**Zeitschrift:** Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern

**Herausgeber:** Parkett

**Band:** - (2017)

**Heft:** 100-101: Expanded exchange

**Artikel:** Das Berlin-Gespräch = Berlin round-table

**Autor:** Diederichsen, Diedrich / Heiser, Jörg / Nicolai, Olaf

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-817175

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 16.09.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch**

# Das Berlin-Gespräch

Redigierte Aufzeichnung eines Gesprächs in der Schweizerischen Botschaft in Berlin, am 24. März 2017, zwischen **Diedrich Diederichsen** (schreibt über Musik, Kunst, Film, Theater und Politik, seine jüngsten Publikationen sind: *Körpertreffer – Zur Ästhetik der nachpopulären Künste*, 2017; *Über Popmusik,* 2014), **Jörg Heiser** (Direktor des Instituts für Kunst im Kontext an der Universität der Künste, Berlin; von 1998 bis 2003 Redaktor, von 2003 bis 2016 Co-Chefredaktor von *frieze*, von 2011 bis 2016 auch Herausgeber von *frieze d/e*), **Olaf Nicolai** (Künstler, er lebt und arbeitet in Berlin), **Susanne Pfeffer** (Direktorin Museum für Moderne Kunst, Frankfurt am Main), **Steffen Zillig** (Künstler und Autor, Mitherausgeber des Künstlermagazins *InterCity* und der Edition Uhlenhorst, bei der Sternberg Press erscheint *Tod einer Kritikerin / Death of an Art Critic von Annika Bender*, einem Pseudonym, unter dem er gemeinsam mit Dominic Osterried das Weblog *Donnerstag* betrieb), **Bice Curiger** und **Jacqueline Burckhardt** (Mitbegründerinnen von *Parkett*) und **Mark Welzel** (Redaktor, *Parkett*).

Cartoons von **Pablo Helguera**.

**Mark Welzel**: *Parkett* als eine von Anfang an zweisprachige Zeitschrift, als Buchreihe mit Kurzmonographien, die immer auch partnerschaftlich mit den Künstlern zusammenarbeitet, das war eigentlich das initiale Moment. Wir machen nicht eine Zeitschrift über Kunst, sondern eine mit Künstlern, und das durchaus mit einer selbstbewussten Pose.

**Bice Curiger**: *Parkett* ist zweisprachig, weil wir uns 1984 als Brücke sahen zwischen New York und Europa. New York war das tonangebende Kunstzentrum nach dem Krieg, und in Europa war ein Generationenwechsel spürbar, der dann auch in den USA rezipiert wurde. Mit Beuys im Guggenheim 1979 und mit Ingrid Sischy, welche damals das *Artforum* leitete, wurden allmählich auch die jungen Italiener und die deutschen Maler in den USA vorgestellt. Da ist uns klar geworden, dass wir diesen Aufschwung mit Amerika, das die Europäer entdeckt, nicht einfach nur dem Markt überlassen wollten. Als gute Schweizer – wir sind ein Übersetzervolk – wollten wir Texte zugänglich machen und damit den geistigen Hintergrund der Werke. Bewusst wollten wir nicht mit Inhouse-Autoren arbeiten, sondern die besten Stimmen, die man finden kann, publizieren. Kompetente Stimmen, eine Vielstimmigkeit in einer Publikation, die eben auch langsam ist, die nicht ein Informations- und Aktualitätsmedium ist. Es gab damals vor allem Monatszeitschriften, und wir waren am Anfang eine Vierteljahreszeitschrift, nachher haben wir drei Ausgaben gemacht und dann nur noch zwei pro Jahr.

**Jacqueline Burckhardt**: *Parkett* wurde dabei immer dicker, mit mehreren Künstler-Collaborations pro Nummer, aber es behielt immer den monographischen Charakter. Als beispielsweise 1989 die erste Nummer mit zwei Collaborations, Jeff Koons und Martin Kippenberger, erschien, gab es noch keinen Katalog über Koons; wir haben damals die ersten, Quellentexte über ihn gebracht.

**BC**: Und die Sprachen – das war auch sehr wichtig, es gab zum Beispiel vor uns *Art International*: Dort hat jede Autorin, jeder Autor in seiner Sprache geschrieben, es gab französische, englische und deutsche Texte. Andere Magazine hatten lediglich englische Resümees im hintern Teil. *Parkett* wollte aber den Brückenschlag verdeutlichen, indem wir seit der ersten Nummer aus vielen andern Sprachen ins Deutsche und ins Englische übersetzen und beide Sprachversionen graphisch gleich behandeln.

**MW**: Und die Idee der Collaborations ist, dass die Künstler ein Mitspracherecht bei der Autorenauswahl und beim Layout haben und *Parkett* schliesslich zu einer Art Museum wird mit den Editionen, die es auch von Anfang an gab.

**JB**: Genau. Wir bezeichnen die Sammlung der Künstler-Editionen als ein «Musée en appartement», in welchem die Besitzer die Rolle der Kuratoren spielen können.

**BC**: Die Editionen dienen auch dazu, uns eine gewisse Unabhängigkeit zu verschaffen vom Druck, Abos und Anzeigen zu verkaufen. Anfang der 80er-Jahre galt das Medium Edition als unterirdisch. Das Ansehen war tief gesunken durch Blätter etwa von Vasarely oder Dalì, die mit aufgedruckten Unterschriften seit den 60er-Jahren auch für das Warenhaus produziert wurden. In den 80er-Jahren kommt jedoch eine Generation Künstler auf, die einen konzeptuellen Zugriff auf das tradierte Medium der Edition entwickelt. Zum Beispiel Baselitz, der den Kupferstich wieder einsetzt, aber mit einem anderen Approach als einfach mit diesem dekorativen Benutzen eines alten Mediums, oder Baldessari, der mit Filmstills in die Kupferdruckwerkstatt geht. Es hat uns am Anfang viel Spass gemacht, diesen Aspekt auszureizen. Viele der frühen *Parkett*-Editionen sind im Buch eingebunden, nachher gibt es immer mehr Objekte.

**Jörg Heiser**: Das hat ein paar Fragen aufgeworfen für mich. Was ich

immer als zweischneidig empfand bei *Parkett*, ist die enge Collaboration mit den Künstlern. Das entspricht ja dem Modell von Katalogen. Da ist es üblich, dass das wie eine Art Klientenverhältnis zwischen Künstler und Kritiker funktioniert, und dabei macht man unterschiedliche Erfahrungen, wie die Künstler damit klarkommen. Bei *Parkett* hatte ich auch solche Erfahrungen, bei den zwei bis drei Mal, wo ich geschrieben habe. Beim einen war es okay, beim zweiten war plötzlich dieses und jenes. Das ist natürlich ein Problem, das man auch erwähnen muss. Man kann das natürlich als tolle Zusammenarbeit sehen, aber es ist dann auch eine Form von Einschränkung.

**BC**: Immer wieder wurde uns vorgeworfen, dass wir quasi PR-Schriften für Künstler machen.

**JH**: Das meinte ich nicht. Das würde ja heissen, dass jeder Katalogtext nur ein PR-Text ist, und das ist er im besten Fall definitiv nicht.

*Parkett* ist ja eine Zeitschrift, die unabhängig von Museen und Institutionen arbeitet; das hat für mich historisch sehr gut funktioniert. Ich erinnere mich zum Beispiel an eine Ausgabe mit den Collaborations mit Mike Kelley und David Hammons. Da hat auch Diedrich geschrieben. Schon von der Kombination der Künstler her war das ein Statement insbesondere zu dem Zeitpunkt, 1992. Damals, mit Anfang zwanzig, begann ich mich zunehmend intensiv für Kunst zu interessieren, und bekam unter anderem über *Parkett* Zugang. Insofern ist die Dichte der Texte über eine künstlerische Position extrem wichtig gewesen.

**Diedrich Diederichsen:** Als *Parkett* gegründet wurde, dachte man generell noch, dass Künstler und Schreiber ungefähr die gleiche Marktposition haben. Es war noch nicht wie heute, dass Künstler eine unglaubliche Macht haben. Um 1984 war es für mich als Schreiber noch besser, direkt mit dem Künstler zusammenzuarbeiten als mit einem Museum, wo ein Funktionär sitzt, der eine Macht verkörpert, mit der man Probleme hat. Der Künstler hingegen war ein Peer, mit dem man arbeiten kann. Heute sehe ich das anders, heute ist der Künstler der Furcht einflössende Funktionär, und mit den Leuten im Museum kommt man schon irgendwie zurecht.

**Olaf Nicolai:** Was Diedrich beschrieben hat, kann ich vielleicht aus einer anderen Perspektive unterstützen. Ich habe *Parkett* in den 80er-Jahren kennengelernt als eine Zeitschrift, die mir überhaupt einen Kontakt zu etwas ermöglicht hat, das ich live nicht sehen konnte. Die Zeitschrift war in der DDR im privaten Kreis zugänglich und eine unglaublich wichtige Informationsquelle. Das hat sich in den 90er-Jahren fortgesetzt, weil mir auch viele Künstler, die ich sehr geschätzt habe, zum ersten Mal ausführlich mit Texten vorgestellt wurden. Das kuratorische Prinzip, das der Publikation zugrunde liegt, wirkte sehr stark. Doch hat sich die Situation massiv verändert. Heute gibt es dieses Problem nicht mehr, man bekommt den Katalog, bevor die Arbeit überhaupt realisiert ist. Und was die Autoren angeht: Es gibt eine unglaubliche Vielfalt. Früher konnte ich die Kritik verorten anhand dessen, wer schreibt und wie geschrieben wurde. Ich bekam eine Vorstellung der Person des Kritikers, der da schreibt. Heute begegne ich oft Namen in sehr unterschiedlichen Kontexten, ohne die Person verorten zu können. Ich weiss gar nicht, von wo aus sie spricht. Das hat sicher mit gewandelten ökonomischen Zusammenhängen zu tun. Jemand, der sich informieren möchte, stösst heute auf eine andere Landschaft als in den 90er-Jahren. Und das, was ich mit dem «Kuratorischen» bezeichnet habe, das meinte ja fast familiäre Beziehungen zwischen Künstler, Autoren und auch Galerien. Im heutigen Markt werden diese viel stärker ökonomisch justiert. Vermittlung spielt eine andere Rolle.

**JH**: Das ist ein allgemeines Phänomen. Die Definitionsmacht, die weit bis in die 90er-Jahre und vielleicht auch noch in die 2000er hinein von Einzelmedien zu behaupten war, ist mit wenigen Ausnahmen verloren gegangen aufgrund der Zersplitterung von Diskursen in alle möglichen Bereiche der Social Media etcetera. Das hat natürlich zwei Seiten. Einerseits ist das ein begrüssenswerter Vorgang, weil sich eine Türsteher-Funktion aufgelöst hat, dieser enge Kanal, durch den Informationen mit quasi institutioneller Absicherung nicht nur übermittelt, sondern auch imprägniert wurden. Andererseits ist es viel schwieriger geworden, einen Diskurs zu bestimmen und ihn in eine bestimmte Richtung zu bringen, weil es konkurrierende Diskurse am selben Ort gibt. Genau deshalb verfallen denn auch viele dem Versuch, durch Schock und Hysterisierung – Shitstorm etcetera – Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

**DD**: Wobei das nicht so zukunftsträchtige Strategien sind. Das Problem ist, dass die klassische Publikation immer aus Service und Opinion oder aus Service und Gate-Keeping-Funktion

bestanden hat. Aber irgendwann, als der Druck auf sie durch die Konkurrenz der elektronischen Kultur immer stärker wurde, reagierte sie: «Wir müssen unbedingt was tun, damit wir auf der Service-Ebene mithalten können.» Dabei hat sie die anderen Funktionen, in denen sie natürlicherweise stärker gewesen wäre, aufgegeben oder kleiner gemacht. Diese Funktionen – Opinion und Gate-Keeping – ergaben zwar kein Geschäftsmodell, aber doch ein Diskursmodell oder Diskurs-Installations-Modell. Sich über eine bestimmte Art von Informationen zu profilieren – das kann eine Printpublikation vergessen.

