

Kunst als Differenz

Widerstand gegen die systemische Vereinnahmung des ‚Anderen‘ in der kompetitiven Welt. Das Beispiel der Künstlerin Silke Wagner

Inhalt:

1. Das Eine: Die Vereinnahmung von Kunst im ‚kalifornischen Denken‘ und das Verschwinden des Außen (S. 2)
 2. Das Andere: Kunst als Differenz (S. 6)
 3. Zur Rezeption der Kunst Silke Wagners (S. 8)
- Literatur (S. 12)

Viele von Silke Wagners Arbeiten rücken Menschen in den Mittelpunkt, die eine Gegenkultur vertreten: Mutige Vordenkerinnen, Aktivistinnen und Künstlerinnen, politische Widerstandsgruppen, Bürgerinitiativen, Außenseiter, Skater, Prostituierte, gesellschaftspolitische Initiativen, wie z.B. antirassistische Gruppen u.a. „Ein Hoch auf die Verrückten. Auf die Nonkonformisten. Die Rebellen. Die Unruhestifter. Die Unangepassten. Die Querdenker. Sie halten nichts von ehernen Gesetzen. Sie sind nicht gewillt, den Status quo zu respektieren. Man kann sie zitieren, ihnen widersprechen, sie verherrlichen oder verteufeln. Nur ignorieren kann man sie nicht. Weil sie die Welt verändern. Sie treiben die Menschheit an. Auch wenn manche sie für verrückt halten, sehen wir die Genialität. Denn die Menschen, die verrückt genug sind zu denken, sie würden die Welt verändern ... sind diejenigen, die es tun werden“.¹ Könnten wir diese Sätze aus der Apple-Werbekampagne ‚Think different‘ von 1997 auf die AktivistInnen beziehen, die in Silke Wagners Kunst bedeutend sind – oder wäre das geschmacklos? Denn offensichtlich ist das eine das ‚Eine‘ und das andere das ‚Andere‘ – nämlich das eine die teure Imagekampagne eines großen Aktienunternehmens, das andere der Streit und die Initiative im politischen Feld. Worin genau liegen die Unterschiede zwischen dem ‚Hoch auf die Verrückten‘ und der eigentlichen gesellschaftlichen Gegenkultur? Und wie kommt es dennoch zu der großen ‚gefühlten‘ Nähe, die uns für Momente die Unterschiede vergessen lässt und die uns anfällig macht für den Text der Werbeagentur? Dies hat mit der Vereinnahmung des ‚Ande-

¹ Isaakson, *Steve Jobs*, S. 387.

ren‘ (hier des Unruhestiftenden, des Unangepassten und der Kunst) durch ein System (hier des kompetitiven Wirtschaftssystems) zu tun.²

Diese Vereinnahmung beschreibe ich in einem ersten Abschnitt – hier geht es auch um die Frage, welches Verständnis von Kunst in diesem Prozess der Vereinnahmung vorherrscht. In einem zweiten Abschnitt versuche ich, hiervon einen anderen Kunstbegriff abzuheben – dieser lässt sich exemplarisch an den Werken Silke Wagners entwickeln und kann uns ihre Kunst verständlicher machen. Im dritten Abschnitt gehe ich folgender Frage nach: Auf welche Weise können wir Silke Wagners Kunst rezipieren? Wir – die Angehörigen des bildungsbürgerlichen Milieus, die aus der Perspektive jener Vertreter der Gegenkultur, denen wir in Silke Wagners Arbeiten begegnen, vermutlich gerade zum gesellschaftlichen Mainstream gehören. Was kann uns das ‚Andere‘ bedeuten, wie kann es gar unser Leben verändern?

1. Das Eine: Die Vereinnahmung von Kunst im ‚kalifornischen Denken‘ und das Verschwinden des Außen³

Der Begriff ‚Das Eine‘ meint hier den Zustand der Vermischung von Ökonomie und Kunst und jene Vereinnahmung von Gegenkultur, in der es kein Anderes, kein Außen mehr gibt. Der Begriff meint aber zugleich jenes kompetitive Wirtschaftssystem, das eigentlich im Gegensatz zum ‚Anderen‘, etwa der Kunst, steht, welches aber zur Steigerung seiner Kreativität und Produktivität laufend Gegenkultur vereinnahmt. Der Apple-Gründer Steve Jobs (1955 – 2011) hat die Entwicklung der Apple-Computer und sein erfolgreiches ökonomisches Agieren insgesamt als eine Einheit aus technischer Entwicklung und künstlerischem Schaffen empfunden, inszeniert und dargestellt. An der gut dokumentierten Apple-Geschichte lässt sich daher exemplarisch zeigen, wie sich die Grenzen zwischen Ökonomie und Kunst verwischen und wie es gerade die Idee des ‚Andersseins‘ ist, welche ein System in einem ganz konventionellen Sinn erfolgreich machen kann.

Wie vermischte sich Ökonomie und Kunst bei Apple? Steve Jobs sah sich selbst nicht nur als Unternehmer, sondern auch als Künstler. Hätte er keine Computer entwickelt, könne er auch „ein Dichter in Paris“ sein.⁴ In einem Interview anlässlich seines 30. Geburtstages in der Februar-Ausgabe des *Playboy* 1985 sagte Jobs, er wolle kreativ und ein Künstler sein und könne das nicht, wenn er von der Öffentlichkeit auf

² In sozialistischen Systemen (aber etwa auch im Nationalsozialismus) ist Kunst nicht durch die Wirtschaft, sondern durch die Politik vereinnahmt worden. Das politische System setzte seine Wahrheit über die verschiedenen gesellschaftlichen Subsysteme. Kunst hatte die leitende Gesellschaftsidee, etwa den Sozialismus, durch ihre Werke zu befördern. Künstler sollten zunächst sogar in Künstlerbrigaden arbeiten, s. Jacoby, *Kollektivierung der Phantasie*, S. 189ff.

