

„Informationskunst“ - eine Variante politisch-künstlerischer Strategien in den 1990er Jahren

Holger Kube Ventura

Die Bezeichnung „Informationskunst“ führt in die Zeit um 1992 zurück, und damit in jenes Jahr, als in Köln parallel zur *Art Cologne* die *Unfair*, und parallel zu dieser wiederum ein folgenreiches *Rahmenprogramm* realisiert wurde. Letzteres war unter anderem deshalb so folgenreich, weil es „das Wunder sich kennenzulernen“⁴¹ vollbrachte: Beim *Rahmenprogramm* trafen KünstlerInnen und Gruppierungen aufeinander, deren Selbstverständnis bezüglich damaliger Themen und Formen politisch-künstlerischer Praxis ähnlich war, ohne dass sie sich vorher gekannt hätten. Für Viele stellte sich heraus, dass sie mit ihrem Anliegen, „eine Veränderung im Kunstfeld herbeizuführen: eine veränderte Ausstellungspraxis, einen veränderten Künstlersubjektbegriff, eine veränderte Verantwortlichkeit“⁴², keineswegs alleine gewesen waren.

Das *Rahmenprogramm* fand vom 11.-15. November 1992 in Form von ca. 25 Büros, Fanzines, Archiven, Einzelveranstaltungen und Art Clubs in leerstehenden Ladenlokalen im Kölner Friesenwall und in der Friesenstrasse statt: *Allgirls*, *Artacker*, *Artfan*, *Bizart*, *BüroBert*, *Botschaft*, *Dank*, *Fake*, *Frauen & Technik*, *Heaven Sent*, *Informationsdienst*, *kultuRRevolution*, *minimal club*, *Paper Tiger TV*, *Ring Club*, *Schleifschnecke*, *Spuren*, *Symptome*, *The Thing*, *Weltbekannt*, *Westwerk*, *241* und viele mehr gestalteten es. Aus dem Blickwinkel von Frank Frangenberg sah es im Friesenviertel dadurch in diesem Herbst dann so aus „wie man sich eine funk-

tionierende, demokratische Stadt vorstellen könnte. Boutiquen, Bars, Restaurants und in jedem dritten/vierten Laden informative Ausstellungen von Gruppen und Initiativen.“³

Mit vielen der in diesen Tagen präsentierten bzw. unternommenen Aktivitäten wurde im weitesten Sinne an einem Begriff von Gegen- oder Teilöffentlichkeit und an der Vernetzung mit benachbarten Strukturen gearbeitet. Offensichtlich wurde das bei der Kölner Dependence von *The Thing*, die im Friesenwall 116a ihr Domizil hatte, und bei dem in der Friesenstrasse Nr. 60 eingerichteten Zeitschriftenlokal – aber auch bei dem in der Nachbarschaft Station machendem *Informationsdienst*. Dieser war wenige Monate zuvor als Protest gegen Jan Hoets allzu männlich dominierte *documenta 9* von Ute Meta Bauer, Tine Geissler und Sandra Hastenteufel gegründet worden: Er bestand aus einem mobilen Archiv von Publikationen, Audio- und Videocassetten über die Arbeit von 80 zeitgenössischen, internationalen Künstlerinnen und stellte dadurch Gegenöffentlichkeit im Sinne eines „Informationsdienstes zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten“ her. Das ID-Archiv – das von 1973-81 unter ebendieser Bezeichnung operiert hatte – war übrigens auch Bestandteil des *Rahmenprogramms*. Es wurde in dem Projektraum *Copyshop* im Friesenwall 130 vorgestellt.⁴

