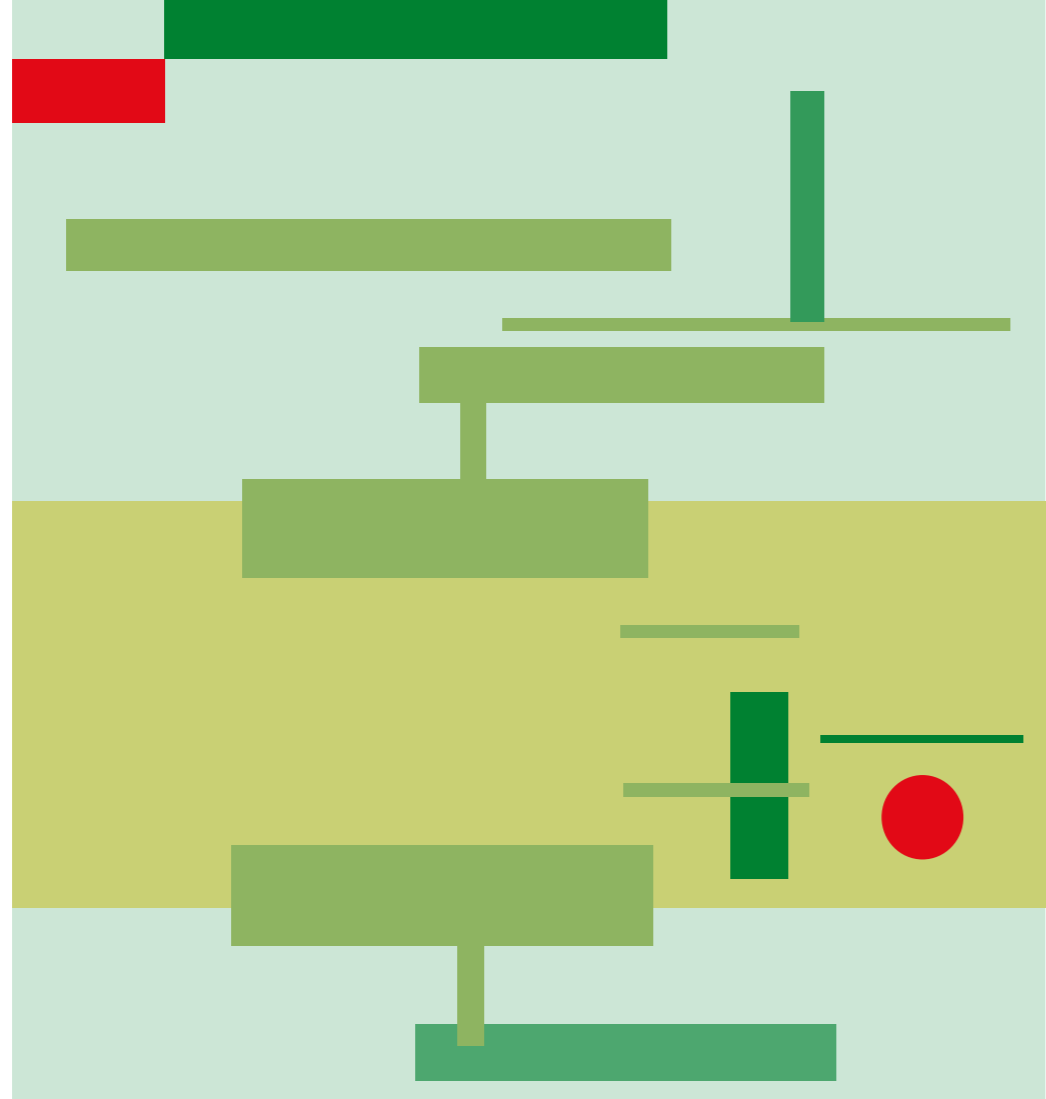


IMAGINE PEACE



MUSEUMS DEUTSCHLAND FREUNDE

Kontakt: MUSEUMSFREUNDE DEUTSCHLAND · www.museumsfreundedeutschland.de

IMAGINE PEACE

Herausgeber:
© Artis Verlag
Holzhauser Straße 175
D-13509 Berlin

T +49 (0)30 / 26 55 65 22
info@artismagazin.de

In Zusammenarbeit mit dem IfWW,
Institut für wirtschaftliche
Weltzusammenhänge

IMAGINE PEACE

Text:
© Boris Groys

Kunst:
© Johan van Geluwe, The Museum of Museums
© Peter Niemann
© Yoko Ono

Gestaltung:
Victor Kühfuß
tempera · Axel Petersen-Schmidt

IMAGINE PEACE

€ 11,-

ISBN 3-86060-015-X



Druck:
sachsendruck GmbH, Plauen

Anzeige

ARTIS

Boris Groys · Johan van Geluwe · Peter Niemann

Geh ins Museum!

