

# KULTUR

«Traumavillas»: Volker Hesses Projekt am Zürcher Theater der Künste handelt von Verwundungen aller Art. 55

Kevin Vennemann: In seinem Roman «Mara Kogoj» setzt sich der Autor mit einem Alt-Nazi auseinander. 55

Leben: Altes Wissen und Hightech – junge Designer entwickeln Elektrogeräte. 66



## Hilfe, ist jetzt wirklich jeder ein Künstler?

Das ZKM in Karlsruhe ruft das Jahrhundert des Konsumenten aus – und findet Belege vor allem in der neuesten Medienkunst.

Von Barbara Basting, Karlsruhe

Mitte der 1950er-Jahre fabrizierte Jean Tinguely (1925-1991) Werke mit dem Titel «Meta-Malewitsch». Es handelte sich um Bilder mit beweglichen geometrischen Elementen, bei denen ein Schalter die Betrachter zur Interaktion einlud: Sie konnten den elektrischen Motor anwerfen, der die Konstellation der Elemente veränderte. Tinguelys Werk gehört zu den frühen Paradestücken der Mitmachkunst; seinerzeit sorgte es für einiges Aufsehen.

Der 1969 geborene Medienkünstler Marc Lee – der Zufall will es, dass auch er aus der Schweiz stammt – hat rund 50 Jahre später die Internetplattform «Loogie.net» (2002) entwickelt. Sie funktioniert wie eine Suchmaschine. Nach Eingabe von Stichworten filtert sie auf Knopfdruck aktuelle News in Echtzeit zu dem betreffenden Thema aus dem Internet. «Loogie.net» generiert individualisierte, auf den Benutzer und seine Wünsche zugeschnittene News – und wirkt über die Suchfunktion auch aufs Internet zurück.

Ist Kunst eine Ware wie jede andere?

Hinter dem vermeintlichen Service stecken durchaus kritische Absichten: Nachdenken über die Filter, die normalerweise bestimmen, was heute als «News» gilt; Nachdenken aber auch über die Frage, ob massgeschneiderte Informationen, die nur noch persönliche Präferenzen abbilden, beispielsweise nur noch «Positives» berichten, aus gesellschaftlicher Sicht nicht eher problematisch sind. Schliesslich haben sich die Medien lange Zeit stolz als so genannte «vierte Gewalt» präsentiert, deren Funktion eben gerade darin bestand, das Publikum mit dem Unerwarteten, auch Unangenehmen zu konfrontieren, das sich da draussen in der Welt abspielte.

Die beiden Werke markieren zwei Eckpunkte der Ausstellung «YOU-ser: Das Jahrhundert des Konsumenten» im Karlsruher ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie): Schon Tinguely hat die ökonomische Botschaft seiner Zeit – der Kunde ist König und die Erfüllung aller tatsächlichen und vermeintlichen Wünsche die Antriebsfeder des Kapitalismus – früh erfasst und kongenial auf die Kunst übertragen.

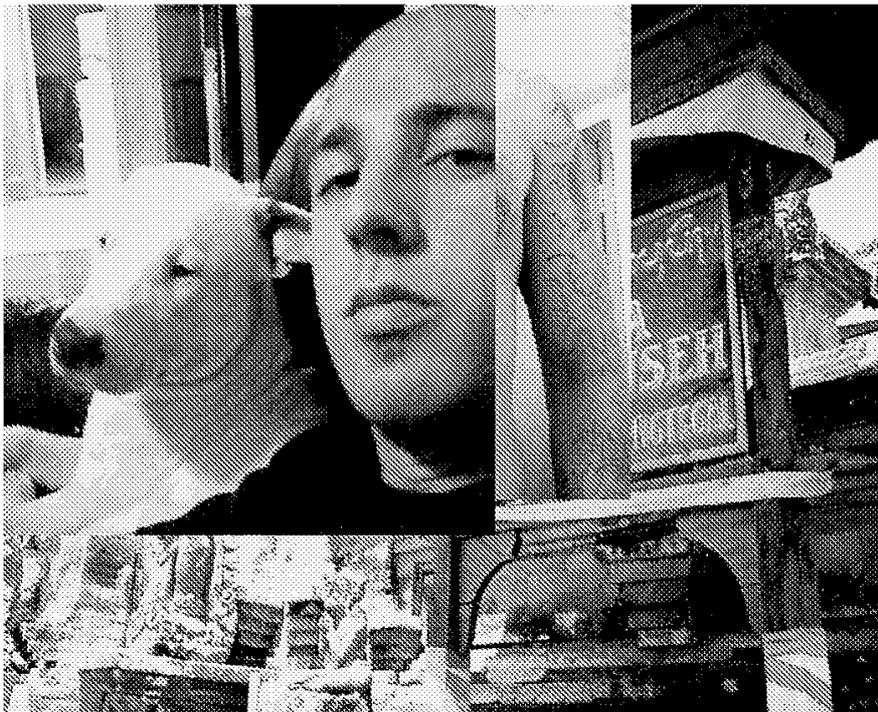
Er hat sie zugleich leise ironisiert. Denn was ist eigentlich die Kunst, wenn der Betrachter sie selber (mit-)macht? Ist sie noch das manchmal befremdende Gegenüber, die Herausforderung durch etwas, was nicht schon vorhersehbar ist – oder ist sie auch nur noch eine Ware wie alle anderen, die den Käufer möglichst reibungslos zufriedenstellt?

