

Wolfgang Ullrich  
**Siegerkunst**  
2015

<https://doi.org/10.25969/mediarep/997>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ullrich, Wolfgang: Siegerkunst. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 4 (2015), Nr. 2, S. 28–33. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/997>.

### Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2015-16591>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## SIEGERKUNST

*Wolfgang Ullrich*

28

**D**ie heute bekanntesten Repräsentanten der bildenden Kunst versuchen nicht, Sand im Getriebe der Mächtigen oder Vorläufer einer besseren Gegenwart zu sein. Vielmehr ist Kunst, erstmals seit der Romantik, unverhohlen zum begehrtesten Accessoire einer Celebrity- und VIP-Kultur geworden, in der es um Luxus, Coolness und Exklusivität geht. Danach streben auch viele Künstler, die ihrerseits davon träumen, Stars zu sein. Sie haben sich auf die Seite der Sieger der Gesellschaft geschlagen. Sie dienen den Reichen und Erfolgreichen, die sie unterhalten, repräsentieren und weiter adeln.

Auf den ersten Blick mag es vielen Künstlern nicht anders als während der Moderne darum gehen, anstrengend für das Publikum zu sein: nicht zu erfreuen, sondern Zumutungen zu bieten, um auf diese Weise etwas zu verändern, ja um als Reinigung einer als verkommen, entfremdet, festgelebt empfundenen Welt fungieren zu können. Doch bei genauerer Betrachtung wird offenbar, dass die Zumutungen eine andere Funktion besitzen als in der Moderne. Dazu ein Beispiel, aus dem Roman »In die Nacht hinein« des US-amerikanischen Autors Michael Cunningham, der eine der besten Analysen des zeitgenössischen Kunstbetriebs liefert. Hauptprotagonist des zuerst 2010 publizierten Buchs ist ein New Yorker Galerist, zu dessen Ambitionen es gehört, jüngere Künstler bei arrivierten Sammlern zu pushen. Einer dieser Künstler fabriziert riesige, asymmetrische Bronzevasen, die aus größerer Entfernung harmlos-schön erscheinen, »aber, wie sich bei näherer Überprüfung erweist, über und über mit Kraftausdrücken, politischen Tiraden, Anweisungen zum Bau von

Rohrbomben, Rezepten zum Fressen der Reichen beschriftet« sind. Der Galerist will eine dieser Vasen einer gewichtigen Sammlerin verkaufen; der Künstler äußert sich, nachdem er vom Profil der Sammlung erfährt, zuerst skeptisch: »Meinen Sie nicht, dass ich ein bisschen zu bissig für sie bin?« – fragt er den Galeristen. Der gibt sich jedoch überzeugt davon, dass »die Sammlung [...] mehr Biss« brauche. Tatsächlich erkennt die Sammlerin ihre Chance, etwas erwerben zu können, das »pervers, aber gut« ist; sie weiß, dass sie als »risikofreudig« erscheinen wird, wenn sie »eine Vase mit eingravierten Obszönitäten« besitzt, »die sie zumindest teilweise [...] beleidigen sollen«. Diese Beleidigungen auszuhalten, ist cool.

Es geht also nicht darum, sich infolge der Zumutung, die das Kunstwerk darstellt, selbst zu ändern, ja durch dessen Provokation zu einer gewandelten Wahrnehmung oder Haltung zu gelangen; vielmehr gilt das Interesse der Frage, ob man als Eigentümer eines solchen Werkes bei anderen Eindruck machen kann. Je perverser, brutaler, obszöner das Werk ist, desto besser kann man sich als Sammler als souverän präsentieren: als jemand, der nicht nur jede Provokation erträgt, sondern sogar den Mut hat und es sich leisten kann, andere mit einem solch »garstigen« Stück Kunst zu provozieren. Cunningham beschreibt, wie sehr die Gedanken der Sammlerin darum kreisen, wie noch bedeutendere Sammler und Immobilienmilliardäre, die sie zu Besuch erwartet, auf ihre Neuerwerbung reagieren werden. »Es wird lustig werden, ein paar deftige Teile« der beschrifteten Bronzevase für sie »zu übersetzen«, sagt sie dem Galeristen.