³ Diese Überschrift zitiert den Ausstellungstitel ‚*The Whole Earth. Kalifornien und das Verschwinden des Außen*‘, Berlin, Haus der Kulturen der Welt, 26.04.2013 - 07.07.2013 sowie die Besprechung dieser Ausstellung in der Süddeutschen Zeitung vom 03.05.2013 unter dem Titel ‚*Das kalifornische Denken*‘. S. a. Diederichsen, *The Whole Earth*.

⁴ Isaakson, *Steve Jobs*, S. 184. Bei der Darstellung des Apple-Gründers Steve Jobs und der Rolle, welche die Gegenkultur für Apple gespielt hat, folge ich der von Steve Jobs autorisierten Biographie von Walter Isaakson. Seitenzahlen ohne weitere Kennzeichnung beziehen sich im folgenden Abschnitt auf Isaakson, *Steve Jobs*.

ein bestimmtes Bild festgelegt werde (228). Bei den Präsentationen der Apple-Neuentwicklungen behauptete Jobs die Mischung aus Technologie und echter Kunst, indem er am Ende der Präsentation eine Folie mit einem Bild zeigte, „das ein Straßenschild an der Kreuzung von ‚Technology Street‘ und ‚Liberal Arts Street‘ zeigte“ (579). Mit seinem Team flog er zu einer Ausstellung von Tiffany-Glas als Beispiel für Kunst, die sich für die Massenproduktion eignet (151). Jobs inszenierte sich, sein Team und die Firma Apple als Rebellen gegen das Establishment: Auf dem Gebäude, in dem Jobs‘ Team an der Entwicklung des Macintosh arbeitete, wurde eine Piratenflagge gehisst, das Team nannte sich selbst ‚Die Piraten‘ (175). Gegner waren zu diesem Zeitpunkt die Entwicklungsteams der Firma Apple, die andere Rechner-Projekte verfolgten. Für die Präsentation des Macintosh 1984 wurde ein Spot produziert, „der wie eine Szene aus einem Science-Fiction-Film wirken sollte. Darin schleuderte eine rebellische junge Frau [die ein T-Shirt mit einer Zeichnung des Macintosh trug (195)] auf der Flucht vor der Orwell’schen Gedankenpolizei einen Vorschlaghammer gegen einen Großbildschirm, auf dem gerade eine Propagandarede des Big Brother“ lief (194). Auf der Präsentation des Macintosh, die Jobs eröffnete, indem er die zweite Strophe von Bob Dylans ‚The Times They Are A-Changin‘ vorlas (201), präziserte Jobs das im Film gezeigte Bild eines Aufstands gegen den Big Brother: „IBM will alles und richtet seine Geschütze auf das letzte Hindernis, das der Kontrolle über die gesamte Branche im Weg steht – Apple. Wird Big Blue die gesamte Computerbranche beherrschen? Das gesamte Informationszeitalter? Hatte George Orwell recht?“ (ebd.). Im Jahre 1997 entwarf Lee Clow, der die Werbekampagne ‚1984‘ geschaffen hatte, die Kampagne ‚Think different‘ (385). Zwar hatte sich Apple längst als großes Unternehmen etabliert, nach dem Image des Rebellen gegen das Establishment (1984) sollte jetzt (1997) das Anderssein selbst zur Apple-Identität werden: nicht für Produkte sollte geworben, sondern ein Markenimage sollte etabliert werden (386). Daher der eingangs zitierte Text „Here’s to he crazy ones. The misfits. The troublemakers. The round pegs in the square holes [...]“ (387). Dieser gipfelte in der o.g. pathetischen Formulierung, welche die wirklichen Außenseiter, Künstler und Aktivisten und die Apple-Mitarbeiter und die Apple-Käufer⁵ auf ein und derselben Seite und in ein und derselben Identität verband: „Because the people who are crazy enough to think they can change the world ... are the ones who do“ (387). In der Werbekampagne in den Printmedien wurden Identifikationsfiguren im Sinne der ‚Verrückten‘ gezeigt, es handelte sich um Einstein, Gandhi, Lennon, Picasso, Edison, Chaplin, King, Martha Graham, Ansel Adams, Richard Feynman, Maria Callas, Frank Lloyd Wright, James Watson und Amelia Earhart (388f.). Es „war immer nur ein Schwarz-Weiß-Porträt einer historischen Kultfigur zu sehen, nur mit dem Apple-Logo und dem Slogan ‚Think Different‘ in der Ecke“ (388). Als Jobs bei der Auswahl der Bilder jenes von John Lennon nicht gefiel, das ursprünglich vorgesehen war, brachte er Yoko Ono dazu, ihm bei einem Besuch in New York persönlich ein anderes zu

⁵ Auf der Macworld 1997 in Boston sagte Jobs: „Ich glaube, man muss immer noch anders denken, um einen Apple-Computer zu kaufen“ (380).

überreichen, es „war das berühmte Foto von ihr und John im Bett mit Blumen in der Hand – es war das Bild, das Apple letztendlich verwendete“ (389). Dies zeigt, wie sehr Steve Jobs auch Künstler glauben machen konnte, gewissermaßen dieselbe Sache zu tun oder zumindest Teil derselben Gegenkultur zu sein. So machte schließlich im Jahr 2004 Bono, Leadsänger von U2, von sich aus den Vorschlag, U2 könne in einem Fernsehspot kostenlos den iPod bewerben, im Gegenzug solle eine eigene U2-Edition des iPod entstehen, dessen Verkauf zu Tantiemen für die Band führen solle (497f.). Bob Dylan trat 2006 in einem Fernsehspot für den iPod auf (493). Hintergrund waren hier auch zurückgehende Einnahmen aus Plattenverkäufen sowie der Versuch, durch den iPod ein jüngeres Publikum zu erreichen (494). Die Vereinnahmung von Kunst und Gegenkultur als dem positiv besetzten ‚Anderen‘ funktionierte aber auch in Richtung auf die Motivation und das Selbstverständnis der Mitarbeiter bei Apple. Diese sollten sich selbst als KünstlerInnen verstehen, die sich mit ihrer Arbeit und ihrem Engagement so sehr identifizieren, wie KünstlerInnen mit ihrem Werk: Jobs prahlte damit, dass in seinem Team 90 Stunden pro Woche gearbeitet werde (186). Auf Klausurtagungen sollte das Team die Grundsätze seiner Arbeit verinnerlichen: „Keine Kompromisse!“ (173) sowie (bei der absehbaren Verzögerung der Produkteinführung) „Echte Künstler werden fertig!“ (174). Schließlich rief Jobs die 45 Mitglieder seines Teams zusammen und ließ sie auf einem Blatt Papier mit einem edlen Füllhalter unterschreiben, weil, wie er sagte, echte Künstler ihr Werk signieren (162). „Die Namenszüge würden im Innern jedes Macintosh-Gehäuses eingepreßt stehen. Niemand außer einigen Monteuren würden sie sehen, aber jeder im Team wusste, dass sie da waren“ (ebd.).