Copyshop – Untertitel: „(Gegen)Öffentlichkeit und Gebrauchswert“ – war eine Initiative des Kunstkollektivs *BüroBert*. Es beinhaltete den einmonatigen Betrieb eines Projektraumes, der gleichermaßen als Archiv, Diskursforum und zentraler Treffpunkt der am *Rahmenprogramm* Beteiligten diente. Vorträge, Diskussionen, Filmvorführungen und Workshops zu Themen wie z.B. „Videoaktivismus“, „Hausbesetzungen“, „Alternative Netzwerke“ oder „AIDS-Aktivismus in den USA“ fanden dort statt. Eine Bibliothek aus Büchern, Zeitschriften, Video- und Audio-Material zu politisch-künstlerischen Bewegungen der jüngeren Vergangenheit im Kölner Raum und anderswo – so etwa auch die Arbeit der seit den 80er Jahren deutschlandweit agierenden „Infoläden“ – wurde zum Kopieren (und damit zur Vervielfältigung von Gegenöffentlichkeit) zur Verfügung gestellt. Eine Wandzeitung zur Spekulationspolitik bei den leerstehenden Ladenlokalen im Friesenviertel, der Barbetrieb und ein Fernseh-Labor von *Paper Tiger TV* bestimmten das Tagesgeschehen. Wie man sich dieses vorstellen kann, ist einer Selbstdarstellung der Gruppe von 1993 zu entnehmen: „Eine typische Paper Tiger Installation besteht aus einem Wohnzimmer, das als Wände die handgemalten Studiodekorationen aus unseren Sendungen benutzt. Dazu kommen alte Möbel aus Second Hand-Läden oder von großzügigen Spendern. An manchen Orten machen wir die Möbel aus Stößen von lokalen Zeitungen. Das schafft eine angenehme Atmosphäre und lädt die Leute ein, länger zu bleiben. Ein anderer Teil der Installation beinhaltet einen Zeitungsstand mit verschiede-

nen alternativen Zeitschriften sowie Mainstream Publikationen, die mit Bemerkungen und Aufklebern 'verarztet' sind. Außerdem gibt es eine Wand aus Zeitungen mit Stiften, so daß Besucher/innen ihre Ideen und Meinungen zu den Medien oder zu der Installation aufschreiben können. Installationen können natürlich auch als Studios genutzt werden, um Live-Shows zu produzieren und damit den Prozeß des Video-Machens für die Besucher/innen zu entmystifizieren.⁶⁵

Die Funktion von *Copysshop* beschrieb Stephan Geene (*minimal club*) damals folgendermaßen: „das november-projekt besetzt eine stelle im feld der sog. aktuellen kunst, benutzt sie aber zur politisierung + aufhebung der isolation der in diesem bereich arbeitenden gruppen.“⁶⁶ Es ging also darum, einen Zusammenhang herzustellen, der „sich an User, nicht an Kunden/Konsumenten“⁶⁷ richtet. Dieses Ziel wurde erreicht. *Copysshop* geriet zu einer wichtigen Wegmarke für ein sich in späteren Jahren überregional formierendes, politisch-künstlerisches Netzwerk. Und das damalige *Rahmenprogramm* wurde sogar „im nachhinein paradigmatisch für diese Art von Veranstaltung“⁶⁸.

Anläßlich der Berliner Ausstellung *Fontanelle* (1993) definierte Jochen Becker von *BüroBert* die Bezeichnung „Informationskunst“: „Unter diesem Begriff fasse ich Arbeiten zusammen, die sich mit der Recherche, Dokumentation und Distribution von im Alltag oft kompliziert zugänglichen Informationen beschäftigen. [...] Unabhängiger als der Journalismus in der Wahl von Themen und Darstellungsformen, übernimmt diese Kunst die Funktion der Ermittlung und Distribution von politisch, sozial oder kulturell relevanten Inhalten. Häufig vermittelt sie zwischen fremder oder eigener Forschung und ihrer Anwendung auf den Alltag. Darstellungsformen lehnen sich oft an Formen der Alltags-Kommunikation oder an die Dokumentation in den Massenmedien an. Ästhetisches wird eher kommentiert und dokumentiert als neu produziert.“⁶⁹

Die Präsentationen im *Copysshop* fielen dabei für Becker genauso unter den Begriff „Informationskunst“ wie die Materialien, die 1993 in den gleichnamigen, im ID-Verlag erschienenen Dokumentationsband aufgenommen wurden. Dort gibt es Beiträge von oder zu A.N.Y.P., Fareed Armaly, *Art in Ruins*, *Botschaft*, *BüroBert*, *Group Material*, Ulrike Holthöfer, ID-Archiv, *Internationales Frauen Aktionsbündnis*, *Kritische AIDS-Diskussion*, *minimal club*, Christian Philipp Müller, Yvonne Rainer, Martha Rosler, *Sammlung Brinkmann*, *trap*, *WochenKlausur* und vieles mehr. Ihre Themenbandbreite reicht von deutschen Neo-Nationalismen (und dem diesbezüglichen Widerstand in Form von *Wohlfahrtsausschüssen*) über die US-amerikanische AIDS-Krise (und den zugehörigen politisch-künstlerischen Aktivismen), die Geschichte der Gegenöffentlichkeitsbewegungen seit den 60er Jahren (mitsamt ihren zeitlich parallelen Praxisformen im Feld der