52. Jahrgang · Heft 105 · EUR 11,- / CHF 21,45

ARTIS

ZEITSCHRIFT FÜR NEUE KUNST

Boris Groys:
Über die
Gegenwartskunst

Geh ins Museum!

■ Sonderausgabe für das Museum der bildenden Künste Leipzig



Boris Groys

Über die Gegenwartskunst



Der Begriff "Gegenwartskunst" bezeichnet offensichtlich nicht bloss die Kunst, die in unserer Zeit gemacht wird. Nicht zufällig unterscheidet man üblicherweise zwischen drei Typen der Museen: den traditionellen Museen, den Museen der Modernen Kunst – und eben den Museen der Gegenwartskunst. Die Gegenwartskunst ist demnach nicht eine Kunst, wie jede andere. Sie ist nicht einmal so beschaffen, wie die Moderne Kunst – d. h. nicht so, wie die Kunst der Vorkriegszeit. Gerade deswegen braucht die Gegenwartskunst Kunstinstitutionen spezifischer Art, d. h. Museen, Ausstellungsräume und Präsentationspraktiken, die sich allein auf die Gegenwartskunst beziehen. Wo liegt aber der Unterschied zwischen Gegenwartskunst und der Kunst der anderen Epochen? Gerade die Beschaffenheit einer Institution wie das Museum der Gegenwartskunst deutet die Richtung an, in die die Antwort auf diese Frage gesucht werden soll.

Und in der Tat: Das Museum der Gegenwartskunst ist eine höchst paradoxe Institution. Denn das traditionelle Museum kann die Gegenwart nicht sammeln oder ausstellen – sondern allein die Vergangenheit. Auch wenn das Museum die jüngste Vergangenheit ausstellt, wie das

Museum der Modernen Kunst es tut, handelt es sich immer noch um eine Vergangenheit – nicht um die Gegenwart. Damit ein Ort als Ort der



museum ticket · Silkscreen on cardboard · 20 x 34,5 cm

Gegenwartskunst fungieren könnte, muss die Kunst an diesem Ort erstmals entstehen können – erst dann kann sich diese Kunst als absolut gegenwärtig zeigen. Und eben darin besteht der



Unterschied der Gegenwartskunst zu allen anderen Kunstepochen. Die Gegenwartskunst setzt nämlich immer schon existierende und funktionierende Kunstinstitutionen als die Bedingung ihrer Möglichkeit voraus. Nur wenn solche Kunstinstitutionen, wie Museen der Gegenwartskunst oder Kunsthallen vorhanden sind, kann die Gegenwartskunst überhaupt entstehen. Es verhält sich heute nicht

so wie früher, als die Kunst ausserinstitutionell produziert – und dann erst gesammelt und ausgestellt, d. h. re-präsentiert wurde. Heute wird die Kunst in den Kunstinstitutionen zum ersten



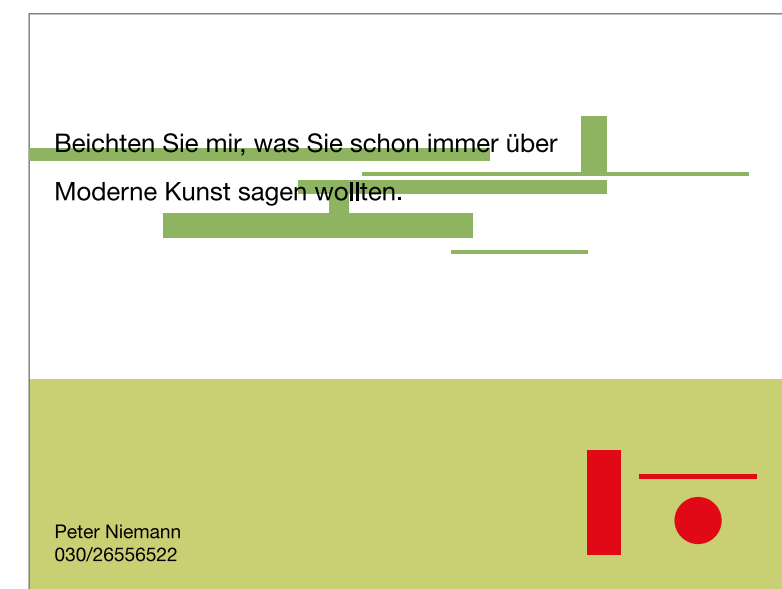
Beichtstuhl · Div. Materialien · ca. 180 x 200 x 100 cm