Dies alles sind Beispiele für die Vereinnahmung von Kunst durch das System Ökonomie. Zentral ist die Selbstzuschreibung der (attraktiven) Identität des ‚Andersseins‘ und die motivierende Kraft, die der Führungsebene, den Mitarbeitern, den Käufern und sogar einigen AkteurInnen des Kunstbetriebs aus dieser Identitätszuschreibung erwächst. Diese Kraft vereint die Beteiligten in einem System, welches kein ‚Anderes‘ seiner selbst, kein ‚Außen‘ mehr kennt, das aber nicht zuletzt (dies scheint paradox) aus der laufenden Behauptung von Differenz (gegenüber dem Establishment, gegenüber dem Mainstream) seine Identität und seine kompetitive Kraft bezieht.⁶ So lässt sich sagen: Eine günstige Bedingung für das Verschwinden von Differenz (das Verschwinden des ‚Außen‘) und für das Entstehen des ‚Einen‘ ist gerade die Behauptung von Differenz nach innen (Identitätszuschreibung: Anders- bzw. Künstler-Sein) und nach außen („unser Produkt ist anders“, „wir sind Rebellen“). Und diese Bedingung ist von der Art, dass das Verschwinden von Differenz von allen Akteuren nicht

⁶ Zur politischen Vereinnahmung von Kunst (als Gegenkultur), z.B. im sozialistischen Realismus: Ziel war der Aufbau einer sozialistischen Gesellschaft und Welt, zu der es ebenfalls kein ‚Außen‘ mehr geben sollte, vielmehr sollten die Kräfte der Kunst ins Kollektive fließen. Das ‚Anderssein‘ als Thema war aber nicht wichtig, vielmehr die Affirmation der Wahrheit des Ganzen, s. Jacoby, *Kollektivierung der Phantasie*. In der kompetitiven Wirtschaft dagegen kann ‚Anderssein‘ gerade ein Wettbewerbsvorteil sein, denn so wird dem Mitbewerber die Nähe zum nicht innovativen Establishment und die Rolle des bald Vergangenen zugesprochen.

mehr bemerkt werden kann. Alle fühlen sich dem attraktiven ‚Anderen‘ zugehörig, obwohl sie im ‚Einen‘ verbleiben und die vermeintliche Nähe zum ‚Anderen‘ nur eine Nähe durch Vereinnahmung ist. Nicht die Menschen ändern ihr Leben, sondern die Kunst verliert ihre Identität.

In diesem ‚Einen‘, das gerade durch die Vereinnahmung von Kunst als des ‚Anderen‘ kompetitiv erfolgreich ist,⁷ wird der Kunstbegriff selbst nicht reflektiert. Vielmehr tritt an die Stelle von Kunst das Klischee des Künstlers: Der Künstler arbeitet für sein Werk bis zur Erschöpfung, er glaubt an sich und seine Mission, er ist ein Rebell und steht allein gegen die Angepassten, er hat Ideen, auf die kein anderer kommt – und wird erst belohnt, wenn er ‚es schließlich allen zeigt‘ und diese nun auch an ihn und seine Ideen glauben. Marktkonform ist im Grunde nur dieses Klischee, weil es der Optimierung sowohl der eigenen Arbeitskraft als auch des Produkts dienen kann, nicht die Kunst und die Gegenkultur selbst.⁸ Doch diese werden durch die Vereinnahmung des Künstlerklischees gewissermaßen mit kolonialisiert: In der Apple-Kampagne ‚Think different‘ waren es etwa auch Bilder von Picasso oder Gandhi, auf denen sich das Apple-Logo befand.

Dass Kunst als das ‚Andere‘ vereinnahmt werden kann, ist in anderem Sinn schon 1944 von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno in ihrer Kritik an der Kulturindustrie analysiert worden. Wer nach einem langen Arbeitstag sich durch einen Kinofilm in eine wirklich andere Welt entführen und sein Denken durch eine andere Perspektive erfrischen lassen möchte, der gerät etwa in einem Kinocenter mit einer Systemgastronomie, welche ihrerseits Magazine mit Kinowerbung produziert und Fast-Food-Menüs mit Artikeln aus dem Film-Merchandising verkauft, in jenes ‚Eine‘, das Horkheimer/Adorno als Kulturindustrie bezeichnen: „Amusement ist die Verlängerung der Arbeit unterm Spätkapitalismus“, in den „Amüsierwaren“ könne man „nichts anderes mehr erfahren [...] als die Nachbilder des Arbeitsvorgangs selbst. Der vorgebliche Inhalt ist bloß verblasster Vordergrund“.⁹ Kunst entwickelt sich hier selbst zu einem

⁷ Kreativität wird unabhängig vom ökonomischen Kontext auch schon in der ästhetischen Moderne in der Logik der Selbsterfindung, Selbstentfaltung und –kultivierung, der Steigerung und energetischen Überbietung artikuliert. So liegt die Vereinnahmung von Kunst zur Steigerung von Kreativität in der Moderne immer schon nahe; s. dazu Heubel, *Das Dispositiv Kreativität*.

⁸ Die Gegenkultur der 1960er Jahre, in der Steve Jobs groß geworden war, trug Züge von gesellschaftlichem Widerstand und von Unangepasstheit aber besonders auch Züge einer Alltagskultur, eines lustvollen Aufbruchs, neuer Entwicklungen in Musik, Mode etc. (s. Grunenberg, *Summer of Love*). Sie war in jenem Sinn ‚attraktiv‘, dass sie lustvoll sein durfte, dass sie sich durchsetzen und die Kultur tatsächlich verändern konnte und nicht etwa brutal unterdrückt wurde. Die Titel von (Underground-) Zeitschriften transportierten diese Form des ‚Anderen‘: ‚Other Scenes‘, (Los Angeles) ‚FUCK YOU. a magazine of the arts‘ (New York) (ebd., S. 48) oder ‚The East Village Other‘ (New York) (ebd., S. 232), wobei die Worte ‚East Village‘ sehr klein gedruckt waren, so dass die Zeitschrift auf den ersten Blick ‚The Other‘ hieß. Demgegenüber werde ich im Zusammenhang mit Silke Wagners Kunst unten von demjenigen ‚Anderen‘ sprechen, das gewissermaßen zu ‚unattraktiv‘ ist, um vom ‚Einen‘ vereinnahmt zu werden, etwa Bereiche wie Armut, soziale Ausgrenzung, Tabuisiertes, aufgrund von Traumatisierungen Verdrängtes oder auch radikale politische Aktivität. Wie sehr die besondere Ausprägung der amerikanischen Gegenkultur in den 1960er Jahren ihre eigene Vereinnahmung stark begünstigte, müsste aber eigens untersucht werden. S.a. Diederichsen, *The Whole Earth*.

⁹ Horkheimer/Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, S. 158f.

Teil der Ökonomie. Deren Gesetze bestimmen über ihre Inhalte – mit der Folge, dass wir mehr und mehr in der Welt des ‚Einen‘ leben, die ihr ‚Außen‘ laufend so sehr vereinnahmt, dass dieses nur noch als diffuse Sehnsucht nach einer Fülle des ‚ganz Anderen‘ existiert. Diese Sehnsucht aber wird auf dem Markt umgelenkt auf solche käuflichen Produkte und Erlebnisse, die einen Anteil am ‚Anderen‘ versprechen. Dies gilt gerade auch, so haben schon Horkheimer/Adorno gezeigt, für unsere Kunstrezeption.¹⁰

2. Das Andere: Kunst als Differenz

An Silke Wagners Kunst lässt sich exemplarisch zeigen, wie Kunst dem nicht vereinnahmten ‚Anderen‘ eine Stätte schafft, wie sie es ‚birgt‘,¹¹ d.h. es sammelt, bewahrt, erinnert, und wie sie es zugleich zum Erscheinen bringt, d.h. es artikuliert, verstärkt und (schmerzlich) erfahrbar macht. Die Spur dieses Anderen folgt nicht dem Klischee des ‚Think different‘, sondern setzt uns dem Übersehenen aus, v.a. solchem, von dem wir zwar irgendwie wissen, dessen klare Erkenntnis aber unbequem ist. Beispiele: Die Arbeit *When Saturday comes* (Nürnberg 2006) erinnert an verdrängte, traumatische Ereignisse im Fußball (das Unglück in Sheffield 1989, das ‚Todesspiel‘ von Kiew 1942, der Selbstmord des schwulen britischen Fußballers Justin Fashanu).¹² Der *Banyan-Baum* (Heidelberg 2008) verweist auf die Welt der ArbeitsmigrantInnen aus Indien und Pakistan, welche die Komfort-Welt der reichen Länder des Persischen Golfs erst möglich macht (31). Die Skulptur *Paul Wulf als Litfasssäule* (Münster 2007) macht sowohl die verdrängte Geschichte der ca. 350.000 Zwangssterilisierten in den 1930er und 1940er Jahren als auch die Geschichte politischer Widerstandsgruppen aus jüngerer Zeit zugänglich. Die Vereinbarung einer Geldanlage für 175 Jahre zur Jubiläumsfeier des Westfälischen Kunstvereins über ein kooperatives Projekt in 175 Jahren (*Demokratie üben*, Münster 2006) macht die Zeit selbst aber auch die (prekären) politischen Bedingungen der Kunst sichtbar (50f.). Die Arbeit *Picknicktable* (Linz 2004) veranschaulicht die alternative Nutzung des öffentlichen Raums (wie z.B. des Stadtmöbels Picknicktisch) durch Skater – als jenen Fremden, welche die harten Kanten und Flächen unserer Städte in einer Art Parallelwelt bewohnen (74f.). Das Projekt *Coöperatie Terwijde* (Utrecht 2006), das den BewohnerInnen eines neuen Stadtteils die Gelegenheit gab, sich gegenseitig als ExpertInnen

¹⁰ Die Verbindung von Kunst und Ökonomie kann aus wissenschaftlicher Perspektive auch ganz unangenehm und nicht im Sinne einer Kritik untersucht werden, wie dies Amariglio u.a. in ihrer Sammlung historischer und ökonomischer Studien beabsichtigen, s. Amariglio, *Sublime Economy*. Die wirtschaftswissenschaftliche Perspektive wird dabei allerdings als alles andere umgreifend vorausgesetzt, und m.E. geschieht so eine Vereinnahmung von Kunst durch ein (totales) mentales Konzept: „And that is the premise that if economics is everywhere [...] then the arts constitute a legitimate and consequential location not only for the representation, but also for the production and distribution of economic concepts and theories, including that of ‘economic value’“, ebd., S. 9. Gezeigt wird (auch historisch) das Ökonomische an der Kunst auf verschiedenen Ebenen, das alles Umgreifende ist die Ökonomie.

