

Barbara
Preisig

Mobil, autonom, vernetzt

edition metzel

Barbara Preisig

Mobil, autonom, vernetzt
Kritik und ökonomische Innovation
in Ephemera der Konzeptkunst, 1966–1975

Seite	
6	Einleitung
17	1. Netzwerke der Distribution. Unterwegs im globalen Dorf
51	2. Ökonomien der Publikumsadressierung. Mit Kund/innen kommunizieren
77	3. Kunstwerke aus immaterieller Arbeit. Materialisierung und Alterung
111	4. Abbildungen
231	Bibliografie
239	Bildnachweis

Einleitung

Eine unscheinbare Einladungskarte aus dem Jahr 1973 informiert über Daniel Burens bevorstehende Plakatierungsaktion: Anlässlich der Ausstellung *Part 2 – Announcement To Read As A Guide To What Is To Be Seen* in der John Weber Gallery sollen weiße und farbige, jeweils 8,7 cm breite, vertikal aufgehängte Papierstreifen an Innen- und Außenwänden von Gebäuden in New York City zu sehen sein (Abb. 1). Während der Text zunächst an eine detaillierte Werkbeschreibung erinnert, wird bald deutlich, dass wichtige Orts- und Zeitangaben fehlen. Außerdem wechseln die Präsentationsorte täglich, die Dimensionen des Werks variieren je nach Anbringungsort und auch die Farben der Streifen werden willkürlich gewählt. Buren enthält dem Publikum die relevanten Besucher/innen-Informationen zur Ausstellung vor und unterläuft damit die wesentliche Funktion einer Einladung. Die Karte fordert stattdessen zur Suche nach der mysteriösen Aktion auf und weckt die Aufmerksamkeit der Rezipient/innen gerade durch die inszenierte Abwesenheit des Werks. Für weitere Informationen wird im Kleingedruckten auf die Telefonnummer der John Weber Gallery verwiesen.



1 S. 113

Das vorliegende Buch beschäftigt sich mit gedruckten Einladungskarten und Anzeigen, die sich Künstler/innen in den späten 1960er und 70er Jahren im New Yorker Umfeld der Konzeptkunst vermehrt anzueignen begannen. Sie verwendeten die Drucksachen, wie Buren, in handelsüblicher Weise um einen Anlass oder eine Ausstellung anzukündigen. Die beschränkten technischen und finanziellen Mittel, die den Künstler/innen zur Verfügung standen, setzen der Gestaltung klare Grenzen. Die Drucksachen erscheinen in immer ähnlichen einfachen serifenlosen Typografien, deren Vorlagen von den Künstler/innen selbst manuell gesetzt und anschließend fotomechanisch reproduziert wurden. In hohen Auflagen gedruckt (500 bis 1000 Kopien), gelangten sie auf dem Postweg an die Adresslisten von Galerien, Museen oder Kunstzeitschriften. Zugleich nutzten die Künstler/innen die Einladungskarten und Anzeigen als

künstlerisches Handlungsfeld, indem sie ihre Werbefunktion befragten und subtile sprachliche Bedeutungsverschiebungen an ihnen vornahmen.

Obschon die Drucksachen in der Werkproduktion nur eine marginale Stellung einnahmen – die Künstler/innen arbeiteten vorwiegend medienübergreifend mit Text, Fotografie, Zeichnung und Video –, wurden darin zentrale Forderungen und Elemente der Konzeptkunst berührt. So lässt sich an diesen künstlerischen Einladungskarten und Anzeigen die in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren ausgeprägte Tendenz zur Erweiterung des Werkbegriffs belegen. Diese Erweiterung wurde zum einen über die konzeptorientierte Verwendung von Sprache und Text angestrebt. Das künstlerische Handlungsfeld verlagerte sich zum anderen aber auch zunehmend auf Bereiche der Vermittlung und Promotion und auf die institutionellen und gesellschaftlichen Bedingungen der Kunstproduktion, wie sie in Einladungskarten und Anzeigen geradezu beispielhaft zum Ausdruck kommen. So übernahm eine Einladungsarte gleichzeitig mehrere Aufgaben im Produktionsprozess: die der Vermarktung, Ausstellungspräsentation, der Vermittlung und der Überlieferung des Werks.¹ Die genannten Elemente einer künstlerischen Praxis, wie sie sich in den späten 1960er und 70er Jahren herausbildeten, lassen sich auch in vielen zeitgenössischen künstlerischen Verfahren wiederentdecken. Die Überlagerung von künstlerischen und institutionellen Handlungsfeldern ist heute selbstverständlicher Teil des Kunstbetriebs geworden.²

Die beschriebenen künstlerisch angeeigneten Einladungskarten und Anzeigen werden heute unter dem griechischen Begriff „ephemera“ (Plural von „ephemeron“) gefasst. Er bedeutet „nur einen Tag überdauernd“ und bezeichnete ursprünglich Pflanzen oder Insekten, deren

1 Nicht selten ersetzte eine Einladungskarte sogar die Ausstellung, die sie ankündigte und folglich die darin gezeigten Werke. So etwa im Falle von Robert Barrys *Closed Gallery Piece* (1969).

2 Diese strukturelle Veränderung, die bislang noch nicht abgeschlossen ist, wird heute gemeinhin als „Diskursivierung“ des Kunstbetriebs beschrieben. Einen historischen Überblick über diese Entwicklung liefert *Das Kunstfeld. Eine Studie über Akteure und Institutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zürich, Wien, Hamburg und Paris*, hrsg. von Ulf Wuggenig und Heike Munder, Zürich: Ringier 2012. Die Entwicklung aus kuratorischer Perspektive beschreiben die Artikel im Sammelband *On Knowledge Production: A Critical Reader in Contemporary Art* (siehe Choi u. a. 2008). Für das neue Verhältnis, das sich als Folge dieser Entwicklung zwischen Kurator/innen und Künstler/innen herausbildete, siehe „Kuratorisches Handeln. Immaterielle Arbeit zwischen Kunst und Managementmodellen“ (Bismarck 2003, S. 85–91).

Lebensdauer einen Tag nicht überschritt. Ab dem späten 18. Jahrhundert wurde die Bedeutung auf gedruckte Sammelobjekte übertragen, die von kurzzeitigem Interesse sind: Werbe- und Alltagsgrafik, also gedruckte und veröffentlichte Papierblätter, die gemeinhin für einen bestimmten Anlass werben und trotz ihrer kurzen Lebensdauer aufbewahrt werden.³ Von Alltagsgrafiken unterscheiden sich Ephemera der Konzeptkunst, weil sie nicht nur Werbung und Sammelgut sind, sondern ihnen zusätzlich der Status eines Kunstwerks zukommt.⁴

Die Bedeutung von künstlerischen Ephemera ist wesentlich durch diese Multifunktionalität geprägt. Sie sind zunächst Einladungskarten und Anzeigen, wie sie die Präsentation von Kunst seit der Entstehung öffentlicher Ausstellungsinstitutionen rahmen. Sie begleiten, präsentieren das Werk oder die Ausstellung und machen es der Öffentlichkeit zuallererst zugänglich.⁵ Mit dieser Aufgabe betraut sind traditionellerweise Museen und Galerien. Sie bewerben den Künstler/die Künstlerin und sein/ihr Werk. Zentral für Ephemera in ihrer Funktion als Beiwerke ist, dass ihre

Aussagen immer in Zusammenhang stehen mit dem Anlass, den sie ankündigen. Entsprechend ändert sich ihre Bedeutung mit dem jeweiligen sozialen, medialen, institutionellen und geografischen Kontext. Dazu gehört etwa das Magazin, das eine Anzeige veröffentlicht, die Magazinseite, die sie umgibt, die Adressat/innen, die sie lesen, der zurückgelegte Postweg und nicht zuletzt der Anlass oder das Werk selbst, für den oder das in der Anzeige geworben wird.

Zu ihrer Doppelbedeutung als Werbung und Kunstwerke gelangten diese Anzeigen und Einladungskarten in den Jahren 1966–75, im Umfeld der Konzeptkunst. Heute hat sich längst ein Markt für diese Ephemera etabliert. Die Druckwaren finden jedoch auch immer häufiger Eingang in öffentliche Sammlungen und übernehmen hier eine wichtige historische Vermittlungsaufgabe. Dennoch ist die Zukunft einer Einladungskarte unsicher und der „biografische“ Verlauf von mehreren identischen Objekten kann sehr unterschiedlich sein. Denn damit eine solche Karte oder Anzeige überhaupt aufbewahrt wurde, musste sie in die Hände von jemandem gelangen, der ihren künstlerischen Wert erkannte und ein Sammlungsinteresse an ihnen zeigte. Erschwerend für die Überlieferung kommt hinzu, dass heute in den meisten Fällen unklar ist, wie viele Exemplare der ursprünglichen Druckauflage noch vorhanden sind und wo sie sich befinden. Die Bedeutung von künstlerischen Ephemera – als Information, als Werbung, als Kunst, als Geschichtsdokument – hängt also erstens von der Statuszuschreibung ab und zweitens davon, wer diese Zuschreibung vornimmt.

Eine Werkanalyse von Ephemera muss, will sie der komplexen Bedeutungsstruktur gerecht werden, Kontextualität, soziale Dynamik und Historizität als konstituierende Größen des Werks annehmen. Wie beziehen sich die Künstler/innen in den Anzeigen und Einladungskarten auf andere Repräsentationssysteme wie beispielsweise Printwerbung, Kunstmagazine und Museen? Welche institutionellen und künstlerischen Interessen werden darin artikuliert? Und warum formierte sich ein solch ausgeprägtes künstlerisches Interesse an Ephemera gerade in den späten 1960er Jahren? Meine Untersuchung beschränkt sich zeitlich auf die Anfänge der künstlerischen Ephemera-Produktion zwischen 1966 und 1975 und geografisch auf New York.⁶

3 Siehe Oxford Dictionaries 2015. Die Bezeichnung „Ephemera“ ist im englischen Sprachgebrauch verbreiteter als im Deutschen und bislang vor allem in den Bibliothekswissenschaften und in Sammlerkreisen gebräuchlich.

4 Ich verwende den Begriff „Ephemera“ zusammenfassend für in hoher Auflage drucktechnisch reproduzierte Ausstellungsankündigungen, Einladungen und Anzeigen, die in der frühen Konzeptkunst entstanden sind und gleichzeitig als Kunstwerke, PR-Instrumente und Dokumentationen dienen. Die Analyse beschränkt sich somit auf eine verschwindend kleine Gruppe der unter diesen Begriff fallenden „Formate“. Für eine Auswahl an Ephemera der Gegenwartskunst, die sich mit dem hier verwendeten Begriff decken, siehe *Extra Art. Surveying Artists' Ephemera. 1960–1999* (Leiber/Alden 2001).

5 In ihrer Vermittlerrolle kommt künstlerischen Ephemera die Bedeutung von „Paratexten“ zu. Der Literaturwissenschaftler Gérard Genette weist in *Paratexte. Das Beiwerk zum Buch* auf die bedeutungsstiftende Funktion solch textbasierter Beiwerke im Umfeld literarischer Produktionen hin. Er fasst unter „Paratext“ all jene Elemente, die einen in einem Buch gedruckten Text begleiten oder in seinem Umfeld erscheinen: Reihen, Umschlag und Zubehör, Titelseite und Zubehör, Satz, Auflagen, Name des Autors/der Autorin, Titel, Waschzettel, Widmungen, Mottos, Vorwort, Zwischentitel, Anmerkungen, Interviews, Kolloquien, öffentliche Antworten, Kommentare, Briefwechsel, mündliche Mitteilungen, Tagebücher, Vortexte. Genette sieht im Paratext ein Anhängsel des gedruckten Textes, das jedoch in Wirklichkeit im Dienst der Autor/innen die Lektüre steuert. Das Buch wird durch den Paratext präsent gemacht und dargeboten. Erst Paratexte ermöglichen in Genettes Verständnis die Rezeption eines Textes in Buchform. (Siehe Genette 2011 (1987), S. 9–21). Zur Bedeutung von Paratexten in der Gegenwartskunst siehe *Paratexte. Scharnier zwischen Produktion, Vermittlung und Rezeption*, hrsg. von Lucie Kolb, Barbara Preisig und Judith Welter, Zürich/Berlin: Diaphanes 2018 (Kolb u. a. 2018).

6 Der im Folgenden verwendete Begriff „frühe Konzeptkunst“ repräsentiert mit der europäisch/US-amerikanisch geprägten Konzeptkunst nur einen kleinen Teil der konzeptuellen Kunstformen, die während den 1960er und 70er Jahren in unterschiedlichen geografischen und

Die Stadt war ein wichtiges Zentrum der frühen Konzeptkunst. Exemplarische Werkanalysen leiten die Arbeit, die sich auf gedruckte Einladungskarten, Magazin- und Zeitungsanzeigen konzentriert.⁷ Die besprochenen Künstler/innen sind Eleanor Antin, Robert Barry, Daniel Buren, Jan Dibbets, Dan Graham, Adrian Piper und Yoko Ono.⁸

Mit der vorliegenden Studie möchte ich die aktuelle gesellschaftliche Relevanz von künstlerischen Ephemera aufzeigen. Die Werke der Konzeptkunst bringen, so meine These, bereits in den 1960er und 70er Jahren die ideologischen Formationen und Arbeitsweisen dinghaft zum Ausdruck, die heute den Kapitalismus in westlichen Gesellschaften prägen.⁹ Vorgezeichnet

kulturellen Kontexten entstanden. Auf Bedeutung und Relevanz der Konzeptkunst in Asien, Russland, Südamerika, Australien und Kanada verweisen unter anderem die Beiträge im Ausstellungskatalog *Global Conceptualism. Points of Origin 1950s–1980s* (siehe *Global Conceptualism 1999*), sowie Alexander Alberros Aufsatz „A Media Art. Conceptualism in Latin America in the 1960’s“ (Alberro 1999).

7 Von der Untersuchung ausgeschlossen sind Plakate, die ebenfalls zu Ephemera zählen, aber in den späten 1960er und 70er Jahren viel weniger häufig künstlerisch angeeignet wurden als Einladungskarten und Anzeigen. Zudem unterliegen Plakate anderen Regelwerken der Produktion, da sie zum Beispiel nicht über den postalischen Weg an persönliche Kontakte distribuiert, sondern meist im Stadtraum für eine unbekannte Öffentlichkeit angebracht wurden.

8 In der Untersuchung sind die Künstlerinnen verglichen mit ihrem tatsächlichen Anteil in der Szene der frühen Konzeptkunst deutlich übervertreten. Die New Yorker Konzeptkunst war eine Männerdomäne, Frauen waren grundsätzlich ausgeschlossen. Die wenigen, die heute als Vertreterinnen der Strömung betrachtet werden und zu denen einzig Adrian Piper zählt, waren in den wichtigen Ausstellungen nur vereinzelt vertreten. Dies, obwohl sich die Künstlerinnen – so zeigt die Untersuchung – thematisch optimal in die Werkgruppe ihrer männlichen Kollegen einfügen und diese partiell um inhaltliche und formale Aspekte erweitern.

In der vorliegenden Arbeit wird grundsätzlich folgende Schreibweise verwendet: Künstler/innen. Immer dann, wenn auf diese beide Geschlechter einschließende Schreibweise verzichtet wird, ist im entsprechenden thematischen Zusammenhang auch wirklich nur von Männern die Rede.

9 Ich folge Luc Boltanskis und Ève Chiapellos soziologischer Definition von „Kapitalismus“ als „Prozess unbeschränkter Anhäufung von Kapital“. Sie nennen drei wesentliche Eigenschaften des Kapitalismus: Das erste Merkmal ist „die ständig wiederholte Einspeisung von Kapital in den wirtschaftlichen Kreislauf mit dem Ziel, daraus Profit zu ziehen.“ Der Kapitalismus gründet zweitens auf Lohnarbeit. „Die Mehrzahl der Bevölkerung, die kein oder nur wenig Kapital zur Verfügung hat, erhält ihr Einkommen aus dem Verkauf ihrer Arbeitskraft und nicht durch den Verkauf der Produkte ihrer Arbeit. Sie hat keine Produktionsmittel zur Verfügung und ist, um zu arbeiten, von den Entscheidungen derer abhängig, die sie innehaben.“ Als dritte Eigenschaft nennen Boltanski und Chiapello die Konkurrenz: „Jede kapitalistische Einheit ist permanent bedroht durch die Handlungen anderer konkurrierender Einheiten. Diese Dynamik schafft eine permanente Unsicherheit und bietet den Kapitalisten ein

finden sich hierin auch aktuelle Formen der Gegenwartskunst, die zunehmend handlungs-, projekt- und kommunikationsbasiert sind. Zwangsläufig führt die hier vorgenommene Studie zu einer Revision der Geschichtsschreibung der Konzeptkunst. Die Analyse von Ephemera bedeutet eine wesentliche Erweiterung des bestehenden Werk-Kanons der frühen Konzeptkunst. Ausgehend von dieser neuen „Quellenlage“ erschließt die Untersuchung einen bislang unberücksichtigten historischen und theoretischen Referenzrahmen und bietet neue Lesarten für die damals entstandenen Werke an.¹⁰ Nicht zuletzt führe ich für die Diskussion des erweiterten Werkbegriffs von Ephemera methodisches Instrumentarium der Material Culture Studies ein und leiste so einen Beitrag zur Kunstgeschichte der Gegenwart.

Ephemera in der frühen Konzeptkunst kommen aus heutiger Perspektive eine große Aktualität zu. Als materielle künstlerische Objekte belegen sie eine flexible, mobile, dezentrale und antibürokratische Arbeitsweise, die in der „immateriellen“ Produktion von informations- und dienstleistungsbasierten Gütern besteht. Die Künstler/innen zeichneten in den zwischen 1966 und 1975 entstandenen Ephemera mit den genannten Arbeitsweisen eine auf Individualität und Selbstvermarktung bezogene, heute den Kapitalismus prägende Unternehmenskultur vor. Weiter argumentiere ich, dass der Etablierung dieser Arbeitsmodelle damals nicht nur ein hohes Innovations-, sondern auch ein Kritikpotenzial zukam. Die Flexibilisierung der Arbeit richtete sich gegen bürgerliche Autoritäten, bürokratische, hierarchische und zentrale Organisationsformen, die die Gesellschaft der Nachkriegszeit prägte. Die Studie erörtert die historische Bedingtheit dieser Kritik, die Umcodierung des Kritik-Begriffs, und die mit dieser Umcodierung verbundenen Ambivalenzen, die sich aus heutiger Perspektive formulieren.

Am konkretesten zeigen sich die damals neuen Produktionsformen in den künstlerischen

sehr starkes Motiv der Selbst-Erhaltung, um ohne Unterlass den Prozess der Akkumulation fortzuführen.“ (Boltanski/Chiapello 2001, S. 264, siehe auch S. 39–42).

10 Für Auswahl und Kontextualisierung der Werkbeispiele habe ich folgende Archive herangezogen: Sammlung Marzona, Kunstbibliothek – Staatliche Museen zu Berlin (SMK); The Getty Research Institute, Los Angeles (GRI); Los Angeles County Museum of Art, Balch Art Research Library (BARL); Museum of Modern Art Archives, New York (MoMAA); Collection of the Adrian Piper Research Archive Foundation Berlin (APRAF). Außerdem führte ich Gespräche und Interviews mit Patrizia Dander, Dan Graham, Jean-Noël Herlin, Rolf Preisig, Christoph Schifferli und Seth Siegelau (ABP).

Distributionsweisen von Ephemera. Kapitel 1 diskutiert anhand von Eleanor Antins Postkartenserie *100 Boots* (1973–75) und Werkbeispielen von Dan Graham, Jan Dibbets und Adrian Piper die Bedeutung des Netzwerks für die Konzeptkunst. Der dezentral und global organisierte Vertrieb von Einladungskarten und Anzeigen über das netzartige Vertriebssystem der Post brachte den Künstler/innen einen enormen Mobilitätsgewinn gegenüber Ateliers und Ausstellungsinstitutionen. Das standardisierte, handliche Format der Postkarte ließ sich, am Produktionsdreieck Künstler – Galerist – Sammler vorbei, in alle Welt versenden und in fast alle Lebensbereiche integrieren.

Neben seiner konstitutiven Funktion als Infrastruktur für die Distribution von Ephemera war das Netzwerk auch damals schon eine Metapher für die Idee einer vernetzten Welt, die dezentral organisiert, strukturell demokratisch und dehierarchisiert ist. Lange Zeit vor der allgemeinen Verfügbarkeit des Internets bedienten sich die Vertreter/innen der Konzeptkunst mit Hilfe einfacher low-tech-Mittel der Postkommunikation dieser so aktuellen Netzwerklogik und -ideologie. Die Künstler/innen versprachen sich damals eine Demokratisierung der Kunsterfahrung und die Möglichkeit der Gemeinschaftsbildung jenseits institutioneller Machtzentren wie Galerien, Museen und dem Markt.

Gleichzeitig agierten die Künstler/innen in diesem neuen Produktionskontext in der Rolle flexibler Selbstunternehmer/innen und Vermittler/innen mit hohen organisatorischen und kommunikativen Kompetenzen, die ihr Produkt mit unterschiedlichen Kollaborationspartnern in Form wechselnder Projekte realisierten. Die künstlerische Produktion basierte dabei nicht länger auf der Herstellung und dem Verkauf eines „objekthaften“ Produkts, sondern auf der Bildung und Pflege sozialer Kontakte, die sich gewinnbringend auf die zukünftige berufliche Laufbahn auswirkten.

Teil einer netzwerkartigen Organisation ist auch eine Idee, die die damalige Diskussion um neue elektronische Medien prägte: die virtuelle Überwindung von Raum und Zeit, wie sie damals Marshall McLuhan mit der Theorie des *Global Village* formulierte. Ganz ähnlich suchten die Künstler/innen im postalischen Vertrieb von Ephemera eine Repräsentationsform jenseits geografischer und zeitlicher Distanzen. Gleichzeitig in unterschiedlichen Printmedien publiziert oder in großer Zahl verschickt, übermittelten Ephemera den Rezipient/innen medialisierte und

quasi-virtuelle Ereignisse ins „Wohnzimmer“. Jan Dibbets' Einladungskarte aus Amsterdam (1969 produziert in Zusammenarbeit mit Seth Siegel) und Adrian Pipers *The Mythic Being Village Voice Series* (1973–75) lassen sich so mit dem medienwissenschaftlichen Begriff des „Pseudoereignisses“ beschreiben. In Bezug auf die Mittel der künstlerischen Selbstdarstellung weisen sie eine große Nähe zur Performancekunst der Zeit auf.

Für die theoretische Verortung der in den Kapiteln verhandelten Ephemera nimmt die Dissertation Querschnitte durch zwei historische Diskurse vor. Der erste Querschnitt setzt in der Entstehungszeit der Werke an, der zweite in den 2000er Jahren. Beide Diskurse dokumentieren die ideologischen Formationen und konkreten Arbeitsmodelle, die die ökonomische Entwicklung begleiten und die bis heute die westliche Gesellschaft prägen. Bereits in medienbezogenen, soziologisch und philosophisch geprägten Schriften der 1960er und 70er Jahre beginnt sich der „Geist“ einer vernetzten, dienstleistungs- und kundenorientierten Gesellschaft abzuzeichnen. Eine prominente Stellung nehmen innerhalb des US-amerikanischen Kontextes neben Marshall McLuhans Schriften Daniel Bells *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*, William Hollingsworth Whytes *The Organization Man* und George E. Berkleys *The Administrative Revolution. Notes on the Passing of Organization Man* ein.¹¹

Die ungebrochene Relevanz dieser Themen wird deutlich, wenn man die zeithistorischen Diskurse der 1960er und 70er Jahre im Spiegel aktueller Debatten liest. Der zweite Querschnitt fokussiert auf jene Diskussionen, die heute unter Begriffen wie Postfordismus, Dienstleistungs-, Wissens-, Informations- oder postindustrielle Gesellschaft geführt werden. Ungeachtet ihrer divergierenden Erklärungsmodelle beschreiben alle Theorien ungefähr die gleiche strukturelle Entwicklung der letzten fünfzig Jahre: die Verschiebung von einer warenorientierten zu einer informations- und kommunikationsbasierten Arbeitsgesellschaft. Für die Untersuchung stellen die Theorien einen umfangreichen Katalog an Merkmalen dieser ökonomischen Entwicklung bereit.¹²

11 Siehe Bell 1973; Whyte 1956; Berkley 1971. Für McLuhans Schriften zur Theorie des Global Village siehe *Understanding Media: The Extensions of Man* (McLuhan 2003 (1964)) und *War and Peace in the Global Village. An Inventory of Some of the Current Spastic Situations that Could Be Eliminated by More Feedforward* (McLuhan/Fiore 1968).

12 Die Ansätze zur Informations-, Dienstleistungs- und Netzwerkgesellschaft sind als Differenzierungen aus

Über diese Merkmale erschließen sich erstaunliche Parallelen nicht nur zu den Produktionsformen und Themenfeldern von Ephemera der Konzeptkunst, sondern auch zur Verschiebung von Kompetenzen und des künstlerischen Selbstverständnisses, die sich in der Kunst der späten 1960er und 70er Jahre vollzog. So erfüllten die Vertreter/innen damals die Jobanforderungen von heute in geradezu vorbildlicher Weise. Sie bewiesen ein hohes Maß an (physischer und geistiger) Flexibilität und Mobilität, an Kommunikationskompetenz und Fähigkeit zur Netzwerkbildung. Die Untersuchung diskutiert unter anderem Michael Hardts und Antonio Negris Begriff der „immateriellen Arbeit“, Georg Francks Theorie der *Ökonomie der Aufmerksamkeit* und Manuel Castells' *The Network Society: from Knowledge to Policy*.¹³

Wesentlich zum Erklärungsansatz dieser Studie angeregt hat Luc Boltanskis und Ève Chiapellos soziologische Untersuchung *Der neue Geist des Kapitalismus*.¹⁴ Sie befassen sich, wie Castells, Hardt/Negri und Franck, mit der ideologischen Neuformation des gegenwärtigen Kapitalismus. Besonders interessant für das vorliegende Buch ist, dass Boltanski und Chiapello

den Theorien des Postfordismus und des Postindustrialismus entstanden. „Postfordismus“ beschreibt (basierend auf dem von Antonio Gramsci geprägten Begriff „Fordismus“) die Entwicklung einer neuen regulativen Form des modernen Kapitalismus. Die Theorie des Postfordismus wurde von Michel Aglietta und anderen Vertretern der *regulation school* in den 1970er Jahren in Frankreich ins Leben gerufen und von Michael Piore und Charles Sabel für den US-amerikanischen Kontext weiterentwickelt. (Michael J. Piore und Charles F. Sabel, *The Second Industrial Divide. Possibilities for Prosperity*, New York: Basic Books, 1984). Die Verbreitung des Begriffs „Postindustrialismus“ geht zurück auf das einflussreiche Werk des amerikanischen Soziologen Daniel Bell, *The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting* (Bell 1973).

Stellvertretend für die unterschiedlichen Ansätze verwende ich in der Arbeit vorwiegend den allgemein gefassten Begriff „Postfordismus“. Während „Postindustrialismus“ eine Wirtschafts- und Produktionsform (in Abgrenzung zum Industrialismus) beschreibt, beziehen sich die Theorien des Postfordismus auf unterschiedliche Elemente der Betriebs- und Arbeitsorganisation.

- 13 Zum Begriff „immaterielle Arbeit“ siehe Michael Hardt und Antonio Negri *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire* (Hardt/Negri 2004) und *Empire. Die neue Weltordnung* (Hardt/Negri 2003), sowie den Aufsatz Maurizio Lazzaratos „Immaterielle Arbeit: Gesellschaftliche Tätigkeit unter den Bedingungen des Postfordismus“ (Lazzarato 1998a). Siehe ferner Franck 2003; Franck 1998; Castells 2005. Für die Beschreibung der ideologischen Konstitution des Netzwerks stützt sich die Analyse zudem auf Fisher 2007, Galloway 2014 und Blumenberg 1997.
- 14 Sie beschreiben die Ideologien des heutigen Kapitalismus, die mit den Wirtschaftsaktivitäten verbunden sind. Dazu vergleichen sie in Frankreich publizierte Managertexte der 1960er mit solchen der 1990er Jahre (siehe Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 91–97).

die Entstehung des von ihnen beschriebenen neuen Geistes auf die Jahre um 1968 datieren, eine Zeit, die durch ein hohes Maß an Kritik am Kapitalismus geprägt war. Der Kapitalismus hat sich als Folge dieser Krise neu ‚erfunden‘ und weite Teile dessen aufgenommen, was die Autor/innen als „Künstlerkritik“ bezeichnen. Diese Form der Kritik rückte während der Studentenrevolten der späten 1960er Jahre in den Mittelpunkt des Protests. Sie ging mit der Forderung klassisch künstlerischer Werte wie individuelle Freiheit, Kreativität, Autonomie und Authentizität einher.¹⁵ Boltanski und Chiapello argumentieren weiter, dass die Anerkennung einer Vielzahl von Themen und Forderungen der Künstlerkritik durch den Kapitalismus in den folgenden Jahrzehnten zu den heutigen Arbeitsplatzstrukturen, Unternehmensorganisationen und betrieblichen Sozialbeziehungen führte. In deren Mittelpunkt steht ein eigenverantwortliches, sich selbstverwirklichendes, autonomes Individuum. Es orientiert sich an Werten wie Mobilität, Flexibilität und Eigenverantwortung.

Fruchtbar für die vorliegende Untersuchung ist Boltanskis und Chiapellos Theorie zum einen, weil die Forderungen der „Künstlerkritik“ auch in Ephemera der frühen Konzeptkunst Ausdruck finden; zum anderen, weil *Der Neue Geist des Kapitalismus* gerade die Kritik zur Bedingung für die Weiterentwicklung des Kapitalismus erklärt. Dieser Schluss drängt sich auch in den Werkanalysen auf: Ephemera zeugen von einem komplexen Verhältnis zwischen der Kritik an hierarchischen Organisationsstrukturen und der Forderung nach Werten wie Autonomie, Authentizität, Subjektivität.¹⁶

Die Vereinnahmung der Kritik durch die kapitalistische Verwertungslogik wird auch im

- 15 Boltanski und Chiapello unterscheiden die Künstler von der Sozialkritik. Letztere beinhaltet Bestrebungen gegen Ungleichheit, Armut und Ausbeutung und sei traditionell vor allem von der Arbeiterbewegung vertreten worden. Sie behaupten, dass der Kapitalismus nur deshalb wieder erstarkt sei, weil er die Künstlerkritik durch Aneignung in das kapitalistische System integriert und so ihrer Widerständigkeit beraubt habe. Die Sozialkritik andererseits sei dadurch entkräftet worden und habe in der Folge an Störfkraft verloren (siehe Boltanski/Chiapello 2001, S. 468–469).
- 16 Dabei wird deutlich, dass sich bei manchen Vertretern der Konzeptkunst ein künstlerisches Selbstverständnis abzeichnet, bei dem sich die seit der Neuzeit aufgekommenen Vorstellungen von der „Legende vom Künstler“ mit jenen der Künstlerkritik überlagern. Siehe Ernst Kris und Otto Kurz, *Die Legende vom Künstler. Ein geschichtlicher Versuch*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1980 (zuerst 1934), sowie die Analyse von Beatrice von Bismarck zur Konstitution der Künstlerschaft nach 1960. Die Autorin vertritt darin die These, dass sich diese Werte bis heute mit unveränderter Konstanz erhalten (Bismarck 2010a).

Kunstdiskurs längst als Problemstellung erkannt. In den letzten Jahren ist eine ganze Reihe von Schriften erschienen, die sich mit der zunehmenden „Kulturalisierung des Ökonomischen“ auseinandersetzen.¹⁷ Die vorliegende Untersuchung versteht sich als Beitrag zu dieser Diskussion um die Konsequenzen, die sich aus den gesellschaftlichen Entwicklungen für eine kritische künstlerische Praxis und die Künstler/innenrolle ergeben.¹⁸

Eine ökonomische und soziokulturelle Kontextualisierung der Werke, wie sie hier vorgenommen wird, steht im Kontrast zur weitgehend homogenen Rezeption der frühen Konzeptkunst. Bis heute werden die Werke nur *innerhalb* eines kunsthistorischen Narrativs verortet. Die Konzeptkunst, so die Argumentation, erweitere den Kunstbegriff, erschließe neue Formen der Werkpräsentation und alternative künstlerische Handlungsfelder.¹⁹ Diese neuen Handlungsfelder sind bisher kaum näher beschrieben worden. Stattdessen hat sich die Literatur unter dem Begriff der Institutionskritik eingehend der Frage gewidmet, wie die Künstler/innen in ihren Werken die Machtstrukturen innerhalb des Kunstbetriebs adressierten.

Diese einseitige Rezeption wurde maßgeblich von einigen Vertreter/innen der europäisch-amerikanischen Konzeptkunst der 1960er Jahren geprägt. Am prominentesten haben Daniel Buren und Joseph Kosuth in ihrer Doppelrolle als Künstler und Kritiker dazu beigetragen, indem sie eine Fülle von Artikeln produzierten.²⁰

Die verbreitete Auffassung, dass es sich bei der frühen Konzeptkunst um eine dezidiert kritische Strömung handelt, wurde zuallererst durch ihre Texte autorisiert. Wegweisend für die Rezeption der Konzeptkunst sind außerdem die Schriften, die im Umfeld der Zeitschrift *October* entstanden sind. Eine einflussreiche Stellung hat der von Benjamin Buchloh verfasste und wohl meistzitierte Text zur Konzeptkunst *Conceptual Art 1962–1969: From the Aesthetic of Administration to the Critique of Institutions*. Der 1990 in *October* erschienene Artikel ist geradezu beispielhaft für die kunsthistorische Rückbindung der Konzeptkunst an ein modernistisches Erbe.²¹ Der Konzeptkunst wird in dieser Erzählung das kritische Potenzial zugesprochen, die zentrale, von Clement Greenberg proklamierte Eigenschaft der Autonomie der Kunst aufzugeben und stattdessen ihre Abhängigkeit von Institutionen im Sinne einer Kritik offenzulegen.²² Buchloh sieht diese Kritik an den Institutionen in der Tradition von Duchamps Readymade, das auch grundlegende Fragen nach der Definition von Kunst und den damit verbundenen (institutionellen) Machtansprüchen aufwarf.²³

Diese Erzählung führte nahtlos zum Verständnis der Konzeptkunst als einer ersten Form der Institutionskritik: Eine in den späten 1960er und frühen 70er Jahren einsetzende künstlerische Praxis, die die sozialen Funktionen von Kunst und besonders die eigene Position als Künstler/innen innerhalb von Galerien und Museen kritisch reflektiert und analysiert. Bis heute ist im Begriff

17 Siehe etwa *Art & Economy*, hrsg. von Felix Zdenek, Beate Hentschel und Dirk Luckow, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz, 2002; Thomas Rübke, *Kunst und Arbeit. Künstler zwischen Autonomie und sozialer Unsicherheit*, Essen: Klartext, 2000; *Das Phantom sucht seinen Mörder. Ein Reader zur Kulturalisierung der Ökonomie*, hrsg. von Justin Hoffmann und Marion von Osten, Berlin: b books, 1999, oder *Kreativ prekär. Künstlerische Arbeit und Subjektivität im Postfordismus* (Loacker 2010).

18 Ich beziehe mich vor allem auf die von Marion von Osten herausgegebene Anthologie *Norm der Abweichung* (Osten 2003) und darin besonders auf die Beiträge von Bismarck 2003 und Ulrich Bröckling, „Bakunin Consulting, Inc. Anarchismus, Management und die Kunst, nicht regiert zu werden“, in: Osten 2003, S. 19–38. Siehe ebenfalls Simon Sheikh, „Talk Value. Cultural Industry and the Knowledge Economy“, in: Choi u. a. 2008, S. 182–197.

19 Wenn die Konzeptkunst außerhalb des Kunstdiskurses historisch verortet wird, dann wird in ihrem Zusammenhang gemeinhin auf den Vietnamkrieg und die Studentenproteste der späten 1960er Jahre verwiesen. Diese Verortungen tragen zu keinem differenzierten Verständnis der Kunstwerke bei, ja zementieren sogar den kritischen Impetus, wie er für die Konzeptkunst allzu oft behauptet wird. (Siehe dazu stellvertretend Morris/Bonin 2012, S. xvi, 1).

20 Siehe die Aufsatzsammlungen Kosuth 1991 und Buren 1995. Die künstlerische Diskursproduktion in der Konzeptkunst beschreiben ausführlich Alberro 2003, S. 27–35, und Kotz 2005, S. 9–12.

21 Der Artikel erschien erstmals 1989 in französischer Sprache im Katalog zur Ausstellung *L'art conceptuel: une perspective* im Musée d'art moderne de la Ville de Paris. 1990 wurde er in englischer und deutscher Übersetzung publiziert (siehe Buchloh 1990). Aktuelle Schriften, in denen sich die Autor/innen mehr oder weniger explizit auf dieses kunsthistorische Narrativ stützen, sind Bourriaud 1998, S. 116; Buchmann 2007, S. 45–46; Corris 2006, S. 303; und Susan L. Jenkins, „Information, Communication, Documentation. An Introduction to the Chronology of Group Exhibitions and Bibliographies“, in: *1965–1975. Reconsidering the Object of Art*, Ausst.-Kat. Los Angeles, Museum of Contemporary Art, 15.10.1995–4.2.1996, hrsg. von Museum of Contemporary Art, Los Angeles, Cambridge, MA: MIT Press, 1995, S. 269–274.

22 Für Greenbergs Autonomie-Begriff siehe die Aufsätze „Avant-Garde and Kitsch“ und „Modernist Painting“ (Greenberg 1939 und Greenberg 1961).

23 Siehe Buchloh 1990. Der Autor reduziert das Werk auf einen sprachlichen Akt. Andere sprachliche Konzepte wie beispielsweise Wittgenstein'sche Sprachspiele und performative Sprechakte werden genauso von der Betrachtung ausgeschlossen wie nicht-sprachliche Systeme. Aufschlussreich ist dazu das 1994 in *October* abgedruckte Roundtable-Gespräch, in dem dieses linguistische Paradigma u. a. auch von Krauss rückblickend auf die 1960er Jahre verteidigt wird (Krauss u. a. 1994, S. 18–19). Stellvertretend für die Rezeption Duchamps siehe ebenfalls Krauss 1981, S. 79, oder Deutsche 2011.

der „Institutionskritik“ ein autonomes Künstler-subjekt mitgedacht, das sich die ausschließlich kunstbezogenen Rahmenbedingungen seiner Produktion in ebenso analytischer wie strategischer Absicht aneignet.²⁴ Dieses Kritik-Verständnis hat nicht nur die bisherige Diskussion um die Konzeptkunst dominiert, sondern auch zum Ausschluss von (als nicht institutionskritisch gewerteten) Positionen und anderer zeithistorischer Kontexte aus der Kunstgeschichtsschreibung geführt.²⁵

Erst in den letzten Jahren zeigen wenige neuere Ansätze eine Revision dieser Rezeption – und auch einen Generationenwechsel der Wissenschaftler/innen – an. Diese Ansätze nehmen vermehrt auch mediale, funktionale, performative und diskursive Aspekte der künstlerischen Praxis auf. Hierbei sind vor allem die Texte von Alexander Alberro und Sabeth Buchmann zu nennen. Alberro zeichnet in *Conceptual Art and the Politics of Publicity* den Aspekt der professionalisierten Selbstvermarktung und Publizität innerhalb der frühen New Yorker Konzeptkunst nach. Seine Ergebnisse in Bezug auf die Entwicklung des US-amerikanischen Kunstmarkts und die Vermarktungsstrategien des Galeristen Seth Siegelaub liefern wichtige Grundlagen für das vorliegende Buch. Sabeth Buchmann untersucht die Neubewertung des Produktionsbegriffs

der frühen Konzeptkunst, dessen Entstehung sie vor allem in Zusammenhang mit den damals aufkommenden Informations- und Kommunikationstechnologien erklärt.²⁶

Eine historische Differenzierung zeichnet sich auch in einigen Ausstellungen der letzten Jahre ab, die stärker auf konkrete Projekte und Ereignisse der frühen Konzeptkunst fokussieren. Das sind namentlich *In and Out of Amsterdam. Travels in Conceptual Art, 1960–1976, A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979* und *Materializing Six Years: Lucy R. Lippard and the Emergence of Conceptual Art*.²⁷ Von Bedeutung sind diese jüngeren Ansätze, weil sie die Konzeptkunst mit zeithistorischen Diskursen und Entwicklungen in Verbindung setzen und durch ihren Fokus auf Fallstudien zu einer differenzierteren Geschichtserzählung beitragen.

Für Ephemera allerdings ist diese Arbeit noch nicht geleistet worden. Sie dienen bislang fast ausschließlich als Prüfstein für die nicht

24 Siehe dazu beispielsweise die Einleitung im Sammelband *Institutional Critique. An Anthology of Artists' Writings* (Alberro/Stimson 2009). Alberro zementiert darin die enge Definition der Institutionskritik, wie sie von den Künstler/innen der 1960er und 70er Jahre vorgenommen wurde (Alberro 2009). In anderen Fällen bildet der Kritikbegriff die implizite Grundlage für eine Betrachtung der Werke (siehe etwa Rorimer 1999). Auch Rosalyn Deutsche vermittelt diesen Kritikbegriff bis heute in ihren Vorlesungen zur Institutionskritik, die sie alle zwei Jahre abhält. Sie ist Professorin an der New Yorker Columbia University. Auf die problematische Tendenz, die Institutionskritik auf eine epistemologische Funktion zu reduzieren weist Isabelle Graw hin (siehe Graw 2005).

Die Werkanalysen in der vorliegenden Dissertation legen einen Kritikbegriff nahe, der die künstlerischen Aneignungsformen in ihrer ambivalenten Beziehung zum Gegenstand fasst. Kritik wird hier als Form der reflexiven Bezugnahme dessen verstanden, was die Künstler/innen in ihrer Arbeit und ihrem Lebensalltag prägte. Diese zwei unterschiedlichen Auslegungen von „Aneignung“ erörtert ausführlich ebenfalls Isabelle Graw im Aufsatz „Wo Aneignung war, soll Zueignung werden. Faszination, Subversion und Enteignung in der Appropriation Art“ (siehe Graw 2004).

25 Buchlohs Argumentation in seinem Text ist entlang der Binarität von kritischen versus unkritischen Künstlern formuliert: Die einen, zu diesen zähle beispielsweise Joseph Kosuth, seien einer positivistischen und administrativen Ästhetik verpflichtet, die gleichzeitig auch die politisch passive Mittelschicht repräsentiere. Die anderen, so zum Beispiel Hans Haacke, äußerten eine Institutionskritik, indem sie die administrative Ästhetik gegen das soziale System richteten (Buchloh 1990, S. 105–143).

26 Siehe Sabeth Buchmanns *Denken gegen das Denken. Produktion, Technologie, Subjektivität bei Sol LeWitt, Yvonne Rainer und Hélio Oiticica* (Buchmann 2007, siehe ferner Alberro 2003). Auch Blake Stimson nimmt in seinem Artikel „What Was Institutional Critique?“ eine historische Verortung vor, allerdings ausgehend vom Begriff der Institutionskritik. Er liest diesen als Ausdruck einer viel allgemeineren antiautoritären Bewegung der späten 1960er Jahre (Stimson 2009).

Wertvolle empirische Daten für die vorliegende Arbeit liefern jüngere Studien über das soziale und professionelle Netzwerk der Konzeptkunst und über die Entwicklung US-amerikanischer Kunstmagazine. Siehe hierzu Diana Crane, *The Transformation of the Avant-Garde. The New York Art World 1940–1985* (Crane 1987); Sophie Richard, *Unconcealed. The International Network of Conceptual Artists 1967–77. Dealers, Exhibitions and Public Collections* (Richard 2009) und Gwen Allen, *Artists' Magazines. An Alternative Space for Art* (Allen 2011). Erhellend für die Untersuchung sind neben diesen neueren Ansätzen zur Konzeptkunst auch Forschungen zu benachbarten Strömungen, etwa zur Performancekunst. Siehe zum Beispiel Amelia Jones, „‘Presence’ in Absentia. Experiencing Performances as Documentation“ (Jones 1997); Liz Kotz, *Language between Performance and Photography* (Kotz 2006) und Fraser Ward „Some Relations Between Conceptual und Performance Art“ (Ward 1997).

27 Die Ausstellung *In and Out of Amsterdam. Travels in Conceptual Art, 1960–1976*, die 2009 im Museum of Modern Art, New York, stattfand, thematisierte den Aspekt des Reisens mit Fokus auf die Stadt Amsterdam. *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979* im Haus der Kunst, München 2010, porträtierte die Szene aus der persönlichen Perspektive des belgischen Sammlerpaars. *Materializing Six Years: Lucy R. Lippard and the Emergence of Conceptual Art*, 2012 im Brooklyn Museum, New York, nahm das Buch *Six Years. The Dematerialization of the Art Object from 1966–1972* als Ausgangspunkt für die historische Darstellung der Szene, in der sich die Kuratorin Lucy Lippard bewegte. Zu allen Ausstellungen erschienen umfangreiche Kataloge. (Siehe Liese 2009; Daled 2010 und Morris/Bonin 2012).

weiter begründete Behauptung einer instituti-
onskritischen künstlerischen Geste. Entsprechend
werden einzelne Werkbeispiele in geradezu in-
flationärer Weise in der Literatur erwähnt, ohne
allerdings analysiert zu werden. Zu diesen zählen
etwa Robert Barrys *Closed Gallery Piece* (1969),
Dan Grahams *Schema (March 1966)* (1966/67)
oder *Homes for America* (1966/67) und Joseph
Kosuths *Second Investigation* (1968). Darüber hi-
naus scheinen Ephemera, folgt man der Literatur,
allein wegen ihrer hohen Auflagenzahl und der
Reichweite ihrer Distribution eine demokratische
Wende der künstlerischen Produktion zu belegen.
Schließlich würden die Künstler/innen mit der
Produktion von Einwegdrucken das Kunstwerk
seiner Materialität und Objektform entledigen,
dadurch traditionelle künstlerische Werte wie
Originalität und Authentizität zurückweisen und
sich so den Mechanismen des Kunstmarktes
entziehen.

Mit dieser Untersuchung möchte ich drei
Annahmen revidieren, die die Rezeption der
Konzeptkunst bisher prägten. Erstens, dass sich
die Künstler/innen mit der Bearbeitung von Ein-
ladungskarten und Anzeigen ausschließlich auf
institutionelle Machtverhältnisse innerhalb der
Kunstwelt bezogen, zweitens, dass sich die in den
Werken vollzogene künstlerische Reflexion und
Kritik durch den Begriff der Institutionskritik
erschöpfend fassen lassen, und drittens, dass
formale und materielle Aspekte in der Konzept-
kunst eine untergeordnete Bedeutung haben.

