

Gruppe MONTAG 1997

Statements der Teilnehmer

1

Susanne Mayer
Professorin an der FH Augsburg

Vita

1985 Ende Kunstakademie Stuttgart
1986 Anfang Computergrafik (Kirch-Gruppe München)
1987 Digitale Bildbearbeitung für Videoproduktionen
1988 Freelance Art Direction TV-Design
1989 Art Direction TV-Design SDR Stuttgart
1993 Leitung TV-Design hr Frankfurt
1994 Mitarbeit "River Cafe" (PR07) New York
1995 Berufung zur FH Augsburg
Fachbereich Visuelle Kommunikation
für AU/Computergrafik
Homebase Stuttgart

„Wir sind als Wahnsinnige geboren. Einige bleiben so.“

Jenny Holzer (Truisms 1977-79)

Vielleicht ist es ja nur solchen möglich, die „so geblieben sind“, sich in der schnellen Zeit des ausgehenden Jahrtausends immer wieder montags an einen großen Tisch zu setzen, um über die Rolle der Kunst im Hier und Heute zu reden.
Wahnsinn und Verstand.
Genie und Wahnsinn.
Die dünne Wand. Schön...
Sicher hat eine kleine Portion Wahnsinn in den interessierten Teilnehmern der bisherigen Montagsrunde überlebt. Oder - etwas unverfänglicher formuliert - alle, die sich bisher an diesen Montagabenden zusammengesetzt haben, sind definitiv getrieben von einem inneren Impuls, die Welt, das Leben auf dem Planeten Erde, den wir für eine kurze Zeit besuchen, zu verstehen, zu erfassen, und vor allem... schöner zu machen. Vielleicht würden das nicht alle mit dem Begriff Wahnsinn umschreiben wollen, aber mich überkommt nicht selten das Gefühl, daß das, was ich tue, angesichts des Zustandes, in welchem sich unser Planet befindet, der Wahnsinn schlechthin ist.
No Hope?
Nein, ich gehöre nicht mehr der Generation X an und denke, daß jede/r in der bisherigen Runde mindestens ein halbes Leben damit verbracht hat, denkend, schaffend, verbindend - durch Malerei, Skulptur, Musik, Schauspiel, Literatur oder Design - dieses „schöner machen“ als eigenen

Beitrag in die Welt zu bringen. Also muß dieses Tun dann auch eine gewisse Relevanz haben, und eigentlich haben ja auch alle, die da sitzen, sich bisher recht erfolgreich ihre Plätze in der Gesellschaft erkämpft - teilweise recht privilegierte sogar - und so kann es ja um die Position der Kunst in unserer Zeit eigentlich nicht allzu schlecht bestellt sein.
Aber irgendwie sind wir unzufrieden, was treibt uns also ?
Die immer schneller werdende Veränderung unsere Lebens und Wirkens zunächst einmal. Und dann sind es bestimmte Beobachtungen und Folgerungen daraus.
Die Tage sind lang vorbei, an denen wir die Neuen Wilden gefeiert haben, wo die Galerien von Köln über Berlin bis nach Soho täglich neue Besucherrekorde feierten. Mir scheint, es gibt seit einiger Zeit keine neue, übergreifende, packende Kunstrichtung mehr, die uns etwas über das Jetzt erzählt, die uns aufzeigt, wo wir stehen, die uns rüttelt und die sich auch einer breiten Gesellschaftsschicht vermittelt.
Vielleicht liege ich als Kunstmarkt-Banause hier völlig falsch, aber ich beobachte, daß hohe Besucherzahlen mit Ausstellungen von längst akzeptierten und noch länger verstorbenen Künstlern erreicht werden. Es ist das ein ähnliches Phänomen wie die Massenverschickung in Luxus-Reisebussen zu den neuen Musical-Theater-Tempeln in der deutschen Pampa.