¹¹ Heidegger spricht vom Bergen der Wahrheit u.a. durch Kunst, s. Heidegger, *Beiträge*, S. 389ff.

¹² Babias, *Silke Wagner*, S. 55. Seitenzahlen ohne weitere Kennzeichnung beziehen sich in diesem Abschnitt auf Babias, *Silke Wagner*.

in verschiedenen Bereichen zu präsentieren und zu erleben, hebt jenes unsichtbare Potenzial des nachbarschaftlichen Miteinanders ins Bewusstsein, welches, unartikuliert und übersehen, doch die eigentliche Voraussetzung für Nachbarschaft und ‚Wohnen‘ ist (58ff.). Die *Interviews mit sechs Arbeitsmigrantinnen aus der Bordellprostitution* (Frankfurt a.M./Paris 2003/2007) geben Menschen, die üblicherweise zu Objekten werden, sei es in der Ausgrenzung, sei es in der Begierde, eine Stimme als Subjekte ihres Handelns und Lebens (76ff.). Zugleich machen sie Dienstleistungen sicht-, bzw. hörbar, die Millionen Männer ebenso selbstverständlich als Teil ihres Alltags in Anspruch nehmen wie sie diese beschweigen. Ein VW-Bus (Projekt *Bürgersteig*, Münster/Essen/Frankfurt a.M. 2001/2002), der von verschiedenen politischen Gruppen jeweils neu gespritzt, gestaltet und für Projektarbeit verwendet wurde, wird zum Vehikel, das die Situation von Flüchtlingen und Asylsuchenden in der sich abschottenden Gesellschaft (Fluchthilfe, prekärer rechtlicher Status, Residenzpflicht, Abschiebung) zu Bewusstsein bringt (124ff.). Das Projekt *Schutzzehe* (Bremen 2003), v.a. eine Webseite über „Heiraten zum Zweck der Aufenthaltssicherung“ mit rechtlichen und praktischen Hilfestellungen, hebt unsere tatsächlich vorhandenen Handlungsspielräume zur Sicherung von Flüchtlingen und MigrantInnen ins Bewusstsein (90ff.). In der Ausstellung *COVERWORKS (New works)* (Oldenburg 2010) vergegenwärtigen Silke Wagners 11 Arbeiten, die je ein Werk von 11 bekannten Künstlerinnen ‚wieder-holen‘, den unsichtbar-sichtbaren Einfluss dieser Künstlerinnen auf Kunst und Ästhetik der Gegenwart.¹³ Und der *Saal 1* (Basel 2002), in welchem AusstellungsbesucherInnen nicht Kunst betrachteten, sondern verschiedene Gruppen aus der kritischen Kulturproduktion sich selbst präsentieren konnten, macht die Möglichkeit bewusst, selbst etwas zu geben, selbst aktiv zu sein, statt lediglich aufzunehmen.¹⁴ Hier, wie schon in vielen der erwähnten Projekte, ist das ‚Andere‘, also jenes Übersehene oder Verdrängte, dessen Erkenntnis unbequem ist, nichts Geringeres als das eigene Subjektsein, d.h. die Möglichkeit zu handeln, zu gestalten, die eigene Position einzubringen. Es geht aber weder hier noch in den anderen Projekten, um ein neues Klischee, etwa um einen Expressivismus (Ideologie des Selbstausdrucks) oder um (politischen) Aktivismus. Es geht um die Erkenntnis der Möglichkeit, dass wir uns selbst artikulieren können und dabei unser Subjektsein als das übersehene ‚Andere‘ realisieren.

Zusammenfassend: Kunst kann das nicht vereinnahmte ‚Andere‘ bergen (erinnern, bewahren) und es zugleich zum Erscheinen bringen (erfahrbar machen). Dabei sehen wir einerseits das ‚Andere‘ außen, das ‚Andere‘ im Vergleich zu jener Lebenswelt, jenem Milieu und zu jenem System (politisch, ökonomisch), in dem wir immer schon stecken: Wir sehen die Welt der Arbeitsmigrantinnen und der Flüchtlinge oder ein verdrängtes traumatisches Geschehen. Dieses ‚Andere‘ ist zu unattraktiv, zu wenig marktkonform, um vom ‚Einen‘ vereinnahmt zu werden – es handelt sich nicht um Picasso oder Gandhi, Yoko Ono bringt kein besseres Foto von Asylsuchenden für

¹³ Wagner, *COVERWORKS*.

¹⁴ Babias, *Silke Wagner*, S. 106ff.

den Ausstellungskatalog. Zugleich aber sehen wir das ‚Andere‘ innen, unsere eigene (innerste) Möglichkeit, nämlich die Möglichkeit, in vollem Sinn Subjekt zu sein, uns selbst zu artikulieren, unsere Handlungsspielräume zu nutzen. Dieses Innere ist genauso fremd und unbequem wie jenes Äußere, etwa unangenehme, verdrängte traumatische Ereignisse oder gesellschaftliche Zusammenhänge. Und auch dieses ‚Andere‘, also das Subjektsein und das Nutzen von Handlungsspielräumen nicht im Sinne von Klischees (‚Think different‘), sondern etwa im Sinne ethischer Überlegungen, ist gewissermaßen zu unattraktiv, um vom ‚Einen‘ (dem kompetitiven Wirtschaftssystem, s.o.) vereinnahmt zu werden. Kunst ermöglicht, Kunst erzwingt die Anerkennung des nicht vereinnahmten ‚Anderen‘ außen und innen, sie zwingt uns zur Öffnung unserer Welt.

