

am: Die Welt, 2.10.2008

WELT ONLINE

URL: http://www.welt.de/welt_print/article2520567/Der-Kult-des-Auktionskuenstlers.html

Der Kult des Auktionskünstlers (2008)

Von Peter Weibel 2. Oktober 2008, 03:22 Uhr

Nicht die Kunst, sondern der Markt braucht das Genie. Anmerkungen zu einem Berliner Ausstellungszyklus

Wenn ein Kunsthistoriker, den viele für einen bedeutenden Kunsthistoriker halten und dessen Werke sich daher großer Auflagen und Popularität erfreuen, nämlich Ernst H. Gombrich, sein bekanntestes und erfolgreichstes Buch "Die Geschichte der Kunst" (1953) mit den Sätzen beginnt: "Genaugenommen gibt es 'die Kunst' gar nicht. Es gibt nur Künstler", dann muss man sich viele Fragen stellen: Warum stellt ein Kunsthistoriker sein eigenes Fach in Frage? Waren die Anstrengungen um 1900 vergeblich, das Fach Kunstgeschichte institutionell aus dem Fach Geschichte zu lösen? Warum wird das Vorurteil, es gebe keine seriöse Kunstwissenschaft, von einem Vertreter des Faches selbst bestätigt? Warum diskreditiert ein Kunsthistoriker die Kunstgeschichte? Warum negiert er ihre Existenz? Warum wird die Existenz von Kunstwerken, deren Studium die Kunstgeschichte bilden könnte, negiert?

Wenn es schon keine Kunstgeschichte gibt, dann gäbe es doch zumindest Kunstwerke. Dies wäre die nahe liegende Korrektur. Doch nein, es gibt keine Werke, nur Künstler, Homestories, Bettgeschichten. Es gibt nur Künstler. Wenn es nur Künstler gibt, dann braucht man auch keine Kunstwissenschaft, dann ist sie nämlich mangels Objekten nicht möglich. Dieser Kult des Künstlers auf Kosten der Kunstwissenschaft und Kunstgeschichte hat eine lange Tradition und viele Ursachen. Bekanntlich ist eine der Ursprünge dieses Kultes Giorgio Vasaris berühmte neunbändige Serie "Le vite de' più eccellenti pittori scultori ed architettori da Cimabue insino a' tempi nostri" (1550). Wir sehen schon, der Autor will selbst berühmt werden, indem er seine Untersuchungsgegenstände berühmt nennt. Genauso denken aber heute die Redakteure der so genannten Illustrierten. Illustrius, lat., bedeutet "berühmt". Die Illustrierten heißen deswegen so, weil sie über das Leben berühmter Menschen berichten, weil es anscheinend viele Leser gibt, die Berühmtheit interessiert, und zwar genau genommen eine Berühmtheit ohne Werk - siehe Paris Hilton, weil ja auch der Leser nur ohne ein Werk berühmt werden kann bzw. sein möchte. Dieser Logik des Celebrity Cults folgten bereits Vasari und Gombrich. Die kulturell verachteten Lifestyle Magazine und die Boulevard Presse wiederholen also nur, was ihnen die so genannte Hochkultur als Modell vorgegeben hat. Die Massenillustrierten profanisieren gewissermaßen erfolgreich die Sakralisierungsstrategien der Kultur.

Der Kult des Künstlers ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten: Presse, Publikum, Künstler. Nach den Kunsthistorikern setzten daher die Künstler und deren Freunde selbst weitere Schritte, indem sie Rollen entwarfen, die den Erwartungen und Wünschen der Presse und des Publikums entsprachen. Rollen wie Opfer, Priester, Magier, Schamane, Soldat, Star, Revolutionär, Fürst. So widersprüchlich diese Rollen nach logischen Gesichtspunkten waren, so sehr wurden von den Künstlern bevorzugt alle Rollen gleichzeitig

gespielt. J. L. David hat in einer von ihm 1799 herausgegebenen Broschüre selbst die Trias Kunst, Finanzwelt, Publizität als Erfolgskriterien beschworen und dementsprechend seine Rollen als Hof- und Staatskünstler, aber auch als Revolutionär und Genie beschrieben. Er beuge sich gerne dem "Urteil des Publikums", gleichzeitig betont er die "noble Unabhängigkeit, die dem Genie zusteht".

