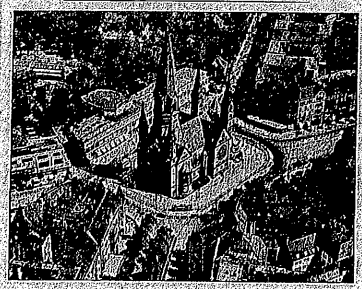
Die Welt, 25.2.2000

AUSGEPACKT



HISTORISMUS: Sein heute bekanntestes Bauwerk ist eine Ruine. Die Kaiser-Wilhelm-Gedächtnis-Kirche im Herzen des Neuen Westens in Berlin baute Franz Heinrich Schwechten 1891–95 als Mittelpunkt seines trutzigen „Romanischen Forums", zu dem auch das berühmte „Romanische Café" gehörte. Wo sich in den zwanziger Jahren die Geistesgrößen trafen, steht heute das Europa-Center. Auch andere Hauptwerke Schwechtens wie das „Haus Vaterland" am Potsdamer Platz sind aus dem Stadtbild verschwunden. Am größten ist der Verlust des reinerzielt funktional wie stilistisch innovativen Anhalter Bahnhofs, der zu Beginn der sechziger Jahre abgerissen wurde. Was für eine grandiose Ausstellungs- oder Veranstaltungshalle hätte man daraus machen können! Dieser Meister des Historismus hat die Edition Axel Menges einen ihrer üppig illustrierten, großformatigen Architekturbände gewidmet. Der Kunsthistoriker Peer Zietz erzählt vom Werdegang und Werk des vielbeschäftigten Königlichen Baurats (120 S., 128 Mark). Uwe Rädenburg hat fotografiert, was von seinen Bauten überlebt hat. Wer sich heute in die Architekturwelten Schwechtens begeben will, sollte im Berliner Bezirk Prenzlauer Berg seine ehemalige Schultheissbrauerei besuchen. Sie wird derzeit zu einem Kulturzentrum ausgebaut.

ALLTAG

Ein Hühnerfreund

Dass man auch lieben kann, ohne den anderen gleich vollständig aufzufressen, lehrten schon die Alten. Aber wer kann heute noch noch solch hehren platonischen Idealen leben? Doch, einen gibt es: meinen Hühnchenmann.

Politisch korrekt ist die Fleisches-Lust ja schon lange nicht mehr. Die Mac-Burger-Rinder rülpsen Treibhausgas in unsere Atmosphäre oder verbreiten als Medium-Rumpsteak mittleren Wahn. Schweine haben mehr Doping-probleme als Tour-de-France-Fahrer und Hühner leben oft in ziemlich überfüllten A-Sozialwohnungen.

Trotzdem streiche ich immer wieder gerne mal um den Hähnchengrill auf unserem Wochenmarkt und rieche begehrlich den betörenden Bratenduft nach. Und manchmal werde ich auch schwach und verschlinge gierig einen Flattermann.

Mein Mann am Grill hat für solche ungerechtfertigte Fresslust nur Verachtung übrig. Er ist nämlich Hühnerzüchter seit über 20 Jahren im Verein der Geflügelfreunde. Er liebt Hühner! Bis zum Großen Preis von Gröfenhainichen hat er es schon gebracht. Die Pokale füllen ein kleines Regal. In seinem Grillwagen werden sie allerdings meistens verschwiegen, genauso wie der Grill zu Hause auf dem Hühnerhof kein Thema ist.

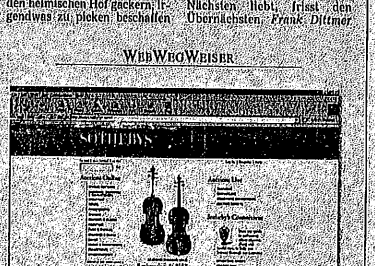
Die ungeliebte Rolle als Hühner-Terminator ist meinem Hähnchenmann nämlich zugewachsen, weil er den 160 gefiederten Freunden, die über den heimischen Hof gackern, irgendwas zu picken beschaffen muss. Von Hühnern allein kann man nicht leben (auch wenn allein ein Huhn gut und gerne eine durchschnittliche Eierleistung von 250 Stück pro Jahr hinlegt).