Kunst) bis zu feministischen Kritikansätzen, Theoriedispositiven der Gentechnologie sowie zahlreichen Projektdarstellungen wie etwa dem berühmten *Town Meeting* in der New Yorker DIA Art Foundation. Sowohl im Projektraum *Copyshop* als auch im Handbuch „Copyshop“ ging es um eine Verbindung und gemeinsame Arbeit von KünstlerInnen und politischen Initiativen, d.h. die Einführung von „Themen, [...] Infrastrukturen, Personen usf. beider Bereiche. Es geht also um ein geschicktes Wechseln, Vage-Lassen der benutzten Strukturen, je nach den politischen Erfordernissen, welches schließlich eine Hervorhebung von Kunst vor anderer Praxis nicht mehr unbedingt notwendig macht.“¹⁰

An dieser Stelle wird ein besonderes Charakteristikum der so verstandenen Informationskunst deutlich, nämlich das Operieren mit taktischen Kunstbegriffen: Weniger die Frage nach der Funktion von Kunst, als vielmehr danach, wie man den Freiraum Kunst für gesellschaftsbezogene Kritiken oder Korrektive nutzbar machen könnte, stand im Zentrum. Der Kunstbetrieb wurde nicht als zu erobernde, geschweige denn zu boykottierende Festung angesehen, sondern schlicht als eine von vielen Arbeitsmöglichkeiten. Seine Räume wurden erstens benutzt, um Politika durch die Aura von Kunst aufzuladen, zweitens, um andere AdressatInnen zu erreichen und drittens, um Produktionsmittel zu akquirieren. Ob und in welchem Maße bei den Projekten dann ästhetische Fragen eine Rolle spielten, wurde oft – sehr bewusst – im Vagen gelassen. Der Status „KünstlerIn“ bot ein brauchbares Schutzschild gegen die Zuschreibung, etwas sei nur Theorie, nur Aktivismus, nur Dokumentation oder nur Politik. Die im Wechseln der Felder zum Einsatz kommenden Darstellungsmittel (Video, Fotografie, Radio, Drucksachen usw.) bezeichnete Jochen Becker pauschal dann als „taktische Medien“, wenn ihre BenutzerInnen aus politischen Motiven heraus damit im Feld Kunst operierten: Jedes Medium sei dazu geeignet, im Kunstkontext zu politischen Zwecken eingesetzt zu werden, und jede/r Produzent/in könne im Kunstbetrieb als KünstlerIn auftreten.

Dieser Umstand ist in Kunsttheorien schon lange bekannt. Die Propagierung seiner Nutzbarmachung jedoch konnte nach wie vor brisant sein – in den 90er Jahren sogar mehr als zuvor. Denn ähnlich wie Duchamp das triviale Objekt durch *displacement* erkenntnistheoretisch aufgeladen hatte, so war in den 90er Jahren der Begriff des Künstlers bzw. der Künstlerin selbst stärker denn je zu einem *ready-made* geworden, das sich als Instrument eben auch für politisch motivierte Interventionen eignete: Nicht nur konnten die Intervenierenden als KünstlerInnen auftreten, auch die politischen Aktivitäten bzw. Gegeninformationen waren im Kunstkontext als *ready-mades* unter ästhetischen Gesichtspunkten rezipierbar. Dadurch eröffneten sich vielerlei neue Ressourcen: Wo es um lokale Problematiken ging, da konnten diese durch die im Kunstkontext

erlangte Sinnbildfunktion (z.B. die Metaphorisierung sozialen Engagements) zu einer gesamtgesellschaftlichen Dimension erweitert werden. Die Schirmherrschaft „Kunst“ garantierte die Aufmerksamkeit (und möglicherweise den Support) von Gesellschaftskreisen, die von oppositioneller Politik sonst nie erreicht werden. Und um die im Kunstbetrieb übliche Identifizierung von AutorInnen und die daraus resultierende Neutralisierung der Projekte durch Konsumption zu vermeiden, wurde mit wechselnden Gruppenlabels gearbeitet.