Kapitel 2 diskutiert die Mitteilungs- und
Adressierungsformen von Ephemera mit Blick
auf die künstlerische Auseinandersetzung
mit zeithistorischen gesellschaftlichen Ent-
wicklungen. In Ephemera zeichnet sich eine
konsumentenorientierte Kommunikationsweise
ab, die sich gleichzeitig ganz ähnlich in Wer-
beagenturen der New Yorker Madison Avenue
vollzog. Beide, Werbung und Konzeptkunst,
erprobten erstmals Mitteilungsformen, die sich
nicht länger im Verweis auf ein glänzendes Pro-
dukt (Auto, Kunstwerk, Ausstellung) erschöpfen.
Ins Zentrum tritt stattdessen der Akt der Kom-
munikation selbst, was zu einer Aufwertung des
Rezeptionsprozesses und einer Aktivierung des
Publikums führt.

Zugleich kommt in Ephemera ein Konzept
von Öffentlichkeit zur Anwendung, das sich an
der postfordistischen Logik von kommerzieller
Zielgruppenansprache und Werbewirkungsfor-
schung orientiert. Das Kapitel erörtert, wie sich
in Konzeptkunst und Werbung die Kritik an den
Werten der Nachkriegsgeneration und die Inno-
vation von Kommunikationsmodellen gegenseitig

bedingen. Buchlohs kanonischer Begriff „Äs-
thetik der Administration“ erhält in diesem
Kapitel eine Neuauslegung, denn die Analyse
macht deutlich, dass gerade die formale Aneig-
nung des damaligen Verwaltungsapparates als
Mittel diente, zwischen Kritik und Innovation zu
verhandeln.²⁸

Dies gilt besonders für die Fragebögen, die
die Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst
vermehrt als „Werkformat“ und künstlerische
Publikumsbefragung nutzten. Dan Grahams
Likes (1969) und Yoko Onos *Circle Drawing
Event* (1964) wurden zwar als Anzeigen in Zei-
tungen abgedruckt respektive als Postkarten
verschickt. Anders als zu erwarten wäre, dienten
sie aber weder der Messung einer Wirkung ihrer
Werke, noch lässt sich darin ein Interesse an den
Stimmen des Publikums nachweisen. Die Fra-
gebögen stellten stattdessen Kommentare zur
intensiv geführten Positivismusdebatte der späten
1960er Jahre dar. Zugleich diente der Fragebogen
den Künstler/innen als Kommunikationsmittel
und dem Publikum als gedankliche Projektions-
fläche und zeichnete auf diesem Weg gleichsam
die Ideale einer konsumentenorientierten Kom-
munikation vor.

Heute gehört die künstlerische Produktion
von Einladungskarten, Anzeigen und Plakaten
längst zum Repertoire der Gegenwartskunst.
Zudem haben Ephemera der Konzeptkunst in
den letzten Jahren eine enorme Aufwertung im
Kunstabetrieb erfahren. Künstler wie Lawrence
Weiner, Richard Long oder Niele Toroni betonen
die historische Relevanz ihrer Ephemera, indem
sie Werkkataloge ihrer Einladungskarten und
Plakate publizieren. Auch Museen verstärken
in jüngster Zeit die Beschäftigung mit und die
Präsentationen von Ephemera-Sammlungen.²⁹
Angesichts dieser hohen Aktualität erstaunt es,
dass es bisher keine kunsthistorische Unter-
suchung gibt, in der künstlerische Ephemera
eingehend analysiert, kritisch befragt und kontex-
tualisiert werden.³⁰

28 Buchloh begnügt sich bei der historischen Verortung
der Werke mit wenigen Verweisen auf die Theorien
Theodor W. Adornos, Alain Robbe-Grilletts und Guy
Debords (siehe Buchloh 1990).

29 Stellvertretend sei hier nochmals auf die Ausstellung *In
and Out of Amsterdam* von 2009 im MoMA verwiesen,
die fast ausnahmslos Ephemera und Archivmaterialien
präsentierte (siehe Liese 2009).

30 Als hilfreiche Materialsammlung bietet sich Leiber/Alden
2001 an, enthält jedoch keine Werkanalysen. Wertvoll
sind außerdem einzelne Fallstudien, in denen allgemei-
ne Eigenschaften von Ephemera mitformuliert sind:
Bismarcks Analyse „R. S. V. P. Louise Lawler und die
Kunst des Einladens“ (Bismarck 2010b); Cherise Smith,
„Re-member the Audience. Adrian Piper’s Mythic Being

Die Analyse von Ephemera, die sich einer disziplinären Status- und Funktionszuweisung entziehen, stellt eine kunsthistorische Herausforderung dar. Wie lässt sich ein Objekt beschreiben, das einmal als Werbung, einmal als historisches Dokument und einmal als Kunstwerk auftritt und diesen Status jederzeit ändern kann? Die Kunstgeschichte basiert nach wie vor auf einer Hierarchisierung zwischen „unikaten“ Kunstwerken und drucktechnisch reproduzierten Medien. Um dennoch Rahmen- und Diskursbedingungen des Werks mit in den Blick zu rücken, wird deshalb üblicherweise der Begriff „Kontext“ herangezogen. Der „Kontext“ beschreibt alles, was ein Werk umgibt, was ihm aber nicht zugehört. Die realen, vorgegebenen oder vorgefundenen, räumlichen, zeitlichen und institutionellen Bedingungen bestimmen – so die mit dem Begriff verbundene Annahme – das Werk maßgeblich mit.³¹ Auch der weniger verbreitete Begriff des Paratextes betont – mehr noch als der „Kontext“ – das Moment einer Durchdringung von Werk und seiner Rahmung.³² Die Problematik liegt darin, dass beide, der Kontext- und Paratextbegriff, gleichwohl eine erkennbare Grenze zwischen Werk und Kontext suggerieren.³³ Durch die Grenzziehung wird ein autonomer Wirk- und Bedeutungsraum der Kunst behauptet. Die Analysen von Ephemera machen

jedoch deutlich, dass der Kontext in einer Weise auf die Bedeutungsstruktur des Kunstwerks übergreifen kann, dass es gerade nicht mehr möglich ist, schon vorweg zu bestimmen, was zu ihm gehört.

Die vorliegende Untersuchung erweitert die bestehenden Ansätze mit einer Engführung von Kunstgeschichte und Material Culture Studies. Der interdisziplinär ausgerichtete Forschungszweig hat sich im angelsächsischen Raum in den 1990er Jahren entwickelt.³⁴ Er geht von der Annahme aus, dass Menschen über ihre materielle Kultur denken und handeln und dass umgekehrt die Dinge, mit denen sie leben, eine soziale und kulturelle Praxis verdinglichen und repräsentieren. Dies hat zur Folge, dass sich über den Umgang und die Wahrnehmung des Gegenstandes auch seine Bedeutung im Laufe der Zeit ändern kann. Auf dieser Annahme basierend, hat sich die Metapher der Biografie und die Rede von einem sozialen Leben des Objekts als methodischer Fokus auf die materielle Kultur etabliert. Dieser Ansatz ist für die Untersuchung von Ephemera äußerst fruchtbar. Er macht es überhaupt erst möglich, die Bedeutungsveränderung von Ephemera in den letzten 50 Jahren zu beschreiben.³⁵

Kapitel 3 beleuchtet Fragen der Materialität und Alterung von Ephemera. Ich beschreibe darin die materiellen Funktionen von Ephemera als Objekte für die Überlieferung der Konzeptkunst. Ephemera beziehen ihre Bedeutung gerade aus der Tatsache, dass sie sich selbst nicht als Kunstwerke ausgeben, sondern in ihrer Rolle als Paratexte auf eine künstlerische Handlung

Advertisements“; in: *Art-Journal*, Bd. 66, Nr. 1, Frühling 2007, S. 46–58, und Anne Rorimer mit „Siting the Page: Exhibition Works in Publications – Some Examples of Conceptual Art in the USA“ (Rorimer 1999, S. 11–25).

- 31 Der Kontextbegriff wurde aus der (post-)strukturalistischen Sprachtheorie als analytisches Hilfsmittel in die Kunstwissenschaft eingeführt und hat seit den 1990er Jahren einen festen Platz in den Diskursen der Gegenwartskunst. (Siehe Johannes Meinhardt, „Kontext“, in: *DuMonts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst*, hrsg. von Hubertus Butin, Köln: DuMont, 2006, S. 141–144).
- 32 Genette bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die Erörterungen zum Präfix „para“ des Literaturkritikers J. Hillis Miller: „„Para“ is an ‚uncanny‘ double antithetical prefix signifying at once proximity and distance, similarity and difference, interiority and exteriority, something at once inside a domestic economy and outside it, something simultaneously this side of the boundary line, threshold, or margin, and at the same time beyond it, equivalent in status and at the same time secondary or subsidiary, submissive, as of guest to host, slave to master.“ (J. Hillis Miller, „The Critic as Host“, in: *Critical Inquiry*, Bd. 3, Nr. 3, Frühling 1977, S. 441). Was hier anklingt, ist die ambivalente Funktion des Paratextes gegenüber dem Text, der diesen einerseits vermittelt und sich ihm dadurch unterordnet, zugleich aber seine Lektüre wesentlich bestimmt. (Siehe Genette 2011 (1978), S. 2–9). An Bedeutung gewinnt dieses Verhältnis in der frühen Konzeptkunst, weil sich das eigentliche Werk, das sich als dematerialisiert präsentiert, unserem Zugriff entzieht. Der Paratext bleibt oft das einzige materielle Zeugnis des Werks.
- 33 Siehe die Beiträge in Kolb u. a. 2018.

- 34 Der Ansatz entstand im Bereich von Anthropologie, Archäologie und Soziologie. Er resultierte aus dem Versuch, mittels Artefakten Informationen über prähistorische oder nicht schriftbasierte Kulturen zu gewinnen, für die es also keine schriftlichen Quellen gab. (Siehe Christopher Y. Tilley, *Handbook of Material Culture*, London: Thousand Oaks, CA: Sage, 2006, S. 1–3). Der Archäologe Carl Knappett beschreibt die Material Culture Studies als Feld, das die Disziplinen der Kognitivismuswissenschaft, Psychologie, Soziologie, Anthropologie und Kunstgeschichte tangiert (Knappett 2005, S. vii). Einflussreich für die Erweiterung dieses Fokus auf gegenwärtige kapitalistische Gesellschaften ist eine Gruppe von Material Culture-Anthropolog/innen am University College London. Siehe dazu das seit 1996 herausgegebene *Journal of Material Culture* (<http://journals.sagepub.com/home/mcu>).
- 35 Etabliert hat sich der Forschungsansatz heute in der Sozialanthropologie. Er wurde erstmals ausführlich in Igor Kopytoffs Artikel „The Cultural Biography of Things“ theoretisiert, der 1986 in Arjun Appadurais Sammelband *The Social Life of Things* erschien und bis heute kanonische Wirkung hat (Kopytoff 1986; Appadurai 1986). Als Einführungstext in die Material Culture Studies bietet sich ebenfalls „What do Objects do? A Material and Visual Culture Perspective“ an (siehe University College London 2009).

verweisen. Ihnen kommt die Aufgabe zu, die in den 1960er und 70er Jahren geforderte dematerialisierte Kunst materiell zu belegen. Dass Ephemera zwingend in Hinblick auf ihre Überlieferungsfunktion gelesen werden müssen, zeige ich exemplarisch an Daniel Burens *photo-souvenirs* auf. Der Künstler verarbeitete die Fotografien, mit denen er seine Plakataktionen im Stadtraum dokumentierte, zwischen 1966 und 1975 mit Vorliebe zu Bildpostkarten. In diesen Souvenirs wird die (verpasste) ortsspezifische und zeitlich begrenzte Aktion für die Nachwelt greif- und erinnerbar. Die Postkarte verortet aber die Aktion auch in einem räumlichen und zeitlichen Kontext, dessen Bedeutung sich jedoch auf seine geografischen Koordinaten beschränkt. Sie dient dem Nachweis einer zukunftsweisenden mobilen Kunstpraxis und entwirft zugleich das romantische Bild einer nomadischen Künstlerfigur.

Das Kapitel erörtert auch die Bedingungen der historischen Wertbildung von Ephemera. Wie wurde in den letzten 50 Jahren billige Printwerbung zu Sammlungsgut? Und welche Funktionen kommen dem jeweiligen Objektstatus von Ephemera damals und heute zu? In den 1960er und 70er Jahren fanden Ephemera ihren Einsatz als soziale Medien und „Posting-Formate“ und dienten so der langfristigen Imagebildung der Künstler/innen. Heute dagegen nehmen die mittlerweile vergilbten und nostalgisch gewordenen Drucksachen die Rolle als „authentische“ Geschichtsdokumente ein. So werden sie vor allem in Ausstellungen präsentiert, in denen sie als materielle Belege für eine innovative künstlerische Ideenproduktion stehen und damit beispielhaft auf den Wertekanon der heutigen „Wissensgesellschaft“ verweisen. Am Vergleich zweier Ephemera-Sammlungen, denen von Jean-Noël Herlin und von Nicole und Herman Daled, zeigt sich schließlich auch die hohe soziale Dynamik von Ephemera. Die unterschiedlichen Sammlungszusammenhänge, die Archivordnungen, aber auch ökonomische Interessen und sozialer Einfluss der Sammler/innen beeinflussen den weiteren „biografischen“ Verlauf der Exponate.

Mit dem Fokus auf „biografische“ Aspekte von Ephemera vernachlässige ich bewusst eine Orientierung an kunsthistorischen Klassifizierungen. Denn wie die Werkanalysen klar machen, lässt sich gerade in Hinblick auf Fragen der Medialität, Mobilität, Dokumentation oder des Ortsbezugs eine Trennung zwischen Konzeptkunst, Performancekunst, Land Art und Fluxus nicht länger aufrechterhalten. Die Untersuchung hält dennoch an der Bezeichnung

„Konzeptkunst“ fest. Der Begriff benennt die inhaltlichen Gemeinsamkeiten der künstlerischen Verfahrensweisen und ihre zeitliche, räumliche und diskursive Nähe zueinander. Die untersuchten Werke hingegen sprengen den Rahmen dessen, was üblicherweise als typische Konzeptkunst bezeichnet wird.³⁶

Mit dem methodischen Versuch, die kunsthistorische Lektüre mit Theorien über alltagsbezogene Dingkultur zu verbinden, möchte ich nicht zuletzt einen Beitrag zur aktuellen Frage leisten, wie die Kunstgeschichte mit all jenen künstlerischen Praktiken umgehen soll, die sich heute zunehmend an der Grenze zwischen Kunstwerk und Kontext, zwischen Kunst, Design und Alltagsobjekt ansiedeln. Ephemera der späten 1960er und 70er Jahre legen eine Lesart nahe, die nicht länger auf Status- und Gattungsgrenzen referiert. Dieses Buch versteht sich in diesem Sinne auch als „Fallstudie“ für Werke, die sich erst über die Kommunikations- und Handlungszusammenhänge zwischen Akteur/innen, Institutionen, Ereignissen und Orten erschließen.

36 Yoko Ono wird gemeinhin als Fluxuskünstlerin bezeichnet, Eleanor Antin hingegen dem Genre des Films zugeordnet.

1. Unterwegs im globalen Dorf

Flexible und dezentrale Postwege

Die Schwarz-Weiß-Fotografie zeigt 100 kniehohe schwarze Gummistiefel. Sie stehen, zu einer Linie angeordnet, auf einem weitläufigen Sandstrand und scheinen auf den Atlantischen Ozean zu blicken. Die Postkarte mit diesem ungewöhnlichen Motiv kam von „Eleanor Antin, 201 Pacific Avenue, Solana Beach, California 92075“ und erreichte im März 1971 über den Postweg knapp 1000 Personen in den Vereinigten Staaten, Asien und Europa (Abb. 2a).¹ Über die nächsten zwei Jahre folgten in unregelmäßigen Abständen weitere 50 solcher Postkarten. Die letzte verschickte die Künstlerin am 9. Juli 1973.



2a S. 114

100 Boots ist eine Reisegeschichte in Bildern. Die handelsüblichen Bildpostkarten zeigen Orts- und Landschaftsansichten Kaliforniens und New York Citys. Immer sind darauf dieselben 100 Gummistiefel in wechselnden Formationen und bei unterschiedlichen „Aktivitäten“ zu sehen, die auf der Kartenrückseite angegeben sind (*100 Boots at the Bank*, *100 Boots in the Market*). Dass diese „Handlungen“ als Teil einer längeren Abenteuerreise wahrgenommen werden, liegt an der Distributionsform der Postkarten. Ihre konsequente Datierung durch den Poststempel legt eine chronologisch-lineare Leseweise nahe. So wurde die Serie von den Adressat/innen per Post empfangen und so wird sie heute auch in der bilderbuchähnlichen Publikation *100 Boots* von 1999 präsentiert.² Die Bildfolge der Karten gleicht einer Sequenz von Filmstills oder Frames, die nur in dieser zeitlichen Abfolge sinnvoll verstanden werden kann. Zusammen mit den Bildtiteln deuten die Karten so mögliche Narrationen in Form von einzelnen episodenhaften Abenteuern der Stiefel an.³

1 Siehe Antin 1999a, o. S.

2 Siehe Antin 1999.

3 Antin selbst legt den Vergleich mit den Frames von episodischen Abenteuerfilmen nahe. Als filmisches Vorbild nennt sie *The Perils of Pauline*, 1914. (Siehe Antins Brief an Jane Neocol, (MoMA Antin 1973) oder die Einleitung der Künstlerin zu ihrer Monografie *100 Boots* (Antin 1999, o. S.)).

Die Geschichte beginnt beim angepassten vorstädtischen Leben (*100 Boots on the Way to Church*, *100 Boots at the Bank*, siehe Abb. 3 und 4), das jedoch bei dem unbefugten Betreten von Privatgrundstücken ein jähes Ende nimmt (*100 Boots Trespassing*, siehe Abb. 5). Auf ihrer „Flucht“ entdecken die Stiefel daraufhin in einer Art Roadmovie die Landschaft Kaliforniens (*100 Boots on the Road*, *100 Boots in a Meadow*, siehe Abb. 6 und 7), haben wechselnde Jobs (*100 Boots on the Job*, *100 Boots out of Job*, siehe Abb. 8 und 9), befinden sich im Krieg (*100 Boots in the Bush*, *100 Boots by the Bivouac*, siehe Abb. 10 und 11), um schließlich auf eine größere Exkursion nach New York aufzubrechen (*100 Boots on the Ferry*, siehe Abb. 12), wo die Arbeit mit einer Ausstellung im Museum of Modern Art im Juni 1973 ihren Abschluss findet. Die Arbeit bietet unterschiedlichste Lesarten an, wobei sich die Erzählung durch die bewusste Banalität und einen kindlichen Humor auszeichnet.⁴



3 S. 116



4 S. 117



5 S. 118



6 S. 119

4 Es gibt vereinzelte Versuche, *100 Boots* als kritische Referenz an die Legionen abwesender Körper von jungen Männern zu lesen, die während des Vietnamkrieges ums Leben kamen. (Siehe beispielsweise Karen Moss, „Beyond the White Cell: Experimentation/Education/Intervention in California Circa 1970“, in: *State of Mind. New California Art Circa 1970*, hrsg. von Constance Lewallen und Karen Moss, Berkeley: University of California Press, 2011, S. 185). Solche Einengungen überzeugen angesichts der Vieldeutigkeit der Fotografien und Titel nicht. Antin selbst veröffentlichte mehrfach folgendes Narrativ, in dem sie von den Stiefeln in der männlichen dritten Person spricht: „We took him to the market, the bank and the church. He seemed to be a good suburbanite. [...] He began to champ at the bit, and, ignoring a ‚No Trespassing‘ sign, he climbed over a the chain-link-fence protecting a power transformer. He had committed his first crime and had to hit the road. [...] and 100 Boots was on his way to his next adventure.“ (Antin 1999a, o. S.). Die gleiche Erzählung wiederholt sie im Interview mit Cindy Nemser (Nemser 1972).



7 S. 120



8 S. 121



9 S. 122



10 S. 123



11 S. 124



12 S. 125

Mobilität des Kunstwerks

Zentraler als eine den Szenen inhärente narrative Bedeutung ist das Motiv des Reisens, das auf unterschiedlichen Ebenen verhandelt wird. *100 Boots* fordert dazu auf, den Protagonisten – und mehr noch der Künstlerin – auf ihrer zweijährigen Reise durch die USA zu folgen. Wann hat sich Eleanor Antin an diesen Orten aufgehalten? Wie sah ihre Reiseroute aus? Wie viel Zeit lag zwischen dem Zeitpunkt der fotografischen Aufnahme und dem Versenden der Postkarte, und hat Antin die Karte am gleichen Ort aufgegeben, an dem auch die Fotografien gemacht wurden?⁵ Über den künstlerischen Produktions- und Distributionsprozess gibt das Werk – durch Fotografie, Text und Poststempel – selbst Auskunft. Ähnlich wie in den handelsüblichen Bildpostkarten, die On Kawara unter dem Titel *I Got Up* zwischen 1968 und 1979 täglich mit Orts- und Zeitangabe seines Aufstehens versehen und anschließend versendet hat, enthalten auch Antins Kartenrückseiten alle nötigen zeitlichen und geografischen Informationen, sodass man den Kontext der Reise nachvollziehen kann (Abb. 13a und 13b). Neben den durch die Künstlerin nachgewiesenen Orts- und Datumsangaben der fotografischen Aufnahme entwertete die Post

5 Für die Empfänger/innen stellten sich ähnliche Fragen betreffend Dramaturgie und Fortgang der Serie. John Perreault berichtet in der *New Yorker Wochenzeitung The Village Voice*, dass er sich selbst als Empfänger der Postkarten nie gefragt habe, was die Stiefel als Nächstes erleben, sondern nur, wann die nächste Karte im Briefkasten liegen würde (siehe Perreault 1973).

mit Hilfe des Poststempels die Briefmarke und versah sie ebenfalls mit Datum und Ort der Poststelle. Die Post authentifiziert das Werk, indem es Ort und Zeitpunkt seiner Entstehung und Distribution durch die Künstlerin belegt (Abb. 2b).



13a S. 126



13b S. 127



2b S. 115

Beim Vergleichen von Daten und Orten einer längeren Kartensequenz fällt schnell auf, dass sich Eleanor Antin beim Versand nicht an die Chronologie der Aufnahmedaten gehalten hat. Die Karte mit dem Titel *100 Boots in the Bush* wurde am 19. Juni 1971, um 16 Uhr in Solana Beach, California, aufgenommen, und erst fast zwei Jahre später, am 2. April 1973, abgeschickt. Dazu kommt, dass mehrere Karten das gleiche Aufnahmedatum tragen. Die Postkartenserie war also nicht das Resultat einer langen Reise, die Antin gemeinsam mit dem Fotografen Philip Steinmetz und mit 100 Stiefeln im Gepäck unternommen hat. Stattdessen hat Antin die Fotografien, die in mehreren Tagesausflügen entstanden waren, nachträglich zu einer Bildergeschichte geordnet. Was sich uns zunächst als Reise der Stiefel präsentiert, scheinbar nachweisbar durch Orts- und Zeitangabe der Künstlerin und beglaubigt durch die Post, offenbart sich bei näherer Betrachtung als freie narrative Bildabfolge. Ins Zentrum der Arbeit rückt dann die künstlerische Auseinandersetzung mit der Frage, wie Narration entsteht. Antin verwendet dafür die Gummistiefel als Akteure, die Postkarte als Bühne ihrer Bildergeschichte und den Postversand als dramaturgisches Gestaltungselement.

Dass die Künstlerin Narration in dieser

Weise gestalten konnte, liegt in der Tatsache begründet, dass sie die Karten in Eigenregie auf eine Reise zum Publikum sandte.⁶ Der Kontrolle der Künstlerin entzog sich einzig die Dauer der Postsendung. Antin konnte das Werk – mit Ausnahme einiger Tagesausflüge und Botengänge zum nächsten Postamt – bequem von Zuhause aus realisieren. Die Beauftragung der Post mit der Distribution und Präsentation des Werks bedeutete für die Künstlerin einen enormen Mobilitätsgewinn. Antin selbst gab als Grund für die Motivation zu *100 Boots* an, dass sie sich dadurch das ständige beschwerliche Reisen zwischen ihrem neuen Wohnort Solana Beach an der kalifornischen Westküste und New York City, wo sich ihr berufliches Leben abspielte und wo sie ihre Werke ausstellte, ersparen konnte.

“I wanted to do something that lasted longer – something that wouldn’t have to travel to do – that I could send out without moving from my nice old falling-apart house over the Pacific in California. So I thought of the mails which are an obvious method of distribution that reach everyone with an address.”⁷

Was Antin hier anspricht, ist nicht nur grundlegend für *100 Boots*, sondern für das Verständnis von Ephemera der frühen Konzeptkunst überhaupt: Das Werk wurde mobil und fand plötzlich alleine den Weg zum Publikum, über die Briefkästen in die Wohnzimmer und Büros seiner Rezipient/innen. Die dafür nötige Infrastruktur stellte die Post bereit, die jede Person mit einer Postadresse beliefert. Die Post hatte so weitreichende Folgen für das Werk. Produktion, Distribution und Rezeption begannen sich gegenseitig zu überlagern, was eine Verschiebung der traditionellen Aufgabenteilung zwischen den Künstler/innen und Kunstinstitutionen nach sich zog. Durch die direkte Übermittlung des Werks

konnten sich Künstler/innen und Rezipient/innen den Weg zu den klassischen Ausstellungsorten sparen. Die Präsentation, Promotion, Vermittlung und Sicherung des Werks war dadurch nicht länger den Museen und Galerien vorbehalten. Im Falle von *100 Boots* sprengte die lange zeitliche und räumliche Ausdehnung der Arbeit außerdem die Präsentationsmöglichkeiten klassischer Ausstellungsorte.

Für die Rezipient/innen bestand der Reiz nicht nur darin, dass das Werk alleine zu ihnen fand. Die Postkarte transportiert auch eine ganze Reihe von semantischen Ambiguitäten. Sie lässt unbeantwortet, für wen die (halb öffentliche) Botschaft gedacht ist, in welchem Verhältnis die Bild- oder Schriftseite zueinanderstehen, welche wichtiger ist, und ob die Briefsendung jemals ihr Ziel erreichen wird.⁸ Wenn nun die Künstler/innen die Postkarte als Träger und Multiplikator einer künstlerischen Aussage nutzen, verliehen sie dem Werk eine weitere ambigue Bedeutungsebene zwischen intimer Ansprache, Briefkorrespondenz und öffentlichem Werbeträger.

Die Form der postalischen Distribution bedeutete auch einen enormen Eingriff in Dimension, Materialität und Erscheinung des Werks und führte zu einer „administrativen Ästhetik“, die die frühe Konzeptkunst formal charakterisiert.⁹ Das Werk enthält jetzt Adressangaben zu Absender/in und Adressat/in, eine Briefmarke als Wertpapier, Zahlungsmittel und Quittung sowie Ort und Datum des Poststempels. Neben diesen Elementen, die jede Sendung aufweisen muss, um ins Distributionssystem der Post zu gelangen, fiel die Wahl der Konzeptkünstler/innen sehr oft auf standardisierte Formen wie etwa in hoher Auflage produzierte Einladungs- oder Postkarten, die nur selten und unerheblich vom standardisierten C5-Format abweichen und so in jede Manteltasche passen. Der Postversand war, etwa im Vergleich zum Telefon, damals eine günstige Kommunikationsmöglichkeit. Die US-Post übermittelte eine Postkarte innerhalb der USA für 8 Cent.¹⁰ Das bedeutet, dass die Produktion von Ephemera weder an große finanzielle Mittel noch an einen festen Ort oder an ein spezialisiertes Wissen gebunden war und damit die Integration der Werke in fast alle Lebensbereiche möglich wurde.

6 Das Zeitintervall zwischen den Sendungen lag zwischen drei Tagen und fünf Wochen. Innerhalb der Reihe erleben die Stiefel mehrere kleinere, jeweils fünf bis zehn Postkarten umfassende Episoden, wobei diese jeweils in sehr kurzen Zeitabständen verschickt wurden. Mit der Wahl der Reihenfolge und der zeitlichen Intervalle steuerte Antin die Lesart des Werks. Wie sie im frühen Interview mit Cindy Nemser erzählte, passte sie die Zeitintervalle zwischen dem Versenden einzelner Karten den Ereignissen der Geschichte an. Als die Stiefel zum Beispiel privates Gelände betreten hatten (*100 Boots Trespass*), konnte es Antin kaum erwarten, die Stiefel auf die Flucht zu schicken. Sie sandte deshalb bereits eine Woche später die nächste Karte mit dem Titel *100 Boots on the Road*. (Siehe Nemser 1972, S. 16; Caesar 2005, S. 110).

7 Nemser 1972, S. 16. Ein ähnliches Zitat findet sich auch in Caesar 2005, S. 109, und in Richards 1971.

8 Siehe Jacques Derrida, *La carte postale. De Socrate à Freud et au-delà*, Paris 1980, S. 17, 39.

9 Siehe Buchloh 1990.

10 Gespräch mit dem ehemaligen Basler Galeristen Rolf Preisig vom 27.9.2011, Zürich (ABP Preisig 2011).

Das Netz als Organisationsform und Ideologie

Diese für den Werkbegriff so wesentlichen mobilisierenden Eigenschaften von Ephemera stehen in einem engen funktionellen Zusammenhang mit dem netzwerkbasieren Verteilungssystem der Post. Es erlaubte Antin, die Distribution der Kunstwerke dezentral zu gestalten und zu steuern. Die Bedeutung, die das Netzwerk für die frühe Konzeptkunst hatte, weist über seine infrastrukturelle Funktion für die Distribution von Ephemera hinaus. Das Netzwerk hat für die Konzeptkunst eine ebenso zentrale metaphorologische Bedeutung als Ideologie. Sie stand für eine dezentralisierte Welt, die strukturell demokratisch und dehierarchisch organisiert ist. Schließlich steht das Netzwerk auch für eine soziale Praxis, die wir heute als *networking* bezeichnen.

Das Netz, in seiner metaphorologischen Bedeutung, formt, aufgrund des Fehlens einer zentralisierten Planung und Übersicht, ein System aus gleichberechtigten Knotenpunkten, die durch ihre vielfältigen und sich stetig wandelnden Verbindungen und Beziehungen zueinander bestimmt sind. Diese sich ständig verändernden Zustände machen das Netzwerk dynamischer, lassen mehr Offenheit und Möglichkeiten zu als eine hierarchische Organisationsstruktur.¹¹ Was seit einigen Jahren als Ideologie einer demokratisch organisierten und dehierarchisierten Netzwerkgesellschaft des späten 20. Jahrhunderts beschrieben wird, versuchten bereits die Konzeptkünstler/innen in den späten 1960er Jahren mit der Aneignung von Ephemera zu erreichen.¹² So kann potentiell jede Person sich dieser Kunstform bedienen, und ebenso kann jede Person mit einer Adresse erreicht werden. Der Verlust eines Zentrums legt zudem nahe, dass in der vernetzten Welt geografische Hürden für die Möglichkeit einer Kontaktknüpfung unerheblich werden. Deshalb musste Antin auch ihren neuen Wohnort in Kalifornien nicht mehr so oft verlassen, um sich bei ihrem Publikum regelmäßig in Erinnerung zu rufen.

Die Idee einer vernetzten Welt, wie sie hier zum Ausdruck kommt, war in der Kunst der späten 1960er Jahre nicht neu. Bereits vor dem Aufkommen der Konzeptkunst in den USA wurden Fluxus und die Bewegung der Mail

Art (ebenfalls „Correspondence Art“, „Network Art“ oder „Postal Art“) bekannt, die sich wesentlich über den Begriff des Netzwerks definierten.¹³ Der heute als Gründungsvater der Mail Art bekannte Ray Johnson begann bereits in den 1950er Jahren damit, ein Netzwerk aufzubauen, indem er collageartige Briefe, die aus ausgeschnittenen Magazinbildern, Werbung, Fotografien und Verpackungsresten bestanden, an seinen weiteren Freundeskreis verschickte. Oft forderte er seine Empfänger/innen auf, der Sendung etwas Eigenes hinzuzufügen und das Werk weiter zu gestalten, um es dann an eine nächste Person auf Johnsons Adressliste zu schicken.¹⁴ Im Laufe der 1960er Jahre expandierte und institutionalisierte Johnson seine Tätigkeit mit der Gründung seiner New York Correspondence School of Art. Zugleich wuchs die Mail Art zu einer internationalen Bewegung heran, die sich von Johnson als Gründer- und Schlüsselfigur entfernte, jedoch seine Praxis weiterführte. Sie besteht bis heute im Austausch von Briefkorrespondenzen innerhalb eines offenen Künstler/innen-Netzwerks, dessen Ziel die Gründung eines alternativen und von den etablierten Institutionen unabhängigen Netzwerkes ist. Mail Art und Konzeptkunst bedienten sich in den späten 1960er Jahren derselben Ideologie einer vernetzten Welt, in der alles und jeder miteinander in Kontakt treten kann. Die Künstler/innen zeichneten damit eine Entwicklung vor, die den Arbeitsalltag in heutigen Dienstleistungsgesellschaften nachhaltig prägt.

Das Netzwerk als Infrastruktur und seine gesellschaftlichen Konsequenzen nimmt denn auch in vielen Theorien zum Übergang von der industriellen zur postindustriellen Gesellschaft eine

11 Siehe Fisher 2007, S. 335.

12 Siehe ebd., Hardt/Negri 2004; Hardt/Negri 2003; Boltanski/Chiapello 2006 (1999); Castells 2005.

13 Der kollaborative Ansatz der Fluxus Mailings prägte die Mail-Art-Bewegung nachhaltig. Die Fluxus-Bewegung strebte durch gemeinsame Performances, kollektive Publikationen und Multiples eine Kollektivierung von Künstler/innen an. Sie schlug sich in den zahlreichen Ankündigungen und Einladungen zu Fluxus-Events nieder. Ken Friedman zufolge war Fluxus die erste Bewegung, die das Potenzial der Post als weltumspannendes, kosteneffektives Distributionssystem erkannte, was jedoch durch die künstlerische Praxis nie eingelöst wurde. Es fehlte an entsprechenden Bemühungen, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Auch die zahlreichen Fluxus-Events glichen, obwohl sie öffentlich zugänglich waren, eher Privatveranstaltungen. (Siehe Ken Friedman, „The Early Days of Mail Art“, in: *Eternal Network. A Mail Art Anthology*, hrsg. von Chuck Welch, Calgary: University of Calgary Press, 1994, S. 3–16). Der Text behandelt ausführlich das Verhältnis zwischen Fluxus- und Mail-Art-Bewegungen in den USA.

14 Siehe Seeta Peña Gangadharans Artikel „Mail Art. Networking Without Technology“, in: *New Media & Society*, Bd. 11, Nr. 1-2, Februar/März 2009, S. 285–286.

Schlüsselrolle ein.¹⁵ Dass unsere gegenwärtige soziale Organisation einer netzwerkartigen Logik folgt, wird vermehrt auf die Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie und besonders auf das World Wide Web (WWW) zurückgeführt.¹⁶ Es sorgt dafür, dass wir heute mit gleichgesinnten Menschen aus unterschiedlichen geografischen Kontexten in Kontakt sind, wir gleichzeitig mit verschiedenen Orten der Welt kommunizieren können, während wir mit unseren Bürokollegen vielleicht keinerlei Beziehungen unterhalten. In vielen Theorien ist der Übergang zwischen der faktischen Beschreibung der Netzwerkorganisation und der in der Metapher transportierten Idee einer Welt, in der potenziell alles aufeinander bezogen ist, fließend.¹⁷

Lange Zeit vor der allgemeinen Verfügbarkeit des WWWs bedienten sich die Vertreter/innen der Mail Art und der Konzeptkunst mit der alltäglichen Postkommunikation dieser so aktuellen Netzwerklogik. Begründen lässt sich die künstlerische Nutzung des Postnetzes nicht durch eine neue Technologie – das Postsystem wurde seit langer Zeit als günstiges Kommunikationsmedium genutzt –, sondern durch ein wachsendes Interesse an der Netzwerklogik. Bereits in den 1970er Jahren zeigt sich ein wachsendes Interesse unterschiedlicher Disziplinen und Denkrichtungen an relationalen Eigenschaften (im Gegensatz zu substanziellen Eigenschaften), das unter anderem bereits damals

die US-amerikanische Soziologie prägte.¹⁸ Ebenfalls in den USA und bereits in den frühen 1960er Jahren fand auch die von Marshall McLuhan propagierte Idee des *Global Village* große Verbreitung, die den technischen Ausbau der Kommunikationsnetzwerke prophezeite und damit ebenfalls konnexionistische Fantasien anregte.¹⁹ Die Schriften McLuhans waren ebenso populär im Umfeld der frühen Konzeptkunst wie damals neuere Ansätze der Systemtheorie. Der prominenteste Verfechter eines systemtheoretischen Ansatzes war Jack Burnham, der das Kunstwerk nicht mehr als materielle Entität, sondern als Beziehung zwischen Menschen sowie zwischen Menschen und ihrer Umgebung verstand.²⁰ Als philosophisch geprägte Gesellschaftskritik wurde das Netzwerk populär mit Gilles Deleuzes und Félix Guattaris 1977 erschienenen Schrift *Rhizom*. Der Titel benennt ein netzartiges Wurzelgeflecht ohne Hierarchien und Zentren, das als Metapher für eine egalitäre Wissensorganisation eingesetzt wurde und die Hoffnung auf eine Alternative zu zentralisierten Machtstrukturen und dominanten Hegemonien bediente.²¹

Das Versprechen einer liberalisierenden Wirkung in Bezug auf autoritäre gesellschaftliche Ordnungen, das seit den 1970er Jahren mit dem Netzwerk verbunden ist, wirkt bis heute weiter und bildet in westlichen Gesellschaften das ideologische Fundament neoliberaler Politik. Dass das Netzwerk als dehierarchisierte Organisationsform zwar technologisch durch das Internet realisiert ist, jedoch längst von asymmetrischen Machthierarchien durchdrungen ist, ist erst seit einigen Jahren Gegenstand der kritischen Auseinandersetzung geworden.²²

15 Luc Boltanski und Ève Chiapello entdecken in der Netzwerklideologie ein distinktives Merkmal der Managerliteratur der 1990er Jahre. Ihr Ansatz ist nicht nur wegen seiner differenzierten Beschreibung des Netzwerkbegriffs als Merkmal einer gegenwärtigen Gesellschaftsform interessant, sondern auch, weil darin der Begriff kritisch reflektiert und hinsichtlich seiner ideologischen Funktionen erklärt wird – und nicht, wie so oft, rein positivistisch. (Siehe Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 186).

16 Der Netzwerkbegriff, der bis in die 1970er Jahre nur in spezialisierten Kreisen gebräuchlich war, erlebt seitdem eine zunehmende Konjunktur. Heute ist er Gegenstand unterschiedlicher Disziplinen und Denkrichtungen. Ein detaillierter historischer Abriss über die steile Karriere des wissenschaftlichen Netzwerkbegriffs findet sich in ebd., S. 194–202. Auch in der Kunstgeschichte lässt sich diese Entwicklung beobachten. Neben einer Fülle an Untersuchungen, die sich seit den 1990er Jahren direkt auf die Netzkunst bezieht, gibt es auch Versuche, das Netzwerk als wissenschaftliche und künstlerische Herausforderung zu theoretisieren. (Siehe dazu stellvertretend Julia Gelshorn und Tristan Weddigen, „Das Netzwerk. Zu einem Denkbild in Kunst und Wissenschaft“, in: *Grammatik der Kunstgeschichte. Sprachproblem und Regelwerk im ‚Bild-Diskurs‘. Oskar Bättschmann zum 65. Geburtstag*, hrsg. von Hubert Locher und Peter J. Schneemann, Zürich/Emsdetten/Berlin: Edition Imorde, S. 54–77).

17 Siehe Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S.186–190, 196; siehe auch Castells 2005, S. 4.

18 In der Tradition des Pragmatismus wurde im Umfeld der Forschungsrichtung der Chicago School und des Symbolischen Interaktionismus ein Theorierahmen entworfen, der zwar nicht explizit das Netzwerkparadigma benannte, in den sich spätere Netzwerkanalysen jedoch ohne weiteres einfügen lassen (siehe Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 199).

19 Siehe McLuhan 1994, S. 3–6.

20 Dies haben auch Seth Siegelau und Dan Graham im Gespräch bestätigt (ABP Siegelau 2010a und ABP Graham 2013). Auch in jüngerer Zeit wird der systemtheoretische Ansatz für das Verständnis von Werken der frühen Konzeptkunst herangezogen wie etwa bei Skrebowski 2008.

21 Siehe Deleuze/Guattari 1987; Deleuze/Guattari 1977.

22 Sie werden angeführt von den bereits erwähnten Autor/innen. (Siehe Fisher 2007; Hardt/Negri 2004; Hardt/Negri 2003; Boltanski/Chiapello 2006 (1999); Castells 2005).

Netzwerk als soziale Praxis

Eine von der demokratischen Idee des Netzwerks abweichende Praxis findet sich bereits in der Konzeptkunst der 1960er und 70er Jahre. Besonders augenfällig wird dies im Vergleich zur Mail Art, deren Vertreter/innen ebenfalls im Netzwerk künstlerische und soziale Anliegen miteinander verbanden.²³ Zentrales Ziel der Mail Art in der Tradition von Ray Johnsons Praxis war es, eine künstlerische Gemeinschaft zu bilden, um dadurch Verbindungen zwischen einzelnen Individuen herzustellen, die andernfalls nicht bestehen würden.²⁴ Die Mail Art zielte auf einen globalen Austausch, der über Elemente der interpersonellen Briefkommunikation hergestellt werden sollte. Die Sendungen bestanden fast ausschließlich aus collagen-ähnlichen Briefmitteilungen. Ungeachtet der Tatsache, dass sie bald ergänzt und weitergeschickt würden, enthielten sie nicht selten persönliche bis intime Inhalte für die Empfänger/innen.²⁵

Anders waren die Vertreter/innen der Konzeptkunst nie daran interessiert, mit den Mitteln der Briefkommunikation eine (künstlerische) Gemeinschaft zu bilden, an der beliebige Personen teilhaben konnten. Das Netzwerk der Konzeptkunst war stattdessen durch eine starke Zentrierung des einzelnen Künstlers oder der Künstlerin gekennzeichnet, von dem/der alle Aktivitäten ausgingen. Sie verwendeten Formen der standardisierten Massenkommunikation mit dem Ziel, ihr persönliches Kontaktnetz auf beziehungsweise auszubauen. In Antins Adresskartei befanden sich nicht nur bedeutende Akteure der damaligen Kunstszene wie etwa Sol LeWitt, Andy Warhol, John Baldessari, Daniel Buren, Gilbert & George, John Cage, Judy Chicago, Jasper Johns, Marian Goodman und Lucy Lippard, sondern auch

Kunstinstitutionen wie Museen und Bibliotheken sowie andere Prominenz, darunter Betty Friedan, George Plimpton, Leonard Bernstein, Phil Glass und Alan Ginsberg.²⁶ Anders als bei gewöhnlichen Urlaubsgrüßen setzte Antin die Postkarte nicht allein zur Pflege und Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen ein, sondern oft auch als Mittel einer ersten Kontaktaufnahme. Die Postkarten erzählten dabei nicht einfach eine Bildgeschichte, sondern ermöglichten der Künstlerin auch eine Art virtuelle Präsenz in der Kunstwelt. In markantem Kontrast zur Mail Art stehen auch die hohen Auflagen von Ephemera der frühen Konzeptkunst. Sie unterscheiden sich voneinander einzig durch Adressierung, Briefmarke und Poststempel.²⁷ Angesichts der unpersönlichen Ansprache, die nicht zwischen den einzelnen Empfänger/innen unterscheidet, muss man bei Ephemera der frühen Konzeptkunst deshalb viel eher von einer Form der Mitteilung denn von Briefkommunikation sprechen.²⁸

Eleanor Antins Praxis, die hier stellvertretend für die Ephemeraproduktion der frühen Konzeptkunst steht, lässt sich treffend mit der heutigen Wortbedeutung des *networking* beschreiben. Die illustren Adressat/innen von *100 Boots* saßen in den wichtigsten Museen, zählten zu den einflussreichsten Kurator/innen, Künstler/innen und Sammler/innen, die in der damals relativ kleinen Konzeptkunstszene selbst wiederum durch ein professionelles Beziehungsnetz miteinander verbunden waren, Informationen austauschten, Karrieren förderten.²⁹ Der Nachweis eines international ausgerichteten und professionellen Netzwerks findet sich in analoger Weise in On Kawaras Postkartenserie *I Got Up*, in der auch der Bezug eines Werkes zu seiner sozialen und institutionellen Rahmung thematisiert wird (Abb. 13a und 13b). Wie bei *100 Boots* ist eine nähere Charakterisierung der Adressat/

23 Siehe dazu Howard Fox, der Antins künstlerische Arbeit aus demselben Grund in der Mail-Art-Bewegung verortet (Howard N. Fox, „Waiting in the Wings. Desire and Destiny in the Art of Eleanor Antin“, in: *Eleanor Antin*, Ausst.-Kat. Los Angeles, Los Angeles County Museum of Art, 23.5.–23.8.1999, Los Angeles: Los Angeles County Museum of Art, 1999, S. 15–157).

24 Siehe Jeanne Marie Kusina, „The Evolution and Revolutions of the Networked Art Aesthetic“, in: *Contemporary Aesthetics*, Nr. 3, 2005, <https://quod.lib.umich.edu/c/ca/7523862.0003.017/--evolution-and-revolutions-of-the-networked-art-aesthetic?rgn=main;view=fulltext>.

25 Die Mail Art setzte die privaten Inhalte des Briefverkehrs als Widerstandsmoment im bürokratischen Postsystem ein (siehe ebd.). Craig J. Saper führte dafür den Begriff „intimate bureaucracy“ ein. (Siehe Craig J. Saper, *Networked Art*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, S. X–XII, Vorwort, S. 16).

26 Die Namen finden sich auf Antins umfassender Adressliste, die sie für den Postversand von *100 Boots* nutzte. Sie ist im Besitz der Los Angeles County Museum of Art, Balch Art Research Library, wo auch die Antwortschreiben auf *100 Boots* archiviert sind. (Siehe BARL Antin 1970–1974).

27 Antin verwendete meist vorgedruckte Adressetiketten, die sie auf die Karten klebte. Weil sich im Laufe der Zeit die Liste der Empfänger/innen immer wieder veränderte, adressierte Antin die Postkarten zunehmend auch von Hand (siehe Antin 1999a, o. S.).

28 Die Vermutung liegt nahe, dass sich auch deshalb für die Konzeptkunst der im Vergleich zu Mail Art offenere Begriff *Ephemera* durchgesetzt hat. Er steht nicht nur für eine interpersonelle Briefkommunikation, sondern viel allgemeiner für Drucksachen mit Ankündigungsfunktion.

