



## Agricola de Cologne

wurde am 1. Januar 2000 als Künstlermarke (corporate brand) eingeführt, die für den interdisziplinären Künstler, Kreator von experimentellen Filmen und Videos, Kurator von Medienkunst, Festivaldirektor, den Multimedia-Entwickler, Programmierer und Designer von Kultur steht

- Gründer und Leiter von **artvideoKOELN international** (2010),
- Gründer und Leiter von **CologneOFF - Cologne International Videoart Festival** (2006)
- Gründer und Leiter von **Le Musee di-visioniste – the new museum of networked art** – der experimentellen Plattform für Kunst und neue Medien(2000), einem internationalen englischsprachigen Netzwerk auf unterschiedlichen virtuellen und physischen Ebenen.

Daneben steht Agricola de Cologne auch für eine ganze Bandbreite dynamischer kuratorischer Kontexte, die er im physischen und virtuellen Raum auf den rechts aufgelisteten Plattformen initiiert und realisiert, aber auch für den Ko-Kurator und Ko-Organisator von Festivals und Ausstellungen aktueller Kunst unterschiedlicher Träger, sowie für das Jury- Mitglied verschiedener Festivals.

Seit der Einführung im Jahre 2000, ist Agricola de Cologne auf mehr als 600 Festival- und Medienkunstveranstaltungen vertreten in New York, Chicago, Los Angeles, Philadelphia, Mexico City, Caracas, Maracaibo, Buenos Aires, Rosario, Montevideo, Rio de Janeiro, Sao Paulo, Santiago de Chile, London, Paris, Marseille, Madrid, Gijon, Valencia, Barcelona, Lissabon, Oslo, Stockholm, Helsinki, Tampere, Kopenhagen, Amsterdam, Rotterdam, Tokio, Seoul, Manila, Hongkong, Bangkok, Phnom Penh, New Delhi, Mumbai, Jakarta, Perth, Melbourne, Casablanca, Marrakesh, Istanbul, Ankara, Yerevan, Damaskus, Jerusalem, Tel-Aviv, Bethlehem, Gaza, Basel, Zürich, Wien, Linz, Salzburg, Graz, Kiev, Kharkiv, Riga, Tallinn, Vilnius, Moskau, St.Petersburg, Yekaterinburg, Sofia, Varna, Arad, Bukarest, Timisoara, Budapest, Belgrad, Split, Rom, Neapel, Turin, Mailand, Pescara, Venedig, Bologna, Berlin, Köln, Karlsruhe, Nürnberg, & anderswo, aber auch auf Biennalen wie ISEA Nagoya (2002), Venice Biennale 2003, 2005, 2007, Biennale of New Media Art Merida/MX 2003, Biennale of Electronic Arts Perth/Australien (2004), Biennale de Montreal (2004), Biennale of Video & New Media Santiago de Chile (2005), ISEA Singapur 2008.

Seine Medienkunstprojekte erhielten zahlreiche Preise und Auszeichnungen.

[agricola-de.cologne](http://agricola-de.cologne)  
[agricola-de.cologne/blog/](http://agricola-de.cologne/blog/)

## Projektplattformen 2000 – 2014

**Le Musee di-visioniste – the new museum of networked art**

<http://nmartproject.net>

**A Virtual Memorial Foundation (2000)**

<http://www.a-virtual-memorial.org>

**A Virtual Memorial – Commemorative Interventions (2012)**

<http://avmci.a-virtual-memorial.org>

**JavaMuseum - Internet Technology in Cont. Art (2000)**

<http://www.javamuseum.org>

**JIP - JavaMuseum Interview Project (2004)**

<http://jip.javamuseum.org>

**New Media Fest (2002)**

<http://www.newmediafest.org>

**Violence Online Festival (2003)**

<http://violence.newmediafest.org>

**[R][R][F] – Remembering-Repressing-Forgetting (2004)**

<http://rrf.newmediafest.org>

**SoundLAB – sonic art projects (2004)**

<http://soundlab.newmediafest.org>

**Cinematheque – streaming media (2002)**

<http://cinema.nmartproject.net>

**VideoChannel – platform for art & moving images (2004)**

<http://videochannel.newmediafest.org>

**VIP – Videochannel Interview Project (2005)**

<http://vip.newmediafest.org>

**VAD - Video Art Database (2005)**

<http://vad.nmartproject.net>

**CologneOFF – Cologne International Videoart Festival (2006)**

<http://coff.newmediafest.org>

**CologneOFF 2oXX – Videoart im globalen Kontext (2011)**

<http://coff.newmediafest.org/blog/>

**artvideoKOELN international (2010)**

<http://artvideo.koeln>

**Cologne Art & Moving Images Awards (2012)**

<http://camia.newmediafest.org>

**SFC – Shoah Film Collection (2010)**

<http://sfc.engad.org>

**CTF – Collective Trauma Film Collections (2012)**

<http://ctf.engad.org>

**netEX – networked experience**

<http://netex.nmartproject.net>

copyright © 2000-2015 by Agricola de Cologne. Alle Rechte vorbehalten.



