

MODERNA MUSEET

[STOCKHOLM](#) [MALMÖ](#) [ABOUT THE COLLECTION](#)

The Fr

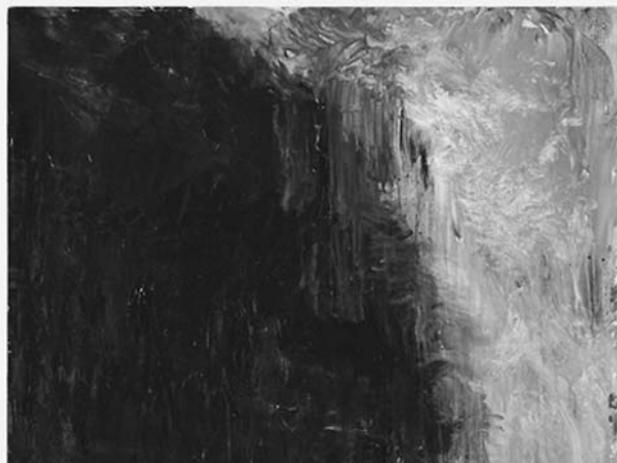
[Press](#) / [Press Releases](#) / [Stockholm](#) / Countdown: 50 days until Turner, Monet, Twombly opens

## Countdown: 50 days until Turner, Monet, Twombly opens

PRESS

MODERNA MUSEET

[Press Room](#) [Unsubscribe](#) [Forward](#) [Print](#) [Web version](#)



Kunstwissenschaftler sind weiter vom Markt entfernt als andere Akteure des Kunstbetriebs: Galeristen und Sammler, Kuratoren oder Museumsdirektoren und natürlich auch Künstler selbst. Sogar Kunstkritiker tun sich schwerer mit einer Distanz zum Markt; zumindest müssen sie immer wieder eigens darauf achten, wollen doch viele Einfluss auf das Urteil eines Kritikers nehmen, um einzelne Künstler gut zu positionieren oder als wichtig erscheinen zu lassen. Niemand hingegen wendet sich an einen Professor oder Doktoranden, um auf dem Markt zu einem Vorteil zu gelangen. (Ausnahmen bilden lediglich Wissenschaftler, die zugleich Expertisen für Auktionshäuser schreiben.)

Aber so marktfern Kunstwissenschaftler auch sein mögen, so häufig macht sich die Logik des Kunstmarkts dennoch bei ihnen bemerkbar. So orientieren sich gerade sie in ihren Themen – bei Publikationen und Lehrangeboten – an dem, was auf dem Markt besonders erfolgreich ist. Zumal im Fall von moderner und zeitgenössischer Kunst wird eigentlich nur über Künstler geschrieben, die bereits sehr präsent sind. Dabei gäbe es hier noch am ehesten Unbekanntes zu entdecken, zumindest aber könnte gerade von Wissenschaftlern, die keine eigenen ökonomischen Interessen im Spiel haben, über angemessene Kriterien dafür diskutiert werden, was überhaupt relevant ist und was vielleicht nur eine Mode. Doch anstatt sich darauf einzulassen, übernimmt man lieber die Namen, die in den Feuilletons auftauchen, was wiederum nur der Fall ist, weil sie auf dem Markt für Sensationen sorgen.

Häufiger als in der Wissenschaft findet man also noch bei Kunstvereinen das Bemühen, die Aufmerksamkeit auch auf marktfernere Kunstformen zu richten und so zugleich alternative Begriffe von Kunst zur Debatte zu stellen. An den Hochschulen findet hingegen so wenig Analyse hinsichtlich der Auswahl dessen statt, womit man sich beschäftigt, dass sich einmal mehr Martin Heideggers berühmter Satz «Die Wissenschaft denkt nicht» bestätigt. Über den Kanon der Kunst wird überall eher entschieden als in der Wissenschaft.

Vielleicht ist jedoch gerade das die Folge ihrer Marktferne? So greift die Wissenschaft erst ein, wenn längst ausgemacht ist, welche Kunst als wichtig und wertvoll gilt. Sie hat also gar nicht den Anspruch, selbst wertend zu wirken, sondern widmet sich vielmehr dem, was in Meinungsbildungsprozessen unabhängig von ihr als ihr Gegenstandsbereich identifiziert wurde.