**MW**: Das heisst, es hat sich auch die Rolle des Kritikers verändert.

**DD**: Es wird immer gesagt, die Rolle des Kritikers habe sich verändert, weil die Informationen überall zugänglich sind. Aber für mich war die Rolle des Kritikers noch nie, Information zu providen.

**Steffen Zillig:** Noch ein Wort zu diesen Collaborations: Wenn jetzt sogar Zeitungen wie *Die Welt* regelmässig mit Künstlern kollaborieren, erscheinen mir eher Letztere wie Dienstleister. Ich zucke auch immer ein bisschen zusammen, wenn es irgendwo heisst, man habe «Künstler eingeladen». Einfach weil diese Formel heute so selbstverständlich auch in der Projektentwicklung der Immobilienwirtschaft Verwendung findet, wenn man Künstlern Räume zur Verfügung stellt, die diese dann «bespielen» sollen. Früher war es eine andere Geschichte mit Künstlern zusammenzuarbeiten. Hier und heute erscheint das Modell vielleicht etwas ausgehöhlt. Das hat natürlich auch mit den Künstlern selbst zu tun, deren Rolle eine andere geworden ist.

**JH**: Eine Blume im Knopfloch.

**JB**: Am Anfang hörten wir vor allem aus Deutschland die Kritik: «Ach, *Parkett* ist so schön!», vielleicht aus der Vorstellung «Wahrheit könne nicht in dieser Schönheit liegen». Dabei war uns bei der Gestaltung immer enorm wichtig, dem Text und allem im Buch Würde zu geben.

**Susanne Pfeffer:** Ich habe *Parkett* oft in der Hand gehabt und nicht gekauft, weil es mir zu teuer war.

**DD**: Es wurde ja zu einer Zeit gegründet, als ganz viele neue Zeitschriften erschienen und diese sich mehr als vorher und nachher nicht mehr an die Standards – «Ich bin eine Soundso-Zeitschrift für Kunst und Musik» – halten wollten, sondern für sich erstmals den Gegenstandsbereich erfunden haben. Das war eine ziemlich einmalige Situation.

**MW**: Lasst uns auf die an *Parkett* formulierte Kritik zurückkommen, um das zuzuspitzen, was vorher gesagt wurde: Olaf, du als Collaboration-Künstler, hast du dich als Dienstleister verstanden?

**ON**: Diese doppelte Seite nimmt man natürlich wahr. Wird man eingeladen, nimmt man das als sehr positive Würdigung wahr. Das würde man nicht tun, wenn es nicht auch mit Distinktion zu tun hätte, wenn *Parkett* nicht auch diese Türsteher-Funktion hätte. Man weiss, aha, offensichtlich findet das, was ich tue, Aufmerksamkeit, und zwar in einem Kontext, der ziemlich wichtig ist. Die Collaboration hat sich in meinem Fall sehr positiv gestaltet. Ich hätte aber gegen einen Text, der sich kritisch (negativ) mit meiner Sache auseinandersetzt, nicht interveniert. Das ist eine Haltung, die wahrscheinlich von Künstler zu Künstler unterschiedlich ist.

**JH**: Vielleicht täuscht mein Eindruck, aber hat sich da etwas im künstlerischen Selbstverständnis – wiederum beeinflusst durch die Medienöffentlichkeit – verändert? Es gehörte früher zum guten Ton, in einer Feindschaft zu sein, bis weit in die 90er-Jahren und sich zu einem Hier oder einem Dort zu bekennen: «Du kannst hier nicht mitspielen, wenn du dort mitspielst, oder wenn du die Regeln hier verletzt, bist du erst mal draussen.» Etwa diese berühmte Geschichte mit Donald Judd und Robert Smithson, die zwei Jahre nicht miteinander redeten. Aber im Zuge von Social Media und der Gig-Economy, also einer prekarisierten Arbeit auf Abruf, kann man sich praktisch diese Feindschaften nicht mehr leisten, weil jeder potenzielle Feind der potenziell nächste Auftraggeber sein könnte. Entsprechend schiebt man all das, was an Reibungspotenzial und Lust zum Antagonismus da ist, hinter die Kulissen als hysterische Reaktion. Wenn in Einzelfällen mal etwas sehr Kritisches publiziert wird, rasten die Leute mit Droh-E-Mails und Drohanrufen aus. Es kann aber auch ein kumulativer Effekt entstehen, das heisst, lange wird nur «hinter den Kulissen» kritisiert, bis es dann zu viel wird. Bei Klaus Biesenbach etwa lief es bis zur Björk-Ausstellung im MoMA ausschliesslich über das Prinzip: «Ich bin wichtig, weil du wichtig bist, und weil wir beide wichtig sind, zeigen wir uns auf Instagram, wo Wichtigkeit produziert wird.» Dieses Prinzip war irgendwann völlig ausgereizt.

**SP**: Heutzutage werden Künstler permanent gezwungen zu kommunizieren. Ich hatte einmal eine Diskussion mit Wael Shawky darüber. Er hatte mich nach Alexandria eingeladen, um

*"Me? I'm just enjoying myself, reading the bad reviews of others."*

dort einen Workshop mit seinen Studenten zu machen, und er wollte, dass die Studenten Statements über ihre Arbeit schreiben und diese vorlesen. Ich finde das bis heute schlimm, aber Shawky hat dann zu Recht gesagt, am Anfang habe er keine Stipendien in Amerika gekriegt, weil er nicht wusste, wie man ein Gesuch schreibt. Darum findet er es total wichtig, dass seine Studenten lernen, so etwas zu schreiben. Und es stimmt ja, es gibt heutzutage keine Förderung, keinen Preis, wenn du als Künstler nicht fähig bist, adäquat zu kommunizieren. Man hat auch das Gefühl, Künstler müssten nur noch Interviews geben, Interviews seien interessant, weil Künstler interessante Sachen sagen. Dabei gerät manchmal in den Hintergrund, dass sie mit ihrer Arbeit schon sprechen. Ich finde es schwierig, die Künstler so darzustellen, als wären es PR-Maschinen, die alles kontrollieren.

**ON**: Gibt es denn wirklich nur die Beliebigkeit von Instagram? Gibt es online nicht auch so etwas, was man früher mit «Arbeit am Begriff» umschrieben hat, wo man sich um Dinge, die in der Kritik gegenstandswürdig sind, kümmert, was einen grossen Unterschied zu einer reinen Information ausmacht? Ist das nicht etwas, das zunehmend in anderen Medien als in den Printmedien stattfindet?

**JH**: Es findet halt auch teilweise in anderen Medien als in der Kunst statt. Tatsächlich liegt es an den vorher beschriebenen Zwängen, wenn man von einer Feindschaft auf der einen Seite und von vorauseilender Freundschaft auf der anderen Seite

ausgeht. Es ist richtig, dass du «Arbeit am Begriff» einforderst. Man könnte auch von einer Art sportlichem Streit sprechen, im Sinne der Erkenntnis. Diese Auseinandersetzung wird die ganze Zeit aufgeführt, aber unter den Vorzeichen von Professionalisierung, bei der man sich keine diskursive Blösse geben will, weil das das Karrieremodell infrage stellt.

Wir haben jetzt die ganze Zeit von Künstlern, Kritikern und Kuratoren gesprochen, dürfen aber nicht vergessen, es gibt ja auch den Kunstmarkt, die Galeristen und Galerien, die wiederum, mal mehr, mal weniger, versuchen, in solche Diskurse einzugreifen. Man kommt am Ende an den Punkt, wo man denkt, man müsse sich sehr genau überlegen, mit wem man so einen Prozess eingehen will und wann.

**MW**: Das wäre ein Stichwort für Steffen. Du hast für den Blog *Donnerstag* geschrieben, wo du unter anderem mit dem Pseudonym Annika Bender eine ziemlich direkte Kunstkritik und auch diese «Arbeit am Begriff» ausgeübt hast. Wie habt ihr da reagiert und gearbeitet?

**SZ**: Viele, die bei *Donnerstag* involviert waren, sind Künstler, die sich dort an einer Form von Kritik versucht haben, die sie andernorts vermissten. Also an einem Diskurs jenseits des allgemeinen Waffenstillstands und vor allem: an Ausstellungskritiken! Denn wozu zerbricht man sich als Künstler den Kopf, wenn am Ende doch nur wieder alle höflich abnicken und die interessanten Debatten nicht entlang von Arbeiten und Ausstellungen verlaufen, sondern sich gleich auf ungefährlichere Metaebenen verlagern, wo man keinen verletzen kann. Das funktionierte für uns erst mal nur mit der Maske des Pseudonyms. Aber Anonymität ist eine zweischneidige Sache. Wir hatten bei *Donnerstag* Glück, dass zum Beispiel auch in den Kommentarspalten wenig gepöbelt wurde. Aber man sieht an anderer Stelle ja, wie schnell Diskussionen im Netz aus dem Ruder laufen können. Und letztlich ändern wir an der Kritik- und Sprachlosigkeit in der Kunstwelt auch wenig, wenn wir nur maskiert auftreten und Batman spielen. Deshalb haben wir das Modell schliesslich aufgegeben.

**JB**: *Parkett* ist ein Gefäss, das als eine Art Kunsthalle-auf-Papier angelegt ist. Und Künstler lädt man nicht in die Kunsthalle ein, um mit ihnen zu streiten. Aber gewiss braucht es in der Kunstkritik die aufklärende Streitkultur.

**SZ**: Vielleicht ist es damals auch noch eher möglich gewesen, allein schon mit der Auswahl der Künstler Statements zu setzen, so wie das bei dieser Mike-Kelley-Ausgabe der Fall war. Jetzt aber, im Zeitalter der grossen Waffenruhe, ist es schwieriger geworden.

**BC**: Aber ich glaube, es geht auch darum, hinzustehen und zu sagen: «Ich finde das relevant.» Und wir machen nur den ersten Schritt und wurden zu einer Stimme, die identifizierbar ist. Und viele dieser Reviews in Zeitschriften, so fanden wir damals, gehen unter in einer gewissen Austauschbarkeit und Anonymität. Es schreibt halt der Korrespondent in Paris, Hannover oder was weiss ich; es steht zwar ein Name da, aber man weiss nicht genau, wer es ist.

**JH**: Ich finde das Modell *Parkett* total einleuchtend. Man versteht sofort, dass es nicht in erster Linie darum geht, beispielsweise mit Ausstellungsrezensionen die Spreu vom Weizen zu trennen. Aber daran knüpft sich meine Frage an euch: Was ist denn nun heute relevant? Ist es euer Eindruck, dass es in den 33 Jahren schwieriger geworden ist, das zu sehen?

**JB**: Damals bewegten wir uns vor allem in Europa und in den USA. Inzwischen ist die Kunstszene längst global. Damals haben wir eine flache Welt angetroffen, jetzt ist sie rund geworden.