Etwas apodiktischer als Beckers Überlegungen zu Informationskunst war die Position von Renate Lorenz, die ebenfalls zu mehr *politics* im Kunstbetrieb aufrief. Lorenz versuchte sich in der „Copyshop“-Publikation an einer offensiven, theoretischen Rückendeckung für die damaligen politisch-künstlerischen Zusammenhänge, indem sie schlicht und ergreifend jeden Unterschied zwischen politischen und künstlerischen Äußerungen bestritt: Wie etwa *ACT-UP* in den USA bewiesen habe, handele es sich dabei lediglich um verschiedene Bezeichnungen: „Eine solche [...] Lesart gibt einen Hinweis, dass die Trennung von politischer und künstlerischer Aktion eine historisch entstandene (durch Interessen wie Märkte, Kunsthistoriker- und Künstler/innenkarrieren beförderte) und damit *nicht notwendige* ist.“⁴¹ Lorenz machte kein Hehl daraus, dass es ihr dabei um „eine Art *Vergesellschaftlichung* des Kunstbereichs“⁴² und um das konkrete, politische Nutzbarmachen von Theorie und Diskursanalyse ging. Im Sinne Oskar Negts sollte Kunst als „politische Gebrauchsöffentlichkeit“ verstanden und das Konzept „Gegenöffentlichkeit“ erweitert bzw. relativiert werden. Vor dem Hintergrund poststrukturalistischer Erkenntnistheorien und dem Überdruß an ideologischer Systemkritik müsse dabei der klassisch linke Gestus des Dagegen-Seins aufgegeben werden: Die traditionell ihm unterliegende Gewissheit, in der Opposition auf der Seite der Wahrheit und der besseren Lebensentwürfe zu stehen, sei obsolet.

Die im Kölner *Copyshop* zuvor erprobte Strategie, das öffentliche Interesse für Kunst sowie bestehende Institutionen und Distributionswege als taktisches Medium für politische Arbeit zu nutzen und dabei die Vernetzung mit Personen aus thematisch verwandten Arbeitsbereichen voranzutreiben, setzte Lorenz in Zürich fort. Sie gehörte zu jenen Kuratorinnen, die im Winter 1993 den vormaligen Kunstaustellungsraum Shedhalle vollkommen umdefinierten und als ein Forum profilierten, in dem gesellschaftspolitische Fragestellungen erheblich Vorrang vor ästhetischen hatten. Bereits das erste Projekt im Februar 1994 signalisierte den radikalen Bruch anhand einer konkreten Intervention der *WochenKlausur* zur Unterstützung von Frauen in der offenen Drogenszene Zürichs. Fortan folgte die Shedhalle dem Slogan „Art is not enough“⁴³ und realisierte zuweilen auch Ausstellungen, die „unter Umständen nichts mit Kunst zu

tun haben müssen.⁴⁴ Dem Fokus des ersten Jahres auf „Bio- & Gentechnologien“ folgten später Projektreihen zu „Feminismus & Geschlechterkonstruktionen“, „Rassismus & Repression“, „Techno/Pop & Jugendkulturen“, „Ökonomie & Globalisierung“, „Gegenöffentlichkeit & Medien“ sowie diverse Projekte, die auf die Vernetzung von künstlerischen mit politischen Bewegungen abzielten. Dabei erfüllte sich *BüroBerts* vorheriger Ruf nach politisch-künstlerischen Zusammenhängen, die „sich an User, nicht an Kunden/Konsumenten“ richten – zuweilen allerdings auch in einem negativen Sinn: Einigen dieser Projekte wurde der Vorwurf gemacht, dass sich die daran Beteiligten nur noch an ihresgleichen wenden würden und gegenüber anderen Kreisen hermetisch verschlossen seien.

Wie lässt sich Informationskunst der frühen und mittleren 90er Jahre charakterisieren? Zunächst würde man damit solche Projekte bezeichnen wollen, die sich mehr oder weniger explizit mit der Kontextualisierung oder Widerlegung offiziöser Diskurse beschäftigten. Im Unterschied zum protestierenden Aufzeigen oder Anklagen gesellschaftlicher Mißstände ging es dabei jedoch eher um die kritische Analyse von Sachverhalten und ihre Aufbereitung in Illustrationen. So hieß es in Presstexten zu Ausstellungsprojekten wie etwa *Game Girl* (1994) oder *Nature TM* (1995) in der Ankündigung zwar noch, dass es darum ginge, „Argumente gegen die Wünsche und Hoffnungen, die zur Zeit auf Bio- und Gentechnologien projiziert werden“⁴⁵ zu sammeln. Die Formen dieser Gegendarstellung, die von den Beteiligten dann dafür gefunden wurden, entsprachen aber nicht mehr jenen Oppositionsbildern, die man von politischer Kritik gewohnt war: Es wurde eigentlich nicht polemisiert, angeprangert oder zum Sturm auf die Laboratorien aufgerufen, sondern der Themenkomplex wurde in Einzelaspekte zerlegt und atmosphärisch aufgeladen.