Ein genauerer Blick auf die Praxis kunstwissenschaftlicher Tätigkeit lässt allerdings den Eindruck entstehen, dass es doch häufig darum geht, die von anderen als wichtig (an)erkannten Künstler und Werke noch weiter aufzuwerten. Wissenschaftler engagieren sich somit als Anwälte und Wertschöpfer. Sie tun etwas, das für jeden Händler oder Besitzer von Kunst, aber auch für Museumsdirektoren

und Kuratoren von zentralem Interesse zu sein hat, ja geradezu zur Stellenbeschreibung dazugehört, die Wissenschaft jedoch ganz ohne Notwendigkeit problematisch reduziert. Wenn auch an kunstbetriebsunabhängigen Orten wie Universitäten vor allem ein Stil des Aufwertens betrieben wird, muss man in Sorge um die analytisch-kritischen Spielarten des Fachs sein.

Dabei findet vor allem eine Methode in erstaunlicher Häufigkeit und Selbstverständlichkeit Anwendung: der Vergleich, der einseitig dafür eingesetzt wird, Ähnlichkeiten und gemeinsame – positive! – Eigenschaften aufzuzeigen. So lässt sich ein weniger bekanntes oder umstrittenes Werk nobilitieren, indem es einem allgemein hoch geschätzten Werk gegenübergestellt wird. In Monografien und selbst in wissenschaftlichen Fachjournalen stößt man also laufend auf Texte (und Abbildungen), die Joseph Beuys oder Mark Rothko mit Caspar David Friedrich vergleichen oder Damien Hirst in Beziehung zu Marcel Duchamp bringen – dies aber nicht, um auch Unterschiede oder Schwachstellen herauszuarbeiten, sondern allein mit dem Ziel, Gleichungen herzustellen, durch die Übertragungen positiver Bedeutungen und damit Aufwertungen stattfinden können.

Vergessen scheint dabei zu sein, dass das Vergleichen eine der ältesten und wichtigsten Methoden der Kunstwissenschaft ist, lange Zeit jedoch insbesondere dazu verwendet wurde, stilistische Unterschiede sichtbar zu machen. Man denke nur an Heinrich Wölfflin, der seine kunstgeschichtlichen Grundbegriffe anhand abgrenzender Vergleiche entwickelt hat. Undenkbar wäre für ihn gewesen, einen Vergleich mit der Absicht zu unternehmen, etwas zu legitimieren, aufzuwerten, interessanter zu machen oder mit zusätzlicher Bedeutung aufzuladen. Diese Ziele jedoch haben sich in den letzten Jahrzehnten bei Vergleichen fast ausnahmslos durchgesetzt. Das aber hat zur Folge, dass sich kunstwissenschaftliche Publikationen kaum noch von Auktionskatalogen unterscheiden, in denen es üblich und naheliegend ist, Mark Rothko mit William Turner, Jeff Koons mit Marcel Duchamp oder, generell, neuere mit älteren, umstrittenere mit unumstrittenen, weniger bekannte mit bekannteren Künstlern zu vergleichen und so in einen möglichst bedeutsamen Zusammenhang zu stellen.

Auktionskataloge sind somit das heimliche Leitmedium der Kunstwissenschaft geworden. Ihr Muster ist selbst noch bei einigen *Catalogues raisonnées* zu erkennen. So ergänzt der 1998 von David Anfam publizierte *Catalogue raisonné* sämtlicher Leinwandarbeiten Mark Rothkos Abbildungen von Werken des Künstlers um andere, die Gemälde von Holbein, Vermeer, Friedrich, Cézanne und Sugimoto zeigen. Dabei werden Analogien beschworen und in den Texten weitere Assoziationen zu bedeutenden Figuren der Ideen- und Kunstgeschichte betrieben. Anfam scheut zugleich nicht davor zurück, Beiträge für Auktionskataloge zu schreiben. Als etwa im Mai 2007 bei *Sotheby's* in New York Rothkos Gemälde *White Center* (1950) zum Rekordpreis von 72,84 Mio. \$ versteigert wurde, dürfte sein assoziationsreicher Text den Bietwillen der Interessenten noch angeheizt haben. Das vermeintlich wissenschaftlichste Format, der *Catalogue raisonné*, und das offenkundige Werbemittel eines Auktionskatalogs sind somit nahezu ununterscheidbar geworden.