Mal präsent. Gerade deswegen ist sie die Gegenwartskunst – weil sie unmittelbar präsent ist, weil sie sich in der Gegenwart vor unseren Augen manifestiert, weil ihre Entstehung und ihre Präsentation zur gleichen Zeit stattfinden. Dadurch unterminiert die Gegenwartskunst die vertraute zeitliche Abfolge: Zunächst die Produktion eines Kunstwerks durch den Künstler, danach Selektion aus der Menge der immer schon produzierten Kunstwerke durch den Kurator, danach die Präsentation der selektierten Werke dem Betrachter. Der Künstler der Gegenwart produziert, selektiert und präsentiert gleichzeitig – und zwar von Anfang an im Dialog mit Kurator und Publikum.

Zumindest seit Duchamp wissen wir nämlich, dass jeder alltägliche Gegenstand oder jedes massenmedial verbreitete Bild als Kunstwerk ausgestellt und anerkannt werden kann. Jeder Versuch, das Kunstwerk von den übrigen Gegenständen "qualitativ" zu unterscheiden, muss scheitern –

und in der Tat sind solche Versuche historisch immer wieder gescheitert. Wir sind fähig, jeden Gegenstand "ästhetisch" zu erleben – es ist nur eine Frage der Optik, der Perspektive, die man leicht umstellen kann, wenn man einschlägig trainiert ist. Und inzwischen sind alle – oder fast alle – Betrachter einschlägig trainiert. Aber dessen ungeachtet spürt und weiß man sogar, dass es einen Unterschied zwischen dem üblichen Gegenstand und dem Kunstwerk gibt. Dabei handelt es sich offensichtlich um keinen "materiellen" Unterschied, der uns durch eine Untersuchung des jeweiligen Gegenstandes Auskunft über dessen Kunststatus geben könnte. Es gibt nichts "im Gegenstand" selbst, das ihn als Kunstwerk ausweisen könnte. Deswegen kann das Kunstwerk heute nicht als solches "produziert", sondern nur als solches präsentiert werden.

Schon früher hat man unterschieden zwischen der bloßen Herstellung, der bloßen Produktion von Dingen und dem Schaffen eines Kunstwerks. Diese Unterscheidung ist auf vielfältige Weise beschrieben, interpretiert und kommentiert worden. Doch vor allem wurde sie immer wieder



Beichten Sie mir · Fine Art Print auf Dibond hinter Plexiglas · 160 X 100 cm

geleugnet – und zwar besonders vehement in einer bestimmten Tradition, die ihren Ausgangspunkt gerade im Duchampschen Readymade-Verfahren hat. Man fragt sich nämlich: Wenn



Büro „KUNSTMUSEUM RD“

ein jedes industrielles Produkt als Kunstwerk gelten darf – wo liegt dann der Unterschied zwischen (industrieller) Produktion und (künstlerischem) Schaffen? Nun scheint mir aber diese Schlussfolgerung den eigentlichen Sinn des Duchampschen Verfahrens zu verfehlen, denn dieser Sinn besteht nicht in der Abschaffung des Unterschieds zwischen Produktion und Kreation, sondern in einer präzisen Analyse dieses Unterschieds.

Das Readymade-Verfahren zeigt nämlich: Die Kreation besteht aus zwei Operationen – Produktion und Selektion. Wenn der Arbeiter eine Ware erzeugt, wird die Eignung dieser Ware auf einem üblichen, bürokratischen Wege überprüft – durch einen Vorgang der Selektion werden die guten, tauglichen Erzeugnisse von den schlechten, defizitären, untauglichen Erzeugnissen getrennt. Die guten, tauglichen Erzeugnisse werden in den Warenumlauf gebracht, während die schlechten, untauglichen Erzeugnisse auf dem Müll landen.

Auf keiner Stufe dieses Selektionsprozesses wird eine individuelle, persönliche Verantwortung für die Selektion übernommen, weder vom Arbeiter selbst noch von den Prüfern – denn sie prüfen nach Kriterien und Instruktionen, die nicht von ihnen selbst entworfen wurden. Diese Kriterien und Instruktionen sind explizit vorformuliert und öffentlich zugänglich. Jeder kann, wenn er sie studiert hat, selbst überprüfen, ob die fertigen Erzeugnisse, die er kontrolliert, den etablierten Kriterien entsprechen oder nicht. Auf keiner Stufe dieses Prozesses der Selektion übernimmt also ein konkretes Individuum eine individuelle Verantwortung für den einzelnen Akt der Selektion – für eine konkrete Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Produkt.