Also beschloss der Hähnchenmann, nach der Weide arbeitslos geworden, die Hähnchenspieße rollieren zu lassen – im Dienste der Hühner. Er nahm sich vor, Gerödelt werden nur fremde Hühner, frisch vom Schlachthof persönlich und mit Namen unbekannt. Denn: Seine Freunde isst man nicht. Die heimischen Zuchterfolge, thüringische „Italiener" Zwerg-Wyandotten und wachtelfarbige Bassetten, dürfen schließlich keine Depressionen kriegen. Sie sollen beim nächsten Wettbewerb im Hühnerrähen wieder auf den vordersten Plätzen mitmischen. Zweckfrei schön sollen sie sein, können singen, kratzen, picken und Eier legen nach Herzenslust – gegrillt werden andere. Hühner auffressen lassen, damit Hühner die mögen, liebt doch keiner. Darin wächst meinem Hähnchenmann fast die traditionelle Größe alter griechischer, schuldlos schuldig gewordener Helden zu. Was soll er, sich machen? Letztlich ist eben das zweckfreie Schöne doch nie ganz frei vom Appetit darauf. Hunger auf Kunst und mehr kann manchmal ganz schön unbändig sein. Und existenziell. Eben doch Lieben und Fressen!

Sogar mein tierliebender Hähnchenmann muss zugeben: Geflügel schmeckt ihm nicht nur platonisch. Wer seinen Nächsten liebt, frisst den Übernächsten. *Frank Dittmer*

Wer seinen Nächsten liebt, frisst den Übernächsten.

WEBWEGWEISER



Haben Sie noch kein Geburtstagsgeschenk für Ihren Ehepartner – oder die Konfirmation Ihres Kindes? Die Homepage des in Turbulenzen geratenen, traditionsreichen Auktionshauses Sotheby's weiß Rat. Eine Geige aus dem Hause Stradivari wird demnächst versteigert. Vielleicht werden Sie aber auch in den anderen Abteilungen wie „Watercolors", „Silver" oder „Ceramics" fündig.

Sotheby's im Netz: www.sothebys.com

„Das Publikum will Technik sehen"

Der Künstler und Medientheoretiker Peter Weibel über die Wechselwirkung von Computern und Kunst

Neue technische Entwicklungen, wie sie zurzeit auf der Cebit in Hannover vorgestellt werden, verändern auch die Arbeitsbedingungen für Künstler. Über diese Zusammenhänge sprach Boris Hohmeyer mit Peter Weibel, dem Direktor des Karlsruher Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM).

DIE WELT: *Wie wichtig sind die Neuheiten der Cebit für Künstler, die mit Computern arbeiten?*

Peter Weibel: Die Künstler warten nicht darauf, dass jemand neue Techniken an sie heranträgt, sondern die Arbeitsmittel werden seit ewigen Zeiten von ihnen selbst mitentwickelt, ob in der Ölmalerei oder am Computer. Das Schlagwort von der Interaktivität zum Beispiel ist um 1980 zuerst aus der Kunstszene gekommen, nicht von der Industrie und von den Technikern.

DIE WELT: *Was hat diese Entwicklung für die Kunst gebracht?*

Weibel: Zwischen Bild und Betrachter gab es früher keine physische Verbindung. Bei der Interaktivität ist es so, dass die Aktivität des Betrachters einen direkten Einfluss auf das Werk selbst hat. Im Netz kommt zur Interaktivität noch eine Art Fernwirkung hinzu: Die Aktivität eines Users nimmt ein anderer irgendwo wahr, und der reagiert darauf. Diese Reaktion hat wieder eine Wirkung auf den ersten Betrachter. Auch die Designer von Netzspielen nutzen diese Möglichkeiten, und was die machen, ist in meinen Augen angewandte Kunst.