**Im Web 2.0 ist die Beteiligung der Benutzer zentral. Aber entsteht dort auch gute Kunst?**

Der Verdacht liegt nahe, denn was zu Tinguelys Zeiten eine noch eher überraschende, marginale Geste im Kunstbetrieb war, ist heute selbstverständlich: Den Betrachter, der klaglos schluckt, was er vorgesetzt bekommt, gibt es nicht mehr. Er ist zum User, zum Nutzer mutiert, der sich seine Inhalte nach Gusto selber zusammenstellt. Dem kapitalistischen Modell des «reifen» Konsumenten kann sich auch die Kunst auf Dauer nicht entziehen; sie passt sich also auf ihre Weise an. Das jedenfalls ist die These, die Peter Weibel, Direktor des ZKM, und sein Projektleiter Bernhard Serexhe mit einer üppig bestückten Schau belegen wollen.

Hat der Kunstbegriff ausgedient?

Es ist eine starke und polemisch gemeinte These; wenn sie stimmt, dann bedeutet sie in letzter Konsequenz, dass der bisherige Kunstbegriff ausgedient hat. Gehört doch zu seinen wesentlichen Kompo-



Vorbild für das Kino der Zukunft? Ein von Usern produziertes «Moblog-Movie» in SecondLife.

nenten gerade die Verweigerung und Unterwanderung der direkten Bedürfnisbefriedigung. Die Kunst wollte eine subjektive Weltanschauung formulieren, dadurch herausfordern, ja gar schockieren, jedenfalls die Wahrnehmung durch Ungewohntes, Neues, Andersartiges verrecken und den Betrachter dadurch aus dem gewohnten Trost bringen. Dieser Anspruch jedenfalls spiegelt sich in der Kunst seit der Moderne bis heute, und er hat auch die massgeblichen ästhetischen Theorien der letzten zweihundert Jahre entsprechend geprägt.

Reflexion über das Web 2.0

Vertieft man sich in die Ausstellung, kann allerdings ein Stück weit Entwarnung gegeben werden: Erstens katalogisiert sie – sieht man von der historischen Rückblende ab, die von Tinguely über Beuys («Jeder ein Künstler») bis zu Nam June Paik führt – vor allem neuere Werke der Medienkunst sowie Community-orientierte Internetplattformen. Bei- de definieren sich nachgerade über die Interaktivität, die direkte Aufforderung des Publikums zum Mitmachen. Ein Kapitel der Schau gilt folgerichtig dem jüngst in Mode gekommenen «digital storytelling». So fördert das BBC-Projekt «Capture Wales» die Benutzer dazu auf, im Internet ihre Geschichte(n) zu Wales zu erzählen (das korrespondierende Projekt «Eines Tages» beim «Spiegel» wäre ein für den deutschsprachigen Leser besser zugängliches Beispiel).

Und zweitens lässt sich dann – siehe «Loogie.net» – bei nicht wenigen der vertretenen Positionen ein kritischer Ansatz feststellen. Sie fordern dazu heraus, über die verlockenden Angebote des Web 2.0, das sich durch die Benutzerbeteiligung definiert und damit eine (Pseudo-)Demokratisierung verspricht, distanzierter nachzudenken. So stellt sich beispielsweise bei der inflationären Geschichtsschreibung von unten (ähnlich wie bei den allgegenwärtigen Blogs) die Frage, wer das alles lesen soll und will – und wer die Qualitätskriterien bestimmt, falls diese überhaupt noch eine Rolle spielen. «YOU-ser» ist damit auch eine Fortset-

zung der wichtigen Überblickschau «Netcondition» von 2000, mit der das ZKM und Peter Weibel einen Pflock eingeschlagen hatten. Mitten im damaligen Internetboom wurde eine umfassende Bestandsaufnahme der widerborstigen und nicht zuletzt deswegen, aber auch aus mangelnder Kenntnis und Berührung Angst von den traditionellen Kunstinstitutionen geschmähten Netzkunst geboten.