29 Siehe Antins Adresslisten für den Postversand von *100 Boots* (BARL Antin 1970–1974).

innen hinsichtlich ihrer Stellung und ihrer Positionen im Kunstsystem aufschlussreich.³⁰



13a S. 126



13b S. 127

Entsprechend der zunehmenden Bedeutung des Netzwerkparadigmas erfreute sich der Nachweis von sozialen Netzwerken in der frühen Konzeptkunst großer Beliebtheit. Ein bemerkenswertes Beispiel stellt Jan Dibbets' Beitrag für das *Art & Project Bulletin*, Nr. 15, im Jahr 1969 dar (Abb. 14).³¹ Es enthielt die Anweisung des Künstlers an das Publikum, die rechte Seite des Faltblatts im A3-Format auszuschneiden und an die Amsterdamer Galerie *Art & Project* zurückzusenden. Jedes retournierte Bulletin wurde auf einer Weltkarte vermerkt und die Verbindung von der Wohnadresse zu *Art & Project* in Amsterdam als Linie eingezeichnet. Die Galerie präsentierte daraufhin die grafische Auswertung auf der Weltkarte in einer Ausstellung. Ein halbes Jahr später erschien sie ebenfalls abgedruckt in der Sommerausgabe des Kunstmagazins *Studio International* (Abb. 15a–c).³² Neben den Grafiken weisen die Magazinseiten auch die Namen aller Adressat/innen nach, die Dibbets Aufforderung gefolgt waren und das Bulletin zurückgeschickt hatten (Abb. 15b). Die Liste repräsentiert die damals relativ kleine Konzeptkunstszene mit Schwerpunkt Europa und enthält neben vielen prominenten Künstler/

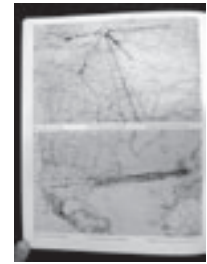
innennamen auch einige wichtige Galerist/innen und Sammler/innen der Zeit.



14 S. 129



15a S. 130



15c S. 133



15b S. 131

Der Nachweis von Netzwerken war in der frühen Konzeptkunst jedoch nicht auf künstlerische Arbeiten beschränkt, sondern diente auch Ausstellungsmachern als Beleg ihrer internationalen Perspektive auf die Kunst. Harald Szeemann druckte einen Auszug seines Adressbuchs markanterweise auf den ersten Seiten des Katalogs zur Ausstellung *Live in your Head. When Attitudes Become Form* ab (Abb. 16a und 16b). Es versammelt die Namen und Adressen der an der Ausstellung partizipierenden Künstler und jene von anderen Protagonisten der internationalen Kunstszene rund um die Konzeptkunst. Das Adressbuch ist expliziter Hinweis auf die internationale Ausrichtung der Ausstellung.³³ In beiden Beispielen diente die Zurschaustellung des eigenen Netzwerks weniger der Offenlegung bestimmter Ausschlussmechanismen der Kunstszene als einer Selbstpositionierung innerhalb der Kunstwelt und damit der Aufwertung der eigenen Arbeit. Bereits damals war im Bereich der Kunst das Maß der sozialen Vernetzung und deren internationale Ausrichtung ein Gradmesser für beruflichen Erfolg.



16a S. 134



16b S. 135

30 Auch Kawaras Adressat/innen waren fast ausschließlich einflussreiche Protagonist/innen der Szene rund um die Konzeptkunst und wiesen untereinander ein enges Netz an sozialen professionellen Beziehungen auf. Siehe dazu die Netzwerkanalyse zu *I Got Up* in Preisig 2012.

31 Zwischen 1968 und 1989 veröffentlichten Geert van Beijeren und Adriaan van Ravesteijn 156 Ausgaben des *Art & Project Bulletin*. Dieses bestand üblicherweise aus einem einzigen beidseitig bedruckten Faltbogen und wurde gratis an eine Adressliste mit circa 400 bis 500 Personen verschickt. Unter ihnen befanden sich neben Künstler/innen auch Kurator/innen und andere Vertreter/innen der Kunstszene. Die Auflage umfasste etwa 800 Kopien, wovon ein Teil in der Galerie während der Ausstellungsdauer auslag. Da die Bulletins, wie bei Dibbets' Beitrag, oft die Ausstellung selbst bildeten, nahmen sie den Status eigenständiger Werke an.

32 Die Ausgabe von *Studio International* enthielt eine sich über 48 Seiten erstreckende „Ausstellung“, die von Siegelglaub organisiert wurde. Er bat sechs Kritiker/innen, eine Sequenz von acht Seiten des Hefts zu editieren. Dibbets Beitrag war Teil von Lippards kuratierten Seiten. Die 48 Seiten der Ausgabe des Magazins wurden zusätzlich als Katalog unter dem Titel *July/August Exhibition Book* veröffentlicht (siehe Siegelglaub 1970).

33 Siehe Szeemann 1969, o. S.

Die Netzwerknachweise der frühen Konzeptkunst bieten darüber hinaus wertvolle Einblicke in soziale und geografische Zusammenhänge der Strömung. Sie belegen nicht nur die Dominanz europäischer und US-amerikanischer Städte, sondern auch die massive Überrepräsentation männlicher Akteure innerhalb der frühen Konzeptkunst. Die genderspezifischen Produktionsbedingungen müssen für die Beurteilung von *100 Boots* mitberücksichtigt werden. Antin nutzte die durch Ephemera gegebenen Netzwerkmöglichkeiten unter anderen Vorzeichen als ihre männlichen Kollegen. Die Arbeit mit Ephemera bot eine ebenso seltene wie notwendige Möglichkeit, um sich als weibliche Künstlerin überhaupt öffentliche Aufmerksamkeit zu verschaffen.³⁴

Reiseziel Museum of Modern Art, New York

Wie professionell die Künstler/innen der Netzwerk-Tätigkeit nachgingen, wird besonders deutlich an der Tatsache, dass fast alle Ephemera – obschon sie von den Künstler/innen in Eigenregie distribuiert wurden – in Zusammenarbeit mit einer Kunstinstitution entstanden sind. Antins Karte *100 Boots on the Ferry*, verschickt am 30. Mai 1973, markiert eine Wende innerhalb des zweijährigen Projekts (Abb. 12). Sie ist die erste von fünf Postkarten, die die letzte große Expedition der Gummistiefel nach New York City dokumentieren, die schließlich in Form einer Einzelausstellung im Museum of Modern Art endet. Antin formulierte erstmals 1972 in einem Brief an die Kuratorin Jane Neocol ihre Idee, die Serie nach New York zu bringen.³⁵ Neocol beantragte daraufhin erfolgreich die von Antin vorgeschlagene Ausstellung in der Sektion „Projects“ des MoMA und sicherte damit gleichzeitig die Finanzierung der New-York-Exkursion.



12 S. 125

Die vom 30. Mai bis 8. Juli gezeigte Ausstellung versammelte sämtliche 51 Postkarten der Serie und 28 großformatigere Fotografien, die

weitere Abenteuer der Stiefel in New York zeigten, jedoch nicht zu Postkarten weiterverarbeitet wurden. Außerdem präsentierte das Museum die 100 Stiefel als Objekte in einem Ausstellungsraum, der zu einer Art Mietskaserne umgestaltet wurde. Dieses „Crash Pad“ war ausgestattet mit einem alten Waschbecken, Matratzen, Schlafsäcken, Decken, Küchenstühlen und einem Radio, wobei der Raum nur durch den Spalt einer mit einer Kette gesicherten Tür sichtbar war (Abb. 17).³⁶ Für die Ausstellung wurden die fünf Fotografien, die Antin in New York City aufgenommen hatte, zu Einladungskarten umfunktioniert: *100 Boots on the Ferry*, *100 Boots Cross Herald Square*, *100 Boots Visit the Egyptian Gardens*, *100 Boots in the Park*, *100 Boots Enter the Museum* (Abb. 12, 18–21). Antins Absenderadresse wurde bei diesen Karten durch die Anschrift des MoMA ersetzt, der Nachweis der Druckerei „Frye & Smith Ltd. San Diego California“ entfernt. Der einzige markante Unterschied zu den übrigen Karten von *100 Boots* ist das gedruckte Ausstellungsdatum, das nun das ansonsten leere Mitteilungsfeld der Postkartenrückseite markiert (Abb. 22). Antin hielt am Vorgehen der Distribution fest. Die fünf Karten wurden in zeitlichen Abständen von sieben Tagen

verschickt, wobei sich der Zeitplan jetzt jenem der Ausstellung anpasste. Die erste Karte, verschickt am 30. Mai, fiel mit dem ersten Tag der Ausstellung zusammen, die letzte wurde 10 Tage vor Ende der Ausstellungs-dauer versandt.³⁷ Dazu kamen die zwei Karten,



17 S. 136



18 S. 137



19 S. 138



20 S. 139



21 S. 140



22 S. 141

34 *100 Boots* ist bis heute die am häufigsten erwähnte Arbeit der Künstlerin.

35 Siehe Eleanor Antin, Brief an Jane Neocol, datiert 8.5.1972 (MoMA Antin 1973).

36 Siehe Werkliste „Projects: 100 Boots by Eleanor Antin“ (MoMA Antin 1973).

37 Antin schlug dieses Vorgehen bereits im Brief an Neocol vom 16.7.1972 vor: „I would then employ several of the sequences shot in New York as postcards to be mailed out from the Museum itself so that the mail work will be

die die Ausstellung im MoMA rahmten; zum Auftakt der Exkursion nach New York versandte Antin am 11. Mai 1973 die Karte *100 Boots Go East*, die die Stiefel entlang von Bahngleisen in landschaftlicher Umgebung zeigen. *100 Boots on Vacation* wurde am 9. Juli, nur ein Tag nach dem Abschluss der Ausstellung versandt. Sie gibt den Blick durch die offenen Hintertüren eines Busses auf gestapelte 100 Stiefel frei und ist die letzte der 51 Postkarten der *100 Boots*.

Antins Postkarten, deren Bedeutung sich angeblich gerade in der institutionskritischen Distributionsweise entfaltete, nahmen also zum Schluss der Serie fast unmerklich die Eigenschaften von gebräuchlichen Ausstellungseinladungen an.³⁸ Wie nahtlos sich *100 Boots* in die Logik der musealen PR-Arbeit einfügte, zeigt sich etwa daran, dass hinsichtlich der Adressliste kaum Änderungen vorgenommen wurden. Die Künstlerin forderte beim Museum eine Auflage von 1000 pro Postkarte an, um damit ihre Mailingliste zu beliefern.³⁹ Diese musste sich weitestgehend mit dem Verteiler des MoMA decken, denn das Museum hielt es nicht für nötig, zusätzliche Personen mit Einladungskarten zu beliefern – mit Ausnahme von ein paar Trustees.

Antins Zusammenarbeit mit dem MoMA verweist darauf, wie die Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst die Netzwerklogik nicht für eine neue Demokratisierung der Kunst nutzten, sondern in einen ökonomischen Kontext übersetzten. Das Bemühen um Erweiterung eines professionellen Netzwerks bedingte die gezielte Adressierung zentraler Akteure des Betriebs und den Einbezug von etablierten Kunstinstitutionen und deren Vertreter/innen.⁴⁰

formally locked together with the New York show as the wind-up of the whole thing. In fact, the last card might be mailed out from the Museum on the last day of the show.“ (MoMA Antin 1973a).

38 Auf einen institutionskritischen Impetus der Arbeit verweist auch der Saaltext zur Ausstellung *100 Boots*, die 1973 im MoMA stattfand. („100 Boots by Eleanor Antin“ (MoMA Antin 1973)).

39 Siehe MoMA Antin 1973b.

40 Die damalige Ambivalenz, zwar außerhalb der etablierten Institutionen zu agieren und dennoch von der Kunstwelt wahrgenommen zu werden, beschreibt sehr treffend Joseph Kosuth: „Well, the point I was making was that in the 60's we were very much thinking about the fact that we really wanted to break the form of making meaning radically and we didn't want to show in galleries and museums. We wanted to work directly out in the world. And the work I did at that time reflected this. However, we began to realize that, in fact, there was already a discourse, a sort of circuitry of galleries and museums in which information could flow. Unplugging your microphone somehow didn't really seem to be the way to go. So when Leo Castelli asked me to show with him. In 1969, when I was 24 years old, it was the right crisis moment for that ‚truth‘. I realized

Die Ausstellung *100 Boots* präsentierte sich als krönender Abschluss der über zweijährigen Serie. Zu stark hebt sich die Reise nach New York mit der Ausstellung im MoMA durch ihre Ereignishaftigkeit von den ansonsten trivialen Abenteuern der Stiefel ab, um als eine von vielen Episoden gelesen zu werden. Antin selbst erklärt im Brief an Necol vom 16. Juli 1972, gemäß der semantischen Struktur der Geschichte von *100 Boots* erlaube ein Abenteuer der Größenordnung der Exkursion nach New York keine Nebenbehandlung, weshalb die Serie zwingend mit der Ausstellung im MoMA enden müsse.⁴¹

Die Presse nimmt, als zentraler Knotenpunkt, innerhalb der professionellen Netzwerke eine große Bedeutung ein. Es erstaunt daher nicht, dass die Künstlerin, mit dem Hinweis, nichts dem Zufall überlassen zu wollen, darauf bestand, sich persönlich um sämtliche Öffentlichkeitsarbeit zu kümmern.⁴² Ebenso wenig verwundert es, dass die letzten fünf zu Einladungskarten umfunktionierten Karten von *100 Boots* die erneute Aufmerksamkeit vieler Printmedien weckten.⁴³ Antin hatte den Auftritt im MoMA über den Zeitraum von zwei Jahren medial vorbereitet und damit die übliche PR-Arbeit des Museums bei weitem übertroffen.

Das große Medieninteresse an der Ausstellung, das sich über den nordamerikanischen Raum erstreckte, richtete sich dabei interessanterweise weniger auf Antins künstlerische Praxis – die postalische Distribution von Kunst war damals nicht mehr neu – als auf die institutionelle Anerkennung des Werks durch das MoMA. Die Artikel spiegeln die implizite Annahme, dass *100 Boots* – ganz ohne Mithilfe der Künstler/innen – eine plötzliche Anerkennung durch das Museum erfahren habe respektive von diesem entdeckt worden sei:

„So far, mail art has remained an ‚in‘ thing among artists. Comic strips, collages, junk,

that there were a lot of people who could not ignore the kind of work I was doing, which was becoming known as conceptual art, and that if I was in a gallery like Castelli, they had to take it seriously. So I went there. The space was often very loaded for me because of what had gone on it before. And that was often problematic. But that was part of the texture of what I had to work with.“ (Joseph Kosuth und Felix Gonzalez-Torres, *A Conversation*, Presstext, Andrea Rosen Gallery, New York 2005, <http://www.andrearosengallery.com/exhibitions/felix-gonzalez-torres-and-joseph-kosuth>).

41 Siehe MoMA Antin 1973a.

42 Siehe MoMA Antin 1973b.

43 Die Arbeit hatte vorher schon beträchtliche Bekanntheit erlangt und einige Medien hatten bereits über sie berichtet. (Siehe beispielsweise Richards 1971 und Nemer 1972).

and practical jokes have circulated among them, but very little of it has reached the gallery or the attention of the average art lover. With the boots' appearance at the Museum of Modern Art, the form reaches a new level of respectability.⁴⁴

Tatsächlich aber nahm die Beziehung zwischen Museen und Künstler/innen die Form einer temporären Allianz an. Sie bediente gleichzeitig ganz unterschiedliche und scheinbar widersprüchliche Interessen: Die Künstler/innen äußerten ihr Autonomiebestreben gegenüber den Institutionen und suchten deren Zusammenarbeit dennoch für die Promotion ihrer Werke. Die Institutionen dagegen profitierten vom unternehmerischen Geist der Künstler/innen für die eigene PR und konnten zugleich ihren Vermittlungsanspruch gegenüber der Öffentlichkeit geltend machen.

Demokratie- und Profitversprechen

Unter den Pressestimmen zur Ausstellung *100 Boots* finden sich außerdem viele anerkennende Worte über Antins künstlerische Strategie, das Galerisystem mit Hilfe der Post zu unterlaufen.⁴⁵ Diese Betonung einer subversiven Geste Antins erstaunt nicht nur hinsichtlich des wenig expliziten Narrativs von *100 Boots*, sondern auch im Vergleich zum strategischen Vorgehen der Mail-Art-Künstler/innen. Ihre alternativen Netzwerke lassen sich zu Recht als demokratisch und dehierarchisiert beschreiben. Die Legitimierung oder Überprüfung ihrer Werke durch die Autorität der Kunstinstitutionen ablehnend, zahlten sie den Preis, von der Öffentlichkeit und Kunstwelt weitgehend ignoriert zu werden. Ray Johnson bleibt bis heute einer von ganz wenigen bekannten Namen, die mit der Mail Art in Verbindung gebracht werden.

Dennoch hält die Rezeption nach wie vor mehrheitlich an der Behauptung fest, es handle sich bei Ephemera der frühen Konzeptkunst um Werkformen mit institutionskritischen Aussagen. Eine Beschreibung der Werke beschränkt sich in der Fachliteratur zur Konzeptkunst der späten

44 Bill Marvel, „Galoshes Crash the MoMA. These Boots Were Made for Mailing“, in: *The National Observer*, 30.6.1973, S. 22. Auf die bereits etablierte Praxis der Mail Art verweisen auch Perreault 1973; Nemser 1972, S. 16, und Diana Loercher, „Tramp, Tramp, Tramp, the Boots Are Marching“, in: *Metropolitan Area*, 9.6.1973, S. 11.

45 Siehe zum Beispiel Ernest Leogrande, „100 Boots, 1 Bazar“, in: *News* (New York City), 31.5.1973, S. 95; Richard Martin, „Richard Martin on Art“, in: *Where It's At Magazine*, 1973, S. 45–46, S. 45; Arts 1973 sowie Richards 1971.

1960er und 70er Jahre allerdings meist auf die alternativen Distributionsformen, die die Künstler/innen mit der Produktion von Formaten wie Einladungskarten und Anzeigen schufen. Sie werden in Verbindung gebracht mit den dominanten Strukturen und Hierarchien, die die Kunstinstitutionen der Zeit prägten und mit dem Bedürfnis der Künstler/innen, außerhalb der etablierten Kunstinstitutionen und des Kunstmarktes den Zugang zur Kunst zu demokratisieren und ein größeres Publikum zu erreichen.⁴⁶

Bis heute beruft sich die Rezeption auf diese ideelle Komponente des Netzes: das Versprechen einer dezentralen, dehierarchisierten und damit demokratischen Form der Produktion. Zwar bedeutete die Verwendung des Postsystems in der Konzeptkunst einen realen Autonomiegewinn gegenüber den Kunstinstitutionen. Die Künstler/innen organisierten Distribution und Vermittlung ihrer Arbeit selbst und traten damit in Konkurrenz zu den Galerien und Museen.

Markanterweise dienten nun aber diese „alternativen Distributionsformen“ wesentlich dazu, professionelle Netzwerke aufzubauen. Im Unterschied zu Fluxus und Mail Art stand das Netzwerk im Dienst einer unternehmerischen Autonomie. Als Selbstunternehmer bewegten die Künstler/innen sich flexibler, mobiler und adaptiver, als dies in einem Kollektiv möglich ist, und entsprachen damit den Anforderungen einer auf Selbstverantwortung referierenden Arbeitslogik des Postfordismus.⁴⁷ Das Netzwerk stellte dabei, wie *100 Boots* deutlich macht, keine Alternative zu den Institutionen dar, sondern ein zusätzliches ökonomisches Handlungsfeld. Ökonomisch ist dieses Handlungsfeld hinsichtlich der Logik der Netzwerkökonomie, der die Praxis der Konzeptkunst bereits in den 60er Jahren folgte.⁴⁸ Sie basiert weniger auf Produktion und Verkauf eines Produkts als auf der Bildung eines sozialen

46 Diese Betrachtungsweise deckt sich mit vielen Aussagen von Künstler/innen, Kritiker/innen und Theoretiker/innen der Zeit, die nicht selten zur argumentativen Untermauerung dieser These beigezogen werden. Stellvertretend sei hier nochmals auf die Medienberichterstattung zu Antins *100 Boots* verwiesen. (Siehe Leogrande 1973 (wie Anm. 45); Martin 1973, S. 45 (wie Anm. 45); Arts 1973; Richards 1971). Ein Künstler, der sich in seinen Schriften explizit zu einer institutionskritischen Praxis bekannte, war Daniel Buren (siehe Buren 1995).

47 Siehe Pascal Gielen (Hg.), „Institutional Imagination. Instituting Contemporary Art Minus the ‚Contemporary‘“, in: *Institutional Attitudes. Instituting Art in a Flat World*, Amsterdam/New York: Antennae, 2013, S. 23.

48 Ich beziehe mich mit dem Begriff „Netzwerkökonomie“ auf die soziologischen, philosophischen und medientheoretischen Schriften von Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 188–204; Hardt/Negri 2003; Fisher 2007; Castells 2005.

Netzwerks und dem Austausch von Informationen, der sich gewinnbringend auf zukünftige berufliche Schritte auswirkt. Das bedeutet aber auch, dass die künstlerische Praxis, solange sie sich für die Vermarktung des eigenen Werks umsetzen ließ, weder Kritik an einer Institutionalisierung der Kunst noch die Zusammenarbeit mit Museen, Kunstmagazinen und Galerien ausschloss. Die Künstler/innen übten mit der postalischen Distribution weniger Kritik an den Institutionen selbst als an Formen der Institutionalisierung der Kunst.⁴⁹ Einer liberalen Auffassung folgend, richteten sie sich gegen die Einschränkung künstlerischer Autonomie durch erstarrte Normen und Institutionen, die das Werk, seine Ausstellbarkeit und Distribution betreffen.⁵⁰

Die Parallelen zur gegenwärtigen Diskussion, wie sie vor allem in Zusammenhang mit dem Internet in unserer vernetzten Gesellschaft geführt werden, sind unübersehbar. Unsere Arbeitswelt ist geprägt von Themen wie Mobilität, Konnektivität, Flexibilität, Kooperation, Dezentralisierung, Dehierarchisierung, Kommunikation und Kreativität. Diese Begriffe beschreiben zentrale Ideale der gegenwärtigen kapitalistischen Dienstleistungsgesellschaft und sind deckungsgleich mit jenen Kernkompetenzen, die auf dem Arbeitsmarkt gefordert werden.⁵¹ Und wie damals das Postnetz, birgt heute das World Wide Web ein strukturell bedingtes demokratisches Moment, das allerdings nur in beschränktem Maß eingelöst wird. Neben dem eingeschränkten Zugang zur Infrastruktur für einen Großteil der Bevölkerung liegt der Grund dafür im profitorientierten Nutzen und in der Kontrolle großer Teile des Webs durch global

agierende Konzerne.⁵² Wie zahlreiche Autoren nachweisen, wurde die Netzmetapher, die am prominentesten im Zusammenhang mit Netzwerk-Technologien verwendet wird, erfolgreich vom Kapitalismus vereinnahmt.⁵³

Analog dazu blieben Dominanzen und Hierarchien auch in der vernetzten Welt der frühen Konzeptkunst bestehen. Obschon jede Person mit einer Postadresse Empfänger/in von Antins Postkarten hätte werden können, war der Zugang zum Werk in Tat und Wahrheit beschränkt auf die Elite der Kunstwelt, deren Schlüssel Antins Mailingliste war. Das Beispiel lässt darüber hinaus Zweifel am Ideal der dezentralen Netzwerkproduktion aufkommen.⁵⁴ Die Werk- und Distributionsform von Ephemera ersparte der Künstlerin zwar das Pendeln zwischen Kalifornien und New York, gleichwohl endet *100 Boots* in New York City, einem der wichtigsten Kunstzentren in dieser Zeit, im Museum of Modern Art, der wahrscheinlich mächtigsten Kunstinstitution auf dem amerikanischen Kontinent. Die Ausrichtung an und die Anerkennung von Machtzentren der Kunstwelt blieb eine Bedingung dieser neu gewonnenen Mobilität, die es ermöglichte, abseits der Zentren, allein durch das

49 Die Künstler/innen stimmten in den Kanon eines damals populären Anti-Institutionalismus ein, ohne jedoch auf die Institutionen zu verzichten. Dieses widersprüchliche Verhältnis der Konzeptkunst zu den Institutionen führt Blake Stimson aus (Stimson 2009, S. 20–31).

50 Boltanski und Chiapello erklären die Verwendung des Netzwerkbegriffs in ihrem historischen Abriss über die Begriffsentwicklung mit dem Bedürfnis, allgemeine Formeln zu entwickeln, mit Hilfe derer beliebige Einheiten miteinander verbunden werden können. So diente etwa in der französischen Philosophie der späten 1960er Jahre die Netzmetapher der Kritik an allen möglichen Bezugsgrößen und erlaubte es, die strikten Trennungslinien zwischen den Ordnungen und Klassen, zwischen Institution und Selbstorganisation im Sinne einer allumfassenden konnektionistischen Fantasie aufzuheben (siehe Boltanski/Chiapello, 2006, S. 196–197). Dies mag auch den scheinbaren Widerspruch erklären, dass Antin die Struktur von Institutionen mittels eigenunternehmerischer Tätigkeit unterließ und zugleich ihre Arbeit in institutionellen Ausstellungen münden ließ.

51 Siehe Gielen 2010, S. 18–23.

52 Analog dazu ist auch das Postnetz trotz seiner Stellung als öffentlich-rechtliche Anstalt des Bundes von zunehmenden Ökonomisierungsprozessen betroffen. Der massive Abbau von Poststellen in kleineren Gemeinden hat vor allem in der älteren Bevölkerung Entrüstung ausgelöst. Die neue Postverordnung, z.B. in der Schweiz, die nach langem politischen Seilziehen vom Bundesrat im Sommer 2012 verabschiedet wurde, schreibt vor, dass die nächste Poststelle zu Fuß oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln innerhalb von 20 Minuten für 90% der Bevölkerung erreichbar sein muss; oder dass die Öffnung von Briefkästen mindestens die Maße von 2,5 x 25 cm betragen muss (nach Art. 33). Der Bundesrat möchte so die Mindestanforderungen an ein demokratisch strukturiertes Postnetz einhalten. (Siehe Pascal Krauthammer, „Weiterhin ein anständiges Postnetz“, Audiobeitrag in: *Rendez-vous*, 30.8.2012, 12.30 Uhr, DRS 1, DRS 2, DRS 4 News und DRS Musikwelle, Zürich: SR DRS, 2012, <https://www.srf.ch/sendungen/rendez-vous/weiterhin-ein-anstaendiges-postnetz>). Die Machtverhältnisse von Netzwerken beschreibt Alexander Galloway aus medienhistorischer Perspektive. (Siehe Alexander R. Galloway, *Protocol. How Control Exists After Decentralization*, Cambridge, MA: MIT Press, 2004, sowie Galloway 2014).

53 Boltanski und Chiapello zeichnen den Legitimierungsprozess nach, in dem das Netzwerk als Bedingung für Werte wie Unabhängigkeit, Mobilität und Flexibilität steht. Der Begriff des „Netzwerks“, der bislang negativ oder technisch verstanden wurde, erfährt in den 1990er Jahren, unter anderem in der Managerliteratur, eine Verallgemeinerung und Aufwertung. (Siehe Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 191–204). In den letzten Jahren erschien zu diesen Fragen auch eine große Anzahl an ideologiekritischen Publikationen. (Siehe stellvertretend Fisher 2007; Castells 2005; Virno 2003).

54 Das Ideal einer dezentral organisierten Kunstwelt wird beispielweise von Perreault in seinem Artikel zur MoMA-Ausstellung beschworen (siehe Perreault 1973).

Netz der Post, mit der Kunstwelt in Verbindung und als Künstlerin erfolgreich zu sein.⁵⁵ Die Verheißung nach Demokratisierung und Überschreitung der Grenzen des Kunstbetriebs, wie sie die Netzwerkmetapher transportiert, wurde im Vertrieb der Werke über das Postnetz nicht eingelöst. Dass die Rezeption der Konzeptkunst bei der Interpretation der Werke gleichwohl dem metaphorologischen Versprechen des Netzwerks unhinterfragt folgt, lässt sich im Rekurs auf Blumenfeld erklären. In seiner Theorie zur Metamorphologie beschreibt er, wie die Metapher *als* Bild gegenüber der realen Funktionsweise (des Netzwerks) eine mächtige Eigendynamik – im Sinne einer Utopie – entwickeln kann, die begrifflich nicht einzuholen ist, aber auf die Theoriebildung Einfluss nimmt.⁵⁶

In *100 Boots* wird das neue Verhältnis der künstlerischen Produktion zu Mobilität und Dezentralität als ambivalente Größe verhandelt. Die Reise, die mit den Abenteuern der Stiefel eingeführt wird, entpuppt sich bald als Fiktion, die einzig auf den Postkarten suggeriert wird. Die Stiefel, ebenso wie Ephemera Platzhalter für Fortbewegung, stehen sinnbildlich für diese neu gewonnene Mobilität, die das physische Reisen obsolet macht. Im Kontrast dazu steht die Ausstellung im MoMA, die – aller Mobilität zum Trotz – das Thema des Reisens durch den umständlichen Transport der 100 Stiefel nach New York, sehr materiell werden lässt und die Frage aufwirft, wo die Grenzen der Netzwerkmobilität erreicht sind.

100 Boots steht für eine künstlerische Praxis der frühen Konzeptkunst, die bereits in den späten 1960er Jahren eine Entwicklung unserer heutigen Netzwerkgesellschaft vorzeichnete und Werte wie Mobilität, Flexibilität und Dezentralität vorwegnahm. Die Künstler/innen entwarfen mit der Produktion und Distribution von Ephemera die Idee einer vernetzten Welt, in

der die Ambivalenz zwischen Demokratie- und Kapitalversprechen ebenso Ausdruck fand wie ein neues unternehmerisches Selbstverständnis der Künstler/innen, mit dem sich die Möglichkeiten der vernetzten Welt gewinnbringend ausschöpfen ließen.

Künstlerische Verwaltung des multiplen Werks

In den 1990er Jahren realisierte Eleanor Antin eine zweite Werkversion von *100 Boots*: eine vollständige Serie von 51 Postkarten in einer Auflagehöhe von 25. Jede Karte ist nummeriert, die erste der Serie von der Künstlerin signiert. Bei einer Auktion von Christie's in New York City im Jahr 2010 wurde die Editionsnummer 2/25 für 32'500 USD verkauft.⁵⁷ Die Neuauflage bot Antin die Möglichkeit, das Werk zu verkaufen – eine Möglichkeit, die bei der ursprünglichen Version von *100 Boots* nur die Empfänger/innen der Postkarten hatten. Vor allem aber bleibt die Serie so in ihrer Vollständigkeit erhalten und kann heute entsprechend in Ausstellungen präsentiert werden.⁵⁸

Die Überlieferung von Ephemera wird nämlich durch die strukturelle Unvollständigkeit des Werks erschwert. Zwar sind Antins Postkarten von den Empfänger/innen sorgsam verwahrt oder befinden sich in Museen und Archiven, die sich des künstlerischen Wertes bewusst sind und *100 Boots* für die Mit- und Nachwelt sichern. Die unbekannte Anzahl der heute noch erhaltenen Karten von *100 Boots* ist aber über mehrere Kontinente verteilt; die Serien sind zum Teil unvollständig oder nicht mehr erhalten.⁵⁹

Werke in Form von Anzeigen, Einladungen und Ausstellungsankündigungen stellten neue Anforderungen an die Künstler/innen:

55 Antins Aussage über die Ausstellung *100 Boots* im MoMA, „I always knew they have to enter the museum to become art“, suggeriert zwar eine Kritik an der Definitionsmacht von Kunstinstitutionen. Gleichzeitig kommt darin auch die Bereitschaft zum Ausdruck, sich dem MoMA unterzuordnen. Das Zitat findet sich sowohl in Richards 1971, als auch in Laurie Johnston, „100 Boots to End Cross-Country March at Museum“, in: *New York Times*, 16.5.1973, S. 49. Das Verhältnis zwischen Institutionen und Netzwerken bildet auch heute einen zentralen Gegenstand der Diskussion um die Produktion von Kunst. Der Kurator und Aktivist Ben Vickers sieht die Dominanz von Institutionen innerhalb der aktuellen Gesellschaftsordnung darin begründet, dass Netzwerke zwar beweglich, aber nicht in der Lage sind, Erfahrungen und organisatorisches Wissen zu bewahren (siehe Vickers 2014, S. 39).

56 Siehe Blumenberg 1979, S. 10-15.

57 Siehe den Verkaufsnachweis der Auktion vom 11.11.2010: Christie's, *Sale 2357, Lot 430, Eleanor Antin, 100 Boots, 11.11.2010, New York, Rockefeller Plaza*, New York, 2010, <http://www.christies.com/lotfinder/Lot/eleanor-antin-b-1935-100-boots-5374099-details.aspx>. Unklar ist, wann Antin diese Edition realisierte.

58 In der Edition wird das Werk auf seinen Gehalt als serielle Bildergeschichte reduziert. Es verliert dadurch seine Eigenschaften als komplexes Referenzsystem, das durch Poststempel und Adressierung auf geografische und soziale Kontexte verweist. Dies wird etwa beim Vergleich mit jener Werkversion deutlich, die sich im Besitz der Kadist Foundation befindet. Sie umfasst zehn Karten, frankiert, entwertet und adressiert an Bob Smith, damals Kurator am Brand Art Center in Glendale, Kalifornien, und bezieht ihre Bedeutung gerade aus der Tatsache, dass die Karten versandt wurden. (Siehe Kadist Art Foundation, *Kadist Collections, Eleanor Antin, 100 Boots*, Paris, 2012, <http://kadist.org/work/100-boots>).

59 Da Antin die Adressliste während der Realisationsphase der Arbeit laufend veränderte, hat kaum jede/r Adressat/in ein vollständiges Set an Karten erhalten.

Konzeptbasierte Werke ließen sich auf dem Postweg äußerst effizient verbreiten. Sie konnten jetzt gleichzeitig in unterschiedlichen Kontexten auftauchen, wodurch die Bedeutung des „Originals“ ad absurdum geführt wurde. Dieses Kapitel fragt nach den Konsequenzen der netzwerkorientierten Produktions- und Distributionsweisen von Ephemera der frühen Konzeptkunst. Wie gingen Künstler/innen mit Werken um, die nicht länger durch einen in sich abgeschlossenen Gegenstand, sondern durch die Relationen seiner Teile zueinander bestimmt waren? In welchem Verhältnis steht ein textbasiertes künstlerisches Konzept zu seinen Ausführungen? Herausgefordert wurde in der Herstellung und Distribution von Ephemera nicht bloß ein modernistisches Verständnis des autonomen Einzelwerks, sondern auch der künstlerische Umgang mit dem eigenen Werk. Die Koordination von Produktion und Distribution stellte die Künstler/innen vor organisatorische und administrative Anforderungen, denn das Werk musste einerseits möglichst breit verstreut, aber zugleich – für seine Sicherung – auch kontrolliert werden.

Fragmentierungen des Werks

Dan Grahams vielbeachtetes *Schema (March 1966)* von 1967 ist Teil einer in den 1960er Jahren entstandenen Werkgruppe, die der Künstler eigens für den Abdruck in Magazinen konzipiert hatte. Das Werk ist beispielhaft für jene text- und konzeptbasierten Ephemera der frühen Konzeptkunst, die sich unbeschränkt oft realisieren lassen, weil sie einzig auf einem schriftlichen Konzept basieren. *Schema (March 1966)* ist eine Auflistung von Angaben über die Druckseite einer Publikation oder Zeitschrift: die Anzahl an Adjektiven, Adverbien, Nomen, das Verhältnis von bedruckter und unbedruckter Fläche, die Papierstärke, Schrifttypus, Größe oder Anzahl der verwendeten Zeichen (Abb. 23a und 23b). Wie Graham erklärt, sollte *Schema (March 1966)* als einzelne Seite in unterschiedlichen Zeitschriften abgedruckt werden. Bei jeder Veröffentlichung fällt dem Herausgeber die Aufgabe zu, die Daten dem jeweiligen Kontext der Magazinseite entsprechend zu vervollständigen.⁶⁰ Allerdings erweist sich *Schema (March 1966)* in seiner Ausführung als unabschließbar.

60 Der die Arbeit erläuternde Text findet sich bei fast allen Druckversionen, so auch in der Zeitschrift *Aspen*, Nr. 5+6, 1966/1967 (Graham 1966/1967). Als Wiederabdruck erschien der Text auch im 1972 herausgegebenen Katalog *Works* (Graham 1972, o. S.).

Da beim End-Druckvorgang im gedruckten Text minimale Abweichungen von der Vorlage entstehen, müssten die Angaben zum jeweiligen prozentualen Anteil von bedruckter und unbedruckter Seitenfläche fortlaufend korrigiert werden. Die Daten lassen sich deshalb niemals präzise angeben.⁶¹ *Schema (March 1966)* zitiert formal die Seite eines Magazins, dessen Inhalt die Arbeit selbst bildet. Werk und Kontext der Magazinseite fallen insofern zusammen, als das Werk als selbstreferenzielles Inventar für den Kontext dient. Indem das Werk aus gedrucktem Papier und aus Informationen auf dem Papier besteht, behauptet es sich einerseits als ein und dasselbe wie die physisch präsente Seite und reflektiert andererseits zugleich deren materielle Eigenschaften.⁶²



23a S. 142



23b S. 143

Das Werk existiert grundsätzlich in zwei Versionen: als unausgeführtes Konzept mit Platzhaltern für die zu vervollständigenden Daten (Abb. 23a) und als realisiertes Werk mit je nach Publikationskontext variierenden Zahlenangaben (Abb. 23b). Als Druckversion erschien *Schema (March 1966)* zwischen 1966 und 1969 allein in fünf verschiedenen Printmedien. Es handelt sich dabei um drei alternative Kunstmagazine, die, mit Ausnahme von *Aspen*, im direkten Umfeld der frühen Konzeptkunst entstanden.⁶³ die Winterausgabe von *Aspen*,

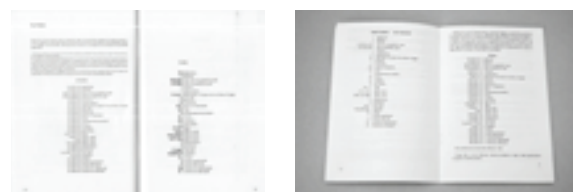
61 Dan Graham bezieht sich auf Kurt Gödels Unvollständigkeitstheorem. Siehe dazu die ausführlichen Erläuterungen in Stemmrich 2008, S. 18–21. Graham erklärt, dass alle zu vervollständigenden Daten in *Schema (March 1966)* voneinander abhängig seien, gegenseitig ad infinitum angepasst werden müssten und deshalb keine der Angaben abschließend präzise gesetzt werden könne (siehe Graham 1972, o. S.). Dieses Prinzip der Unabgeschlossenheit ist nur in Hinblick auf die prozentualen Angaben zur bedruckten und unbedruckten Fläche der Magazinseite nachvollziehbar, nicht aber in Bezug auf alle anderen Daten von *Schema (March 1966)*.

62 Die Selbstreferenzialität, die darin liegt, sich selbst zu zitieren, wiederholt sich auch im Werktitel: Mit „Schema“ wird eben das bezeichnet, was das Werk selbst darstellt.

63 Im Gegensatz dazu behauptet Alberro, dass die Veröffentlichung von *Schema (March 1966)* im industriellen Kontext der Magazine, das Werk einem breiten Publikum physisch zugänglich gemacht habe, dem Kunst sonst nur in Form von Reproduktionen bekannt sei. (Alberro 2004, S. 59).

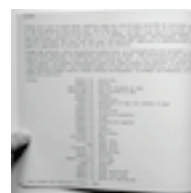
Nr. 5/6, 1966/1967 (Abb. 23a und 23b), die erste Ausgabe von *Extensions* 1968 (Abb. 24) und *Art-Language*, Bd. 1, Nr. 1, 1969 (Abb. 25). Zur Ausführung kam das Werk außerdem im 1969 erschienenen Katalog zur Gruppenausstellung *Konzeption/Conception* in Leverkusen (Abb. 26a–b), sowie in Dan Grahams selbstpubliziertem Buch *End Moments* aus dem gleichen Jahr (Abb. 27a–c).⁶⁴ Anders als bei *100 Boots* ist die Vierteiligkeit von *Schema (March 1966)* nicht auf seine serielle Ausrichtung zurückzuführen. Sie resultiert aus dem textbasierten Konzept, aus dem die Eigenschaften jeder spezifischen Version abgeleitet werden. Der Umstand, dass heute die entsprechenden Publikationen nur noch schwer erhältlich sind, macht den ephemeren Charakter dieser einzig als Druckmedien bestehenden Versionen und die damit verbundenen Probleme der Werksicherung deutlich.⁶⁵ Wie Antin hat deshalb auch Graham das Werk in eine verkäufliche Form gebracht. Er hat dadurch dessen Erhalt gesichert und darüber hinaus den Nachweis erbracht, dass dieses Werk Bestandteil seines Œuvres ist. Das belgische Sammlerpaar Herman und Nicole Daled hat *Schema (March 1966)* im Jahr 1971 über die Lisson Gallery für seine Sammlung angekauft. Das Werk umfasst 15 Papierdokumente (Abb. 28a bis 28d). Darunter befinden sich neben fotokopierten Druckversionen von *Schema (March 1966)* mehrere mit handschriftlichen Notizen ergänzte Schreibmaschinenblätter, von denen manche originale Druckvorlagen, manche ergänzende Texte des Künstlers sind, sowie einige handschriftliche Skizzen und Werkentwürfe. Alle Dokumente tragen die handschriftliche Signatur des Künstlers. Der Version wird dadurch der Status eines Originals verliehen und damit eine Hierarchisierung der Werkteile vorgenommen. Alle anderen, nicht signierten Werkversionen, wie sie in Druckmedien veröffentlicht wurden,

sind gegenüber dem Original auf ihren Status als Reproduktionen (dieses Originals) reduziert.



24 S. 144

25 S. 145



26a S. 146



26b S. 147



27a S. 148



27b S. 149



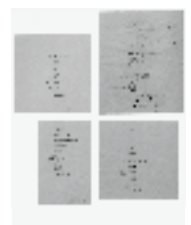
27c S. 150



28a S. 152



28b S. 153



28c S. 154



28d S. 155

64 Siehe Graham 1969b, S. 44–46; *Konzeption/Conception* 1969, o. S.; Graham 1969a, S. 14–15; Graham 1968, S. 22–23, und Graham 1966/1967, o. S.

65 Die Suche nach den Druckversionen wird zusätzlich dadurch erschwert, dass trotz der unzähligen Artikel, die bisher zu *Schema (March 1966)* entstanden sind, einzig der Nachdruck von *For Publications* ein vollständiges und fehlerfreies Verzeichnis über die Publikationsorte und -daten des Werks enthält (leider ohne die entsprechenden Werkabbildungen). (Siehe Graham 1991 (1975)). Erst 2008 zeigte der Händler und Ausstellungsmacher David Platzker in seinem New Yorker Ausstellungsraum und Buchladen *Specific Objects* in Zusammenarbeit mit Dan Graham in der Ausstellung *Vintage Dan Graham: Projects for Publications, 1966–2009* (15.6.–18.7.2009) sämtliche originalen Publikationen des Künstlers und hatte dafür auch alle Druckversionen von *Schema (March 1966)* zusammengetragen.

Grahams Dokumentensammlung ist für die Praxis der frühen Konzeptkunst eher ungewöhnlich. Zum „Original“ erklärt wird üblicherweise eine erste Niederschrift des Konzepts, aus dem sich alle Druckversionen ableiten lassen und dem

sie sich unterordnen. Ein solches handschriftliches „Ursprungsdokument“, das heute, gerahmt und ausgestellt, Zeugnis der künstlerischen *inventio* ablegt, hat Sol LeWitt 1973 an Herman und Nicole Daled verkauft. Die 15 Seiten umfassende Version von *Sentences on Conceptual Art* von 1968 besteht einzig aus einem handschriftlichen Manuskript und ein paar wenigen losen Notizen.⁶⁶

Partitur und Aufführung

Hierarchisierungen und Fragmentierungen, wie sie für die frühe Konzeptkunst bezeichnend sind, werden erst nachvollziehbar, wenn man die Nähe vieler Werke zu Partituren, Instruktionen und Performance-Notationen berücksichtigt, die bereits in der Happening- und Fluxusbewegung große Verbreitung gefunden haben.⁶⁷ So lässt sich in den frühen 1960er Jahren eine allgemeine Tendenz zur Produktion von Werken beobachten, in der ein generelles Template oder eine Idee unterschiedliche „spezifische“ Umsetzungen generieren. Diese können die Form einer Performance, eines skulpturalen Objekts, fotografischer Dokumente oder sprachlicher Statements annehmen.⁶⁸ Nelson Goodman bezeichnet solche Kunstwerke in seiner sprachphilosophischen Untersuchung als „allografisch“. Anders als autografische Werke, zu denen Zeichnungen oder Gemälde zählen, sind allografische Werke – gleich Musikpartituren – ohne Informationsverlust reproduzierbar. Sie bedingen die wiederholbare Kopierbarkeit von Symbolen, weil sie auf Notationssystemen basieren. Dagegen kann die Transposition autografer

Zeichenrealisierungen nicht ohne Informationsverlust stattfinden. Für die Frage nach der Authentizität eines Kunstwerks ist diese Unterscheidung von Bedeutung; in der Musik oder Literatur gibt es, anders als in der Malerei, so etwas wie Fälschung nicht.⁶⁹

Goodman folgend haben wir es bei vielen textbasierten Werken der frühen Konzeptkunst, wie bei Dan Grahams *Schema (March 1966)* oder Sol LeWitts *Sentences on Conceptual Art*, mit allografischen Notationssystemen zu tun. Kennzeichnend für sie ist die Unterscheidung zwischen Partitur und Aufführung. Diese Distinktion entspricht in der Konzeptkunst jener von Konzept und Form eines Werks – eine Differenzierung, die in den späten 1960er und 70er Jahren zum zentralen Moment der künstlerischen Praxis erhoben wurde. Viele Künstler/innen beharrten auf dieser Trennung, weil für sie das Werk einzig in der Idee bestand und nicht in den physischen Manifestationen, in denen diese Ideen realisiert wurden. Das Kunstobjekt sollte, mehr noch, zugunsten der Idee verschwinden.⁷⁰ Diese Trennung von Form und Inhalt – die erste Voraussetzung für die Form konzeptbasierter Werke – rekurriert implizit auf den Dualismus zwischen Geist und Körper, der die abendländische Kultur seit der Neuzeit prägt.