Völlig anders sieht es jedoch im Bereich der Kunst aus. Wenn Duchamp dieses eine Urinoir unter allen anderen auswählt und als Kunstwerk ausstellt, gibt es für diesen Akt der Selektion keine Vorgaben, keine Kriterien, keine Instruktionen. Und die Gründe für diesen Akt der Selektion bleiben dunkel und rätselhaft. Der Akt der Kreation ist also primär ein Akt der Selektion – und kein Vorgang der Produktion. Als Gott die Welt schuf, hat er sie angeschaut und gesagt, sie sei gut. Nun, bis jetzt kann man nicht verstehen, wie Gott auf die Idee gekommen ist, diese von ihm produzierte Welt als gut zu bezeichnen. Auch nach Jahrhunderten der theologischen Exegese bleibt diese Einschätzung für uns ein Rätsel. Und eben in diesem Sinne gilt Gott für uns nach wie vor als Kreator – und nicht bloß als Produzent – der Welt. Gerade weil es allen Kriterien der Tauglichkeit widerspricht, über die wir als Menschen verfügen, diese Welt als gut



KUNSTMUSEUM RD

Wie Sie wahrscheinlich schon aus der Presse erfahren haben, sind bereits einige grundsätzliche Entscheidungen zur Gründung und Bau des KUNSTMUSEUM RD in die Wege geleitet worden.

Jetzt gilt es die Dynamik des Augenblicks zu nutzen. Ähnlich dem Guggenheim Museum in Bilbao, Spanien, schwebt uns ein bedeutendes Haus vor, das Kunstfreunde und Touristen aus einem großen Umkreis anzieht. Bedeutende Sammler aus dem In- und Ausland, ohne die ein solches Vorhaben nicht zu realisieren wäre, haben ihre Unterstützung zugesagt.

Engagieren Sie sich in der Bürgerinitiative KUNSTMUSEUM RD!

Aufruf zur Bürgerinitiative „KUNSTMUSEUM RD“

zu bezeichnen, staunen wir über diese Entscheidung Gottes und respektieren ihn als Künstler – und nicht etwa als Handwerker, Ingenieur oder Arbeiter. Ein Künstler zu werden bedeutet also zu sagen: Es ist gut so – und zwar aus einem Grund, der für andere möglicherweise oder sogar meistens uneinsichtig ist. So ist es für uns uneinsichtig, warum und in welcher Hinsicht ein nicht funktionierendes Urinoir gut sein kann, wie Duchamp es indirekt behauptet, indem er dieses Urinoir als "Fountain" ausstellt. Aber gerade deswegen gilt Duchamp für uns als Künstler – und nicht als Installateur.

Oft wurde gesagt, dass die Kunst ihrem Wesen nach nicht funktional ist, dass sie bloß betrachtet, aber nicht gebraucht werden kann und darf. Darin sah man mal den Vorteil, mal den Nachteil der Kunst. Etwas zu betrachten, zu bewundern, es zu schonen, statt es zu gebrauchen, galt lange Zeit als Auszeichnung – als Zeichen

besonderen Respekts. Heute glaubt man meistens in einer solchen kontemplativen Einstellung bloß das Zeichen eines gesellschaftlich privilegierten Lebens zu erkennen – ein Zeichen unrechtmäßig erworbener gesellschaftlicher Macht, ein Zeichen von Ausbeutung oder von Klassenherrschaft, die einem Einzelnen ein kontemplatives Leben auf Kosten der übrigen arbeitenden Bevölkerung sichert. Das Nicht-Funktionale als etwas Höheres zu bewerten, reflektiert demnach bloß das Klassenbewusstsein der dominierenden Klasse. Die Kunst – als eine nicht-funktionale, unnütze Beschäftigung – wird somit zum Symptom des herrschaftlichen Bewusstseins, zum Symptom der Macht. Daraus entsteht der Wunsch, die Kunst nützlich zu machen. Meistens passiert dies in einem übertragenen Sinne: Die Kunst wird als gesellschaftliche Kritik oder als Entwurf einer gesellschaftlichen Utopie gebraucht. Ist aber die Kunst als solche tatsächlich nicht-funktional oder unnützlich?



