

infection manifesto

Andrea Knobloch

die zeitschrift

im herbst 1998 wurde infection manifesto anlässlich der einladung zu einem ausstellungsprojekt in der kölnen innenstadt erfunden. der titel dieses projekts „brückengang – kunst steht im weg“ sagte womöglich mehr und anderes, als von den initiator/innen (zwei kölnen künstler/innen) beabsichtigt: kulturaktivismus mit event-charakter sorgt sich um das wohlergehen des städtischen einzelhandels und bietet geneigten besucher/innen der art cologne nach messe-schluss anreize, sich in die city aufzumachen. es sind überwindbare distanzen, nur eben über die deutzer brücke und schon ist man drin, im zentrum des geschehens. ein vermittlerisches anliegen gab es natürlich auch: ganz „normale“ passant/innen an die kunst heranzuführen. so sassen im nasskalten novemberwetter zwanzig künstler/innen acht tage in ebenso vielen, als ausstellungsort zu verfügung gestellten baucontainern auf kölnen strassen und plätzen herum und versuchten, zugunsten der belebung der innenstadt hemmschwellen abzubauen. da die vorstellung, unter solchen voraussetzungen eine woche lang auf ca. acht qm eingesperrt zu sein, wenig reizvoll schien, lud ich drei projekte dazu ein, die die frage nach öffentlichkeit für ihre produktion mit der wahl eines bestimmten präsentationsformats beantwortet hatten: ein von künstler/innen initiiertes zeitschriften- und ausstellungsprojekt aus düsseldorf präsentierte im container

die erste ausgabe seines magazins SITE, die kölnerin kyra stratmann stellte ihr auf cd gepresstes hörmagazin „because tomorrow comes“ mit beiträgen aus der internationalen klangkunstszene vor, und stefan saffer zeigte eine dia-show mit aufnahmen der veranstaltungen seines sandwich projects in london: einen sommer lang jeweils sonntags organisierte er dort mit befreundeten künstlerkolleg/innen ausstellungen unter einer offenen, aber überdachten hausecke, die vom vorbeiflanierenden flohmarktpublikum in augenschein genommen werden konnten.

um das angebot zu komplettieren brachte ich die erste ausgabe von „infection manifesto, zeitschrift für kunst und öffentlichkeit“ heraus und organisierte im container eine zweitägige release-party mit dosenpils und einer ausstellung zu kunst in köln schaufenstern und einkaufsstrassen. mittels eines adressregisters hätte man die im container als schwarz-weiss-kopien reproduzierten „kunststücke“ jeweils am originalstandort aufsuchen und auf diese weise womöglich wirklich zu einer belebung der innenstadt beitragen können. vermutlich angesichts des eher als mangelhaft empfundenen kunstverständs der ungefragt beteiligten einzelhändler/innen oder aber wegen des schlechten wetters hielt sich die begeisterung für diese möglichkeit in engen grenzen. die allermeisten besucher/innen bevorzugten doch das gemütliche biertrinken im mittels radiator beheizten container. die beiträge der frisch aufgelegten zeitschrift widmeten sich städtischen kulturlandschaften in zürich, düsseldorf, berlin und oberhausen mit schwerpunkt auf dem „kunstherbst“ in der hauptstadt. berichtet wurde u.a. über die invasion der künstlerisch verhübschten plastikkühe in der züricher innenstadt, eine fiktive installation im centrO, der gigantistischen shopping mall in „der neuen mitte“ oberhausens, und über die eröffnung der potsdamer platz arkaden in berlin.