So hat beispielsweise der Künstler Joseph Kosuths besonders vehement darauf hingewiesen, dass seine Werke als reine sprachliche Abstraktion zu lesen seien.⁷¹ Die zahlreichen Photostats, die Kosuth von Lexikoneinträgen gefertigt hat, verstand er nicht als Kunst, sondern bloß als „specific representations“ – später nannte er sie Requisiten – für die generelle Idee, das Werk. Im Falle von Kosuth erwies sich das Bemühen um eine auf Sprache reduzierte Kunst als nicht realisierbar. Denn diesen Intentionen zum Trotz bildete sich auf dem Kunstmarkt bald eine große und bis heute anhaltende Nachfrage nach den oft großformatigen Photostats. Sie sind zu Kosuths unverwechselbarem künstlerischem Markenzeichen geworden.⁷²

66 Das Werk wurde 2010 in der Ausstellung *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979* im Haus der Kunst in München gezeigt und auch in den umfassenden Begleitkatalog aufgenommen. Bemerkenswert ist, dass der Katalog im Bildteil zwischen Werken und Archivmaterial unterscheidet. Gerade LeWitts *Sentences on Conceptual Art* sind beispielhaft für die fließenden Grenzen zwischen Archivmaterial und Kunstwerk in der Konzeptkunst. Ironischerweise schließt LeWitts Werk mit dem Satz „These sentences comment on art, but are not art“. Die Arbeit findet sich im Katalog unter der Rubrik „Werke“ (siehe Daled 2010, S. 226–229).

67 Siehe Kotz 2005. Zu den einflussreichsten Vertretern aus Fluxus und Happening gehören etwa George Brecht, John Cage oder Allen Kaprow. Eine umfassende Untersuchung zum Übergang von abstrakter Malerei zu konzeptuellen Strategien hat Julia Robinson am Beispiel der Partituren (Event Scores) von George Brecht vorgelegt. (Siehe Julia E. Robinson, *From Abstraction to Model. In the Event of George Brecht & the Conceptual Turn in the Art of the 1960s*, Dissertation, Princeton: Princeton University, 2008).

68 Siehe Kotz 2005, S. 3.

69 Siehe Goodman 1976, S. 127–221; Martin Fischer, „Schrift als Notation“, in: *Schrift, Medien, Kognition. Über die Exteriorität des Geistes*, hrsg. von Peter Koch und Sybille Krämer, Tübingen: Stauffenburg, 1997, S. 83–101.

70 Zum ersten Mal ausführlich beschrieben wurde dieses Dogma der späten 1960er Jahre im Vorwort von Lucy Lippards *Six Years. The Dematerialisation of the Art Object from 1966–1972*: „Conceptual Art, for me, means work in which the idea is paramount and the material form is secondary, lightweight, ephemeral, cheap, unpretentious and/or ‚dematerialized‘“ (Lippard 1997 (1973), S. vii–xxii, Zitat S. vii).

71 Am markantesten zeigt sich dies in Kosuths zahlreichen publizierten Texten (Kosuth 1991; Kotz 2005, S. 9–11).

Als (physische) Realisationen künstlerischer Konzepte befinden sich die Werke der frühen Konzeptkunst in einem permanenten Spannungsfeld: Sie sind einerseits Teil eines allografischen Notationssystems, in dem es kein eigentliches Original gibt, sondern jede einzelne Realisation ein eigenständiges Werk ist. Weil sich aber andererseits jede Realisation an einem Grundschema orientiert, kann sie ebenso gut, wie im Falle von Kosuth, als bloße Ableitung verstanden und damit gegenüber dem Grundschema abgewertet werden.

Anders als bei Kosuth, der dieses Spannungsfeld aufzulösen suchte, stellt Dan Grahams signierte Version von *Schema (March 1966)* das Vorhandensein eines Ursprungdokuments in Frage. Die zum Original erhobenen Kopien und Manuskripte erweisen sich als beliebige Sammlung von Dokumenten, von denen wenigstens die Fotokopien nur deshalb zu Originalen werden, weil sie die Signatur des Künstlers tragen. In ihrer Erscheinung erinnert die Version deshalb weniger an ein Kunstwerk denn an eine Dokumentensammlung aus dem administrativen Kontext, die gerade signiert und auf dem Weg zur nächsten Dienststelle autorisiert wurde. Man darf die Arbeit daher als Hinweis auf die von Willkür geprägte Praxis lesen, mit der (Kunst-) Institutionen einem beliebigen Gegenstand den Status „Kunst“ verleihen – eine Praxis, die Graham in Zusammenarbeit mit der John Gibson Gallery für *Schema (March 1966)* selbst anwendete.

Wenn nun aber ein Konzept eine Vielzahl an Realisationen generieren kann, in welcher Beziehung stehen diese zueinander? Haben wir es dann mit Werkteilen, Versionen oder gar unterschiedlichen Werken zu tun? Und ist es für die Bedeutung des Werks ausschlaggebend, welche Version wir ansehen, das heißt, verändert sich die Bedeutung der Versionen mit dem Publikations- respektive Präsentationskontext? Liz Kotz bezeichnet die jeweilige Umsetzung eines Konzepts nicht als Repräsentation oder Reproduktion, sondern als Spezifikation. Sie richtet das Augenmerk auf den Umstand, dass sich die Reproduktion je nach Kontext verändert, also *spezifiziert*.⁷³ Die Bezeichnung scheint zunächst gerade für Grahams *Schema (March 1966)* treffend, wird das Werk doch in unterschiedlichen Printmedien produziert. Jede abgedruckte

Version spezifiziert dabei das Konzept, indem es die Eigenschaften des (spezifischen) Kontextes, wie etwa die Typografie auf der Magazinseite, in sich aufnimmt und wiedergibt. Indem *Schema (March 1966)* objektsprachlich die formalen und materiellen Eigenschaften der Magazinseite (Papierstärke etc.) beschreibt und sich gleichzeitig metasprachlich selbst mit den sprachlichen Eigenschaften wie Anzahl Nomen und Adjektive zitiert, löst sich die Aussage des Werks im Kontext auf. In Absetzung zu einem als autonom aufgefassten Werk weist *Schema (March 1966)* also eine Struktur auf, die sich gegenüber dem Präsentationskontext als durchlässig erweist.

Allerdings bestätigt sich diese Kontextspezifität in der Ausführung des Werks nur beschränkt. Zwar verändern sich in den Druckversionen etwa die von den Herausgeber/innen gewählte Typografie, Papierqualität, das Format und die Zahlenangaben des Schemas. Weil jedoch das Werk auf der weißen Seite einen abgeschlossenen Raum für sich beansprucht und so andere Teile des Magazins auf den umliegenden Seiten nicht einbezogen werden, verharret der Kontextbezug in den Druckversionen auf einer formal abstrakten Ebene, in der das Werk nur auf sich selbst referiert.⁷⁴ Die einzelnen Spezifikationen fügen dem Konzept also weder zusätzliche Bedeutungsebenen hinzu, noch dienen sie einem besseren Verständnis des Werks. Für Letzteres ist vielmehr die Lektüre des Begleittextes zum Konzept und des Grundschemas notwendig, die Graham in den Jahren 1967 bis 1968 immer mitabdruckte (Abb. 23 bis 27).⁷⁵

72 Dieser Erfolg ist nicht zuletzt auf Kosuths professionelle Selbstvermarktung zurückzuführen. Eine ausführliche Analyse hierzu findet sich in Alberro 2003, S. 27–42.

73 Siehe Kotz 2005, S. 14.

74 In Anlehnung an die Praxis der Minimal Art findet hier ein bloß formaler Kontextbezug statt. Er stellt sich nur in Bezug auf Materialität, Dimension und Raum her, nicht jedoch in Hinblick auf soziale Aspekte. Die Magazinseite ist vergleichbar mit einem neutralisierten White Cube. Dagegen versteht Alberro *Schema (March 1966)* am Übergang zwischen einer phänomenologischen Auffassung von Ortspezifität der Minimal Art und einem strukturalistischen Zugang zur Kontextspezifität, wie er in der Konzeptkunst bedeutsam wird (Alberro 2004, S. 57).

75 Weil sich die einzelnen Ausführungen formal teilweise sehr ähnlich sind, ist es nicht immer einfach, eine angewandte Werkversion von einer Reproduktion zu unterscheiden. Dies wird weiter durch den Umstand erschwert, dass in vielen Monografien und Katalogen zu Grahams Œuvre sämtliche Druckversionen wiederum als Reproduktionen (und nicht als Spezifikationen des Schemas) abgebildet sind. Die vom Künstler und der Lisson Gallery 1972 herausgegebene Monografie *Works* versammelt verschiedene Versionen von *Schema (March 1966)* als Reproduktionen. Darunter mischen sich auch Druckvorlagen, die nie in Magazinen erschienen sind, was eine Übersicht zusätzlich beeinträchtigt. Graham gibt dadurch eine Lesart des Werks vor, die nicht länger zwischen dem angewandten Werk und seiner Reproduktion unterscheidet. Er blendet die Rahmenbedingungen der Realisation mit ihren eigenen Gesetzmäßigkeiten aus. Zugleich ermöglichen die Wie-



23a S. 142



23b S. 143



24 S. 144



25 S. 145



26a S. 146



26b S. 147



27a S. 148



27b S. 149



27c S. 150

Zeitschriften: Mediatisierte Orte der Kunstrezeption

Die Trennung von Konzept und Ausführung brachte es mit sich, dass ein und dasselbe Werk gleichzeitig in unterschiedlichen medialen Kontexten präsentiert werden konnte, ohne dabei den Status einer Edition oder Reproduktion anzunehmen. Die Veröffentlichung von *Schema* (March 1966) durch unterschiedliche Printmedien hatte so eine bisher ungekannte Verbreitung des Werks zur Folge. Gegenüber dem selbstorganisierten Postversand, den Eleanor Antin für *100 Boots* wählte, ermöglichte die Distribution über ein Printmedium eine noch mobilere, effizientere und dezentralisierte Werkproduktion. Graham überließ nicht nur die Ausführung von *Schema* (March 1966) den Herausgeber/innen. Er lagerte auch den Vertrieb an Zeitschriften und anderer Publikationsorgane aus, die ihrerseits die Dienste der Post nutzten. Mit der Wahl eines

derabdrucke eine Erhaltung des Werks. Über das Interesse von Künstler/innen an der Gattung des Werkkatalogs siehe Schneemann 2005a, S. 205–221, hier S. 210.

Printmediums wählte Graham zugleich seine Zielgruppe und konnte auf sein soziales Netzwerk zugreifen. Das Werk gelangte nun über die Mailingliste einer Zeitschrift an die Abonnent/innen, deren Zahl sich mit der Veröffentlichung in mehreren Printmedien vervielfachte.

Es ist aber nicht allein auf ihre Wirkung als Präsentationsverstärker zurückzuführen, dass außer Dan Graham gleichzeitig auch eine ganze Reihe anderer Künstler/innen – etwa Joseph Kosuth, Stephen Kaltenbach oder Adrian Piper – Printmedien als Ausstellungs- und Distributionskontext ihrer konzeptbasierten Werke wählten. Kunstmagazine gewannen, besonders im New Yorker Umfeld, im Laufe der 1960er Jahre bedeutenden Einfluss auf den Kunstmarkt, den Fachdiskurs und die öffentliche Wahrnehmung. Ihre zunehmende Relevanz als Ort der Vermittlung und Präsentation von Kunst hatte bedeutende Konsequenzen für die Kunstproduktion der Zeit.

Wie Alberro dargelegt, griff im Zuge des Wirtschaftsaufschwungs der 1960er Jahre in den USA der Glaube an ein ungebrochenes Wachstum auch auf den Kunstmarkt über. Kunst wurde zu Rekordpreisen verkauft und Gegenstand von Spekulationen. Eine neue Klientel entstand im Umfeld der New Yorker Börse, die im Sammeln von Kunst eine ähnliche Form von Abenteuer und Risiko fand wie in der Privatwirtschaft.⁷⁶ Mit steigender Zahl neuer Sammler/innen entstanden während der 1960er Jahre zum einen viele neue Galerien, zum andern aber auch Kunstmagazine. Die Gründe für diese Gleichzeitigkeit liegen in der gegenseitigen ökonomischen Abhängigkeit von Zeitschriften und Galerien im Kunstbetrieb. Diese lässt sich bis heute beobachten: Die Zeitschriften finanzieren sich wesentlich über den Anzeigenmarkt, der sich vor allem über Galerien speist. Im Gegenzug verfügen die Magazine über größere Publizität und leisten für die Galerien einen wesentlichen Teil der Vermittlungs- und Promotionsarbeit. Wirkt diese Promotionsarbeit für die Galerien verkaufsfördernd, so ermöglicht sie weitere Investitionen in Form von Anzeigen usw.

Wie sehr die Magazine damals von einem florierenden Kunstmarkt profitierten, zeigte sich etwa darin, dass Artforum seinen Anzeigenanteil zwischen 1962 (im ersten Heft) und 1970 von sechs auf 43 Seiten erhöhte.⁷⁷ Der große Ein-

⁷⁶ Siehe Alberro 2003, S. 3, 7.

⁷⁷ Siehe ebd., S. 11. Aufschlussreich ist ebenfalls Jennifer Wells' Analyse des New Yorker Kunstmarktes in Bezug auf die Pop Art der 1960er Jahre. (Jennifer Wells, „The Sixties. Pop Goes the Market“, in: *Definitive Sta-*

fluss dieses relativ geschlossenen ökonomischen Systems auf den Diskurs innerhalb des Ausstellungsbetriebs war in den 1960er Jahren relativ neu.⁷⁸ Die zunehmende Bedeutung der Magazine war indes nicht auf ihre ökonomische Funktion beschränkt. Ihnen fiel eine grundlegendere Rolle für die Popularisierung der Gegenwartskunst zu. So genannte „experimentelle Kunst“ gewann im Laufe der 1960er Jahre nicht nur zunehmend an Marktwert, sondern auch an öffentlicher Anerkennung und wurde zum Gegenstand des Interesses für die Massenmedien.⁷⁹ Technische Entwicklungen im Druckbereich und die neuen Bedürfnisse eines wachsenden kunstaffinen Publikums trugen zu einer neuen Bildkultur der Magazine bei.⁸⁰ Und mit wachsendem Bildanteil stieg wiederum die Bedeutung der Magazine als primärer Ort der Kunstrezeption.⁸¹ Die neue Visualität untermauerte die Bedeutung der Magazine für die Popularisierung und Vermarktung der Kunst, wie sie für den Kunstmarkt wichtig waren. Dass hier von den Museen bisher nicht die Rede war, hat den einfachen Grund, dass sie für die Ausstellungspraxis während der Entstehungszeit der Konzeptkunst eine untergeordnete Rolle spielten. Anders als eine Reihe von Galerien, die sich schon früh auf Konzeptkunst spezialisierte, stellten die meisten Museen erst im Laufe der 1970er Jahre verbreitet Konzeptkunst aus.⁸²

Die strukturellen Verschiebungen im Kunstbetrieb, zu denen es damals kam, lassen Zweifel

tements. American Art 1964–1966, hrsg. von Kermit Champa, Providence: Brown University Press, 1986, S. 53–61).

- 78 Diese Entwicklung beginnt bereits nach dem Zweiten Weltkrieg, wie Christine Biancos Betrachtung des Verhältnisses von Medien und Kunstmarkt in der Pop Art und dem Abstrakten Expressionismus aufzeigt. (Christine Bianco, *Selling American Art. Celebrity and Success in the Postwar New York Art Market*, Gainesville: University of Florida, 2000, S. 41–52).
- 79 Siehe Alberro 2003, S. 7.
- 80 John Campbell McMillian betont die Bedeutung technischer Fortschritte für die Entstehung zahlreicher alternativer Magazine. (John Campbell McMillian, *Smoking Typewriters. The Sixties Underground Press and the Rise of Alternative Media in America*, Oxford: Oxford University Press, 2011).
- 81 Siehe Allen 2011, S. 23. Für einen Abriss zur Geschichte der Entwicklung der Kunstmagazine siehe darin das Einführungskapitel, S. 16–23. Im Interview mit Nemer beschreibt Antin diese neue Situation mit Fokus auf das Publikum: „[...] people talk about the works of Carl Andre and Robert Morris who were never in New York when either of them were showing. They’ve seen little pictures of their works in magazines and discuss them with perfect impunity.“ (Antin in Nemer 1972, S. 17).
- 82 Für eine umfangreiche Materialsammlung zum professionellen Netzwerk der frühen Konzeptkunst siehe Richard 2009. Die Autorin weist die ebenso internationalen wie familiären Beziehungsnetze der Konzeptkunstszene nach.

aufkommen an der verbreiteten These, die Künstler/innen hätten aus freien Stücken neue Ausstellungskontexte erschlossen, um damit Kritik an den Kunstinstitutionen zu üben. Wir müssen vielmehr annehmen, dass die Künstler/innen direkt vom zunehmenden Einfluss der Kunstmagazine und von den Publikumsbedürfnissen betroffen waren. Sie sahen sich mit der Notwendigkeit respektive Möglichkeit konfrontiert, sich stärker in einem massenmedialen Kontext zu verorten.⁸³ Die institutionelle Zusammenarbeit wurde von den Künstler/innen deshalb nicht so sehr unterwandert, als vielmehr auf Kunstzeitschriften ausgeweitet.⁸⁴ Dies ermöglichte ihnen eine mobilere und dezentralere Produktionsweise, die sich für eigene künstlerische Promotion gewinnbringend nutzen ließ. Die erfolgreichen Künstler/innen waren nunmehr die, welche ihre Werke am besten in Umlauf bringen konnten.⁸⁵ So berichtete beispielsweise Dan Graham 1970 in einem Brief seinem damaligen New Yorker Galeristen John Gibson von seinem Vorhaben, seine frühen Arbeiten in einer Publikation zu veröffentlichen, um den Verkauf derselben anzukurbeln. Zudem solle dann ein zweiter Katalog mit neuen Arbeiten entstehen, die er jedoch vorher in Kunstmagazinen platzieren wollte: „My goal will be to get individual pages on pieces published as widely as I can in various art magazines before this second catalogue comes out – and do new work to fill it out.“⁸⁶

- 83 Grahams Einschätzung zufolge waren die Berichterstattung und die fotografische Reproduktion allererste Bedingungen dafür, dass ein Artefakt als Kunst wahrgenommen wurde. Über die Definitionsmacht der Kunstmagazine schrieb er rückblickend: „[...] if a work of art wasn’t written about and reproduced in a magazine it would have difficulty attaining the status of ‚art‘. It seemed that in order to be defined as having value, – that is, as ‚art‘ – a work had only to be exhibited in a gallery and then to be written about and reproduced as a photograph in an art magazine. Then the record of the no longer extant installation, along with more accretions of information after the fact, became the basis for its fame, and to a large extent, its economic value.“ (Graham 1999 (1985), S. 12. Siehe auch Allen 2011, S. 13).

Bedeutsam ist, dass viele Konzeptkünstler/innen bereits in den 1960er Jahren in die Produktion von Kunstzeitschriften involviert waren, teilweise in der Rolle von Kunstkritiker/innen oder durch die Mitarbeit im Layoutbereich (siehe ABP Graham 2013).

- 84 Wie Sabeth Buchmann zu Recht konstatiert, brachte die Trennung von Idee und Ausführung konzeptbasierter Kunst den Künstler/innen eine bisher ungekannte ökonomische Autonomie gegenüber dem Kunsthandel. Die Autorin berücksichtigt jedoch nicht, dass sich die Künstler/innen mit der Publikation in Zeitschriften in ein anderes Abhängigkeitsverhältnis begaben. (Buchmann 2007, S. 23).
- 85 Siehe Alberro 2003, S. 16–23. Buchmann spricht in diesem Zusammenhang treffend von einer Verlagerung der (Objekt-)Produktion auf den Bereich der Distribution in der Konzeptkunst. Siehe Buchmann 2007, S. 23.

- 86 SMK Marzona ca. 1960–1980a.

Oft konnte Dan Graham die Absicht, seine Werke möglichst weit zu streuen, allerdings nur bedingt einlösen. Damals noch eher unbekannt, musste der Künstler jede Gelegenheit wahrnehmen, um seine Werke abzdrukken. Weil populäre Zeitschriften wie *Artforum* oder *Arts Magazine* seine frühen Arbeiten nicht oder jedenfalls nicht als eigenständige Arbeit abzdrukken bereit waren, musste er sie – wie bei *Schema (March 1966)* – in *Extensions* und *Art-Language* publizieren. Diese alternativen Zeitschriften kursierten nur innerhalb der Konzeptkunstszene und verstanden sich teilweise selbst als künstlerische Publikationsorgane.⁸⁷ Graham reagierte auf diesen Umstand später, indem er seine Werke für Kunstmagazine direkt im Anzeigenteil publizierte. In jedem Fall waren es die persönlichen Kontakte zu den Herausgeber/innen die es ihm ermöglichten, seine Werke in diesen Kontexten zu realisieren.⁸⁸

Grenzgänge zwischen Kontextkunst und Werbung

Die beschriebenen Entwicklungen im Kunstbetrieb sind bedeutsam für das Verständnis von Dan Grahams *Schema (March 1966)* und bilden darüber hinaus auch den thematischen Schwerpunkt des Werks. Im Unterschied zu Abbildungen und Texten in Kunstzeitschriften, in denen auf aktuelle Ausstellungen hingewiesen wird, bezieht sich *Schema (March 1966)* auf den Repräsentationskontext des Magazins selbst. Es verweist auf den Einfluss, den Elemente wie etwa das Erscheinungsbild eines Textes auf Bedeutung und Rezeption des Werks haben.⁸⁹ *Schema (March 1966)* spiegelt Funktionen des Betriebsapparates.⁹⁰ Die Wahl des Distributionsystems und des Präsentationskontextes, mit der das Werk in immer neue Erscheinungsformen gebracht wird, scheint deshalb eine zentrale

Bedeutung einzunehmen. Die nähere Analyse zeigt jedoch, dass *Schema (March 1966)* seine Aussage nicht aus den wechselnden Publikationskontexten bezieht, sondern vielmehr aus der Tatsache, dass es in diesen unterschiedlichen Kontexten auftreten kann. Die Arbeit bietet insofern eine allgemeine Reflexion über die Materialität von Information (die sich bereits beim Studium des nicht ausgeführten Grundkonzeptes erschließt) und über die paratextuellen Elemente von Printmedien.⁹¹ Entgegen der in der Literatur vertretenen Meinung ist *Schema (March 1966)* keine kontextspezifische Intervention, sondern ein Metakommentar über Kunstmagazine und ihre Bedeutung im Kunstsystem.⁹²

Umso deutlicher wird dies beim Vergleich mit einer Anzeige, die 1969 in der Januar-Ausgabe von *Artforum* erschien. Sie warb für die von Seth Siegelau kuratierte Ausstellung 5–31 January 1969 und erinnert in ihrer Erscheinung unmittelbar an Dan Grahams *Schema (March 1966)* (Abb. 29a und 29b).⁹³ Der Galerist nahm ohne Grahams Wissen und Zustimmung *Schema (March 1966)* als Vorlage für die Anzeige seiner Gruppenausstellung, in der Dan Graham nicht vertreten war. Letzterer hatte bis zu unserem Gespräch keine Kenntnis darüber, dass diese Anzeige existierte.⁹⁴ Sie weicht von Grahams Vorlage ab, indem die Auflistung nicht länger rein sprachliche Textmerkmale aufnimmt, sondern auch die Besucherinformationen zur Ausstellung. Wir erfahren darin, dass 32 Werke von 4 Künstlern – „1 Robert Barry, 1 Douglas Huebler, 1 Joseph Kosuth, 1 Lawrence Weiner“ – zu sehen seien und dass die Ausstellung von 2000 gedruckten Katalogen begleitet werde.

87 Siehe ABP Graham 2013. Zur Geschichte dieser „Künstlerzeitschriften“ siehe Allen 2011.

88 Siehe ABP Graham 2013, sowie seine Erklärung zur Arbeit *Detumescence* in Graham 1972, o. S.

89 Stemmrich beschreibt dagegen die Magazine als nicht etablierte Orte der Berichterstattung über Kunst. Anders als in Museen und Galerien würde in Magazinen nicht darüber bestimmt, was Kunst ist und was nicht (siehe Stemmrich 2008, S. 15–16). Im Widerspruch dazu behaupte ich, dass Graham mit *Schema (March 1966)* gerade auf die neue Definitionsmacht von Kunstzeitschriften hinwies und darauf, wie sehr die Reproduktion von Werken in Zeitschriften die öffentliche Wahrnehmung und Anerkennung eines Kunstwerks beeinflusste.

90 Siehe Alberro 2004, S. 58.

91 Gerard Genette definierte Paratexte als „alle jene Begleittexte [...], die einem literarischen Werk auf seinem Weg durch die Öffentlichkeit zur Seite gehen.“ (Genette 2011 (1987), S. 7). Dazu zählen Elemente wie Titel, Fußnoten, Vorwort, aber auch formale Gestaltungselemente wie Schriftbild, Absatzgebung oder Typografie. Die Theorie stützt sich auf die Annahme, dass Veränderungen in der ökonomischen Struktur des Verlagswesens auch zu Veränderungen der Paratextgestaltung führten. Paratexte seien deshalb immer abhängig von kulturellen Konventionen und dienten als Elemente der Rezeptionssteigerung.

92 Alberros Behauptung, die Anwendungen von *Schema (March 1966)* thematisierten deshalb die politische Dimension von Kunstzeitschriften, weil sie in Beziehung mit anderen Magazininhaltungen wie Ausstellungsbesprechungen, Anzeigen, Artikeln und Abbildungen gesetzt würden, trifft gerade nicht zu (siehe Alberro 2004, S. 58).

93 Siehe Siegelau 1969b, S. 12. Es handelte sich dabei um Siegelau's erste Gruppenausstellung, bestehend aus dem Katalog selbst. Die beteiligten Künstler waren Robert Barry, Douglas Huebler, Joseph Kosuth und Lawrence Weiner.

94 Siehe ABP Graham 2013.

Grahams ursprüngliches Schema der selbstreferenziellen Inventarisierung von Daten wurde dahingehend verändert, dass nicht mehr die sprachlichen Fakten der Magazinseite zitiert, sondern stattdessen die Ausstellungsdaten und die Telefonnummer von Seth Siegelaub aufgelistet waren.



29a S. 156



29b S. 157

Im Gegensatz zu *Schema* (March 1966) nimmt Siegelaubs Version inhaltliche Bezüge zum Kontext der Magazinseite auf. Mit den Zeilen „0 Objects, 0 Painters, 0 Sculptures“ beginnend, verweist sie unmissverständlich auf die unten und nebenstehenden Anzeigen der New Yorker Galerie Graham und Nicholas Wilder.⁹⁵ Beide werben für gleichzeitig stattfindende Ausstellungen mit Vertretern der klassischen Moderne oder zeitgenössischen Künstlern, die in den Bereichen der Malerei oder Skulptur arbeiten. Von diesem traditionellen Verständnis von zeitgenössischer Kunst distanziert sich Siegelaubs Ausstellungsankündigung nachdrücklich. Ein anderes in der Anzeige zum Ausdruck kommende Distinktionsmerkmal der beworbenen Ausstellung ist das Fehlen einer Galerieadresse. Sie wurde durch die Telefonnummer des Galeristen ersetzt, unter der man den Katalog bestellen konnte.⁹⁶

Anders als die Originalversion von *Schema* (March 1966) bietet die Anzeige eine ganze Bandbreite von Lesarten an, die sich zufällig, das heißt, erst mit dem vom Herausgeber zugewiesenen Kontext der Magazinseite, entfalten. Siegelaub machte damit Gebrauch von der wenig beachteten ikonografischen Vielfalt des Anzeigenteils, auf den auch Marshall McLuhan hinweist.⁹⁷ Außerdem zeigt sich hier im Kontext

95 Beide Galerien existieren heute nicht mehr.

96 Siegelaub grenzte sich mit dieser Anzeige von herkömmlichen Werbeformaten ab. Seine unkonventionelle wie zukunftsweisende Informationspolitik zur Vermarktung seiner Künstler zielte weniger auf die Produktion von Objekten als auf die Zirkulation von Informationen. (Siehe Alberro 2003, hier besonders S. 13 und S. 40).

97 McLuhan 2003 (1964), S. 280: „Even in America, literate people have small skill in understanding the iconographic varieties of the ad world. Ads are ignored or deplored, but seldom studied and enjoyed.“

des Anzeigenteils, mit dem sich ein kommerzielles Kunstmagazin bereits damals finanzierte, die gegenseitige ökonomische Verbindung von Kunstmagazinen und dem Kunstmarkt im Kunstbetrieb ganz konkret.

Die Anzeige für die Ausstellung von Seth Siegelaub exemplifiziert und problematisiert den fließenden Übergang zwischen Kunstwerk und Werbung. Die künstlerische Entscheidung, das Werk in unterschiedlichen Printmedien (gleichzeitig) oder als Einladungskarte für mehrere Ausstellungen zu publizieren, führte nur in wenigen Fällen zu kontextbedingten Bedeutungsänderungen. Viele Werke erinnern deshalb an Werbekampagnen.⁹⁸ Beispielhaft dafür sind Robert Barrys *Closed Gallery Piece* von 1969 und Daniel Burens *Part 2 – Announcement To Read As A Guide To What Is To Be Seen* von 1973 (Abb. 30 und Abb. 1). Sie fanden sich nicht wie *Schema* (March 1966) in Printmedien und anderen Publikationen, sondern mehrmals als Einladungskartenmotive umgesetzt, die für verschiedene Galerienausstellungen warben.⁹⁹ Beide Werke ändern mit den wechselnden Kontexten zwar ihre Form, aber nicht ihre Bedeutung. Das angewandte Prinzip der Wiederholung führt hier zu einer Formalisierung des Werks, die an die Minimal Art und deren Anlehnung an industrielle Produktionsweisen erinnert.¹⁰⁰



30 S. 159



1 S. 113

98 Eine Ausnahme bildet Adrian Pipers Anzeigeserie *The Mythic Being*, die die Künstlerin zwischen 1973 und 1975 in *The Village Voice* publizierte.

99 In Burens Fall kündigte die erste Karte von 1970 institutionsunabhängige Aktionen in den Straßen New York Cities an. Auf diese folgten Einladungen zu Ausstellungen in der Galerie Yvon Lambert in Paris 1970/1971, in der Galleria Sperone in Turin 1972 und, wie bereits erwähnt, in der John Weber Gallery in New York 1973. Die Versionen unterscheiden sich leicht im Wortlaut und aufgrund der vorgenommenen Übersetzungen in die jeweilige Landessprache des Ausstellungsorts.

100 Interessanterweise wird diese Formalisierung der Werkversionen durch die Rezeption übernommen und verstärkt, indem die Kontexte der Arbeiten systematisch ausgeklammert werden. Dies gilt besonders für Anzeigen, die zur Bebilderung von Katalogen aus dem Kontext der Zeitungsseiten herausgeschnitten wurden. (Siehe beispielsweise Graham 1972, o. S.; Alberro 2004, S. 51–52; Stemmerich 2008, S. 18–19). Analog dazu verhält es sich mit den Abbildungen von Einladungskarten, etwa bei Barrys *Closed Gallery Piece*, bei denen wir nichts zur Kooperation mit der entsprechenden Institution oder der dazugehörigen Ausstellungen erfahren. (Siehe zum Beispiel *Some Places to Which We Can Come*. Robert Barry. *Works 1963-1975*, Ausst.-Kat. Nürnberg, Kunsthalle Nürnberg, 18.9.–16.11.2003, und Aarau, Aargauer Kunsthaus, 15.5.–15.8.2004, hrsg. von Kunsthalle Nürnberg und Aargauer Kunsthaus,

Die Netzwerkverwalter

Der neue Produktionskontext generierte neue Anforderungen an die künstlerische Arbeit. Um sich in einem Kunstbetrieb zu positionieren, in dem durch Magazine vermittelte Information immer bedeutender wurde, mussten die Vertreter/innen der Konzeptkunst zunehmend soziale, organisatorische und verwalterische Aufgaben wahrnehmen. Das Knüpfen von Kontakten zu unterschiedlichen Vertreter/innen von Kunstinstitutionen und anderen Akteur/innen der Kunstszene wurde zur Voraussetzung, um das Werk, in Form von Ephemera oder Ausstellungen, gleichzeitig über die entsprechenden Medien zu verbreiten und in den Institutionen platzieren zu können.

Dies belegen die zahlreichen Korrespondenzen zwischen den Galeristen Franco Toselli, John Gibson und Rolf Preisig mit Konzeptkünstlern wie Douglas Huebler, Michael Asher, Sol LeWitt, Richard Long, Robert Smithson oder Dan Graham aus den frühen 1970er Jahren.¹⁰¹ Sie kreisen fast ausschließlich um Belange der Terminierung von Ausstellungen und Publikationen sowie um Verkäufe und die damit verbundenen finanziellen Fragen. In den Briefwechseln wird außerdem deutlich, dass die circa 20 Personen umfassende Gruppe männlicher Vertreter der jungen Konzeptkunstströmung, deren Arbeiten kanonbildend werden sollten, über ein gemeinsames professionelles Netzwerk verfügte. In den Biografien der Künstler finden sich denn auch die immergleichen Namen von ein paar wenigen international agierenden Galerien. Zu diesen gehören auch die Galleria Toselli in Mailand, die John Gibson Gallery in New York und Rolf Preisig in Basel.¹⁰²

Bielefeld: Kerber Verlag, 2003, S. 8; *Jenseits des Bildes/Beyond the Picture. Werke von Robert Barry, Sol LeWitt, Robert Mangold, Richard Tuttle aus der Sammlung Dorothy & Herbert Vogel*, New York, Ausst.-Kat. Bielefeld, Kunsthalle Bielefeld, 3.5.–5.7.1987, hrsg. von Kunsthalle Bielefeld, Bielefeld: Kunsthalle, 1987, S. 98–99).

101 Siehe auch SMK Marzona ca. 1960–1980a. Die Korrespondenzen von Franco Toselli, 1971–1977, und John Gibsons, 1969–1975, sind Teil des Archivs der Sammlung von Egidio Marzona (SMK Marzona ca. 1960–1980). Sie sind als Bestandteil der Staatlichen Museen zu Berlin und der Kunstbibliothek in Berlin heute öffentlich zugänglich. Die Korrespondenzen Rolf Preisigs umfassen die Jahre 1973–1979 und sind im Privatbesitz des in Zürich lebenden, ehemaligen Galeristen.

102 Siehe Richard 2009. Es besteht keine Verwandtschaft zwischen mir und Rolf Preisig. Eine Einladungskarte von Daniel Buren, die an Barbara und Rolf Preisig adressiert war und die ich bei der Recherche in der Kunstbibliothek Berlin entdeckte (Abb. 52a–b), veranlasste mich dazu, den ehemaligen Galeristen zu kontaktieren. Für weitere Details zur Spurensuche nach meinem Namensvetter siehe Preisig 2011.

Die künstlerische Arbeit verschob sich bei textbasierten Werken von der Ebene der Werkproduktion auf die der Vermittlung und Planung der Distribution. Entsprechend beschrieb Seth Siegelau die Bedeutung seiner Kontaktliste: „I personally value my network of booksellers and my mailing list throughout the world as a very important aspect of what I do.“¹⁰³ Als organisatorische Herausforderung stellte sich vor allem die Planung der nunmehr an verschiedenen Orten gleichzeitig stattfindenden Ausstellungen heraus. Nicht selten wurde ein Werk, das bereits mehrfach gezeigt wurde, zusammen mit Instruktionen zur Präsentation an den Galeristen geschickt, was die Präsenz des Künstlers in der Kunstwelt enorm erhöhte.¹⁰⁴ In einem Briefwechsel organisieren Seth Siegelau und Jan Dibbets eine Reihe von zum Teil gleichzeitig stattfindenden Ausstellungsprojekten.¹⁰⁵ Der Künstler spricht davon, Werke auf Vorrat zu produzieren und es dem Galeristen zu überlassen, diese mehrmals für verschiedene Ausstellungen weiter zu vermitteln.¹⁰⁶

Die professionelle Rolle der Konzeptkünstler/innen entspricht der Figur des Vermittlers, wie sie auch Boltanski und Chiapello als Bedingung für das Funktionieren einer projektbasierten Produktionsweise des gegenwärtigen Kapitalismus beschreiben. Im industriellen Kapitalismus war Arbeit gleichbedeutend mit Warenproduktion. Die heutige Arbeitsweise dagegen erfordert den Umgang mit Informationsquellen sowie das Vermögen, Vertrauen zu anderen aufzubauen und Projektpartner/innen zu motivieren. Das bedingt eine hohe Frequenz sozialer Begegnungen und die

103 „On Exhibitions and the World at Large. Seth Siegelau in Conversation with Charles Harrison“, in: *Studio International*, Nr. 187, Dezember 1969, S. 202.

104 Sie praktizierten damit eine frühe Form der heute so populären Wanderausstellungen.

105 Siehe Seth Siegelau, Brief an Jan Dibbets, 23.4.1969, sowie Jan Dibbets, Brief an Seth Siegelau, 14.5.1969 (MoMAA Siegelau 1966–1990, [I.B.8, Dibbets, Jan: *Correspondence, notes, mock-ups and photographs of artworks (including Jan Dibbets' Postcard piece), and some pamphlets*]).

106 Allein zwischen Ende April und Ende Juni 1969 war Dibbets in drei Ausstellungen vertreten, die sich für den Künstler bequem in seinem Atelier und über die Briefkommunikation realisieren ließen. Denn es handelte sich in zwei Fällen um Ausstellungen, die ausschließlich in gedruckter Form bestanden: Das *Art & Project Bulletin*, Nr. 9, 24.4.–21.5.1969, und eine Postkarte, die Dibbets in Zusammenarbeit mit Siegelau zwischen dem 9. und 30.5.1969 realisiert hatte. Dieses Vorgehen erkennt man auch in einem Brief von Dibbets an Toselli von 1971. Darin präsentierte der Künstler seinem Galeristen wegen Zeitknappheit eine fertig konzipierte Ausstellung. (Siehe Jan Dibbets, Brief an Franco Toselli, 11.11.1971 (GRI Getty Minimal/Conceptual 1969–1989 [Series II. *Letters to Franco Toselli (Galleria Toselli), 1917–1989*])).

Möglichkeit, sich in bestehende Netze einzugliedern.¹⁰⁷ „Der Unternehmergeist zeigt sich in der Vielzahl der unterschiedlichsten Projekte, die parallel zueinander in Angriff genommen werden können.“¹⁰⁸

Die Vertreter/innen zeichneten mit ihrer projektbasierten Vorgehensweise ebenfalls eine künstlerische Praxis vor, wie sie ähnlich in den 1990er Jahren unter dem Label „Relational Art“ diskutiert wurde. Zu deren Vertreter/innen zählen etwa Dominique Gonzalez-Foerster, Liam Gillick, Rirkrit Tiravanija, Philippe Parreno.¹⁰⁹ Die Künstler/innen betonten den ausgeprägten Dienstleistungscharakter ihrer Projekte, in denen sie Formen gemeinschaftsbildender Kollaboration anstrebten.¹¹⁰ Wie in der frühen Konzeptkunst bestand die künstlerische Arbeit der Relational Art aus einem hohen Maß an administrativen und aus kollaborativen Aufgaben, die analog zur Idee des Netzwerks temporär und egalitär organisiert sind.¹¹¹ Gemeinsam ist den Vertreter/innen der Konzeptkunst und der Relational Art außerdem, dass die Realisation des Werks zwar die Zusammenarbeit mit anderen Akteur/innen der Kunstszene bedingt, Autorschaft aber dennoch an den Einzelkünstler/die Einzelkünstlerin und sein/ihr Œuvre gebunden bleibt. So trat Dan Graham für *Schema (March 1966)* klassisch künstlerische Kompetenzen an die Herausgeber/innen der Zeitschrift ab. Dass

er ein konzeptbasiertes Werk schuf, auf dessen einzelne Versionen er nur noch beschränkt Einfluss hatte, ist als Absage an die Individualität des künstlerischen Ausdruckes zu deuten. Wie Antin lagerte er die Aufgaben von Distribution und Authentifizierung an eine privatwirtschaftlich organisierte Institution aus, die bislang nicht an der Werkproduktion teilhatte.

Das Löschen der personalisierten künstlerischen Handschrift wurde in der Konzeptkunst der 1960er und 70er Jahre zu einem grundlegenden Prinzip. Mit der Wahl des hoch aufgelegten drucktechnisch reproduzierten Werks machten die Künstler/innen ihre Absage an einen Werkbegriff deutlich, dessen Einzigartigkeit auf einen persönlichen Stil seines Urhebers oder seiner Urheberin zurückweist. Wie sich hier mit Blick auf die künstlerische Praxis zeigt, lassen sich der neue Kunstbegriff und das sich damit verbundene künstlerische Rollenverständnis nicht allein mit dem Hinweis auf die Kritik gegen ein modernistisches Kunstverständnis erklären.¹¹² Die Idee einer delegierten oder gebrochenen Autorschaft fügt sich stattdessen widerstandslos in die Logik der enthierarchisierten Netzwerkgesellschaft ein, in der ebenfalls hierarchische Strukturen in Frage gestellt werden und eine dezentrale Produktion angestrebt wird. Der Künstler/die Künstlerin ist darin einer von vielen Knoten, der sich potenziell mit allen anderen Knoten zwecks temporären Informationsaustauschs verbinden kann.¹¹³

Als direkte Folge einer netzwerkbasieren Produktionslogik formulierte sich in der Aneignung von Ephemera der Konzeptkunst ein verstärktes Bemühen um Kontrolle. Das vervielfältigte Werk und die neuen Distributionsformen erweitern zwar den Wirkungs- und Gestaltungsbereich der Künstler/innen. Zugleich droht jedoch dadurch auch ein Kontrollverlust über die Verfügungsgewalt des Werks, bei dem der Status des Originals nicht mehr länger gesichert ist. Dies ruft auf Seiten der Künstler/innen wie der Galerien das verstärkte Bedürfnis nach

107 Siehe Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 152–157. Siehe auch Bismarck 2003, S. 87–91. Sie erörtert, wie die Ausstellung seit den 1960er Jahren zunehmend zu einem Vermittlungsmedium wurde, in dem sich die Arbeits- und Handlungsfelder von Kurator/innen und Künstler/innen überlagern und in Konkurrenz zueinander treten.

108 Boltanski/Chiapello 2006 (1999), S. 156. Siehe auch Loacker 2010, das Kapitel *Das Projekt: Dominante Organisationsform der neuen Arbeitswelt*, S. 51–70.

109 Die Bezeichnung geht auf Nicolas Bourriauds gleichnamige Publikation *Relational Art* zurück. Der Autor benutzt darin eine Terminologie, die den Internetboom der 1990er Jahre widerspiegelt und in der die Netzwerkidee ebenfalls zum Tragen kommt. Die Anlehnung an das Netzwerk manifestiert sich auch in der Bezeichnung „Relational Art“, die die Hinwendung zu Prozess und Beziehungsstrukturen und die Verneinung fixer Objekteigenschaften betont (Bourriaud 1998). Die weitreichende Bedeutung des Netzwerks als Denkfigur für die Gegenwartskunst belegt auch die *Spike*-Ausgabe „The Network“ von 2014. (Siehe Galloway 2014 und Vickers 2014).

110 Stellvertretend sei hier auf Rirkrit Tiravanijas Aktionen verwiesen, die er häufig im Museum veranstaltete und an denen er die Besucher/innen mit thailändischem Essen bekochte.

111 Miwon Kwon beschreibt solche mobilen Formen ortsspezifischer Kunstpraktiken der 1990er Jahre, indem sie eben jene organisatorischen und administrativen Aufgaben ins Zentrum künstlerischer Arbeiten stellt (Kwon 1979, S. 103).

112 In der Literatur zur Konzeptkunst wird die Absage an einen unverwechselbaren handschriftlichen Gestus gemeinhin als Reaktion auf einen kunsthistorischen Diskurs gelesen, wie ihn Clement Greenberg vertrat. Ich verweise hier vor allem auf Greenberg 1939 und Greenberg 1961.

113 Die Komplexität und die Ambivalenzen kollektiven künstlerischen Arbeitens, die sich bereits in den 1960er Jahren entlang von aktuellen Produktionsbedingungen ereigneten, haben heute weiter zugenommen. Eine differenzierte Analyse des Themenkomplexes findet sich in der 2012 von Rachel Mader herausgegebenen Aufsatzsammlung *Kollektive Autorschaft in der Kunst. Alternatives Handeln und Denkmodell* (Mader 2012).

Werksicherung und Authentifizierung hervor.

Eine solche artikuliert sich sowohl in der nachträglichen Deklaration eines autorisierten „Ursprungsdokuments“, aber auch in den Selbstdokumentationen und in den Werknachweisen, wie sie sich häufig in Katalogen und Monografien finden. Dan Grahams und Eleanor Antins Beispiele sind hierfür exemplarisch.¹¹⁴ Mit dem Bedürfnis nach Klärung von Besitzverhältnissen stellten sich in der frühen Konzeptkunst neue Rechts- und Copyrightfragen, die sich im verbreiteten Einsatz von Kaufverträgen und Zertifikaten äußerten und den administrativen Anteil der künstlerischen Arbeit weiter ausdehnten.¹¹⁵

Die Künstler/innen lassen sich in ihrer neuen Rolle also nicht nur als postfordistische Netzwerker/innen und flexible Vermittler/innen ihres entmaterialisierten, mobil gewordenen Werks beschreiben. Gerade wenn es um Fragen des Besitzes und der Werksicherung geht, wird deutlich, wie sehr auch in der frühen Konzeptkunst die Vorstellung des mit Wert bemessenen Werks an das Objekt gebundenen bleibt. Dies hat zur Folge, dass die Künstler/innen als Verwalter/innen ihrer Werke die Vervielfältigung und Distribution mit einer auktorialen Geste steuern und kontrollieren.

Medienkunst im Offset-Druck

Daniel J. Boorstin erfasst die kulturellen und massenmedialen Entwicklungen in den USA zu Beginn der 1960er Jahre mit bemerkenswerter Klarheit. Mit Blick auf Journalismus, Populärkultur, Reisen und Kunst beschreibt er in *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*, wie das ewig Gültige und Wahre, das einmal das US-amerikanische Leben bestimmt habe, etwas Billigem, ja Künstlichem gewichen sei: einer Welt der Illusionen, produziert durch Massenkultur, Medien und die grafische Revolution. Im 1961 erschienenen Bestseller liefert Boorstin eine treffende Beschreibung des Sensationalismus in der Ära der Massenmedien in den USA und nimmt damit zentrale Themen der Postmoderne-Diskussion vorweg.¹¹⁶

Boorstin behauptet, die Flut an Bildern verzerrt unsere Urteilskraft so sehr, dass wir nicht mehr zwischen Realität und Bild unterscheiden könnten. Ausführlich widmet er sich in diesem Zusammenhang der Nachrichtenproduktion in den Medien. Die von Boorstin geprägten und in den Medienwissenschaften bis heute gebräuchlichen Begriffe des „Pseudoereignisses“ oder des „mediatisierten Ereignisses“ bezeichnen einen Anlass, der sich nicht spontan ereignet, sondern geplant, angeregt, arrangiert worden ist, und zwar vor allem zum Zweck der massenmedialen Berichterstattung. Der Erfolg des Pseudoereignisses misst sich daran, ob es medial aufgezeichnet wurde, zum Beispiel in Form von Fotografie, und ob Zeitungen, Magazine, Radio und Fernsehen darüber berichteten.¹¹⁷

Auch Ephemera der frühen Konzeptkunst nehmen die Gestalt von Pseudoereignissen an. Sie beziehen sich auf Ereignisse, die vor allem durch ihre mediale Vermittlung, durch die

114 So beschränkt sich die Reproduktion von *100 Boots* in Katalogen und Ausstellungen entweder auf die Bildseiten der Postkarten oder auf eine kleine Auswahl an verschickten Karten. Die für ein umfassendes Verständnis des Werks nötige Mailingliste ist in den Präsentationen nicht enthalten. Die Liste ist bisher nur ein einziges Mal im Rahmen einer Einzelausstellung gezeigt worden: 1995 in der Craig Krull Gallery, Los Angeles. Zur Rolle des Werkkatalogs für die (Re)konstruktion eines künstlerischen Werks siehe Schneemann 2005a.