Unverkennbar dient die Kunst hier der Repräsentation; mit ihr wird angegeben, mit ihr soll die eigene gesellschaftliche Position verbessert werden. Ob man selbst, als Mensch, dadurch besser wird, ob eine Art von Reinigung stattfindet, spielt hingegen keine Rolle. Es ist egal, was ein Werk mit demjenigen macht, der es rezipiert. Beurteilt wird die Kunst vielmehr aus der Perspektive des Besitzers, nicht aus der des Betrachters. Das aber stellt nicht weniger als einen Paradigmenwechsel dar, den man in den letzten Jahren allenthalben bemerken kann.

Geht man aus der Welt des Romans in die reale Kunstwelt, trifft man auf Künstler wie Anselm Reyle, dessen hoch, oft sechs- oder gar siebenstellig gehandelten Werke seit einigen Jahren in fast jeder größeren Privatsammlung weltweit vertreten sind. Seine Bilder, Skulpturen und Möbel, etwa Sofas, bestehen aus Materialien und Farben, die der Trashkultur von Pop und Konsum entstammen: Kunststoff-, Hochglanz- und Spiegelfolien, Autolacke, Neonfarben, Flokati. Sie werden ungewöhnlich kombiniert, viele Arbeiten greifen zudem auf das Formenrepertoire der abstrakten Kunst zurück. Doch statt sich auf deren spirituelle, metaphysische oder existenzialistische Dimensionen zu beziehen, stört Reyle diese durch die profane Herkunft seiner Werkstoffe. Das trug ihm nicht nur das Attribut »ironisch« ein, sondern lässt ihn zugleich als Konventionsbrecher erscheinen, der seinem Publikum viel zumutet.

Es hat aber Reyles Erfolg gerade ermöglicht, dass Sammler an seinen Stücken so gut beweisen können, wie cool und abgeklärt sie sind. Eben weil die Arbeiten offensichtlich eine Zumutung sind, eignen sie sich, die Nehmerqualitäten ihrer Besitzer zu zeigen. Damit aber dienen sie, nicht anders als jene pervertierten Vasen in Cunninghams Roman, einem repräsentativen Zweck; sie werden zu Trophäen. Hingegen geht es nicht darum, dass jemand durch die Zumutung geläutert wird oder eine Erkenntnis erlangt.

So wenig von einem Künstler wie Reyle behauptet wird, er wolle oder könne etwas reinigen oder verbessern, so wenig nimmt er selbst einen besonderen Status für sich in Anspruch. In einem Interview vertritt er vielmehr die Ansicht, Künstler zu sein, sei eine ganz normale Tätigkeit; er brauche kein Außenseiter zu sein, man müsse auch kein Opfer bringen und leiden, um Kunst hervorzu- bringen. Vielmehr wolle er sich als Künstler wohlfühlen. Statt einen Mythos über seine Haltung als Künstler in die Welt zu setzen, profanisiert Reyle das Künstlertum also genauso wie seine Werke. Während es etwa zu den Topoi des modernen Künstlers gehörte, dass dieser nur gegen den Widerstand von Eltern und Gesellschaft Kunst machen konnte, erwähnt Reyle, seine Mutter habe ihm zur Kunst geraten, da er ein sehr schlechter Schüler gewesen sei. Keine Spur von Berufung, innerer Notwendigkeit, Getriebenheit!

30

Daher braucht auch nicht zu verwundern, dass Reyle, der seine Arbeiten zu Spitzenzeiten mit rund fünfzig Angestellten fabrizierte, Anfang 2014 erklärte, erst einmal aus der Kunstproduktion aussteigen und sein Atelier schließen zu wollen. Nicht anders als ein Manager oder Rechtsanwalt, der genügend Geld auf die Seite gelegt hat, will er fortan seine Freiheit und Freizeit genießen, räsontiert über einen Bootsführerschein genauso wie übers Aquarellmalen und freut sich, dem Stress des Kunstmachens zu entkommen. Dieses erweist sich damit erst

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

recht als ein Beruf wie jeder andere – als etwas, dem man sich widmet, weil und solange man Geld verdienen muss, und das man pragmatisch jederzeit lassen kann.

Künstler wie Anselm Reyle werden im historischen Rückblick vermutlich einmal als Übergangsphänomen gelten. In Werk und Habitus haben sie alles abgelegt, was man während der letzten Jahrhunderte mit Genialität, Autonomie, Expression assoziierte, doch begegnet ihnen, vor allem auf dem Kunstmarkt, ein Maß an Wertschätzung, das wie ein extremer Reflex auf sämtliche modernen Vorstellungen von der Ausnahmestellung des Künstlers erscheint. Die hohen Preise, mit fast nichts anderem zu vergleichen, wären ohne Glauben an besondere Potenziale von Kunst nicht möglich geworden.