letztendlich hatten wir alle eine interessante woche, dank konzentrierter öffnungszeiten war der container immer gut besucht und es haben wirklich viele gespräche stattgefunden. das pressecho war gleich null und vermutlich hat auch kein mensch wirklich die zugegebenermassen dezente kritik am zusammenwirken zwischen ausstellungsmacher/innen und sponsoren (u.a. city marketing köln) und der instrumentalisierung künstlerischer arbeit zum zwecke der vermarktung der kölnen innenstadt wahrgenommen – wir hätten den container in die luft sprengen sollen. übrig blieben der schlüssel zur eingangstür und die zeitschrift. der schlüssel hängt immer noch bei mir zu hause an der wand und die zeitschrift sieht gerade dem erscheinen ihrer fünften ausgabe entgegen.

die geschilderte situation dürfte vielen bekannt sein. als künstlerin gerate ich immer wieder in stuhlwischenträume: die sitzflächen selbst sind besetzt von interessen, die nicht die meinen sein können, aber vielleicht hätten sein sollen,

infection manifesto

no 1

zeitschrift
für kunst und
öffentlichen
raum
dm 5

infection manifesto widmet sich als 'haus-zeitung' des Labels 'haus stein' Erscheinungsformen von Kunst im öffentlichen/medialen Raum. Ganz bewusst verwenden wir hier den Begriff der 'Erscheinung'. Kunst taucht auf in öffentlichen Zusammenhängen und löst sich darin, dem gewohnheitssträngigen Alltagsblick hinter anderem, zweckmäßigerem verborgen. Und doch entscheidet gerade dieses Nebenbei-präsent-sein in hohem Maß über Eindrücke, aus denen die 'Öffentlichkeit' ihr Bild von Kunst und der damit verbundenen Praxis zusammenfügt. Wie gestaltet sich das Bild, das derjenige mit dem Begriff Kunst verknüpft, der nicht zum Kreis der 'Informierten' gehört, also zu subjektiven Wahrnehmungen kein fachliches Gegengewicht erfährt. infection manifesto untersucht diese Fragestellung, indem ein weitgefächertes Spektrum gesellschaftlicher Artikulationen observiert und bewertet wird. Dazu gehören Architektur, öffentlicher Raum, Mode/Lifestyle, Medien, Wohnkultur und insbesondere die Werbewirtschaft - Bereiche, in denen mit Kunst umgegangen wird, ohne daß man sich explizit ihrer Präsentation und Vermittlung widmen würde. Erste Erkenntnisse legen den Schluß nahe, daß Kunst in der Öffentlichkeit als willfähriges Instrument fremder Interessen wahrgenommen wird, das sich gegen entsprechendes Entgelt skrupellos in jeden Zusammenhang einpassen läßt, der sich davon einen Imagegewinn verspricht. Ein Tatbestand, der niemanden verwundern wird, der sich in den Grundregeln spätkapitalistischer Kolonialisierung zunächst resistent scheinender Felder kultureller Betätigung auskennt. Sicherlich ist auch die Verknüpfung der Künstlerpersönlichkeit mit moralischer Integrität längst obsolet geworden. Allerdings möchte infection manifesto nicht versäumen, immer wieder darauf hinzuweisen, daß mit fortschreitender Kommerzialisierung auch eine Entwertung der Erkenntnisse, die aus künstlerischer Produktion gewonnen werden könnten, unvermeidbar scheint und Kunst somit als ein Instrument der Kritik und Innovation gesellschaftlicher Entwicklungen immer mehr ins Abseits gerät. Schließlich muß sie ihre Attraktivität für potentielle Verwerter einbüßen, denn einhergehend mit opportuner Käuflichkeit ist der Verlust der Glaubwürdigkeit des ihr eingeschriebenen Wertekatalogs, der Begriffe wie Unabhängigkeit, Integrität und Qualität führt. infection manifesto wird diese Zusammenhänge weiterhin aufmerksam beobachten und kritisch begleiten.

