

»Braucht Gesellschaft Kunst?«

von Jürgen v. Troschke

... ist der Titel einer Ausstellung der Kunsthalle in Baden Baden. Die Frage wird – um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen – gleich mit einem engagierten »Ja!« beantwortet. Dem kann man nur zustimmen. Doch: »Wozu?« Es geht um die Bedeutung der politischen Kunst, also um die Wirkungen, die Künstler mit ihren Arbeiten in der und für die Gesellschaft erzielen können.

Wir betreten die Ausstellung durch einen dunklen Gang, der nach einer scharfen Kehrtwendung in einen Raum führt, in dem auf einer weißen, hell erleuchteten Leinwand »Nichts« zu sehen ist. Die aufgebauten Erwartungen werden enttäuscht. Damit soll der »Bilderbedarf« des modernen Menschen bewusst gemacht werden.

In den sich anschließenden Räumen werden Bilder, Plakate und Videos gezeigt, denen nach der Auswahl der Kuratoren eines gemein ist: Sie haben öffentliche Aufmerksamkeit erregt, emotionalen Widerspruch oder auch engagierte Befürwortung. Mit ihren Werken und Aktionen hatten die Künstler offenkundig den Nerv der Zeit getroffen und latente Konflikte, die unter den Teppich gekehrt wurden, schamlos aufgedeckt. Sie wurden – oft ohne das Ausmaß der Wirkungen vorhergesehen zu haben – zum Fokus von Auseinandersetzungen in den öffentlichen Medien, ebenso wie in Stammtischdiskussionen und privaten Familiengesprächen.

Die Ausstellung zeigt dafür einige Beispiele, die im Nachkriegsdeutschland die Gemüter erregt haben. Ich weiß noch, wie ich als 18-jähriger Schüler auf der 2. documenta in Kassel staunend vor den uns bis dahin weitgehend unbekanntesten Werken der modernen Kunst stand und meine pubertäre Geisteshaltung mit der besserwisserischen Distan-

zierung von der Empörung der Erwachsenen bestätigen konnte. In Baden-Baden kann man auf Fotografien sehen, wie ratlos und verunsichert viele Besucher reagiert haben, weil Kunstwerke gezeigt wurden, welche die Nationalsozialisten als »entartet« abgewertet und verspottet hatten.

Kunst als gesellschaftliches Symbol

In den Wahlkämpfen der 1970er Jahre konnte Klaus Staeck große Aufmerksamkeit mit Plakaten erringen, die Aussagen konservativer Politiker mit Bildern konfrontierten, die diese lächerlich machten. Auf einem Plakat, das bundesweite Verbreitung fand, sah man das Foto einer bunkerartigen Villa mit der Aussage »Deutsche Arbeiter! Die SPD will Euch Eure Villen im Tessin wegnehmen«. Ein anderes Plakat sollte auf die prekäre Lage sozialbenachteiligter Schichten auf dem Wohnungsmarkt aufmerksam machen. Es zeigt das Porträt, das Albrecht Dürer 1514 von seiner Mutter gezeichnet hatte, verbunden mit der Frage: »Würden Sie dieser Frau ein Zimmer vermieten?« Die Plakate wurden in

hohen Auflagen gedruckt und waren Anlass vieler kontroverser Diskussionen.

In dieser Tradition versteht sich auch die Aktion die Christoph Schlingensief im Jahr 2000 auf Einladung der Wiener Festwochen durchgeführt hat. Anlass war die zunehmende Ausländerfeindlichkeit. In der fünftägigen Inszenierung ging es darum, eine breite öffentliche Diskussion über die Diskriminierung von Fremden zu provozieren. Auf einem Platz in der österreichischen Hauptstadt wurde ein Container aufgestellt, in dem Ausländer untergebracht waren, die nach dem Muster der Fernsehserie »Big Brother« gefilmt wurden. Die Zuschauer konnten unter einer Telefonnummer anrufen und damit für die Abschiebung der von ihnen ausgewählten Personen votieren. Die Aktion stand unter dem Titel »Ausländer raus!«. Ein Video der Dokumentation wird in Baden-Baden gezeigt.

Viele Beispiele demonstrieren, welche Probleme Politiker mit den Werken von Künstlern haben können. Die geplante Verhüllung des Berliner Reichstagsgebäudes durch Christo und Jeanne-



Christoph Schlingensief / Paul Poet: »Ausländer Raus!«, 2000; Filmstill aus dem Kino-Dokumentarfilm »Ausländer Raus! Schlingensiefs Container« (A 2002)

© 2012: Paul Poet

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Das Entscheidermagazin für den Apotheker und sein Fachpersonal)

Herausgeber:

Eckhart Thomas, Sabine Walsler

Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:

Reinald Korte (verantwortlich)
Telefon 06104 606 -114
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: r.korte@kepplermediengruppe.de

Redaktionsleitung:

Apothekerin Silvia Schmidtke (verantwortlich)
Telefon 06104 606 -326
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.schmidtke@kepplermediengruppe.de

Redaktion:

Apothekerin Barbara Frank
Buchendorf-Gauting

Assistenz:

Sabrina Weidemann
Telefon 06104 606 -112
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.weidemann@kepplermediengruppe.de

Layout:

Liane Merz

Anzeigenverwaltung:

Frauke Schumacher
Telefon 06104 606 - 425
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: f.schumacher@kepplermediengruppe.de

Sabrina Weidemann

Telefon 06104 606 -112
E-Mail: s.weidemann@kepplermediengruppe.de

General Account Manager:

Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Hasenackerstraße 22, 71364 Winnenden
Telefon 07195 584530
Telefax 07195 584620
E-Mail: k-graef@t-online.de

Anzeigenverkauf Nielsen I:

Medien-Vermarktung, Dirk Struwe
Poelchaukamp 8, 22301 Hamburg
Telefon 040 280580-60
Telefax 040 280580-89
E-Mail: info@struwe-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen II:

QM Medienpartner GmbH & Co. oHG
Großenbaumer Weg 8
40472 Düsseldorf
Telefon 0211 542181-0
Telefax 0211 542181-70
E-Mail: nrw@qm-medienpartner.net

Anzeigenverkauf Nielsen IIIa:

QM QuadroMedia GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt/M.
Telefon 069 530908-0
Telefax 069 530908-50
E-Mail: frankfurt@quadromedia.eu

Anzeigenverkauf Nielsen IV + IIIb Nord + Süd:

Spots Media GmbH
Barbara Spielmann
Hanauer Straße 58, 80992 München
Telefon 089 155096
Telefax 089 14903572
E-Mail: team@spots-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen V, VI + VII:

media am südsterne
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedstern.de

Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 45 vom 1.10.2012

Leser-Service:

Petra Hardt
Telefon 06104 606 -331
E-Mail: vertrieb@kepplermediengruppe.de

Erscheinungsweise:

monatlich

Bezugspreise:

Jahresabonnement:
- Inland: € 108,- (incl. MwSt.+Versand)
- Ausland: € 128,- (incl. MwSt.+Versand)
Innerhalb der EU: mit ID-Nr.: ohne MwSt.
Ermäßigung für Schüler, Studenten und Azubis
(gegen Nachweis) 50 % auf Nettopreis

Einzelverkaufspreis:

Inland: € 8,50 + Versand

Bankkonto:

Deutsche Bank Offenbach/Main
Konto-Nr. 1 135 607, BLZ 505 700 18

Der Mindestbezugszeitraum ist 1 Jahr. Die Kündigungsfrist beträgt 3 Monate vor Ablauf des Abonnement-Jahres.