Innenansicht des Büros „KUNSTMUSEUM RD“

Insofern das Kunstwerk nicht bloß ein Produkt oder eine Ware ist, sondern den Akt der Selektion dieser Ware vollzieht und manifestiert, stellt das Kunstwerk selbst einen Gebrauch dieser

Ware dar. Denn eine Selektion setzt immer einen – realen oder möglichen – Gebrauch voraus, der auch dann ein Gebrauch bleibt, wenn er sich als rätselhaft und obskur zeigt, wenn er sich unserer unmittelbaren Einsicht entzieht. Das Kunstwerk kann also nicht gebraucht werden, weil es immer schon ein Gebrauch ist. Man kann das Kunstwerk im Grunde nur gebrauchen, wenn man den Gebrauch mimetisch wiederholt, der sich im Kunstwerk manifestiert. Eine solche mimetische Wiederholung nennt man Mode – und die Mode hat sicherlich auch ihre eigene ökonomische Dimension. Diese ökonomische Dimension der Mode

unterscheidet sich aber wesentlich vom üblichen Gebrauch.

Es gibt nämlich einen deutlichen Unterschied zwischen dem Gebrauch eines Gegenstandes und der mimetischen Wiederholung eines Gebrauchsmusters, das in einem Kunstwerk seine Manifestation findet.

In der Nachfolge von Guy Debord wird freilich oft behauptet, dass wir in einer Gesellschaft des Spektakels leben, in welcher der Gebrauchswert eines Produkts – einer Ware – definitiv durch den Tauschwert ersetzt ist. Demnach schätzen wir die einzelnen Waren, die uns die heutige Konsumgesellschaft anbietet, allein dafür, dass sie viel Geld kosten – ansonsten wissen wir nicht, wozu wir sie eigentlich brauchen können. In diesem Fall manifestiert die "Schönheit" einer Ware allein deren verborgenen Tauschwert. Und

das ästhetische Erlebnis muss seinem Wesen nach ein Gelderlebnis sein. Diese Analyse hat sicherlich ihre Berechtigung – aber nicht, weil der Gebrauchswert verschwunden, sondern weil er seinerseits zur Ware geworden ist. Die Rede von der allgemeinen Ästhetisierung des Konsums hat nur dann einen Sinn, wenn man nicht bei der abstrakten Feststellung stehen bleibt, dass die Waren schön geworden sind, dass ihre utilitäre Funktion im Vergleich zu ihrer Verpackung, ihrer Aufmachung und ihrem Design an Bedeutung verloren hat. So etwas wie "Schönheit" als solche gibt es nämlich nicht. Jede bestimmte Ästhetik verweist auf einen bestimmten Lebensstil. Und da Lebensstile unterschiedlich sind, sind auch die Kriterien der Schönheit unterschiedlich. Der individuelle Lebensstil ist aber nichts anderes als eine spezifische Art des Gebrauchs – und des Selbstverbrauchs. Die Schönheit der Ware manifestiert also nicht allein den Tauschwert, den Preis dieser Ware, denn in diesem Falle würde Schönheit vereinheitlicht, so wie auch Geld einheitlich ist. Die Schönheit ist der Mode unterworfen. Und die Moden sind unterschiedlich – und stehen zueinander oft im Widerspruch.

Das Kunstwerk führt ein oder manifestiert zumindest eine Mode – eine bestimmte Art von Gebrauch. Jedes gesellschaftlich etablierte Selektionsverfahren hat einen Namen – und zwar den Namen des Künstlers, so dass wir sagen können: Wie bei Leonardo, wie bei Warhol, wie bei Kafka. Diese Namen bezeichnen nicht nur ein bestimmtes Angebot an Bildern oder Romanen, die man als Konsument erwerben kann. Vielmehr bezeichnen sie auch bestimmte Selektionsstrategien – und bestimmte Lebensweisen, die man wiederholen kann, wenn man will. Nun steht es außer Zweifel, dass solche Namenszuschreibungen konventionell sind. Man kann nicht beweisen, dass Warhol oder Kafka ihre Selektionsstrategien tatsächlich "erfunden" und nicht ihrerseits wiederholt haben. Zugleich kann man mit Recht darauf verweisen, dass auch große Firmen wie etwa "Nike" oder "Macintosh" Lifestyles entwerfen, um sie als Werbung für ihre Produkte einzusetzen. Das alles aber ändert nichts an der Tatsache, dass ein Unterschied besteht zwischen der Autorschaft im Sinne der Einführung eines Selektionsverfahrens und der Autorschaft im Sinne der Produktion eines Produkts. Diese zweite Art von Autorschaft ist eigentlich gar keine Autorschaft. Denn der Autor unterwirft sein Werk nämlich nicht einer Überprüfung, um festzustellen, ob sein Produkt gut ist oder schlecht – wie ein gewöhnlicher Produzent es tut. Oder wie ein Sportler es tut, der seine sportlichen Leistungen messen lässt.