die Redaktion



William Wegman
Werbung für
Cashmere-Pullover
Vogue



Schäufenster-Ausstellung
Zürich-Haus, Düsseldorf, Heinrich-Heine-Allee



Klaus Harig
Hinter
Glas-Objekt
Galerie-Gli

und aus einem zwischenraum heraus ist es nicht so einfach, sich gehör zu verschaffen. deswegen war die entscheidung, die zeitschrift weiter zu führen, schnell getroffen. ich hatte die vorstellung, damit inhalte, die mir wichtig erscheinen, in die welt setzen und dabei die bedingungen, unter denen das geschieht, auch weitgehend selbst gestalten zu können. als „starter kit“ gab es eine lange liste, was alles anders gemacht werden sollte, wobei noch nicht ganz klar war, wo die alternativen lagen. auf keinen fall sollte die zeitung sich über anzeigen, womöglich noch galerieanzeigen, finanzieren. es sollte auch kein sponsoring geben, um daraus ableitbaren repräsentationsbedürfnissen von vorn herein aus dem weg zu gehen und inhalte nicht in zusammenhängen zu diskutieren, die in erster linie von wirtschaftlichen interessen geleitet sind. die auswahl der teilnehmer/innen sollte sich aus einem thematischen zusammenhang heraus entwickeln und nicht abbild persönlicher kontakte und freundschaften sein. das heft selbst sollte sein erscheinungsbild von ausgabe zu ausgabe ändern, damit eine „corporate identity“ bzw. erwartungen an eine konstante sprache, ein immer gleiches erscheinungsbild gar nicht erst entstehen.

infection manifesto sollte, immer in bezug auf das heftthema, jeweils andere codierungen aus dem bestand der printmedien nutzen. das erste heft orientiert sich am erscheinungsbild von zeitschriften, die religiöse inhalte vermitteln wollen und im strassenverkauf angeboten werden. die in der stadt abgestellten kunst-container hatten etwas ähnlich uneingeladenes wie die meistens stumm, aber unermüdlich vor fassaden und hauseingängen wartenden verkäufer/innen solcher blätter. in beiden fällen wird eine botschaft wie ein monstranz vor sich her getragen, was im öffentlichen raum etwas gezwungenes hat. auch jemand, der solche botschaften ignorieren will, tritt aus seiner „öffentlichen“ anonymität heraus. geht er dem kunstgenuss aus dem weg, outet er sich als intoleranter antidemokrat. hört er nicht auf die missionierenden stimmen religiösen eifers, zeigt er sich dem transzendenten abgeneigt (was dann aber erst später, quasi post mortem abgerechnet werden kann). die überlegen mitleidigen bzw. einen hauch böartigen blicke der abgewiesenen verkäufer/innen sprechen allerdings eine sehr gegenwärtige sprache, die der einer missverstandenen künstlerseele eventuell nicht unähnlich ist.

für die zweite ausgabe wurden projekte eingeladen, die aus selbstorganisierten zusammenhängen heraus öffentlichkeit herstellen bzw. arbeiten im öffentlichen raum plazieren wollten. die zeitschrift wurde diesmal als poster aufgelegt, weil dieses format nicht den privaten gestus eines hefts vermittelt, das man für sich allein durchblättert. ich konnte gelder für die druckkosten organisieren, aber keine honorare zahlen, und fand mich plötzlich in genau der ausbeutersituation wieder, die ich nicht erst im verlauf der container-show so vehement kritisiert

infection manifesto no2

Zeitschrift für Kunst und öffentliche Räume
Juni 1999

Nachdem infection manifesto nol weitestgehend aus einer sehr subjektiven Perspektive heraus den Erscheinungsformen von Kunst in öffentlichen Räumen nachspürte, haben wir diesmal Gäste eingeladen, Arbeiten und Projekte vorzustellen. Besonders interessierten wir uns für Vorhaben, die sich außerhalb institutionalisierter Räume positionieren bzw. öffentlichen Raum im weitesten Sinne bespielen.

HORTEN ist ein selbstorganisierter Ausstellungsraum in Düsseldorf. Seit seiner Gründung im Oktober 1998 fanden dort bereits 31 Ausstellungen statt.