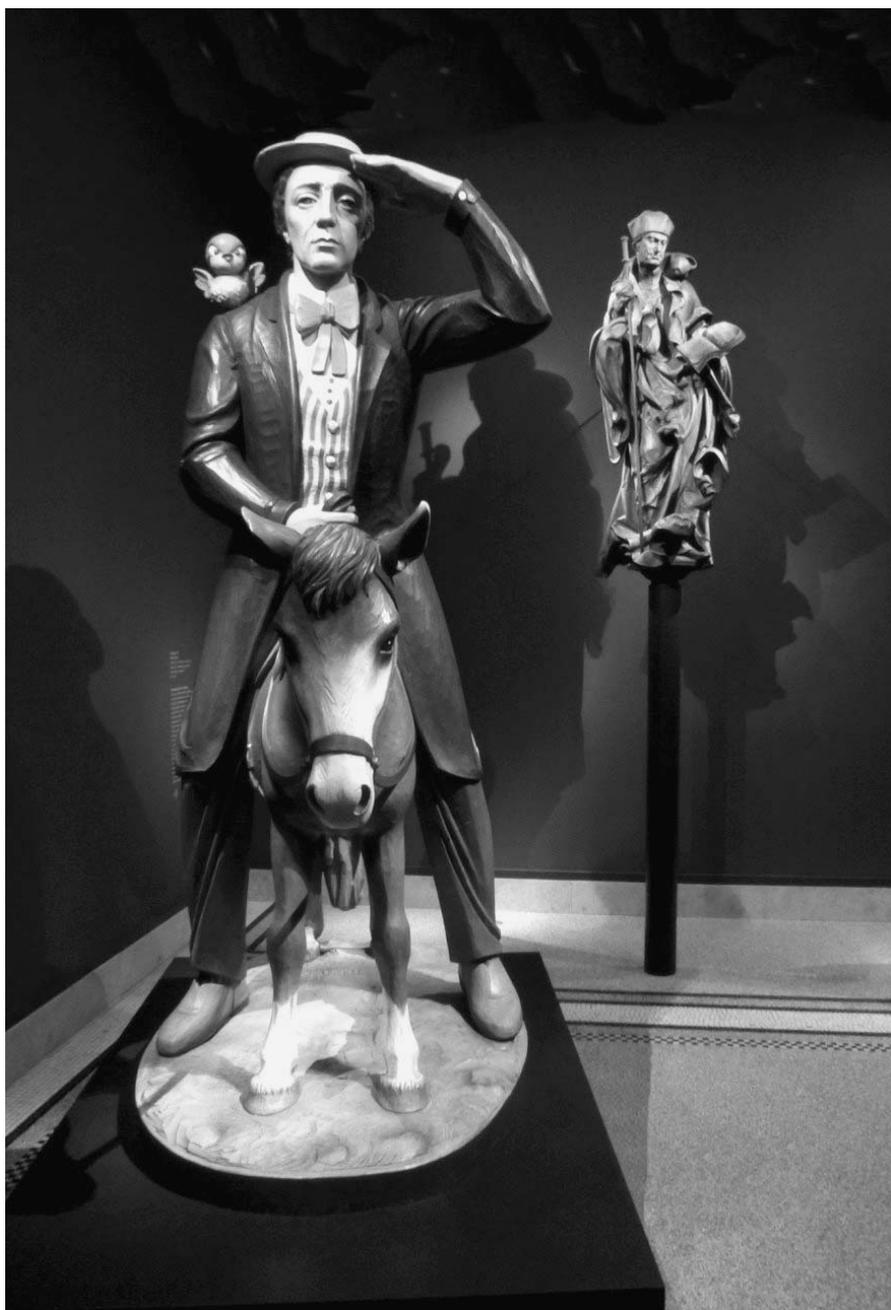
Wollte man es selbst in Form eines Vergleichs formulieren, der Ähnlichkeiten unterstellt, könnte man in der Methode der Aufwertung durch Assoziation auch eine Analogie zu Praktiken der Celebrity-Kultur erkennen. Immerhin ist es unter deren Mitgliedern schon immer üblich, Aufmerksamkeit und Bedeutung dadurch

