

Annekathrin Kohout

Kunst und Erfolg

2018

<https://doi.org/10.25969/mediarep/3011>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kohout, Annekathrin: Kunst und Erfolg. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 7 (2018), Nr. 1, S. 50–68. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/3011>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2018-22517>

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.

KUNST UND ERFOLG

Annekathrin Kobout

50 In großen goldenen Lettern steht »Die Gesetze von Reichtum und Erfolg« auf einem Buch, das Rafael Horzon begierig in den Händen hält. Das Buch mit weißem Einband stammt von Napoleon Hill, einem Schriftsteller, der sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit verschiedenen Erfolgsratgebern großer Popularität erfreute. Bis heute wird sein Ratgeber »Think and Grow Rich« immer wieder neu aufgelegt. Während Rafael Horzon den Band sichtlich konzentriert studiert – dies kann man seiner in Denkfalten gelegten Stirn entnehmen –, liegt er lässig auf einem Segelboot; die Sonne scheint, kleine Wellen umschließen das Boot.

Das ist ein Bild auf dem Instagram-Account Horzons, veröffentlicht im August 2017. Es ist eines neben einer ganzen Reihe von Bildern, die Erfolg zum Sujet haben. Zu seinem Kleidungsstil gehören allen voran klassische Anzüge und Polo hemden, wahlweise hat er locker über die Schultern ein leichtes Sweatshirt oder einen Pullover gebunden. Auf wieder einem anderen Foto steht Horzon vor dem Bild »Ema (Akt auf einer Treppe)«, einem sehr berühmten und vor allem wertvollen Bild von Gerhard Richter aus dem Jahr 1966, und zeigt darauf. Die Bildbeschreibung: »Ich richte meine Wohnung ein.« Erst im April 2017 hat Rafael Horzon angefangen, seinen Instagram-Account zu bespielen. Daneben ist er auf Facebook deutlich aktiver geworden, wohl um eine Fortsetzung seines Romans »Das weisse Buch« vorab zu bewerben.

Rafael Horzons künstlerische Strategie besteht vor allem in dem penetranten, hyperaffirmativen und dadurch auch hoch ironischen Versuch, kein Künstler zu

sein. In den Medien wird er deshalb oft vorsichtig als Unternehmer, Designer oder Schriftsteller klassifiziert. Seine künstlerische Tätigkeit kokettiert zudem immer mit autobiografischen Versatzstücken: Nie weiß man als Betrachter oder Leser, welchen Status das Dargestellte oder Geschriebene hat, ob es tatsächlich so stattfand oder völlig frei erfunden ist. Sein Roman »Das weisse Buch« von 2010 wurde nicht zufällig mit fotografischem Material ausgestattet, das unter Beweis stellen soll, dass es sich bei dem Beschriebenen eben nicht um Fiktion handelt. Auf Instagram wird diese Verschränkung noch verstärkt, ist doch das (Beweis-) Foto bereits der erzählerische Ausgangspunkt.

Mit wem sich Horzon auf Instagram zeigt, kann als ein Spiel der Referenzen betrachtet werden. Ein gemeinsames Bild mit dem Kunst- und Kulturmanager Thomas Girst wird als Hochzeitsfoto deklariert; unter den darunter befindlichen Hashtags: #love und #duchamp. Letzteres, weil Girst 2014 das »Duchamp Dictionary« verfasst hat, in dem unter Schlagwörtern die bedeutendsten Strategien der Moderne verhandelt werden, darunter selbstverständlich das Ready-made, das eben nicht mehr nur dazu dient, Gegenständen ein Mehr an Bedeutung zu verleihen, sondern genauso ein Mehr an (Geld-)Wert. Man erinnere sich, nebenbei bemerkt, an Christian Jankowski, der 2011 auf einer Kunstmesse (Frieze Art Fair) eine fast 70 Meter lange Luxusyacht ausstellte, die man entweder als Yacht oder aber als Kunst erwerben konnte; nur dass die Yacht als Kunst 10 Millionen Euro mehr gekostet hätte. Ready-mades als Wertschöpfungsstrategie zu entlarven, ist eine Möglichkeit, sich Erfolg zum Sujet zu nehmen.

52

Mit wem sich Horzon noch auf Instagram zeigt: Andy Kassier. Kassier war 2017 überall, nicht nur im Internet. Unter anderem war er großflächig auf der Art Cologne vertreten, in der Ausstellung »From Selfie to Self-Expression« in der Saatchi Gallery in London, mit einer Einzelausstellung im coolen »POP;68« in Köln – Titel: »The Science of Happiness«. Auch für Andy Kassier ist Erfolg das wichtigste Motiv seiner Kunst, indem er sich etwa in hochauflösenden, sehr gesättigten Bildern als reicher Businessman inszeniert. Dabei orientiert sich Kassier an Erfolgsträgern wie jenen von Napoleon Hill, aber auch anderen, wenn er etwa seinen Instagram-Account mit dem Motto »success is just a smile away« versieht oder Spruchbilder macht mit einem Slogan wie »Freedom is something you will achieve with Money«.