Agricola de Cologne



kodierte Exzellenz seit 2000





Hinter dem Namen Agricola de Cologne verbirgt eine bemerkenswerte Künstlerkarriere. In einer Art mystischen Urknall erschuf die Künstlermarke Agricola de Cologne sich am 1.1. 2000 selbst und stand damit am Anfang des Entstehens eines neuen Universums, in dessen Seinswerdungsprozess unter einem einzigen Namen der virtuelle Medienkünstler, Festivaldirektor, Kurator, Koordinator, Mediator, Multimedia-Programmierer, Schöpfer eines globalen kulturellen Netzwerks und dem Designer von Kultur geboren wurde.

Zu Zeiten, als noch niemand an Web 2.0 und soziale Netzwerke dachte, legte Agricola de Cologne, bereits mit dem Schöpfungsakt selbst den Grundstein für

sein eigenes soziales, nicht kommerziell ausgerichtetes, Kunst bezogenes Netzwerk, welches sich in „le Musee di-visioniste – the new museum of networked art“ manifestiert, diesem Universum, welches auch 2015 nach mehr als 15 Jahren nach seiner Initiierung fortwährend expandiert. Selbst Medienkunstvorhaben, stellt es den virtuellen Raum dar für darin zur realisierende Medienkunstprojekte und deren Dokumentation. Diese beleuchten nicht nur die vielfältigen Facetten digitaler Kunst und deren fortlaufende Entwicklung, sondern bei ihnen – selbst Formen digitaler Kunst – handelt es sich um neue pionierartige Kunstformen, Experimente, wie sie erst durch die Kommunikationsmedien möglich wurden. Die Interaktion, als eine Form des Kommunizierens in einer non-linearen Projektentwicklung, gehört dazu, wie das Format fortlaufender Kunstprojekte, welche nach ihrer Initiierung ohne ein festgelegtes Ende fortgeführt werden, entsprechend kommt den ablaufenden Prozessen, vergleichbar einer Performance, welche sowohl den Projektinitiator, die beteiligten Künstler, Kuratoren und Ausstellungsträger, aber auch, und vor allem das Publikum aktiv mit einschließen, nicht aber deren Endergebnis die eigentliche Bedeutung zu. Die Kunst erschließt sich nicht im Betrachten eines abgeschlossenen Kunstwerks oder dem passiven Konsumieren einer Performance, sondern in dem aktive Mitwirken, dieses gilt insbesondere auch für den Zeitraum nach 2004, als Agricola de Cologne für sich erkannt hatte, dass das Internet als (virtuelles) Kunstmedium seine eigentliche Bedeutung erst im Austausch mit physischen Raum erhält, wodurch in der Folge es zu einer dualen Projektentwicklung kam, in dem das Internet - seine ursprüngliche Bedeutung verändernd - konzeptionell gleichberechtigt, aber eher eine Art ergänzenden Charakter erhielt. Dieses duale System zeichnet seine Projekte bis zum heutigen Tage aus, woraus aus dem ursprünglich rein virtuellen Künstler, ein Künstler geworden ist, der sich mit Blick auf die physischen Veranstaltungen aus gegebenem Anlaß einige wenige Male im Jahre materialisiert bzw. physisch manifestiert.



Anders als ein konventioneller Künstler sitzt Agricola de Cologne in einer Art Glashaus, in dem ein User alle darin stattfindenden Vorgänge mitverfolgen kann., doch er sieht nur das Abbild von dem, was für ihn erfahrbar sein soll. Die „corporate identity“ wird aber nicht ausschließlich in dem selbst geschaffenen Universum erfahrbar, sondern auch auf vielen anderen Paralleluniversen, wie Facebook, Twitter oder Partnerseiten.

Die Anwendung des Internets als interaktives Kunstmedium bringt konsequenter Weise eine andere Sicht auf Kunst mit sich. Neben einer Technologie und Projekt bezogenen Interaktivität, gibt eine Vielzahl partizipatorischer Formen, wozu auch das Kuratieren gehört. Agricola de Cologne versteht dabei das durch ihn selbst praktizierte Kuratieren als seine spezifische künstlerische Ausdrucksform, die für ihn als (virtuellen) Künstler ganz neue kreative Freiheiten mit sich bringt.