DIE WELT: *Und die Arbeit der Künstler wirkt wieder zurück auf Wissenschaft und Industrie?*

Weibel: Ja, weil die Künstler die Anwendungsmöglichkeiten zeigen, welche die Techniker selbst sonst nicht sehen. Man kann gerade in Bereichen, in denen die Entwicklung so schnell ist, nicht trennen zwischen Künstlern und Technikern. Oft hat man beides in Personalunion.

Peter Weibel FOTO: DPA/GEICK

DIE WELT: *Kommt es vor, dass neue Techniken über Handel und Internet so weit verbreitet werden, dass die Künstler das Interesse verlieren?*

Weibel: Die Popularisierung ist nicht das Problem. Aber wenn sich eine Technik nicht mehr weiterentwickeln lässt, wird sie für die Kunst uninteressant. Die Kunst schliesst im Laufe ihrer Entwicklung immer wieder Arbeitsfelder und Technologien aus. Die klassische Computergrafik gehört wohl in diesen Bereich, oder die Holografie. Um 1970 haben alle Leute von Bruce Nauman abwärts Hologramme gemacht. Heute beschäftigt sich kein ernsthafter Künstler mehr damit. Aber dass so etwas mit computerbasierten Installationen oder mit der Netzkunst passiert, das glaube ich nicht.

DIE WELT: *Sind solche Kunstwerke nicht für viele Leute unzugänglich, weil denen die Kenntnisse und die technische Ausrüstung fehlen?*

Weibel: Ich sehe eher den umgekehrten Effekt. Als neben unserem Medienmuseum das Museum für Neue Kunst im ZKM eröffnet wurde, haben viele prophezeit, dass sich diese Konkurrenz für das Medienmuseum negativ auswirken werde. Aber es ist das Gegenteil der Fall: Die Besucherzahlen bei unserer Netzkunst-Ausstellung waren außergewöhnlich hoch, während sie sich im Museum für Neue Kunst trotz seiner ausgezeichneten Sammlung im normalen Bereich bewegten. Die Publikumsschicht wird immer breiter, die sich weniger mit klassischer Kunst als mit technischen Dingen auseinander setzen will und kann – auch weil die Leute meinen, sie hätten davon etwas für ihr Leben.

DIE WELT: *Soll das heißen, der Computer werde das schon oft beschworene Ende der Malerei bewirken?*

Weibel: Nein, das Visuelle umfasst heute mehr als das klassische Bild. Vom Tafelbild bis zum Bildschirm, vom Plakat zum Film gibt es immer wieder neue Medien des Bildes. Die Malerei ist eine historische Produktionsbedingung, die auch heute noch Höhepunkte hervorbringt. Bis die Netzkunst diesen Standard erreicht, wird es noch Jahrzehnte dauern – im Augenblick existieren weltweit vielleicht 20 Arbeiten, die wirklich künstlerischen Ansprüchen genügen. Aber es ist eine aktuelle Kunstform, im Gegensatz zu den historischen Formen, und das Interesse an ihr wird weiter zunehmen.

„Note: Me Jane" hieß die ursprüngliche Überschrift des Luxuswäscheherstellers, im Gedicht wird Jane zur modernen Schamanin, die unsere Stammhirn-Träume „sanft ins vibrierende Lot" setzt FOTO: MUSEUM

Plakat und Poesie

Das Projekt „Tussirecherche" in Ludwigshafen

VON ANTJE SCHMELCHER

Kunst und Werbung sind schon lange keine Gegensätze mehr. Ihre beiderseitige Durchdringung gibt kaum noch Anlass zu fundamentaler Kulturkritik. Ingeborg Bachmanns warnendes Schulbuchgedicht „Reklame" von 1956, das am dialektischen Gerüst der Kritischen Theorie die Werbung als „Traumwächterei" entlarvte, wirkt heute tautologisch. Denn wo die Werbung sich mit Goethes Abbild auf Sprudelflaschen und Michelangelos Marmordavid in Jeanshosen an der Kunstgeschichte bedient, da imitiert und verfremdet die Kunst seit Dada und dem Surrealismus eben jene suggestive Sprache der Werbung. Die Moral der Traumwächterei ist ihre Methode.