**BC**: Natürlich – da möchte ich das Thema unserer Ausgabe zitieren: «Expanded Exchange» ...

Während man früher in den meisten Fällen die Akteure persönlich kannte, ist das Element der Second-Hand–Information viel dominanter geworden. Man weiss, dass diese oder jene Künstlerinnen und Künstler aus China, Afrika, Argentinien, aber auch aus Georgien, Finnland oder Polen relevant sind, aber wir alle vertrauen auf viel indirektere Kenntnis und Information.

Man ging zu zwei Kunstmessen pro Jahr, nicht an 50, Man war polyglott und freundschaftlich verbunden mit dem, was man Kunstwelt nannte, heute auch, aber es ist uferlos geworden. Zugleich ist die Welt nun monoglott geworden.

**JB**: Als Ende der 60er-Jahre Harry Szeemann für seine Ausstellung «When Attitudes Become Form» in die USA ging, wurde er ohne langes Vorwissen vom einen Künstler dem anderen empfohlen; er reagierte darauf spontan und vertrauend. Wir wurden auch von Leuten, die sich auskannten, angeregt. Wir sind ja nicht die, welche all diese Künstler entdeckt haben, sondern wir wurden auch auf Künstler aufmerksam gemacht, die wir dann relevant fanden.

**SP**: Das ist ja heute auch nicht anders. Für mich sind die Gespräche mit Künstlern, die Besuche der Studios häufig ein Anfangspunkt für eine umfangreichere Recherche.

**JH**: Sicherlich, aber es gibt eine zyklische Beschleunigung. Es sind vielleicht zwei, drei Jahre, in denen jemand von der Debüt-Galerienausstellung über diverse Institutionen erst mal durchgereicht wird. Dann muss die Person auf die nächste Ebene kommen, was immer diese ist. Wenn das nicht geschieht, gibt es ein Problem. Gewiss, es gibt Biographien von Leuten, die zehn Jahre unter dem Radar liefen, bevor sie irgendwo wieder auftauchten. Mit diesen Erwartungs- und Begehrlichkeitsökonomien muss man versuchen umzugehen. Aber man steht in diesen Fällen unter einem harten, vor allem auch wirtschaftlichen Druck, besonders in den hypergentrifizierten Kunstzentren wie London und New York

**BC**: Es ist auch eine Frage der Ubiquität und der Gleichzeitigkeit. Früher war allen klar, dass es ungleichzeitige Sachen gibt, einerseits die europäische Szene in Paris und andererseits die Szene in New York. Heute hingegen – mit dem Internet und mit dem Markt – gibt es diese Gleichzeitigkeit.

**JH**: Das ist die eine Seite, die andere Seite ist aber die – und das würde ich auch für andere Kunstzeitschriften sagen –, dass die Wichtigkeit durch Auswahl und Inkludierung heute relativiert ist, weil man jetzt die ganze Welt als Folie hat. Überall existieren heute veritable Kunstszenen, und diese lassen sich weder qualitativ noch quantitativ in vollem Umfang einschätzen. Man muss sich dann eingestehen, okay, es ist ein fragmentarischer, spezifischer Zugang und nicht mehr diese komplettistische Sicht, die ja auch in der Philosophie in den 70er-Jahren komischerweise so einen Aufschwung hatte, dass man als Philosoph, der etwas auf sich hielt, in alle Richtungen schoss: ästhetisch, soziologisch, historisch, ontologisch, epistemologisch etcetera. Dieser Komplettismus als Modell für eine Kunstzeitschrift ist heute sehr problematisch geworden, auch in den Übersetzungsfragen. Es gibt englisch-portugiesische Kunstzeitschriften in Brasilien, aber es gibt definitiv Teile des Diskurses, die sehr schwer und nur verzögert reisen. Und in China glaube ich, ist es noch stärker so.

**DD**: Dennoch ist es doch ein totales Agreement, dass das, was nicht in Zentren stattfindet, das Interessanteste ist. Und das Missverstandene, vor allem auch auf der Ebene von Sprachkenntnis Nichtverstandene, oder das Nichtgekannte, der hottest Topic ist. Dadurch entstand dieser merkwürdige Mechanismus, ein Spannungsverhältnis, wo ich sagen würde, dass es immer schon einen nicht ganz unberechtigten Verdacht gab, dass dieses Rest-Unverstandene gerade als eine ästhetische Erfahrung wahrgenommen wird. Gerade da, wo ich den Text nicht verstehe, wo ich die Sätze falsch übersetze, wo ich den brasilianischen Modernismus nicht kenne, dämmert mir irgendwas, das interessant ist. Das ist dann das, was in die Zentren reinkuratiert wird, in die documenta und in die Biennalen.

**JH**: Das ist genau der Punkt: Der Türsteher ist an dieser Stelle nicht die Zeitschrift, sondern die museale Institution. Wenn man jetzt an New York denkt und sich die einschlägigen Kunstmedien anschaut, dann verfahren die seit jeher nach dem Prinzip, dass das wichtig ist, was gewissermassen von selbst an diese Gestade gespült wird. Und wenn jemand im MoMA die Lateinamerika-Abteilung öffnet, wird es auch in den Zeitschriften stattfinden, aber definitiv nicht vorher. Das ist dann sozusagen wieder der Zentrismus durch die Hintertür. Wenn es wichtig genug ist, wird es hier schon ankommen.

**ON**: Ich möchte kurz noch mal auf die Frage nach der Bedeutung von Print zurückkommen. Warum werden denn noch Bücher gedruckt, wenn sie so unwichtig sind? Warum ist es in Museen so wichtig, eine eigene Buchhandlung zu haben, wenn man nicht mehr in Kataloge investiert? Das scheint ja nicht der Fall zu sein.

**JH**: Das stimmt, Kataloge sind beinahe noch wichtiger geworden als eine Einzelausstellung, weil das etwas ist, das bleibt und das man jemandem in die Hand drücken kann und gleichzeitig ist für mich – durch die von dir richtig beschriebene dialektische Entwicklung – den Institutionen eine Verantwortung zugewachsen, die dann wieder kritisch zu begleiten ist. Wenn ich jetzt als Vergleich an den letzten Sommer denke, an Frances Morris, die in der Tate Modern die neue Sammlungshängung einrichtet, und dann an das Kunstmuseum Basel, das sein neues Gebäude einweiht, sehe ich in Basel die Usual Suspects bis hin zu peinlichen Konstellationen, und die Kunstgeschichte wird wie vor 30 Jahren erzählt. Bei Frances Morris hingegen denkt man, aha, Ende der 1960er-Jahre wurde also auch in Lahore Minimal Art gemacht, die man bisher nicht kannte. Da ist jemand in der Lage, ein neues überzeugendes Narrativ zu erzählen, während jemand anders sich auf die bereits

kanonisierten Positionen beschränkt. Diese Unterschiede gilt es zu beobachten; da muss kritisches Denken eine Rolle spielen.

**BC**: Aber Publikationen und Buchläden gehen eindeutig ein, und die Museumsshops reduzieren das Angebot an Büchern immer mehr, damit sie ihre Merchandising-Produkte in den Vordergrund stellen können.

**JH**: In der Mitte sitzt das fette Internet. Und dann muss man eben über das dünne Paperback gehen, das man wie ein Telefon einstecken kann, oder am anderen Ende des Spektrums über diese Monstren, diese Coffee-Table-Ziegelsteine.

**SZ**: Es wäre jetzt eigentlich an den Institutionen, ihre Position zu nutzen, um ein kritisches Denken zu verteidigen und neue Schneisen in die Unübersichtlichkeit zu schlagen. Es gibt ja eine grosse Sehnsucht nach selbstbewussten Institutionen, die auch gegen Widerstände eigene Diskursfelder behaupten können. Man sieht das selbst in den Museumsshops, wo sich viele Produkte in ihrer Aufmachung ja an Institutionen anlehnen. Die dünnen Paperbacks sind oft Kopien von intellektuellen Institutionen, von alten Merve- oder Suhrkamp-Bänden. Auch Kataloge, die von Galerien herausgegeben werden, orientieren sich an einem Format, das einmal ein institutionelles war. Ich hoffe, die Institutionen wissen die Glaubwürdigkeit, die ihnen offenbar noch zugeschrieben wird, auch zu verteidigen, sonst ist so ein Feld auch schnell mal ausgehöhlt und unattraktiv für Menschen, die Lust am Denken haben. Aber dem steht natürlich eine gegenläufige Tendenz entgegen, nämlich die mangelnde finanzielle Ausstattung vieler Institutionen, die immer mehr Projektförderungen und Kooperationen verlangen, Public Private Partnerships, wo sich die Positionen dann verwischen.

**JH**: Die Verlage haben selten noch die Musse, die Zeit und das Geld, um selbst so etwas wie Grundlagenarbeit zu leisten, Dinge wirklich neu zu entdecken. Es gibt sicher Ausnahmen, aber in vielen Fällen ist es ein mechanisierter Produktionsvorgang.

**SP**: Aber die meisten Kataloge werden ja auch so produziert, dass sie von den Institutionen bezahlt werden.

**JH**: Das meinte ich ja.

**MW**: Das klingt nach einem Dilemma, da könnte man gleich eine neue Zeitschrift gründen.

**ON**: Die Frage ist, wer das finanziert.

**JH**: Das ist der Punkt. Ich denke, es gibt eine Diskrepanz zwischen der Wirkmächtigkeit, die ein Medium sehr wohl entfalten kann, und den Mitteln, die es dazu braucht. Etwas kann viel Einfluss gewinnen, bleibt dabei aber ein Verlustgeschäft. Und um diese Diskrepanz zu überbrücken, fallen mir nur sehr prekäre Mischmodelle ein, auf denen die meisten Kunstzeitschriften beruhen, die dann natürlich auch entsprechend verletzlich sind, wenn der Markt den Bach runtergeht, oder sie profitieren davon und wirtschaften dann hoffentlich gut. Aber alle wünschen sich im Hinterkopf, dass die gute Fee kommt oder ein Geldgeber, der die grosse Schatulle aufmacht und sagt: «So, die nächsten zehn Jahre sind klar, legt mal los.»

**JB**: ... und ich lass euch in Frieden, rede euch nicht drein.

**JH**: Ja genau. Ein junges Beispiel, nicht aus der Kunstwelt, ist The Intercept, von Glenn Greenwald und dem Mitbegründer von Ebay, also einem mehrfachen Milliardär, der irgendwo in Oregon auf seiner Ranch sitzt und denen erst mal für fünf Jahre oder auch zehn gesagt hat, «so, legt mal los und macht mal investigativen Journalismus». Das gibt es, aber es findet vielleicht nicht gerade in der Kunst statt, obwohl man denken würde, dass es in der Kunst eigentlich solche Leute geben müsste. Es muss auch nicht eine private Initiative sein.

**DD**: In Österreich gibt es eine Presseförderung. Die stammt noch aus einer Zeit, als die Presse oder die Medien keine Probleme damit hatten, dass sie Print waren und in Konkurrenz zu elektronischen Medien standen, sondern das hatte noch etwas mit Reeducation und Förderung von Öffentlichkeit zu tun. Ein gutes Modell.

**SZ**: Ich frage mich schon länger, warum dieses Bewusstsein bei der Etablierung des Internets eigentlich so völlig auf der Strecke blieb. Noch als in Deutschland die privaten Fernsehsender zugelassen wurden, gab es von der Politik hohe Auflagen, weil allen bewusst war, dass sich dadurch natürlich auch die Öffentlichkeit verändert und es für deren Funktionieren Voraussetzungen braucht. Wenn Unternehmen heute neue Spielregeln für die öffentliche Kommunikation definieren, hat man eher den Eindruck, das wird politisch durchgewunken, weil sich die Nutzer angeblich freiwillig dafür entscheiden, welches Betriebssystem ihr Handy hat oder welcher Algorithmus sie mit Informationen versorgt.