Ziele am Montag

In der Arbeit mit meinen Studenten stoße ich ständig auf die Frage, was einen Kommunikationsdesigner heute vom Künstler unterscheidet.
Ich denke, da ist nicht viel Unterschied. Genau wie der freie Künstler immer durch Zeichen, Farben, Formen und Konzepte über ganz bestimmte - zumeist *eigene* - Inhalte informiert, muß der Designer für seine Aufträge mit genau denselben Kommunikationsmitteln einen guten, bzw. den *besten* Weg finden, um die gebotenen Informationsinhalte zu visualisieren.
Und wie auch ein Künstler immer einen Auftrag zu erfüllen hat - bestenfalls eben den eigenen, stehen wir vor einer sehr ähnlichen Aufgabenstellung bei beiden, nämlich der mittlerweile weltumspannenden, bewegten und bewegenden (audio)-visuellen Kommunikation, die uns fast täglich als Schlagworte wie Multimedia, Informationsrevolution, Global Village, World Wide Web und „interaktives Fernsehen“ um die Ohren fliegen.
Viele Künstler bedienen sich bereits seit vielen Jahren all der Mittel, die wir als Audiovisuelle Medien kennen. Mit den Entwicklungen unserer Zeit haben sie immer mehr an Bedeutung gewonnen, in Kunst, Kultur, Design, Wissenschaft und Forschung, in der Wirtschaft und im Management, und auch in der Politik kann die Rolle einer informativen, ästhetischen und effektiven Vernetzung dieser Bereiche nicht mehr ignoriert werden.
Der Wahlspruch von Zyma + Comma Project heißt: „Die Kunst, mittels der Kunst zu kommunizieren.“
Durch vergangene Projekte haben Zyma + Comma bewiesen, daß sie in der Lage sind, auf innovative Weise die zusammengehörigen gesellschaftlichen Kräfte Wirtschaft, Politik und Kultur erfolgreich zu verbinden.
Um hierfür gemeinsam Wege zu finden, finde ich mich in dieser Runde ein, die mich inspiriert, amüsiert, irritiert und aktiviert.
Ich wünsche mir allerdings ganz dringend, daß sich der Gruppe Montag bald ein paar „echte“ Künstler mit einer deutlichen gesellschaftspoliti-

Zitat

„Der ernsthafte Künstler ist der einzige Mensch, welcher der Technik ungestraft begegnen kann, und zwar nur deswegen, weil er als Fachmann die Veränderungen der Sinneswahrnehmungen erkennt..“ Marshall McLuhan **Understanding Media 1964**

• Bei einem der ersten Montagabende sind wir im Gespräch auf den Kernpunkt der individuellen Auseinandersetzung mit der derzeitigen Situation der Kunst in unserer Gesellschaft gestoßen - auf die Frage:
„Was ist Kunst, was soll sie sein und wie verhindern wir, daß die Auftraggeber für Kunst, sei dies der Staat oder die Wirtschaft, mit ihren unter Umständen reichlich zur Verfügung gestellten Geldern sich nur solche Kunst-Arten herauspicken und fördern, mit denen am besten vor Besuchern und Kunden des In- und Auslandes gegläntzt und letztlich für ein Image geworben werden kann?“
Auf die Frage, was Kunst für mich persönlich bedeutet, kann ich antworten - den ganzen Rest dieses Fragenkomplexes sehe ich als Aufgabe für die Diskussionsrunde. Also - hier sei nun meine Antwort auf den einfacheren Teil der Frage gegeben:
Die Schönen Künste, Fine Arts, Les Beaux Arts, Le Belle Arte, Bellas Artes. *Schön* also. Ja, Kunst stellt sich für mich als ein innerer Drang zu ästhetischen, *schönen* Darstellungen von allerlei menschlichen Äußerungen dar. Ein innerer, womöglich unbewußter Drang, Zeichen zu erfinden, Bilder zu malen, zu sprechen, zu singen, zu tanzen..., Formen zu erfinden, über die - oft symbolisch - die verschiedensten Inhalte kommuniziert wurden. Diese Inhalte wurden zunächst in hohem Maße zur Kommunikation mit den Göttern und damit einer Transzendenz des diesseitigen eindimensional menschlichen Daseins eingesetzt. *Kommunikation* - Zauberwort unserer Gegenwart.
In mir fängt ein Film an zu laufen, wenn ich an solche frühen Formen und Symbole denke. Bildreihen, die fast chronologisch ineinander blenden. Höhlenmalereien, Felszeichnungen, Fetische, Stammestänze, Körperbemalungen, Rhythmen, Gesänge, Kostüme, Bewegungen, Trommelmusik als Mittel, um Verbindung mit den Geistern herzustellen, in deren Eigendynamik Trancezustände entstehen, in welchen tatsächlich eine Kommunikationsebene mit dem geheimnisvollen Jenseits gefunden wird.
Also - so viel kann ich hier schon sagen: Kunst ist für mich wirksame Kommunikation.