Durch den Kunstkontext gerieten dann etwa die Blätter der Zürcher Fachklasse für wissenschaftliches Zeichnen, die z.B. die Anatomien von Kniekehlen unter Auslassung aller Knochen zeigten, auch ohne weitere Positionsbekundung zu einer schlagkräftigen Illustration jener gentechnologischen Versprechungen, die auf die Modellierbarkeit des Menschen abzielen. Assoziationen zu dem damaligen Patentantrag der Firma Agracetus auf die sogenannte „Krebsmaus“ erweckte eine spröde zusammengezimmerter Holzmaus, die sowohl an die Turngeräte auf Abenteuerspielplätzen, als auch an so manche didaktische Abteilung von Naturhistorischen Museen erinnerte und darüber hinaus als Infobox diente. *Paper Tiger TV* boten ihre technologiekritischen Videos in einer ihrer typischen Wohnzimmerinstallation zur privaten Sichtung an, während in einem anderen Raum die flächendeckende Plakatierung mit Werbekampagnen von Pharmakonzernen deren groteske Argumentation pointierte. Als Iris Berben 1996 in

der *TV Movie* erzählte „[in Amerika] ist das ein Statussymbol zu sagen: Mensch, zu Weihnachten schenke ich mir ‘nen Arsch‘“¹⁶ – da war dieser Satz im Unterhaltungskontext der Fernsehillustrierten bloß ein Kuriosum. Wo jedoch ähnliche Sätze in Ausstellungen wie *Game Girl* monumentalisiert und im Ensemble mit anderen Statements zu Gentechnologie erschienen, da entstand daraus eine wirkungsvolle Kritik.

Die multimedialen Displays aus Fotos, Videos, Interviewaufnahmen, Artikeln, Schautafeln, Zeichnungen, Objekten und weiterführender Literatur zum jeweiligen Themenkreis ähnelten oft gleichermaßen dem Design von Verkaufsmessen wie einigen jener *post studio practices*, die zur selben Zeit (um 1994) unter dem Label „Kontextkunst“ avancierten. Und der „asketische Infoflair“,¹⁷ für den die Zürcher Shedhalle ab 1994 bekannt geworden war, hat sich in späteren Jahren zu einem stringenten „Desktop-Technolayout“¹⁸ entwickelt, das die Ausstellungsästhetiken von ganz anders programmierten Institutionen beeinflusste. Die Ausstellung *Nature TM* z.B. – so schrieben Renate Lorenz und Stephan Geene – „zitierte eine (Verkaufs-) Messe. Künstlerische, soziale und politische Projekte ‘präsentierten’ sich mit ihrer Kritik und ihren Aktionsformen gegen Gen- und Biotechnologien. [...] Dass NatureTM die Arbeit/Position einer Gruppe oder Initiative als ‘Verkaufsstand’ formuliert, stellt aktuelle kritische Tätigkeit ironisch in die Widersprüche des Kapitalismus: ‘Kritik muss Produktform annehmen.’ Der Messecharakter hat aber für die Beteiligten einen Darstellungsvorteil. Er ‘verdirbt’ den kunstfetischisierenden Aspekt aller Kunstproduktion und kann davon ‘unbeschadet’ Displayformen entwickeln (‘Messedeko’).“¹⁹ Zahlreiche andere Projekte von *BüroBert* und *minimal club* führten dazu, dass die Appropriation von Messedesign Mitte der 90er Jahre fast zu einem eigenständigen Genre von Informationskunst wurde.

In politisch-künstlerischen Projekten lebt die Bereitstellung und Bebilderung von Informationen von jener Ästhetisierungsautomatik, die sich immer dann einschaltet, wenn etwas im Kunstraum erscheint. Egal, ob von KünstlerInnen taktisch inszeniert oder von politischen AktivistInnen eher unbedacht an die Wand gehängt – im Kunstkontext funktionieren Demonstrationsobjekte stets auch als Persiflagen auf „richtige Kunst“. Während *Group Material* diesen Effekt ab 1980 in ihrem *Storefront Project* gezielt eingesetzt hatten, rechnete die Bauwagen-Initiative *Platz Da!* sicher nicht damit, dass der von ihr 1995 auf der *Messe 20k* (Köln) als Infostand aufgestellte Bauwagen von BesucherInnen möglicherweise als monumentale Skulptur missverstanden werden könnte. Das Pendant zu taktisch eingesetzter Informationskunst liegt also in jenen im Kunstkontext bereitgestellten Informationen, die von ihren LieferantInnen nicht bezüglich der dort wirkenden Rezeptionsdynamik mitbedacht werden. Die