**ON**: Oder vielmehr: Es wurde hinterher gewunken.

**JH**: Es ist nicht ernst genommen worden.

**ON**: Die Frage ist eben, ob man allein über die Ökonomie ein Interesse an einer kritischen Öffentlichkeit wecken

kann. Ist die kritische Öffentlichkeit etwas, das sich automatisch aus einem Wirtschaftszusammenhang herstellt oder gibt es da noch ein paar andere Parameter.

**SZ**: In der Nachkriegszeit war in Deutschland offenbar die Sorge darum, dass man eine demokratische Öffentlichkeit mit Gerüchten, Demagogie und Dummheit auch zu Fall bringen kann, noch ausgeprägter. Erst langsam wächst wieder ein Bewusstsein dafür, wie wacklig das gesellschaftliche Fundament vieler zivilisatorischer Errungenschaften ist, auch für die Kunst.

**ON**: Es geht um die Hoheit darüber, wie argumentiert wird. Für mich ist frappierend, wie quasi voraufklärerische Positionen ganz selbstverständlich «diskutiert» werden. Es war mir unvorstellbar, dass du die biologische Evolution ernsthaft zur Disposition stellen kannst. So nach dem Motto: Kann sein, kann aber auch nicht sein. Und dann wird aus Befindlichkeit, Meinung und Interesse heraus etwas präsentiert, das wie ein wissenschaftlicher Fakt behandelt wird.

**JH**: Bruno Latour hat in den letzten zehn Jahren genau über diese Frage viel publiziert. Und wenn ich ihn recht verstanden habe, meint er, es gehe nicht nur um Kritikfähigkeit, Kritik im engeren Sinne eines französischen, poststrukturalistischen Kritikbegriffs, sondern auch um das Vertrauen in die Institutionen. Beispiel: Institutionen haben jahrzehntelang geforscht und kennen weitgehend die Ursachen des Klimawandels. Aber jetzt kommt ein Rechter daher und behauptet, was die Institutionen sagen, sei falsch, das sei ja auch nur eine Konstruktion des Dispositivs Wissenschaft und so weiter. Eine ernsthafte Institutionskritik beruht auf der Annahme, man spreche zu intelligiblen Leuten, die mit dieser Kritik was anfangen können. Es gibt aber eine Art disruptive, zerstörerische, Adaption dieser Art von Kritik von rechts, eine Art Trolling.

Eine ernsthafte und ernst gemeinte Kritik beziehungsweise Kunstkritik ist demgegenüber auch ein Vertrauen in die Institutionen, dass sie diese Kritik auszuhalten bereit sind. Diese Parameter sind offensichtlich in den letzten Jahren verrutscht. Das sage ich wahrscheinlich unter dem Eindruck der letzten Tage, in denen im Internet durch den auf Facebook geteilten Brief der britischen Künstlerin Hannah Black ein Shitstorm um Dana Schutz losgegangen ist. Aus der Empörung über das Gemälde einer weissen Malerin, das den entstellten Kopf des 1955 von weissen Rassisten brutal ermordeten schwarzen Jungen Emmett Till im offenen Sarg zeigt, erwächst nicht etwa eine legitime Kritik an der Institution und ihren Auswahlkriterien, sondern es findet de facto eine *Character Assassination* statt. Da fliegt einem gerade etwas um die Ohren, gelinde ausgedrückt. Man fragt sich, was jetzt der nächste Schritt ist. Mordaufruf? Wie soll es jetzt weitergehen? Bei Instagram wurde ein Photo von Dana Schutz geteilt, bei dem quer darüber in roten Lettern «burn this shit bitch» geschrieben steht. Gefälschte Briefe sind auch schon im Umlauf. Der Diskurs geht gerade irre unter dem Druck der realen Verhältnisse der Trump-Regierung.

**ON**: Wenn du etwas durchsetzen willst, musst du alle hysterisieren.

**BC**: Wenn es um Institutionen im Internet geht, denke ich jetzt auch an die Ohnmacht alter seriöser Medien, wie *The Guardian*, eine Zeitung, die viel investiert hat für ihren Internetauftritt. Doch neuerdings erscheint unter jedem Artikel ein gelbes Band mit der Bitte, den unabhängigen Journalismus mit einem Beitrag zu unterstützen. Da geht's nicht mal darum, dass ich den Artikel kaufe, sondern ich muss noch eine gute Tat tun und dieses arme Medium und «den guten Journalismus» unterstützen. Das ist doch irre.

**JH**: Wobei es verschiedene Modelle gibt und angeblich läuft es bei der *New York Times* und der *Post* gerade wie geschnitten Brot. Aufgrund der veränderten politischen Grosswetterlage haben die wohl starken Zuwachs bei den Abonnenten und auch die Internet-Geschäftsmodelle funktionieren. Das kann ich aus eigener Erfahrung sagen. Diese kleinen Beträge, die man bezahlen muss, vierzig Cent für einen Artikel, die bezahlt man dann auch. Und diese Schranken, wo man erst nach zehn Texten zahlen muss oder gesagt kriegt, jetzt ist erst mal Schluss – das scheint ja gut zu funktionieren. Beim *Guardian* und auch bei der *TAZ* haben die Spendenaufrufe einen auf Mitleid zielenden Beigeschmack, der eher abträglich ist. Das sind Vorgänge, die so halbbewusst mitlaufen, wo sich alle in dieser Branche seit zehn Jahren die Augen reiben und ziemlich verzweifelt verschiedene Modelle ausprobieren.

**MW**: Kannst du den Fall *Frieze* erläutern, das Ende der deutsch-englischen Ausgabe? Oder allgemeiner gefragt, was bedeutet der Medienwandel für eine Zeitschrift? Wie geht man damit um? Du sprichst vom «fetten Internet».

**JH**: Na ja, objektiv beschrieben ist es so: Fünf Jahre lang haben wir *Frieze*

deutsch-englisch gemacht. In der Zeit hat es sich auch gut angefühlt, aber wirtschaftlich war es eher schwierig. Das alleine wäre nicht der Grund gewesen, dass im September 2016 die letzte Ausgabe erschienen ist. Sondern es ist in einem Gesamtzusammenhang verschiedener Aktivitäten zu sehen. Als Anfang 2016 die Website neu aufgestellt wurde, mit täglich neuen Inhalten, Texten und Internet-only-Inhalten, hat sich *Frieze*, das heisst auch ich persönlich und die Mitherausgeberin Mareike Dittmer, nicht ohne Trauer vom Medium verabschiedet, wissend, dass die Investitionen nun halt in die Website gehen. Ironischerweise kommen die Leute jetzt hinterher an und sagen, dass es ihr wichtigstes Medium war wegen der Zweisprachigkeit und aus vielen anderen Gründen.

**JB**: Aber wie definierst du den Unterschied zwischen dem gedruckten *Frieze* deutsch-englisch und der Online-Präsenz?

**JH**: Um ein Beispiel zu nennen: Seit 2016 erscheinen die Ausstellungskritiken, die dann in der Print-Ausgabe von *Frieze* gedruckt sind, zuerst online, ein Modell, das wir zuerst bei *Frieze d/e* ausprobiert haben. In den Jahren davor hatte man das nicht gemacht. Mittlerweile denkt man, wenn es schon geschrieben ist, warum so lange warten, bis man es den Leuten zugänglich macht? Die wollen im Idealfall die Besprechung lesen, solange die Ausstellung noch zu sehen ist. Allgemein gesprochen gibt es auch immer wieder diese Diskussion über das Leseverhalten im Internet. Jahrelang wurde behauptet, die Leute wollen im Internet nichts lesen, was länger als 800 Wörter ist, bis sich herausstellte, dass die meisten lieber entweder etwas unter 200 bis 300 Wörter lesen – oder dann den Long Read, also eher Richtung 3000 oder mehr Wörter, etwas, das sich wirklich substanziell anfühlt und nicht nur ein Thema anreisst und dann plötzlich abbricht. Das sind Überlegungen, die auch im Kunstkontext eine Rolle spielen.

**SP**: Dabei wird man ohne intensive Konzentration der Komplexität der Gegenwart nicht gerecht. Ich glaube aber, dass die Lust an einer intensiven Auseinandersetzung noch da ist. Ich habe im Fridericianum zu den drei Ausstellungen «Speculations on Anonymous Materials» (2013), «nature after nature» (2014) und «Inhuman» (2015) mit internationalen Philosophen besetzte Symposien veranstaltet. Das Interesse war sehr gross, die Beiträge werden als Sammelbände mit Merve publiziert. Da geht es genau darum, Formate zu verbinden, Werke auch theoretisch zu kontextualisieren.

**JB**: Apropos Kontext. In einer gedruckten Zeitschrift stellst du die Texte sinnvoll assoziativ zusammen. Online gibt es keine gebündelte Struktur mehr. Du kannst da nicht mehr mit einem einzigen Handgriff die Zeitschriften eines bestimmten Jahrgangs aus dem Büchergestell ziehen, um die damalige Situation und den Kontext, in denen jeder Artikel und jede Abbildung und Anzeige erschien, zu untersuchen. Ein historisches Bewusstsein geht dabei verloren.

**JH**: Weil das die sozialen Medien wieder zerrupfen wie einen Blumenstrauss. Jemand macht einen Blumenstrauss – also die Ausgabe einer Zeitschrift – und dann kommt Facebook und zieht die Blume raus und Twitter diese, bis am Ende vom Blumenstrauss nichts mehr übrig ist, ein Effekt, der dann durch die Algorithmen von Facebook noch verstärkt wird.

**DD**: Ich meine, die meisten Dynamiken, die man jetzt über Internet versus Print beschreibt, beruhen auf denselben Diagnosen wie schon vor längerer Zeit. Und letztlich läuft es auf die Feststellung hinaus: Internet killt Print, und Print versucht panisch zu überleben. Aber die Vorstellung, dass sich ganz bestimmte Züge der Internet-Rezeption/-Konsumption über die Zeit verändern werden, die ist noch nicht bedacht worden. Das ist ein wichtiger Punkt. Es wird mal den Moment geben, wo auch ein Shitstorm nicht mehr funktioniert, denn bei den ganzen second order kybernetischen Fragen gibt es Inflationseffekte und Entwertungseffekte, die auch auf einem sehr niedrigen Level von Konsum eine Rolle spielen.
Auf der anderen Seite gibt es Dinge wie Rezeptionsgewohnheiten, die einen Long Run haben und höher geschätzt werden sollten. Unter anderem stört mich seit Jahren, dass es keine Filmkritik «danach» gibt oder Diskussions-Resümees. In Kunstzeitschriften war es – wie gesagt – immer schon so, dass Rezensionen erscheinen, nachdem die Ausstellung vorbei war. Langfristigkeits-Modelle haben ihre Chance, aber wenn man versucht, das auf Internet-Zeitschriften aufzupfropfen, funktioniert das nicht. Man muss es selbstbewusster über etwas definieren, das zwischen Buch, Journal, Zeitschrift liegt, aber nicht dieses Akademische hat. Da kann man was erfinden. Vielleicht noch nicht sofort, man muss es noch etwas mehr brechen.

**MW**: Teilst du diese Ansichten, Jörg?

**JH**: Es gibt Beispiele für das, was Diedrich gerade gesagt hat; *e-flux journal*

vielleicht, das Geschäftsmodell ist ein völlig anderes, eines das mit Zeitschriften erstmals gar nichts zu tun hat. Man weist Leute darauf hin, dass da das und das stattfindet, und dadurch wird Einkommen generiert, das dann unter anderem auch in etwas gesteckt wird, was alleine gar nicht finanzierbar wäre.

