

Wolfgang Ullrich

Netzwerkbürger als Kunstpublikum

2013

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2306>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ullrich, Wolfgang: Netzwerkbürger als Kunstpublikum. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 2 (2013), Nr. 2, S. 28–33. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2306>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-2014031439>

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.

NETZWERKBÜRGER ALS KUNSTPUBLIKUM

Wolfgang Ullrich



28

Auf dem Feld der Kunst ist zurzeit eine Erosion bildungsbürgerlicher Werte zu beobachten. Die über zwei Jahrhunderte hinweg oft pathetisch entwickelte Idee vom autonomen Künstler, der aus völliger Unabhängigkeit etwas Eigenständiges schafft und damit den Anspruch auf Heil, Erlösung, Revolution erheben kann, wird kaum noch mit Verve vertreten. Damit einhergehend schwindet der Glaube an die Legitimität von Urheberrechten: Nichts existiere ohne Tradition, Vorbilder und Einflüsse. Diese Betonung von Genealogien und Verwandtschaften erinnert an die Logik des Adels. So wird in der höfischen Gesellschaft das oder der Einzelne ebenfalls immer als Teil einer längeren Kette angesehen; seine Eigenschaften sowie sein Ansehen gewinnt alles daraus, nicht für sich alleine zu stehen.

Doch wo der Glaube an das singuläre Meisterwerk schwindet, das als erhabener Ausnahmestand empfunden wird, braucht sich der Rezipient ebenfalls nicht länger zu vereinzeln, um die Botschaft der Kunst schweigend-demütig zu vernehmen. Vielmehr darf auch der Umgang mit Kunstwerken wieder alten höfischen Konventionen ähneln. Wie schon im 17. und 18. Jahrhundert Kunst als Unterhaltung, als Anregung zu Konversation und Kontaktabahnung oder als Anlass für gesellschaftliche Ereignisse galt und nicht wenigen bei ihrer sozialen Profilierung half, so werden Ausstellungen – und vor allem ihre Eröffnungen – neuerdings vermehrt und unverhohlen zu einem Event, bei dem sich die Besucher mehr füreinander als für die gezeigten Werke interessieren.

Stand die bildungsbürgerliche Kultur grundsätzlich in einem Missverhältnis zum Ereignis der Vernissage, die man als ungehörige Profanierung der hehren

Kunst empfand und geradezu ritualhaft zu verachten pflegte, sieht man darin heute kaum noch ein Problem. Wer Ausstellungseröffnungen besucht, braucht keine Entschuldigungen mehr anzubringen oder den Vorwurf der Oberflächlichkeit zu befürchten. Dies umso weniger, als einige Galerien oder Kuratoren mittlerweile ihrerseits Ausstellungen als Sache eines einzigen, möglichst spektakulären Abends ansehen. Sie verzichten auf längere Laufzeiten, haben sie doch gelernt, dass, wer nicht zur Eröffnung kommt, meist gar nicht mehr auftaucht.

Erst recht verändern sich Charakter und Stellenwert von Vernissagen durch Social Network Sites wie Facebook. Es wird mehr und mehr zur Usance, vorab bekanntzugeben, wenn man eine Ausstellungseröffnung besuchen will. Auf Seiten von Galerien wie Eigen + Art in Leipzig/Berlin, Feinkunst Krüger in Hamburg oder Kamel Mennour in Paris kann man sich eintragen und zugleich sehen, wer noch zu einer Vernissage kommen will, ja ob sich vielleicht sogar Promis wie Helene Hegemann, Maxim Biller oder Klaus vom Bruch angemeldet haben. Genauso kann man absagen oder angeben, noch nicht zu wissen, ob man's an dem Abend schafft. Mit anderen Worten: Wer sich überlegt, ob ein Besuch lohnen könnte, schaut zuerst einmal, wer alles kommt – oder fragt unter den Freunden, ob das ein passender Treffpunkt sein könnte. Damit unterscheidet sich ein Vernissage-Besuch nicht mehr vom Besuch eines Clubs oder einer Disco, denn auch da kann man sich vorab auf der Facebook-Seite anmelden oder sich anhand der Gäste informieren, ob das eine Location sein könnte, die zu einem passt. Das Berghain und die Galerie Johann König stehen auf einmal in direkter Konkurrenz. Und im Fall der Galerien gilt: Schon in Vorbereitung auf den Abend befasst man sich länger mit den Gästen als mit der gezeigten Kunst, über die auf den entsprechenden Facebook-Seiten oft auch nicht viel zu erfahren ist.

30

Wie schick oder gut besucht eine Galerie ist, kann mittlerweile also auch davon abhängen, ob sich die richtigen Leute ankündigen. Wer viele Freunde hat oder als besonders cool und interessant gilt, wird immerhin andere dazu bringen, sich ihrerseits als Besucher einzutragen und auf die Vernissage zu gehen. Charmant für viele ist auch die Vorstellung, den Abend im selben Raum mit einigen Leuten zu verbringen, deren Facebook-Profile eine Flirtchance versprechen oder die bekannter sind als man selbst. Und wenn man erst einmal mehrfach auf denselben Vernissage-Seiten wie sie erscheint, kommt es vielleicht sogar zu Freundschaftsanfragen, man kann auf diese Weise den eigenen Freundeskreis bei Facebook upgraden und seinen sozialen Status erhöhen.