Als was erfahren wir Kunst hier – im Vergleich zum Klischee des Künstlers in der Werbekampagne ‚Think different‘ (s.o.)? Silke Wagners Kunst durchkreuzt das Klischee von Rebellentum und Kreativität, von radikalem Subjektivismus und Expressivismus, von Auffallen, Anderssein und Werkverliebtheit. Ihre Kunst verweist auf andere Menschen, etwa auf bedeutende Frauen, sie überlässt anderen Akteuren das Terrain, etwa politischen Gruppen oder Arbeitsmigrantinnen. Das materielle (Kunst-) Werk tritt zurück, stattdessen finden wir etwa einen Stadtplan von München für Skater, einen Ausstellungsraum, den Gruppen der kritischen Kulturproduktion nutzen können, eine Webseite oder eine 175-jährige Geldanlage. Nicht nur das Kunstwerk, auch die Künstlerin selbst tritt zurück, wenn sie etwa die Werke anderer Künstlerinnen wiederholt (*COVERWORKS*, Oldenburg 2010), wenn sie ihre Arbeit *Gale* (Hannover 1999) als Gerücht realisiert oder wenn die Ausstellung aus Kritiken der Ausstellung (vor der Eröffnung geschrieben) durch andere besteht (*Drehbücher*, Karlsruhe 1999).¹⁵ Kunst wird hier in dem Maße durchsichtig und unsichtbar, in welchem dasjenige sichtbar wird, auf das sie verweist. Weit davon entfernt, im Sinne des Klischees als frische Quelle der Kreativität und Selbstaffirmation die ökonomische Produktivität und die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern (‚Ich glaube an mich, ich glaube an meine Arbeit‘) – aber auch weit davon entfernt, marktkonform im Sinne des Kunstmarkts zu sein (Wiedererkennbarkeit, Identifizierbarkeit, Gefälligkeit), wirkt Kunst hier in einer konsequenten Reduktion auf ihren Status als Zeichen, als Hinweis, als Bühne des Erscheinenlassens, als Sprachrohr des ‚Anderen‘. Kunst ist in Silke Wagners Arbeiten ein sich anonymisierendes, restlos über sich hinausweisendes Medium – für das nicht vereinnehmbare ‚Andere‘, sei dieses außen (geleugnete Realitäten unserer Welt) oder innen (geleugnete Möglichkeit unseres Subjektseins).

3. Zur Rezeption der Kunst Silke Wagners

Wie können wir eine Kunst rezipieren, welche uns mit dem ‚Anderen‘ konfrontiert? Was kann diese Kunst mit uns machen? Ein erster Schritt muss die ehrliche Selbsterkenntnis sein, dass wir als AusstellungsbesucherInnen meist nicht der gesellschaftlichen Gegenkultur angehören, dass wir aber Sympathie für diese haben. Aber damit

¹⁵ Wagner, *Frankfurter Positionen*.

diese Selbsterkenntnis fruchtbar werden, damit Kunst etwas in uns hervorbringen kann, dürfen wir dabei nicht stehen bleiben, sondern unsere Selbsterkenntnis muss die Form eines schmerzhaften Eingeständnisses annehmen. Es gilt zu erkennen, dass wir dem ‚Einen‘ näher stehen als dem ‚Anderen‘, dass wir jene Vereinnahmung des ‚Anderen‘ zur Definition einer attraktiven Identität (‚ich bin anders‘) gerade auch von uns selbst, d.h. als eigenes Verhalten kennen. Bei der Vereinnahmung von Kunst wirken wir laufend mit – aber dies gilt es nicht auf der Ebene eines ‚Richtig‘ und ‚Falsch‘ unseres individuellen Handelns moralisch zu werten. Sondern es gilt, auf der politisch-ökonomischen Ebene unsere Zugehörigkeit zum System, in dem wir leben, zu erkennen. In diesem System sind wir es gewöhnt, uns Identität gerade auch im Sinne von Anderssein, Rebellentum, Künstlertum oder Kreativität durch den Kauf von Produkten (ob Computer, Mode oder Parfüm) und Erlebnissen (ob Reisen, Ausstellungsbesuche oder Freizeitkurse) zu erwerben. Dieser Erwerb von Anderssein (und damit diese Vereinnahmung des ‚Anderen‘) affirmiert das System und verändert es nicht – und er befriedigt uns auf systemkonformer Weise, aber er bringt uns dem ‚Anderen‘ außen und dem ‚Anderen‘ in uns nicht wirklich näher, obwohl wir für dieses doch auch Sympathie spüren. Dass wir bei der systemischen Vereinnahmung von Kunst laufend mitwirken, kennen wir gerade auch aus dem Kunstbetrieb selbst (als einem gesellschaftlichen Subsystem). Im Kontakt mit Kunst kommen wir dem nicht vereinnahmten ‚Anderen‘ so nah, dass wir stark darauf reagieren – freilich auf die Weise, die wir gewöhnt sind, also durch Selbstinszenierung und Konsum: Wir zeigen Differenz, indem wir uns in Stätten des Kunstbetriebs eleganter und extravaganter kleiden, indem wir eine andere Sprache verwenden (die Sprache der Vernissagen und der Kunstkataloge), vor allem aber zeigen wir Differenz (für unser Selbstbild, für andere) durch den Erwerb von Produkten aus dem Bereich Kunst, also von Kunstwerken, Reproduktionen und jenen vielen Dingen vom Radiergummi bis zum Regenschirm, welche uns die Museumsshops anbieten, in denen es immer noch etwas voller ist als in der Ausstellung selbst. Zur Klarstellung: Mir geht es nicht um Selbstverurteilung, sondern um Selbsterkenntnis. Unsere Freude an Kunst, der Museums- und Kirchenbesuch (besonders auf Reisen), die (repräsentative) Dekoration unserer Wohnungen (und Büros) mit Kunstwerken, dies alles ist Teil unserer Kultur. Wir können es als durch und durch typisch für unser bildungsbürgerliches Milieu erkennen (geradezu als Zeichen von Bürgerlichkeit) und uns der Mechanismen der systemischen Vereinnahmung bewusst sein - gleichzeitig müssen wir dies alles nicht gänzlich verurteilen, es geht eher um eine selbstironisch gebrochene und daher souveräne kulturelle Praxis. Es kommt darauf an, mit einem kritischen Blick auf uns selbst unser Gefangensein im ‚Einen‘ wahrzunehmen und ebenso wahrzunehmen unsere Sehnsucht nach dem wirklich ‚Anderen‘ wie auch unser Unvermögen, diesem ‚Anderen‘ in unserem Leben auf andere Weise eine Stätte zu geben als durch Aneignung (Wissen, Bildung) oder Konsum und Selbstinszenierung. Das Ziel der Selbsterkenntnis ist nicht Selbstverurteilung, sondern die Erkenntnis, dass wir durch die systemische Vereinnahmung von Kunst (und durch unser Mitwirken daran) um das wirklich