Und das in allen Ausformungen, die sie durch die Jahrtausende hatte. Seien das prähistorische Höhlenmalereien, ägyptische Hieroglyphen, griechische Keramik, Architektur, Skulptur, pompejanische Wandgemälde, Kirchenfresken und gewagte Baukunst der Renaissance, flämische, italienische oder spanische Ölgemälde, die vordergründig nichts anderes als Portraits, Stilleben und Landschaften darstellen... sie sprechen durch ihre ganz speziellen Farben, Formen und Symbole zu uns.
Impressionismus, Expressionismus, Abstraktion, Konzeptkunst, Installationen, Happenings, Videokunst, Filme, Design und Werbung - alle hinter diesen Begriffen stehenden Werke teilen uns etwas mit, kommunizieren mit uns.
Ob wir uns näher mit ihnen befassen, ihre Symbolik, einen geschichtlichen Kontext oder die Absicht des Künstlers darin zu erfassen versuchen, oder ob wir uns ohne große Vorbildung einfach der Magie und dem puren Eindruck eines solchen Werkes hingeben, ist einerlei.
Selbst bei den neueren Werken der Werbe-Kunst kommt immer öfter die Message für das Produkt erst ganz zum Schluß. Zunächst wird ganz einfach eine wundervoll verpackte Geschichte erzählt.
Und so definiert sich für mich ganz subjektiv auch das, was Kunst zu Kunst macht, und was ihre Wirkung ausmacht: der Moment der Magie, der eine Art Transzendenz in das, was *hinter* der sicht- und greifbaren Materie eines Kunstwerks steckt, bewirkt. Um solche Wirkung zu erzielen, muß ein Künstler sich über ein Schaffen aus seinem individuellen So-Sein hinaus mit seinem weltlichen Umfeld beschäftigen, muß er sich über die Mechanismen von gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenhänge klar sein, und womöglich auch noch *Verantwortung* für die Vermittlung so verpackter Inhalte übernehmen, wie es Marshall McLuhan (s.o.) bereits 1964 trefflich formuliert hat. Und es wird zur Zeit auch immer klarer, was für eine lukrative Geldquelle die eigentlich immaterielle Botschaft von Kunst für viele darstellt, die richtig damit umzugehen wissen. Womit wir beim wesentlich Neuen unseres Jetzt anlangen.

Nicholas Negroponte, der Leiter des MIT (Massachusetts Institute of Technology) an der Harvard University in Boston, hat in seinem 1995 erschienenen Buch „Total Digital“ das Phänomen des höchst materiellen Wertes von immateriellen Informationen auf einleuchtende Art und Weise beschrieben. Er unterscheidet Atome (Materie) von Bits (pure Information). Ein Bit hat keine Farbe, keine Größe, kein Gewicht, und es reist mit Lichtgeschwindigkeit. Es ist der kleinste Bestandteil der Informations-DNS. Als er einmal an der Pforte eines Riesenkonzerns nach dem Wert seines Laptops gefragt wurde, gab er diesen mit ein oder zwei Millionen Dollar an. Die Empfangsdame sah ihn ungläubig an und notierte das Modell des Lap-tops mit einem geschätzten Wert von ca. 2000 Dollars. Die Atome, welche die Hardware ausmachen, hatten tatsächlich etwa diesen Wert, aber die Bits, also die Information *im* Computer war unbezahlbar.
Was ich damit sagen will, ist, daß wir uns vielleicht deshalb in diesem Nebel befinden, weil wir noch immer nicht begreifen können, daß die Zeit, in der wir angekommen sind, tatsächlich mehr und mehr von unsichtbaren Werten gesteuert wird. Information hat bereits Aktienwert, Kommunikation äußert sich mannigfaltig und regiert uns aus allen Ecken.
Nun habe ich natürlich einige Jahre beim Fernsehen gearbeitet, genau an der Stelle, wo Information für ein Massenpublikum verpackt wird - mit (TV-)Design.
Egal wofür - Nachrichten müssen genauso wie Kultur, Unterhaltung, Musik oder Sport sinnlich bis poppig verpackt werden, damit sie dem Zuschauer präsentiert werden können, Quoten und viel Geld bringen.
Ich wage zu behaupten, daß das, was in den letzten 10-15 Jahren durch das Aufkommen der Privaten im Bereich Rundfunk und Fernsehen passiert ist, nämlich eine gewaltige Umschichtung von Auftraggebern und Beauftragten, sich genau so auf die Situation der Kunst übertragen läßt.
Wie wird heute Kunst verpackt, damit sie möglichst viel Wert hat? Und wer bestimmt demnach, was Kunst ist? Welche Magie, welche innere Wahrheit, welche Botschaft darf sie dann noch haben? Let's talk! ■