Ein Autor ist jemand, der sich selbst autorisiert. Er ist der Kritiker seiner selbst. Er ist der Kurator seiner selbst. Er ist das Museum seiner selbst. Und er ist die Bibliothek seiner selbst. Und vor allem: Er ist der Endverbraucher seiner selbst. Indem der Autor sein eigenes Werk ästhetisch beurteilt, ohne irgendwelche Gründe dafür anzugeben, übernimmt er die Rolle des autonomen Konsumenten. Der Autor sagt: Es ist gut. Oder: Es ist schlecht. Und dieses sein Urteil über sein eigenes Werk gilt für alle Zeiten. Denn es ist gut oder schlecht gemessen nach Kriterien, die der Autor nicht explizit angibt – und die er möglicherweise selbst nicht kennt. Deswegen sind die Aussagen des Autors nicht zu widerlegen. Freilich kann es passieren, dass dem Urteil des Autors niemand folgen will. In diesem Fall fühlt sich der Autor von der Welt verlassen, unglücklich, sogar gescheitert – aber keineswegs widerlegt. Der Autor kann scheitern – doch er kann nicht widerlegt werden. Und eben deswegen lässt sich sagen, dass der Autor souverän ist: Eine souveräne Entscheidung kann zum Sieg oder zum Scheitern führen, aber sie kann weder legitimiert noch widerlegt werden. Der



Kunsthalle · Stahlbeton · 35 x 45 x 45 cm



Museum · Stahl, Holz · 80 cm Höhe



Musée · Keilrahmen, Leinwand · 60 x 80 x 70 cm

Autor ist souverän, weil in ihm die Trennung zwischen Produzent und Konsument aufgehoben ist.



Wrong art wrong friends · Fine Art Print auf Aluminium · 65 x 50 cm

Nun wird es deutlich, was die Gegenwartskunst ist. Sie ist weniger Produktion der bestimmten Dinge, sprich Kunstwerke, als vielmehr ein individueller Konsum der Dinge und der Bilder, die in unserer Welt anonym zirkulieren – eine private Selektion, die zugleich öffentlich zugänglich und somit manifest gemacht wird. Der Künstler der Gegenwart ist nicht ein Produzent, sondern ein kritischer und zugleich paradigmatischer Konsument der Dinge. Der Künstler wählt bestimmte Dinge aus, kombiniert sie, kontextualisiert sie – und legt andere Dinge beiseite. Damit ein solcher kritischer individueller Konsum der Dinge aber manifestiert werden könnte, muss zunächst einmal ein Ort geschaffen werden, an dem die Dinge einen privaten, künstlerischen Gebrauchswert öffentlich zugeschrieben bekommen. Das ist der Grund, warum die Gegenwartskunst entsprechende Orte und Institutionen braucht, um überhaupt entstehen zu können. Man kann Dinge privat produzieren, um sie dann öffentlich dem Blick des Anderen anzubieten – so funktioniert

die Marktwirtschaft als solche. Damit der Künstler aber seine private Art des Konsums demonstrieren kann, muss zunächst ein Raum geschaffen werden, der von Anfang an die Fähigkeit besitzt, ein privater und zugleich öffentlich zugänglicher Raum zu sein. Das ist der Raum der künstlerischen Installation – und man kann sagen, dass die Gegenwartskunst ihrem Wesen nach die Kunst der Installation ist. Auch wenn diese Installation nur aus einem Bild besteht, ist es immer noch eine Installation, denn das Entscheidende bei einem Bild ist nicht die Tatsache, dass es von einem Künstler produziert, sondern dass es von einem Künstler ausgewählt und als ausgewähltes präsentiert worden ist. Der Raum der Installation kann in sich aber freilich alle möglichen Dinge und Bilder aufnehmen, die in unserer Zivilisation zirkulieren – gemalte Bilder, Zeichnungen, Fotos, Texte, Videos, Filme, Tonbänder usw. Alle diese Dinge werden von einem Künstler oder einem Kurator im Raum arrangiert – und zwar entsprechend einer Ordnung, die rein privat, individuell, subjektiv ist. Damit bekommt der Künstler die Chance, seine private, souveräne Selektionsstrategie öffentlich zu demonstrieren.