‚Anderer‘ betrogen werden, dass wir einen Mangel spüren können, eine Sehnsucht und eine bisher nicht genutzte Möglichkeit. Ziel der Selbsterkenntnis ist zugleich, hier eine Notwendigkeit zu spüren, wenn wir an jenes ‚Anderer‘ denken, von dem es oben hieß, es sei gewissermaßen zu unattraktiv, zu wenig markt- und systemkonform, um vereinnahmt zu werden: das ‚Anderer‘ außen, etwa Verdrängtes oder Ausgegrenztes – und zugleich das ‚Anderer‘ innen, die Möglichkeit radikaler Selbstartikulation, die Möglichkeit wirklichen Subjektseins. So werden wir durch jene Vereinnahmung des ‚Anderen‘, an der wir selbst laufend mitwirken, gewissermaßen um eine notwendige Möglichkeit gebracht.

Wie können wir Silke Wagners Kunst rezipieren? Wenn die beschriebene Selbsterkenntnis (das Bewusstsein für unser inneres Gefangensein im ‚Einen‘) als erster Schritt bezeichnet wurde, geht es im zweiten Schritt um die Frage: Gibt es bei der Rezeption dieser Kunst eine Alternative zu den gewohnten Bahnen, also zu Aneignung (Wissen, Bildung), Konsum oder Selbstinszenierung? Ja, Silke Wagners Kunst kann uns dabei helfen, einen eigenen, einen authentischen Zugang zum nicht vereinnahmten ‚Anderen‘ (außen und innen) zu finden. Sie kann dies bewirken, indem sie uns dem ‚Anderen‘ aussetzt und uns dabei einen Impuls dazu gibt, dem ‚Anderen‘ eine Stätte in unserem Leben zu schaffen. An zwei Beispielen möchte ich diese ‚notwendige Möglichkeit‘ (wie es oben hieß) veranschaulichen.

Zunächst der Zugang zum ‚Anderen‘ außen: Harald Welzer hat in seinem Buch *Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand* Beispiele von Menschen gesammelt, die sich im Sinne einer nachhaltigen Moderne engagieren, die die Zwänge und die Systemlogik der Ressourcen verbrauchenden, an stetes Wachstum gekoppelten kompetitiven Wirtschaft in Richtung auf eine Gemeinwohlwirtschaft hinter sich lassen. Vor 100 Jahren mögen nur ganz wenige an die Möglichkeit geglaubt haben, dass Menschen je das Herrschaftssystem der Monarchie verlassen können. Heute halten es ebenso wenige Menschen für möglich, das globale, ressourcenintensive und renditeorientierte Wirtschaftssystem zu verlassen. Hier möchte Welzer zeigen, dass unsere faktischen Handlungsspielräume größer als vermutet sind – und er vergleicht unsere Spielräume bewusst mit jenen, welche Menschen unter dem Nationalsozialismus hatten, wenn sie die Notwendigkeit und die Möglichkeit sahen, verfolgten Juden zu helfen.¹⁶ Welzers Beispiele zeigen Erfolg und Gelingen außerhalb des Systems und seiner alles vereinnahmenden Logik: Die GLS-Bank hat Erfolg ohne hohe Renditevorgaben, sie kann „mit der richtigen Haltung sogar im falschen System vernünftig wirtschaften“.¹⁷ Die Elektrizitätswerke Schönau haben Erfolg mit einem alternativen, nämlich an einer möglichst ungefährlichen Stromversorgung und nicht an Gewinn orientierten Unternehmen.¹⁸ Und Hanna und Dieter Paulmann haben Erfolg mit ihrer Okeanos-Stiftung, welche hilft, dass im pazifischen Raum Einheimische einen vergessenen, ursprünglich dort gebauten Schiffstyp erfolgreich wieder bauen

¹⁶ Welzer, *Selbst denken*, S. 222ff. u.ö.

¹⁷ Ebd., S. 265.

¹⁸ Ebd., S. 260f.

und verwenden. Dies „gibt Menschen die Möglichkeit, stolz auf das zu sein, was sie zu ihrer eigenen Überraschung können“.¹⁹ Welzers Beispiele zeigen: Menschen können das ‚Eine‘ (hier: das kompetitive, renditeorientierte, ressourcenintensive, nicht gemeinwohlorientierte und nicht zukunftsfähige System) verlassen und in einem ‚Anderen‘ (hier: mit einem ganz neuen ‚Rahmen‘ der Lebensorientierung) erfolgreich sein. Und sie zeigen: Der Zugang zum ‚Anderen‘ außen kann dann gelingen, wenn jemand seinem innersten Anliegen folgt (so entstehen auch ganz verschiedene Wege im ‚Anderen‘) – es kommt also gerade nicht darauf an, etwas nachzumachen und sei es moralisch noch so sehr geboten.