Ästhetisierungsautomatik kann zu der von Lorenz geforderten „Vergesellschaftlichung des Kunstbereichs“ führen, indem die Kritik dabei quasi an der Hintertür anklopft und somit RezipientInnenkreise (z.B. KunstkritikerInnen oder KuratorInnen) für politische Themen interessiert werden, für die sie sonst nicht erreichbar wären. Er kann aber auch nachteilig wirken – wenn nämlich kunstsuchende BesucherInnen die sich ihnen aufdrängende Frage, welche Brille denn gerade aufzusetzen wäre, dahingehend beantworten, dass das Gesehene unästhetisch und das darin Thematisierte daher eben „schlecht“ sei. Besonders laut gestellt wurde die Wo-bleibt-die-Kunst-Frage 1998 dem Berliner Projekt *Baustop.randstadt* – es wurde hier und dort erstaunlicherweise nach jenen ästhetischen Qualitätsmerkmalen beurteilt, die von denselben Stimmen noch wenige Jahre zuvor leidenschaftlich abgelehnt worden waren.²⁰

Ein weiteres Beispiel. Anfang 1995 errichteten *Botschaft*, *BüroBert* und *minimal club* im Hamburger Kunstverein ein Hauszelt, um von dort aus über den Offenen Kanal diverse Radioprogramme zu gestalten und zu senden. Gemeint ist hier das Projekt *70/90 96,0 fm* zu der Ausstellungsreihe *dagegen-dabei* (1994/95), die in sechs chronologischen Etappen „Produktion und Strategie in Kunstprojekten seit 1969“ thematisierte. Die drei Kunstkollektive nahmen in der Abfolge von *dagegen-dabei* den Part der zeitgenössischen Praxisformen ein. Von einem eigenen Ort aus (nämlich ihrem Zelt im Kunstverein) kreisten ihre Radiosendungen um Verbindungsmöglichkeiten zwischen Ästhetik und Politik (z.B. anhand von *Laibach*) sowie um die Frage, wie bei komplexen Labelstrategien in selbstorganisierenden Gruppen noch eine künstlerische Identität aufrechterhalten werden kann (etwa am Beispiel *allgirls*). Das Hauszelt mit dem zugehörigen Mobiliar wirkte im Kunstverein durch den beschriebenen Ästhetisierungsmechanismus bestechend. Wenn das Arrangement unbelebt war, mochte es uninformierte AusstellungsbesucherInnen durchaus an Arbeiten von z.B. Luciano Fabro erinnern oder zur Verwechslung mit den Partizipationsattitüden eines Rirkrit Tiravanijas verleiten. Eigentlich jedoch war es nur ein peripherer Bestandteil des Kunstprodukts. Denn – wie *Botschaft* 1995 erläuterte – „der Begriff >Produkt< definiert sich heute anders. Die Information selbst ist bereits ein Produkt. Deshalb ist es notwendig, strategische Allianzen zu knüpfen und in kurzer Zeit ein Netz aufzubauen, um Informationen dementsprechend zu plazieren.“²¹

Dieses Statement von *Botschaft* findet sich in dem von Marius Babias herausgegebenen Handbuch über die von ihm dort so benannte „re-politierte Kunst der 90er Jahre“. In einer ebenfalls von Babias für *Kunstforum International* geschriebenen Rezension von *dagegen-dabei* liest man aber über das Projekt *70/90 96,0 fm* lediglich Folgendes: „Eine Woche lang Medien-, Musik- und

Technologiekritik aus einer zum Sendestudio umfunktionierten Kunstinstitution. Überquellende Aschenbecher, Papierkram, Club-Wear und Mini-Bar: das Szenario einer eingespielten Wohngemeinschaft, zu der die >Besucher< kaum Anschluß fanden. Während der Live-Sendungen wurden die Gespräche mit den Veranstaltern im Flüsterton geführt, fand die angepeilte Gegenöffentlichkeit unter Ausschluß der Öffentlichkeit statt, nämlich anonym vor den Radiogeräten.⁴²² Diese Reduzierung des Radioprojektes auf seine Oberflächenästhetik und seine im Kunstraum angeblich unzureichende Sozialität war umso erstaunlicher, als Babias (im Unterschied zu anderen AusstellungsbesucherInnen) die Arbeitsweisen von *Botschaft*, *minimal club* und *BüroBert* nicht nur kannte, sondern auch protegierte. Die Vermutung liegt daher nahe, dass ihm 70/90 96,0 fm als Installation schlicht zu unästhetisch war, oder genauer: dass ihm die ästhetische Monumentalität der Studiosituation – um die es erklärtermaßen nicht ging – nicht geheuer war.