Es gibt in unserer Zivilisation zwei Arten der Überschneidung zwischen privatem und öffentlichem Raum, welche die Topologie der Kunst



Geöffnet · Fine Art Print auf Aluminium · 65 x 50 cm

bestimmen, in die der heutige Kunstbetrachter einbezogen ist. Im ersten Fall zirkulieren die

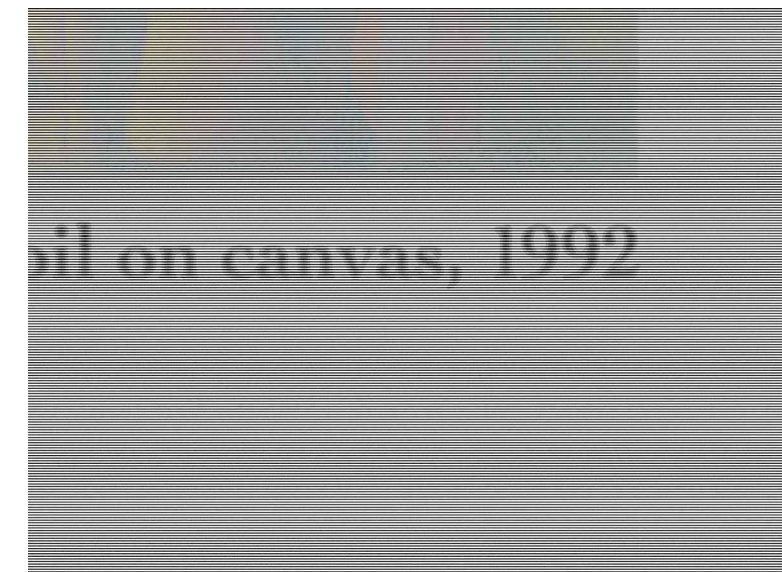


Ludwig Mies van der Rohe · Fine Art Print auf Aluminium · 65 x 50 cm

Kunstwerke in öffentlichen Netzen der Verbreitung – und werden in einem privaten Raum zu gestellt. So werden Bücher zu Hause gelesen, Bilder in der Wohnung aufgehängt, Fernsehprogramme angeschaut, Videos vom Internet heruntergeladen oder Schallplatten abgespielt. In diesem Fall wird die private Kunstauswahl allein durch die Statistik öffentlich gemacht. Der Zuschauer fungiert als ein Knoten im Netz der Kunstzirkulation. Sein privater Kunstgebrauch wird zwar statistisch erfasst und anonym mitveröffentlicht. Aber jeder individuelle Akt des Kunstgebrauchs bleibt dabei verborgen – und daher letztendlich irrelevant. Wichtig sind in diesem Fall allein die großen Zahlen, die Charts. Die in kommerziellen Netzen zirkulierende Kunst definiert sich also dadurch, dass sie hauptsächlich durch die Kunststatistik erfasst und repräsentiert wird.

Die zweite Möglichkeit wird durch die künstlerische Installation eröffnet. Dadurch wird das Museum privatisiert. Die Privatisierung bedeutet hier sicherlich nicht, dass das Museum aus staatlichem Besitz in private Hände übergeht oder von privaten Sponsoren abhängig wird oder

aber zunehmend ein Schauplatz für Ausstellungen privater Sammlungen wird, obwohl dies alles ebenfalls zutrifft. Die Privatisierung des Museums als Museum der Gegenwartskunst bedeutet vielmehr, dass die Geschichte, die durch die museale Exposition erzählt wird, keine gesellschaftlich geltende, staatlich beglaubigte und allgemein verpflichtende Geschichte mehr ist. Vielmehr wird die museale Sammlung, wenn sie überhaupt existiert, als Rohmaterial gesehen, das ein individueller Kurator benutzt, um in der Kombination mit einem von ihm entwickelten Ausstellungsprogramm seine individuelle Haltung, seine individuelle Strategie im Umgang mit der Kunst zum Ausdruck zu bringen. Doch neben dem Kurator erhält auch der Künstler die Möglichkeit, Ausstellungsräume nach seinem persönlichen Ge-



oil on canvas · Fine Art Print auf Aluminium · 65 x 50 cm

schmack vollständig oder partiell zu gestalten. Unter diesen Bedingungen verwandelt sich das Museum aus einem öffentlichen Archiv in ein öffentliches Gelände für die Durchführung privater künstlerischer Projekte. Als ein solches Gelände unterscheidet sich das Museum von jedem anderen derartigen Gelände nur durch seine Aus-

stattung – durch seine Architektur. Nicht zufällig wird in der letzten Zeit die Aufmerksamkeit von der musealen Sammlung hin zur musealen Architektur verlagert.