**JB**: Aber was ersetzt die Möglichkeit eines schnellen Griffs in die Zeitkapsel vor 10 Jahren oder 33 wie bei der *Parkett*-Bücherreihe? Online gibt es das nicht?

**DD**: The way back machine.

**JH**: Also das ist irgendwie so, wie wenn man mit dem richtigen Köder in einem grossen See fischt, dann findet man es auch. Aber mit der Haltung «Ach zeig mir doch mal was!» geht das nicht. Es gibt zwar verschiedene Modelle von kuratierten Inhalten im Netz, aber das funktioniert bisher auch noch nicht so richtig.

**JB**: Mit dem Verlust des physischen Körpers einer Zeitschrift kommt es also auch zu einer Art Gedächtnisverlust.

**JH**: Wenn eine Kunsthalle oder *Parkett* als eine Art genuiner Institution sagt, das halten wir momentan für wichtig und haben diesen und jenen dazu befragt und es entsprechend kommuniziert, entsteht eine Art von Plastizität, der Diskurs wird geradezu haptisch.

Das Internet ist dieses Amorphe, in das man sich selber irgendwie seitwärts hineinbegibt und vieles entdeckt. Das ist ein ganz anderes Diskursmodell.

**SP**: Man muss ja mal grundsätzlich sagen: Vieles ist total zugänglich geworden. Ich weiss noch, wie ich ein erstes Mal nach Braunschweig gefahren bin, um mir ein bestimmtes Video anzusehen. Das kam man heute alles auf Youtube sehen, das ist doch grossartig. Und wie viele Leute stellen ihre Bücher einfach als PDF zur Verfügung.

**JH**: Oder einer hat es kopiert und hineingestellt.

**ON**: Internet ist ja nicht nur ein Distributionsmedium, es ist auch ein Produktionsmedium. Alle Prints werden heute digital produziert. Auf der Ebene der Rezeption ist dieser Gegensatz von analog und digital noch vorhanden, aber auf der Ebene der Produktion verschwindet er. Ende der 90er-Jahre fand eine Explosion im Printbereich statt, etwa bei Künstlerbüchern, weil man mit jedem Computer auch einen Print machen kann. Die Buchmesse im PS1 in New York ist inzwischen auch ein gesellschaftliches Jahresereignis geworden, und du denkst, was für ein Wahnsinn, wer sich für diese kleinen Nischenprodukte alles interessiert. Dabei hast du keine Vergleichskriterien mehr, weil es jeder mit anderen kleinen Dingen zu tun hat und sich sehr viele Nischen gebildet haben. Einerseits geht es um Vermittlung für eine gewisse Öffentlichkeit, andererseits gibt es eine intellektuelle Schicht, die diese Öffentlichkeit zwar vertritt, sie aber zugleich auch kritisiert. Die Verhältnisse sind ins Schwanken gekommen und nicht mehr einfach herstellbar. Das sehe ich als ein Problem. Ob du jetzt einen längeren oder kürzeren Text hast, ist für seine Qualität noch nie ausschlaggebend gewesen. Das sind aber Dinge, die auf einen Punkt zurückführen, den wir am Anfang angesprochen haben. Was heisst überhaupt Kritik? Ist Kritik I like it / I don't like it, sind das Geschmacksurteile, sind es Navigationshilfen oder sind es auch Dinge, die Interesse an einem bestimmten Gegenstand haben, der andere Fragen an den Gegenstand stellt, die man nicht sofort beantworten kann, wo mit einem Rückblick von ein oder zwei Jahren sinnvoll über einen Film diskutiert werden kann.

**DD**: Die Frage nach der Kritik wird sich in all diesen Dingen immer wieder stellen. Aber bei *Parkett* stellt sie sich vielleicht nicht so stark. Zwar gibt es auch in *Parkett* kritisches Denken, aber wenn ich das richtig verstanden habe, geht es um das Zeigen, das Präsentieren und das Hinweisen auf etwas, das Relevanz hat. Und das ist eine der wenigen klar benennbaren Möglichkeiten, die eine Zeitschrift überhaupt haben kann, die jetzt nicht unbedingt mit Kritik zu tun hat. Das ist nicht das Zentrale dabei. Und die Frage ist sozusagen, was wird aus diesem Gestus. Was passiert mit diesem Gestus?

**BC**: Für mich heisst Kritik eigentlich Auseinandersetzung und nicht Kritik gleich Angreifen.

**DD**: Auseinandersetzung empfinde ich dann wiederum als einen sehr weiten Begriff.

**BC**: Aber ich frage mich schon, wo findet die Auseinandersetzung mit dem, was Künstler machen, statt. Kunst existiert nur, wenn darüber irgendwie nachgedacht, geredet, ausgetauscht wird, sonst ist es ein Privathobby. Wo findet das statt?

**SZ**: Es gibt eigentlich noch keine adäquate Onlineplattform für so etwas wie das Feuilleton, wo verschiedene Bereiche zusammenkommen und wo bildende Kunst Teil einer grösseren kritischen Öffentlichkeit ist. Die Gefahr ist natürlich, dass sie sich im Netz eher zu einem Interessengebiet von Nerds verflüchtigt, die sich in einer ganz bestimmten Nische eingerichtet haben.

Das Feuilleton, das selbst schon unterschiedliche Künste bespricht, erscheint zwischen dem Politik- und dem Wirtschaftsteil, erreicht also eine Öffentlichkeit, die nicht professionell mit der Kunst verbunden ist und deren Interesse potenziell jeden Tag aufs Neue geweckt werden kann. Algorithmen sortieren nach anderen Prinzipien, ihnen fehlt diese Geduld. Durchaus möglich, dass die Kunst hier am Ende verliert. Auch ins Fernsehen hat sie es ja nie wirklich geschafft.

**BC**: In den Anfängen schon. Man sah zum Beispiel beim Remake von «When Attitudes Becomes Form» 2013 in Venedig einen einstündigen Film, den das Schweizer Fernsehen 1969 aufgenommen hatte. Da reibt man sich heute die Augen.

**JH**: Daran sieht man wunderbar historisch, dass die These stimmt, die irgendwo zwischen Benjamin und McLuhan angesiedelt ist, dass das neue das alte Medium schon, wie soll ich sagen ...

**DD**: Enthält.

**JH**: Ja genau, «enthält». Und es gibt so eine Art Kinderzeit, so eine Aufwachzeit des neuen Mediums, in dem das alte Medium noch fast unverändert im neuen stattfindet. Fernsehen war zuerst wie Radio. Gerry Schum sitzt da wie ein Nachrichtensprecher, hat zwar eine Sonnenbrille auf, aber er spricht den Text und danach ist die Vernissage im Fernsehstudio, mit Weinglas und so, zumindest in der ersten Sendung. Wenn man so will, ist im neuen Medium immer noch eine alte Theatralik drin. Wir sind noch nicht mal im Medium Fernsehen richtig angekommen. Und wie ist es erst im Internet? Das ist immer noch das alte: Youtube ist schon dem Namen nach Tube, also Glotze.

**DD**: Das Feuilleton als eingespielter Kontext für Kunstkritik, Kunstpräsentation oder Umgang mit Kunst, wie man es nennen will, bleibt ja noch spannend, aber die Kunst hat es nicht ins Fernsehen geschafft, dem würde ich zustimmen. Kunst hat es in Deutschland eigentlich auch nicht ins Feuilleton geschafft, oder erst sehr spät in einem grösseren Masse, und richtig satisfaktionsfähig erst in den letzten 10 bis 15 Jahren, vorher nur sehr selten und meist von einer Figur mit Scheuklappen betreut. Das Feuilleton basierte auf Theater und Literatur, in zweiter Linie auf Film und klassischer Musik.

Aber ich bleibe bei meinem Argument, das kann man alles erfinden, auch so etwas, was wie ein Feuilleton ist, und es besser und interessanter machen. Und das ist, was ich damals in *Parkett* gesehen habe, dass die Zeitschrift versucht hat, eine bestimmte Art Kontext zu erfinden, eine Art, die heute keinen Sinn mehr ergibt. Aber man kann ja entsprechend in Bezug auf das heutige Geschehen etwas erfinden, nicht einfach eine Zeitschrift, sondern grundsätzlich ein Genre von Kontextbildung, also so wie eben das Feuilleton auch ein relativ kontingentes Ereignis der Publizistikgeschichte gewesen ist. Und es hat sich ausserhalb des deutschsprachigen Raums ohnehin nicht durchgesetzt. In den USA gibt es kein Feuilleton, eine Arts & Theatre Section ist nicht dasselbe. Die Idee von Feuilleton, alle Themen ein zweites Mal aus einer anderen Perspektive, ist nicht so weit verbreitet.

**JH**: Kuratiertes Perlentauchen oder Blumenpicken im Internet kann die eigentlich relevanten Beobachtungen nicht ersetzen. Sondern da werden die Beobachtungen anderer beobachtet und halt zusammengeführt. Früher hiess das Reader's Digest.

**DD**: Einen Mangel an Beobachtungen oder interessanten Texten haben wir nicht. Wir haben einen Mangel an Bezahl- und Lebensmodellen für diejenigen, die die Texte produzieren, und wir haben einen Mangel an Kontext für die Texte, das ist das Problem. Um das primäre Produzieren, Sehen, Beobachten, Schreiben und so weiter würde ich mir keine Sorgen machen. Da gibt es eher zu viel als zu wenig.

# Berlin Round-table

Edited transcript of a public conversation held at the Swiss Embassy, March 24, 2017, with **Diedrich Diederichsen** (writes on music, art, cinema, theatre, and politics, his most recent publications are *Körpertreffer – Zur Ästhetik der nachpopulären Künste* (2017), *Über Popmusik* (2014), **Jörg Heiser** (director of the Institut für Kunst im Kontext at the Universität der Künste, Berlin. From 1998 to 2003 he was an editor, and from 2003 to 2016 co-editor in chief, at *frieze*, and from 2011 to 2016 also editor of *frieze d/e*), **Olaf Nicolai** (artist, lives and works in Berlin), **Susanne Pfeffer** (director of the Museum für Moderne Kunst in Frankfurt), **Steffen Zillig** (artist and writer, he is co-editor of the artists' magazine *InterCity* and Edition Uhlenhorst; *Tod einer Kritikerin / Death of an Art Critic* by Annika Bender, a pseudonym under which he and Dominic Osterried operated the weblog *Donnerstag*, Steinberg Press, is forthcoming), **Bice Curiger** and **Jacqueline Burckhardt** (co-founders *Parkett*), and **Mark Welzel** (editor, *Parkett*).

**Mark Welzel:** *Parkett* was conceived, right from the start, as a bilingual magazine, as a book series containing short monographic essays, always produced in close collaboration with the artists. That was really the initial idea: not to make a magazine about art, but to make a magazine with artists, and with attitude.

**Bice Curiger:** *Parkett* is bilingual because, in 1984, we saw ourselves as a bridge between New York and Europe. After the war, New York was at the forefront of the art world, while at the same time there was a palpable generational shift in Europe, which was noted in the USA as well. With Beuys featuring at the Guggenheim in 1979 and with Ingrid Sischy in charge of editing *Artforum*, young Italian and German painters were starting to be showcased in the USA. It was clear to us that this upsurge in America, in terms of discovering European artists, shouldn't be left to the forces of the market alone. As Swiss folks—multilingual as we are—we wanted to provide texts that would be accessible while also elucidating the background of the works. We deliberately chose not to work with in-house authors, but to seek out and publish the very best voices available. Competent voices that would bring a certain diversity to a publication that was never rushed and never intended as a source of quickfire information or the latest news. For the most part, at the time, magazines tended to be issued monthly, and we started out as a quarterly, after which we settled on three issues per year and then just two.