Die an die Informationskunst in den 90er Jahren oft herangetragenen Vorwürfe der Unansehnlichkeit waren nachvollziehbar – genauso wie die sich darin manifestierenden Konventionen über Kunstbegriffe. Man kann diese Vorwürfe schnell entkräften, indem man auf die Bedingungen eingeht, unter denen sich Geschmack und Konzepte von Schönheit bzw. Ästhetik bilden, d.h. einerseits auf massenmediale und andererseits auf kulturelle Sozialisationen. Am deutlichsten wird ihre Dominanz bei jener Arbeitsverweigerungs-Haltung, die AusstellungsbesucherInnen gerne einnehmen, wenn die erwarteten sinnlichen Sensationen ausbleiben und jene Grundregel von Kultur außer Kraft gesetzt zu sein scheint, die da lautet: Kunst muss Genuss bereiten. Wenn „Schauräume im Sinne eines Informationsträgers benutzt“ und „dort kontextunübliche Themen wie Gentechnik plazierte“ werden – so stellte Gunnar Reski einmal heraus – dann wird dabei das „typische Rezeptionsmuster [...] abgeblockt oder läuft ins Leere“. Seinem diesbezüglichen Plädoyer über Informationskunst schließe ich mich der Grundtendenz nach an: „Die gängige Erwartungshaltung an Ausstellungskunst hat dort wenig zu suchen bzw. wird wenig finden. Wenn gesamtgesellschaftlich relevante Themen medial zu kurz kommen, muß man ihnen andernorts zu mehr Präsenz verhelfen. Warum nicht Orte der Kunst dafür vereinnehmen, wenn diese verfügbar sind. Wenn außer auf der Wissenschaftsseite Patentfragen zur Genmaus auch im Feuilleton anklingen, ist das ein kleiner Erfolg.“⁴²³ Zu diesem Plädoyer passt auch ein Statement des Ausstellungsmachers Georg Bussman, der 1970 mit der Ausstellungstournee *Kunst und Politik* bekannt wurde und zu einem späteren Projekt mal bemerkte: „Natürlich kennt man die Bedenken gegen eine politisch thematisierte Kunst, daß sie sich nämlich in solcherart >Anwendung< selbst aufhebe. Andererseits weiß man ebenso, daß eine

Kunst ohne die Spannung zur politischen Realität nicht nur langweilt, sondern auch ihre soziale Funktion verfehlt.“²⁴

Informationskunst provoziert jene altbekannte Grenzmarkierung, die davon lebt, ihre Überschreitungen anzuklagen. Auf ihrer einen Seite steht die echauffierte Wortmeldung „Wo bleiben Genuss und Schönheit?“, auf der anderen das vermeintlich substantiellere Postulat, es gehe schließlich um die gesellschaftlich relevanten Inhalte eines Projektes und nicht um die Präsentationsformen, deren geschmäcklerische Befragung ja doch nie anderes leiste, als Machtworte des elitären Subsystems „Kunst“ zu reproduzieren. Die Kunstdiskussion fungiere günstigstenfalls nur als scheue Distanznahme zu den konkreten Politika, schlimmstenfalls aber als kalkulierte Diffamierung politischen Engagements, indem mittels harscher Methodenkritik inhaltliche Auseinandersetzungen verdrängt werden. Diese Frontstellung zwischen „Wo bleibt die Kunst?“ und „Wo bleibt die Politik?“ kann im Kern nicht aufgelöst werden, da ihre beiden Seiten von sehr verschiedenen Interessen motorisiert sind.

Anmerkungen:

¹ Frangenberg, Frank: *Zwanzig Jahre später*. In: *Team Compendium: Selfmade Matches. Selbstorganisation im Bereich Kunst*. Hrsg. v. R. Baukrowitz/K. Günther. Hamburg 1996, p. 211.

² Müller, Ariane: *Für >Demontage<*. In: *Team Compendium* (a.a.O., 1996), p. 214.

³ Frangenberg, Frank: *Zwanzig Jahre später*. In: *Team Compendium* (a.a.O., 1996), pp. 211f.