Abzusehen ist daher, dass Galerien sich künftig eigens um Gäste bemühen werden, die prominent oder bei Facebook überdurchschnittlich gut vernetzt sind oder die wiederum Freunde haben, die als potenziell interessante Klientel angesehen werden. Denn so erweitern sie nicht nur die Anzahl ihrer Besucher, sondern können auch attraktiver als Konkurrenten erscheinen, die weniger Netzwerkpflege betreiben. Vielleicht werden solche für die Imagepolitik einer

Galerie begehrten Besucher sogar bald wie Testimonials behandelt und eigens für ihre Anmeldung und ihr Kommen honoriert oder zumindest mit kleinen Extras – Umsonst-Snacks oder einer Einladung zu einem zusätzlichen Abendessen mit den ausstellenden Künstlern – belohnt.

Im Moment fällt jedoch noch auf, dass keineswegs alle Galerien, die auf Facebook aktiv sind, einen Teilnahme-Button für ihre Vernissagen eingerichtet haben. Vielleicht haben sie die Möglichkeiten des neuen Mediums bisher nicht erkannt, eher aber dürften sie bewusst entschieden haben, den postbildungsbürgerlichen Vorlieben des Socializing nicht eigens zuarbeiten zu wollen. Tatsächlich sind es oft dieselben Galerien, die dafür mehr Material zu den Ausstellungen online stellen, die also darauf achten, dass die Kunst und die Künstler – und nicht die Besucher – im Mittelpunkt des Abends stehen und den Ausschlag dafür geben, ob jemand sich zum Kommen entschließt.

Die Trennung zwischen traditionelleren, nach wie vor einem hohen Begriff von Kunst verpflichteten Galerien und anderen, die als gute Party-Location auffallen wollen und Kunst eher als Lifestyle-Accessoire und soziales Ereignis interpretieren, findet sich ganz ähnlich in der zeitgenössischen Literatur wieder. Hier sind Vernissagen nämlich ein durchaus beliebtes Sujet, und kaum ein anderes Motiv verrät besser, ob ein Autor noch an bildungsbürgerlichen Werten hängt.

Die herkömmliche Aversion gegen Vernissagen kommt etwa in Daniel Kehlmanns »Ich und Kaminski« zum Ausdruck. Der Roman stammt zwar schon aus dem Jahr 2003 und damit aus einer Zeit, als Social Media Sites noch irrelevant waren, aber eben deshalb spiegelt er den bildungsbürgerlichen Habitus unhinterfragt. Als der Erzähler des Romans, ein Kunstjournalist, mit einem ehemals berühmten, mittlerweile jedoch vergessenen, schon alten Avantgarde-Künstler auf einer Vernissage auftaucht, wird das als große Zumutung geschildert: Die anderen Gäste sind durchwegs dumm und affektiert. Da ist etwa das Vernissagen-Luder, das weder Lucian Freud noch Brancusi kennt, aber, nachdem der Name »Duchamp« fällt, fragt, ob der denn auch anwesend sei. Oder es taucht ein eitler Ästhetikprofessor auf, der – was auch sonst – »solariumsbraun« ist und »wie immer eine grell bunte Krawatte« trägt; er hat – auch das zu erwarten – »zuviel getrunken« und ist daher nur peinlich.

Das extreme Gegenstück zu dieser quälenden Vernissage, die alle Vorurteile der wahren Kunstfreunde bestätigt, findet sich in dem 2010 erschienenen Roman »Leuchtspielhaus« von Leif Randt. Im Mittelpunkt steht hier eine Künstlerin, die selbst nie auftaucht und deren Identität Rätsel aufgibt. Sie hinterlässt meist ephemere Spuren wie Graffitis oder Ballonskulpturen an öffentlichen Orten, schickt Post, betreibt einen Piratensender. Die gut vernetzten Mitglieder eines hippen Londoner Friseursalons werden zu ihren engagiertesten Fans, auch dort tauchen Arbeiten von ihr auf, man setzt ihre Vorschläge um, die dann bei Vernissage-Abenden präsentiert und verkauft werden. Eine klare Grenze zwischen Kunstwerken und Merchandising-Artikeln gibt es in dem

Salon ebenso wenig wie eine Unterscheidung zwischen dem, was die Künstlerin macht, und den schicken, monatlich wechselnden Frisuren, die für die Members eigens und exklusiv entwickelt werden. In Übernahme einer Begrifflichkeit aus dem Kunstbetrieb werden die Frisur-Ideen sogar als »Vintage-Hair« bezeichnet. Die klassische Differenz von freier und angewandter Kunst spielt keine Rolle mehr. Statt von der Kunst Läuterung oder Trost zu erwarten, ist sie, nicht anders als eine ausgefallene Frisur, eine Sache der Repräsentation und Distinktion; sie dient der Generierung von sozialem Status und wird zum ästhetischen Code einer Community.