**Jacqueline Burckhardt:** *Parkett* got heftier, with several artist collaborations per issue, but it still retained its monographic character. For instance, when the first issue came out in 1989 featuring two collaborations—Jeff Koons and Martin Kippenberger—there still wasn't even a catalogue about Koons. We published the first originally sourced texts about him,

**BC**: And the languages – that was a very important aspect too. There already was, for instance, *Art International*, where each of the authors wrote in their own language. It had French, English, and German texts. Other magazines just had English summaries at the back. *Parkett*, on the other hand, wanted to underline the bridge-building by translating from many different languages into German and English and treating both languages equally within the graphic layout.

**MW**: And the idea behind the collaborations was that the artist should have a say in the choice of authors and the layout. And the special editions, a feature right from the start, turned *Parkett* into a kind of art museum.

**JB**: Exactly. We would describe our collection of artists' editions as a *musée en appartement*, in which the owners can play the role of curator.

**BC**: The editions also granted us a certain independence from the pressure of selling subscriptions and advertisements. In the early 1980s, people took a dim view of the edition as a medium. Editions lost a lot of credibility when department stores began issuing works in the 60s by the likes of Vasarely and Dalí with printed signatures. In the 80s, however, a new generation of artists emerged, bringing a conceptualist dimension to the traditional medium of the edition. Baselitz, for instance, revisited copperplate engraving but not in

the sense of a purely decorative use of an old medium, while Baldessari brought movie stills into the copperplate workshop. From the start, we had great fun exploring this aspect to the fullest extent. Many of the early *Parkett* editions were integrally bound into the book, but later, artists began making objects.

**Jörg Heiser:** For me, that raised a few issues. What I always found two-sided about *Parkett* was the close collaboration with the artists. It had the nature of a catalogue in which there tends to be a kind of client-like relationship between artist and critic, involving different outcomes as to how the artists actually square with that. I experienced that to some degree the two or three times I wrote for *Parkett*. It was okay with one, and then suddenly this and that cropped up with the next one. That is, of course, a problem that needs to be addressed. You can see it as a fantastic collaboration, but it is also a form of constraint.

**BC**: We've been accused time and again of producing something akin to PR tracts for artists.

**JH**: That's not what I meant. That would imply that every catalogue text is just a PR text, and, in the best case scenario, that is definitively not so. *Parkett* is, after all, a magazine that operates independently from museums and institutions, and to my mind has a proven record of working very well in that regard. I recall, for instance, one particular issue involving collaborations with Mike Kelley and David Hammons. Diedrich was one of the contributors. The combination of those artists was in itself a statement, especially at that particular point in time, 1992. I was in my early twenties then and becoming increasingly interested in art, with *Parkett* providing an important access channel. In that respect, the way the texts concentrated on one artistic position was extremely important.

**Diedrich Diederichsen:** When *Parkett* was founded, there was a general consensus that artists and writers occupied pretty much the same space in the market. Unlike today, where artists wield incredible power. Around 1984, I found it better for me as a writer to work directly with the artist rather than with a museum where there would be some bureaucrat sitting around wielding a form of power that I had problems accepting. The artist, by contrast, was on an equal footing and was somebody you could work with. I see that differently today. Today, it's the artist who is the formidable apparatchik and the people in the museum are the ones you can get along with somehow.

**Olaf Nicolai:** I can confirm what Diedrich describes, albeit from a slightly different viewpoint. I got to know *Parkett* in the 1980s as a magazine that gave me access to something I couldn't experience directly. The magazine was available in what was then East Germany only through private channels and provided an incredibly important source of information. That continued into the 90s, in the sense that I found many artists I greatly respected being discussed in the texts for the first time. The curatorial principle behind the publication had an enormous influence. But the situation has changed radically. These days, that problem no longer exists; you get the catalogue before the work has even been completed. As for the authors—there is an incredibly diverse range. I used to be able to assess a review fairly precisely based on who was writing and how they wrote. I could get an impression of the critic as an individual. Nowadays, I often come across names in different situations without being able to pin down the person.

So I don't know where the voice is coming from. That undoubtedly has something to do with the changing economic context. Anybody seeking information these days finds themselves navigating a very different landscape to that of the 90s. And what I would describe as "curatorial" previously involved an almost intimate relationship between artist, author, and gallery, whereas the relationship is much more heavily influenced now by economic aspects. Mediation plays a different role.

**JH**: That's a widespread phenomenon. The power to define, which individual outlets held until well into the 90s and even the 00s, has, with rare exceptions, dissipated because of the way the discourse has fragmented across all manner of areas throughout social media, etc. There are, of course, two sides to this. On the one hand, it is a welcome development, because a certain gatekeeping aspect—that narrow channel through which information was not just imparted, but even impregnated, by seemingly institutional certainty—has become defunct. On the other hand, it has become much more difficult to determine a discourse and steer it in a certain direction, because there are now rival discourses in one and the same place. That is precisely why so many resort to the tactic of drawing attention through shock and hyperbole; by creating a shitstorm.

*"Judging from the grandiose rhetoric, it seems to be a curatorial essay commisioned by the artist."*

**DD**: That said, those are strategies with little future traction. The problem is that the classic publication has always consisted of service and opinion, or a service and a gatekeeping function. But at some point, when the competition from digital culture started to exert increasing pressure on these publications, they thought they had to take action instantly in order to compete in terms of service. However, that meant giving up or diminishing some of the other aspects that were their natural strengths. Opinion and gatekeeping may not constitute a business model, but they do provide a model for discourse or for triggering discourse. Creating a profile by means of a certain kind of information—that's something a print publication can forget about.

**MW**: In other words, the role of the critic has also changed.

**DD**: It's often said that the role of the critic has changed because information is available everywhere. But for me, the role of the critic was never about providing information.

**Steffen Zillig:** Another thing about these collaborations: when even newspapers such as *Die Welt* regularly collaborate with artists, the artists seem to me to be service providers. I always cringe a little when I read somewhere that "artists have been invited." Just because that's a formula so readily found in real estate projects, where artists are provided with rooms to "perform" in. Working

with artists used to be a very different matter. Today the concept seems to have been somewhat undermined. Of course, that also has to do with the artists themselves, who now play a different role.

**JH**: A flower in the buttonhole.

**JB**: At first, we came in for some criticism, especially in Germany, along the lines of "oh, *Parkett* is so beautiful," perhaps because of the notion that "truth cannot be found in such beauty." But it was always incredibly important to us to have the design lend dignity to the text and to everything in the book.

**Susanne Pfeffer**: I would often pick up a copy of *Parkett* and then decide not to buy it because it was too expensive for me.

**DD**: Well, it was launched at a time when there were quite a few new magazines coming out that no longer adhered to the standard categories of "we are a magazine for art and music" or suchlike, but instead invented a subject matter of their own for the first time. It was a pretty unique situation.

**MW**: Let's come back to the criticism aimed at *Parkett* and, to put it bluntly, ask: Olaf, as a collaborative artist, did you see yourself as a service provider?

**ON**: I'm aware that it cuts both ways. Being invited to participate is taken as a very positive acknowledgment. That wouldn't be the case if it weren't for the distinction, and if *Parkett* didn't have that gatekeeping role. There's a sense of "oh, so what I'm doing is actually getting attention in a context that's pretty important." In my case, the collaboration was very positive. But I wouldn't have intervened against a text that was a critical (negative) appraisal of my work. That probably differs from artist to artist.

**JH**: Maybe I'm wrong, but I get the impression that something has shifted—perhaps due to media influence—in the way artists see themselves. It used to be *de rigeur*, well into the 1990s, to ruffle a few feathers , and to take sides, along the lines of "you can't play with us if you're playing with them, or if you break our rules, you're out." Just think of that well-known rift between Donald Judd and Robert Smithson, who didn't speak to each other for a couple of years. But in this era of social media and the precarious situation of a gig economy that commands work on-call, people can no longer afford such animosities, because every potential enemy might well be the next potential client. And so, accordingly, everything that might give rise to friction or antagonism is dismissed as a hysterical reaction. In some cases, when something particularly critical is published, people freak out with threatening emails or phone calls. That can also have a cumulative effect, for instance, if criticism is kept under wraps or happens behind the scenes to the point where something just gives. In the case of Klaus Biesenbach, for instance, until the Björk exhibition at MoMA, everything ran according to the principle that "I'm important because you're important, and because both of us are important we profile ourselves on Instagram, where importance is produced." That principle eventually ran out of steam.

**SP**: These days, artists are constantly forced to communicate. I once had a conversation with Wael Shawky about this. He had invited me to Alexandria to do a workshop with his students, and he wanted the students to write statements about their work and read them out. I still think that was pretty awful, but Shawky quite rightly pointed out that he hadn't been able to secure funding in America at first because he didn't know how to write an application. That's why he finds it incredibly important for his students to learn how to write something like that. And it's true that nowadays there is no funding, no prize, within grasp of those artists who can't communicate adequately. It feels as though artists have to give interviews all the time; interviews are interesting because artists say interesting things. And sometimes people lose sight of the fact that they are already saying something with their art. I find it difficult to portray artists as though they were PR machines in control of everything.

**ON**: Is it really just about the randomness of Instagram? Isn't there also something online that equates to what used to be described as *Arbeit am Begriff*—working on a concept—in other words, exploring things deemed worthy of critique, which is very different from pure information? Isn't that happening more and more beyond the confines of print media?

**JH**: It also happens to some extent in non-art media. It does actually have to do with the constraints mentioned earlier, assuming animosities on the one hand and eager alliances on the other. You're right to call for "working on a concept." We could even talk of a kind of sporting rivalry when it comes to perceptions. It's a constant and ongoing dispute, albeit under the mantle of a professionalism that avoids any sign of discursive weakness because that might jeopardize a career. So far, we've been talking about artists, critics, and curators,

but we shouldn't forget that the art market, the dealers and galleries, are also trying to get involved, to a greater or lesser extent, in the discourse. You eventually get to the point where you think you really do have to consider very carefully who to enter into such a process with, and when.

MW: That would be one for Steffen. You've written some pretty outspoken art reviews for the *Donnerstag* blog, under the moniker Annika Bender, among others, and you have also practiced "working on a concept." How did you go about doing that?

**SZ**: A lot of the people involved in *Donnerstag* were artists exploring a form of critique they felt was missing elsewhere. In other words, a discourse beyond the overall ceasefire, and above all: critiques of exhibitions! After all, what's the point, as an artist, in really putting a lot of thought into something, only for everyone to nod politely in agreement as usual, and for the interesting debates to deflect into the safety of meta narratives instead of actually addressing the works and the exhibitions. For us, that could only work in the first instance by donning the mask of a pseudonym. But there are two sides to anonymity. With *Donnerstag*, the comments section was fortunately relatively free from trolling or insults. But you can see elsewhere just how easily online discussions can get out of hand. And ultimately, we aren't doing anything about the lack of critique and lack of debate in the art world if we only operate behind masks and play Batman. Which is why we eventually ditched that model.

**JB**: You might say that *Parkett* is a kind of Kunsthalle on paper. And you don't invite artists to exhibit at a Kunsthalle in order to argue with them. But, sure, art criticism does need an enlightening culture of debate.

**SZ**: Perhaps there was more of a chance back then of making a statement simply through the choice of artists, as in the case of the Kelley edition. But nowadays, in the age of the great ceasefire, that's become more difficult.