Durch Instagram hat Andy Kassier Popularität erlangt, nicht zuletzt, weil seine Bilder dort zum einen an notwendiger Authentizität gewinnen, aber auch, weil er sich dort unmittelbar der von ihm persiflierten Community anschließen kann: den »Rich Kids of Instagram« (RKOI). Sehr ähnlich wie die »echten« RKOI postet auch Kassier Bilder, auf denen er sich in Geld wälzt, auf teuren Autos räkelt oder lässig vor Luxusvillen posiert, immer mit einem strahlenden Lächeln auf dem Gesicht, wie es nur sorglose Superreiche haben können. Nur sind die Bilder, wie Andy Kassier in einem Interview mit der Kunstzeitschrift »Monopol« erwähnte, ohne Geld entstanden. Trotzdem: Hashtags

wie #motivation, #ilovemyjob, #cash, #management, #rich, #winner, #goals, #coaching #entrepreneurlifestyle #successdriven lassen beinahe in Vergessenheit geraten, dass es sich bei dem, der da postet, um einen Künstler handelt.

Das Foto von Rafael Horzon und Andy Kassier hat Magnus Resch gemacht. Was Magnus Resch sonst so macht? »I am active in the art market as an entrepreneur« heißt es auf seiner Website. 2017 hat er die App »Magnus«, benannt nach sich selbst, relaunched (die Erstveröffentlichung erfolgte bereits 2016, musste aber wegen Abmahnungen vorübergehend eingestellt werden). Sie ist (anstelle von Musikstücken) eine Art »Shazam« für Kunstwerke. Mit »Magnus« können Nutzer etwa in einer Galerie ein Kunstwerk fotografieren, für das sie sich interessieren. Daraufhin zeigt die App Hintergrundinformationen zum Werk, aber auch bisherige Verkaufspreise des Künstlers an. Auf dem Instagram-Account von Resch erfährt man, dass er ein großer Fan der neuesten Kooperation von Jeff Koons und Louis Vuitton ist. Man sieht ihn in einem Louis Vuitton Store stehen und auf ein Exemplar der Taschenkollektion blicken, für die Jeff Koons Werke alter Meister und der Moderne auf relativ klassische Taschenformate drucken ließ. Der Kommentar von Resch: »Heaven for any branding expert, hell for the traditional art community: The powerful collaboration between @jeffkoons, @louisvuitton and the masters. (Ps: the bag is called »Palm Springs« and costs \$3200)«. Hell for the traditional art community: Noch immer wird das Motiv von Erfolg, Reichtum, Popularität oder Luxus als Affront inszeniert, als Provokation, als bewusste Brechung mit alten Kunstklischees.

Das funktioniert so gut, weil man den Künstler lange im Umfeld der Bohème verortet hat, was dazu diente, eine Opposition zur nicht-kreativen Arbeits- und Lebenswelt zu verkörpern. Im Vorwort zu seinem Sammelband »Bohémien – Tramp – Sponti. Kulturfiguren und Sozialcharaktere des 19. und 20. Jahrhunderts« beschreibt Gerd Stein den Bohémien als Schreck- und Wunschbild des Bürgers gleichermaßen: Manchmal herrscht Sympathie dem Lebenskünstler gegenüber, der viel Zeit hat, sich wenig aus Verpflichtungen macht, in den Tag hineinlebt, sich spontan gibt und über Konventionen spottet. Bohémiens seien, so Gerd Stein, »auf demonstrative Weise mit ihrem Tun und Lassen einverstanden.«

Ein Hauptmotiv der Bohème ist das mangelnde Einkommen, die Geldnot. Einerseits, weil es zu einer Lebensweise führt, in der ständig improvisiert werden muss – wobei Improvisation Langeweile vertreiben und für mehr Lebendigkeit im Leben sorgen soll. Andererseits lässt sich durch wenig Geld und dadurch entstehendes Hungerleiden (was immer wieder Thema der literarischen Darstellungen des Bohémiens ist) Existenz ästhetisch darstellen: Was wiederum eines der zentralen Bohème-Motive ist, nämlich das Leben als Gesamtkunstwerk – anstatt eines Werkes, verkörpert in Gemälden oder Skulpturen oder anderen künstlerischen Objekten. Wenn also Andy Kassier sein Gesicht

auf falsche Geldscheine druckt, richtet er sich gezielt gegen das Motiv des verkannten Künstlers, der in einem schäbigen Dachgeschoss haust. Auch wenn es sich sowohl bei Kassier als auch bei Horzon um Persiflagen von Reichtum und Berühmtheit handelt, so zeigt das Erfolgsmotiv doch, wie sehr man sich am Bohemien sattgesehen hat und wie selbstverständlich es geworden ist, den Wunsch nach Erfolg in der Kunst auszusprechen, wo man vor wenigen Jahrzehnten noch idealistischere Ziele formuliert hätte.