Die GALERIE LINDA in Köln transformiert den Begriff 'Ausstellung' in temporäre Ereignisse und arbeitet gern mit DJ Hank zusammen.

CORNFORD & CROSS leben in London und beschäftigen sich mit den Bedingungen und Möglichkeiten von Kunst in öffentlichen Räumen. Sie stellen ihre Arbeit „Carnaby“ vor, die 1996 in Stoke-on-Trent/ GB in Rahmen der Ausstellung „City Limits“ realisiert wurde.

HAUS STEIN, Büro für Kunst und Öffentlichkeit und u.a.

Herausgeber dieser Zeitung, konstatiert in der Abteilung ho-market

neuerer Bezug an der Kunstvermittlung und -vermittlung.

Der Beitrag von DELLERHOFF & DE WOLD aus Berlin befaßt sich mit der

Position von Grünflächen als möglichen Orten künstlerischer

Intervention und verweist zugleich auf ihr aktuelles Netz-Projekt

„Hamburg Erasts“.

HOMELESS aus London sucht nach Alternativen zu herkömmlichen

Präsentationsformen von Kunst und fordert zur Teilnahme an der

Entwicklung neuer Möglichkeiten auf.

Die in Wien lebende Künstlerin ULRIKE MÜLLER wählte das

Format eines Briefwechsels, um über Ziele und Motivation ihrer im

Internet positionierten Arbeit „re: tracing“ zu berichten.

KARL HEINZ MATER und HANS KROPSCHOFER aus Linz

veröffentlichen im Rahmen ihres Projekts FERN das Gesamtverzeichnis

ihrer Arbeitsbibliothek, deren Exponate über die Abteilungen

BEREICH und FERTTAUSCH verfügbar sind.

Das LABOR K1000 ist ein von KünstlerInnen in Zürich organisiertes

Ausstellungsprojekt, das auch Arbeitsmöglichkeiten im multimedialen

Bereich zur Verfügung stellen will. Seine Entstehungsgeschichte,

Probleme und Perspektiven der Zusammenarbeit werden hier als

Brettspiel dargestellt.

Ganz zum Schluss, wie immer, unsere Rubrik LEUTE HEUTE, die

sich diesmal das Thema Kunst und Politik vornimmt.

Special guest dieser Ausgabe ist DR. HELENE VON OLDENBURG

aus Hamburg, die aus wissenschaftlicher Sicht historische, aktuelle

und zukünftige Tendenzen der Vernetzung untersucht.

hatte. immerhin erhielten alle autor/innen jeweils 10 belegexemplare als eine art ersatzleistung. trotzdem ist und bleibt es so, dass die zeitschrift nur existiert, weil auch von den teilnehmer/innen unbezahlte arbeit dafür geleistet wird. unter diesem gesichtspunkt erscheint die praxis, in selbstorganisierten und meistens mangelhaft finanzierten projekten ausschliesslich unter freund/innen zu bleiben, als verständliche reaktion: in sozial eng verbundenen gruppen können tauschwirtschaftliche produktionsverhältnisse unkomplizierter realisiert werden.

ein beitrags in der zeitschrift stellt wiederum öffentlichkeit her, was möglicherweise als tauschwert akzeptabel ist. obwohl die tatsache, dass ein artikel zu einem projekt erscheint, längst nicht heisst, dass er bemerkt und auch gelesen wird. da die auflage von infection manifesto niedrig ist (es erscheinen jeweils 500 nummerierte exemplare), lohnt es nicht, einen professionellen vertriebsweg zu suchen. die hefte würden in irgendwelchen lagern oder regalen verschwinden und quasi unsichtbar auf zufälliges interesse warten. um das optimale herauszuholen und möglichst effektiv zu arbeiten läuft der vertrieb über persönliche kontakte. die hefte werden jeweils als beipack in sämtliche zusammenhänge mit transportiert, die sich mir als künstlerin, vortragende oder anderweitig beteiligte erschliessen. sie werden von hand zu hand weitergereicht, und ich kann mir einigermassen sicher sein, dass jede/r der/die ein exemplar kauft, es (zumindest teilweise) auch lesen wird.