Der Installation wird übrigens oft der Kunststatus aberkannt, weil man sich fragt, was das Medium der Installation ist. Die traditionellen Kunstmedien werden nämlich alle nach spezifi-



Hommage to Vincent van Gogh (1853-1890), Museum Dhondt-Dhaenens, Deurle (BE)

schen Medienträgern definiert: Leinwand, Stein oder Film. Der Medienträger der Installation ist allerdings der Raum selbst – und das bedeutet u. a., dass die Installation keineswegs "immateriell" ist. Ganz im Gegenteil: Die Installation ist durchaus materiell, weil sie räumlich ist. Die Installation zeigt gerade die Materialität der Zivilisation, in der wir leben, denn sie installiert alles das, was in unserer Zivilisation sonst bloß zirkuliert. Die Installation demonstriert somit die zivilisatorische Hardware, die sonst hinter der Oberfläche der medialen Zirkulation unbemerkt bleibt. Und sie zeigt auch die künstlerische Souveränität am Werk – wie diese Souveränität ihre Selektionsstrategien definiert und praktiziert. Deswegen ist die Installation keine Abbildung der Verhältnisse der Dinge untereinander, wie sie etwa durch

ökonomische und sonstige Ordnungen reguliert werden, sondern gerade umgekehrt bietet die Installation eine Möglichkeit durch die explizite Einführung subjektiver Ordnungen und Relationen unter den Dingen diejenigen Ordnungen zumindest in Frage zu stellen, die in der Realität "da draußen" vermutet werden.

Dabei entgeht die Installation den Kriterien der Kunststatistik freilich nicht vollständig – auch wenn sie diese umkehrt. Der kommerzielle Erfolg der jeweiligen Installation hängt nämlich entscheidend von der Besucherzahlen ab. Dadurch schreibt sich die Installation notwendigerweise in die touristische Zirkulation ein. Die Umkehrung beschränkt sich hier auf eine Umkehrung des topologischen Verhältnisses zwischen der Zirkulation des Kunstwerks und der Zirkulation des Betrachters. Wenn bei den meisten Kunststatistiken die weltweiten Verkaufszahlen die entscheidende Rolle spielen, d. h. die Zirkulation der Kunstwerke statistisch erfasst wird, wird im Fall der Installation wie auch im Fall etwa von Theateraufführungen oder Konzerten die Besucherzahl gemessen. Diese Umkehrung der Methoden der statistischen Erhebung, welche die Verwandlung des immobilen Betrachters in einen touristisch mobilisierten Besucher reflektiert, könnte vielleicht als Kriterium der Unterscheidung zwischen High und Low verwendet werden, soweit diese Unterscheidung immer noch Geltung beanspruchen kann. Allerdings bleibt diese Unterscheidung insofern relevant, als die Installation die Selektionsprozesse, welche die souveräne Subjektivität praktiziert, viel expliziter zeigt als Kunstwerke, die selbst zirkulieren – und darum generell nur statistisch erfasst werden können.

Vor allem aber folgt aus dem Gesagten, dass unsere Zeit keineswegs eine Zeit der Gleichgültigkeit und der ästhetischen Relativität

ist. Die alten Kriterien der Qualität wirken bei der Unterscheidung zwischen Erfolg und Scheitern freilich nicht mehr. Genauso wenig taugen die Kriterien der Authentizität oder Historizität, um das Wichtige vom Unwichtigen zu unterscheiden. Heute wird vielmehr der Gegenwart eine viel größere Bedeutung zugeschrieben als der Vergangenheit und der Zukunft. Die heutige Welt schätzt vor allem das Kommunikative und Mediale. Den medialen Erfolg kann aber nur



Museum · Holz, Metall · 90 x 30 x 40 cm

derjenige erzielen, der selbst die Gabe der Medialität besitzt – der als Medium gegenwärtiger, kollektiver Selektionsträume auftreten kann. Diese Gabe besitzen allerdings nur wenige – und so wirkt das Kriterium des medialen Erfolgs nicht weniger restriktiv als alle früheren Kriterien. Allein: Zu keiner Zeit können wir wissen, ob eine souveräne Strategie wirklich gesiegt hat oder gescheitert ist, denn wir können nicht wissen, ob das Scheitern zu ihrer Selektionsstrategie gehört oder nicht.