Viele Projekte, die in Karlsruhe zu sehen sind, haben vordergründig spielerischen Charakter; so etwa der «Mozart-Wörfel» (2007), eine interaktive Klanginstallation von Götz Dipper. Man kann sich dort per Zufallssystem aus vorgegebenen Walzermusikaktanten ein mozarteskies Stück komponieren (und dieses auf das USB-Armband laden, das man am Eingang der Ausstellung erhält).

Auch die «Audibox» (2006) von Mogens Jacobsen scheint zunächst eine Erfindung für die Zapp-Generation: Man kann Flaschen, deren Etiketten Aufschluss geben über einen «Inhalt» (z.B. «1906-1908», «laub», «experimentell», «melodisch») auf einen Tisch stellen – und aktiviert damit ein Musikarchiv. Es werden Werke abgespielt, die den gewählten Kriterien entsprechen. Doch neben diesem spielerischen Zugang gibt es noch einen Monitor, der genauere Informationen über die jeweils abgespielten Titel zeigt – und auf dem auch ganz normale Listen des Archivinhalts abgerufen werden können.

Wissensarchivierung als Thema

Beide Arbeiten zeigen, dass in der aktuellen Medienkunst erstens keine Berührungspunkte zur angewandten Kunst bestehen und dass dort derzeit intensiv nach ästhetisch attraktiven Erschliessungs- und Archivierungsfunktionen gesucht wird. Dabei werden prototypische Antworten auf die im Zeitalter der Informationsüberflutung immer drängendere Frage nach sinnvollen Zugriffs- und Sortiermöglichkeiten gesucht.

Ein Grossprojekt wie die seit Jahren von Monika Fleischmann und Wolfgang Strauss entwickelten interaktiven Benutzeroberflächen für die Wissens-Datenbank «netzplanung.org» zeigt dabei, wie sich die Inhalte solcher Archive benutzerfreundlich visualisieren und somit besser erschliessen lassen.

Den Zugriff aufs Archiv thematisiert auch der Mailänder Fotograf Armin Linke.

Er hat eine Art Selbstbedienungsladen für On-demand-Bücher eingerichtet. Darin finden sich auf Karton aufgezogen rund 1000 Abzüge seiner Fotografien, die in den letzten Jahren auf Reisen rund um den Globus entstanden. Der Besucher wird zum Kurator; er kann acht Fotos auswählen, sie auf einen Tisch mit Touchscreens legen. Auf Knopfdruck lässt sich dann ein individueller Leporello mit den ausgewählten Fotografien drucken. Zugleich kann der Fotograf eine Statistik erstellen, die ihm Auskunft gibt über die Beliebtheit gewisser Sujets.

Geschmacksdiktat des Publikums?

Gerade Linkes Arbeit zeigt auch die Kehrseite einer direkt konsumentenorientierten Kunst: Sie läuft Gefahr, sich den Umfrageergebnissen anzupassen. Angenommen, seine Kunden wählen nur noch Bilder mit Palmen, könnte dies das Aus für Bilder ohne Palmen bedeuten. Der Darwinismus der Markt- und Meinungsforschung, der schon genügend Bereiche in der Gesellschaft beherrscht, die Medien inklusive, würde fortan auch in der Kunst Einzug halten. Natürlich tut er dies verdeckt schon heute; Kunst, die gar niemand mag, hat es schwer auf dem Markt, und viel Kunst, die hochgejubelt wird, gar Rekordpreise erzielt, ist auch massgeschneidert auf bestimmte Sammlertypen und deren Glamourbedarf. Aber bisher galt für Kunst doch immer noch der Vorbehalt, dass sie gerade zum Zeitpunkt ihrer Entstehung oft auch auf Widerstand trifft – und dass dies möglicherweise etwas über ihre Qualität aussagt.

Linke gehört kaum zu jener Sorte Fotografen, die sich ihre Themen vom Publikum direkt vorschreiben lassen, im Gegenteil. Der Titel seiner Arbeit heisst den auch «Phenotypes/Limited Forms» (2007). Er deutet eine Einschätzung der Kunst im Zeitalter des Konsumentenkönigs an: Wenn sie sich dessen Wünschen so sehr anpasst, kommen eben nur noch «limited forms», begrenzte Formen, heraus. Ob damit die Kreativität letztlich nicht eher eingedämmt als gefördert wird, wenn jeder, wie Beuys es prophezeite, ein Künstler wird, ist eine ganz grosse Frage. Die Karlsruher Ausstellung bringt viele Anstösse, um sich mit ihr auseinander zu setzen.

