

„Vergesst Museen und Galerien“ Ein Gespräch mit Michael Bielicky

Herr Bielicky, im letzten Semester sind im Zuge Ihres Seminars „Go Public“ zwei Projekte im öffentlichen Stadtraum von Karlsruhe verwirklicht worden – das Guerilla-Screening am Marktplatz und „Riding a train“ am Hauptbahnhof. Wie unterscheiden sich die beiden Projekte in ihrer Spezifik und Zielsetzung?

Im Grunde waren das zwei verschiedene Strategien. „Riding a train“ ist in Zusammenarbeit mit einer – wenn auch nicht traditionellen – Institution entstanden, während es bei dem Screening am Marktplatz und kürzlich in Prag um das Eingreifen ins städtische Leben ohne Genehmigung ging. Letzteres immer nur einen Abend lang – eine relativ kurze Aktion, die aber, glaube ich, ein Modell sein könnte, wie Künstler auch unabhängig von Institutionen agieren könnten und ein Publikum, das normalerweise nicht ins Museum oder zu einer kulturellen Veranstaltung geht, gewinnen können. Abgesehen davon wird die Stadt heute oft dominiert von Werbung und anderen visuellen Reizen und ich glaube, die Künstler haben die Pflicht da einzugreifen und mit schnellen Projekten, manchmal auch subversiv, zu intervenieren. Bei dem Projekt am Marktplatz in Karlsruhe und in der Altstadt von Prag waren die Studenten etwa nur durch einen Stromgenerator und einen Projektor innerhalb von fünf Minuten in einer monumentalen Art und Weise in der städtischen Architektur präsent. Das ist eine Methode, bei der man keine Sponsoren braucht und nicht viel vorbereiten muss. Ich habe die Aufgabe überhaupt erst eine Woche vor der Aktion bekannt gegeben, das heißt, wir hatten nur eine Woche Zeit, um etwas vorzubereiten. Da wir in einer schnellen Zeit leben, sollte auch die kulturelle Reaktion relativ schnell werden und dabei leicht, aber doch relevant bleiben.

„Go Public“ wird mit diesen zwei Stationen nicht abgeschlossen sein. Welches der beiden Modelle möchten Sie in Zukunft näher verfolgen?

Wir wollen auf jeden Fall mehrgleisig fahren. Der Bahnhof soll auch langfristig ein möglicher kultureller Agitationsort bleiben, um ein bis zwei Projekte pro Jahr zu realisieren. Eingriffe in den öffentlichen Raum möchten wir darüber hinaus immer wieder spontan machen. Es muss nicht immer die Stadt sein, wir planen beispielsweise auch eine „Campfire-Session“ im Wald, wo wir z.B. auf Bäume projizieren werden. Ein Student will dort ein virtuelles Eichhörnchen machen, das dann nachts über die Bäume springt. Alle Projekte haben aber doch so etwas wie einen Oberbegriff und der ist tatsächlich GO PUBLIC. Das heißt: Raus aus diesen klassischen, typischen Kulturinstitutionen wie Museen und Galerien – und schauen, ob man als Künstler nicht alternative Rahmen finden kann, die vielleicht durchaus relevanter sind als die klassischen. Man denkt immer, Kunst passiert nur in Museen und Galerien. Aber stimmt das noch heute? Das ist die große Frage. Ich meine, es stimmt nicht.

Geht es Ihnen dann darum, den Begriff des Museums sowie den Rezeptionskreis zu erweitern?

Erweitern oder ersetzen? Ich würde ihn gerne ersetzen, denn eigentlich hat das Museum ein selektiertes Publikum, das auf Kunst gestimmt und getuned ist. Aber es ist doch mindestens so interessant, Menschen mit Kunst – was für ein Begriff! – zu konfrontieren, wo es diese nicht erwarten würden, aber trotzdem angesprochen werden – positiv oder negativ. All das passiert eher außerhalb dieser typischen Orte, an denen man ohnehin nichts anderes als Kunst erwarten kann.

Muss man als Künstler, der im öffentlichen Raum arbeitet, eine andere Verantwortung gegenüber dem Publikum übernehmen, da jeder möglicher Kunstrezipient sein kann?

Die hat man immer – und ebenso haftet man für seine Taten. Ich denke, dass wir noch immer zu wenig machen. Die nächste Frage ist, ob Künstler überhaupt noch Kunst in Form von Artefakten produzieren sollen, dürfen, müssen. Mit anderen Worten, wir alle, auch die jungen Künstler, die hier studieren, sind in einem Automatismus verfangen. Die Studenten kommen in die Hochschule und meinen: „Jetzt kreiere ich etwas, jetzt mache ich ein Kunstwerk“. Vielleicht ist das nur ein Stereotyp. Vielleicht ist es die Aufgabe eines Künstlers am Anfang des 21. Jahrhunderts völlig anders zu agieren, indem man nicht Kunstprodukte oder überhaupt Produkte kreiert, sondern mit anderen Methoden in die Gesellschaft eingreift. Ich frage mich das selbst – und ich frage das auch die Studenten –, ich frage, ob es überhaupt noch einen Sinn hat, Bilder zu machen, Videos zu machen. Es gibt eine Inflation, eine Überproduktion von sogenannter Kunst, ich sage, sogar eine Art von kultureller Umweltverschmutzung. Da sollten wir vielleicht eine Kultur-Ökologie betreiben. Ja, man darf sich fragen, ob wir nicht alle kulturelle Umweltverschmutzer sind.

