Der Tagesspiegel Nr. 22286 VOM 17.01.2015 SEITE 028 / **Kunst & Markt**

Zwischen den Seiten

Künstlerbücher sind längst keine Nische mehr, sondern eine bezahlbare Alternative zur Ausstellung

von Birgit Rieger

Das Buch ist lebendiger denn je, zumindest wenn es von Künstlern gemacht ist. Während etablierte Verlagshäuser mit den Herausforderungen der Digitalisierung kämpfen, tauchen vermehrt kleine, unabhängige Verleger auf, die Künstlerbücher, politische Reader, Magazine und Hefte in Eigenregie publizieren. Mit handfesten Umsatzzahlen lässt sich diese Entwicklung kaum belegen. Wohl aber ist sie zu sehen. Die Berliner Kunstbuchmesse "Friends with Books", die als neues Format aus der "Miss Read"-Messe hervorgegangen ist und gerade erstmals im Café Moskau stattfand, entpuppte sich als quirliger Treffpunkt nicht nur der Publisher, sondern auch der Kunstszene.

Rund 100 Verlage und publizierende Künstler aus Europa, USA und Asien nahmen teil. "Wir hätten auch 200 Verlage einladen können, die alle gute Bücher machen. Die Szene wächst stark", meint Vanessa Adler, die "Friends with Books" zusammen mit Savannah Gorton ausrichtet. Während der Vorgänger an die Kunstmesse abc angedockt war, bewies die Veranstaltung nun, dass sie auch ohne Galerien im Rücken enorme Zugkraft besitzt.

Vom preiswerten Fazine bis zu Künstler editionen für mehrere hundert Euro ist auf solchen Messen alles zu haben, verkauft wird direkt am Büchertisch. Die Bandbreite der Publikationen ist enorm, sowohl mit Blick auf ihre Druckverfahren und Materialien als auch auf die Inhalte. So lässt sich am Thema Ernährung beobachten, wie divers Künstlerbücher mit aktuellen Themen umgehen. Der niederländische Bildreporter Henk Wildschut fotografierte in Firmen, die mit innovativen Technologien neue Gemüsesorten züchten oder mit "angenehmerer" Massentierhaltung experimentieren. Die Zwiespältigkeit kommt in seinem Bildband "Food" (35 EUR) weit besser heraus als in der begleitenden Fotoausstellung im Café Moskau.

Sternberg Press, ein Verlag, der 1999 in New York von Caroline Schneider gegründet wurde und mittlerweile mit sieben Mitarbeitern von Berlin aus operiert, erweitert seine "On the table"-Essensbuchreihe mit "The Futurist Cook-Book" - der Neuauflage eines 1932 erschienenen Manifests für eine ästhetische, futuristische Ernährung. Im Kehrer Verlag erschien kürzlich mit "Atmen ohne Pause" ein schockierender, schöner Bildband, der Tiere in Schlachthöfen zeigt, bevor sie zu Fleisch werden (34,90 EUR).

Die Self-Publishing-Szene greift Themen auf, die in herkömmlichen Verlagen niemals eine Chance hätten - oder für die die Entscheidungsprozesse dort schlicht zu langsam sind. So bedienen sie eine Nische. Auflagen und Gewinnmargen sind klein, die Verbreitung ist gering. Aber: "Viele Künstler sind bisher nur über ihre Bücher und Online-Publikationen bekannt", sagt Fotografin, Kuratorin und Publishing-Expertin Delphine Bedel, die seit Jahren auch über Publishing-Methoden doziert. "Der Unterschied zu Büchern der Konzeptkunst der sechziger und siebziger Jahre ist, dass das Publizieren heute für Künstler die bevorzugte Kunstpraxis ist. Und kein Nebenprodukt mehr."

