

Wo die Kunstwerke geschaffen werden

von Jürgen v. Troschke

Jeder, der sich für Kunst interessiert, wird sich immer wieder einmal die Frage stellen, wo und in welchen Zusammenhängen die Werke entstanden sind, die wir so sehr bewundern. Dabei erwarten wir Aufschlüsse über kreative Prozesse, die uns helfen können, die Ergebnisse besser zu verstehen.

Gemeinhin bezeichnen wir den Arbeitsplatz von Künstlern als Atelier. Dort können sie ihre Kreativität entfalten, dort entstehen die Werke, die nach ihrer Vollendung in Ausstellungen und Museen zu besichtigen sind.

Die Staatsgalerie in Stuttgart fasst sich in einer großen Werkschau mit dem »Mythos Atelier«. Über 200 Werke von 67 Künstlern sind diesem Thema zugeordnet und ermöglichen – zumeist von diesen selbst inszenierte – Einblicke in deren Arbeitsbedingungen. Der jeweiligen Künstlerpersönlichkeit, ihrer Arbeitsweise, aber auch dem Sozialstatus entsprechend sehen wir Beispiele von bürgerlich-aufgeräumten bis zu chaotisch-verwahrlosten Arbeitsräumen.

Die Art und Weise, wie wir unsere Lebensräume, unsere Wohnungen oder Arbeitsplätze gestalten, kann viel über uns aussagen. Wir können uns so einrichten, dass wir uns selbst wohlfühlen. Wir können uns aber auch am Geschmack derer orientieren, bei denen wir einen »guten Eindruck« hinterlassen wollen.

Die Gestaltung von Arbeitsräumen folgt in der Regel den funktionalen Erfordernissen der Arbeiten, die dort verrichtet und der Materialien, die dazu benötigt werden. Ein traditioneller Maler braucht Leinwände, Pinsel, Paletten und Farben sowie eine Staffelei. Dann wird er

die Bilder aufstellen, an denen er gerade arbeitet, aber auch solche, die er noch nicht verkaufen konnte. Das ist die Grundausrüstung.

Die individuelle Künstlerpersönlichkeit zeigt sich in der Art und Weise, wie diese Utensilien angeordnet sind und mit anderen Einrichtungsgegenständen korrespondieren. Viele Künstler haben, zumindest in ihren Anfängerjahren, wenig Geld und sind somit darauf angewiesen, ihren Arbeitsplatz in einen ärmlich eingerichteten Wohnraum zu integrieren. So hat Carl Spitzweg mit seinem Bild »Der arme Poet« (1839) das Image vom armen, sich für seine Kunst aufopfernden Künstler geprägt, welches – bei den immer noch bedauerndwert schlechten Einkommensbedingungen für bildende Künstler – leider auch heute noch Geltung hat.

Die Ausstellung konzentriert sich auf die letzten 200 Jahre und ist somit

vom Bild des Künstlers der Moderne geprägt. Die Maler früherer Zeiten waren Handwerker, die unter einem Meister in Werkstätten arbeiteten, in denen Farben hergestellt und Leinwände vorbereitet wurden. Mit der Entwicklung industriell gefertigter Farben erlangten sie die Freiheit, ihr Atelier dort einzurichten, wo sie wollten oder – erstmals im Impressionismus – mit ihren Malkoffern in die Natur zu gehen, um dort zu malen.

Damit eröffnet sich dem Künstler ein breites Spektrum an Möglichkeiten, das sie – wie die Ausstellung zeigt – individuell zu nutzen wussten. Während Pablo Picasso, Salvatore Dalí und Alberto Giacometti in ihren jungen Jahren in Paris gleichermaßen unter sehr beengten ärmlichen Verhältnissen leben mussten, blieb Giacometti, auch nachdem sich die finanziellen Erfolge einstellten, in seiner spartanischen Behausung. Dalí und Picasso hingegen nutzten ihren Reichtum,



Carl Spitzweg: »Der arme Poet«, 1839; Öl auf Leinwand, 36,3 x 44,5 cm; Neue Pinakothek München

© Bayerische Staatsgemäldesammlungen

um zuerst in respektable Wohnungen und dann in die von ihnen erworbenen Schlösser umzuziehen.

Mythos Atelier

Im Mittelpunkt der Ausstellung steht der Mythos vom Künstler als Genie, das Gott gleich aus eigenem Können und Wollen Kunstwerke schafft, welche die normal Sterblichen nur bestaunen und bewundern können. Dieser Mythos wurde auf das Atelier als den Ort, an dem Schöpfung sich ereignet, übertragen. Dementsprechend wurden die Ateliers berühmter Künstler Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts gerne von Interessierten aufgesucht, um dort etwas von der Aura der Kunst erhaschen zu können.

Der Mythos hat sich mit der zeitgenössischen Kunst verflüchtigt. Während Ernst Ludwig Kirchner, Kurt Schwitters, Piet Mondrian oder Constantin Brancusi und später Joseph Beuys und Andy Warhol mit der Gestaltung ihres Ateliers ihr individuelles Kunstverständnis zum Ausdruck bringen wollten, haben sich inzwischen nüchterne Arbeitsräume durchgesetzt, deren Einrichtung und Zustand der jeweiligen Arbeitsweise und dem Malstil entspricht (z. B. Jackson Pollock, Francis Bacon).

Verschiedene Aspekte der Mythologisierung des Ateliers (z. B. Rudolf von Alt mit seinem Bild von »Hans Markarts Atelier«, 1885) oder deren Persiflierung (z. B. durch Paul McCarthy und Jonathan Meese) werden gezeigt. Auch die Metapher der herausfordernden und bedrohlich leeren Leinwand wird mehrfach variiert. Die Fragen nach den idealen räumlichen Rahmenbedingungen für kreatives Arbeiten in der Kunst müssen allerdings offen bleiben – ist deren Beantwortung doch in hohem Maße abhängig von der Künstlerpersönlichkeit und dem Arbeitsstil. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass die Möglichkeiten zur ungestörten Konzentration auf das zu erstellende Werk essenziell sind. >

»Mythos Atelier. Von Spitzweg bis Picasso, von Giacometti bis Nauman«; Große Landesausstellung in der Staatsgalerie Stuttgart, bis zum 10. Februar 2013

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Das Entscheidermagazin für den Apotheker und sein Fachpersonal)

Herausgeber:

Eckhart Thomas, Sabine Walser

Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:

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

Redaktionsleitung:

Apothekerin Silvia Schmidtko (verantwortlich)
Telefon 06104 606 - 326
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.schmidtko@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
Körtstraße 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 geschäftsnotwendig 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 IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt.