zu steigern und das eigene Image damit zu verbessern, dass man sich in wechselnden Konstellationen zeigt, ja nach und nach sogar verschiedene Liaisons untereinander eingeht. Die Beliebtheit von Party-Fotos in People-Magazinen zeugt davon, wie attraktiv es ist, an sich Bekanntes in jeweils neuen Kombinationen – und so mit jeweils anderen Konnotationen – zu sehen. Das Wer-mit-Wem reizt wegen des Transfers von Eigenschaften, erscheint doch ein Promi im Licht eines anderen um eine zusätzliche Facette bereichert. Jemand, den man für konservativ hielt, erhält ein frecheres Image, wenn er neben einem bekannten Troubleshooter auftaucht. Dieser wiederum gewinnt in derselben Konstellation an Seriosität. So ist die Celebrity-Welt ein beinahe geschlossenes System des Gebens und Nehmens, dessen Mitglieder immer noch etwas mehr Bedeutung erhalten und höchstens aufpassen müssen, sich im endlosen Austausch nicht zu sehr anzuhäufeln. Am Ende überstrahlt alle nur noch die eine Eigenschaft, berühmt zu sein.

Der Kunstmarkt funktioniert nach demselben Prinzip. Auch hier geht es darum, Werke immer wieder etwas anders zur Geltung zu bringen und so, je nach Interesse, aktuell, aufregend, gediegen oder schick erscheinen zu lassen. Die Methode des Vergleichs wird damit zum Mechanismus semantischer Kumulation, wobei sich die Werke verschiedener Epochen und Richtungen als Mitglieder einer großen Familie präsentieren und ihrerseits zu Celebrities werden, die sich ihre Bedeutung wechselseitig beglaubigen. Aber auch hier besteht die Gefahr, dass schließlich alles einfach vor allem berühmt ist und aus den immer selben Superlativen besteht.

Dabei ist auffällig, dass beinahe jeder Vergleich effektiv ist, Bedeutungen zwischen Werken also relativ leicht ausgetauscht werden können, so als gebe es eine Promiskuität von Bildwerken. Sie sind zu regem Bedeutungsverkehr disponiert, und das wird ausgenutzt, um sie immer neu zu paaren und jeweils etwas anders zu codieren. Dies geschieht vor allem auch in Ausstellungen, die ihrerseits stärker als früher in den Dienst der Wertschöpfung gestellt und insofern der Logik des Kunstmarkts unterworfen werden. Viele Ausstellungen sind sogar nichts anderes als dreidimensional gewordene Auktionskataloge. Sie haben dann Titel wie *Turner – Monet – Twombly* (Staatsgalerie Stuttgart 2012) oder *Frauen. Picasso, Beckmann, de Kooning* (Pinakothek der Moderne München 2012). Oder es werden die Werke ziemlich unbekannter Künstler in die Nachbarschaft zu einer Berühmtheit gebracht, auf dass diese ihre Bedeutung steigern möge.

Statt die Sorge zu haben, im direkten Vergleich könnten Schwächen umso deutlicher auffallen, dominiert die Freude über das Verkuppeln. Im Zeitalter von Konzeptkunst, *«bad painting»* und Ironie braucht auch nicht schlechter zu sein, was schlechter aussieht. Ein Vergleich ist daher ohne Risiko: So viel er zu nutzen vermag, so wenig droht er zu schaden. Rothko entzaubert es also nicht, wenn er zusammen mit Giotto ausgestellt wird (wie 2009 in der Gemäldegalerie Berlin). Der Zeitabstand zwischen beiden Künstlern entschuldigt jede Differenz, während andererseits allein die Geste, beide Künstler direkt nebeneinander zu präsentieren, zum Imperativ wird, sie auch als gleichwertig wahrzunehmen. Giotto soll als Moderner gelten, Rothko hingegen die Aura eines ehrwürdigen Klassikers bekommen. Beide sind nebeneinander also interessanter als für sich alleine; sie erhalten infolge desselben Prinzips einen zusätzlichen Reiz wie etwa Karl Lagerfeld und Günter Grass, wenn sie als Gäste einer Party zusammen fotografiert