Mit dem Initiieren eines Projektes beginnt auch dessen Kuratieren bereits mit der Übernahme an Verantwortung den teilzunehmenden Parteien, ob Künstlern, Kuratoren, Veranstaltungsträger oder andere Arten von Partnern, wie dem User, also dem Publikum, gegenüber. Das Finden bzw. das Erschaffen eines eigenen Publikums ist dabei von elementarer Bedeutung, denn ohne den User, der interagiert, dazu gehört auch sein Weitergeben von Informationen, gibt es das betreffende Kunstwerk nicht. Ohne sich auf Erfahrungen berufen zu können, waren dies im Jahre 2000 alles Experimente, wobei in der Folge dieses Experimentieren als künstlerisches Konzept übernommen wurde, sich an ständig neuen kuratorischen Konzepten zu versuchen oder bereits getätigte den sich ständig verändernden Verhältnissen anzupassen oder weiterzuentwickeln. Lange bevor das erste physische Kunstmuseum dem Internet als Kunstmedium irgendeine Bedeutung einräumte, kuratierte Agricola de Cologne im Jahre 2000 virtuellen Raum, z.B. für JavaMuseum, das durch ihn ins Leben gerufene virtuelle Museum für virtuelle Kunst, worauf hin das Entwerfen eines spezifischen individuellen Ausstellungsdesigns für virtuellen Raum zum Standard für spätere Projekte wurde.

Ähnliches gilt auch für Englisch als globale Sprache, in der er ausschließlich seine Projekte entwickelt. Diese globale Ausrichtung findet sich auch in den Themenstellungen der realisierten Projekte wieder, gerichtet an ein globales Publikum mit unterschiedlichen kulturellen politischen ethnischen, ökonomischen, religiösen Hintergrund unter Einbeziehung von Künstlern, Kuratoren und Veranstaltungsträgern aus aller Welt

Dabei ist das Ausschließen deutscher Sprache nicht alleine dem Konzept dieser positiven Globalisierung geschuldet, sondern stellt ursächlich auch Ausdruck von einer Art innerer Emigration dar mit Blick auf die Erinnerung an ein früheres Leben und den frühen Tod des physischen Künstlers 1998.



Agricola de Cologne kam zwangsläufig zu den „bewegten Bildern“ in der Kunst, da er nicht nur seine Projekte programmiert, sondern auch alle Inhalte einschließlich der multimedialen Anwendungen selbst herstellt. Bis zum Aufkommen des

Breitband-Internets stellte das Einschließen von Video unter den low-tech Bedingungen der Anfangsjahre eine besondere Herausforderung dar, was ihn dazu veranlasste, für den eigenen Gebrauch eine Art Streaming-Video zu erfinden. Im Tun selbst wurde er sich der starken Affinität zum Medium der „bewegten Bilder“ bewußt, aber der digitalen Form, welche dem Künstler, anders als beim analogen VHS Video, alle kreative Freiheit beim Herstellen eines Filmes gibt. Seine ersten eigenen Videos entstanden 2001, die von da an regelmäßig an Film- und Videofestivals teilnahmen und zahlreiche Preise und Auszeichnungen erhielten. Das Filmmaterial und die Themen seiner Videos stammen aus seinen zahlreichen Reisen in fremde Länder oder haben sonst Bezug auf sein Leben, dabei setzt er eine metaphorische Bildsprache verbunden mit einer intensiven Farbgebung ein. In seiner kuratorischen Tätigkeit setzt er dieses fort, verlagert dies aber „nur“ auf eine andere Ebene, man könnte von einer Art erweiterten Videokreation sprechen, denn viele der Festivals, die zuvor seine eigenen Videos bereits erfolgreich gezeigt hatten, wurden nun zu Partnern seiner sich kontinuierlich ausweitenden Festivalaktivitäten, deren Ziel es nicht nur ist, das kreative Potential des Mediums Video für die Kunst zu erforschen, sondern auch Künstler dabei zu begleiten, neue Wege zu beschreiten.

Während der 15 vergangenen Jahre hat sich die Arbeit Agricola de Cologne's in eine Richtung von „Kunst mit bewegten Bildern“ entwickelt, die deren Betrachter fort von dem passiven Konsumieren aktivieren möchte. In der Kombination seines eigenen Videoschaffens und der erweiterten Videokreation durch das Kuratieren sieht er die Perspektiven für die kommenden Jahre.