Als wohl wichtigstes Vorbild dieses Künstlertypus, der mit der Sehnsucht nach Reichtum und Popularität hausieren geht, muss Andy Warhol genannt werden. Seine Aussagen in »From A to B and Back Again«, erstmals 1975 veröffentlicht, hören sich ganz ähnlich an wie die von Kassier und Horzon: »Business art is the step that comes after art« oder »Being good in business is the most fascinating kind of art.« Auch Warhol richtet sich gezielt gegen das Vorurteil, Geld sei schlecht, wohingegen Idealisten gut seien – wie sie häufig durch Künstler verkörpert wurden, steht bei ihnen doch das künstlerische Werk statt einem egoistischen Lebensstil im Vordergrund: »During the hippie era people put down the idea of business – they'd say, >Money is bad,< and >Working is bad,< but making money is art and working is art and good business is the best art.« Bei Warhol werden Steigerungsformeln an die Stelle eines einzigartigen Opus Magnum gesetzt. Wie auch bei Horzon, wenn er seine Designstücke mit den Schlagwörtern #design, #gutesdesign und #sehrgutesdesign – in ebendieser Reihenfolge versieht.

56

Während bei Andy Warhol unklar geblieben ist, wie die Motive von Reichtum und Popularität zu verstehen sind: ob als Strategie, einem veralteten Künstlertopos etwas Neues entgegenzusetzen, als Provokation oder gar als echte Leidenschaft, gibt sich Andy Kassier deutlich und schnell als Parodie zu erkennen. Was sie eint und was einen Teil der Kunstwelt insgesamt gegenwärtig motiviert, ist die Sehnsucht nach Popularität. Das war anders, als Kunst im Zeichen der Bohème etwas sein musste, das unpopulär ist – denn in dem Moment, wo der Bohemien zu Erfolg gelangt, sich etabliert, ist er keiner mehr. Oder als sie im Zeichen der >hohen Kunst< etwas sein musste, was nur eine kleine Gruppe von Insidern verstand. Gegenwärtig ist zunehmend der Wunsch spürbar, Kunst zu popularisieren.

Die Aversionen gegen die Bohème-Kunst auf der einen und gegen die hohe, unverständliche Kunst auf der anderen Seite zeigten sich auch in der beinahe flächendeckenden Ablehnung der beiden Großausstellungen im sog. Superkunstjahr 2017: der documenta 14 in Kassel und der Biennale in Venedig. Auf diesen beiden Schauplätzen waren die Kuratoren und ihr Ausstellungsteam sichtlich bemüht, nicht die von Wolfgang Ullrich als Siegerkünstler klassifizierten Stars des Kunstbetriebs ins Zentrum des Geschehens zu rücken, sondern, sagen wir, abgelegene Positionen. Anstatt populärer Themen sollten möglichst spezielle Sujets und Probleme präsentiert werden. Statt Jeff Koons und seine

riesigen Balloon-Dogs wurden beispielsweise Lorenza Böttners Fußmalereien ausgestellt. Böttner war bis dahin völlig unbekannt, weil – so der latente Vorwurf des documenta-Kuratoriums, der/die Künstler/in behindert war (die Arme mussten im Alter von acht Jahren amputiert werden), zudem Transgender als auch HIV-positiv. Unpopuläre, randständige bis dato diffamierte Positionen sollten endlich ins Licht der Öffentlichkeit gerückt werden, um dort späte Anerkennung zu erfahren. Außerdem traf man auf Kulturpessimismus und Kapitalismuskritik. Hört sich ganz nach einer Großausstellung an, wie sie auch die letzten Jahrzehnte hätte stattfinden und für gut befunden werden können, eben ganz nach zeitgenössischer Kunst. Umso überraschender war es, als sich die Kritiken überschlugen: Die documenta 14 sei missraten, befinde sich einer Sinnkrise, ihr Konzept, wenn es denn eins gegeben hätte, sei Ratlosigkeit gewesen – u.v.m.