1 Ausstellungsansicht: Jeff Koons. *The Painter & The Sculptor*, Liebieghaus Skulpturensammlung/Schirn Kunsthalle, Frankfurt am Main, 20.06.–23.09.2012.

werden. (Niemand würde sich für Party-Fotos interessieren, gäbe es auf ihnen nur eine Person zu sehen.)

Generell ist es beliebt geworden, Werke miteinander in Beziehung zu setzen, die zuerst vor allem aus Unterschieden zu bestehen scheinen. Dann ist nämlich klar, dass es langweilig wäre, diese noch eigens zu benennen, sich vielmehr als gewitzt erweist, wer Gemeinsamkeiten entdeckt und so umso interessantere Bedeutungsübertragungen veranlasst. Ein ambitionierter Kurator benimmt sich damit wie ein Intellektueller, der durch ausgefallene und überraschende Assoziationen Phänomene in jeweils anderes Licht zu versetzen versucht, dabei aber immer zugleich die Immunität des bloßen Spiels genießt, da klar ist, dass nicht wirklich zusammengehören kann, was zusammengebracht wird. Auch hier werden also die beiden Ziele der Risikominimierung sowie der Aufwertungsmaximierung parallel verfolgt.

Exemplarisch dafür war die Ausstellung, die Jeff Koons 2012 im Liebieghaus in Frankfurt mit seinen im Lauf der letzten drei Jahrzehnte entstandenen Skulpturen veranstalten konnte, die er jeweils mit Werken anderer Epochen in Beziehung setzte. So gerieten die Werke aus der Geschichte der Bildhauerei – Achtung: Assoziation! – zu einem ungewöhnlichen Escort-Service, der seine Werke interpretieren, aber zugleich kanonisieren sollte. Nur selten bekam ein Künstler die Gelegenheit, sein Werk so umfassend durch Vergleiche mit der Tradition zu messen, ja die einzelnen Arbeiten in einem nicht-zeitgenössischen Ambiente unkonventionell und zu neuen Deutungen herausfordernd zur Geltung zu bringen.

Doch was genau passiert in solchen Fällen? An einem Beispiel sei das genauer nachvollzogen. (Abb. 1) So gelangte eine Eichenskulptur aus den 1510er Jahren, die einen Benediktinermönch zeigt, neben die 1988 entstandene Holzskulptur mit dem Titel *Buster Keaton*. Inhaltlich lebt das Arrangement von einem denkbar großen Kontrast. Der Mönch ist als weiser älterer Mann gezeigt, mit einem Buch – mutmaßlich der Bibel – in der Hand. Er hält das Buch leicht gesenkt, liest also nicht darin, sondern scheint über eben Gelesenes nachzudenken. Gezeigt ist er als Vertreter einer *«vita contemplativa»*: einer Lebensform, die der Reflexion über die Fragen des Glaubens gewidmet ist. Im Gegensatz dazu präsentiert Koons mit Buster Keaton einen der erfolgreichsten Komiker der Stummfilmära; ein niedlich-kitschiges Vögelchen auf seiner rechten Schulter verrät ebenso wie das Pony, auf dem er mehr sitzt als reitet, dass er nicht zuletzt mit simplen Effekten wie dem Kindchen-Schema für gute Laune sorgt.