115 Zu den Kaufverträgen und Zertifikaten sind in den letzten Jahren zwei Publikationen erschienen. Maria Eichhorn versammelt in *The Artist's Contract* zahlreiche Interviews mit Künstler/innen und anderen Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst über die vertraglichen Regelungen bei ihren Werkverkäufen. (Maria Eichhorn, *The Artist's Contract. Interviews with Carl Andre, Daniel Buren, Paula Cooper, Hans Haacke, Jenny Holzer, Adrian Piper, Robert Projansky, Robert Ryman, Seth Siegelaub, John Weber, Lawrence Weiner, Jackie Winsor*, hrsg. von Gerti Fietzek, Köln: König, 2009). Susan Hapgood und Cornelia Lauf fokussieren auf die Dokumente selbst sowie deren formale und inhaltliche Entwicklung. Den Blick lenken die Autorinnen dabei auf den Fetischcharakter, der oft von solchen Wertpapieren als Werkersatz ausgeht. (*In Deed. Certificates of Authenticity in Art*, hrsg. von Susan Hapgood und Cornelia Lauf, Amsterdam: Roma Publications, 2011).

116 Siehe Boorstin 1992 (1961). Das Buch beschreibt ein Phänomen, das sechs Jahre darauf von Guy Debord als „Gesellschaft des Spektakels“ geprägt wurde. (Guy Debord, *The Society of the Spectacle*, Detroit: Black & Red, 1970 (frz. *La société du Spectacle*, Paris 1967)).

117 Boorstin illustriert seine Theorie an der Geschichte eines Hotels, das nach neuen Wegen suchte, um sein öffentliches Image zu verbessern und so die Umsätze zu steigern. Der Public Relations Manager riet deshalb eine Feier zum 30-jährigen Jubiläum des Hotels zu veranstalten. Die Feier wurde dann auch abgehalten, war selbst aber nur Mittel für die mediale Berichterstattung. Letzterer wurde eine größere Wirkmacht darin zugeschrieben, das Bild des Hotels in der Vorstellung potenzieller Gäste zu prägen, als dem eigentlichen Event. (Boorstin 1992 (1961), S. 7–44, S. 10). Zum Gebrauch des Begriffs „Pseudoereignis“ in den Medienwissenschaften siehe Roland Burkart, *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*, Wien: Böhlau, 2002, S. 286–291.

Einladungskarte oder Anzeige, leben und von einer künstlerischen Auseinandersetzung mit medialen Übersetzungsprozessen zeugen. Zwischen einer „live“ stattfindenden künstlerischen Handlung und ihren medialen Repräsentationen verhandelnd, eigneten sich die Künstler/innen die Funktionsweisen von Fernsehen oder Radio an. Dazu zählen Simultanität, Virtualität, Portabilität und Mobilität.¹¹⁸ Die Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst imitierten die Möglichkeiten der damals neuen elektronischen Medien, virtuelle Realitäten zu erzeugen. Der Grund dafür, dass die Künstler/innen diesen neuen Medien dennoch einfache, damals bereits in Ablösung begriffene vorzogen, liegt nur zum Teil in den medialen Möglichkeiten von Ephemera selbst. Ebenso bedeutsam war eine Technologie-Skepsis, die sich damals gegen die US-amerikanische Kriegsindustrie richtete.

Pseudoereignisse

1969 kündigte Jan Dibbets mit einer Postkarte eine Aktion in Amsterdam an. Die zweigeteilte Bildseite zeigt eine Fotografie des Künstlers und eine Hausfassade. Einer der Balkone wurde nachträglich mit Filzstift mit einem „X“-Zeichen markiert (Abb. 31a). Die Rückseite der Karte erklärt den Zusammenhang der Bilder: An drei Tagen, jeweils um die gleiche Zeit, wird der Künstler die dargestellte Gebärde auf ebendiesem Balkon in Amsterdam ausführen. „On May 9 (friday), May 12 (monday) and May 30 (friday) 1969 at 3:00 Greenwich Mean Time (9:00 EST) Jan Dibbets will make the gesture indicated on the overside at the place marked ‚X‘ in Amsterdam, Holland.“ (Abb. 31b). Die Karte enthält eine nüchterne und präzise Beschreibung einer banalen Handlung. Sie bestand darin, zur angegebenen Zeit auf dem abgebildeten Balkon in Amsterdam den Daumen in die Luft zu halten. Innovativer, überraschender und interessanter als das hier beworbene Ereignis ist es, dass Dibbets dieser Handlung durch die Postkarte eine solche Publizität verlieh.

118 Für den Kunstkritiker Gregory Battcock offenbarte das Fernsehen durch seine Portabilität neue Möglichkeiten für die Kunst. Im Setting des Fernsehens sah er durch diese Mobilität der transportierten Informationen die Kunst und die Betrachter/innen von der Tyrannei des Objekts befreit. (Gregory Battcock, „The Sociology of the Set“, in: *The New Television. A Public/Private Art*, erschienen anlässlich der Tagung *Open Circuits. An International Conference on the Future of Television*, Museum of Modern Art, New York, hrsg. von Douglas Davis und Allison Simmons, Cambridge, MA: MIT Press, 1977, S. 22–23).



31a S. 160

31b S. 161

Boorstins Pseudoereignis existiert bei Jan Dibbets' Aktion nur noch als medial inszenierte Information.¹¹⁹ Die Postkarte überführt die künstlerische Aktion in ein Objekt und bildet nicht zuletzt ihre einzige Dokumentation. Jan Dibbets' Werk legt darüber hinaus die Inszenierung des Ereignisses offen. Der Karte fehlt nämlich die Angabe des genauen Veranstaltungsortes. Als medial inszenierte Aktion lässt sich auch Daniel Burens Ausstellung 1973 in der John Weber Gallery beschreiben. Die unscheinbare Einladungskarte, die er zu diesem Anlass verschickte, enthält statt der effektvollen Abbildung eines Kunstwerks eine schlichte Auflistung von Daten. Der als Tabelle gestaltete Text zählt akribisch auf, was in der angekündigten Ausstellung *Part 2 – Announcement To Read As A Guide To What Is To Be Seen* zu sehen sein wird. Statt Zeit- und Ortsangaben enthält die Einladungskarte aber nur das wenig informative Konzept für eine noch unrealisierte Arbeit *in situ* (Abb. 1). Anders als bei Dibbets fand die Ausstellung der Werke im Falle von Buren tatsächlich statt. Davon zeugen wenigstens die überlieferten „Photo Souvenirs“ (Abb. 32).



1 S. 113



32 S. 163

In beiden Fällen – und darin gleichen sie Boorstins Pseudoereignis – kommt den Einladungen selbst eine größere Bedeutung zu als den künstlerischen Aktionen. Wie viele Ephemera der frühen Konzeptkunst zeichnen sich Burens und Dibbets Beispiele durch die zweckentfremdete Aneignung von gedruckten Mitteilungs- und Werbeformaten aus. Dibbets erklärt mit der Einladung eine banale Handlung zum Großanlass und nimmt diese absurderweise bereits vorweg. Buren und Dibbets entziehen dem Publikum die für den Besuch

119 Siegelaub bestätigte in einer Skype-Korrespondenz vom 12.11.2010, dass keine künstlerische Aktion stattgefunden hatte (ABP Siegelaub 2010b).

der Ausstellung notwendigen Angaben und unterlaufen damit die Mitteilungsfunktion einer Einladung. Die beiden Künstler laden stattdessen zur Suche ein: Dibbets nach dem Ort des Künstlers in Aktion; Buren nach dem Ort, an dem sich das mysteriöse Werk befindet. Gerade dadurch aber wecken sie die Neugier der Rezipient/innen und lösen die Werbefunktion der Karte ein. In beiden Fällen wird im Kleingedruckten auf der Karte für weitere Informationen auf die Galeristen verwiesen.

Das im Laufe der 1960er Jahre zunehmend komplexe Verhältnis zwischen einem Ereignis und seiner medialen Berichterstattung sieht Boorstin als Folge davon, dass in der US-amerikanischen Gesellschaft Erfahrungen nur noch aus zweiter Hand, also durch die mediale Berichterstattung, vermittelt würden.¹²⁰ Dies führe zu einem neuen Verhältnis von Ereignishaftigkeit und zu einer steigenden Nachfrage nach Neuigkeiten. Die Produktion von medialen News nehme zu: „Demanding more than the world can give us we require that something be fabricated to make up for the world's deficiency.“¹²¹ Was Boorstin für die massenmedial inszenierten Pseudoereignisse beschreibt, gilt ebenso für Ephemera: Die Frage, wie interessant oder unerwartet eine Ankündigung ist und ob ein Event tatsächlich stattfand, trägt das Interesse an den Nachrichten wesentlich mit.¹²²

Anders als die Massenmedien nutzen die Künstler/innen das ambivalente Verhältnis von Realität und Inszenierung eines Ereignisses nicht allein zur Steigerung des Nachrichtenwerts ihrer Einladungen. Sie reflektieren die vorgenommenen Übersetzungsprozesse, indem sie die Inszenierung ihrer Werke, durch den Hinweis auf die Fiktionalität einer Aktion oder die Unterschlagung von Besucher/innen-Informationen, sichtbar machen. Dies hat zur Folge, dass angekündigte Handlung und Ankündigung zusammenfallen und Ephemera *selbst* zum Ort einer künstlerischen Handlung werden.

Liveschaltung

Bezeichnend für Ephemera der frühen Konzeptkunst ist, dass der künstlerische Auftritt nicht im Museum, sondern im nichtöffentlichen Raum stattfindet. Ephemera erreichen das Publikum zu Hause oder im Büro durch den Postversand. Dort muss das Kunstwerk, beim Durchsehen der Post und beim Blättern in einer Zeitung, aus allen möglichen anderen Informationen, Werbungen und Ankündigungen herausgefiltert werden, damit es überhaupt erst als solches gelesen werden kann. Anders als im herkömmlichen Ausstellungskontext, in dem die Informationen relativ isoliert präsentiert werden, und anders als bei der linearen Lektüre eines Fließtextes in Printmedien verlangt die Rezeption von Ephemera ein additives Lesen von sich gegenseitig überlagernden und begrenzenden Informationen.¹²³ Dieser Kontext unterscheidet sich markant von der traditionellen Kunstrezeption, die üblicherweise im von äußeren Einflüssen geschützten Museum stattfindet. Vielmehr gleicht die Situation bei der Rezeption von Ephemera unserer täglichen Navigation durch die Informationsflut.

Dieser neue Rezeptionskontext erschließt sich vor dem Hintergrund der in den späten 1960er Jahren sich rapide verbreitenden elektronischen Massenmedien. Die US-amerikanische Mittelschicht wurde damals geradezu überschwemmt mit massenmedial vermittelten Ereignissen. Der Fernseher belieferte nun die Privathaushalte mit bewegten „Live“-Bildern des Vietnamkrieges. Massiv veränderte sich dadurch die gesellschaftliche Wahrnehmung und Bedeutung von direkt übertragbaren Ereignissen. Philip Auslander untersucht in seinem Buch *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, wie das Fernsehen durch seine Möglichkeit, Live-Ereignisse in die Wohnzimmer zu bringen, zunehmend in Konkurrenz stand mit klassischen Live-Medien wie Performance und Theater.¹²⁴

120 In ähnlicher Weise äußerten sich auch Akteur/innen der Kunstszene über die zunehmend mediale Vermittlung. Sie führe dazu, dass die Öffentlichkeit nicht mehr direkt in Kontakt mit kulturellen Aktivitäten komme, sondern durch die Massenmedien informiert würde.

121 Boorstin 1992 (1961), S. 9.

122 Siehe ebd.

123 Für McLuhan unterschied sich die Lektüre des Buches von jener der Zeitung von allem Anfang an, und zwar, weil die Zeitung von Beginn an zu einer Mosaikform tendierte. (McLuhan 2003 (1964), S. 282).

124 Das Fernsehen ist imstande, Bild und Ton in einer scheinbaren Unmittelbarkeit zu vermitteln und sich *live* in ein räumlich und zeitlich entferntes Ereignis einzuschalten. „Television can ‚go live‘ at any moment to convey sight and sound at a distance in a way no other medium can (...) even though that way of using the medium is now the exception rather than the rule.“ Auslander vertritt die These, dass klassische „Live-Medien“ wie Theater oder Performance sich dem Fernsehen immer mehr annäherten, um der Dominanz von mediatisierten Darstellungsformen entgegenzuwirken. Eine klare Grenze zwischen *live* stattfindenden und medial

Als sich einige Konzeptkünstler/innen mit der Produktion und Distribution von Ephemera in den späten 1960er und frühen 70er Jahren ebenfalls – wenn auch in viel marginalerer Weise – den Privatraum des Publikums eroberten, setzten sie die Drucksachen in Beziehung zu den Wirkungsweisen der Massenmedien. Gleich einem Fernsehsprecher richtet sich Jan Dibbets auf der Einladungskarte aus dem Jahr 1969 direkt ans Publikum, um seine eigene Aktion anzukündigen. Im Gegensatz zum Fernsehen, bei dem die Sendeinhalte vom Publikum der 1960er Jahre als „live“ wahrgenommen wurden (abgesehen davon, ob es sich dabei tatsächlich um eine Echtzeit-Übertragung handelte), boten Ephemera den Rezipient/innen die Möglichkeit, über eben diese medialen Wirkungsweisen nachzudenken. Und indem die Realisierung einer künstlerischen Handlung oder Ausstellung unbestimmt blieb oder bereits als Fiktion oder Absenz intendiert war, wiesen sie auf die Bedingungen hin, unter denen soziales Handeln in einer medialisierten Kultur wahrgenommen wurde. Die Künstler/innen thematisierten damit die von Boorstin beschriebene Medialisierung der US-amerikanischen Gesellschaft der 1960er Jahre, deren Informationsfluss zunehmend professionalisiert und kontrolliert wurde.¹²⁵

Mediale Übersetzungen

Ephemera treten also mit anderen Formen von Ereignishaftigkeit in Beziehung, wie sie im von den Massenmedien geprägten Alltag vorkommen. Sie tun dies wesentlich durch die Inszenierung einer künstlerischen Handlung. Im Falle von Dibbets ist es die Geste auf dem Balkon, bei Buren das Kleben von Plakaten im Stadtraum. Augenfällig sind die Parallelen der Werke zur Performancekunst, deren Anfänge ebenfalls zurück in die späten 1960er und frühen 1970er Jahre reichen. Während aber gerade bei der Body Art – etwa bei Werken von Carolee

vermittelten Ereignissen hätte sich deshalb zunehmend aufgelöst, so sehr, dass es heute keine ontologische Unterscheidung zwischen diesen Formen mehr gäbe. (Siehe Auslander 1999, S. 7, Zitat S. 13).

- 125 Eine ähnliche künstlerische Strategie, in der die Mechanismen des Pseudoereignisses noch radikalisiert auftraten, entwickelte in den gleichen Jahren der argentinische Künstler Robert Jacoby. Im Mai 1966 produzierte er beispielsweise den Katalog zu einer Ausstellung, die nie realisiert worden ist. Seine Kritik gegen die Mythenproduktion der Massenmedien artikuliert Jacoby im Manifest *A Media Art*, das er in Buenos Aires im Juli 1966 zusammen mit zwei anderen, brasilianischen Künstlern herausgab (Alberro 1999, S. 140–142).

Schneemann oder Chris Burden – die Unmittelbarkeit des Live-Erlebnisses ideologisch im Zentrum eines neuen, entgrenzten Kunstbegriffs stand, enthalten Ephemera eine Reflexion über die Flüchtigkeit performativer Prozesse im beginnenden Medienzeitalter. Indem Ephemera zwischen der physischen Präsenz des Künstlers/der Künstlerin und seiner/ihrer medialen Präsenz vermitteln, weisen sie auf die Materialität hin, die jeder Kunstform unterliegt, oder anders formuliert: dass die Dokumentation eines performativen Aktes immer Mediatisierung bedeutet.¹²⁶

Gemeinsam ist dagegen vielen Werken der frühen Performance- und Konzeptkunst die Zweiteilung in vorgängig artikulierten Plan oder ein Konzept und empirisch-physische Ausführung dessen. Dies gilt unter anderen für die frühen Performances von Marina Abramović, Chris Burden, Bruce Nauman und Vito Acconci. Die gemeinsame Anlage der beiden Strömungen ist bisher vor allem durch die angelsächsisch geprägte Geschichtsschreibung der 1960er Jahre zu Unrecht ausgeblendet worden.¹²⁷

- 126 Die hier besprochenen Beispiele lassen sich deshalb auch als Hinweis auf das Problem der adäquaten Überlieferung der Performancekunst lesen. Besonders in den frühen Beispielen der 1970er Jahre sahen viele Künstler/innen einen unüberwindbaren Widerspruch zwischen der Performance-Dokumentation und der Idee von Unmittelbarkeit und *liveness*. In ähnlicher Weise wie Ephemera enthielten auch Werke früher Videokunst eine Reflexion über das Verhältnis zwischen der Unmittelbarkeit der künstlerischen Handlung und seiner medialisierten Form der Überlieferung. Ulrike Rosenbach beispielsweise tritt in ihrem Closed-Circuit-Verfahren in der Rolle der Performerin und der Dokumentaristin auf. In *Salto Mortale* (1978) hing Rosenbach kopfüber mit den Beinen an einer Schaukel über einem Salzkreis und filmte Fotografien, die an Stellwänden im Halbkreis die Schaukel umgaben. Die Bilder der Videokamera wurden gleichzeitig auf vier Monitore am Rande des Kreises übertragen. Die Projektionen von Bildern aus der Perspektive der Aktionskünstlerin waren somit Teil der Performance. Gleichzeitig leisten sie als Bandaufzeichnung eine Teildokumentation des Geschehens, wodurch die Grenze zwischen Dokumentation und dem performativen Akt verschwimmt. Für kritische Beiträge zum Verhältnis von Performancekunst und Dokumentation siehe Philip Auslander, „The Performativity of Performance Documentation“, in: *A Journal of Performance Art*, Bd. 28, Nr. 3, September 2006, S. 1–10; Marcel Bleuler, *Betrachterbeschwörungen. Filmische Performancedokumentationen und der Versuch einer systematischen Lektüre*, Dissertation, philosophisch-historische Fakultät, Universität Bern, 2013, sowie Jones 1997.

- 127 Kanonisch geworden ist stattdessen eine Lesart, in der die frühe Konzeptkunst als ausschließliche Auseinandersetzung mit geschlossenen linguistischen Systemen verstanden wird. Diese Lesart wird beispielhaft in einer Roundtable-Diskussion in *October* artikuliert, in der Krauss und Buchloh auf eine getrennte Analyse des linguistischen Paradigmas der Konzeptkunst und „gegenparadigmatischer“ Praktiken wie die der Performancekunst beharren (Krauss u. a. 1994, S. 18–19). Die performativen Aspekte von Sprache bleiben bei dieser Verortung ebenso unberücksichtigt wie die zentrale Rolle von bildgenerierenden Medien wie der Fotografie und deren Bedeutung innerhalb der Massenkommunikation.

Tatsächlich bewegen sich die Werke von Daniel Buren und Jan Dibbets ebenso wie die frühen Performances von Marina Abramović in einem Spannungsfeld zwischen Idee und Realisation, also zwischen dem Auftritt der Künstlerin und ihrer Repräsentation in einem Dokumentationsmedium. Im Falle ihrer 1974 aufgeführten Performance *Rhythm O* findet sich die Arbeit meist dokumentiert durch eine Fotografie und das Konzept (Abb. 33a–b).¹²⁸ In Bezug auf die überlieferte Form des Werks unterscheidet sich *Rhythm O* von konzeptuellen Werken nur in der jeweiligen Gewichtung von künstlerischer Handlung und Konzept.



33a S. 164

33b S. 165

Ein Ephemera-Beispiel, worin eine künstlerische Handlung in sehr direkter Weise vorgeführt wird, ist Adrian Pipers *The Mythic Being Village Voice Series*. Zwischen 1973 und 1975 veröffentlichte die Künstlerin in der alternativen New Yorker Wochenzeitung *The Village Voice* 17 Anzeigen.¹²⁹ Sie zeigen die immer gleiche schwarz-weiße Fotomontage: Vor ausgeleuchtetem Hintergrund, der an ein Studiosetting erinnert, erscheint in der linken unteren Ecke ein fotografisches Porträt von Adrian Piper, die die Gestalt einer männlichen Person mit Afro-Perücke, Schnurrbart, Sonnenbrille und Arbeiterkleidern angenommen hat.¹³⁰ Als Montage ins Bild gesetzt ist eine

Diese eingeschränkte Sichtweise führt zu einer Dichotomie zwischen (immaterieller, zeichenhafter) Sprache und (materieller, körperlicher) Performativität, die sich allerdings durch unzählige künstlerische Beispiele widerlegen lässt. Siehe Frazer Ward, der diese Interpretation über einen Vergleich von Ian Burns *Mirror Piece* (1967) und Vito Acconcis *Step Piece* (1970) kritisiert (Ward 1997, S. 37); zur Kanonisierung von Künstlern in der Rezeption der Konzeptkunst siehe Graw 2005, S. 47.

128 Siehe beispielsweise Abramović u. a. 1998.

129 Die Serie gliedert sich in *Cycle 1* und *Cycle 2*. Piper sah ursprünglich vor, die Serie bis *Cycle 12* fortzusetzen und insgesamt 144 Anzeigen zu veröffentlichen. (Adrian Piper, Konzeptpapier für *The Mythic Being Village Voice Series*, 1973–1975, in: APRAF Berlin 1970–1980. Siehe auch Entwürfe und Bildmaterialien zur geplanten Serie in: APRAF Berlin 1970–1980).

130 Dieselbe Figur bildete Pipers Alter Ego für eine Reihe zwischen 1972 und 1975 entstandener Arbeiten, wie zum Beispiel die Video-Performance-Dokumentation *The Mythic Being*, 1973 (ein achtminütiger Ausschnitt aus Peter Kennedys Film *Other Than Art's Sake*) oder die Serie von Fotografien mit dem Titel *The Mythic Being: I/You/(Her)* von 1974.

Gedankenblase. Der darin erscheinende handschriftliche Text ist das einzige Element, das sich in den 17 Anzeigen verändert. Die erste Anzeige erschien am 27.9.1973: „Today was the first day of school. The only decent boys in my class are Robbie & Clyde. I think I like Clyde. 9-21-61“ (Abb. 34). Danach folgten die Anzeigen monatlich aufeinander und enthielten Gedankensätze wie: „No matter how much I asked my mother to stop buying crackers, cookies and things, she does anyway and says it's for her, even if I always eat it. So I decided to fast. 12-12-64“ oder „I really wish I had a firmer grip of reality. Sometimes I think I have better ideas than anyone else around, with the exception of Sol LeWitt and possibly Bob Smithson whose ideas I really respect. 4-12-68“ (Abb. 35 und 36). Die Texte stammen aus Adrian Pipers Tagebüchern aus den Jahren 1961–72, die sie nach einer mathematischen Reihe in Übereinstimmung mit dem Erscheinungsdatum der Anzeige ausgewählt hat.¹³¹



34 S. 166

35 S. 166

36 S. 167

Wie Seth Siegelaubs Anzeigenversion von *Schema (March 1966)*, Abb. 29a–b, enthält auch *The Mythic Being Village Voice Series* seine Bedeutung erst durch den zufälligen Kontextbezug.¹³² Die an Comicstrips erinnernde Arbeit ist mitten im Anzeigenteil platziert und bildet durch die Erscheinung des verkleideten Mannes einen markanten Kontrast zum textbasierten

131 Die Serie beginnt mit einem Tagebucheintrag vom 21.9.1961, darauf folgen 27.10.1962, 11.1963, 12.12.1964, 9.1.1965, 2.1966, 3.1967 etc. Auch wenn nicht alle Daten präzise angegeben werden, zeichnet sich eine Zahlenreihe ab, in der sich die Daten immer jeweils um einen Monat und ein Jahr fortsetzen. Die Anzeigen erscheinen in *The Village Voice* mit einem Abstand von immer einem Monat (27.9.1973, 25.10.1973, 29.11.1973, 3.1.1974, 31.1.1974 usw). Vergleicht man die beiden Datumsangaben von Tagebucheinträgen und Erscheinungsdatum der Anzeigen, stimmen jeweils die Monatsziffern überein. Errechnet man die Differenz zwischen beiden Daten, so ergibt sich eine dritte Zahlenreihe. Zu Beginn des ersten Zyklus liegen zwischen Tagebucheintrag und Erscheinungsdatum circa zwölf Jahre. Mit jeder Folge der Artikelserie reduziert sich diese zeitliche Differenz um ziemlich genau ein Jahr. Die Einträge beginnen sich also mit zunehmender Anzahl Anzeigen zeitlich anzugleichen, das heißt, die Tagebucheinträge der Künstlerin kommen langsam in der Gegenwart an.

132 Die Künstlerin hatte keinen Einfluss auf die Platzierung der Anzeige innerhalb des Anzeigenteils.

Umfeld (Abb. 37). Ähnlich dem Auftritt eines Fernsehmoderators tritt die Figur aus dem Buchstabenmeer der Zeitungsseite auf, um uns scheinbar bei der Lektüre der Anzeigen behilflich zu sein. Die Zeitungsseite wird hier zur Bühne, auf der eine Vielzahl weiterer Akteur/innen und Institutionen um jeden Quadratzentimeter ringen. Die Selbstinszenierung steht sowohl bei *The Mythic Being Village Voice Series* als auch bei Jan Dibbets' Einladungskarte im Zentrum der künstlerischen Interventionen. Mit den fotografischen Porträts bilden sie einen Kontrast zur Repräsentation in Anzeigen und Ausstellungseinladungen, die sich üblicherweise in der Nennung von Künstler/innen-Namen und in der Abbildung von Werken erschöpft.



29a S. 156



29b S. 157



37 S. 167

Der in der frühen Konzeptkunst vielbeschworenen Absage ans Künstlersubjekt zum Trotz steht hier die Präsenz des Künstlers/der Künstlerin im Zentrum der Werke.¹³³ Allerdings sind sie in Ephemera Teil einer medialen Inszenierung. Der konstruierte Charakter der fotografischen Dokumentation und der demonstrativ didaktische Auftritt der Künstler/innen wirken überzeichnet. Künstlerische Rollen werden hier verhandelt und mit den Erwartungen des Publikums wird gespielt. Während Dibbets betont banale Handlung als Absage an klassisch künstlerische Kompetenzen gelesen werden kann, thematisiert Piper rassen- und gender-spezifische Zuweisungen an ein künstlerisches Subjekt. Als Tagebuchautor/in tritt in Pipers *The*

133 Sie verweist auf den Umstand, dass die „Persona“ der Künstler/innen in der bildfeindlichen Konzeptkunst zunehmend als Ersatz des objekthaften Werks fungierte. Am Beispiel von Siegelau weist Alberro nach, wie es für den Galeristen immer wichtiger wurde, nicht nur über die Werke und ihre Verfügbarkeit, sondern auch vermehrt über die Künstler zu berichten (siehe Alberro 2003, S. 40–41).

Mythic Being Village Voice Series nicht, wie zu erwarten wäre, eine junge Frau auf, sondern die Künstlerin in Verkleidung einer namenlosen, männlichen, afroamerikanischen Figur. Zu ihm passen die stereotypen Tagebucheinträge eines weiblichen Teenagers ebenso wenig wie die karrierebezogenen Vergleiche mit anderen (weißen, US-amerikanischen) Konzeptkünstlern. Die bewusste Entfremdung einer biografischen Äußerung erreicht Piper durch neue soziale Zuschreibungen.¹³⁴

Globale Gemeinschaften

Die hier beschriebenen Selbstinszenierungen sind untrennbar mit dem künstlerischen Interesse für Übersetzungsprozesse verbunden, die sich zwischen Konzept, Handlung und medialer Repräsentation ereignen. Eleanor Antins Postkartenserie *100 Boots* ist in Bezug auf Dramaturgie und Serialität an ein zeitbasiertes filmisches Format angelehnt. Während Filme 24 Stills pro Sekunde produzieren, wählte die Künstlerin zeitliche Abstände von 4 bis 5 Wochen zwischen dem Verschicken der einzelnen Postkarten.¹³⁵ Damit wollte sie die Grenzen dessen ausloten, was noch als Narration gelesen werden kann. Eine mediale Rückübersetzung nahm Antin mit der Ausstellung im MoMA vor. Dort wurden die Stiefel von *100 Boots* erstmals als Objekte gezeigt, nachdem sie während zwei Jahren nur in Fotografien vor das Publikum getreten waren.¹³⁶

Die Übersetzungsprozesse bei Ephemera der frühen Konzeptkunst beziehen eine zeitliche und räumliche Dimension mit ein. So referieren die Anzeigen von *The Mythic Being Village Voice Series* auf in der Vergangenheit liegende Ereignisse, deren geografische Lokalisierung unbestimmt bleibt. Adrian Piper unterläuft damit die Ankündigungsfunktion der sie umgebenden

134 *The Mythic Being Village Voice Series* zeichnet Pipers spätere politische Auseinandersetzung mit Rassen- und Geschlechterfragen vor, die sie immer mit einem konzeptuellen Ansatz verbindet. Siehe dazu Pipers Statement von 1975, in dem sie die Anlage der Serie erklärt (siehe Adrian Piper, Statement für *The Mythic Being: Getting Back*, 1975, in: APRAF Berlin 1970–1980).

135 In einem Interview mit Moira Roth weist die Künstlerin explizit auf die gesuchte Parallele zum Film hin. (Siehe Moira Roth, „A Conversation with Eleanor Antin, Solana Beach, California, January 8, 1973“, in: GRI Antin 1953–2010, S. 3).

136 Ebd., S. 2: „[...] like all movie stars they've only been seen through the camera lens. A head-on collision with them in a small room and the glamour is over. [...] Art glamorizes everything. Well, this is the first time *100 Boots* will be seen in the flesh, or rather, rubber.“

Anzeigen, die zwingend zukünftige Ereignisse betreffen. Wie Buren und Dibbets entzieht sie damit dem Publikum die Partizipationsmöglichkeit und medialisiert die künstlerische Handlung.

Auch bei der Postkarte von Jan Dibbets, die die künstlerische Aktion auf einem Amsterdamer Balkon ankündigt, sind zeitliche und räumliche Fiktionalisierungen wesentlich für die Bedeutung des Werks. Die Postkarten wurden von New York City aus verschickt und richteten sich nicht in erster Linie an ein lokales Publikum, das der Amsterdamer Aktion hätte beiwohnen können. Darauf weist auch der in drei Sprachen abgedruckte Text auf der Rückseite der Karte hin. Anstatt zu einem tatsächlich stattfindenden Event einzuladen, übermittelten der Künstler und sein Galerist mit der Postkarte ein kleines Kunstwerk, das sein internationales Publikum aus Europa und Nordamerika zu einer virtuellen Gemeinschaft vereinte.

Eine solche Gemeinschaft beschrieb in den frühen 1960er Jahren Marshall McLuhan mit seinem Konzept des *Global Village*. Die Möglichkeit eines globalen Dorfes erschloss sich für McLuhan durch die rapide voranschreitende Entwicklung und Nutzung von elektronischen und elektromagnetischen Technologien. Er prophezeite, dass diese und ihre Weiterentwicklung etwa zu kabelloser Kommunikationstechnik, wie wir sie heute nutzen, die Relevanz geografischer Distanzen im Prozess der Kommunikation verringern würden. McLuhan sieht das damals angebrochene elektronische Zeitalter als Erweiterung des menschlichen zentralen Nervensystems.¹³⁷ Diese Metapher, die unmittelbar an das Bild des Netzwerks erinnert, verdeutlicht eine radikale Veränderung, die mit dem Ende des mechanischen Zeitalters anbrechen sollte. Während McLuhan die mechanischen Medien als Erweiterungen des Körpers verstand (so wie er auch das Rad als Erweiterung des menschlichen Fußes las), beschrieb er das elektronische Zeitalter als Vorgang einer Implosion.¹³⁸ Der menschliche Informationsschaltkreis des Nervensystems fällt dabei mit dem äußerlichen, elektronisch gesteuerten Kommunikationssystem zusammen, wodurch eine neue Form von virtueller, globaler Gemeinschaft entsteht.

“In the electric age, when our central nervous system is technologically extended to involve us in the whole mankind and to

137 Siehe McLuhan 2003 (1964), S. 5–6, und McLuhan/Fiore 1968, S. 20.

138 Siehe ebd., S. 53.

incorporate the whole of mankind in us, we necessarily participate, in depth, in the consequences of our every action.”¹³⁹

Diese neuartige, virtuelle Verbindung des Individuums zur Menschheit erschließt sich im globalen Dorf, in dem reale geografische und zeitliche Distanzen internalisiert und damit überwunden sind.¹⁴⁰ Die Gemeinschaft formiert sich darin, losgelöst von einer bestimmten geografischen Lokalisierung und über kulturelle und soziale Grenzen hinweg. McLuhan prophezeite mehr als 30 Jahre vor der Verbreitung des World Wide Web die heute in westlichen Ländern dominierende Netzwerkgesellschaft. In ihr können Kommunikationspartner/innen, ohne ihre Position im Raum ändern zu müssen, virtuelle Gemeinschaften bilden. Das WWW vorzeichnend, versprach sich der Autor neben der gemeinschaftsbildenden Wirkung auch ein neues demokratisches Bewusstsein von den Bewohner/innen des globalen Dorfs. In ihm sind unterschiedliche soziale Gruppen nicht bloß enthalten, sondern sie sind über die Verbindung der elektronischen Medien ineinander verwoben.¹⁴¹

McLuhans Faszination für die Überwindung von Zeit und Raum durch elektronische Medien findet ihre Low-Tech-Entsprechung in den postalisch distribuierten Drucksachen der frühen Konzeptkunst. Durch ihre zweckentfremdete Verwendung werden Dibbets', Burens und Pipers Ephemera zu virtuellen (Pseudo)ereignissen, deren Rezeption unabhängig von geografischen oder zeitlichen Parametern stattfinden kann. Das im Werk adressierte Publikum, das jetzt auch über den Postweg erreicht werden kann, erhält in der frühen Konzeptkunst eine betont internationale Ausrichtung. Die Adressat/innen bilden, verbunden durch die Postkarte und geografische und zeitliche Größen überwindend, eine Art *Global Village*.

Künstlerische Thematisierungen eines globalen Dorfes fanden in Ephemera der frühen Konzeptkunst große Verbreitung. Jan Dibbets' Beitrag für das *Art & Project Bulletin* Nr. 15 im Jahr 1969, der das Publikum dazu einlud, den Faltposten mit ihrem Absender zu retournieren,

139 McLuhan 2003 (1964), S. 6.

140 Siehe McLuhan/Fiore 1968, S. 11: „Today, electronics and automation make mandatory that everybody adjust to the vast global environment as if it were his little home town.“ Siehe auch McLuhan 2003 (1964), S. 6.

141 McLuhan spricht in diesem Zusammenhang auch von einem menschlichen Streben nach „wholeness“, „empathy“ und „human awareness of responsibility“, das durch elektronische Technologien natürlicher Weise hervorgerufen werde. (McLuhan 2003 (1964), S. 6; McLuhan/Fiore 1968, S. 20).

machte auch die geografische Verteilung seiner Adressat/innen zum Thema. Im Kunstmagazin Studio International erschienen auf mehreren abgedruckten Landkarten (Amsterdam, Beneluxländer, Europa, Welt) die Rücksendungen als Linien visualisiert (Abb. 15b–c).



15b S. 131



15c S. 133

Der Künstler macht deutlich, wie Mobilität und Dezentralität die Idee der Netzwerkgesellschaft bereits damals prägten. Gleichzeitig stellt die Arbeit McLuhans Ideal eines globalen Dorfes, das demokratische und geografische Grenzen überwindet, in Frage. Die Kunstwelt, wie sie sich in der Auflistung spiegelt, weist eine spezifische geografische Lokalisierung auf. Die Zentren auf der Weltkarte sind auf Nordamerika und Europa beschränkt. New York erweist sich als Dreh- und Angelpunkt der Kunstszene und des Kunstmarkts. Dibbets' Beitrag thematisiert implizit die Beziehungen zwischen Orten, Subjekten und deren sozialen Vernetzungen und verweist zudem auf die Ein- und Ausschlussmechanismen eines westlich dominierten Kunstsystems. Trotz jüngerer Bemühungen, der internationalen Ausrichtung der Konzeptkunst und ihren länder-spezifischen Ausformulierungen Rechnung zu tragen, zeugt die Rezeption der Konzeptkunst bis heute von einer anglozentristisch geprägten Sicht auf die Strömung, deren Kanon mehrheitlich von Künstler/innen aus den USA (und einigen Vertreter/innen aus Nordeuropa) bestimmt ist.¹⁴²

142 Diskussionen über Kolonialisierungstendenzen der Kunstgeschichte, über kulturelle Hierarchien von Kunstinstitutionen sowie Reflexionen über Prozesse ökonomischer Globalisierung und elektronischer Vernetzungen haben den Kunstdiskurs der letzten Jahre zunehmend bestimmt. Großausstellungen wie beispielsweise die *documenta II* im Jahr 2002 haben versucht, die Kunstproduktion außerhalb der westlichen Kunstzentren, vor allem im asiatischen und afrikanischen Kulturkreis, sichtbar zu machen. Eine kritische Auseinandersetzung mit diesem Ansinnen im Lichte der Globalisierung liefert Marina Grzinics Beitrag „Global Capitalism and the Canaric Paradigm of Culture“, in: Below/Bismarck 2005, S. 77–87. Aufschlussreich ist ebenfalls die Einführung der beiden Herausgeberinnen des gleichen Bandes, Irene Below und Beatrice von Bismarck (Below/Bismarck 2005, S. 7–18). In diesem „Postcolonial Turn“ ist auch die wegweisende Ausstellung *Global Conceptualism. Origin 1950s–1980s* im Queens Museum, New York, zu verorten (Global Conceptualism 1999).

Sichtbar werden in diesem Beispiel nicht zuletzt die medialen Eigenschaften des postalisch übermittelten Werks. Ephemera sind ein Distanzen überwindendes Kommunikationsmittel und verknüpfen als solches immer soziale und geografische Gesichtspunkte miteinander.

Das globale Dorf als Ort der künstlerischen Handlung demonstrierte auch die Ausstellung *July, August, September 1969. Juillet, Août, Septembre 1969. Juli, August, September 1969*. Während der Sommermonate des Jahres 1969 realisierten elf Künstler Arbeiten in verschiedenen Teilen der Welt. Der dreisprachige Katalog (in Englisch, Deutsch und Französisch) sollte als Führer zu den Orten und Werken dienen.¹⁴³ Ausgestellt waren Werke von Carl Andre in Den Haag, Robert Barry in Baltimore, Daniel Buren in Paris, Jan Dibbets in Amsterdam, Douglas Huebler in Los Angeles, Joseph Kosuth in New Mexico, Sol LeWitt in Düsseldorf, Richard Long in Bristol, N.E. Thing Co. Ltd. in Vancouver, Robert Smithson in Yucatan und Lawrence Weiner bei den Niagarafällen. Während die internationale Ausrichtung der Ausstellung im Konzept besonders betont wurde, war die Möglichkeit zur Besichtigung der Ausstellungen nur sehr bedingt gegeben. Man konnte nämlich kaum vom Publikum verlangen, während der drei Sommermonate des Jahres 1969 elf Orte auf drei Kontinenten zu bereisen. Als Ort der Rezeption dieser Ausstellung diente vielmehr der mediale Raum des Katalogs. Dieser stellte den simultan stattfindenden künstlerischen Handlungen eine mobile Entsprechung zur Seite. Zugleich findet sich darin McLuhans Idee einer Weltgemeinschaft wieder, in der (hier durch das Buch) die soziokulturelle Zugehörigkeit ihrer Leser/innen scheinbar keine Rolle mehr spielt.

Medienreflexion

Die besprochenen Beispiele zeugen von einer Faszination für virtuelle Gemeinschaften und ahmen die damals neuen Repräsentations- und Distributionsmöglichkeiten von elektronischen Medien nach. Warum aber haben die Künstler/innen sich zu diesem Zweck nicht einfach elektronischer Medien bedient? Sie nahmen sich als Teil einer Gesellschaft wahr, deren Kultur sich durch Kommunikationssysteme wie Film und Fernsehen massiv veränderte. Warum konkurrierten sie mit den neuen Medien über den Offsetdruck? Warum entwarfen sie die Utopie

143 Siehe Siegelauß 1969a.

der Netzwerkgesellschaft auf traditionellen und bereits in Ablösung durch elektronische Medien begriffenen Printmedien?

Die Wahl der Drucksachen lässt sich einerseits mit der zunehmenden Bedeutung der Kunstmagazine während der 1960er Jahre erklären. Ein weiterer Grund liegt in der ambivalenten Haltung, die die Künstler/innen damals gegenüber den neuen elektronischen Medien einnahmen. Noch bis in die späten 1960er Jahre lässt sich ein großes Interesse am Topos des Computers, an Kybernetik und an systemischen Funktionsweisen neuer Technologien beobachten. Es manifestierte sich unter anderem in der regen Teilnahme an interdisziplinären, durch den Staat oder Firmen finanzierten Kunst- und Technologieprojekten.¹⁴⁴ Bereits um 1970 wich diese Faszination einer Hightech-Skepsis. Die Künstler/innen wurden sich zunehmend bewusst, dass man durch die Kooperation mit US-Firmen indirekt eine Komplizenschaft mit Politik und der Militärindustrie eingeht. Sabeth Buchmann und Luke Skrebowski beschreiben diesen beinahe über Nacht erfolgten Gesinnungswandel entlang der Ausstellungsbeispiele *Software, Information Technology: It's New Meaning for Art and Information*, beide 1970.¹⁴⁵ *Software*, kuratiert von Jack Burnham, brachte im New Yorker Jewish Museum Künstler/innen und führende Entwickler/innen zusammen. Sie sollten Kunst und die neuesten Telekommunikationstechnologien in einen fruchtbaren Dialog miteinander bringen. Nicht länger zwischen Disziplinen unterscheidend, suchte Burnham seine aus der Systemtheorie entwickelte Vision einer ganzheitlichen Kunst umzusetzen. Stilistische und kategoriale Zuweisungen der Kunst sollten darin einem integrativen Weltzugang weichen.¹⁴⁶

Drastisch unterschied sich davon die Konzeption von Kynaston McShines wenige Monate später eröffneten Ausstellung *Information* im Museum of Modern Art. Der Kurator legt in der Einleitung des Katalogs die Betonung auf ein dezidiert künstlerisch-politisches Engagement, das er vor dem Hintergrund des Vietnamkriegs und der drohenden wirtschaftlichen Rezession begründet. Während McShines Konzept einer

politischen Kunst äußerst vage bleibt, skizziert er präzise die ambivalente Haltung der Künstler/innen gegenüber den neuen Massenmedien und Technologien. Die Künstler/innen seien gezwungen, mit einer neuen medialen Visualität zu konkurrieren, mit der die Gesellschaft in der Zeitung oder in Zeitschriften, im Fernsehen oder im Kino bombardiert werde. Gleichwohl sieht er in den neuen Technologien kein adäquates künstlerisches Mittel zur Erreichung dieses Ziels.¹⁴⁷ Der gemeinsame Nenner der Arbeiten der über 100 eingeladenen Künstler/innen formulierte sich für den Kurator vielmehr in der gemeinsamen Medienerfahrung durch TV und Film und in der wachsenden Mobilität. Im Streben nach Veränderung und Mobilität, die die heutige Zeit prägen, würden sich die Künstler/innen weniger für Kunstobjekte als für den rapiden Austausch von Ideen interessieren.¹⁴⁸ Dass sich diese Ideen dennoch in Medien wie Papier oder Film niederschlugen, führte McShine auf den Umstand zurück, dass die Künstler/innen in Bezug auf ihr Innovationspotenzial nicht mit den jüngsten technologischen Entwicklungen („with a man on the moon in the living room“) mithalten könnten. Daraus zog er folgenden Schluss für die Formulierung einer künstlerischen Strategie: „This has therefore created an ambiguous and ironic position for the artist, a dilemma as to what he can do with contemporary media that reach many more people than the art gallery.“¹⁴⁹

McShines Text ist in mehrfacher Hinsicht aufschlussreich für das Verständnis von Ephemera. Das angedeutete Dilemma resultiert aus der scheinbaren Unvereinbarkeit von Technologiekritik und eines sich verändernden Verhältnisses der Künstler/innen zu Distribution, Produktion und Medialität. Ephemera, so die hier vertretene These, antworteten auf dieses Dilemma, indem sie durch die Simultanität, Virtualität, Portabilität und Mobilität ihrer Inhalte eine Reihe von Eigenschaften mit Medien wie Fernsehen oder Film teilten, ja diese imitierten, ohne auf diese Medien zurückgreifen

144 Zu den prominenteren Art&Technology-Projekten, die von privatwirtschaftlicher Seite mitfinanziert worden waren, zählte etwa das 1968 mit dem MIT in Cambridge gegründete Center for Advanced Visual Studies (CAVS).

145 Siehe Skrebowski 2008, S. 63–68; Buchmann 2007, S. 105–139.

146 Siehe Skrebowski 2008, S. 63–68; Buchmann 2007, S. 105–122.

147 Siehe *Information* 1970, S. 138–141; Wiederabdruck in McShine 1999 (1970), S. 212–214. Skrebowski vertritt die These, dass einzig Hans Haackes Ausstellungsbeitrag *MoMA Poll* darum bemüht war, mit der Nutzung neuer Technologien – es handelte sich konkret um eine elektronische Stimmzählung – einen kritischen Kommentar zu den Wirkungsweisen eines technokratisch-wissenschaftlichen Positivismus zu formulieren, ohne dabei einer einfachen Phobie-/Phobie-Binarität zu verfallen (Skrebowski 2008, S. 66–67).

148 Siehe McShine 1999 (1970), S. 213.

149 Ebd.

zu müssen.¹⁵⁰ Diese Möglichkeiten erschlossen sich allererst durch die künstlerische Verwendung von Mitteilungs- und Werbeformaten und durch die Aneignung ihrer Produktions- und Distributionsweisen.