Einer aber präsentierte sich in Venedig während der Biennale 2017 nicht gerade schlicht, außerdem genauso, wie man es von ihm gewohnt ist: Damien Hirst. Seine Ausstellung »Treasures from the Wreck of the Unbelievable« im Palazzo Grassi und Punta della Dogana eröffnete mit einer überlebensgroßen Figur, die den Besuchern geradezu entgegen posaunte, dass sie größer sei, kräftigere Schenkel und ein beeindruckenderes Geschlecht habe als Michelangelos David, der in Florenz üblicherweise wegen seiner Größe den Betrachtern imponiert. Aber auch diese Ausstellung wurde als Protzausstellung und schlechter Witz kritisiert.

64

Ebenso gut gebaut und auch manchmal protzig ist ein Künstler, der 2017 durch seinen YouTube-Account aufgefallen ist, auf dem er etwa unter dem Titel »KUNST und gesunde Ernährung« einen Smoothie zubereitet: Sebastian Späth. Andere Titel seiner YouTube-Videos lauten »KUNST und die große Liebe« oder »KUNST und TERROR« oder »KUNST und das Laufen.« Sie folgen also der Formel »KUNST plus ein Thema, das sich gut vermarkten lässt«. Das liest sich kokett, aber es schwingt, sieht man sich die Videos an, viel Ernsthaftigkeit und Ausdauer mit. Auf seinem Blog »Beiträge zur Kunst« schreibt Späth: »Für mich sind Kunst und Leistung Synonyme, ist Kunst ein Synonym für Leistung und alle Begriffe, die zum Wortfeld »Leistung« dazugehören. Für alles, was sich unter dem Oberbegriff »Leistung« zusammenfassen lässt, wie etwa Erfolg, Effizienz, Selbstoptimierung, Zufriedenheit und Einsatz.« Seine persönliche Kunsthaltung definiert er als »neoliberal«. Was das heißt, wird von Späth gleich mitgeliefert: »[...] durch die Kunst [hat] jeder die Möglichkeit [...], zu sein, wer er sein möchte, zu tun, was er tun will – er muss nur die nötige Leistung dafür aufbringen. Bei Kunst geht es also ums Sich-Selbst-Erfinden.« Auf Instagram macht er Collagen von sich und Andy Warhol, das ist eine ganz konkrete motifgeschichtliche Einordnung.

Nun ließe sich schlussfolgern: Was bleibt, sind ein paar auf Erfolg, Sportlichkeit und Wettbewerb getrimmte Machos. Sebastian Späth verpasst es fast nie, seinen durchtrainierten Oberkörper preiszugeben, bei Andy Kassier scheint sich

Geld und Macht nur als Mann verkörpern zu lassen – wie bei den echten RKOI spielen auch bei ihm Frauen keine Rolle, und Rafael Horzon prahlt dort besonders laut mit Erfolg, wo sich keiner eingestellt hat. Und dann wäre da noch der Hauptprotagonist im Kunstfilm »The Square« von Ruben Östlund, der unter anderem bei den Filmfestspielen von Cannes 2017 die Goldene Palme gewonnen hat. Auch Museumskurator Christian (Claes Bang) müsste, wie die anderen in diesem Text erwähnten Protagonisten, als Macho klassifiziert werden. Aber es bleibt am Ende immer beim »müsste«: Christian tritt auf, wohlwissend, dass sich die Kunst als elitäres Subsystem nicht mehr mit den gesellschaftlichen Problemen (im Film im Motiv des Bettlers immer wieder aufgegriffen) befasst. Rafael Horzon prahlt auf Instagram in alter Bohème-Mannier, dass er dieses Jahr kein einziges Bild verkauft hat (»NULL«). Andy Kassier erweist sich im Interview mit »Bento« als Kapitalismuskritiker: »Meine Fotos sind eine Kritik an übermäßigem Konsum und Materialismus.« Und Sebastian Späth? Er glaubt an die Kunst, wo sie ungläubwürdig wird. Für alle gilt, was auch der Bohémien für sich in Anspruch nahm: das Leben ist als Gesamtkunstwerk anzusehen.

Es herrscht also allgemeine Orientierungslosigkeit. Gewusst wird nur noch, was nicht mehr funktioniert: die Rolle des Bohémien genauso wenig wie die des Künstlermachos. Bekannt ist allein, was man nicht mehr will: die Moderne. Als Sinnbild für die Moderne kann Kasimir Malevichs Schwarzes Quadrat gelten. Rafael Horzon versuchte folgerichtig die Moderne hinter sich zu lassen, indem er schwarze Quadrate als »Wanddekorationsobjekte« verkaufte. Auch in »The Square« wird das gleichnamige Kunstwerk zum Ausdruck der Absurdität einer Kunst, die von sich selbst glaubt, bedeutsam für die Gesellschaft zu sein, obwohl sie mit ihr nicht im geringsten in Berührung kommt. Es bleibt eine Kunst übrig, die ohne Erfolg nach Legitimation sucht. ◆