Zuerst treten die zwei fast fünfhundert Jahre auseinanderliegenden Werke über ihr Material, das Holz, in Beziehung zueinander, das zudem ähnlich bearbeitet wurde, um etwa Faltenwürfe zu erzeugen. Koons wählte für *Buster Keaton* Holz wohl nicht zuletzt, weil die von Massenmedien wie Film und Fernsehen erzeugten Emotionen für ihn in einer Tradition zur häufig geschnitzten Sakralkunst stehen, die sich ihrerseits mit starken Gefühlen an das breite Volk richtete. Durch die Nähe zum Bild des ernstesten Mönchs fällt jedoch auch umso deutlicher der ebenso ernste Gesichtsausdruck Keatons auf. Dieser war sogar sein Markenzeichen, das nicht nur manche Situationskomik ermöglichte, sondern seinen Filmen auch einen melancholischen Charakter verlieh. In der Assoziation mit dem Mönch erfährt dieses Motiv eine Erhöhung, traut man einem Komiker doch auf einmal zu, seinerseits die ersten und letzten Fragen des Menschseins behandeln zu können. Zugleich erlaubt die Nähe der beiden Figuren die Überlegung, dass

ein Mönch zu seiner Zeit ähnlich ein Dienstleister war wie in der Moderne ein Komiker: Beide halfen den Menschen dabei, mit ihrem Alltag und ihren Sorgen zurechtzukommen, der eine, da er die Anspruchslosigkeit eines Lebens im Glauben vorlebte, der andere, weil er Beengendes in Heiteres umzudeuten verstand. So sorgten sie ganz unterschiedlich für etwas Transzendenz: für eine Überschreitung der Prosa des Lebens. Und erinnert Keaton in der direkten Nachbarschaft zu religiöser Kunst nicht sogar ein wenig an Jesus, als er auf einem bescheidenen Esel in Jerusalem einzog und dabei als Messias begrüßt wurde?

Natürlich schreibt niemand dem Ausstellungsbesucher vor, die nebeneinander arrangierten Werke in der Betrachtung so aufeinander zu beziehen, dass das eine das andere überhöht und auf diese Weise aufwertet. Vielmehr kann man genauso auf die Differenzen zwischen beiden achten. Doch weil deren Erwähnung banal erscheint, gerät auch schnell in die Rolle eines humorlos-unbegabten Spielverderbers, wer darauf insistiert, anstatt sich vom Ungewohnten der Konstellation zu neuen Thesen herausfordern zu lassen. Paradoxiertweise legt also gerade eine weit hergeholt erscheinende Kombination einen Vergleich nahe, der sich auf Ähnlichkeiten konzentriert.

Dennoch wäre es möglich, sich den Differenzen zuzuwenden, ja gerade den Ehrgeiz zu entwickeln, mehr als nur plakative Unterschiede anzusprechen. Bei der Skulptur des Mönchs fällt etwa auf, wie dynamisch die Kleidung in Szene gesetzt ist: Der Körper löst sich in der Bewegung des Gewands beinahe auf. Das ist nicht einfach realistisch, sondern zeugt davon, wie beseelt der Mönch von seinem Glauben ist; die Naturgesetze sind deshalb außer Kraft gesetzt. Damit aber ist Transzendenz hier von vornherein Thema, was man Koons' *Buster Keaton* nicht unterstellen kann. Dessen Gewand ist nicht nur ziemlich schwer und plump gearbeitet, auch sonst dominieren alberne Elemente, die zum Sujet der Serie passen, zu der diese Skulptur gehört und die Koons *Banality* genannt hat. Durch die Lebensgröße der Figur wird deren Oberflächlichkeit noch präsenter, während der Mönch deutlich unterlebensgroß dargestellt ist, was, in Verbindung mit dem hohen Naturalismus gerade der Gesichtszüge, bei den Zeitgenossen einen unheimlichen Effekt der Verfremdung ausgelöst haben dürfte, ähnlich dem, den heute – Achtung: Vergleich! – eine Skulptur von Ron Mueck bewirkt. Das Irreale der Erscheinung wurde auf diese Weise erhöht.

Eine solche auf Kontraste abhebende Gegenüberstellung hilft dabei, ein Werk genauer zu definieren, schützt es zugleich aber vor Assoziationen, die es mit weiteren Bedeutungen aufladen könnten. Eine Aufwertung findet damit nicht statt, und wenn es nicht in sich zahlreiche Elemente enthält, die man wechselweise aufeinander beziehen kann, um es überraschend und interessant zu interpretieren, bleibt es bei einer formalistischen Beschreibung. Zu einer Deutung, die über das Werk hinausweist, gelangt man so nicht.