**BC**: But I think it's also about standing up and saying "I find this relevant." And we just took the first step and became an identifiable voice. A lot of these reviews in magazines, or so we felt at the time, were getting lost in a certain interchangeability and anonymity. The writer might be billed as their correspondent in Paris or Hanover or wherever, and might even be named, but it wasn't clear who the author really was.

**JH**: I find the concept of *Parkett* totally compelling. It's obvious that it isn't primarily about separating the wheat from the chaff in, say, exhibition reviews. But that also leads to my question to you: what is relevant at all today? Do you get the impression that it's become harder to discern over the past 33 years?

**JB**: Initially, our range was primarily Europe and the USA. Since then, the art world has gone global. At the time, the art world was flat, and now it's round.

**BC**: Of course—in that respect, I'd like to touch on the theme of our issue: *Expanded Exchange* . . .

Whereas, in the past, we usually tended to know the individuals personally, the factor of second-hand information has now become much more dominant. We might know that this or that artist from China, Africa, Argentina, or from Georgia, Finland or Poland is relevant, but we all rely on much more indirect insight and information.

People would go to two art fairs a year, not fifty. Communication in the art world was multi-lingual and the links were friendly, as indeed they still are, but it has all expanded hugely. At the same time, the world has become monolingual.

**JB**: When Harry Szeemann went to the USA in the late 1960s for his exhibition "When Attitudes Become Form," he was introduced by one artist to another, with very little in the way of prior background knowledge, and he reacted to that with spontaneity and open-mindedness. We were also inspired by people who knew the scene well. We're not the ones who discovered all these artists; rather, our attention was drawn to artists we then found relevant.

**SP**: That hasn't changed. For me, it's the conversations with artists and the visits to their studios that are often the starting point for further research.

**JH**: Of course, but there's been a cyclical acceleration. It takes perhaps two or three years for someone to go from their debut gallery exhibition to having their name passed around. Then that person has to make it to the next level, whatever that might be. If that doesn't happen, there's a problem. Admittedly, there are biographies of people working under the radar for ten years before re-emerging somewhere. These economies of expectation and desirability are hard to avoid. But the pressure is tough, especially in economic terms, and particularly in the hyper-gentrified art centers such as London and New York.

**BC**: It is also a question of ubiquity and simultaneity. It used to be clear to everyone that there are divergences between, say, the European scene in Paris on the one hand and the New York scene on the other. Today, by contrast, given the internet and the market, there's this simultaneity.

**JH**: That's one side of it. But the other side of it—and I would say this of other art magazines too—is that the importance of selection and inclusion has become relativized because we now have the whole world as a backdrop. Today there are noteworthy art scenes everywhere and they cannot be fully appreciated either qualitatively or quantitatively. That means admitting that, okay, there's now a fragmented, pinpoint approach, rather than the more completist view that had such an upsurge, oddly enough, in the 1970s, to the extent that any philosopher worth his or her salt was shooting in all directions: aesthetic, sociological, historical, ontological, epistemological, etc. Taking such completism as the basis for an art magazine has become highly problematic in this day and age, even where translation is concerned. There are English-Portuguese magazines in Brazil, but there are definitely aspects of discourse that do not travel well, and even then only with a time-delay. And I think that applies all the more to China.

**DD**: Nevertheless, there is total agreement that the most interesting things are happening on the margins and not at the center. And that the hottest topic is what's misunderstood, especially in terms of language, incomprehension, or the unfamiliar. That has set in motion a strange mechanism, a sense of tension, a kind of non-comprehension that I would say has always been suspected, not unjustifiably, of being perceived as an aesthetic experience. I become aware that there's something of interest especially in those moments when I don't understand a text, or mistranslate the sentences, or don't know about Brazilian modernism. And that's what's being curated into centers such as the documenta or various biennials.

**JH**: That's precisely the point: the gatekeeper in this instance is not the magazine, but the museum as institution. Just think of New York and the relevant art media: they've always gone along with the principle that what is important is what drifts ashore more or less by itself. And if somebody at MoMA inaugurates a Latin American department, it will be an item in the print media, but definitely not before. So, in a way, centrism sneaks in again through the back door: if it's important enough, it'll find its way here.

**ON**: I'd like to come back to the question of the importance of print media. Why are books still being printed if they are so unimportant? Why do museums place so much importance on having their own bookshops if nobody is investing in catalogues anymore? That doesn't seem to be the case.

**JH**: True. Catalogues have become almost more important than solo exhibitions, because a catalogue is something that lasts, something to give to somebody, yet at the same time—through the dialectical development you correctly describe—I see this as conferring a responsibility on institutions, which, in turn, is to be critically analyzed. By way of comparison, when I think back to last summer, with Frances Morris taking the helm at Tate Modern and Kunstmuseum Basel inaugurating its new building, I see all the usual suspects in Basel, right down to some embarrassing combinations in which art history is still being narrated the way it was thirty years ago. With Frances Morris, on the other hand, you find yourself thinking—aha, so minimal art was being produced even in Lahore in the late 60s, and we weren't aware of it until now. There's somebody who is capable of presenting a new and compelling narrative, while someone else is sticking to the confines of an existing canon. It's worth taking note of these differences; critical thinking has to play a role.

**BC**: But publications and bookshops are clearly on the decline, and museum shops are reducing their stocks of books to put the focus on merchandising products.

**JH**: With the big fat internet squatting slam-bang in the middle. And then there's the slim paperback you can slip into your pocket like a cellphone, and, at the other end of the spectrum, one of these monstrously oversized coffee-table tomes.

**SZ**: It should really be the institutions who step up and use their position to defend critical thinking and forge new paths in this complex world. There is such a need for confident institutions that are willing to defend their own field of discourse even in the face of resistance. You can see it in the museum shops, where a lot of the products are tailored to the institutions. Those slim paperbacks are often just emulating intellectual icons such as old Merve or Suhrkamp publications. Even the catalogues issued by galleries tend to follow an institutionally

established format. I hope that the institutions also know how to uphold the credibility that is evidently conferred on them, otherwise such a field will soon become hollow and unappealing to people who actually like to think. But there is, of course, a counterweight to this: the lack of financial clout, forcing institutions to resort to ever more project sponsorship and public-private partnerships, which then blurs the boundaries.

**JH**: Publishers rarely have the leisure, time, or money to do the groundwork that would actually bring new things to light. There are undoubtedly exceptions, but in many cases it is just a mechanized production process.

**SP**: But the production of most catalogues is financed by the institutions.

**JH**: That's what I mean.

**MW**: That sounds like a dilemma; so you might as well launch a new magazine.

**ON**: The question is who would finance it.

**JH**: That's the point. I think there's a discrepancy between the influence that a medium can indeed develop and the means required to do so. Something can become very influential, but still be a financial loss-maker. And the only things I can think of to bridge that gap are some very precarious mixed models, which form the basis for most art magazines. Of course, that makes them vulnerable to a downturn in the market or, conversely, they profit from it and can hopefully make the most of it. But everybody hopes, deep down, that a good fairy will turn up waving a wand, or a donor will reach into deep pockets with the reassurance that you can just get on with things and that the next ten years will be smooth sailing.

**JB**: . . . and that they'll leave you in peace and won't interfere.

**JH**: Yes, exactly. A recent example, though not from the art world, is *The Intercept* by Glenn Greenwald and funded by the multi-billionaire founder of eBay, who gave the go-ahead to just get on and do investigative journalism for five or ten years. So, yes, it does happen, but maybe not so much in art, although you'd think that there should be people like that in art. And it doesn't have to be a private initiative.

**DD**: Austria has sponsorship of the press. That dates back to a time when the press, or the media, had no problems about being print media in competition with digital media. So it had more to do with re-education and promoting public interests. A good model.

**SZ**: I've often wondered why this awareness has fallen so by the wayside with the establishment of the internet. Even when Germany first allowed private television stations, there were high political hurdles, because everybody knew that the change would have an impact on public opinion and that there had to be certain pre-conditions for this to work. When companies these days define new rules of play for public communications, it seems that they are simply waved through politically because the users have purportedly chosen of their own free will which operating system they want to have their cellphone or which algorithms they use to access information.

**ON**: Or rather: they waved it through in retrospect.

**JH**: It isn't taken seriously

**ON**: The question, really, is whether it is possible to awaken an interest in critical public opinion through economics alone. Is critical public opinion something that stems automatically from an economic context, or are there a few other parameters in play?

**SZ**: In the postwar era, there was evidently far more awareness in Germany that a democratic public sphere could be undermined by rumor, demagoguery, and sheer stupidity. Only now, slowly, is there a resurgent awareness of just how fragile the foundations of what civilization has achieved really are, including in the field of art.

**ON**: It's about the sovereignty of discourse. What strikes me is how pre-Enlightenment issues are actually being "discussed" as though this were normal. It's inconceivable that anybody could seriously question something like biological evolution. Along the lines of: maybe, maybe not. So then feelings, opinions, and interests become the rationale for treating something as if it were scientific fact.

**JH**: Bruno Latour has published a lot about this very issue in the past ten years. And if I understand him correctly, it isn't just about critique in the narrower sense of a French, post-structuralist approach, but also about trust in existing institutions. For example, institutions have undertaken decades of research and are widely aware of the causes of climate change. But along come some right-wingers and claim that what these institutions are saying is false, and just some construct of the scientific community. Serious critique of institutions is based on the premise of talking to intelligent people who can deal with criticism. But there is also a kind of disruptive, destructive adaptation of this kind of criticism that equates to trolling.

Serious and seriously-minded critique or art criticism is, by comparison, also premised on a certain trust in the ability and willingness of established institutions to accept such criticism. These parameters have clearly shifted in recent years. I may have been prompted to bring that up because of the shitstorm around Dana Schutz that was unleashed recently online by the letter that British artist Hannah Black wrote and posted on her Facebook page. The outrage sparked by a white artist's painting depicting the mutilated head of Emmett Till, a young Black boy brutally murdered by white supremacists in 1955, in an open casket, has gone far beyond any legitimate criticism of the institution and its selection criteria and has instead developed into a de facto character assassination. The shit has well and truly hit the fan, to put it mildly. It makes you wonder what comes next—incitement to murder? Where do we go from here? A photo of Dana Schutz has been shared on Instagram, red-lettered with "burn this shit bitch." Fake letters are also doing the rounds. Discourse is going crazy under the pressure of the real-life conditions of the Trump administration.

**ON**: If you want to push something through, you have to whip up hysteria.

**BC**: When it comes to institutions online, I can't help thinking of the impotence of established serious media outlets such as *The Guardian*, which is a newspaper that has invested a lot in its online presence. Yet in recent times, at the foot of every article there is a yellow banner asking readers for donations in support of independent journalism. It's not about paying for the article, but about doing a good deed by supporting this poor medium and "good journalism." That's just crazy.

**JH**: There are different models, though, and apparently the *New York Times* and *Washington Post* are selling like hot cakes. Given the current political climate, they seem to have gained a considerable increase in subscriptions and their online versions are doing well. I can say that from personal experience. The small amounts required, say forty cents per article, are being paid. And even the restricted access model—such as ten free texts before you hit the paywall—seems to be working well too. The request for donations approach taken by *The Guardian* and *TAZ* smacks of a pity party, which is a bit off-putting. These are processes that are just half-baked; everybody in the sector has been rubbing their eyes in disbelief for the past ten years and frantically trying out different models.