⁴ Aus dem „Informationsdienst zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten“ (ID) ging 1981 der „Informationsdienst – Zentrum für alternative Medien“ (ID-Archiv) hervor. Seit der Einstellung des ID-Archivs im Sommer 1988 befindet es sich im Amsterdamer Internationalen Institut für Sozialgeschichte. Die Edition ID-Archiv ist heute ein eigenständiger Berliner Verlag.

⁵ Feaster, Mary/Iannacone, Linda: *Paper Tiger TV Labor*. In: *CopyShop. Kunstpraxis & politische Öffentlichkeit*. Hrsg. v. BüroBert. Berlin 1993, pp. 142f. Abbildungen von PTTV-Installationen finden sich z.B. in *Fontanelle Journal*. Hrsg. v. N. Bätzner, C. Tannert. Berlin 1993, p. 326.

⁶ Geene, Stephan: *Jeder November ist anders (Copyshop)*. In: *CopyShop* (a.a.O., 1993), p. 78.

- ⁷ BüroBert: *Gegenöffentlichkeit*. In: *CopyShop* (a.a.O., 1993), pp. 23f.
- ⁸ Müller, Ariane: *Für >Demontage<*. In: *Team Compendium* (a.a.O., 1996), p. 214.
- ⁹ Jochen Becker in *Fontanelle Journal* (a.a.O., 1993), pp. 69f.
- ¹⁰ BüroBert in *LAB: Jahrbuch für Künste und Apparate*. Hrsg. v. Kunsthochschule für Medien Köln, Verein d. Freunde d. Kunsthochschule. Köln 1999, p. 280.
- ¹¹ Lorenz, Renate: *Kunstpraxis & Politische Öffentlichkeit*. In: *CopyShop* (a.a.O., 1993), p. 12.
- ¹² Ebd. p. 51.
- ¹³ Dieser Slogan geht auf eine Plakataktion zurück, mit der *Gran Fury* 1988 zum kollektiven Widerstand gegen die AIDS-Krise aufgerufen hatte. Er geriet zum Titel eines 1996/97 in der Shedhalle realisierten Projekts zu politisch-künstlerischen Widerstandsformen von den 60er Jahren bis zur Gegenwart. Vgl. *Shedhalle – Programm '96*, Zürich 1997, pp. 83-100.
- ¹⁴ Volkart, Yvonne: *Gewerbeschein Künstlerin*. In: *Die Beute*, Nr. 2, Sommer 1995, p. 130.
- ¹⁵ O. A. zit. aus *CopyShop2. geld.beat.synthetik - Abwerten bio/ technologischer Annahmen*. Hrsg. v. BüroBert, minimal Club, S. Schultze. Berlin 1996, p. 30.
- ¹⁶ Iris Berben in *TV Movie*, Nr. 20, 1996, p. 258.
- ¹⁷ Reski, Gunter: *Raumjingles und Bildungslaub*. In: *Team Compendium* (a.a.O., 1996), p. 41.
- ¹⁸ Müller, Ariane/Reski, Gunnar: *Das beste Unentschieden, was es gibt*. In: *Dagegen-Dabei. Texte, Gespräche und Dokumente zu Strategien der Selbstorganisation seit 1969*. Hrsg. v. H.-C. Dany, U. Dörrie, B. Sefkow. Hamburg 1998, p. 287.
- ¹⁹ Stephan Geene/Renate Lorenz in *Shedhalle - Programm '95*, Zürich 1996, p. 68 u. p. 71.
- ²⁰ In dieser Weise wurde *Baustop. randstadt,- #1: aggressives, nicht-akkumulatives, städtisches Handeln* mehr oder weniger explizit kritisiert von Beatrice v. Bismarck, Josephine Pryde, Roberto Ohrt und Anke Kempkes in *Texte zur Kunst*, Nr. 32, 2/1998, pp. 112-117.
- ²¹ Botschaft e.V. in Babias, M.: *Im Zentrum der Peripherie. Kunstvermittlung und Vermittlungskunst in den 90er Jahren*. Dresden 1995, p. 295.
- ²² Babias, Marius: *dagegen-dabei*. In: *Kunstforum International*, Bd. 130, 5-7/1995, p. 338.
- ²³ Reski, Gunter: *Raumjingles und Bildungslaub*. In: *Team Compendium* (a.a.O., 1996), p. 41.
- ²⁴ Bussmann, Georg: *Übungsgelände oder Kunst im Freien*. In: *Übungsgelände - Europa der Nacken des Stieres*. Hrsg. v. G. Bussmann, Projektgruppe GHS Kassel. Suhl 1993, p. 16.