Ein dritter Grund, warum die Künstler/innen nicht neue Technologien nutzten, liegt schließlich in der spezifischen Medialität und Materialität von Ephemera selbst. Neben den geringen Kosten ermöglichten sie es, über neue mediale Repräsentations- und Vermittlungsformen künstlerische Inhalte und das künstlerische Selbstverständnis zu verhandeln. Entgegen der immer noch so mächtigen Behauptung eines de-materialisierten Kunstobjekts in der frühen Konzeptkunst deuteten die Künstler/innen den Kunstbegriff hier in einer sehr materiellen Weise um. Um eine Materialisierung von „immateriellen“ Informationen sichtbar zu machen, zogen sie das taktile Objekt, das Magazin und die Einladungskarte, dem Übertragungsmedium Fernseher vor.

Die hier besprochenen Beispiele lassen sich als Medienkunst, oder vielleicht besser als Kunst der Medialisierung beschreiben. Das komplexe Spiel mit Übersetzungsprozessen macht deutlich, dass die Auseinandersetzung mit neuen Medien nicht zwangsläufig im Experiment mit denselben stattfinden muss. Von Bedeutung für die künstlerische Agenda der späten 1960er und 70er Jahre war nicht die Aneignung neuer Technologien und Medien, sondern die Auseinandersetzung mit deren sozialen Implikationen.

150 Das Zusammenfallen von Simultanität und Internationalität des künstlerischen Schaffens führt McShine auf die Reproduktion von Kunst und die gesteigerte Verbreitung von Informationen durch die Kunstmagazine zurück sowie auf die neue Bedeutung von Informationsübertragung durch Fernsehen, Film, Satelliten und das Flugzeug (McShine 1999 (1970), S. 213).

2. Ökonomien der Publikumsadressierung

Kritisch konsumieren

Ephemera der frühen Konzeptkunst sind Rätselspiele. Sie stellen uns vor Aufgaben, die durch eine Denkleistung gelöst werden müssen. Dan Grahams *Schema (March 1966)* lässt uns mühsam Wörter, Buchstaben, Verben und Substantive zählen und das Konzept mit seinen Ausführungen vergleichen (Abb. 23a und 23b). Erst dann wird klar, dass die vom Künstler formulierte Rechenaufgabe einen Systemfehler hat. Die Angaben des Konzepts lassen sich in der konkreten Realisierung nie abschließend einfügen.¹



23a S. 142



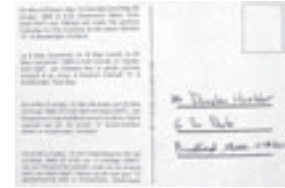
23b S. 143

Auf Unregelmäßigkeiten stößt man auch bei den Einladungskarten von Jan Dibbets, verschickt 1969 in Amsterdam in Zusammenarbeit mit Seth Siegelau, und von Daniel Buren, 1973 realisiert für eine Ausstellung in der John Weber Gallery (Abb. 31a–b und Abb. 1). Erst auf den zweiten Blick wird klar, dass Besucherinformationen bewusst unterschlagen und Ankündigungsfunktionen unterlaufen werden. Wie bei einer Spurenlegung oder Schnitzeljagd erschweren die Künstler/innen den Werkzugang spielerisch und kokettieren damit, dem Publikum² eben nicht verfügbar zu sein und seine Erwartungen zu unterlaufen. So stellte Burens Einladungskarte die Besucher/innen vor die Wahl: Entweder können

sie die Stadt New York nach Streifenmotiven durchforsten oder die auf der Karte vermerkte Telefonnummer des Galeristen John Weber wählen, um zu erfahren, wo sich die Arbeit befindet. Oder aber die Rezipient/innen verstehen den künstlerischen Witz und können das Werk bequem am Frühstückstisch (oder wo sie gerade ihre Post lesen) studieren.³



31a S. 160



31b S. 161



1 S. 113

Robert Barrys Satz *Of all the things I know but of which I am not at the moment thinking – 1:36 PM; June 15, 1969*. Robert Barry erinnert dagegen an das Spiel „Ich sehe was, was du nicht siehst, und das ist...“ Das Publikum muss sich quasi aus dem Nichts ein Bild dessen machen, wovon der Künstler spricht, das eben gerade nicht sichtbar ist. Barry benutzte den Satz als Buchtitel, als Schriftbild einer Einladungskarte und als Textinstallation an Ausstellungswänden.⁴ Auch andere seiner Werke wie *Something which is near in space and time, but not yet known to me* eröffnen einen Gedankenraum und bauen allein auf die Vorstellungskraft der Rezipient/innen.

Ephemera der frühen Konzeptkunst verlangen nach einer aktiven Beteiligung an ihrer Bedeutungsherstellung. Der Zugang zum Werk wird zur Aufgabe, das Rätsel zu lösen. Die hier geforderte Denkleistung unterscheidet sich

- 1 Das Werkverständnis setzt zuallererst das Studium der Grundform des *Schemas* und die Lektüre des erklärenden Texts voraus. Das Werk existiert in zwei Versionen: als unausgeführtes Konzept mit Platzhaltern für die zu vervollständigenden Daten und als realisiertes Werk (siehe Abb. 23a und 23b). Ob wir aber das Konzept tatsächlich verstanden haben, lässt sich allerdings nur unter Hinzuziehung der in Druckversion verwirklichten Form von *Schema (March 1966)* überprüfen.
- 2 Der Begriff des Publikums wird im vorliegenden Kapitel als ästhetische Formation beschrieben, wie sie sich in den Werken der Konzeptkunst findet. „Publikum“ impliziert also keine bereits definierte gesellschaftliche Gruppe, sondern bezeichnet eine Rezeptionsästhetische Kategorie.

- 3 Eine Spur zum Werk legte auch eine Anzeige Pipers vom 27. Juni 1974, die zur Reihe *The Mythic Being Village Voice Series*, 1973–1975, gehörte und an diesem Tag in *The Village Voice* erschien. Anders als die übrigen Anzeigen dieser Serie enthält sie statt einer Bildcollage nur den handgeschriebenen Text: „THE MYTHIC BEING FOR 6–6–70 IS AVAILABLE AT THE JAAP RIETMAN BOOKSTORE 157 SPRING ST, NEW YORK, N.Y. THROUGH JULY 24, 1974“. Siehe Abb. 38.
- 4 Barry verwendete den Satz erstmals 1969 als Werk, das die Form eines Wandtextes hat und 1974 erneut als Titel einer Publikation, die anlässlich seiner Ausstellung im Stedelijk Museum, Amsterdam erschien. Später findet sich der Satz auf Einladungskarten abgedruckt, unter anderem 1978 für eine Ausstellung im Museum Folkwang in Essen.

radikal vom Entschlüsseln einer Metapher, eines ikonografischen Zeichens oder Symbols. Und auch der Versuch, eine dem Werk inhärente „Wahrheit“ zu enthüllen, stellt keine adäquate Rezeptionsform für Ephemera dar. Die neue Rolle der Rezipient/innen, angelegt in der Kommunikationsstruktur von Ephemera, bietet einen Schlüssel für das Verständnis der frühen Konzeptkunst. Auf die Aktivierung des Publikums wurde in der Rezeptionsgeschichte der Konzeptkunst bereits vielfach hingewiesen. Die Autor/innen lesen die Adressierungsformen der Werke dabei meist als kritische Reaktion auf einen modernistischen Kunstbegriff und stützen sich auf folgende Annahme:⁵ Skulptur und Malerei könnten entweder in Form von Entertainment oder Spektakel konsumiert werden. Oder sie müssten studiert werden als sublime und in sich abgeschlossene visuelle Einheiten, deren Bedeutung vom Künstler/von der Künstlerin vorgegeben ist. In beiden Fällen bleiben die Rezipient/innen in ihrer passiven Rolle verhaftet und bestätigen gleichsam die Autorität des Künstlers/der Künstlerin, dessen/deren Werk die Überlegenheit der modernen Kunst über die Alltagserfahrung demonstriert. In der Konzeptkunst, so die Argumentation weiter, werde diese Erfahrung verunmöglicht und das Verhältnis von Werk und Rezipient/in bewusst gestört. Die Rezipient/innen würden gezwungen, für die textbasierten Werke, denen die Künstler/innen ihrer visuellen und materiellen Substanz beraubt hatten, neue Rezeptionsstrategien zu entwickeln.⁶

Während die hier beschriebenen Wirkweisen der Werke zwar treffend sind, erweist sich die mittlerweile kanonisch gewordene Herleitung, die sich ausschließlich auf kunsthistorische Narrative stützt, als zu eng. Ephemera dienten zur Zeit ihrer Erstpublikation nicht nur als Kunstwerke, sondern auch als Mitteilungs- und Werbemittel. Die Künstler/innen

5 Siehe zum Beispiel Corris 2006, S. 303; Buchmann 2007, S. 46; Buchloh 1990, S. 140.

6 Wegen der Ablösung visueller Darstellungsformen durch ideelle Sprachakte wird nicht selten eine Genealogie solcher Strategien, ausgehend von Duchamps Ready-made, entwickelt. (Siehe dazu beispielsweise Corris 2006, S. 303; Buchmann 2007, S. 45; Buchloh 1990, S. 107). Stellvertretend für die Rezeption Duchamps siehe Krauss 1981, S. 79 oder Deutsche 2011. Einflussreich für die Idee, dass sich die Bedeutung des Werks allererst durch den Rezipienten oder die Rezipientin herstellt, war Barthes' Text „La mort de l'auteur“, der in englischer Sprache erstmals 1976 in der Zeitschrift *Aspen*, Nr. 5+6, The Minimalism Issue, erschien. In dieser Ausgabe waren auch Vertreter/innen der New Yorker Konzeptkunstszene mit Beiträgen vertreten (siehe Barthes 2000 (1968)).

eigneten sich mit Einladungskarten und Anzeigen also Kommunikationsstrategien an, die sich nicht in bestehenden Kunstströmungen wiederfanden. Der Vergleich mit gleichzeitig stattfindenden Innovationsprozessen, die sich in einigen Werbebüros an der New Yorker Madison Avenue vollzogen, macht die ökonomische und gesellschaftliche Dimension der von den Konzeptkünstler/innen eingesetzten Formen der Publikumsadressierung deutlich, die über den Kunstdiskurs hinausweist.

In Bezug auf Verbreitung und Rezeptionsrahmen unterscheiden sich Ephemera der Konzeptkunst und kommerzielle Printwerbung markant voneinander, hinsichtlich ihrer Kommunikationsstrategien sind ihre Parallelen jedoch frappierend. Die neuen Formen der Publikumsansprache sind in beiden Fällen Teil einer kritischen Auseinandersetzung mit der Nachkriegsgesellschaft und dienen der Formulierung einer dienstleistungsorientierten Produktion. Erst aus diesem Spannungsfeld, das sich auch in öffentlichen Diskursen etwa der damaligen Werbe- oder Managementbranche wiederfindet, lässt sich die Rezipient/innen-Funktion in den Werken der frühen Konzeptkunst verstehen.

Erneuerung der Werbung

Um die neue Stellung der USA als international führende Wirtschaftsmacht zu sichern, investierte die kriegsmüde Regierung in den 1950er Jahren in die Innovation und die Massenproduktion von Konsumgütern. Die Werbeindustrie erhielt in diesem Einflussgefüge eine wichtige Stimme, war es doch ihre Aufgabe, die Nachfrage nach den unzähligen neu geschaffenen Produkten zu generieren und aufrechtzuerhalten.⁷ Noch bis in die frühen 1960er Jahre fanden die Werbeagenturen ihre Zielgruppe im Mittelstand, der nach Jahren der Krise und des Krieges mit den neuen Möglichkeiten des Konsums beschäftigt war, den der Wohlstand und die Industrie in den USA hervorbrachten. Glückliche Bilder von Männern in grauen Flanellhemden und Frauen mit Küchenschürzen am Herd vermittelten das beruhigende Gefühl, zu Normalität zurückzukehren. Die Bilder wurden begleitet von Slogans wie „Makes you feel wonderful, all time wonderful“ und versprachen einen ungebrochenen Optimismus, der sich durch den Konsum von Massenware herstellen ließ.⁸

7 Siehe Warlaumont 2001, S. 25–26.

8 Siehe ebd., S. 24–25.

Der Massenfertigung von Konsumgütern entsprechend, gestaltete sich auch die Produktion der Werbung damals als bürokratisch organisierter Prozess. Werbung wurde als eine exakte Wissenschaft verstanden. Werte wie Effizienz und Objektivität sowie hierarchisch organisierte Betriebsabläufe prägten die Branche. Die Effektivität der Werbung wurde wissenschaftlich, in Form von Umfragen und Labortests, geprüft.⁹ Eine klare Organisationsstruktur, die richtige Platzierung in Medien, vor allem aber die wissenschaftliche Untersuchung – das Sammeln von Statistiken, Umfragen und Studien – zählten zu den wichtigsten Maßnahmen, um die Arbeit in den Agenturen möglichst umsatzsteigernd auszuwerten.¹⁰ Die Werbebranche ist beispielhaft für die Verwaltungsstrukturen, die die betriebliche Organisation in den USA bestimmten und direkten Einfluss auf die Arbeit der Angestellten hatten.

In den frühen 1960er Jahren wurden kritische Stimmen gegen Konformität, Massenkonsum und Bürokratie laut. Wie Thomas Frank in seinem Buch *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism* darlegt, stieß diese Kritik bereits Jahre vor den 1968er Student/innenunruhen auf breite Zustimmung in der US-amerikanischen Mittelstandsgesellschaft. In weiten Teilen der Geschäftswelt, wie dem Marketing und Management, formierte sich eine allgemeine Abneigung gegen starre Hierarchien sowie gegen die technokratische Idee von Effizienz. Sie führte zu grundlegenden Neustrukturierungen der Arbeitsorganisation vieler Privatunternehmen.¹¹ Parallel dazu entstand während der späten 1950er und der 1960er Jahre ein eigenständiger Diskurs in der Managementliteratur. Darin wird zum einen der Untergang des Unternehmertums unter den Zwängen der technokratischen Effizienz beklagt und zum anderen jede Form von Individualität, Selbstverwirklichung sowie antihierarchische Organisationsformen gefeiert. William Hollingsworth Whyte karriert in seinem Bestseller *The Organization Man* 1956 jenen Typus des Amerikaners, der entweder bei einem privaten

Großkonzern oder staatlichen Institution ange stellt, das gut angepasste Produkt eines stetig wachsenden bürokratischen Apparates ist. Ihm liegt der Glaube an den Wert von Organisation und an die Macht der „Wissenschaft“ zugrunde, die jedes Problem zu lösen im Stande ist.¹²

Der Verlust der Individualität durch ein um sich greifendes Verwaltungswesen, sowie jede Form der Institutionalisierung wurden inter essanterweise von unterschiedlichsten Seiten beklagt.¹³ Whytes Kritik, die damals in der Managementlehre rezipiert wurde, entspricht in groben Zügen den Argumenten von Gesellschaftskritikern wie Theodor W. Adorno.¹⁴ Sie klagen beide die expandierenden privaten und öffentlichen Organisationen an und daran anschließend die Art und Weise, wie die Angestellten durch die Anforderungen und notwendige Konformität der eigenen Arbeit immer weiter entfremdet wurden. Auch die Werbeindustrie erkannte die zunehmende Inkonsistenz zwischen der proklamierten und idealisierten Vision eines auf Konsum basierenden öffentlichen Lebens einerseits und der wachsenden Unzufriedenheit der US-amerikanischen Konsument/innen mit ebendieser Konsumhaltung andererseits.¹⁵ Die Werbung, die am stärksten ins Kreuzfeuer dieser Anklagen geriet, reagierte, indem sie selbst in den Kanon der Kritik ein stimmte.¹⁶ Unter diesen Vorzeichen kam es in den 1960er Jahren zu einer radikalen Neuorientierung der Werbung. Angeführt von Agenturen an der New Yorker Madison Avenue und von Vertretern wie Bill Bernbach, Howard Gossage und George Louis, ist sie heute unter dem Schlagwort „The Creative Revolution“ bekannt.¹⁷

9 Zu den populärsten Werbebüchern der Zeit gehörte *Scientific Advertising*. Hopkins erklärt darin die Werbung feierlich zur Wissenschaft. Er plädiert dafür, die Wirkungen und Ursachen der Werbung zu analysieren und dadurch ihre Effektivität zu steigern (Hopkins 1966, S. 213). Zur Bedeutung der Werbung als Wissenschaft in den 1950er Jahren siehe auch Frank 1997, S. 35–47, sowie Warlaumont 2001, S. 23–40.

10 Siehe Frank 1997, S. 42; Mayer 1958, S. 211–232, und Advertising 1963, S. 321–355.

11 Siehe Frank 1997, S. 20.

12 Siehe Whyte 1956; Buchloh 1990, S. 128–129.

13 Wie Stimson argumentiert, bündelten sich in den späten 1960er Jahren die unterschiedlichsten gesellschaftlichen Parteien in der Forderung nach Selbstverwirklichung, aus der sich ein sehr allgemein definierter Anti-Institutionalismus artikuliert: „Institutionality was another name for received thought congealed into a social form that veils or otherwise inhibits the possibility of self creation.“ (Stimson 2009, S. 23).

14 Siehe beispielsweise Adornos Aufsatz „Kultur und Verwaltung“ (Adorno 1960) und Whyte 1956. Zur Popularität der Kritik Whytes siehe Frank 1997, S. 21, sowie Berkley 1971, S. 66–75. Boltanski und Chiapello beobachten dieselbe Tendenz im französischen Managementdiskurs der 1990er Jahre (Boltanski/Chiapello 2006, S. 91–146).

15 Siehe Frank 1997, S. 39.

16 Siehe ebd., S. 54. Auf die frühe Kommerzialisierung von konsumkritischen Inhalten verweist auch Art Kleiner, *The Age of Heretics. Heroes, Outlaws, and the Forerunners of Corporate Change*, New York: Currency Doubleday, 1996, S. 272–279.

17 Die Madison Avenue, Hausnummer 200 bis 650, bildete bereits vor dem Zweiten Weltkrieg das Werbeklekka

Die neue Werbung richtete sich dezidiert gegen die bisher in der Printwerbung eingesetzten Bilder von glücklichen Familien in vorstädtischen Einfamilienhäusern sowie die endlose Wiederholung einzelner simpler Botschaften.

Produktives Kommunizieren

Die Werbung der Creative Revolution zeichnet sich, ganz ähnlich wie die Konzeptkunst, durch eine Verschiebung des Kommunikationsprozesses aus. Nicht mehr das Produkt, sondern vielmehr die Werbung selbst als Mitteilungsmedium zwischen Produzent und Konsument steht nun im Mittelpunkt der Wahrnehmung. Fortan verzichtete man auf glänzende Bilder und konfrontierte die Rezipient/innen stattdessen mit langen Texten und scharfsinnigen Slogans. Indem die Werbung das Anschauen von Bildern durch das Lesen von Texten ersetzte, forderte sie nicht nur die Erwartungen der Rezipient/innen, sondern vor allem deren kognitive Kompetenzen heraus.

Zu den berühmtesten Slogans der Creative Revolution gehören „Drive it like you hate it.“ (Volvo), „Think Small“ oder „Ugly is only skindeep“ (beide Volkswagen). Eine Anfang der 1960er Jahre lancierte Kampagne der Autoverleihfirma Avis fragte selbstbewusst: „Avis is only No. 2 in rent a cars. So why go with us?“, und verkehrte die Tatsache, dass Avis im Mietwagenmarkt hinter Hertz lag, in einen Vorteil, indem sie weiter argumentierte: „We try harder. (When you're not the biggest, you have to.)“, siehe Abb. 39. Die neue Werbung richtete sich gegen eingängige Bilder und Logos, die die konventionelle Printwerbung prägte. Howard Luck Gossages Printwerbung für Fina-Tankstellen aus dem Jahr 1961 konfrontierte sein Publikum stattdessen mit folgendem langem Text (Abb. 40):

„If you're driving down the road and you see a Fina Station and it's on your side so you don't have to make a u-turn through traffic and there aren't six cars waiting and you need gas or something please stop in.“¹⁸

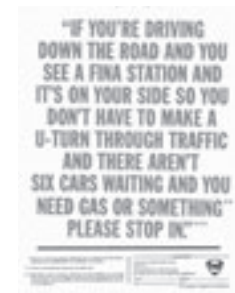
New Yorks. Ausführlich beschreibt Mayer die Straße und die dort ansässigen Werbeagenturen im Jahr 1958 (Mayer 1958, S. 5–7). Die Werbeszene der Creative Revolution erfuhr durch die Fernsehserie *Mad Men* (Erstausstrahlung 2007) wieder große Popularität.

18 Die Werbung war Teil der Pink Air Campaign Gossages. Die ganze Kampagne drehte sich um einen fiktiven Businessplan der Firma Fina. Dieser gab vor, pinkfarbene Luft zu entwickeln, die einst die Autoreifen der Kundschaft füllen sollte. (Gossage/Goodby 2006, S. 44–58).

Gossage verzichtete auf die Abbildung des Produkts, für das er warb. Das Firmenlogo, das hier einzig noch auf das Produkt verweist, wurde in den Bereich des Kleingedruckten verbannt. Die Werbefläche wird gänzlich vom markanten pinken Schriftbild eingenommen. Ein langer Text wie im Beispiel der Fina-Werbung nimmt nicht nur bedeutend mehr Zeit in Anspruch als das unmittelbare Erfassen einer Fotografie oder Illustration, die das Produkt klar abbildet. Ein Text verlangt von den Rezipient/innen auch ein höheres Maß an Konzentration; eine Anforderung, die auch die Konzeptkünstler/innen mit ihren textlastigen Ephemera an die Rezipient/innen stellten.



39 S. 170



40 S. 171

Markanterweise verweisen die Botschaften der Ephemera-Beispiele, ebenso wie die neue Werbung, nun nicht länger direkt auf die Attribute eines Produkts – Kunstwerk, Ausstellung, Konsumartikel –, sondern beschreiben die Umstände, die dessen Konsum begleiten. Im Falle von Fina ist dies der beschwerliche Umweg zu einer Tankstelle, bei Burens Ausstellungseinladung der John Weber Gallery die (ebenso beschwerliche) Suche nach dem Werk irgendwo in der Stadt New York. Das Augenmerk verschiebt sich in beiden Fällen auf die Werbung selbst, genauer auf den Akt der Kommunikation und die Ansprache ans Publikum.

Diese Verlagerung auf primär textbasierte Kommunikation schlägt sich auch in der formalen Gestaltung nieder. Zu den Errungenschaften der Creative Revolution und der Konzeptkunst gehört die Unterordnung der Gestaltung unter die Mitteilung. War zuvor eine visuelle Einheit (Illustration, Fotografie oder typografische Gestaltung) selbst Hauptträger der Werbebotschaft oder des Kunstwerks, so richtete sich nun die Aufmerksamkeit ganz auf die Aussageebene. Der Grafikdesigner Karl Gerstner schreibt diese Wende in seiner Agentur Gerstner+Kuttner rückblickend:

„Unsere Arbeit wird analytischer, zielgenauer. Die Grafik verliert ihre eigenständige Originalität und wird zum Art Directing. Das Gewicht verlagert sich von den visuellen auf die verbalen Ideen. Wenn es die Umsetzung verlangt, ist das Art Directing haarsträubend banal.“¹⁹

Die Erscheinung der serifenlosen Helvetica- oder Univers-Typografien, wie sie die Werbung und die Konzeptkunst prägen, orientiert sich stark am damaligen „Swiss International Style“. Das sachlich-schlichte Grafikdesign, das von Schweizern wie Armin Hofmann, Josef Müller-Brockmann, Karl Gerstner entwickelt wurde, feierte in den 1960er Jahren in den USA große Erfolge.²⁰

Markant unterscheiden sich Konzeptkunst und Werbung in der visuellen Sprache von der Pop Art, die sich seit den 1950er Jahren in England und den USA entwickelte und in den 1960er Jahren zu einer international dominierenden Kunstströmung heranwuchs. Die Pop Art adressierte den Massenkonsum der Nachkriegsgesellschaft und dessen Repräsentationsformen in der Werbung auf sehr viel direktere Weise. Indem sich die Künstler/innen die visuellen Sprachen der Werbung aneigneten, karikierten sie die Konsumausrichtung des US-amerikanischen Mittelstandes, gegen die sich die Werbeleute der Creative Revolution so dezidiert richteten.²¹ Für die Konzeptkünstler/innen war diese Kritik weniger zentral als die Formulierung neuer Kommunikationsformen, mit denen sie die Bildwelten des Massenkonsums abzulösen suchten.

Die bewusste Unterschlagung des zu bewerbenden Produkts gehörte zu den wichtigsten Kommunikationsstrategien der neuen Werbung. Deutlich wird dies in einer von Creative Director Fred Manley geschaffenen Illustration mit dem ironisch zu verstehenden Titel *Nine ways*

to Improve an Ad (siehe Abb. 41a–c).²² Die Bildabfolge erklärt die schrittweise Entstehung einer (im Sinne der 1950er Jahre) erfolgreichen Werbung. Sie beginnt mit der einfachen *Think Small* Werbung von Volkswagen – Ikone der neuen Werbung der 1960er Jahre –, die darauf schrittweise mit konventionellen Werbeelementen dekonstruiert wird.²³ Die Regelsätze, die die Illustrationen begleiten, lauten unter anderem:

„Show the product.
Whenever possible, mention your product in the headline.
Don't use negative headlines.
Whenever possible, show people enjoying the product.
Always give prominent display to your product logo.
Avoid all unpleasant connotations about your product.
Always tell the reader where he can buy the product.
Always localize your product.“

Die Sätze stellen ein Manifest *ex negativo* für die neue Werbung dar, die sich ebenso auf die Ephemera der frühen Konzeptkunst anwenden lassen: Die Regel „Zeige niemals das Produkt/Kunstwerk und erwähne es nicht in der Überschrift“ gilt insofern für alle hier diskutierten Ephemera-Beispiele, als sie nicht länger für objektbezogene Kunstwerke oder deren Präsentation werben und folglich kein Produkt gezeigt wird. Den Regeln „Verwende negative Überschriften“, „Erwähne alle unvorteilhaften Attribute deines Produkts/Kunstwerks“, „Sag dem Konsumenten nicht, wo er das Produkt/Kunstwerk kaufen kann“ scheinen Burens Einladungskarte der John Weber Gallery ebenso zu folgen wie Robert Barrys *Closed Gallery Piece*. Die schlichte weiße Ausstellungseinladung der Galleria Sperone in Turin aus dem Jahr 1969 informierte das Publikum lediglich, dass die Galerie für den Zeitraum der Ausstellung geschlossen bleiben würde: „For the exhibition the gallery will be closed – per la mostra la galleria sarà chiusa dal 30.12.1969“ (Abb. 30).

19 Karl Gerstner, *Karl Gerstner. Rückblick auf 50 Jahre Design etc.*, hrsg. von Manfred Kröplien, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz, 2001, S. 56. Ähnlich wird die Werbung rückblickend vom ehemaligen Galeristen und Werbetexter Rolf Preisig beschrieben (ABP Preisig 2011). Es ist bezeichnend, dass die Werbefachliteratur der Zeit zwar ausführlich Kommunikations- und Marketingmodelle, nicht aber typografische Fragen verhandelt. (Siehe dazu beispielsweise David Ogilvy, *Ogilvy on Advertising*, New York: Crown, 1983 und Gossage/Goodby 2006).

20 Die U-Bahn in New York erhielt in den 1960er Jahren eine neue Signalistik, die den Swiss International Style aufnahm und Maßstäbe setzte für das Grafikdesign in der Stadt.

21 Zum Verhältnis der US-amerikanischen Pop Art zur Werbung und Massenkultur siehe beispielsweise Lipard 1966 oder Cécile Whiting, *A Taste for Pop. Pop Art, Gender, and Consumer Culture*, Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

22 „Nine Ways to Improve an Ad“ erschien erstmals 1963 in der Sommerausgabe von *Communication Arts* (siehe Manley/Riney 1999 (1963)). Fred Manley und Hal Riney präsentierten die „Regeln“ bereits zuvor an einem Treffen des San Francisco Ad Clubs.

23 Siehe Berger 2001, S. 54.



41a

S. 173

41b

S. 174

41c

S. 175



30

S. 159

Die Promotionsleistung der besprochenen Ephemera-Beispiele und Werbungen liegt gerade in der unkonventionellen Publikumsansprache. Darin zeichnet sich eine Tendenz ab, die bis heute den Bereich der Public Relations bestimmt: Die langfristige Imagepflege einer Marke (oder des Künstlers/der Künstlerin) und die längerfristige Kundenbindung wird dabei gegenüber der Bewerbung eines spezifischen Produkts (oder Werks) prioritär behandelt. Die direkte Adressierung des Publikums bei Ephemera und Werbung bringt die zunehmende Kundenorientierung der Dienstleistungsgesellschaft exemplarisch zum Ausdruck, die sich in den 1960er und 70er Jahren immer stärker herausbildet.²⁴ Maurizio Lazzarato beschreibt diese Verschiebung des Verhältnisses von Produktion und Konsumtion als grundlegend für die immaterielle Arbeit:

„Die Konsumentinnen und Konsumenten sind vom Zeitpunkt der Konzeption an in die Herstellung des Produkts eingeschrieben, und sie sind nicht mehr darauf beschränkt, Waren zu konsumieren und sie im Konsumtionsakt zu verzehren. Im Gegenteil wird der Konsumtionsakt produktiv, insofern er notwendige Bedingung neuer Produkte ist.“

24 Zwischen 1947 und 1968 stieg der Anteil der im Dienstleistungssektor Angestellten in den USA um 60 Prozent (gegenüber einem Wachstum der Angestellten in der Warenproduktion von 10 Prozent). Siehe Bell 1973, S. 130–138; ebd., S. 18: „In the United States, by 1956, the number of white-collar workers, for the first time in the history of industrial civilization, outnumbered the blue-collar workers in the occupational structure. Since then the ratio has been widening steadily; by 1970 the white-collar workers outnumbered the blue-collar by more than five to four.“ George E. Berkley widmet der neuen Klientenorientierung in der US-Administration und in der Werbung in seinem 1971 erschienen Buch *The Administrative Revolution* ein ganzes Kapitel. Er beschreibt diese als Folge eines Abbaus des bürokratischen Apparates und einer Stärkung dienstleistungsorientierter Organisation (siehe Berkley 1971, S. 118–145).

Konsumtion ist infolgedessen vor allem Konsumtion von Information. Sie ist nicht länger bloße ‚Realisierung‘ eines Produkts, sondern der reale gesellschaftliche Prozess im eigentlichen Sinn, der für den Augenblick der *Kommunikation* definiert ist.“²⁵

Ästhetik der Administration. Kunst der Regelbrüche

Wie aber lässt sich die Kommunikation der Konzeptkunst mit den Rezipient/innen beschreiben? Wie äußert sich darin die erwähnte Gesellschaftskritik? Ähnlich wie die Printwerbungen bringen Ephemera durch Verneinung des objektiven Werks eine Konsumkritik zum Ausdruck. Sie ist bei Ephemera allerdings eine kunstspezifische. Die schmucklosen und testbasierten Werke sind als Antwort auf die Kommerzialisierung der Kunst zu lesen, die sich konkret im Kunstmarkt der Zeit widerspiegelt. Robert Barry geht mit *Closed Gallery Piece* so weit, für ein Werk zu werben, das nicht in einem materiellen Sinne im Galerieraum verfügbar ist (Abb. 30). Der Künstler stellt nunmehr die Galerie selber aus, die ihrer Ausstellungsexponate „beraubt“ ist. Mit dieser Intervention unterbindet er das Kerngeschäft der Galerie, den Verkauf von Kunstwerken. Andererseits generierte gerade Barrys künstlerische Verweigerungsgeste viel mehr Publizität als eine traditionelle Ausstellung und musste sich gegenüber dem Kunstmarkt längerfristig dennoch gewinnbringend für die Galerie auswirken.

Eine Kritik am kommerziellen Konsum der Kunst wurde in der frühen Konzeptkunst unter dem Begriff des „dematerialisierten Kunstobjekts“ diskutiert.²⁶ Der Diskurs spiegelt sich exemplarisch in Lucy Lippards und John Chandlers Aufsatz *The Dematerialization of Art* (1968). Darin werden prozess- oder handlungsbasierten Kunstformen eine erhabene und politisch subversive Funktion zugeschrieben, die auf ein objekthaftes Werk verzichten und einem Kunstbegriff der Moderne entgegenstehen.²⁷ Durch die

25 Lazzarato 1998b, S. 54.

26 Siehe Buchloh 1990, S. 107: „Conceptual Art [...] constituted the most consequential assault on the status of the object: its visibility, its commodity status, and its form of distribution.“

27 Siehe Chandler/Lippard 1968, S. 31. Allerdings – und bezeichnenderweise – relativierte Lippard ihre idealistische Sicht bereits 1973 im Nachwort von *Six Years. The Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972* und stellte fest, dass sich die Konzeptkunst innerhalb kurzer Zeit erfolgreich auf dem Kunstmarkt veräußern ließ (siehe Lippard 1997 (1973), S. 263).

Negierung des Objektstatus des Werks sollten die Mechanismen des vom Abstrakten Expressionismus und der Pop Art gänzlich überhitzten Kunstmarktes unterwandert werden.

Mit dem Verzicht auf Bilder nahmen die Vertreter/innen der Konzeptkunst nicht nur auf die Konsumfrage, sondern auch auf die zunehmende Bürokratisierung Bezug, die sich damals in den durchrationalisierten Produktionsabläufen niederschlug und alle Bereiche des öffentlichen Lebens durchzog. Dies zeigt sich an der formalen und grafischen Gestaltung, die die textbasierten Werke charakterisieren und die gemeinhin als „Ästhetik der Administration“ bezeichnet wird. Die künstlerische Bezugnahme auf eine „verwaltete Welt“ wird am stärksten in ihrer medialen und visuellen Aneignung evident: Die radikale Verneinung von Visualität führt zunächst zu rein textbasierten Werken und einer exzessiven Produktion von Zertifikaten.²⁸ Darüber hinaus lässt sich in der Konzeptkunst eine Vorliebe für Materialien wie Karteikarten, Ordner oder Schreibmaschinendokumente erkennen, für Objekte also, die dem Bereich der Administration zuzuordnen sind.²⁹

Wie berechtigt es ist, hier von einer „Ästhetik“ zu sprechen, zeigt sich an der großen Sorgfalt, mit der diese betont unkünstlerischen Dokumente in vielen Fällen imitiert wurden.³⁰ Die nüchtern-sachliche Erscheinung der Werke entspricht dem geringen Materialwert von Ephemera. Mehr noch als die Werbung der Creative Revolution zeichnet sich die Typografie von Ephemera durch ihre Zurückhaltung aus. Die Künstler/innen verwenden für die Einladungskarten standardisierte serifenlose Schriften,

wobei sie im Vergleich zur Werbung über viel beschränktere technische Mittel verfügten. Die meisten Ephemera der Zeit sind entweder mit Letraset-Vorlagen aus AnreibeBuchstaben entstanden oder aber der Text wurde zunächst auf einer elektrischen Schreibmaschine verfasst, danach ausgeschnitten und auf eine handgezeichnete Druckvorlage aus Papier geklebt, um anschließend fotomechanisch reproduziert zu werden. Aufgrund dieser engen Gestaltungsgrenzen, die den Künstler/innen und Galerien aus finanziellen Gründen damals gegeben waren, bietet eine Detailanalyse der typografischen Gestaltung nur bedingt einen Schlüssel zum Verständnis der Konzeptkunst.³¹ Gleichwohl führte diese relativ pragmatische Wahl der typografischen Gestaltungsmittel zur unverkennbaren stilistischen Prägung einer Ästhetik der Administration. Auch in Bezug auf den Wortlaut nutzt die Konzeptkunst ein rigideres Regelwerk als die Werbung. So wird in der Konzeptkunst die formale Strenge unterstrichen von einer vorwiegend deskriptiv-positivistischen und funktionalen Sprache, die der reinen Informationsvermittlung dient und an Paragraphen, Vorschriften oder Gebrauchsanleitungen erinnert.

Die vermeintlich affirmierende Aneignung einer administrativen Ästhetik muss nun als Teil einer Kommunikationsstrategie der Konzeptkunst verstanden werden. Sie erschließt sich erst, wenn man den Gegensatz zwischen Form, Inhalt und Kontext des Kunstwerks berücksichtigt. So wird die amtliche Erscheinung der Werke von unterschiedlichen künstlerischen Gesten kontrastiert, die sich als Widerstandsmoment gegenüber den bürokratischen Strukturen offenbaren. So entpuppt sich Burens starre Auflistung von Werkangaben auf den zweiten Blick als Anleitung zu einer Spurensuche (Abb. 1). Ähnlich bricht Graham die Strenge des mathematischen Worträtsels in *Schema (March 1966)*, indem er es als unlösbar präsentiert (Abb. 23a–b). Und die fiktionalen und poetischen Momente in Barrys Ephemera spielen mit der Vorstellungskraft der Rezipient/innen und konterkarieren so den nüchternen Wortlaut der Mitteilung (Abb. 30).

28 Siehe Buchloh 1990, S. 119.

29 Siegelau mietete sich 1969 für die Ausstellung *January 5–31* in den Büroräumlichkeiten des McLendon Building (44 East 52nd Street), nahe dem Museum of Modern Art, ein. Seine Notizen verweisen darauf, wie wichtig dieser Kontext für die Ausstellung war. Der Raum, den Siegelau als leer beschrieb, war akribisch und fast bühlenhaft möbliert mit einem modernistischen Tisch, einem Aktenschrank, einem Eames Sessel (Modell DAT-1), einem Kaffeetischchen, belegt mit ausgewählten Büchern und Zeitschriften, sowie allen weiteren Utensilien, wie man sie in einem Büroraum vorfindet – darunter auch eine Brieftasche (siehe Clément 2012, S. 2).

30 Ein solches Beispiel ist die Edition *Artists and Photographs* von 1970. Die textbasierten Werke der unterschiedlichen Künstler sind in handelsüblichen gelben Umschlägen verpackt. Mel Bochners Beitrag besteht aus faksimilierten handbeschriebenen Karteikarten. Der Umgang mit der Materialität ist äußerst differenziert. Die Arbeiten variieren in Format, Papierstärke, Oberfläche, Beschichtung, Drucktechnik und Form der Bindung. Sie nehmen gleichsam den Fetischcharakter vorweg, der sie heute als begehrte Sammelobjekte prägt.

31 Ausschlaggebend für dieses Verfahren war, dass die Vorlagen so von jeder Person einfach gefertigt werden konnten. Diese Vorlage konnte in einer Druckerei, nach Standardmaß von Bildpostkarten, relativ kostengünstig fotomechanisch reproduziert werden (siehe ABP Preisig 2011; ABP Messner 2015).



23a S. 142



23b S. 143



1 S. 113



30 S. 159

Eine zentrale Kontrastfunktion kommt auch dem „dead-pan“ Humor der Werke zu. Er besticht durch die vorgetäuschte Ernsthaftigkeit, mit der die Aussage gemacht wird. Der Humor erfüllt mehrere Aufgaben im Rezeptionsprozess: Er fungiert erstens als kritischer Kommentar zum administrativen Kontext. Ephemera geben durch ihre unauffällige, amtliche und betont schmucklose Erscheinung und Sprache zunächst vor, handelsübliche Mitteilungsorgane zu sein, um den benutzten administrativen Wortlaut sogleich wieder als sinnlose Geste vorzuführen. Zweitens werden die Rezipient/innen aktiv in den Prozess der Bedeutungsherstellung involviert. Denn um den Humor zu verstehen und das Rätsel zu lösen, sind sie gezwungen, die Bedeutung von Wortwahl, Darstellung und auch Kontext der Äußerung sorgfältig gegeneinander abzuwägen. Schließlich tritt Humor, gerade durch seine Ähnlichkeit zum Witz, als Überraschungsmoment auf. Er führt eine unerwartete Wendung in einen Handlungszusammenhang ein und lenkt so die Aufmerksamkeit der Leser/innen.³² Die Bedeutung von Ephemera erschließt sich also über den poetischen, ironischen und humoristischen Gehalt der sprachlichen Mitteilung, der ihre administrative Ästhetik kontrastiert.

Andererseits stellte die Ästhetik der Administration selbst einen Regelbruch dar. Er formulierte sich einerseits gegenüber konventionellen Werbemitteilungen, andererseits

gegenüber vorangehenden bildbasierten Kunstströmungen, wie der Pop Art oder dem Abstrakten Expressionismus. Jan Dibbets' und Daniel Burens Einladungskarten offenbaren erst bei näherer Betrachtung, dass sie eigentlich die Funktion von PR-Medien unterlaufen und gut getarnte Kunstwerke sind. Die Regelbrüche in Werbung und Konzeptkunst stehen sinnbildlich für die damalige Aufbruchstimmung. Sie bringen ein Versprechen von Innovation und Kreativität ebenso zum Ausdruck, wie das künstlerische Selbstverständnis, Teil einer Avantgarde-Bewegung zu sein. So wurde gute Werbung als Bruch mit Konventionen gleich welcher Art verstanden: „The adman must live in perpetual rebellion against whatever is established, accepted, received. He must internalize obsolescence, constantly anticipate the new.“³³ Ganz ähnlich äußerten auch die Vertreter/innen der Konzeptkunst ihre Forderung nach Innovation:

„[...] weil allein ein vollständiger Bruch mit der Kunst – wie man sie sieht, wie man sie kennt, wie man sie praktiziert – noch möglich ist, ein Weg ohne Umkehr, auf den sich das Denken einlassen muss. [...] Dieser Bruch beinhaltet als erste und wesentliche Aufgabe, die uns bekannte Kunstgeschichte neu zu sehen, oder, wenn man so will, sie radikal auseinanderzunehmen.“³⁴

Ganz ähnlich wie Daniel Buren beschwört auch Lucy Lippard 1969/1970 in ihrem Artikel im Vorwort des Ausstellungskatalogs *557,087* eine noch nie dagewesene Wende in der Geschichte der Kunst: „Art has never succeeded in changing or integrating with society. Recently artists [...] have moved to encompass the world (or be encompassed by it) on a more fundamental level.“³⁵ Das Versprechen der Innovation, das in beiden Bereichen, Kunst und Werbung, zum Ausdruck kommt, war interessanterweise nicht von der Forderung nach gesellschaftlicher Veränderung begleitet. Vielmehr bildete umgekehrt die

32 Der Witz, wie ihn Paolo Virno als Regelbruch und kreativen Akt beschreibt, verweist auf eine weitere Bedeutungsebene der Werke. Gemäß Virno macht der Witz eine Richtungsänderung in der Argumentation sichtbar, weshalb er ein paradigmatisches Beispiel für „soziale Innovation“ ist. (Siehe Paolo Virno, „Jokes and Innovative Action. For a Logic of Change“, in: *Artforum International*, Bd. 46, Nr. 5, 2008, S. 251–257). Mit unerwarteten humoristischen Wendungen arbeitete auch die Werbung der Creative Revolution (siehe Warlaumont 2001, S. 171–174). Die verkaufsfördernde Wirkung des Humors wurde ebenso von Werbehändbüchern aus den 1960er Jahren beschrieben. (Siehe zum Beispiel *Advertising 1963*, S. 356–357).

33 Frank 1997, S. 85. Siehe auch Lawrence 1990, S. 66. In diesem Sinne schreibt John Murphy, damaliger Präsident der Philip Morris Europe und Hauptsponsor der Berner Ausstellung *Live in Your Head: When Attitudes Become Form*: „We at Philip Morris feel it is appropriate that we participate in bringing these works to the attention of the public for there is a key element in this ‚new art‘ which has its counterpoint in the business world. That element is innovation.“ (Zitat in Szeemann 1969, o. S.).

34 Buren 1995 (1969), S. 82.

35 Lippard 1970, o. S.

Proklamation des Neuen selbst die Forderung nach gesellschaftlicher Veränderung.

Mit den neuen Kommunikationsstrategien und dem Selbstverständnis, Teil einer Avantgarde zu sein, definierten Konzeptkunst und Werbung gleichsam eine neue Zielgruppe. Die Werbung erreichte vor allem Jugendliche, die mit TV und Massenmedien aufwuchsen und nicht mehr die Werte ihrer Eltern teilten³⁶ – eine Generation, die tendenziell misstrauischer gegenüber den Versprechen der Werbung war.³⁷ Die Werbungen verdankten ihren Erfolg also der paradoxen Tatsache, dass sich die Konsument/innen selbst als Teil einer aufgeklärten und (konsum)kritischen Gegenkultur verstanden.

Ähnlich erschlossen sich die Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst ihre Zielgruppe über das Innovationspotential ihrer Werke, für das der marktkritische Tonfall der Mitteilungen ausschlaggebend war.³⁸ Anders als die Pop Art, die ihre Konsumkritik über verführerische Bilder des Massenkonsums formulierte und damit selbst große Popularität erlangte, richtete sich die Konzeptkunst an ein ausgewählteres Publikum. Anerkennung fand sie vor allem wegen dem avantgardistischen und intellektuellen Image, das der Konzeptkunst anhaftete. Wie Alberro für die Künstlergruppe um den Galeristen Seth Siegelaub nachgewiesen hat, bestand deren neue Zielgruppe aus jungen Unternehmern. Für sie lag der Reiz gerade darin, Kunst zu sammeln, die nicht als objektbezogenes Werk existierte, sondern mit einem stark symbolischen Wert aufwartete. Das Sammeln der damals noch nicht etablierten Konzeptkunst wurde in diesen ökonomischen Boom-Jahren zentraler Bestandteil einer Corporate-Kultur junger Firmen. Konzeptkunst stand sinnbildlich für Abenteuer, Risikobereitschaft und Innovation und bot eine Möglichkeit, sich von etablierteren und konservativeren Unternehmen zu unterscheiden.³⁹ Dieses Image

vermittelte die Konzeptkunst nicht nur Sammler/innen, sondern auch jenem (Konzeptkunst) interessierten Publikum erfolgreich, das bereit war, ein traditionelles Kunstverständnis aufzubrechen und Werke nicht mehr bloß in Museen und Galerien, sondern vermehrt auch über Kunstzeitschriften oder Einladungskarten zu rezipieren.

Ästhetik der Administration als Aneignung

Der Begriff „Ästhetik der Administration“ geht auf Benjamin Buchlohs 1990 erschienenen Aufsatz *Conceptual Art 1962–1969: From the Aesthetic of Administration to the Critique of Institutions* zurück. Oft synonym zur frühen Konzeptkunst verwendet, hat der Begriff heute einen festen Platz in der kunsthistorischen Terminologie. Buchloh benennt mit „Ästhetik der Administration“ mediale und formale Merkmale der frühen Konzeptkunst und den historischen Kontext, der für das Verständnis der Konzeptkunst von großer Bedeutung ist. Er verweist auf den bedeutsamen Umstand, dass die Künstler/innen in ihren Werken die bürokratisierten und technokratischen Strukturen der damaligen Arbeitswelt adressierten. Die Ästhetik der Administration, so Buchloh, entspricht der Identität einer seit dem Zweiten Weltkrieg stark gewordenen Schicht, die vorwiegend in der Verwaltung und mit der Distribution von Massenwaren beschäftigt war. Diese Klasse hatte Buchloh zufolge die ständige Wiederholung von Arbeitsschritten und Ordnungsstrukturen gänzlich verinnerlicht. Buchloh verweist auf Theodor W. Adornos Begriff der „verwalteten Welt“, der jedoch nicht erläutert wird.⁴⁰

Obwohl Buchlohs Essay zahlreiche Beispiele behandelt, bleibt das Verhältnis von spezifischen Werken der frühen Konzeptkunst zu ihrem sozioökonomischen Kontext sehr vage. Die Analyse richtet sich ausschließlich auf formale Gesichtspunkte und basiert auf kunsthistorischen Interpretationsmodellen.⁴¹ Die Konzeptkunst

36 Siehe Juliann Sivulka, *Soap, Sex, and Cigarettes. A Cultural History of American Advertising*, Belmont, CA: Wadsworth, 1998, S. 298–299.