Bis 6. Januar 2009. Informationen, Bibliografie zum Thema: [www.zkm.de](http://www.zkm.de)

GUT ZU WISSEN

### «Rheingauer Sinfonie»

Schon falsch. So heisst sie natürlich nicht, Brahms' «Dritte». Überhaupt tragen die Werke des Meisters, anders als die Beethovens etwa, selten Beinamen. Aber passen würde er schon auf die kürzeste, die erfülltste und lebensfrohe seiner Sinfonien. Sie ist im Rheingau entstanden, in einer sanften Landschaft sanfter Hügel, auf denen gute Weine wachsen. Ein Weingut gehörte auch zum Besitz von Rudolf und Laura von Beckerath, gut betuchten Wiesbadener Musikenthusiasten, die der Komponist im Mai 1881 auf ein paar Tage besuchte – es wurden vier Monate daraus.

Die Beckeraths besorgten ihm eine (damals) ruhig gelegene Wohnung am Rhein, in der Geisbergstrasse 19 (heute: Zur schönen Aussicht 7). Tagüber ging der Komponist spazieren, abends fand er sich regelmässig in der Stadtwohnung seiner Freunde ein, wo im geselligen Kreise gegessen, getrunken und musiziert wurde. Brahms hat zu Unrecht den Ruf eines ungeselligen Groblans (allerdings machte er sich diesen Ruf auch selbst zu Nutze, um sich aufdringliche Verehrer vom Leib zu halten). Die gern kolportierte Anekdote aus seiner Chorleiterzeit – «Wenn unser Chef recht fröhlich ist, lässt er uns doch freue mich auf meinen Tod singen» – ist wahrscheinlich nur gut erfunden.

Unter den musizierenden Gästen bei den Beckeraths war auch die Sängerin Hermine Spies, in die sich Brahms ein bisschen verliebte, obwohl er zu der Zeit – er war bereits 50 Jahre alt – mit allen Heiratsplänen abgeschlossen hatte. Aber inspirierend wird die schöne Altistin auf den Komponisten durchaus gewirkt haben. Zu was – das hielt Brahms geheim. Seine Wirtin war streng angewiesen, niemandem in sein Arbeitszimmer zu lassen. Erst nach seiner Abreise erfuhren die Freunde, dass er in der Wiesbadener Monaten eine neue Sinfonie komponiert hatte.

Sie eine «Eroica» hat sie der Uraufführungsdirekt Hans Richter genannt, was wie bei allen derartigen Vergleichen so zutreffend wie falsch ist. Das Hauptthema ist in beiden Sinfonien eine Dreiklangfigur, die dessen Tonraum schnell verlässt. Grösser sind aber die Unterschiede. Während Beethoven – vereinfacht gesagt – die Energie seiner Kopfsätze aus dem Konflikt beißt, kommt sie bei Brahms aus der Entwicklung von Motiven, aus Erweiterung, Verschiebung und Verdichtung.

Kennzeichnend für seine «Dritte» ist ausserdem das wechselnde Raumgefühl, das beim Hören entsteht. Das KopftHEMA des ersten Satzes hat einen Umfang von fast drei Oktaven, stürzt sich von ganz oben in mächtigen Sprüngen in die Tiefe und schwingt sich wieder hinauf. Das zweite Thema dagegen, in A-Dur gehalten und von leeren Quinten begleitet wie auf einem «fröhlichen» Tanzboden, kreist selbstgenügsam und stillvergügt um wenige Töne. Brahms agiert hier wie ein Architekt, der dem Besucher seines Tongebüdes mal den mitreissenden Eindruck eines riesigen Kirchenraums, mal die Geborgenheit einer Höhle verschafft.

Ausserordentlich gelegen war dem Komponisten an der inneren Geschlossenheit seines Werkes. Es gibt eine Vielzahl von versteckten motivischen Verbindungen und Verweisen zwischen den Sätzen. Auffälliger ist natürlich, und das schon beim ersten Hören: Brahms lässt das erwähnte ausgreifende Kopfsatzthema nicht nur am Schluss dieses Satzes wiederkehren – leise, geglättet, beruhigt und sanft herabsteigend –, sondern beschliesst das ganze Werk mit ihm, von Violinen und Bratschen tremolierend wie aus der Ferne angestimmt. Der Satz endet, wie alle Sätze dieser Sinfonie, im Piano. Verinnerlichung statt äusserem Prunk – so heisst die Devise des Komponisten.

Auch ohne finale Effekthascherei stiess das Werk sofort auf Begeisterung, bis heute. Nur bei der Wiener Uraufführung wurde gezischt – da wollten sich die «Neudeutschen» gegenüber einem «rückständigen» Werk beweisen. Die Brahmsianer setzten sich aber durch: Jedes Mal über-tönte ihr Applaus das Zischen der Gegner, und die Sinfonie machte ihren Weg auch ohne Beinamen. *Martin Ebel*