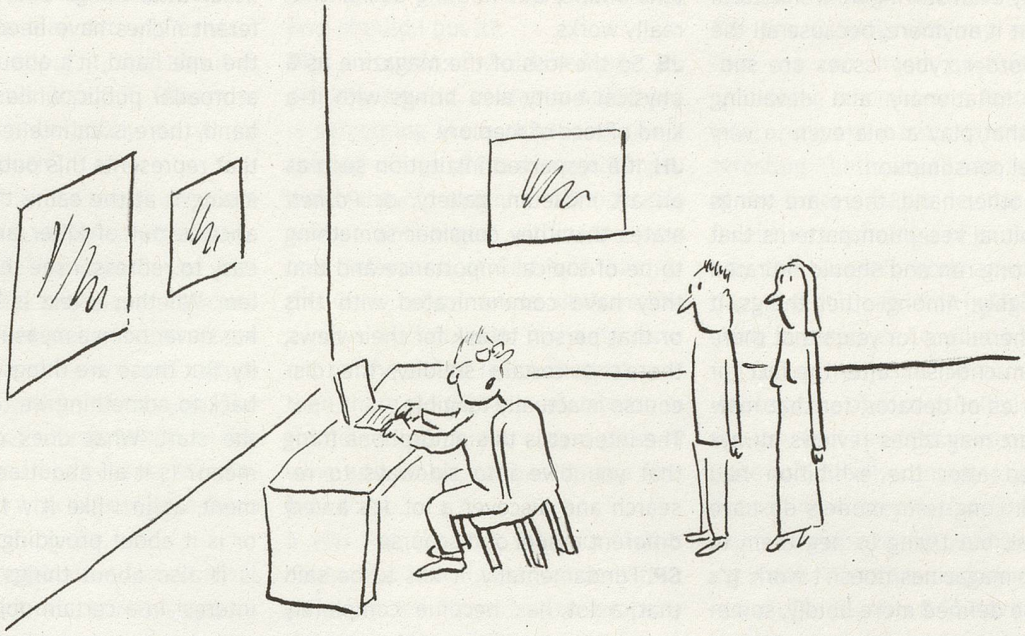
**MW**: Can you say something about *Frieze* and the end of the German-English edition? Or, more generally, about what the changing media scene means for a magazine? How do you deal with that? You spoke about the "big fat internet."

**JH**: Well, objectively speaking, it's like this: for five years, we published *Frieze* in German and English. At the time, it felt right, but financially it was difficult. But that wasn't the only reason the last issue appeared in September 2016. It has to be seen within the overall context of various activities. When the website was launched in early 2016 with daily updates, texts, and internet-only content, *Frieze*—meaning myself and co-editor Mareike Dittmer—waved a heavy-hearted goodbye to the old format, knowing full well that our investments had to be ploughed into the website from now on. Ironically, people have been coming up to us ever since to tell us that it was their most important go-to publication because it was bilingual, and for many other reasons.

**JB**: But what's the difference between the German-English print version of *Frieze* and the online version?

**JH**: I'll give you an example: from 2016 onwards, exhibition reviews that were published in the print version appeared online first. That was a model we initially floated in *Frieze d/e*. We hadn't done that in previous years. Looking back, this begs the question as to why, once a text had already been written, there was such a long delay in making it accessible to people? Ideally, people want to read the review while the exhibition is still open. In general terms, there is always this discussion about online reading habits. For years, it was argued that people didn't want to read anything online that was longer than 800 words, until it transpired that most people would rather read something that is either shorter than 200 or 300 words—or a long read of 3000 or more words, which feels quite substantial and doesn't simply outline an issue and then break off suddenly. These are considerations that also play a role in the context of art.

**SP**: And without intense concentration, you can't do justice to the complexity of the present time. But I do believe that there is still an appetite for intense debate. I curated the three exhibitions "Speculations on Anonymous Materials" (2013), "nature after nature" (2014) and "Inhuman" (2015) at the Fridericianum, along with symposia involving international



*"If you don't mind, please refrain from opining on this exhibition before I finish my scathing review."*

philosophers whose contributions were then published as anthologies by Merve. That is precisely about combining formats and putting the works into a theoretical context as well.

**JB**: Talking of context: in a printed magazine you arrange the texts in a meaningfully associated way. Online you don't find cohesive structures of that kind. You can't simply reach into the bookshelf and pull out the magazines from a certain year in order to study the situation and context of the time, and see how each illustration and advertisement is placed. A certain historical awareness is being lost.

**JH**: Because social media are taking it apart like a bunch of flowers. Somebody puts together a magazine issue like a carefully arranged bouquet, and along comes Facebook and picks out one flower, then Twitter takes another, until there's nothing left of the bouquet in the end. That effect is further amplified by Facebook's algorithms.

**DD**: I think most of the dynamics that people are describing now, in terms of internet versus print, are based on the same longstanding diagnoses: that the internet is killing print, and that print is struggling desperately to survive. But the notion that certain aspects of internet reception and consumption are changing over time has not yet been taken into

account. That's an important point. Someday even stirring up a shitstorm won't cut it anymore, because all the second-order cyber issues are subject to inflationary and devaluing effects that play a role even in very low-level consumption.

On the other hand, there are things like habitual reception patterns that have a long run and should be rated more highly. Among other things, it has bothered me for years that there is no film criticism "after the fact" or summaries of debates, for that matter. In art magazines reviews always appeared after the exhibition had finished. Long-term models do have potential, but trying to peg them to internet magazines doesn't work. It's got to be defined more boldly, somewhere in between book, journal, magazine, but without the academic slant. Something like that can be invented. Maybe not immediately; it just needs to be broken up a little more.

MW: Do you share these views, Jörg?

**JH**: There are some examples of what Diedrich has just described, such as *e-flux journal* perhaps; it's a completely different business model that bears little relationship to magazines. People are notified about this or that happening, and that generates income which is then channeled into something that couldn't be financed otherwise.

**JB**: But what takes the place of having easy access to the time capsule of ten years ago, or thirty-three, as in the case of the *Parkett* series? Isn't that possible online?

**DD**: The way back machine.

**JH**: It's a little like fishing in a big lake using the right bait—then you can get your catch. But not with the attitude "oh, just show me something." There are various models of curated content online, but nothing so far that really works.

**JB**: So the loss of the magazine as a physical entity also brings with it a kind of loss of memory.

**JH**: If a respected institution such as an art museum, gallery, or *Parkett* states that they consider something to be of topical importance and that they have communicated with this or that person to ask for their views, there's a certain solidity; the discourse is actually tangible.

The internet is this amorphous thing that you dive into sideways to research and discover a lot. It's a very different model of discourse.

**SP**: Fundamentally, it has to be said that a lot has become completely accessible. I still remember traveling to Brunswick for the first time to see a specific video. Today, you can view everything on YouTube, which is great. And lots of people simply make their books available in PDF format.

**JH**: Or somebody's copied and posted them online.

**ON**: The internet is more than just a medium of distribution. It's a medium of production too. All print products are digitally produced these days. At the level of reception, the contrast between analog and digital may still exist, but it's disappearing at the level of production. Toward the end of the 1990s there was an explosion in the world of print instead of, say, in artists' books, because you can produce printed material on any computer. The New York PS1 Art Book Fair has become something of a social event and it's just amazing how many people are interested in this small niche product. At the same time, you haven't got any comparative criteria, because everybody is so busy with other little things and so many different niches have been created. On the one hand, it's about catering to a broader public, while on the other hand, there is an intellectual stratum that represents this public while criticizing it at the same time. The balance is out of kilter and no longer easy to redress. I see that as a problem. Whether a text is long or short has never been a measure of its quality. But these are things that bring us back to something we touched on at the start. What does critique even mean? Is it all about aesthetic judgment, as in I like it / I don't like it, or is it about providing pointers? Or is it also about things that prompt interest in a certain object, which, in turn, poses questions about the object that cannot be answered immediately, but only with hindsight, such as being able to discuss a film more meaningfully when looking back on it a year or two later?

**DD**: The question of critique will always arise in all these contexts. But in the case of *Parkett*, it might not be so acute. Although *Parkett* does embrace critical thinking, my impression, if I am correct, is that it is more about showing, presenting, pointing out what is relevant. And that is one of the few clearly definable possibilities available to a magazine that is not necessarily focused on reviews and criticism; where that is not the central point. And so the question here is: what becomes of such a stance? What happens to it?

**BC**: For me, critique is really about interpretation and not about criticism in the negative sense.

**DD**: I find interpretation a pretty broad term.

**BC**: But I do wonder where the interpretation of what artists actually do comes into play. Art only exists if people think about it, talk about it, exchange views about it. Otherwise it's just a private hobby. So where does that happen?

**SZ**: There really isn't any adequate online platform yet for something like the so-called "Feuilleton"—the feature pages of a newspaper in which several different areas of interest are covered and in which arts and culture are part of a wider critical view. The danger here, of course, is that on the internet these areas become the preserve of nerds who have settled down in a very specific niche.

The feature pages, covering all manner of different arts, typically appear between the political and economic sections of a newspaper, which means that they reach a readership that isn't professionally involved in art and culture, and whose interest, potentially, has to be revived on a daily basis. Algorithms sort according to different criteria. They don't have the patience. It's quite possible that art will be the loser here. It's never really made it on TV either.

**BC**: It did at first. Take, for instance, the remake of "When Attitudes Become Form," screened at the 2013 Venice Biennale—an hour-long film produced in 1969 by Swiss Television. Inconceivable today.

**JH**: That's a wonderful historical illustration of a theory somewhere between Benjamin and McLuhan about the relationship of the new medium to the old one. The new medium—how should I put it?. . .

**DD**: . . . contains the old medium.

**JH**: Yes, exactly: contains. And there is something like a childhood, like a coming-of-age of the new medium, in which the old medium still operates almost unchanged within the new one. Television, at first, was like radio. Gerry Schum would sit there like a news anchor, with his sunglasses on, but he would recite the text, and then there would be a celebration in the television studio, with a glass of wine and so on, at least in the first broadcast.

If you like, the new medium always contains a little of the former's theatricality. We haven't even properly arrived in the medium of television. So what's it like with the internet? It's still the same old thing: even the name YouTube comes from the old word "tube," referring to TV.

**DD**: The feature pages as an established context for art criticism, art reviews, or approaches to art—call it what you will—still have a certain fascination, but I agree that art never really made it into television. In Germany, art didn't even really make it into the feature pages, or at least not to any great extent until quite late in the day, and wasn't truly satisfying until about ten or fifteen years ago. Before that it made relatively rare appearances and, even then, only under the auspices of someone blinkered. The feature pages revolved mainly around theater and literature, with film and classical music as an afterthought.

But I'm sticking with my argument that you can invent anything, even something resembling a feature section, and make it better and more interesting. That's what I saw in Parkett at the time: a magazine that tried to invent a certain kind of context, in a way that doesn't work anymore today. But you can still invent something in response to what's happening today; not just a magazine, but a whole genre of contextuality, much in the way that the feature section was once a relatively contingent event in publishing history. And it didn't really catch on outside the German-speaking world. There are no feature pages in the USA. The Arts & Theatre Section isn't the same thing. The idea of the feature pages, or Feuilleton, in which each topic is dealt with from different viewpoints, isn't so widespread.

**JH**: Curated "diving-for-pearls" or "flower-picking" online can't replace the truly relevant observations. Instead, the observations of others are observed and collated. That approach used to be known as *Reader's Digest*.

**DD**: There's no lack of observations or interesting texts. What's lacking is the means of earning a living for those who produce the texts, as well as a context for the texts themselves. That's the problem. I wouldn't worry so much about the primary production, seeing, observing, writing, and so on. There's probably too much of that, rather than too little.

*Translation: Ishbel Flett*