Allerdings spricht viel dafür, dass sich die Entwicklung der Preise auf dem Kunstmarkt verselbständigt hat und einer eigenen Logik folgt. Ihrem Ansteigen oder gar Explodieren entspricht keine vergleichbare Zunahme des Glaubens an die Wirkkraft der Kunst. Da es nicht mehr darum geht, dass Kunst etwas verändern, therapieren, bewirken soll, spielt dieser Glaube sogar kaum noch eine Rolle. Vielmehr sind auch die Preise repräsentativ geworden. Sie dienen dazu, die Kaufkraft der Sammler zu demonstrieren. Und je trashiger und geschmackloser das ist, wofür das viele Geld ausgegeben wird, je beliebiger und unverbindlicher es aussieht, desto besser kommt ein hoher Kaufpreis als schockierend zur Geltung: umso besser repräsentiert das betreffende Werk Reichtum. Wer für eine Million Diamantenschmuck oder eine Luxuslimousine mit sämtlichen Extras kauft, weckt beim breiteren Publikum vielleicht Neid; der sprichwörtliche kleine Angestellte kann sich ausrechnen, wie viele Jahre oder Jahrzehnte er arbeiten müsste, bis auch er sich so etwas leisten könnte. Doch dieselbe Summe für ein unbequemes, grelles Sofa aus billigen Materialien auszugeben, wird nicht mit Neid, sondern mit Entsetzen quittiert. Das ist für einen Durchschnittsverdiener nicht nachvollziehbar, und damit distanziert sich der Reiche uneinholbar. Er nutzt die Kunst dazu, einen gesellschaftlichen Ausnahmestatus zu reklamieren.

Der repräsentative Charakter der Preise führt dazu, dass diese nicht länger als Indikator für den Wert des jeweiligen Kunstwerks fungieren können. Die Angabe, ein Gemälde oder eine Skulptur habe eine sechs-, sieben- oder achtstellige Summe gekostet, lässt keinen Schluss darauf zu, ob das jeweilige Werk gut, zehnmal so gut oder hundertmal so gut ist, sondern verrät viel eher seine Eignung als Objekt der Einschüchterung: als ein Objekt, mit dem sich Reichtum schillernder, obszöner, cooler in Szene setzen lässt als mit anderen Objekten.

Allenthalben jedoch wird suggeriert, die Preise hätten noch eine Aussagekraft bezogen auf den Kunstwert dessen, wofür sie gezahlt werden. Viele glauben also wirklich, Gerhard Richter sei einer der bedeutendsten Künstler der Gegenwart, nur weil für eines seiner grell-gegenstandslosen, mit einem Raket gezogenen Gemälde aus dem Jahr 1986 bei einer Auktion im Februar 2015 41 Millionen Euro gezahlt wurden. Paralysiert starren sie dann auf das Bild – oder eine Reproduktion davon – und suchen nach dem, was einen solchen Preis erklären könnte.

Und wenn sie es nicht finden, zweifeln sie an ihrem Kunstverständnis und fühlen sich als Versager, anstatt zu erkennen, dass ein solcher Preis keinen Wert abbildet, sondern einen pekuniären Status repräsentiert.

Die Fehleinschätzung hinsichtlich der Funktion der Preise hat aber noch weiter reichende Folgen. So ist auch in den Feuilletons fast nur von den Künstlern die Rede, die durch spektakuläre Preise von sich reden machen; in Rezensionen ersetzen Preisangaben die Begründung, warum ein Werk bedeutend sein soll. Genauso werden in Universitätsseminaren zeitgenössische Künstler höchstens dann besprochen, wenn sie durch breite öffentliche Aufmerksamkeit – also letztlich wiederum durch Preissensationen – nobilitiert erscheinen. Daher verzerren die Preise allenthalben die Wahrnehmung des Kunstgeschehens; sie reduzieren es auf wenige Positionen, die kunsthistorisch keineswegs die relevantesten zu sein brauchen, sondern sich vorerst nur dadurch auszeichnen, die Superreichen zu Gesten der Reichtumsdemonstration zu provozieren. Wo immer über zeitgenössische Kunst diskutiert und diese kanonisiert wird, sind es also die eitlen Launen einer kleinen Anzahl von Fonds-Managern und Investoren, Unternehmern und Unternehmensberatern, reichen Erben und Sportlern, Schauspielern und Pop-Sängern, die als Kunstkonsumenten darüber bestimmen, was als Kunst und, vor allem, als wichtige Kunst wahrgenommen wird.