der titel der dritten nummer lautet „funktionieren im kunstbetrieb oder experimentieren anderswo“ und bezieht sich auf die position von künstlerinnen im kunstbetrieb. die beiträge schildern in einem sehr persönlichen ton erfahrungen, die gemacht wurden, oder beschreiben realisierte projekte, die auch als positionsbestimmungen gelesen werden können. es war ein grosses privileg, alle beteiligten kennenzulernen und gespräche über die geplanten beiträge zu führen, die dann als eine art übersicht über die situation an einem bestimmten zeitpunkt in diesem heft zusammengefasst wurden. die idee des diversen, aber nicht enzyklopädisch erschöpfenden, durch die zu einem gemeinsamen thema möglicherweise auch kontroverse standpunkte deutlich werden, hat sich hier nachvollziehbar realisiert. der gesamteindruck ist ein sehr offener. die individuellen sprechweisen grenzen nicht aus, sondern laden ein. die leser/innen werden allerdings nicht mit endgültigen lösungen beliefert, die eigene positionsbestimmungen vorweg nehmen. das heftformat ist das eines groschenromans: leicht ironisch bezieht es sich auf den herablassenden gestus, der die wohlfeilen und romantischen geschichten über ein wirkliches wünschen in einer unwirklichen wirklichkeit der weiblichen leserschaft überlässt.

das vierte und bisher letzte heft wurde erstmals in zusammenarbeit mit partner/innen produziert. beteiligt waren die plattform in berlin und das forum

infection

zeitschrift für kunst und öffentlichkeit

manifesto

no3

nummer 3
03/ 2000
dm 5
ös 50
us-dollar 5
auflage 500



**funktionieren im kunstbetrieb
oder experimentieren anderswo ?**

bell
bourgeois
douwjak / fischer
höpft / kreh
lanzinger
kuni
mars patent
nonnenmacher
overberg
rampe 003
reinecke
williams/ nadeem

leute heute:
baumann
braster
huber
kriegerowski
lucas
steinfeld
rinck
special guest: müller



stadtpark graz. anlässlich eines ausstellungsvorhabens am forum zum thema daily soaps und consumers attitudes entstand diese nummer zu medialen alltagsinszenierungen einerseits als dokumentation des ausstellungsgeschehens, es wurden aber auch beiträge speziell für das heft erarbeitet. das grafische design zitiert eine österreichische tv-programmzeitschrift, die wöchentlich in tageszei- tungen eingelegt wird. auf dem höhepunkt des big brother hypes stellte das heft einen querschnitt von meinungen vor, die zum thema der repräsentation von alltag und vermeintlicher authentizitätsproduktion im medium fernsehen von künstler/innen und theoretiker/innen ausgetauscht wurden.

das archiv

aus der idee, eine zeitschrift zu machen, haben sich weitere aktivitäten entwikkelt. das sich herumschlagen mit der frage nach einer möglichen relevanz auch der eigenen produktion und von kunst überhaupt, hat zu einem interesse an alltagskulturellen phänomenen geführt und zu der feststellung, das „kunst“ – jetzt mal in anführungszeichen gesetzt – eigentlich immer schon präsent ist. in jeder mc donalds-filiale hängt gerahmtes an der wand. die reproduktion eines gemäldes von gaugin findet sich mit grosser selbstverständlichkeit in einer apo- thekenauslage und bettbezüge werden im keith haring-design bedruckt. ich habe begonnen, solche dinge zu sammeln, zu reproduzieren und im rahmen von vorträgen jeweils unter einem bestimmten thematischen fokus ausschnitte aus diesem archiv zu veröffentlichen. die reaktionen sind sehr unterschiedlich. teil- weise fühlen sich leute auf den arm genommen. sie haben vielleicht etwas hoch- kulturelles erwartet und wollen sich nicht mit den abgründigen seiten der kom- merziellen verwertung von kunst konfrontieren. allerdings werden gerade hier populäre klischees zu kunst und künstler/innen immer wieder neu aufgerufen und gestützt und dann von besucher/innen in das museum oder die galerie mit- gebracht. wenn zum beispiel mercedes die sixtinische scene der erweckung adams in zusammenhang mit dem automobil als meisterwerk aufruft, wird da- mit gleichzeitig die idee des genialen, göttlich inspirierten künstler gestützt. vorstellungen von rebellion, sublimierter homosexualität und einer die eigene existenz verzehrenden energie kombiniert zu einem geradezu prometheischen heros spielen auf der ebene der rezeption sicher auch eine rolle, obgleich das auf background informationen aus michelangelos vita zurückgeht, die sich aber als populäre erzählungen erstaunlich weit verbreitet haben.