Bedel hat in ihrem eigenen Verlag bislang 60 Künstler- und Fotobücher produziert. Einiges davon ist im Rahmen der Ausstellung "Drucken, Heften, Laden" in der Neuen Gesellschaft für Bildende Kunst (NGBK) zu sehen. Bedels Bücher werden in Glasvitrinen präsentiert. Die Auflagen sind vergriffen, die Bücher längst ein Vielfaches des Ursprungspreises wert. Auch das kann passieren im prekären Künstlerbuchgeschäft. Aber es geht hier nicht um Gewinne. Was publizierende Künstler interessiert, sind Kollaborationen, Experimente und die Möglichkeit zum Diskurs. Die Initiatoren von "Drucken, Heften, Laden" planen eine neue Publikationsreihe. "Berliner Hefte zur Geschichte und Gegenwart der Stadt" soll sie heißen und langfristig auf dem Markt sein, so Mitinitiator Florian Wüst. Wie das gelingen kann, haben sie mit Kollegen diskutiert. Braucht man einen Verlag? Bringt man die Magazine selbst in die Buchhandlung? Betreibt man einen Web-Shop oder leistet man sich einen professionellen, vielleicht sogar internationalen Vertrieb? Selbst für erfahrene Künstlerbuchproduzenten stellen sich diese Fragen immer wieder neu. Der Vertrieb ist die Krux. Erst recht in Zeiten, in denen Inhalte digitalisiert werden und Händler wie Amazon oder Apple selbst verlegen. Wir erleben einen rasanten Wandel, von der "Hard Copy zur Software-Kultur", so Bedel.

Nur langsam befassen sich unabhängige Verleger und Künstler mit den Möglichkeiten des E-Publishing. "Ein eBook ist mit herkömmlicher Software leicht produziert. Allerdings weiß man nie, ob es in zwei Jahren noch Geräte gibt, die diese Formate lesen können", sagt Brett Bloom, der 1998 mit zwei Freunden in Los Angeles den Verlag Temporary Services

gegründet hat. Temporary Services begann mit dem Druck kostenloser Booklets und experimentiert mittlerweile auch mit digitalen Buchformaten. Statt sich allein auf die unsicheren ePub-Formate zu verlassen, rät Brett zum plattformübergreifenden, demokratischen PDF-Format. Aber auch das muss irgendwie zum Leser kommen. Wenn es darum geht, Künstlerbücher als eBooks oder Apps zu verbreiten, können Künstler sie auf ihren eigenen Websites oder den App-Stores von Apple und Google anbieten. In der Hoffnung, dass sie akzeptiert werden, was nicht immer der Fall ist. Manche Inhalte sind den Internetriesen zu explizit, manches wird schlicht nicht als massentauglich angesehen.

Die Erfahrung hat auch Helen Doug las gemacht. Ausgerechnet. Douglas ist so etwas wie die Grande Dame des Künstlerbuchs. Seit den siebziger Jahren begreift sie Fotografie als gedruckte Bilder und experimentiert mit dem Medium Buch. Ihre Editionen und Offset-Bücher wurden oft ausgestellt und sind in etlichen Sammlungen vertreten. 2013 entwickelte sie mit "Pond at Deuchar" eine über fünf Meter lange, auf Chinapapier gedruckte Buchrolle, die den Blick in einen Teich und die dort lebenden Insekten zeigt. Die Kombination von Digitaldruck, der antiken Form der Buchrolle und dem gerollten Papier animierte Douglas, erstmals eine allen zugängliche eScroll-Version für das iPad zu realisieren, die Umsetzung finanzierte die Tate Modern. Nur schaffte es das Werk nicht in den Apple App-Store. Es wurde abgelehnt.

Noch dreht sich bei Kunstbuchmessen das meiste um das gedruckte Buch, um das physische Objekt mit all seinen Vorzügen: das Anfassen, Riechen, Besitzen. Um bedrucktes Papier, das Raum einnimmt und existiert. Dinge, die das Internet nicht leisten kann. Auch damit beschäftigen sich die Bücher. "Das Internet existiert nicht" - "The Internet doesn’t exist" - heißt eine bereits im Vorfeld heiß diskutierte Publikation mit Beiträgen von Hito Steyerl bis Bruno Latour und Julian Assange, die Ende Februar in der Reihe des "e-flux Journals "erscheint.

Alle Rechte vorbehalten: (c) Verlag Der Tagesspiegel GmbH