Schließlich der Zugang zum ‚Anderen‘ innen: Die amerikanische Künstlerin Candy Chang hat vor zwei Jahren das Projekt *Before I die* ins Leben gerufen.²⁰ Auf einer öffentlichen Tafel können Passanten den Satz „Before I die, I want to ...“ vervollständigen. Interessierte, die das Projekt an anderen Orten der Welt wiederholen möchten, können Hinweise und Anleitungen frei beziehen. Mittlerweile gibt es hunderte Aktionen in vielen Ländern der Welt.²¹ Was ist uns wirklich wichtig im Leben (nicht: worin bestünde in den Augen der anderen Erfolg)? Was möchten wir unbedingt noch tun, vielleicht, weil es von niemand anderem getan werden kann (nicht: was sollte oder müsste ich ‚aus mir machen‘, etwa gemäß der Ratschläge der Coaches oder der Ratgeberliteratur)? Oder: Wenn die Kinder aus dem Haus und vielleicht der Partner/ die Partnerin nicht mehr da wäre²² – was bliebe mir als innerstes Anliegen, als Auftrag, wofür würde ich meinen Mut verwenden wollen – und womit könnte ich folglich schon jetzt anfangen? Der Zugang zum ‚Anderen‘ innen ist möglich in jenem Moment, in dem wir uns von unserer Angst emanzipieren (*insbesondere auch von der Angst vor unserer eigenen Stärke*), auch von unserem Idealdruck, von dem Zwang, einem Klischee entsprechen zu müssen – das ‚Andere‘ innen ist möglich, wenn wir Subjekte werden.

Oben hieß es: Wie können wir eine Kunst rezipieren, welche uns mit dem ‚Anderen‘ konfrontiert? Und: Gibt es bei dieser Rezeption eine Alternative zu Wissen, Bildung, Konsum und Selbstinszenierung – eine Alternative dazu, uns Silke Wagners Arbeiten als Postkarte ins Büro oder als dekorativen Magneten an den Kühlschrank zu hängen? Meine subjektive Antwort, die keinerlei Interpretation der Kunst Silke Wagner ist, sondern lediglich einen Impuls in Worte fasst, den ich als Ausstellungsbesucher empfinde: Der Weg ins ‚Andere‘ ist auch für mich möglich. Ich kann gewissermaßen versuchen, meinem innersten Anliegen im übertragenen Sinn ‚einen VW-Bus für Aktionen zur Verfügung zu stellen‘²³ oder dem, was mir im Leben wichtig ist ‚eine Lit-

¹⁹ Ebd., S. 273.

²⁰ <http://candychang.com>

²¹ <http://beforeidie.cc/> Der Deutschlandfunk berichtete am 04.10.13 um 10.10 Uhr über Aktionen in Deutschland.

²² Eine Verlufterfahrung stand am Anfang von Candy Changs Projekt, s. <http://candychang.com/before-i-die-in-nola/>

²³ Wie im Projekt *Bürgersteig*, Münster/Essen/Frankfurt a.M. 2001/2002.

fasssäule in Form des Portraits eines Vorbildes aufzustellen'.²⁴ Ich kann versuchen, im übertragenen Sinn ‚Werke von KünstlerInnen-Vorbildern zu wieder-holen‘²⁵ oder für meine Vorhaben ‚einen Stadtplan mit Orten zum ‚Skaten‘ zu erstellen‘²⁶ – um mich im Offenen, Neuen und Ungebahnten zu orientieren, um endlich das zu tun, was mir eigentlich am wichtigsten ist, um ein wesentlicheres Leben zu führen oder mich für eine gerechtere, zukunftsfähigere Welt zu engagieren.

Zusammenfassend: Kunst wird systemisch vereinnahmt – von totalitären Gesellschaftssystemen wie auch vom System Ökonomie. Auch wir selbst als Teile eines sozioökonomisch bedingten Milieus sind daran gewöhnt, Kunst vereinnahmend zu rezipieren. Ausgehend von Silke Wagners Arbeiten wird dazu eine Alternative erkennbar: Wir können durch diese Kunst, die nahezu vollständig über sich hinausweist, dem nicht vereinnahmten ‚Anderen‘ begegnen, außen (übersehene Welten, verdrängtes Geschehen) und innen (unser wirkliches Subjektsein). Indem so das ‚Andere‘ in unserem Selbst- und Weltbild und in unserer Existenz wächst, kann die Begegnung mit Kunst unser Leben verändern.

²⁴ Wie in der Skulptur *Paul Wulf als Litfasssäule*, Münster 2007.

²⁵ Wie in *COVERWORKS (New Works)*, Oldenburg 2010.

²⁶ Wie in *Locals only?*, München 2004.

Literatur

- Amariglio, Jack; Childers, Joseph W.; Cullenberg, Stephen E. (Hg.), *Sublime Economy. On the intersection of art and economics*, London/New York 2009.
- Babias, Marius (Hg.), *Silke Wagner. 2000-2008, n.b.k. Ausstellungen Band 1*, Köln 2008.
- Diederichsen, Diedrich; Franke, Anselm (Hg.), *The Whole Earth. Kalifornien und das Verschwinden des Außen* (Ausstellungskatalog) , Berlin 2013.
- Grunenberg, Christopher; Harris, Jonathan (Hg.), *Summer of Love. Psychedelic Art, Social Crisis and Counterculture in the 1960s*, Liverpool 2005.
- Heidegger, Martin, *Beiträge zur Philosophie. Vom Ereignis*, hg. v. F.-W. v. Herrmann, GA Bd. 65, Frankfurt a.M. 1989.
- Heubel, Fabian, *Das Dispositiv der Kreativität*, Darmstadt 2002.
- Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W., *Dialektik der Aufklärung, Gesammelte Schriften Bd. 3*, Frankfurt a.M. 1981.
- Isaakson, Walter, *Steve Jobs*, München 2011.
- Jacoby, Petra, *Kollektivierung der Phantasie? Künstlergruppen in der DDR zwischen Vereinnahmung und Erfindungsgabe*, Bielefeld 2007.
- Wagner, Silke, *Frankfurter Positionen 2001*, Katalog, Frankfurt a.M. 2001.
- Wagner, Silke, *COVERWORKS (New Works)*, Oldenburger Kunstverein, Katalog, Frankfurt a.M. 2010.
- Welzer, Harald, *Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand*, Frankfurt a.M. 2013.