Jedes Mal hoffen die Gäste, die Künstlerin möge wie ein Star plötzlich doch auftauchen. Aber ihr Ausbleiben führt nicht zu Enttäuschungen. Vielmehr genießt jeder die Vernissage-Abende, und während die Gäste sich in Kehlmanns Roman alle darum bemühen, beflissen, kundig und seriös aufzutreten – aber alle daran scheitern –, ist es bei Randt genau umgekehrt: Hier gibt es Members, die sogar »versuchen, bewusst dämlich zu lachen und dadurch spontan zu wirken«. Die Gäste »wippen bald zu ihrem Klangteppich aus Stimmen und Handys«, aus denen jeweils andere Musik kommt. Der Salon-Betreiber cremt sich seine Arme mit einer After-Sun-Lotion ein, es gibt Sandwiches, dann wird getanzt, geraucht, getrunken, geflirtet. Es scheint, als sei nichts Entspannteres vorstellbar als eine solche Vernissage. Die Sorge, etwas könnte unangemessen gegenüber der Kunst sein, existiert nicht, und sie ist ja auch eher eine lose Sammlung von Artefakten und Gesten, die den Members das Gefühl geben, zu einer besonders coolen Gruppe zu gehören. Ungeteilte Aufmerksamkeit verlangt sie so wenig wie die Snacks, die Musik, die Frisuren.

32

In Silke Scheuermanns Roman »Shanghai Performance« aus dem Jahr 2011 wird es gar als eine der größten Fähigkeiten der Hauptprotagonistin – Margot Wincraft, eine Künstlerin, die an Vanessa Beecroft erinnert – beschrieben, dass sie gute Partys organisieren kann. Sie sind geradezu eigene Werke, zumal sie in ihrer eigentlichen künstlerischen Arbeit ebenfalls jeweils eine größere Anzahl von Menschen auswählt und bei Performances in genau definierte Konstellationen bringt. Während es sich dabei aber um strenge und künstliche Choreographien handelt, geht es ihr als Gastgeberin und »Meisterin« der Party darum, höchst unterschiedliche Menschen zusammenzubringen. Ihre Partys sind »völlig unangestrengt«, es gelingt ihr, dass alle – es kommt einem Pfingstwunder gleich – »respektvoll, vorurteilsfrei, neugierig« miteinander umgehen und sich so freier fühlen als sonst. Selbst »Partymuffel und Arbeitstiere« machen »eine Ausnahme«, zugleich laufen »schüchterne Genies [...] zu Hochform« auf, Leute kommen plötzlich auf tolle Ideen, bisher Unbekannte haben Sex miteinander – und es heißt: »Dass die zwei miteinander können, hätte keiner gedacht – aber sie haben sich bei Margot kennen gelernt«.

Künstlerische Begabung ist auf einmal eine Spielart sozialer Intelligenz, ein Künstler empfindet Stolz, wenn er einigen Menschen einen schönen Abend

ermöglicht, an dem jeder jemanden findet, dank dessen Bekanntschaft sich dem eigenen Ego schmeicheln lässt. Ob es die Ausstrahlung des Künstlers oder der Charakter seiner Werke ist, was für gute Laune sorgt und vernetzend wirkt, ist dabei zweitrangig. Eine Romanfigur wie die Künstlerin Margot Wincraft unterscheidet sich also nicht im Geringsten von einem Popstar wie Lady Gaga, die über ihre Arbeit bemerkte: »Ich mache keine Alben, damit die Leute sich das anhören und sagen: ›Wow, sie ist ein Genie.« Ich möchte einfach, dass du dir einen Drink bestellst, vielleicht die Person küsst, mit der du an diesem Abend ausgehst, oder dass du etwas aus deiner Vergangenheit entdeckst, was dich stärker werden lässt«.

Kunst für die Ewigkeit, Kunst und Transzendenz, Kunst als Religion – das alles war einmal. Es war wichtig in einer bildungsbürgerlichen Kultur, in der der Einzelne sich auf sich allein gestellt empfand und gesellschaftliche Bedeutung sowie eine individuelle und starke Persönlichkeit gerade auch durch die Beschäftigung mit Kunstwerken zu erwerben hoffte. Doch so emphatisch alles um den Begriff der Bildung kreiste, so sehr geht es inzwischen für viele um Vernetztheit. Weniger die Auseinandersetzung mit bestimmten Werken als die Nähe zu Menschen mit hohem sozialem Status verspricht ihnen nun eine Steigerung der eigenen Persönlichkeit. Wie im alten Adel definiert man sich auch in der heutigen Celebrity-Kultur über die Verbindungen, in denen man zu anderen Menschen steht. Der Netzwerkbürger tritt an die Stelle des Bildungsbürgers. ◆