37 Siehe Warlaumont 2001, S. 171.

38 Siegelaub und seine Künstler bewiesen bei der Erschließung eines neuen Marktes für diese visuell und materiell (eher) unattraktiven Werke ein hohes Maß an Professionalität und Vermarktungsgeschick. Siegelaubs Credo war, dass man jedes Kunstwerk, egal wie unkonventionell, verkaufen kann (siehe Alberro 2003, S. 2, 7, 11).

39 Siehe ebd., S. 8: „Experimental art was hip, and, because of its inherently tenuous character, the contemporary art world provided a space for the ambitious newly rich to locate themselves on the way up the social ladder.“ (Siehe auch ebd., S. 13–16). Die Zahl an Kunstsammlungen der zwischen 1940 und 1959 gegründeten Unternehmen stieg zwischen 1960 und 1979 von sechzehn auf fast achtzig (siehe Crane 1987, S. 6).

40 Adorno richtete sich wie Whyte und andere Vertreter des Betriebsmanagements gegen den Verlust der Individualität im um sich greifenden Verwaltungswesen. (Siehe Buchloh 1990, S. 129; Adorno 1960; Whyte 1956).

41 Eine Verwandtschaft zwischen der Konzeptkunst und der Werbeindustrie erkennt auch Buchloh. Er führt sie jedoch allein auf formale Strategien der Künstler/innen zurück, die darin bestehe, modernistische Kennzeichnungsformen von Autorschaft, wie Handschrift oder Signatur, durch textbasierte Formate auszulöschen. Dieser Verlust des individuellen künstlerischen Ausdrucks führe zu in der Werbung und im Marketing gebräuchlichen Markennamen und wiedererkennbaren Produkten (Buchloh 1990, S. 140).

versucht er aus den historischen Avantgarden herzuleiten. Bei Duchamps Readymade und der geometrischen Abstraktion ansetzend, skizziert Buchloh zwei Entwicklungslinien für die Konzeptkunst. Aus den Merkmalen dieser Strömungen bildet sich in den 1960er und 70er Jahren die Gestalt einer Ästhetik der Administration. Der Begriff „Ästhetik der Administration“ dient nun Buchloh primär als Unterscheidungsmerkmal für kritische respektive unkritische Kunst. Sie ist für den Autor in den meisten Fällen Ausdruck einer künstlerischen Affirmation der positivistischen Sprache der verwalteten Welt.⁴² Einzig durch Daniel Buren, Hans Haacke und Marcel Broodthaers sieht Buchloh die Bürokratisierungstendenzen kritisch reflektiert. Die Künstler richteten die Ästhetik der Administration gegen das System, indem sie die Bedingungen, unter denen Kunst ausgestellt wird, mitthematisierten. Daraus begründet Buchloh seinen Begriff der Institutionskritik.⁴³

Eine Unterscheidung zwischen kritischen und unkritischen Künstler/innen ist nur bedingt erhellend für das Verständnis der frühen Konzeptkunst. Der Vergleich mit der Werbung lässt darüber hinaus Zweifel an der Annahme aufkommen, dass sich die Ästhetik der Administration ausschließlich kunsthistorisch herleiten lässt. Die visuellen Aneignungsstrategien sind als Teil einer viel breiteren Auseinandersetzung mit den Produktionsformen der Nachkriegszeit zu lesen, gegen die sich damals ganz unterschiedliche gesellschaftliche Kräfte formierten. Die künstlerische Reflexion über die Ästhetik der Administration lässt sich deshalb nicht adäquat mit dem Begriff der „Institutionskritik“ fassen. Buchlohs Institutionskritik beschreibt nur einen Aspekt dieses gesellschaftlichen Kontextes und wird der Vielfalt der institutionskritischen künstlerischen Äußerungen nicht gerecht. Die Künstler/innen zielten in ihren Werken nämlich nicht einfach gegen Kunstinstitutionen, sondern gegen viel grundlegendere und allgemeinere Formen von Institutionalismus: einer Autorität von Staat und Wirtschaft, die das Individuum verwaltet.

42 Das Readymade hat, Buchloh folgend, den verwalterischen Akt, ein beliebiges Objekt zum Kunstwerk zu erklären, zum Hauptmerkmal der Kunst erhoben. Von der geometrischen Abstraktion habe die frühe Konzeptkunst dagegen das Prinzip der Tautologie übernommen. Gemeint ist damit ein Formalismus der Kunst, dem Buchloh eine Sozialkritik abspricht und in dem er die herrschenden Machtverhältnisse bestätigt sieht. Exemplarisch hierfür betrachtet der Autor das Werk von Kosuth (siehe Buchloh 1990, S. 130–140).

43 Siehe ebd. 1990, S. 117–118, 143.

„[...] the focus if the period critique was on systemic social forms – institutions, in a word – rather than on specific personalities or entities, and it transcended great political divide [...]. Institutions were understood to be the means by which authority exercised itself and where thus by definition – regardless of the politics of institution in question – the embodiment of conservation and constriction, of untruth and unfreedom, of illegitimate authority.“⁴⁴

Die „Ästhetik der Administration“ steht für eine Form der Aneignung, über die die Künstler/innen diese gesellschaftlichen und institutionellen Kontexte verhandelten. Damit ist allerdings nicht ein strategisches und kritisches Vorgehen gemeint, das Distanz zum Gegenstand und ein autonomes Künstlersubjekt impliziert. Aneignung bedeutet auch nicht die feindliche Inbesitznahme fremder (institutioneller) Inhalte, wie dies Buchloh für die künstlerische Institutionskritik annimmt.⁴⁵ Die hier vorgenommenen Werkanalysen legen stattdessen nahe, die Ästhetik der Administration als eine Aneignungsbeziehung zu fassen, die sich gerade durch das fragile Gleichgewicht zwischen Übernahme, Affirmation und Kritik gegenüber dem historischen Gegenstand auszeichnet.⁴⁶ Für die künstlerische Praxis der frühen Konzeptkunst bedeutet dies, dass das Verhältnis zum Angeeigneten auch immer Momente der Fremdbestimmung aufweist. Der Gegenstand der Aneignung, die „verwaltete Welt“, war Teil der Lebensrealität und Alltagserfahrung, denen sich die Künstler/innen nur bedingt entziehen konnten. Die Ästhetik der Administration stellt in der frühen Konzeptkunst deshalb eine ebenso

44 Stimson 2019, S. 22.

45 Buchlohs Auffassung der Aneignung als genuin subversive Geste findet sich wieder in den Diskussionen um die Appropriation Art der 1980er Jahre und prägt bis heute das Verständnis von Institutionskritik. Die Art und Weise der künstlerischen Bezugnahme wurde gegen Ende der 1980er Jahre verbreitet diskutiert, als es angesichts der Verbreitung aneignender Verfahren in der Kunst notwendig erschien, zwischen guter und schlechter Appropriation Art zu unterscheiden. Buchlohs Abgrenzungsversuch einer affirmativen Ästhetik des Administrativen von einer subversiven Institutionskritik muss als Teil dieses Unterfangens gelesen werden. Fragen nach dem angeeigneten Gegenstand finden darin jedoch kaum Berücksichtigung (siehe Buchloh 1990). Zum Begriff der Aneignung in der Appropriation Art siehe Douglas Crimp, *Über die Ruinen des Museums*, Dresden/Basel: Verlag der Kunst, 1996, S. 141–151. Zur Kritik daran siehe Graw 2004, insbesondere S. 62.

46 Graw 2004, S. 54: Aneignung ist kein einseitig kontrollierter Prozess, sondern ein „Vorgang gegenseitiger Beeinflussung [...] bei dem sich die Dynamik des angeeigneten Materials auf den Aneignenden überträgt“.

vielschichtige wie ambivalente Geste dar: Die Künstler/innen grenzten sich damit von einem modernistischen Kunstbegriff ab, sie kritisierten und reflektierten die Verwaltungstendenzen. Diese künstlerische Kritik diente jedoch weder einem subversiven Selbstzweck, noch reagierte sie allein auf einen kunstimmanenten Diskurs, wie dies Buchloh annimmt. Sie stand im Zeichen ökonomischer Innovationsbestrebungen, durch die sich Kommunikation zunehmend als handelbares Gut etablieren konnte.

Ideenindustrie

Es gehörte zum Grundsatz des neuen Produktionsbegriffs von Konzeptkunst und Werbung, dass eine gute Idee mindestens so viel zählte wie das Produkt. Tatsächlich war es die Erregungenschaft der Creative Revolution und der Konzeptkunst, Werbung respektive Kunst streng konzeptbasiert zu verstehen.⁴⁷ Die Agenturen an der New Yorker Madison Avenue schalteten nun erstmals Kampagnen. Diese waren gegenüber produktorientierten Werbungen über mehrere Jahre erfolgreich, weil die *creative teams* die Konzepte immer wieder neu auffrischten, um ihnen neue Drehs und Wendungen zu geben. Avis beispielsweise reizte seine unterlegene Marktposition aus, indem immer neue Gründe vorgebracht wurden, warum man bei der „Nummer zwei“ des Autoverleihs einen Wagen mieten sollte (siehe Abb. 42 und 43).⁴⁸ Die Konzeptkünstler/innen gingen bei der Produktion von Ephemera ganz ähnlich vor. Ebenfalls auf einem Konzept basierend, erschienen leicht abweichende Versionen einer Arbeit in unterschiedlichen Printmedien oder Ausstellungseinladungen über eine oftmals mehrjährige Zeitspanne hinweg.⁴⁹



42 S. 176



43 S. 177

Im Zug der Verschiebung von Kompetenz- und Arbeitsbereichen unterzogen sich die Werbebüros der Creative Revolution, allen voran die Doyle Dane Bernbach Agentur (DDB), in den 1960er Jahren einer radikalen Neustrukturierung ihrer Arbeitsorganisation. Bernbach kritisierte die technokratischen Betriebsstrukturen, indem er unermüdlich den Vergleich der Werbung mit der Kunst suchte, die sich für ihn gleichermaßen dem Zugriff durch strenge wissenschaftliche Regelsysteme entzog.⁵⁰ Er maximierte die Freiheiten seiner *creative workers* und baute einen Großteil der hierarchischen und bürokratischen Strukturen in seiner Agentur ab. Die Führung des Produktionsprozesses wurde jetzt an jene *art directors* und Werbetexter mit den besten Ideen delegiert.⁵¹ Diese Optimierungsstrategie räumte dem kreativen geistigen Akt eine prominente Rolle ein. Sie gab einer gesteigerten Form des Individualismus Auftrieb, für den gerade die Figur des Künstlers Pate stand.⁵²

Die massive Aufwertung der Kommunikation, also des Mitteilens, Verstehens und Entschlüsselns einer Botschaft sind Elemente einer dienstleistungsbasierten Produktion, bis heute die postfordistische Ökonomie bestimmt.

50 Siehe Frank 1997, S. 56.

51 George Lois beschreibt den Alltag an der Madison Avenue bei der Agentur PKL (Papert Koenig Lois) mit: „You start out by hiring people who are creative, then just give them a room to do what they want.“ (George Lois und William Pitts, *George, be Careful! A Greek Florist's Kid in the Roughhouse World of Advertising*, New York: Saturday Review Press, 1972, S. 78). Vormalig getrennte Arbeitsvorgänge wie Konzeption und Ausführung einer Kampagne wurden fusioniert. *Copywriters* und *art directors* begannen zusammenzuarbeiten, indem sie gemeinsam Ideen entwickelten und realisierten (siehe Berger 2001, S. 46). Diese Freiheit unter Kreativitätszwang lässt an die heutige Arbeitssituation in Firmen wie Google denken. Siehe auch Lazzarato, der auf den heute gebräuchlichen Begriff des „partizipativen Managements“ verweist. Er beschreibt die Auflösung der Unterscheidungen von Autor und Publikum, Konzeption und Ausführung, Kreativem Arbeiten und Routine (Lazzarato 1998a, S. 40–42).

52 Siehe Frank 1997, S. 89–90. Die Werte, die diese Umstrukturierungen begleiteten, haben Boltanski und Chiapello als Künstlerkritik bezeichnet (Boltanski/Chiapello 2006, S. 213–259, und Boltanski/Chiapello 2001, S. 468–469).

47 Kunst wurde in ihrer Geschichte seit der frühen Neuzeit nie nur an der Qualität des Handwerks gemessen, sondern immer auch an der Idee. Weit vor Duchamp zeichneten sich Künstler/innen mindestens so sehr durch ihren intellektuellen Zugang zu Kunst aus wie durch ihr Können. Die Vertreter/innen der Konzeptkunst haben deshalb nicht ein neues Paradigma eingeführt, als vielmehr ein bereits bestehendes Moment der Kunstproduktion (und -rezeption) auf bisher unbekannte Weise radikalisiert.

48 Siehe Berger 2001, S. 49; Challis 2005, S. 106–129.

49 Buren hatte seine Idee für die Einladungskarte zur Ausstellung in der John Weber Gallery, 1973 in New York, bereits dreimal realisiert. Die Versionen unterscheiden sich leicht im Wortlaut und in der Sprache, da diese dem Land, in dem die Ausstellung stattfand, jeweils angepasst wurde.

Sie wird auch beschrieben als Übergang von materieller zu immaterieller Arbeit, die nicht länger in langlebigen Produkten, sondern in einer Serviceleistung, einem kulturellen Produkt, in Wissen oder Kommunikation resultiert. All diese nicht-materiellen Güter sind heute Teil einer Verwertungslogik.⁵³ Ephemera der Konzeptkunst spiegeln und versammeln – ebenso wie die Werbebeispiele – diese Prozesse in einzigartiger Weise und zeugen von einer damals neuen immateriellen künstlerischen Arbeit. Statt durch spezifische Medien- oder Fachkompetenzen zeichnen sie sich durch ihre flexible Denkleistung und ihr kreatives Potenzial aus.⁵⁴ Neben einem hohen Maß an mentaler Mobilität gehören Kommunikationsfähigkeiten zu den wichtigsten Anforderungen auf dem postfordistischen Arbeitsmarkt. In der frühen Konzeptkunst, und besonders im Vergleich zwischen Ephemera und Werbung, zeichnet sich ab, was Andreas Reckwitz als Kreativitätsdispositiv der Gegenwart beschreibt. In Bezugnahme auf den Begriff der „Künstlerkritik“ von Boltanski/Chiapello beschreibt Reckwitz, wie der Künstler heute längst kein Außenseiter, sondern Leitfigur des postfordistischen Arbeiters geworden ist, der permanent kreativ sein muss, um erfolgreich zu sein.⁵⁵ Wie der Vergleich mit der Werbewirtschaft zeigt, stellen die Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst gerade diese Kompetenz durch die Produktion von Ephemera unter Beweis.⁵⁶

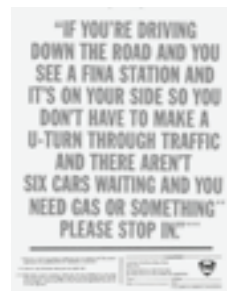
Die Ähnlichkeiten von Werbung und Kunst verweisen auf die strukturelle ökonomische Produktionsverschiebung von der Herstellung industrieller Massenware zu kundenorientierter Dienstleistung. Sie zeigt sich in den Beispielen als Verlagerung der Produktion auf den Bereich der Rezeption und von einem

visuell-emotionalen zu einem stärker intellektuellen Zugang zum Werk. Die individuelle Leistung erhält nun eine stärkere Gewichtung: die des Urhebers/der Urheberin, der/die jetzt durch eine gute Idee den Erfolg einer Kampagne oder eines Kunstwerks bestimmt, oder die der Rezipient/innen, die nun den Sachverhalt durch Denk- und Leseleistung zu entziffern haben und aktiv zur Bedeutungsstruktur beitragen.

Die gegenseitige Überlagerung von Wirk- und Geltungsbereichen zwischen Kunst und Werbung ist darüber hinaus folgenreich für den Kritik-Begriff in der frühen Konzeptkunst. Entgegen Buchlohs Auffassung der Institutionskritik, richtete sich die künstlerische Kritik weder nur auf die Kunstinstitutionen, noch war sie der Kunst vorbehalten. Die Tatsache, dass Werbung wie Konzeptkunst Gesellschaftskritik äußerten und gerade damit zur Etablierung neuer kapitalistischer Produktionsmodelle beitrugen, macht zudem deutlich, dass in den 1960er Jahren Kritik nicht zwingend im Widerspruch zu einer erfolgreichen Marketingstrategie stand. Damit scheint nun auch eine klare Unterscheidung zwischen Kritik und herrschender Ideologie im US-amerikanischen Kontext der 1960er Jahre, wie sie mit der Behauptung eines institutionenkritischen Impetus der frühen Konzeptkunst vorausgesetzt wird, zunehmend problematisch.

Mit administrativer Ästhetik zur Zielgruppenansprache

Claude Hopkins, Erfinder des „Mail Order Advertising“ in den USA und Autor von *Scientific Advertising*, pries bereits 1923 die Versandwerbung als eine der effektivsten Marketingmethoden.⁵⁷ Mitte der 1960er Jahre waren die Zeitungen und Zeitschriften in Nordamerika voll von Werben, die einen Coupon mit Fragebogen enthielten (beispielsweise Abb. 40). Wenn man diesen Coupon ausfüllte, ausschnitt und einsandte, erhielt man das beworbene Produkt 40 S. 171



53 Siehe Hardt/Negri 2003, S. 290.

54 Weil diese Anforderungen in gleichem Maße physische und mentale Kapazitäten beanspruchen, durchdringen sie alle Lebensbereiche immaterieller Arbeiter/innen (siehe Gielen 2010, S. 20). Dieselbe Tendenz beobachtet Berkley bereits 1971. Er führt diese neuen Erwartungen an die Arbeitnehmenden auf den steigenden Bedarf nach Innovation in den zunehmend wissensbasierten Industrien zurück. Zur Sicherung des Warenabsatzes mussten die Produkte ständig erneuert werden (siehe Berkley 1971, S. 69–72).

55 Siehe Reckwitz 2012.

56 Darauf verweist auch die rege Publikationstätigkeit, der viele Konzeptkünstler/innen in ihrer Funktion als Kunstkritiker/innen nachgingen. Diese Texte haben die Rezeption der Werke bis heute weitgehend bestimmt und müssen daher als elementarer Bestandteil der künstlerischen Produktion verstanden werden. Die kommunikationsbasierte Arbeit wird interessanterweise begleitet von einer Zunahme an verwaltungsähnlichen Aufgaben, welche die Künstler/innen wahrnahmen.

57 Siehe Hopkins 1966 (1923), S. 27: „The severest test of an advertising man is in selling goods by mail. But that is a school from which he must graduate before he can hope for success. There cost and results are immediately apparent. False theories melt away like snowflakes in the sun. The advertising is profitable or it is not, clearly on the face of returns. Figures which do not lie tell one at once the merits of an ad.“ Originalquellen zum „Direct Mail Advertising“ finden sich auch in Mayer 1958, S. 37–46, Advertising 1963, S. 255, und Hopkins 1966, S. 27.

– oder eine Probe davon – bequem nach Hause geliefert. Für die Privatwirtschaft stellte die Versandwerbung eine enorme Rationalisierung des Produktionsprozesses dar. Man verkaufte das Produkt, noch während man dafür warb, und konnte darüber hinaus auch gleich Werbewirkung und Produktnachfrage evaluieren.

Zunehmend wurde die Versandwerbung auch für kommerzielle Persönlichkeitstests oder Ausbildungsangebote verwendet.⁵⁸ Für eine solche Dienstleistung warb auch jene Anzeige, die am 11. Oktober 1969 im Halifax Mail-Star erschien. Betitelt mit *Likes. A Computer-Astrological Dating-Placement Service* versprach sie den Konsument/innen, ihnen durch die Erhebung von astrologischen Daten und persönlichen Vorlieben einen passenden Partner (Date) zu vermitteln (siehe Abb. 44a und 44b). Dazu sollte man den Fragebogen ausfüllen und ihn mit einem Scheck über USD 2.50 an „Likes, 501 Lexington Avenue, New York, N.Y. 10017“ senden.



44a S. 178



44b S. 179

Urheber dieser Anzeige, die unter dem Namen einer wenig vertrauenerweckenden Firma „Likes“ erschien, war der Künstler Dan Graham. Er realisierte die Arbeit während seines Aufenthaltes am Nova Scotia College of Art and Design in Halifax, mit dem er seit 1969 regelmäßig Projekte realisierte und wo er als Dozent tätig war.⁵⁹ Über das College konnte der Kontakt zu einem lokalen Fernsehsender hergestellt werden. Graham trat dort in den Lokalnachrichten als Geschäftsmann auf, der seine Partnervermittlung als neue Dienstleistung anpries und für die Anzeige im Halifax Mail-Star warb.⁶⁰

Likes unterschied sich damals kaum von kommerziellen Anzeigen. Das Werk ist vielmehr beispielhaft für die hohe öffentliche Präsenz von Konsumentenumfragen und ihre

zunehmende Verwendung in Werbeanzeigen. *Likes* ist aber auch stellvertretend für ein bisher kaum berücksichtigtes künstlerisches Format. Im Umfeld der New Yorker Konzeptkunst der 1960er und frühen 1970er Jahre lässt sich nämlich eine geradezu inflationäre Produktion von fragebogenbasierten Werken beobachten. Sie konfrontierten das Publikum statt mit einer künstlerischen Aussage mit direkten Fragen, die nach einer ebenso direkten Antwort verlangten. Allerdings erschienen nur einzelne Werke wie *Likes* getarnt als anonyme Anzeigen in Zeitungen. Diese stammen fast ausschließlich von Dan Graham.⁶¹ Verbreiteter in der frühen Konzeptkunst waren Fragebögen, die sich klar als Kunstwerke auswiesen. Sie fanden ihren Weg zum Publikum entweder über den individuellen Postversand der Künstler/innen oder über den Vertrieb einer Kunstzeitschrift. Zudem gibt es eine Fülle an Fragebögen, die nachträglich als Reproduktionen in Ausstellungskatalogen präsentiert wurden. Die Bedeutung dieser umfragebasierten Werke, das darin entworfene Publikum und ebenso die Rolle der Rezipient/innen wurden von der kunsthistorischen Forschung bisher weitgehend übersehen.

Wenn Künstler/innen sich des Fragebogens als soziales Erhebungsinstrument bedienten, um wie *Likes* die Leser/innen direkt zu einer Antwort aufzufordern, vermutet man dahinter zuallererst die Absicht, Informationen über das Publikum zu gewinnen. Wie sich aber bald zeigt, hielt sich das künstlerische Interesse an einer Datenerhebung oder gar an einem Dialog mit den Rezipient/innen in Grenzen. Künstler/innen, die publikumsbezogene Daten systematisch sammelten und auswerteten, bildeten die Ausnahme.⁶² Auch diente die Methode der Datenerhebung nicht dem Ziel, die Wirkung von Kunstwerken messbar zu machen, wie etwa bei der Versandwerbung.

Die Darlegungen zur Ästhetik der

61 Dazu gehört auch *Detumescence*. Das Werk erschien erstmals 1966 als Anzeige in der New Yorker Sex-Boulevard-Zeitung *The National Tatler* (gemäß Aussage Grahams). Es folgten Veröffentlichungen am 30. Mai 1969 in *Screw* und am 1. August 1969 in *New York Review of Sex* (siehe Graham 1969d). Die Anzeige in *Screw* lautete: „Wanted: professional medical writer to write medical, sexological description of sexual detumescence in human male (physiological and psychological aspects) laxity and pleasure should be dealt with. Needed for reproduction as a poem by Dan Graham to be disseminated to 25,000 readers in June issue of *Aspen*. Respondent retains all rights and fees from us of: 84 Eldridge St., NYC 10002.“ (Graham 1969c).

62 Dies sind namentlich Hans Haacke mit *MoMA Poll*, Jan Dibbets in seinem Beitrag zum *Art & Project Bulletin* und Marta Minujin mit *Minucode*.

58 Siehe ABP Graham 2013.

59 Die Anzeige sowie einige ausgefüllte Fragebögen sind später erschienen, unter anderem in Graham 1991 (1975), o. S., und in Graham 1972, o. S. Eine reiche Dokumentation über die Geschichte des NSCAD liefert Kennedy 2012.

60 Die Aufzeichnung des Fernsehbeitrags existiert nicht mehr (siehe ABP Graham 2013).

Administration des vorhergehenden Kapitels wiederaufnehmend, wird nun mit dem Fragebogen beispielhaft ein Format beleuchtet, das sich die Künstler/innen ebenfalls im Zusammenhang mit einer Auseinandersetzung zeithistorischer Entwicklungen aneigneten. Der Fragebogen diente in der Konzeptkunst in erster Linie als rhetorisches Mittel, um die in der Nachkriegszeit verbreiteten positivistischen Erhebungsmethoden zu erproben und zu reflektieren. Im Zentrum dieser Auseinandersetzung stand die Kritik an der Idee einer einheitlichen Massengesellschaft. Die Künstler/innen entfremdeten den Fragebogen ihrem eigentlichen Zweck und demonstrierten so die Unangemessenheit standardisierter Verfahren. Darüber hinausgehend nahmen die Künstler/innen in den Fragebögen neue Formen der Adressierung vor und entwarfen ein visionäres Publikumsprofil, das sich der heutigen Benutzerorientierung und Zielgruppenadressierung verpflichtet.⁶³ Deutlich zeichnet sich darin ein gesellschaftlicher Paradigmenwechsel ab, weg von der Idee einer Massengesellschaft hin zu einer auf Individualität basierenden Teilgesellschaft.

Porträts einer Massengesellschaft

Der Schlüssel zu Grahams Werk liegt in der Mehrdeutigkeit des Wortes „likes“. Sinngemäß lässt sich „likes“ entweder als „Vorlieben“ (*Likes and Dislikes*), als „sich gern haben“ (*I like him/her*) oder als „ähnlich sein“ (*What is it like?*) umschreiben. Zunächst und offensichtlich zielen Dan Grahams Fragen in *Likes* auf die persönlichen Vorlieben seiner Leser/innen. Sie sind in folgende drei Kategorien unterteilt: „Defining what you are like“, „Defining what would you like your date to be like“, und „Defining what relationship you would like“. Die einzelnen Fragen wie etwa „Name those colors you generally like to respond to“, „How do you generally like to pass the time while on a date?“ oder „What qualities you would like your potential date to like in you?“ löst man im *multiple choice*-Verfahren.

Die geradezu inflationäre Verwendung von „likes“ ist ein ironischer Kommentar zum Wertekanon der Nachkriegsgesellschaft. Diese Lesart erschließt sich im Zusammenhang mit Grahams Text *Eisenhower and the Hippies*.⁶⁴ Der

63 Die Rede von der Zielgruppe impliziert im vorliegenden Kapitel keine klar bestimmbare gesellschaftliche Größe, sondern eine spezifische Vorstellung des Publikums, wie sie in den Werken selbst entworfen wird.

64 Graham hatte „Eisenhower and the Hippies“ bereits

1967 verfasste Artikel ist eine ironische Analyse über die Harmoniesehnsucht der Nachkriegsgesellschaft während der Eisenhower-Ära. Die entpolitisierte Stimmung sieht Graham verkörpert in der damaligen Sehnsucht nach Einheit und Konformität und im Wunsch, geliebt zu werden („to be liked“). Graham argumentiert weiter, dass diese Mentalität von der Hippie-Bewegung der 1960er Jahre wieder aufgenommen wurde. „[The hippie’s] spirit of STP (Serenity, Tranquility, Peace) is close to the idea of the ‚Human Be-In‘, in a practice that combines features of Eisenhower’s easygoing pacifism with an ethic of tolerant ‚togetherness‘“.⁶⁵ Über den historischen Vergleich formuliert Graham seine Zweifel an der politischen Kraft der Bewegung. Diese verzichte, so Graham, auf direkte politische Konfrontationen. Stattdessen versuchte sie mit Slogans wie „make love not war“, das Establishment zu Tode zu lieben.⁶⁶ Dadurch erreiche sie keine gesellschaftliche Wirkung, sondern reproduziere lediglich den kleinbürgerlichen Wertekanon der Nachkriegsgeneration. Mit *Likes* ironisiert Graham den mittelständischen Traum von Harmonie, der sich nicht allein auf die Partnerschaft, sondern auf eine möglichst homogene und widerspruchslose, von Toleranz statt Dissens geprägte Gesellschaft bezog.

Schließlich verweist das Wort „likes“ in *Likes* durch seine Bedeutung als „ähnlich sein“ auf die Funktion des Fragebogens selbst. Er erhebt auf Ähnlichkeit basierende Daten, um damit das Leben des Durchschnittsbürgers/der Durchschnittsbürgerin zu beschreiben. Deutlich zeigt sich dies am Vergleich mit Grahams *Homes for America* (siehe Abb. 45a–d). Im fotografisch bebilderten Artikel von 1965 porträtiert und analysiert Graham eine suburbane Reihenhaussiedlung in New Jersey.⁶⁷ Der Artikel weist

1967 für das Arts Magazine geschrieben. Der Artikel wurde jedoch abgelehnt wie später auch von Artforum. Schließlich druckte die Zeitschrift 0 to 9, herausgegeben von Vito Acconci und Bernadette Mayer, den Aufsatz in der Winterausgabe 1968–1969 ab (siehe Graham 1993, S. 11). Im Folgenden beziehe ich mich auf den Nachdruck des Textes in Graham 1993.

65 In Eisenhowers tautologischen Slogans wie „Under God, we espouse the cause of freedom and justice for everyone“, „America does not prosper unless Americans prosper“ oder „Courage in principle, cooperation in practice, make freedom positive“, erkennt Graham die Harmoniesehnsucht seiner Gegenwart wieder. (Siehe Graham 1993, S. 9–10; ABP Graham 2013).

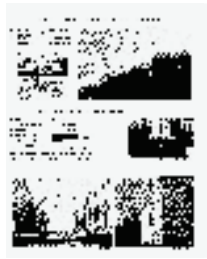
66 Siehe Graham 1993, S. 10: „Rather than hate, the hippie community would prefer to love the establishment to death.“ Zu Grahams Thematisierung der Hippiebewegung siehe auch Alexander Alberro, „The Psychedelic Fantasies of the Sixties. Dan Graham’s Reflections of the Hippies“, in: *Frieze*, Nr. 25, November/Dezember 1995, <https://frieze.com/article/psychedelic-fantasies-sixties>.

67 Der Artikel erschien erstmals im *Arts Magazine*, De-

die Namen der unterschiedlichen Baustile und Farben der Fertighäuser nach, die die Kund/innen für ihr „persönliches“ Fertighaus wählen konnten, und zeigt in einer Aufstellung alle dadurch zur Verfügung stehenden Kombinationen.



45a S. 180



45b S. 181



45c S. 182



45d S. 183

Wie *Likes* ist *Homes for America* ein Porträt des US-amerikanischen Massenkonsums der Nachkriegszeit, in der die freie Wahl (beispielsweise des Hauses) groteskerweise Teil einer Standardisierung und Uniformierung war, die die Lebensweise der Mittelstandsgesellschaft prägte. Am deutlichsten zeigt sich dies an der in *Homes for America* zitierten Umfrage, die im Zusammenhang mit der Farbwahl der Hausfassaden durchgeführt wurde (siehe Abb. 45c). Die acht zur Verfügung stehenden Farben sollten alle in einer Häuserzeile vertreten sein. Die ersten Käufer des Hauses einer Zeile wurden bei der Vergabe der Fassadenfarbe prioritär behandelt. Um ihren Wünschen entsprechen zu können, wurden Ehemänner und -frauen nach ihren „likes“ und „dislikes“ befragt und die Lieblingsfarben der Hausbesitzer schließlich nach Geschlecht ausgewertet. Die Werke verweisen auf die hohe gesellschaftliche Bedeutung, die dem Fragebogen in den 1960er Jahren zukam. Er ist ein Werkzeug, das auf geradezu ideale Weise Bilder einer konformen Massengesellschaft zeichnet.

Die Beziehung zwischen umfragebasierten Sozialerhebungen und der Idee einer

zember 1996–Januar 1967. Allerdings überarbeitete das Magazin den Beitrag, indem es alle Abbildungen bis auf eine aus dem Artikel entfernte. Damit zerstörte es die von Graham vorgenommene Zusammenstellung von Bild und Text. Ich referiere hier auf das originale, von Graham geplante Layout, das später unter anderem in *For Publications* abgedruckt wurde (siehe Graham 1991 (1975), o. S.).

Massengesellschaft hat Sarah E. Igo in ihrem Buch *The Averaged American, Surveys, Citizens and the Making of a Mass Public* untersucht. Sie skizziert darin die historische Erfolgsgeschichte von Meinungs- und Bevölkerungsumfragen in den USA, die nach dem Ersten Weltkrieg einsetzte und bis heute ungebrochen ist. Die Stichprobentechnik, die vor allem für die Marktforschung entwickelt wurde, erlaubte es Soziolog/innen, Politikwissenschaftler/innen und Meinungsforscher/innen, generalisierte Aussagen über die Bevölkerung zu machen. Igo belegt, wie sich die Bevölkerung bereits in der Mitte des 20. Jahrhunderts an die Allgegenwart von sozialen Daten gewöhnt hatte, die fortan die zentrale Wissensbasis des gesellschaftlichen Diskurses bildeten. Die Mittel, die die Bevölkerung jetzt repräsentieren sollten, waren die Werkzeuge der empirischen Sozialwissenschaften: Graphen, Kuchendiagramme und Kurven gaben vor, die soziale Realität der USA für ihre Bewohner/innen abzubilden. Solche Daten erhielten gesellschaftliche Legitimation zu jener Zeit nicht zuletzt, indem sie vorgaben, reine Fakten zu präsentieren und so rationale Information zu generieren. Der Glaube an die Möglichkeiten von gesetzesähnlichen Verallgemeinerungen, unabhängig von Zeit, Raum und kultureller Bedeutung, erreichte in den 1960er Jahren einen Höhepunkt.⁶⁸ Untersuchungen wie der Kinsey Report, der die Dominanz homosexueller Neigungen im Menschen nachzuweisen suchte, waren nicht zuletzt deshalb ebenso populär wie kontrovers.⁶⁹ Das positivistische Weltverständnis, das in den Umfragen zum Ausdruck kommt, dominierte, angeleitet von den Humanwissenschaften, die staatlichen wie privatwirtschaftlichen Organisationsformen seit dem Zweiten Weltkrieg.⁷⁰

Die USA nahmen in der professionellen Erhebung von sozialen Daten im internationalen Vergleich eine Vorreiterrolle ein. Wegweisend für die kommerzielle Publikumsforschung waren große US-amerikanische Werbeagenturen wie Still Tompson, die ihre eigenen

68 Siehe Steinmetz 2005, S. 16, 309; Neil J. Smelser, „Die Beharrlichkeit des Positivismus in der amerikanischen Soziologie“, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Bd. 38, März 1986, S. 133–150.

69 Siehe Igo 2007, S. 3, 4, 14. Für die Verwendung quantitativer Daten für Meinungsumfragen in der US-amerikanischen Politik und Regierung seit den 1930er Jahren, siehe Amy Fried und Douglas B. Harris, „Governing with the Polls“, in: *The Historian*, Bd. 72, Nr. 2, Sommer 2010, S. 321–353.

70 Die US-Soziologie folgte dabei geschlossen der positivistischen Ausrichtung innerhalb der New Yorker Columbia Universität, die wesentlich von Paul Lazarsfelds Aktivitäten geprägt wurde (siehe Wallerstein 2007, S. 431).

Marktforschungsabteilungen hatten, oder Firmen wie die A.C. Nielsen Company, die damals weltgrößte Marktforschungsorganisation mit mehreren Niederlassungen in Europa und Lateinamerika.⁷¹ Ähnliche Studien wie der Kinsey Report wurden auch in anderen Ländern durchgeführt, stießen jedoch nicht auf ein annähernd großes öffentliches Interesse wie in den USA. In Großbritannien und Frankreich wurden Umfragen erst nach dem Zweiten Weltkrieg beziehungsweise in den 1960er Jahren Teil des öffentlichen Lebens.⁷²

Wie Igo argumentiert, entstand durch die Einführung neuer Messinstrumente nicht nur die moderne Sozialwissenschaft. Mit der Allgegenwart von sozialen Erhebungen wuchs auch das gesellschaftliche Interesse an den Vorlieben, Wünschen und Lebensweisen des/der US-amerikanischen Durchschnittsbürger/in. Die Autorin führt darüber hinaus die verbreitete Vorstellung, dass es sich bei der Nachkriegsgesellschaft um eine Massengesellschaft handelte, auf jene spezifischen Repräsentationsformen durch empirische Sozialdaten zurück.⁷³

Neurotisch-bürokratische Konzeptkunst

Wie Dan Graham's *Likes* muss auch die für die frühe Konzeptkunst so signifikante Ästhetik der Administration vor dem Hintergrund der hohen gesellschaftlichen Präsenz von standardisierten Datenerhebungen gelesen werden. Die von Kynaston McShine kuratierte Gruppenausstellung *Information* 1970 im Museum of Modern Art in New York versammelte nicht weniger als fünf auf Publikumsbefragungen basierende Kunstwerke. Ausgestellt waren Adrian Pipers *Context 7* und Hans Haackes *MoMA Poll*.⁷⁴ Der begleitende

71 Siehe das Kapitel „Locating the Market“ in Mayer 1958, S. 224–232, außerdem S. 87–89.

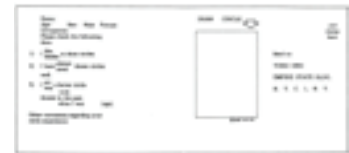
72 Siehe Igo 2012, S. 220–221; Igo 2007, S. 14–15.

73 Igos Forschungsinteresse gilt der Frage, wie die US-amerikanische Bevölkerung auf diese neue Form des Wissens über sich selbst (Wer sind wir? Was wollen wir? Und woran glauben wir?) reagierte. Die Untersuchung fokussiert auf drei Meilensteine in der Geschichte der empirischen Sozialforschung: Die berühmte Studie von Muncie, Ind., bekannt geworden 1929 unter dem Titel *Middletown*, George Gallups und Elmo Ropers politische Meinungsumfragen aus den 1930er Jahren und die Publikation des berühmten Kinsey Reports von 1948 und 1953 (siehe Igo 2007).

74 Adrian Piper forderte in *Context 7* die Besucher/innen der Ausstellung auf, die leeren Seiten eines Ringbinders mit beliebigen Informationen zu füllen. Haacke präsentierte *MoMA Poll*. Es war Teil einer Serie von Umfragen, in denen er die Museumsbesucher/innen dazu einlud, Fragebögen auszufüllen oder ihre Stim-

Katalog, der gemäß McShine selbst konstitutiver Teil der Ausstellung war, enthielt drei weitere Werke von Yoko Ono, Marta Minujin und Jan Dibbets, die auf dem Fragebogen als Erhebungsmethode sozialer Daten basierten.⁷⁵

Yoko Onos Katalogbeitrag ist ein Wiederabdruck einer Postkarte, welche die Künstlerin bereits 1964 unter dem Titel *Circle Drawing Event* verschickt hatte (siehe Abb. 46). Der darauf abgedruckte Fragebogen forderte die Rezipient/innen dazu auf, einen Kreis zu zeichnen, die persönlichen Erfahrungen damit und mögliche Zeichenfortschritte zu notieren und die Postkarte anschließend an die Künstlerin zurückzusenden. Marta Minujins Beitrag *Minucode* für den Ausstellungskatalog ist die Auswertung einer Umfrage, die die Künstlerin in verschiedenen US-amerikanischen Tageszeitungen publiziert hatte.⁷⁶ Die Teilnehmer/innen der Umfrage wurden aufgrund der gesammelten Daten daraufhin zu einer „Cocktail Party“ eingeladen, wo sie Teil einer interaktiven Installation wurden, die



46 S. 184

Minujin wiederum fotografisch dokumentierte (Abb. 47). Jan Dibbets' Katalogbeitrag schließlich beschränkt sich auf den Abdruck jenes Fragebogens, den der Kurator zuvor an alle teilnehmenden Künstler/innen der Ausstellung verschickt hatte, um sie zu ihren Katalogbeiträgen zu befragen (siehe Abb. 48).



47 S. 185



48 S. 186

me zu verschiedenen aktuellen politischen Themen abzugeben. In der Ausstellung *Information* war an der Wand die Frage angebracht worden: „Would the fact that Governor Rockefeller has not denounced President Nixon's Indochina policy be a reason for you not to vote for him?“ Sie wurde begleitet von der Aufforderung an das Publikum, abzustimmen und dazu einen Zettel in mit „yes“ oder „no“ bezeichnete, durchsichtige Urnen zu werfen. Die Zettel unterschieden sich farblich nach Besuchergruppen (Member, reguläre/r Besucher/in, freier Eintritt etc.).

75 Siehe *Information* 1970, S. 138, sowie die erwähnten Werke auf S. 43, 68 und 106.

76 Siehe Marta Minujin, *Minucode Questionnaire*, undatiert (MoMA McShine 1969–1970 [IV.57, *Artists Files*, Marta Minujin, Argentina]).

Die künstlerischen Beiträge lieferten – entsprechend dem Thema der Ausstellung – Antworten auf die Frage nach der damaligen Definition und Bedeutung von „Information“. Sie verstanden darunter soziale Daten, die mit technischen Instrumentarien erhoben, verglichen und ausgewertet werden.⁷⁷ Die Werke in der Ausstellung bringen ein Interesse an der Quantifizierung von Handlungen zum Ausdruck, das sich auch in vielen anderen, nicht umfragebasierten Arbeiten der frühen Konzeptkunst wiederfindet. Beispielhaft für dieses Interesse sind etwa Stanley Brouwns obsessive Selbstvermessungen. In *Steps* von 1971 zählte er alle Schritte, die er in verschiedenen Städten gegangen ist. Er sammelte die Resultate auf Karteikarten und legte sie dann in grauen Archivkästen ab. Ähnlich verfuhr On Kawara in seiner Serie *I Got Up*, in der er akribisch darüber Buch führte, um welche Zeit er jeden Tag aufstand (Abb. 13a–b). Auch Dan Grahams *March 31, 1966* wirkt auf den ersten Blick wie das Werk eines zwanghaften Bürokraten (siehe Abb. 49). Die Arbeit, auch ein Katalogbeitrag zur *Information*-Ausstellung, listet unterschiedliche Distanzen vom Künstler zu verschiedenen Orten auf, so etwa „205.00000000 miles to Washington, D. C.“ oder „1,000,000,000,000,000,000,000,000.00000000 miles to the edge of known universe“.⁷⁸ Dabei wird bald deutlich, dass die Referenzpunkte (das Ende des Sonnensystems, Union Square, Schreibmaschinen-seite) beliebig gewählt sind und weder brauchbare Informationen zum Aufenthaltsort des Künstlers noch zu den genannten Referenzpunkten bereitstellen. Der eigentliche Wert von Informationen wird in Frage gestellt. Die genannten Beispiele stellen beliebige soziale Sachverhalte in der Form von bloßen Zahlen dar und zeugen von einer Faszination für positivistische Darstellungsformen. Gleichzeitig führen die Werke aber gerade in der neurotischen Überzeichnung, mit der sich die Künstler/innen die Arbeiten auferlegten, Sinn und Zweck der Darstellungsmethode ad absurdum.



13a S. 126



13b S. 127



49 S. 187

Plädoyer für den statistischen Einzelfall

Auch der künstlerische Einsatz des Fragebogens ist von der Ambivalenz geprägt. Anders als in der Rezeption oft behauptet, sind weder die umfragebasierten Werke noch die künstlerische Vorliebe für Zahlen, Diagramme und Tabellen ausschließlich als Bruch mit vorangehenden Kunstströmungen zu lesen. Zwar sprengten die Künstler/innen mit der Aneignung von Formaten aus dem Bereich der Administration die Grenzen des damaligen Kunstverständnisses: Sie entledigten die Werke einer individuellen künstlerischen Handschriftlichkeit und stellten damit traditionelle Vorstellungen von Autorschaft in Frage. Wie die nähere Analyse der Beispiele jedoch ebenso zeigt, wird in den Fragebögen zugleich Individualität über die Kritik an der Konformität wieder als zentrale Kategorie des Kunstwerks eingeschleust.

In *Likes* beschreibt Graham das eingeschränkte Verständnis von Individualität in einer als konform verstandenen Gesellschaft. Der persönlichen Wahl des Partners – Inbegriff einer individuellen Handlung – sind durch die vorgegebenen Antworten im Fragebogen klare Grenzen gesetzt. Wer Auskunft über seine Lieblingsbeschäftigung während eines Dates geben wollte, musste wählen zwischen: „smoking, arguing, driving, listening to rock, partying, intimately, drinking, conversing, dancing, watching TV, reading“ (Abb. 44a). Die „individuelle“ Wahl des Partners findet hier, ebenso wie der Bau des Eigenheims bei *Homes for America*, im eingeschränkten und klar definierten Rahmen des (Massen)konsums von standardisierten Produkten statt.⁷⁹

77 Haacke und Minujin machten direkt Gebrauch von statistischen Erhebungsmethoden der Zeit, indem sie publikumsbezogene Daten und Meinungen sammelten, auswerten und diese als konstitutiven Teil der künstlerischen Aussage verwendeten. Das Gleiche gilt für Dibbets' Beitrag im *Art & Project Bulletin* von 1969, auf den noch näher eingegangen wird.

78 Wie alle frühen, textbasierten Werke Grahams, die zur Publikation in Magazinen bestimmt waren, wurde auch *March 31, 1966* mehrfach abgedruckt.