Verlag:

Keppler Medien Gruppe
P. Keppler Verlag GmbH & Co KG
PharmaRundschau
Industriestraße 2, D-63150 Heusenstamm (Germany)
Postfach 1353, D-63131 Heusenstamm
Telefon 06104 606 - 0
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: phr@kepplermediengruppe.de
Internetadresse: <http://www.pharmarundschau.de>

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr: HRA Nr. 6601

Ust-Ident-Nummer: DE114098860

pHGesellschafterin:

Keppler Verlag Verwaltungsges. mbH

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr: HRB 8643

Geschäftsführer: Eckhart Thomas

Druck:

Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5
97204 Höchberg

Die Redaktion behält sich das Recht der Kürzung von eingesandten Artikeln und Leserbriefen vor.

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken oder ins Internet und für die Vervielfältigung auf CD-ROM. Erlaubt sind einzelne Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch von einzelnen Beiträgen oder Teilen daraus. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. Namentlich gezeichnete Beiträge nicht zur Redaktion gehörender Verfasser geben nicht unbedingt die Ansicht oder Meinung der Redaktion wieder. Die Nichterwähnung von Warenzeichen bedeutet nicht, dass ein Produkt ohne rechtlichen Schutz ist. Mit der Annahme zur Veröffentlichung von Artikeln und Bildmaterial überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu redigieren, zu übersetzen, zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Wir speichern Daten unserer Abonnenten und Anzeigenkunden soweit geschäftsnötig und im Rahmen des BDSG zulässig. Davon sind nur solche Angaben betroffen, die direkt aus unseren gegenseitigen Geschäftsbeziehungen stammen. Bei Nichtlieferung infolge höherer Gewalt oder infolge von Arbeitskämpfen bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.

Die PharmaRundschau ist der IWW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt.



Keppler Medien Gruppe

Claude wurde lange in den politischen Gremien kritisch diskutiert, bevor sie 1995 stattfinden und für Millionen von Besuchern und Fernsehzuschauern aus aller Welt zu einem viel beachteten Ereignis werden konnte. Im Rückblick sind die Widerstände nur schwer nachzuvollziehen.

Dagegen zeigt die Videoaufzeichnung der Diskussionen im Deutschen Bundestag über das von Hans Haacke 1999 vorgeschlagene Projekt für den Lichthof im Deutschen Reichstag die offenkundigen Schwierigkeiten politischer Entscheidungen über den Wert von Kunstwerken. In der Zeit zwischen November 1999 und Mai 2000 erschienen dazu mehr als 1.300 Beiträge in den öffentlichen Medien.

Eine wesentliche Erkenntnis, die in der Ausstellung in Baden-Baden verständlich wird, ist die Abhängigkeit der politischen Kunst von der Vermittlung durch die Medien. Die breite Information der Bevölkerung über das »Für und Wider« ist eine entscheidende Voraussetzung für die Wirkung. Dementsprechend wurde von den Veranstaltern eine Zeitung in elf themenbezogenen Ausgaben gedruckt, die in den Ausstellungsräumen ausliegen und deutlich machen, wie die jeweiligen Kunstwerke kommentiert und rezipiert wurden. Damit werden die Besucher umfassend darüber informiert, warum das Ölbild mit dem Titel »Café Deutschland« von Jörg Immendorff, das Bild »Onkel Rudi« von Gerhard Richter oder die Aktion »I like America and America likes me« von Joseph Beuys (um nur einige zu nennen) so engagiert und kritisch diskutiert wurden.

Der Ausstellung gelingt es, exemplarisch deutlich zu machen, welche politischen Wirkungen Kunst auslösen kann. Es ist geplant, das Thema weiterzuentwickeln, mit dem Ziel, potenzielle Einflüsse für die Entwicklung der Zivilgesellschaft aufzuzeigen. Darauf können wir gespannt sein. >

»Bilderbedarf. Braucht Gesellschaft Kunst?«, Staatliche Kunsthalle Baden-Baden, bis zum 17. Februar 2013