32

Aber auch auf die nächste Generation von Künstlern wirkt sich die Einseitigkeit dessen aus, was als Kunst öffentlich sichtbar wird. Viele träumen heute davon, selbst den Glamour der Millionen zu spüren; sie suchen die Chance, an der Welt der Reichen und Berühmten teilzuhaben, und reproduzieren daher Varianten von Werken, mit denen sich Coolness beweisen lässt. In diesen Werken geht es zwar häufig um große Themen wie ›Tod‹, ›Liebe‹, ›Gewalt‹, es wird also eine existenzielle oder philosophische Dimension berührt und besonderer Tiefgang suggeriert, doch ist die plakative Wirkung solcher hochemotionaler Sujets letztlich das Entscheidende. In ihr erfüllt sich die repräsentative Funktion von Siegerkunst, ja mit den Schocks und Zumutungen extremer Motive lässt sich verunsichern.

Eine solche Kunst bietet aber nicht nur kaum Stoff zur Reflexion, sondern erst recht nichts, was in einer Situation der Schwäche, Trauer oder Einsamkeit helfen und aufrichten könnte. Vermutlich dürfte sich sogar umso verlorener fühlen, wer von einer Siegerkunst etwas erwartet; es gehört gerade zu ihrem Charakter, denjenigen, denen es nicht gut geht, noch stärkere Ohnmachtsgefühle, ja eine weitere Demütigung zu bereiten. Sie werden alleine gelassen: mit dem Gefühl, von den Menschen und Orten ausgeschlossen zu sein, um die die Welt sich dreht.

In einem 2008 publizierten Kompendium, das über hundert Kunstsammlern weltweit gewidmet ist, sie charakterisiert und direkt zu Wort kommen lässt, trifft man immer wieder auf ihr Eigenlob, mutig zu sein. Doron Sebbag, Gründer einer Zeitarbeitsfirma und Sammler in Tel Aviv, hebt etwa ausdrücklich hervor, Leute, die seine Sammlung zu Gesicht bekämen, reagierten »ge-

schockt«. Doch von Nan Goldin bis Marlene Dumas würden sich heutige Künstler mit Themen befassen, die an den Grenzen des Zumutbaren seien; gerade das mache sie interessant. Alain Servais, ein Sammler aus Belgien, der sein Geld als Finanzberater verdient, erzählt sogar stolz, dass ein Foto von Andres Serrano, das eine junge entkleidete Frau zeigt, die einen alten Mann im Arm hält, zu einer ernsthaften Ehekrise geführt habe. Seine – frühere – Frau habe das Bild immer wieder abgehängt, er es immer wieder neu aufgehängt. Dass er die Zumutung des Fotos und den Streit mit der Frau ertragen hat, soll ihn als besonders robust erscheinen lassen: als jemand, der vor keinem Risiko zurückschreckt und dem Leben schonungslos ins Gesicht blickt.

Dabei wird die Aggressivität einer auf Repräsentation ausgerichteten Kunst in einer Wohlstandsgesellschaft kaum einmal zum Problem erklärt. Erst recht wird sie nicht als skandalös empfunden, vermutlich weil zu viele Menschen in saturierten Verhältnissen leben und nicht so trostbedürftig sind wie in Notzeiten. Da sie sich weniger entfremdet und ohnmächtig fühlen als die Menschen vor zwei, drei, vier Generationen, sind sie vielleicht sogar fasziniert von der kalt-profanen Kunst, die sie andererseits einschüchtert. Und sie empfinden Neugier gegenüber den Sensationsmeldungen vom Kunstmarkt. Und sie werden mehr und mehr dazu übergehen, die Moderne als seltsame Ausnahme zu beurteilen: als die Epoche, in der von Kunst Weltveränderung erwartet wurde, in der es daher zu enormen Experimenten und gewaltigen Neuerungen, zu ungeahnten Traditionsbrüchen kam, in der aber genauso viele überzogene Versuche gestartet wurden, die sich als Überforderung erwiesen. Sie werden sich über so viel Idealismus und künstlerisches Selbstbewusstsein wundern, werden etliches als versponnen belächeln, der Aufbruchsstimmung der Moderne aber auch nachtrauern. ◆