Darum geht es also beim Kult um den Künstler: um Popularität und Popularisierung. Stellen Sie sich vor, ein mathematisches Lehrbuch begänne mit den Sätzen: "Eigentlich gibt es keine Mathematik, sondern nur Mathematiker". Dann wäre erstens sofort klar, dass es sich nur um Unsinn handeln kann oder um eine bodenlose Anbiederung an ein biederes Publikum. Dann wäre zweitens klar, dass es sich nur um ein populärwissenschaftliches Buch handeln kann, das aber keineswegs in seinen Behauptungen soweit gehen würde wie Gombrich. Personalisierung der Kunstgeschichte bedeutet also Popularisierung der Kunstgeschichte. Bedeutende Tanzschritte um den Kult des Künstlers verdanken wir einer theoretischen Fehlkonstruktion von Kant. In seiner "Kritik der Urteilskraft" (1790) wollte er das Kunststück zu Wege bringen, die Naturschönheit und die Kunstschönheit einerseits zu unterscheiden, andererseits zu identifizieren: "Die Natur war schön, wenn sie zugleich als Kunst aussah; und die Kunst kann nur schön genannt werden, wenn wir uns bewusst sind, sie sei Kunst, und sie uns doch als Natur aussieht". Wie soll das bewerkstelligt werden? Dass etwas Kunst ist, aber wie Natur aussieht, dass etwas absichtlich gemacht wird, aber absichtslos wirkt? Dass etwas Regeln folgt, aber regelfrei scheint? Die Antwort Kants war: das Originalgenie. Das Genie ist Natur, es trägt die Regeln der Natur in sich selbst, auch wenn es Kunst macht.

Diese Verehrung des Originalgenies, die eine theoretische Fehlkonstruktion verdecken soll, wirkt bis heute und wird mit Vorliebe auf theorielose Künstler wie Picasso projiziert: das Malgenie, das nicht weiß, was es tut. Erstaunlicherweise war es Honoré de Balzac, der mit dem Artikel "Des Artistes" (1830) den Geniebegriff des Künstlers übertraf und den modernen Künstlermythos des Messias schuf, wodurch Leiden und anfänglicher Misserfolg zu den Bedingungen seines Schaffens und seines späteren Aufstiegs gehören. Seitdem verfolgt ein Gespenst die Moderne, die Mär vom Künstler, der sich aufopfert und leidet im Kampf für seine Kunst, der verarmt und verelendet, an seinem messianischen Wahn zugrunde geht, Alkoholiker, Syphilliker, Psychopath, Drogenkranke sein muss, um ein guter, echter, erfolgreicher Künstler zu werden, obwohl die Kunst der Moderne von Leitfiguren beherrscht wird, die von Picasso bis Warhol, von Vasarely bis Richter, wohlbestallte und gutsituierte Millionäre waren bzw. sind. Der Kult des Künstlers macht nur dann Sinn, wenn es sich um Kunst als Glaubenssystem und nicht als Wissenssystem handelt. Der Kult des Künstlers ist der Agent des Irrationalen, wissenschaftsfeindlich. Dies ist die geheime latente Komplizenschaft in Gombrichs Sätzen seiner Einleitung der "Kunstgeschichte". Darüber hinaus macht der Kult des Künstlers nur Sinn in einem Kunstsystem, das glaubt, Kunst sei Ausdruckskunst, Expression, vor allem Selbstausdruck. Wohin dieser Kult des Ichs aber in Wirklichkeit führt, offenbart die Trilogie "Le Culte du Moi" (1888-1891) des rechtsradikalen, rassistischen französischen Schriftstellers und Protofaschisten Maurice Barrès (1862-1923). Der Kult des Ichs ist Teil einer rechtskonservativen Ideologie. Die Mythisierung des Künstlers legitimiert den Kult des Ichs. Während die moderne Kunst versucht hat, die Kunst zu säkularisieren und zu profanisieren, hat in ihr gleichzeitig die Gegenströmung stattgefunden, die Sakralisierung des Künstlers selbst. Wir stehen also vor dem Paradox, dass die Kunst sich demokratisch gibt, aber die Künstler sich feudal geben. Die Urheber der Manifeste für eine Demokratisierung der Kunst beanspruchen für sich den Geniestatus. Siehe Joseph Beuys: "Jeder Mensch ist ein Künstler" (1970), aber er selbst ist mehr als ein Künstler, ein Schamane, Magier, Messias, in einer paramilitärischen Uniform lächerlich und infantil wie die Fantasie-Uniformen des Pop-Sängers Michael Jackson. An diesem Paradox, wie an vielem anderen, wird die Moderne ersticken.

Gegenwärtig ist ein Wechsel der Referenzrahmen der Kunst von den Geisteswissenschaften zur

Ökonomie zu beobachten, so dass in Zukunft die Kunst weniger im Feuilleton als im Wirtschaftsteil besprochen wird. Die dabei stattfindende Remythisierung und Reauratisierung des Künstlers ist nicht nur signifikant für die ideologische Tendenz der europäischen Nationen nach rechts, sondern vor allem für die Refeudalisierung und Ökonomisierung des Kunstsystems. Mehr und mehr wird die Privatwirtschaft zur Plattform der Kunst. So entsteht der Kult des Künstlers als eine neue Servilität der Kunst gegenüber dem Markt. Das Künstlerbild wandelt sich vom Messias zum Ministranten des Marktes. Der Kult des Künstlers ist heute - im Zeitalter der Auktionskunst - ein Kult des Marktes.

Der Autor ist Kunst- und Medientheoretiker. Er lehrt u.a. am Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe
