Kataloge, Zeitschriften, Künstlernotizen, Korrespondenz, etc.), auch im Vergleich mit nicht-kommerziellen

Kunstausstellungen
Konzeption: Dr. Dorothee Wimmer, Dr. Johannes Nathan, Prof. Dr. Bénédicte Savoy, unter Mitwirkung von Lukas Fuchsgruber M.A.

Der Workshop findet am Samstag, den 22. November 2014 im Senatssitzungssaal der Technischen Universität Berlin statt. Tagungssprachen sind Deutsch und Englisch. Exposés von max. 2000 Zeichen inkl. Leerzeichen sowie ein kurzer Lebenslauf werden bis zum 10.07.2014 erbeten an: exhibitingartforsale@gmail.com
Weitere Informationen zum Vortragsprogramm des Forums Kunst und Markt und zu den jährlichen Workshops finden Sie unter http://www.kunstgeschichte.tu-berlin.de/index.php?id=646

- English version -

Call for papers

Exhibiting Art for Sale
The Commercial Gallery Space from the 18th Century to the Present

3rd Workshop of the Forum Art and Market, Institute of Art History and Center for Metropolitan Studies, Technische Universität Berlin

Those who exhibit art for sale will carefully consider the manner in which the objects are presented. Many such concepts are based on the evocation of a historic context: dealers in old master paintings, for instance, tend to show their selection in period frames and with furniture which stems from the same epoch as the exhibits. Galleries of contemporary art, on the other hand, often present their shows in so-called white cubes, futuristic spaces that avoid all periodization, thus suggesting the timeless appeal of the art they offer for sale. Other galleries again choose to dramatize their setting with unexpected, contrasting combinations of objects originating from different periods and a variety of regions.

The commercial gallery thus provides a space where the significance of art is set in complex relation to its market value. This rarely considered subject will be explored by the 3rd Workshop of the Forum Art and Market, TU Berlin. By investigating the strategies of cooperating and competing agents, this conference not only aims to reveal modes of presentation typical for specific periods; it also seeks to address the changing concepts of selling exhibitions as a reflection of the art market's history from the 18th century to the present day.

Proposals for contributions may for instance address the following aspects:

- the presentations of objects and the design of selling exhibitions (frames and bases, lighting, furniture, wall colours and covering, arrangement of exhibits, the size of spaces and their succession, show cases, shop windows, etc.) in art galleries, auction houses, academies, art fairs, museums and exhibition spaces managed by art associations

- the (changing) purposes of exhibitions in the art trade (such as: providing information, education and pleasure, adding value, enabling pricing and sales) and the visitors they address

- the marketing and reception of such presentations in word and image (catalogues, advertise-

ments, published reviews, artists' notes, correspondence, etc.), also in comparison with non-commercial art exhibitions

Convenors: Dr. Dorothee Wimmer, Dr. Johannes Nathan, Prof. Dr. Bénédicte Savoy, assisted by Lukas Fuchsgruber M.A.

Conference date: 22 November 2014, Senate Room, Technische Universität Berlin. Conference languages are German and English. Please send proposals (maximum 2000 characters), and a brief curriculum by 10 July 2014 to: exhibitingartforsale@gmail.com

Additional information on the conference cycle of the Forum Art and Market and its annual workshops may be found at: http://www.kunstgeschichte.tu-berlin.de/index.php?id=646

Reference:

CFP: Der Ausstellungsraum im Kunstmarkt/Exhibiting Art for Sale (Berlin, 22 Nov 14). In: ArtHist.net, May 30, 2014 (accessed Dec 18, 2025), <https://arthist.net/archive/7855>.