Wie sehr ihre Anwendung jedoch immer noch irritiert, zeigt die Ausstellung „Tussirecherche" des Lyrikers Dieter M. Grill und der Künstlerin Margret Eicher im Wilhelm-Hack-Museum in Ludwigshafen. Großformatige Digitaldrucke bekannter Werbeplakate hat Eicher mit den Gedichten des Dichters bedruckt, und zwar in der vorgesehenen Typografie der Originalvorlage. Die Sprache als „rettendes Wort", als metaphysische Bestimmung ist hier einem konzeptuellen Ansatz gewichen. So erscheint über dem roten Hautschopf der Frau die mit gespreizten Beinen vor einem Blütenstern mit einem Delfin darauf sitzt, nicht der Schriftzug des Zigarettenherstellers, sondern die Verse „Duschen/ sich küssen" der verschnörkelte Schriftzug von Cartier über einem gewundenen Diamantarmband wird zum Titel des Gedichts „Diana", ein Foto von Antonio Banderas im Artikel einer Frauenzeitschrift über Latin Lover ist beschriftet mit „Bauherrsohn/ völlig verkorkste Familienaufstellung, aus der das Coca-Cola-Blut der anderen …". Die bekannten Slogans und Logos verschwinden unter den neuen Schrift, die nur typografisch vertraut erscheint. Die Vorlage wird zum „Testbild" einer anderen Botschaft.

Und doch liefert der neue Text eine Interpretation des Abbilds, die der ursprüngliche Werbetext verbirgt. Je deutlicher der Dichter das Abgebildete paraphrasiert, je plumper seine Begriffs-Collagen einen Bezug zwischen Bild und Text herstellen, desto sichtbarer wird der vollzogene Tabubruch. Jede Benennung des Bildinhalts zerstört dessen Subtext, denn die Werbung bezieht ihre Wirkung nicht aus der Benennung, sondern aus der Suggestion. So wie der Apfel in Magrittes Bild mit dem Titel „Ceci n'est pas une pomme" von 1964 eben kein Apfel ist, sondern nur das Bild eines Apfels, so macht der den Bildinhalt paraphrasierende Text den reinen Abbildcharakter der Werbung deutlich. Und eröffnet neue Bedeutungszusammenhänge. Das Cartier-Armband wird zur Fessel Dianas, die Frau in Legoanders Unterwäsche zur modernen Schamanin, die „Verona-Special"-Homepage zur „wegbrökelnden Zone".

Die Künstler haben ihr Projekt nach dem Gedicht „Tussirecherche" benannt. Darin erforscht Grill die Rezeption der Thusnelda, Gattin des Cheruskerfürsten Hermann, der die Legionen des Varus im Teutoburger Wald vernichtete. Von Klopstock bis zum wilhelminischen Bildhauer Ernst von Bandel diente das Hermann-Motiv – der „Reptilienschleim einer Landschaft" entnommen – als Grundlage der nationalen Mythenbildung. „Pressende, gepresste Schrift" nennt Grill den Vorgang dieser Verdinglichung, der auch Thusnelda zum Opfer fiel. So wurde die pejorative Vernichtung „Tussi" im 19. Jahrhundert zum Synonym einer leicht manipulierbaren Frau. Die historische Thusnelda war dagegen einer Intrige ihres Vaters zum Opfer gefallen.

„Nur Tussi kam durch", schreibt Grill in Anspielung auf die Sprache, die „durchs Gründeutsch gedreht" wie die Sprache der Werbung ihre eigenen Mythen produziert. Thusnelda bleibt dabei immer auf der Strecke.

Bis 19. März, Katalog (Wunderhorn) 18 Mark.

Alles, was cool ist

Über den Versuch, Zuschauer unter 30 ins Stadttheater zu locken: „Pussy Talk" am Schauspiel Leipzig erstaufgeführt

VON HARTMUT KRUG

Ein Theaterraum als durch und durch grüne Wohnlandschaft. Grüne Sofas, grüne Stehlampen, grüne Korbsessel. Selbst die Videobildschirme und Leinwände flimmern grün. Im Publikum stehen Mikrofone und Kameras. Das Schauspiel Leipzig hat seine Neue Szene für eine neue Theaterform eingerichtet, die sich „Pussy Talk – Eine Abendunterhaltung" nennt. Die Vorlage dafür lieferten die beiden Belgier Johan Vandenbroucke und Piet Arfeuille mit ihrem Text „For the One and Only". Sex und Liebe sind das Thema, Naivität, Coolness und Sehnsucht prägen die Geschichten und Gespräche der beiden undefinierten Personen, die da völlig handlungslos über ihre Vorstellungen und Sehnsüchte reden.