Wenn sie sich der Marktlogik widersetzen und das Vergleichen nur zur Abgrenzung nutzen oder ganz darauf – sowie auf andere Formen der Bezugnahme – verzichten würden, bräuchten Wissenschaftler sich also auch um Möglichkeiten, originell und findig zu erscheinen. Tatsächlich fällt es generell schwer, Wert schöpfungsinteressen von einem Erkenntnisinteresse zu trennen. So werden ein Vergleich, eine Assoziation oder eine Kontextualisierung nicht als bedeutungssteigernde Transferleistung wahrgenommen, sobald der Eindruck von Plausibilität entsteht. Vielmehr wird man dann eine treffende Beschreibung oder eine er-

hellende These darin erkennen, und anstatt zu mutmaßen, eine Sache sei lediglich wertsteigernd im Licht einer anderen betrachtet worden, findet man, sie sei als sie selbst zur Geltung gebracht worden. Die Evidenz eines Vergleichsprozesses verbirgt diesen somit gerade.

Selbst Texte in Auktionskatalogen können noch als aufschlussreiche Werkinterpretationen erscheinen; das merkantile Interesse, das ihnen zugrunde liegt, lässt sich zumindest immer wieder einmal vergessen. Nur wenn der Vergleich gar nicht passt, fällt dieses Interesse auf, bleibt dann aber auch erfolglos. Wäre es anders, ja wären Erkenntnis und Wertschöpfung genau auseinanderzuhalten, gäbe es vermutlich auch Debatten darüber, ob das Vergleichen und Assoziieren überhaupt statthaft ist. In einer ökonomisierten Welt könnte nämlich durchaus verlangt werden, dass, wer ein Werk oder einen Künstler durch eine Kombination mit etwas anderem aufzuwerten versucht, Gegenleistungen zu erbringen hätte. Immerhin kostet ein Testimonial, mit dem Werbung für ein Produkt oder eine Marke gemacht wird, auch seinen Preis. Weshalb also sollte man das Image einer Person oder eines Werkes ungefragt und unentgeltlich nutzen dürfen, um etwas anderes in seiner Bedeutung zu steigern?

Doch da es auch eine intellektuelle Leistung darstellt, einen guten Vergleich zu finden, ja da sich daraus neue Einsichten oder tragfähige Thesen ergeben können, wäre es ein massiver und inakzeptabler Eingriff in die Freiheit der Wissenschaft, bestimmte Assoziationen – wegen ihrer wertschöpfenden Wirkung – mit Kosten zu belegen. Kaum zu ermessen wären die Folgen, würden etwa die Erben Marcel Duchamps oder Andy Warhols erwirken, dass für jede vergleichende Erwähnung dieser Künstler eine Gebühr fällig wäre. Oder dass für eine Werkabbildung in einer Vergleichskonstellation mehr zu zahlen wäre als für eine einfache Reproduktion. (Wobei man umgekehrt auch die Legitimität der Kostenregelungen für Reproduktionen insgesamt infrage stellen und als Behinderung freier Wissenschaft kritisieren kann!)

Andererseits jedoch sollten die Wissenschaftler selbst so viel wie möglich tun, um den Stellenwert ihrer Freiheit auch deutlich zu machen. Statt sich also – meist sicher ohne entsprechende Absichten – einer Logik des Kunstmarkts anzupassen und den Verführungen einfacher Wertschöpfungen nachzugeben, sollten sie mehr über die Funktion und Leistung von Methoden wie dem Vergleichen nachdenken. Sie sollten solche Methoden in ihrer gesamten Breite und nicht nur einseitig nutzen, sich also etwa bewusst machen, dass man Assoziationen genauso dafür einsetzen kann, etwas abzuwerten oder zu kritisieren. Und sie sollten begreifen, dass zwar jede Wertschöpfung mit einer Erkenntnis einhergeht, jedoch umgekehrt nicht jede Erkenntnis eine Wertschöpfung zu bewirken braucht.