Gibt es bei Kunst außerhalb traditioneller Rahmen Probleme, die den Inhalt der Kunstwerke betreffen? Ein Student meinte etwa bei einem Interview: „Wir müssen natürlich auch strenge Richtlinien vom Bahnhof selbst beachten: keine erotischen Anspielungen, die Thematik der Religion musste ganz ausgespart werden“. Wie stehen Sie dazu?

Ja, da hatten wir Schwierigkeiten. Der Bahnhof ist so gesehen ein Kompromiss und dabei hatte ich auch ein leicht mulmiges Gefühl. Ich verstehe das bei Rassismus und Sexismus – aber mit der Religion ist das schon so eine Sache. Dass man da auch in seine Schranken gewiesen wird, das konnte ich nicht ganz verstehen. Wie viel Freiheit man sich nimmt, das hängt wieder von der geistigen Größe und dem Mut der Leute ab, die verantwortlich sind. Diese Art von Risiko ist in der Regel nicht identisch mit dem eines Kurators, der sich eher einen Skandal leisten kann.

Über die Funktion von Kunst im öffentlichen Raum wird momentan ja sehr kontrovers diskutiert. Nicht selten dient Kunst dazu, „Un-Orte“ aufzuwerten und attraktiver zu machen – ein Ziel, mit dem sich nicht jeder Künstler identifizieren will. Welche Ziele setzen Sie auf Kunst im öffentlichen Raum?

Der Ort soll nicht aufgewertet, sondern zu einem Kulturort werden. Gut, Sie können den Begriff „aufgewertet“ benutzen, wir haben gesagt, dass man den Kulturort neu erfindet. Eine Arbeit wie die einer Studentin auf der Rolltreppe, ist sicher mehr als Dekoration. Fährt jemand auf der Treppe, kann er etwas lesen, was ihn vielleicht plötzlich berührt, und wenn er oben angekommen ist, geht er vielleicht mit einem anderen Gefühl weg oder fängt an, darüber nachzudenken. Wenn es gelingt, dass gerade die Leute in Eile, für einen Moment darüber nachdenken, gerade an einem Ort wie dem Bahnhof, der dafür gedacht ist, von A nach B zu kommen, wo alle hasten, alle so praktisch und geistlos sind – dann bin ich zufrieden. Vielleicht kann man hier die Leute auch mal ein bisschen wachrütteln. So wie: „Moment mal, was mache ich hier im Leben? Ich renne jeden Tag wie ein unbewusstes Wesen hin und her, und das ist alles? Das sollten Projekte im öffentlichen Raum erfüllen, denn gerade im öffentlichen Raum befinden sich viele Leute, die funktionieren wie Maschinen – natürlich haben sie eine Seele, aber die ist oft zugedeckt.“

Ist das dann auch der Grund, warum Sie keinerlei weiteren Infos bezüglich dieses Projekts am Bahnhof angebracht haben?

Ich denke, die Projekte sprechen für sich selbst, da soll es einen gewissen Überraschungseffekt geben. Nichts ist schöner, als wenn ich selbst etwas entdecke, irgendwo hingehe und einen besonderen Moment erlebe – das kann ein Spray auf der Wand sein, das kann ein Spruch oder ein Bild sein. Und dafür braucht man keine großen Ankündigungen. Ich nenne es auch ungern eine Ausstellung. Im Grunde ist es ein Eingreifen – man pflanzt Objekte, und wer sie sieht, hat Glück. Man möchte zwar so viele Leute wie möglich erreichen, aber natürlich haben nur ein Wenige auch die Sensorik dafür, so etwas zu erkennen.

Ihnen scheint sehr wichtig zu sein, dass sich Ihre Studenten außerhalb der Hochschule präsentieren. Könnte man dies als den Hauptbestandteil Ihrer Lehre bezeichnen?

Sicher ist es eines meiner Hauptanliegen. Ich würde sagen: vergesst für eine Weile Museen und Galerien! Unsere Projekt drehen sich um die Frage, wie man den potentiellen Empfänger erreicht. Manche entscheiden sich für die klassischere Methode über einen Galeristen, der einen vertritt, und dann hofft man auf eine Kunstmesse oder darauf, in ein Museum zu kommen und es dort verkaufen. Ich weiß, es ist schon hart, eine Künstleridentität zu haben und es ist auch äußerst schwer, relevante und gleichzeitig erfolgreiche Sachen zu machen. Was immer man als erfolgreich bezeichnet, ist aber noch gar nicht so klar! Ist es der Kunstmarkt, der so etwas bestimmt, oder ist es die Kunstmesse? Ich hoffe, mit dieser Aktion „Raus aus dem Rahmen“ zu erreichen, dass die Leute auch darüber nachdenken, was sie machen und welche Relevanz ihre Arbeit hat. Damit sie nicht nur das Klischee des Künstlers leben, sondern wirklich neue Wege riskieren. Wir leben heute in einer Zeit, die sehr anders ist als zum Beispiel die vor 15 Jahren. Es gibt eine Dynamik in vielerlei Hinsicht, und da muss man als kreatives, sensibles Wesen darüber nachdenken, wie man in dieser veränderten Welt agieren kann, damit man erstens etwas Relevantes macht und zweitens den Empfänger erreicht. Auch ich selbst habe keine eindeutige Antwort darauf, aber zumindest muss man sich das fragen. Solche Fragen, die ich an mich stelle, möchte ich mit denen teilen, die in mein Seminar kommen.

Michael Bielicky ist Professor für digitale Medien an der HfG Karlsruhe.

Die Fragen stellten Stefanie Dufhues und Sarah Waldschmitt