kunst findet in alltagskulturellen zusammenhängen als reproduziertes bild statt. ist eine arbeit nicht bildfähig, also auf einem repräsentationsmarkt nicht abbildbar bzw. konkurrenzfähig, kommt sie dort auch nicht vor. ist ihre kompa- tibilität zu gross, verschwindet sie zwischen magazinseiten. aufgedruckt auf

infection zeitschrift für kunst und öffentlichkeit ***manifesto***

no4
06/2001
dm5
ats35
\$5

mediale alltagsinszenierungen



mit beiträgen von: elke baulig, reinhard braun, dogfilm, udo göttlich/ jörg-uwe nieland,
astrid herrmann, uwe hofmann/ stefan römer für frischmacherInnen, reni hofmüller,
uschi huber, ulrike kremeler, dorit margreiter, wolfgang mayer, radio helsinki,
rotor feat. p.RT, andreas spiegel, kyra stratmann, stephanie wurster

neu

feuerzeuge und parfumflakons sinkt sie schliesslich unter die wahrnehmungsgrenze, die kunst von anderem trennt. das archiv versucht, möglichst viele jener bilder oder besser repräsentationen von kunstwerken wieder einzufangen, die in massenmedien zirkulieren. ihre bewahrung und katalogisierung und die damit eingeleitete wiedereinspeisung in ein künstlerisches projekt schliessen einen kreislauf kurz, der mit dem „entkommen“ solcher bilder aus dem zusammenhang von originalität und autor/innenschaft in den zwischenstatus der allseits verfügbaren reproduktion begonnen hat. ausserdem bietet die sammlung die möglichkeit, beobachtungen über vorstellungen zu kunst und künstler/innen zu machen, wie sie medial vervielfältigt werden und womöglich meinungen von rezipient/innen wesentlich beeinflussen.

„themenheft frühling“

um das interesse an der sichtbarwerdung von kunst in alltagskulturellen zusammenhängen an einem konkreten beispiel zu verdichten, habe ich im rahmen des infection manifesto archivs eine recherche angestellt, die sechs jahrgänge der deutschen vogue auf die präsenz von kunst und künstler/innen hin untersucht. die recherche wurde ausschliesslich aus der leserinnen perspektive heraus unternommen. ich habe keinen versuch gemacht, hintergründe aus der redaktion zu erfragen, sondern lediglich alles in die untersuchung aufgenommen, was als bild auf den seiten der vogue in diesem zeitraum in vorher festgelegten rubriken präsent war.

die ergebnisse sind einerseits in ihrer eindeutigkeit erstaunlich, andererseits wiederum wenig überraschend, weil sie lediglich bestätigen, was man – bis dahin noch präjudizierend – als tatsache schon annehmen konnte. der status von kunst als aufwertendes element zur förderung des verkaufs von mode und lebensstilen bestätigte sich insbesondere aufgrund der angelegten auswahlkriterien. im heft sichtbar wird nur, was gerade aktuell in ausstellungen auftaucht, und hier werden nur solche ereignisse berücksichtigt, die in international anerkannten institutionen stattfinden und möglichst noch bezüge zum heft oder zur produktion aufweisen. entweder handelt es sich um einrichtungen, die in geografischer nähe zum redaktions- oder produktionsstandort, bzw. zu auslandsvertretungen der zeitschrift liegen wie münchen (redaktion), hamburg (verlag), paris, mailand, new york (auslandsvertretungen). dort beheimatete institutionen werden überproportional häufig erwähnt. andere bezugspunkte wären wohnorte der (freien) autor/innen und natürlich deren persönliche vorlieben und abneigungen. galerien in köln zum beispiel, obschon ein wichtiger handelsplatz im kunstbetrieb, waren im heft gegenüber städten von in dieser

hinsicht geringfügigerer bedeutung absolut unterrepräsentiert: der almbetrieb in die „metropole“ berlin machte sich hier besonders bemerkbar.

das auswahlkriterium „ausstellung in einer anerkannten institution/galerie und dabei vorzugsweise eine einzelpräsentation“ führt zu einer beinahe eins zu eins übernahme vorhandener ausstellungspolitik, also auch der politik des ausschliessens von positionen von frauen, die im immer noch männerdominierten kunstfeld eher selten und – falls doch – zur ausnahmeerscheinung stilisiert oder in sehr hohem alter einzelpräsentationen erhalten (louise bourgeois z.b. wurde 1994 vom capital kunstkompass im alter von damals 82 jahren als newcomerin geführt). in einer an leserinnen adressierten zeitschrift scheint das einigermaßen absurd zu sein. da das magazin einer wunschproduktion der frau als instrument männlichen begehrens und repräsentierens verpflichtet ist, wundert sie sich allerdings nicht weiter über die reproduktion der üblichen quotierungen von 70 : 30, wenn es gut läuft, und 90 : 10, wenn alles normal läuft. die sich über sechs jahrgänge fortsetzende wachablösung männlicher autoren durch kolleginnen hat daran nichts ändern können. der kunstbetrieb hat seine auswahlkriterien beibehalten, und auch von den autorinnen wurden sie unhinterfragt übernommen. weiterhin dominieren sowohl männer-künstler als auch das medium der malerei, seit jeher bevorzugtes mittel maskuliner expression und immer noch die „bildfähigste“ aller künstlerischen äusserungen.

die untersuchungsergebnisse wurden in der berliner galerie im parkhaus als copyfolder vorgestellt, ausgewählte artikel aus sechs jahrgängen vogue wurden auf displays ausgehängt, und es wurde zu einem gespräch über den zusammenhang von produktionsumgebungen und präsentationsoberflächen eingeladen. der galeriesaal sollte damit nicht in erster linie auf seine funktion als ort der zurschaustellung künstlerischer produktion reduziert bleiben, sondern selbst als produktionsumgebung aufgefasst werden. mit drei von künstler/innen betriebenen ausstellungsprojekten (dezentrale kunst/wien, rampe 003/berlin, the mars patent/hamburg), die jeweils für sich spezifische präsentationsoberflächen (galeriesaal, selbstorganisierter projektraum, internet) nutzen, wurde vor dem hintergrund der vogue-recherche diskutiert. wichtig für die auseinandersetzung war die frage nach den unterschiedlichen bedingungen von sichtbarkeit und ihrem zusammenhang mit der jeweils vorgeschalteten produktionsumgebung: wie organisiert man sich, welche inhalte werden bearbeitet, welche interessen werden verfolgt und auf welche weise werden arbeitsergebnisse dann sichtbar bzw. wahrgenommen?

das öffentliche gespräch interessiert mich als eine form der auseinandersetzung, die inhalte im fluss hält und sich einer abschliessenden leistungsbilanz in den allermeisten fällen verweigert. man kann versuchen, zwischenergebnisse

festzuhalten, aber letztendlich liegt der gewinn im tun selbst. deswegen ist es fast unmöglich, hier über verlauf und inhalte zu referieren, zudem wir auf eine dokumentation für die nachwelt verzichtet und das produzieren auf diese weise als ein verschwendetes, nicht festzuhaltendes interpretiert haben. erwähnenswert wäre vielleicht die diskussion über den zusammenhang zwischen öffentlichkeit und etabliertheit. eine präsentationsoberfläche als instrument der sichtbarwerdung ist im kunstbereich auf wiedererkennbarkeit im sinne von erfolg angewiesen. der erfolg entwickelt sich erst einmal intern, nach internen kriterien. in anderen bereichen werden andere kriterien von anderen personen oder instanzen vertreten, die auf den kunstbereich nur eingeschränkt übertragbar sind. wird aber die verlockung durch im kunst-internen angehäuften symbolischen kapital zu gross bzw. öffentlich im sinne von medial präsent, entsteht eine anziehungskraft, die sich auch im aussen manifestiert und wirkt. ein einstmals vielleicht aus protest, widerstand oder substantieller kritik an verhältnissen initiiertes projekt könnte dann für kunstferne (aber auch interne) instanzen interessant und in der folge nach den hier angelegten kriterien erfolgreich vermarktet werden. womöglich etabliert es sich daraufhin im kulturindustriellen mainstream (der kunstseiten in der vogue) als etwas, das es einmal war, aber nun nicht mehr sein kann.

womit die frage nach dem erfolgskriterium quantität (an der kasse) eigentlich beantwortet ist: projekte wie die kölnener container-show setzen an einer vorstellung von öffentlichkeit für kunst an, die sich in zählbares transformieren lässt. es geht um öffentlichkeit als ware: die produktion eines publikums, das möglichst über ein „kunstpublikum“ hinausreicht, aber trotzdem als zielgruppe erkennbar und deswegen auch an sponoren interessiert bleibt. der den künstler/innen hier angebotene semiöffentliche raum stellt sie als rädchen in einem interessengefüge zwischen initiatoren, sponoren und einer repräsentationssüchtigen kulturpolitik vor, durch das macht ausgeübt und herrschaftsverhältnisse fühlbar ausgedrückt werden. die verwendeten werkzeuge heissen: zur verfügung gestelltes kapital (= qualität) und mediale präsentz (= erfolg). sie werden zugeteilt oder verweigert, je nach kompatibilität und vermarktungspotential der künstlerischen produktion.

welche räume bleiben für künstlerische initiativen, die sich nicht einsortieren oder auf restflächen abschieben lassen wollen und auf öffentlichkeit für ihre arbeit bestehen? jedes der zum gespräch eingeladenen projekte wendet sich auch über die wahl der präsentationsoberfläche an ein spezifisches publikum. ihre stärke liegt vielleicht – trotz der dadurch vorweggenommenen beschränkung auf eine teilöffentlichkeit – in der wahrnehmung und thematisierung von interessen innerhalb des kunstinternen, die, trotzdem sie womöglich nur hier

reflektiert und sichtbar werden, immer noch die Interessen von Leuten bleiben, die auch woanders zu Hause sind. womit ein Anker in das Gelände jenseits der Kunstgrenzen geworfen wäre, an dem diese sich wieder in den Bereich von Wirklichkeit und Veränderung hineinhangeln könnte und wo es dann wirklich nicht mehr um Verteilungskämpfe gehen müsste, weil alle eingeladen wären, von einer Auseinandersetzung um Inhalte zu profitieren.

Standortbestimmung ohne die Behauptung von Exklusivität bedeutet, dass Grenzen produktiv genutzt werden. Alles andere wäre die Reproduktion von Systemen, die ihre Produktivität dem Vorgang der Ausgrenzung verdanken.

ansonsten: das nächste Heft ist in Arbeit.

Bildnachweis:

Alle Abbildungen © Andrea Knobloch