Das Schauspiel Leipzig hat den Text mit viel eigenem Material für vier Schauspieler angereichert und gibt mit dieser deutschen Erstaufführung einer aus der freien Szene kommenden Theaterform Platz im Stadttheater. Das junge, studentische Publikum soll gewonnen werden.

Theater ist nicht immer lebendig, aber immer live. „Live art" auf dem Theater. Das ist eine Theaterform, die absolut lebendig sein will, indem sie das herkömmliche „Als-ob-Nacherzähltheater" der alten Stoffe und psychologisierenden Texte ablöst mit einem Spielstil, der den scheinbar authentischen Darsteller mit seinem aktuellen physischen Verhalten auf der Bühne präsentiert. Dort stellt er sich und dem Publikum die bekannten und erkennbaren Fragen, wurde durch sein, das heißt unser alltägliches Bewusstsein und spielt mit unserer täglich erfahrenen Unsicherheit.

Diese Art von jungem Theater, vor allem von englischen Gruppen und von Theaterwissenschaftlern der „Interdisziplinären Studiengänge in Gießen und Heidelberg ersonnen, ist ein vom Pop und von der Club-Szene beeinflusstes neues, postdramatisches Denktheater. Gruppen wie „Gob Squad", oder „Showcase beat le mot" zeichnen sich meist weniger durch darstellerische Fähigkeiten, sondern durch die Fertigkeit aus, atmosphärisches Material von Platten, Videos und Lautsprechern zu einer Art musikalischem Geschichten-Erzähltheater zu sampeln. Der Stil des Regisseurs Matthias von Hartz, der bisher an den ersten Adressen der experimentellen Theaterszene gearbeitet hat, ist am besten mit dem Titel seiner letzten Produktion zu bezeichnen: „Lost & found – Ein Suchbüro".

Die Sprecher-Darsteller in Leipzig suchen die Realität der Figuren, indem sie über Gefühle vor dem Publikum in die Mikrofone sprechen. Dafür reihen sie sich auf oder arrangieren sich nebeneinander in formalen Posen auf dem Sofa, sie filmen sich bei ihren Aussagen und montieren das aktuelle Bild in Computer-Animationsfilme. Das ergibt manchmal schöne Effekte, aber meist wenig Erkenntnisse. Weil die Texte haltlos zwischen Kitsch und Banalität, zwischen bewusster Schlichtheit und unfreiwilliger Beiläufigkeit schwanken. Was gesagt wird, wirkt austauschbar und eigentlich konfektionell bonbonrot. Das Gleiche ist eine zwischen naturalistischem Rollenspiel und abstraktem Vorspiel wie leblos dahinplätschernde Geistreicheleien aus harmlosen Bonmots und kleinen Witzeleien. Pop ist die Haltung, und die Musik spielt ein bisschen dazu. Und das Publikum langweilt sich mit schlechtem Recht ganz redlich. Genau jene Wand der neutralen Beobachtung, die angeblich beim herkömmlichen Theater so stört, sie richtet sich bei dieser scheinbar aus dem live- und leibhaftigen Spiel gespeisten Theaterform ganz neu und ganz mächtig auf.

Eine neue Theaterform der Generation der 30-Jährigen scheint bereits jetzt, bei ihrer Ankunft im Stadttheater, nur noch modischer, aber wenig effektvoller Affekt zu sein.

Nächste Aufführungen: 19. und 20. Februar, Karten: (0341) 1268 168

Das Schauspiel Leipzig im Internet: www.schauspiel-leipzig.de

Naivität, Coolness, Sehnsucht – aber keine Handlung: Christoph Schlemmer (r.) und Eva-Maria Schneider-Reuter