79 *Likes* verweist auf die zunehmende Anwendung von



44a S. 178

Viel spezifischer noch wird diese Kritik in jenen Beispielen angegangen, in denen sich der Fragebogen direkt auf Fragen nach künstlerischer Kompetenz und Arbeit bezieht. Dies wird besonders evident an Yoko Onos wiederabgedrucktem Fragebogen *Circle Drawing Event* im *Information*-Katalog. Er misst die künstlerischen Kompetenzen, die darin bestehen, einen Kreis möglichst nahe an der Idealform zu zeichnen. Die Teilnehmenden werden auch zu Name, Alter, Geschlecht und Beruf befragt sowie nach Fortschritten im Zusammenhang mit dem Zeichnen von Kreisen. Damit unterstellt der Fragebogen erstens, dass das Zeichnen eines Kreises besondere Kompetenzen erfordert und dass zweitens zwischen diesen Kompetenzen und den demografischen, sozialen und biografischen Merkmalen der Teilnehmer/innen eine Korrelation besteht. Ähnlich wie Grahams *Likes* liest sich *Circle Drawing Event* als ironischer Kommentar dazu, mit standardisierten Befragungsmethoden individuelle Dispositionen mess- und quantifizierbar zu machen. Bei Ono steht die geometrische Figur des Kreises darüber hinaus sinnbildlich für Abstraktionsprozesse, die die statistische Auswertung von Umfragen begleiten. Um eine allgemeine Aussage über ein „Durchschnittsverhalten“ machen zu können, müssen im Prozess der Datenauswertung sowohl soziale Diversität als auch Einzelfälle vernachlässigt werden. So wenig aber wie der Einzelfall jemals einem statistischen Wert entsprechen

Persönlichkeitstests in den USA der Zeit. Whyte widmet dem von führenden US-Firmen eingesetzten „mass testing of personality“ ein ganzes Kapitel in seinem 1956 erschienen Bestseller *The Organization Man*. Er zeigt, wie diese Persönlichkeitstests vorgeben, individuelle Eignungen wissenschaftlich zu erheben und gerade dadurch die Anforderungen an Konformität erfüllen. Zudem warnt er seine Leser/innenschaft davor, persönliche Neigungen und Meinungen preiszugeben, da diese leicht von den Tester/innen fehlinterpretiert werden könnten. Stattdessen empfiehlt Whyte, die Fragen möglichst der Mehrheit entsprechend zu beantworten, um so der Forderung der Firmen nach maximaler Konformität und Berechenbarkeit nachzukommen. Siehe in Whyte 1956 die Kapitel „How Good an Organization Man Are You?“, S. 171–181, „The Test of Conformity“, S. 182–201, und „How to Cheat on Personality Tests“, S. 405–410, sowie den Fragebogen (inklusive Auswertung), den der Autor als Beispiel eines solchen Persönlichkeitstests in sein Buch integriert, S. 180–181.

kann, so unmöglich ist es, einen Kreis von Hand in seiner Idealform zu zeichnen. Onos Fragebogen weist mit diesem Vergleich auf den Kontrast zwischen Idealform oder Durchschnittsmerkmal und Einzelfall hin, dem sie durch die schier unmögliche Aufgabe, einen perfekten Kreis zu zeichnen, besonderes Gewicht verleiht.⁸⁰

Circle Drawing Event formuliert damit auch eine humoristische Kritik an der neuzeitlichen Definition von künstlerischer Kompetenz. Dieser Auffassung folgend, lässt sich Kreativität an der naturgetreuen Wiedergabe einer Vorlage messen. Wie aktuell diese Auffassung auch in der damaligen Werbebranche noch war, zeigt der Blick in die Tageszeitungen. Nicht selten erschienen dort Anzeigen wie etwa diese unter dem Titel *Draw „Winky“* von 1971, die die Leserschaft aufforderte, eine abgebildete Bambi-ähnliche Comicfigur abzuzeichnen – kopieren war verboten. Wenn man sie einsandte, konnte man ein „commercial art scholarship“ oder einen „cash prize“ gewinnen (siehe Abb. 50).



50 S. 189

Onos Fragebogen verweist auf die Mess- und Vergleichbarkeit künstlerischer Kompetenz. Das hier implizit vorgebrachte Plädoyer für die Berücksichtigung des Einzelfalls (gegenüber dem normierten Durchschnitt) kann auch als Forderung nach mehr Individualität und Vielfalt künstlerischer Ausdrucksformen gelesen werden. Zumal die Künstler/innen damals im Ausstellungsbetrieb selbst statistischen Erhebungen unterworfen waren. Zwischen 1969 und 1971 fanden auffällig viele Großausstellungen statt, zu denen neben *Information* und *When Attitudes Become Form* auch Lucy Lippards *557,087* – die Ausstellung zeigte Werke vom 5.9.–5.10.1969 an unterschiedlichen Orten in Seattle – und Seth

80 In der frühen Neuzeit galt das Zeichnen des Kreises als Distinktionsmerkmal des einmaligen und gottgleichen Künstlers. Zu seiner Bedeutung kam er mit Giottos *Saga* *Giottos O.* Zum Maß des Menschen schlechthin wird der Kreis auch bei Leonardo Da Vincis Federzeichnung *Proportionsstudie nach Vitruv*, ca. 1492. Seine Körperproportionen passen sich in die Idealform des Kreises ein.

Siegelaubs *March 1969* zählen.⁸¹ Sie alle versuchten, die Vielzahl der künstlerischen Beiträge vergleich- und quantifizierbar zu machen. Dazu dienten einerseits die standardisierten Ausstellungs- und Vermittlungsformate. Die Kataloge zu *Information* und *When Attitudes Become Form* stellten den Künstler/innen jeweils eine DIN A4-Seite zur Verfügung. Andererseits machten die Kurator/innen auch regen Gebrauch vom standardisierten Fragebogen, um die Organisation zu vereinfachen.⁸²

Jan Dibbets widmete sich dieser allgemeinen Tendenz zur standardisierten Datenerhebung im Ausstellungsbetrieb in seinem Katalogbeitrag zu *Information*. Er ließ den nicht ausgefüllten Fragebogen abdrucken, mit dem der Kurator die Katalogbeiträge der teilnehmenden Künstler/innen erhob (Abb. 48). Dibbets verwies auf die bürokratisierte Organisation solcher Großausstellungen, von denen er als Künstler direkt betroffen war. Darüber hinaus brachte er mit der Verweigerungsgeste seine Kritik an der Art und Weise des Kurators zum Ausdruck, Informationen zu generieren.⁸³



48 S. 186

Die Werke adressierten also die Gleichschaltung und Quantifizierbarkeit von künstlerischer Arbeit. Sie kritisierten damit zentrale Merkmale des administrativen Instrumentariums, das sie wiederum selbst als künstlerisches Mittel einsetzten. Deutlich wird hierin, wie sehr die künstlerische Aneignungsstrategie von Ambivalenzen geprägt war, die sich erst dem vergleichenden Blick auf künstlerische und gesellschaftliche Fragestellungen erschließen.

Folgenreiche Positivismuskritik

Die Vertreter/innen der Konzeptkunst nahmen mit ihrer Kritik Aspekte auf, die gleichzeitig auch im Umfeld der US-amerikanischen Sozialwissenschaften und über die akademischen Kreise hinaus diskutiert wurden. Dort zeichnete sich in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren eine populäre „anti-positivistische Welle“ ab. Die Kritik richtete sich zunächst allein gegen das Instrumentarium der quantitativen Sozialstudien. Im öffentlichen Fokus stand aber auch die damals verbreitete Auffassung, die amerikanische Kultur sei einheitlich und deshalb mit den positivistischen Verfahren abbildbar.⁸⁴

Dieser Diskurs war in vielerlei Hinsicht folgenreich. Innerhalb der Sozialwissenschaften wirkte er sich nachhaltig auf die methodische Ausrichtung der Forschung nach 1968 aus: Qualitative Erhebungsmethoden wurden revalidiert, die bislang so hochgehaltene Bedingung der Wertneutralität von soziologischer Forschung dagegen in Frage gestellt und die methodischen und erkenntnistheoretischen Grenzen zu anderen Disziplinen zunehmend aufgeweicht.⁸⁵ In

81 Die Gruppenausstellungen *When Attitudes Become Form* und *557,087* zeigten Werke von 69, *Information* sogar von 90 Künstler/innen.

82 Deutlicher noch zeigt sich diese Tendenz zur Standardisierung bei Ausstellungen, die vorwiegend in gedruckter Form existierten. So bestand *557,087* – der Titel referiert auf die damalige Einwohnerzahl der Stadt Seattle – aus 95 Karteikarten, wie sie in alten Bibliothekskatalogen zu finden sind. Jede der Karten enthält die Beschreibung eines künstlerischen Beitrags. Die Ausstellung *March 1969* griff mit dem Kalender ein ähnlich standardisiertes Format auf.

Die als Datensammlungen konzipierten Ausstellungen beruhten bei Siegelau und Lippard wie auch bei McShine auf der Distribution eines Fragebogens zur Einforderung der Werkinformationen von den Künstler/innen. Ein von LeWitt ausgefüllter Fragebogen zu *557,087* zeigt, dass diese Form der Erhebung allerdings nur sehr bedingt zweckmäßig war. Obwohl sich der Künstler offenbar die größte Mühe gab, das vorgedruckte Formular seriös auszufüllen, sind viele Felder mit einem Fragezeichen versehen. Zugleich sind die Seitenränder gefüllt mit ergänzenden Notizen und Skizzen, die das auf Vergleichbarkeit ausgerichtete Format wortwörtlich sprengen. (Siehe Sol Lewitt, ausgefüllter Fragebogen für die Ausstellung *557,087*, datiert 2.6.1969 (AAA Lippard 1940–2006)).

83 Dies ist explizit in einem Brief formuliert, den der Künstler zusammen mit dem Fragebogen am 7. April 1970 an McShine richtete. Darin beklagt Dibbets die schlechte Organisation des Kurators. Bis kurz vor der Eröffnung stand noch nicht fest, welches Werk von Dibbets in der Ausstellung vertreten sein würde. Außerdem bringt der Künstler seinen Unmut darüber zum Ausdruck, dass US-amerikanische Museen nicht bereit seien, die Reisekosten europäischer Künstler/innen zu übernehmen. (Siehe Jan Dibbets, Brief an Kynaston McShine vom 6.4.1970 (MoMA McShine 1969–1970 [IV.30, Artists Files, Jan Dibbets, Holland])).

84 Die Kritik stand in engem Zusammenhang mit anderen kulturellen und politischen Aufständen. (Siehe Steinmetz 2005, S. 41; Wallerstein 2007, S. 436–437). Zu den bekanntesten Schriften, die diese Kritik repräsentieren, gehören Theodor W. Adorno, *Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie*, Neuwied/Berlin: Luchterhand, 1969; Alvin Ward Gouldner, *The Coming Crisis of Western Sociology*, New York: Basic Books, 1970 und Anthony Giddens, *Positivism and Sociology*, London: Heinemann, 1975.

85 Siehe Wallerstein 2007, S. 433–437.

den Sozialwissenschaften verband man diese Revisionen des methodischen und thematischen Kanons mit einer Sozialkritik. Das bedeutete, dass fortan bisher vernachlässigte ethnische Gesellschaftsgruppen stärker berücksichtigt wurden und Geschlechter- und Ethnizitätsfragen einen festen Platz in Lehre und Forschung erhielten.⁸⁶ Dieser Fokus hat sich heute unter dem Schlagwort der „Identity Politics“ außerdem im akademischen Vokabular der Geisteswissenschaften etabliert.

Der Methodenstreit war auch für das US-amerikanische Selbstverständnis im Allgemeinen und die Wirtschaft im Besonderen von großer Bedeutung, wenn auch in ganz anderer Weise. Die wissenschaftliche Positivismuskritik führte nur sehr bedingt zu einer gesellschaftlich breit abgestützten Anerkennung sozialer Ungleichheit. Allerdings wich der Glaube an eine konforme Masse der Idee einer segmentierten Gesellschaft, die aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen (Jungen, Alten, Afroamerikaner/innen, Akademiker/innen etc.) besteht. Diese Differenzierung und die dafür von den empirischen Sozialwissenschaften entwickelten Erhebungsinstrumente eröffneten der kommerziellen Marktforschung neue Perspektiven. Erst jetzt entstand ein individualisiertes Zielgruppenmarketing, das Produkte gezielt entsprechend dem individuellen Profil entwirft und vertreibt.⁸⁷ Individualität und Konsumentenorientierung bilden bis heute die grundlegenden Werte, auf denen diese Marketingmethode aufbaut.⁸⁸

Welche Schlüsse zogen die Künstler/innen

86 Im Zuge dieser Entwicklung entstand auch ein neuer Markt für Sozialstudien, wie jene von Michael Harrington. *The Other America* von 1962 ist eine Untersuchung der Armut in den USA, in der der Autor die sozialen und ethnischen Unterschiede unterstrich. (Siehe Michael Harrington, *The Other America. Poverty in the United States*, New York: Macmillan, 1962; Igo 2007, S. 286).

87 Die Fragen nach einer zielgruppenorientierten Vermarktung von Produkten und nach den effektivsten Methoden der Konsumentenforschung nehmen in damaligen Werbefachbüchern deshalb eine prominente Position ein. Siehe Mayer, S. 213: „Advertising is wasted if it is directed (by a wrong choice of media) to people who do not live where the product is sold or (by a wrong choice of selling approach) to people in an age or income group which for some reason is not attracted to this brand.“ Siehe ebd. auch die Kapitel „From the Farmers Wife to the Integral Calculus“, S. 211–223, und „Locating the Market“, S. 224–232, außerdem S. 88. Ein Kapitel zu „The Growth of Research and Information Services“ findet sich in *Advertising 1963*, S. 321–355.

88 Zur Bedeutung von Konsumenten- und Meinungsumfragen in der Herausbildung der Dienstleistungsgesellschaft siehe Berkley 1971, S. 122.

selbst aus der Kritik an einer homogenen Gesellschaft? Welche Konzeption des Publikums entwarfen sie in ihren Fragebögen? Die in den Werken geäußerte Kritik stimmte mit jener der Sozialwissenschaften in weiten Teilen überein. Graham, Ono und Dibbets führten in ihren Werken die Unmöglichkeit vor, die Diversität von menschlichen oder künstlerischen Attributen und Ausdrucksformen mit quantitativen Erhebungsmethoden adäquat zu erfassen. Die besprochenen Beispiele stellten als pseudowissenschaftliche Verfahrensweisen allgemein das damals verbreitete rigide Wissenschaftsverständnis in Frage und leisteten damit einen Beitrag zur Aufweichung disziplinärer Grenzen und zur Öffnung von theoretisch-empirischen hin zu hermeneutisch-historischen und poetischen Verfahren.⁸⁹ Künstlerische Subjektivität wurde dabei als Widerstandsmoment gegen das positivistische Gebot der Wertneutralität, der Allgemeingültigkeit von Aussagen und den daraus resultierenden Verwaltungsformen eingesetzt.

Die Schlüsse allerdings, die die Künstler/innen aus der Ablehnung des methodischen Instrumentariums zogen, unterschieden sich von jenen der Sozialwissenschaften. Die Künstler/innen formulierten mit der Aneignung von Fragebögen keine sozialen Anliegen. Marginalisierte Bevölkerungsgruppen werden in den Werken ebenso wenig angesprochen und abgebildet wie Fragen zu Rasse oder Geschlecht. Die Forderung nach Berücksichtigung gesellschaftlicher Vielfalt wird in den Werken mit jener nach Individualität gleichgesetzt. Nicht soziale Diversität, sondern persönliche Freiheit, sei es die des künstlerischen Ausdrucks, der Partnerwahl oder des Baustils, bilden in der Konzeptkunst die Antwort auf die Idee einer gleichgeschalteten Masse.⁹⁰

89 Haacke nutzte den Fragebogen in *MoMA Poll* als positivistisches Instrument für eine Meinungsumfrage, die im Kontext der Ausstellung *Information* im MoMA zum politischen Statement des Künstlers wurde. Die Frage „Would the fact that Governor Rockefeller has not denounced President Nixon’s Indochina policy be a reason for you not to vote for him?“ erhielt nämlich ihre Brisanz, weil nicht nur Nelson Rockefeller, sondern seine ganze Familie in ihrer Funktion als Stifter, Vorstandsmitglied und Trustee einflussreiche Verbindungen zum Museum aufwies. Damit klärte Haacke die Besucher/innen darüber auf, dass sie mit einem Ausstellungsbesuch im MoMA indirekt Präsident Nixons Indochina-Politik unterstützten. Zugleich stellte er die vermeintliche Neutralität eines öffentlichen Museums in Frage. Durch die Transparenz der Boxen war der aktuelle Stand der Umfrage jederzeit für die Besucher/innen einsehbar.

90 Siehe Boltanski/Chiapello 2006, S. 213–259, und Boltanski/Chiapello 2001, S. 468–469.

Diese Unterscheidung entspricht jener zwischen Sozial- und Künstlerkritik, die Boltanski und Chiapello in *Der neue Geist des Kapitalismus* vornehmen. Sie erkennen darin zwei grundsätzlich unterschiedliche Formen der Kritik, die gemeinsam zur Krise des Kapitalismus um 1968 führten. Während sich die Sozialkritik damals mit klassisch gewerkschaftlichen Fragen nach Gerechtigkeit respektive sozialer Ungleichheit befasste, äußerte die Künstlerkritik Forderungen nach Individualität, Authentizität und Subjektivität. Boltanskis und Chiapellos Erklärungsmodell folgend, konnte sich der Kapitalismus nach 1968 nur deshalb erneuern, weil diese Künstlerkritik erfolgreich vereinnahmt wurde. Heute bilden ihre Werte wie individuelle Freiheit und Selbstbestimmung selbst die Grundlage für ein erfolgreiches Marketingkonzept und für eine erfolgreiche Karriere auf dem kapitalistischen Arbeitsmarkt. Die Publikumsentwürfe in den Werken der Konzeptkunst basieren auf den in der Künstlerkritik geforderten Werten, die auch für die Konsumentenorientierung der Dienstleistungsindustrie von großer Bedeutung werden sollten.

Projektionsfläche statt Dialogpartner

Individualität dient in den Beispielen denn auch als leitende Größe, wenn es um Rolle und Konzeption des Publikums geht. Im Vordergrund steht dabei weniger das Ziel, Publikumsreaktionen zu sammeln und Wirkungen messbar zu machen. Vielmehr zeigt sich die Hinwendung zu einer dienstleistungsorientierten respektive postfordistischen Produktionsweise in der kommunikativen Funktion der Werke. Die Verwendung des Fragebogens ermöglicht eine individualisierte Adressierung, die den Rezipient/innen eine aktive Rolle zuweist.

Dies zeigt sich etwa daran, dass die Antworten, falls überhaupt gesammelt, kaum je mitpräsentiert werden. Grund hierfür ist, dass es entweder kaum Publikumsreaktionen gab, wie dies Graham für seine Werke behauptet, oder dass sich diese in einem nur bedingt zugänglichen Archiv befinden.⁹¹ Die retournierten Postkarten zu Yoko Onos *Draw Circle Event* befinden sich in der Sammlung der Künstlerin und werden selektiv ausgestellt.⁹² In den meisten

Fällen begegnen uns die Fragebögen aber als Reproduktionen in Katalogen und Monografien. Dan Grahams ursprünglich als Anzeige publizierter Fragebogen *Likes* erschien in verschiedenen Publikationen. Er findet sich dort als Reproduktion des ursprünglichen Anzeigenformats, das in manchen Fällen zusammen mit einer exemplarischen Publikumsreaktion abgedruckt ist.⁹³

Diese Präsentationsform, die entweder den leeren Fragebogen oder wenige exemplarische Antworten abbildet, hat Konsequenzen nicht nur für die Lesart des Werks, sondern auch für die dem Werk eingeschriebene Betrachter/innen-Rolle. Indem die Künstler/innen darauf verzichteten, Reaktionen und Daten auszuwerten und als Teil der Werkaussage zu integrieren, wird der Fragebogen zur imaginären Projektionsfläche für die Rezipient/innen. Der Abdruck eines beispielhaft ausgefüllten Fragebogens wie im Falle von *Likes* verstärkt diesen Effekt zusätzlich. Das Werk stellt so eine intime Verbindung zur Rezipientin oder zum Rezipienten her und entwirft das Individuum vor einer im Werk ebenso angesprochenen Masse. Besonders Grahams *Likes* spielt mit dem voyeuristischen Interesse des Publikums.⁹⁴

Die Fragebögen sind jenen Werken der frühen Konzeptkunst ähnlich, die den Rezipient/innen Rätsel aufgeben. In beiden Fällen enthalten die Werke die Anweisung, das Werk

sendern prominente Namen wie George Brecht gehörten. (Siehe Reiko Tomii, „Yoko Ono. Tokyo/1964“, in: *X-TRA*, 2004, Bd. 7, Nr. 2, Winter 2004, <http://x-traonline.org/article/yoko-ono-tokyo1964/>).

93 *Detumescence* und *Likes* finden sich unter anderem als Reproduktionen in Graham 1991 (1975), o. S., und in Graham 1972, o. S. Onos *Draw Circle Event*-Postkarte erschien in *Information* 1970, S. 106. Die Werke werden als Reproduktionen einem größeren Publikum zugänglich gemacht, gleichsam für die Nachwelt gesichert und als Bestandteil des künstlerischen Œuvres ausgewiesen. Ebenfalls bot die Reproduktion von *Ephemera*, wie ausgeführt, die Möglichkeit der simultanen Werkpräsentation. Diese führte zu einer enormen Steigerung von Mobilität und Effizienz der Distribution.

94 Die publizierte Umfrage über den Lustabfall nach dem Orgasmus in *Detumescence* thematisiert, ebenso wie *Likes*, die öffentliche Zurschaustellung einer Privatangelegenheit. In Anlehnung an den Kinsey Report zielt vor allem *Detumescence* auf die puritanischen Gefühle der US-amerikanischen Gesellschaft. Wie Igo ausführlich darlegt, führte die öffentliche Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Fakten aus den Privatleben der Amerikaner/innen, zum Beispiel jene von Kinsey, zu einem neuen Verständnis von Öffentlichkeit. Signifikanterweise beruhte dieses Verständnis weniger auf tatsächlichem Wissen über die US-amerikanische Bevölkerung. Vielmehr wurden, durch die Lektüre der Studien, imaginierte Gemeinschaften und ein Interesse am Privatleben des Durchschnittsamerikaners erzeugt. Siehe Igo 2007, S. 21–22. Diese Funktion des Fragebogens als öffentliche Projektionsfläche findet sich beispielhaft in den hier besprochenen Kunstwerken dargestellt.

91 Siehe ABP Graham 2013.

92 So präsentierte die vom 2. April bis 15. Mai 2004 gezeigte Ausstellung *Yoko Ono: Tokyo/1964* in der Ise Culture Foundation Gallery in New York die „ten most ‚imaginative‘ responses“ der Sammlung, zu deren Ab-

gedanklich zu vervollständigen.⁹⁵ Obwohl bei den Fragebögen die Rezipient/innen zugleich als „Gegenstand“, Teilnehmende und Publikum angesprochen sind, bleiben sie in der Rolle von Konsument/innen verhaftet. Die Künstler/innen erprobten keine dialogischen Strukturen oder Formen von sozialer Interaktion, sondern nutzten den Fragebogen als rhetorisches Mittel. Rollenfestschreibungen zwischen Produzent/innen und Rezipient/innen sind deshalb ebenso wenig angetastet und damit verbundene Dichotomien wie passiv/aktiv, Sender/Empfänger bleiben bestehen.⁹⁶ Obwohl die Werke den Rezipient/innen durch die Formulierung von Aufgaben eine neue Rolle einräumen, bilden Autor/in und Rezipient/in in der Erfahrung früher Konzeptkunst keine „absoluten Äquivalente“, wie dies Buchloh behauptet.⁹⁷ Trotz der Erprobung neuer Kommunikationsmodelle bleiben die Werke autorzentriert und bilden in sich abgeschlossene Einheiten.⁹⁸

Zielpublikum statt Interessensgruppen

Die Konzentration auf kommunikative Prozesse zwischen Werk und Rezipient/in steht in direktem Zusammenhang mit der Konzeption des Publikums in Ephemera. Die meisten Beispiele richten sich an die Rezipient/innen als Individuen. Sie fragen nach ihren persönlichen Vorlieben (Likes) und Fähigkeiten, die die eigene Subjektivität jenseits einer möglichen sozialen Gemeinschaftsbildung beschreiben. Diese Tendenz wird durch den Präsentationskontext des Printmediums oder der Postsendung verstärkt, indem das Werk – anders als bei einer Performance, im Theater oder in einer Ausstellung – oft im Privatraum und selten im Kollektiv rezipiert wird. Die Werke entwerfen ein Publikum, das nicht als eine politische Öffentlichkeit

konzipiert ist, sondern aus singulären Subjekten besteht.⁹⁹

Zum Ausdruck kommt hier ein Konzept der Zielgruppe, das anders als die Idee der Massengesellschaft auf einer Differenzierung gesellschaftlicher Gruppen nach sozio-demografischen oder psychografischen Merkmalen basiert. Eine solche zu Marketingzwecken definierte Gruppe aus einzelnen Subjekten reagiert auf kommunikationspolitische Maßnahmen homogener als der Gesamtmarkt. Dahinter steckt die Idee des Publikums als heterogene Gruppe konsumorientierter Marktteilnehmer/innen, die sich markant vom Verständnis einer demokratisch organisierten oder gar politisierten Öffentlichkeit unterscheidet.

Die in den Werken entworfene Idee der Zielgruppenöffentlichkeit basiert auf jener einer vernetzten Gesellschaft, wie sie in anhand der Distributionsweisen von Ephemera beschrieben wurde.¹⁰⁰ In diesem Modell sind es weniger gesellschaftliche Gruppen als die individuellen Akteure, die jederzeit neue Knoten respektive Beziehungen bilden können.¹⁰¹ Die Werke der

95 *Likes* oder *Draw Circle Event* gleichen den Instruktionen, wie sie oft von Ono und anderen Fluxus-Vertreter/innen formuliert sind. Sie funktionieren als ideenbasierte Performances, die von jedem Rezipienten und jeder Rezipientin physisch oder auch nur gedanklich ausgeführt werden können.

96 Eine solche Aufhebung verfolgt etwa Jacques Rancière, *The Emancipated Spectator*, London: Verso, 2009 (frz. *Le spectateur émancipé*, Paris: La Fabrique, 2008).

97 Buchloh 1990, S. 140.

98 Eine Ausnahme bildet Dibbets' Beitrag zum *Art & Project Bulletin*, Nr. 15. Darin sind die vom Publikum gesammelten sozio-demografischen Daten (geo)grafisch als Verbindungslinien auf einer Landkarte dargestellt (Abb. 15b–c).

99 Ich denke dabei an einen Begriff von Öffentlichkeit, wie ihn Simon Sheikh auch in Bezug auf die Kunstwelt formulierte. In Anlehnung an Bourdieu und Haacke beschreibt er diese als öffentliche Sphäre, „die nicht einheitlich ist, sondern agonistisch und eine Plattform für unterschiedliche und gegensätzliche Subjektivitäten, Politiken und Ökonomien“. Diese Form der Öffentlichkeit handelt, entgegen dem Habermas'schen Begriff, nicht länger zwischen Privatsphäre und Staat aus. Stattdessen adressierten die Künstler/innen eine öffentliche Sphäre, in der erstens die Grenzen zwischen privater und öffentlicher Sphäre nicht mehr deutlich zu ziehen ist, und zweitens der Staat ein Teil der Kontrolle des öffentlichen Raumes an die Privatwirtschaft abgegeben hat. Gerade der Zugriff auf die Privatsphäre, wie er sich in den kommerziellen Konsument/innenbefragungen Mitte des 20. Jahrhunderts in den USA abzeichnet und wie er von den Künstler/innen wieder aufgenommen wurde, führt diese Fragmentierung und Individualisierung einer vormals bürgerlichen (Gegen)öffentlichkeit vor Augen. (Siehe Sheikh 2004, Zitat S. 4, sowie Alex Demirovic, „Hegemonie und das Paradox von privat und öffentlich“, in: *Publicum*, hrsg. von Gerald Raunig und Ulf Wuggenig, Wien, 2005, S. 42–55). Eine Ausnahme bilden innerhalb der frühen Konzeptkunst Pipers *Context 7* und Haackes *MoMA Poll*. Dies sowohl in Bezug auf die Möglichkeit, das Publikum als „politisierte“ Gruppe anzusprechen, als auch hinsichtlich ihres Interesses an den konkreten Umfrageresultaten. Diese Möglichkeit einer Vergemeinschaftung im Netzwerk wird von anderen Autoren bestritten. (Siehe beispielsweise Vickers 2014).

100 Die Auflösung eines bürgerlichen Begriffs der Öffentlichkeit im Postfordismus bildet heute die Ausgangslage für zahlreiche Diskussionen rund um Fragen einer neuen Form der Gegenöffentlichkeit. (Siehe etwa Hardt/Negri 2004; Virno 2003; Sheikh 2004). Einen guten Überblick über das neue Verhältnis zwischen privaten und öffentlichen Sphären im Postfordismus gibt Weber 2001.

101 Siehe Hardt/Negri 2004, S. 11–18. Die Autoren formulieren als Antwort auf die Frage nach einer neuen Form der Demokratie ihr Konzept der „Multitude“. Diese bezeichnet eine Gemeinschaft von Vielen und

frühen Konzeptkunst entsprechen diesem für den Postfordismus kennzeichnenden Merkmal einer weitgehenden Privatisierung. Die damit einhergehende Einschränkung der Öffentlichkeit wirkt sich begünstigend auf die Ausweitung der Handlungsspielräume von nicht staatlichen Organisationen aus.

Das Konzept der Zielgruppe findet sich in den umfragebasierten Werken der Konzeptkunst in den gezielten Distributionsweisen wieder. So versandte Ono ihre Fragebögen an einen Kreis von Leuten, der als professionelles Netzwerk beschrieben werden kann. Bei den als Anzeigen publizierten Fragebögen, etwa Jan Dibbets' Publikumserhebung im *Art & Project Bulletin*, entspricht das Zielpublikum der kleinen Leserschaft des *Bulletin*, das ausschließlich Konzeptkunst präsentierte.¹⁰² In beiden Fällen erreichten die Werke nur ein ganz bestimmtes kunstspezifisches Publikumssegment und waren nicht einer breiten Öffentlichkeit zugänglich.

In den Werken der frühen Konzeptkunst zeichnet sich eine Entwicklung ab, in der sich Konsumentenorientierung parallel zu einer Dienstleistungsökonomie auszubilden begann.¹⁰³ Die Künstler/innen bedienten sich in den späten 1960er und 70er Jahren durch die Verwendung von Fragebögen einer kommunikationsbasierten und rezipientenorientierten Produktion, wie sie heute die Werbe- und Medienbranche prägt. Der Titel von Grahams *Likes* liest sich geradezu programmatisch, wenn man an die hohe Bedeutung der „Likes“ denkt, die täglich von den Internet-Benutzer/innen als Zeichen der Wertschätzung verliehen werden.

Die hohe Bedeutung der Zielgruppenansprache in der Gegenwartskunst wird in den Werken der frühen Konzeptkunst gleichsam vorgezeichnet. Wie Peter Schneemann belegt, lässt sich heute in partizipatorisch angelegten Werken eine Ausdifferenzierung des Rezipient/

innen-Status beobachten, die auf einer ökonomisierten Zielgruppenfokussierung beruht. Die Betrachter/innen treten dabei in bestimmten Rollen und Funktionen (etwa als Statisten, als Museumspersonal oder als Diskussionspartner) auf.¹⁰⁴ Die Konsumentenorientierung, die gemeinhin als Teil einer fortschreitenden Ökonomisierung der Kunst wahrgenommen wird, ist heute fester Bestandteil der institutionellen und künstlerischen Vermittlungsarbeit geworden. In den 1960er und 70er Jahre dagegen erschienen die von den Konzeptkünstler/innen etablierten neuen Kommunikationsmodelle geradezu visionär. Sie standen im Zeichen der Gesellschaftskritik, die sich gegen die bürokratischen Darstellungsformen einer Massengesellschaft formierte.

entspricht einer Netzwerkmacht, die sich erst durch den Zusammenschluss unterschiedlicher Körperschaften und Institutionen formiert und deshalb nicht imperial funktioniert.

102 Dibbets eruierte mit der Erhebung der demografischen Angaben zentrale Daten über die Zielgruppe seines Kunstpublikums (und jenes des *Art & Project Bulletin*).

103 Diese Entwicklung wird vor allem in der Verbindung von Medien- und kommerzieller Publikumsforschung evident. So ist es das Ziel der Werbeträgerforschung, die anvisierte Zielgruppe für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen möglichst effizient und kostengünstig zu erreichen. Dabei unterscheidet man zwischen Intermediaselektion (in welchem Medium wird geworben?) und der Intramediaselektion (welche Zeitungen, Zeitungstitel, welche Werbeblöcke welcher Sendungen belegt jemand wie häufig?). (Siehe Burkhart 2002, S. 236–238).

104 Siehe Schneemann 2008, S. 84–85.

3. Kunstwerke aus immaterieller Arbeit

Bilder der Mobilität

Halifax. Permutations. 7 Days – 6 Placements – 7 Colors besteht aus acht handelsüblichen Bildpostkarten. Sie sind zu einem Heft zusammengeklebt und von einem Umschlag zusammengehalten. Die einzelnen Karten können aus der Sammlung gelöst oder wie die Seiten eines Buches umgeblättert werden (siehe Abb. 51a-k). Die erste Postkarte enthält Konzept und Beschreibung des Werks: An sieben aufeinanderfolgenden Tagen (11. bis 17. April 1973) wurden sechs gestreifte Plakate in den Farben Gelb, Violett, Pink, Orange, Grün, Grau und Blau in sechs verschiedenen Positionen am „Corner of Granville St. and Buckingham St., Halifax, Nova Scotia, Canada“ platziert (siehe Abb. 51b). Die folgenden sieben Postkarten stellen die fotografische Dokumentation des ausgeführten Konzepts dar (siehe Abb. 51c–i). Von handelsüblichen Bildpostkarten unterscheiden sich diese Werke dadurch, dass sie nicht länger auf repräsentative Ansichten, Gebäude und Monumente fokussieren. Präsentiert wird hier stattdessen die immer gleiche unspektakuläre Ansicht eines Parkplatzes vor einer Hausfassade, an dessen Blendsäulen die in den entsprechenden Farben gestreiften Plakate in einer horizontalen Linie angebracht sind. Die einzelnen Fotografien unterscheiden sich voneinander einzig durch das farblich variierende Streifenmotiv der Plakate und der Position der geparkten Autos.



51a S. 190



51b S. 191



51c S. 192



51d S. 193



51e S. 194



51f S. 195



51g S. 196



51h S. 197



51i S. 198



51j S. 199



51k S. 200

Daniel Burens ortsbezogene Interventionen bestehen bis heute aus diesem immer gleichen Streifenmotiv: senkrecht, weiß und farblich alternierend, 8,7 cm Breite. Das in Frankreich populäre Textilmotiv übertrug der Künstler in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren zuerst auf Plakate, dann auch auf Gemälde, Textilien und andere Trägermedien. Die Streifen wurden schnell zum unverwechselbaren Markenzeichen des Künstlers. Bislang sind zu den über 2000 *in-situ*-Werken schätzungsweise 400 000 Fotografien entstanden, die Buren konsequent als „photo-souvenirs“ bezeichnet und deren Verwendung er streng kontrolliert.

Heute finden sich die *photo-souvenirs* üblicherweise als kleinformatige Referenzabbildungen in Katalogen des Künstlers wieder.¹ In den späten 1960er und frühen 1970er Jahren produzierte der Künstler sie auch mit Vorliebe als Bildpostkarten (Abb. 51a–k). Beachtenswert ist, dass Buren die Bildpostkarten einsetzte, um seine damals noch „wilden“ Plakatierungsaktionen, die sogenannten „*affiches sauvages*“, im städtischen öffentlichen Raum zu dokumentieren.² Das Format der Postkarte eignet

1 Jede Bildunterschrift trägt vor dem Titel des Werks die Bezeichnung „photo-souvenir“. Die Zahlen stammen aus dem Wikipedia-Eintrag zu Buren – der einzigen Quelle, die ich hierzu gefunden habe. (Siehe „Daniel Buren“, in: *Wikipedia. The Free Encyclopedia*, 2015, http://en.wikipedia.org/wiki/Daniel_Buren).

2 Folgt man Burens online zugänglichem *Catalogue Raisonné*, ist die erste „wilde“ Plakatierung auf April 1968 datiert. Unter dem Titel *200 Panneaux dans Paris – Affiches sauvages* beklebte Buren in Paris und Umgebung ungefähr 200 Plakatflächen ohne Erlaubnis mit vertikal grün-weiß gestreiften Plakaten. Der Eintrag

sich nämlich in idealer Weise, um den ephemeren Charakter dieser Aktionen zu vermitteln. Es besitzt als einfaches Druckerzeugnis mit kurzer Lebensdauer einen ähnlich flüchtigen Materialcharakter wie das Plakat. Beide, Werk und Dokumentation, suggerieren so, sich der Möglichkeit der Überlieferung in Form von Objekten zu entziehen.

Ephemera, und besonders das Format der Bildpostkarte, übernehmen eine Schlüsselrolle für die Darstellung und Überlieferung des handlungsbasierten, „dematerialisierten“ Kunstobjekts. In der Rolle des Souvenirs dienen sie als materielle Evidenz und Erinnerungshilfe für zeitlich und räumlich begrenzte Aktionen im Außenraum. Wie die Untersuchung am Beispiel von Daniel Burens Werken zeigt, steht nicht, wie so oft behauptet, das Objekt im Zentrum der künstlerischen Auseinandersetzung. Stattdessen bietet sich die Postkarte als Gegenstand dazu an, damals noch wenig etablierte, informationsbasierte Produktionsweisen darzustellen. Die Elemente und Anforderungen einer immateriellen Produktion, wie wir sie heute wiederfinden, formulierten die Künstler/innen, um sich von starren und autoritären Arbeitsstrukturen und Organisationsformen ihrer Zeit zu befreien. Die Postkarten wurden von den Künstler/innen als Einladungskarten für institutionelle Ausstellungen, aber auch als Kommunikationsmittel, Visitenkarte und Dokumentation eingesetzt. Als mobile Site zwischen Produktions- und Präsentationsort der Kunst dienten sie der Auseinandersetzung mit der Frage, wie sich künstlerische Arbeit losgelöst von identitätsbildenden geografischen Orten gleichsam definieren und verorten lässt und welche Rolle die Künstler/innen darin einnehmen.

wird begleitet von einigen *photo-souvenirs* und dem Hinweis, dass es zu dieser Ausstellung weder eine Einladung noch eine institutionelle Anbindung durch eine Galerie gab. (Siehe Daniel Buren, „Oeuvre: Affichages sauvages“ und „Exposition: 200 Panneaux dans Paris – Affichages sauvages avril–mai 1968“ in: Buren 2014, o. S.). In den folgenden Jahren realisierte Buren ähnliche Aktionen in unterschiedlichen Städten, vor allem in Europa und den USA – nun allerdings in Zusammenarbeit mit Galerien und Museen. Die *in-situ*-Werke verschoben sich ab Mitte der 1970er Jahre zunehmend von der rechtswidrigen Aktion zur Ausstellungsbeteiligung und der Präsentationsort vom öffentlichen in den institutionellen Raum. Circa 1974 nahm er die letzte nicht bewilligte Plakatierungsaktion vor.

Orte der Erinnerung

Daniel Buren verstand seine *in-situ*-Werke deshalb als dematerialisiert, weil sie eine untrennbare Einheit mit dem Ort eingehen und sich so einer Überlieferung in objekthafter Form verweigern. Seine Werke versah er mit entsprechenden Warnhinweisen. Ein solcher findet sich auch im Kleingedruckten von *Halifax. Permutations. 7 Days – 6 Placements – 7 Colors*. Die übliche Ortsangabe zur fotografischen Ansicht ist hier ergänzt durch eine kompliziert formulierte Erklärung zu Status und Entstehungszusammenhang der Fotografie (siehe Abb. 51j):

„Announcement of a series of works done by Daniel Buren in Halifax April 1973, reprinted for a summary of a sequence of 7 post cards, souvenirs of these works (Peter Sheppard Photographer).“

Die Bildlegende ermahnt uns, den ontologischen Unterschied zwischen einer ortsspezifischen Intervention und ihrem Abbild beim Anblick der Fotografien nicht aus den Augen zu verlieren. Die Postkarten besitzen demnach eine Verweisfunktion für die ortsspezifischen Arbeiten, realisiert in Halifax im April 1973, und nehmen gleichzeitig den Status einer Ankündigung (announcement), eines Überblicks (summary) und eines Souvenirs an.³

Es gibt kaum eine Fotografie von Burens Werken, die nicht von ähnlichen Warnungen bezüglich Verwendung und Status der *photo-souvenirs* begleitet wird. Die Bilder werden erklärungs- respektive kommentarbedürftig, weil Buren einzig dem Werk vor Ort, in seiner materiellen Fragilität und zeitlichen Begrenztheit, den exklusiven Status des Kunstwerks zuweist. Eine angemessene Rezeption verlangt nach der physischen Anwesenheit der Betrachter/innen. Die fotografische Reproduktion bedeutet für den Künstler „Verrat“ am Werk.⁴ Noch expliziter wird Buren im Zusammenhang mit dem Abdruck eines *photo-souvenirs* im Katalog

3 Dass die Postkarten lediglich als Referenzen fungieren, aber keinesfalls die Werke ersetzen sollen, macht Buren noch einmal mit einem Präsentationsverbot deutlich, das sich auf dem Umschlagrücken des Postkartenhefts, direkt oberhalb des Copyrights, befindet: „This sequence of post cards is only a presentation for the purpose of recording a specific work and may not be shown in any other context concerning presentation.“ (Siehe Abb. 51k).

4 Siehe Buren 1989, S. 4: „Daher bleibt der Übergang von einem Typ visueller – oder sogar repräsentativer – Kunst zu seiner Reproduktion durch ein anderes (in diesem Falle, fotografisches) System [...] immer Verrat.“

zur Ausstellung *Information*, die 1970 im New Yorker Museum of Modern Art stattfand. Das Verhältnis von Werk und seiner Überlieferung verkompliziert sich in Burens Aussage dahingehend, dass den Fotografien gar der Status als Fotografien abgesprochen wird:

„The only possible information about my work is to really see it. Because every picture is illusion/transformation/reduction. Any information on my work is just a deformation of it. The photograph above is taken in Monthelon Square, Paris. It is given as information about my work rather than as a photograph of my work itself.“⁵

Burens komplexe, widersprüchlich bis hilflos anmutende Direktiven für die Bildlektüre, mit denen er wie kein anderer die Rezeption seiner Werke zu steuern versuchte, verweisen auf den problematischen Status des Objekts in der frühen Konzeptkunst. Denn zwar dient als einziges Zeugnis einer künstlerischen Handlung die Fotografie, die es jedoch, insofern sie Objektform annimmt, eigentlich zu verneinen gilt.

Die zentrale Forderung einer Kunst als Idee („Art as Idea“), die Buren hier verteidigt, ist Teil des Konzepts des dematerialisierten Kunstobjekts, das erstmals von Lucy Lippard und John Chandler formuliert wurde und das die Strömung ideologisch prägte.⁶ Es geht davon aus, dass das Kunstwerk jede objekthafte Form ablegt. Der von den Autor/innen eingeführte Terminus „dematerialization of art“ hat als Schlagwort der frühen Konzeptkunst bis heute einen prominenten Platz im kunsthistorischen Vokabular. Umso mehr erstaunt es, dass es für diesen bisher kaum Klärungsversuche gibt. Denn der Text und andere Quellen bleiben äußerst vage, wenn es um die Frage geht, worin genau eine solche künstlerische Praxis besteht und welche Bedingungen sie erfüllen muss, um dieses Ziel zu erreichen. So nennen Chandler und Lippard als Bedingung einer dematerialisierten Kunst nur die Hinwendung zu reinen Denkprozessen, also zu Ideen und Konzepten. Umgesetzt werden sie durch die Sprache, die die Dinge nunmehr als Symbole und Repräsentationen vermittelt, selbst aber keine Materialität beansprucht. Daneben schreiben die Autor/innen

auch prozessorientierten Strategien von Film, der Performancekunst oder Fotografie eine dematerialisierende Wirkung zu.⁷

Im Text fehlt das Merkmal der Ortsspezifität, das nicht nur für Buren zentral ist, sondern auch seit den 1960er Jahren in der Diskussion um institutionenkritische Strategien der Konzeptkunst – unter dem Begriff des „Kontextes“ – rege diskutiert wird.⁸ So werden besonders Burens Streifenmotive bis heute als Werke gelesen, die jeden Anspruch auf Autonomie ablegen, um Teil des gesellschaftlichen Kontexts zu sein, der sie umgibt. Diesen das Werk formal und ideologisch rahmenden Raum suche Buren zu markieren, kommentieren und transformieren. Die Verbindung von Ort und Werk wird als Voraussetzung dafür beschrieben, die institutionellen Rahmenbedingungen und die darin implizierten Machtstrukturen in Bezug auf das Werk offenzulegen.⁹

Bisher übersehen wurde, wie eng sich in der frühen Konzeptkunst die Ideen von Ortsbezug, Dematerialisierung des Kunstobjekts und Kritik gegenseitig überlagern und bedingen und welche zentrale Rolle der Postkarte für die mediale und objekthafte Übermittlung dieser Ideen zukommt. Sie dient in der frühen Konzeptkunst nicht nur als materieller Ersatz für eine Kunst, die auf das Objekt verzichten wollte. Die Postkarte wird

5 Buren, in: *Information* 1970, S. 30. Die Aussage erinnert an Magrittes Satz „Ceci n'est pas une pipe“. Buren selbst verweist in seinen Texten auf diese für ihn zentrale Referenz, die den Wesensunterschied zwischen einem Gegenstand und seinem Abbild hervorhebt.

6 Siehe Chandler/Lippard 1968.

7 Siehe ebd., S. 31-32; das Vorwort in Szeemann 1969, o. S.; das Vorwort in Lippard 1969/1970, o. S., und Klaus Honnefs Einführung „Zur Ausstellung“, in: *„Konzept“-Kunst*, Ausst.-Kat. Basel, Kunstmuseum Basel, 18.3.–23.4.1972, hrsg. von Kunstmuseum Basel, Basel, 1972, o. S.

8 In diesem Sinne beschreibt Kwon die „frühesten Formationen des Ortsspezifischen“, verbunden mit den folgenden Forderungen: physische Präsenz der Betrachter/innen, die unmittelbare Erfahrung der räumlichen und zeitlichen Determiniertheit des Werks, singular und reale Orte (nicht universelle Bedingungen / Ortlosigkeit der Moderne), die unauflösbare und unteilbare Verbindung zwischen Werk und Ort, das Überschreiten der Grenzen traditioneller Medien wie Malerei oder Skulptur und deren institutionelle Bedingungen, die Verschiebung der Bedeutung weg vom Objekt und hin zum Kontext und schließlich die Absage an die Ökonomie des kapitalistischen Marktes, in dem Kunstwerke als transportable und austauschbare Güter zirkulieren (siehe Kwon 2002, S. 11–12).

9 Eine Gleichsetzung von Ortsbezug und Institutionskritik nimmt unter anderem Kwon vor, wenn sie generell behauptet, die Künstler/innen würden den Ort nicht mehr als physischen verstehen, sondern als einen durch die Institutionen definierten kulturellen Rahmen (siehe ebd., S. 13). Diese kanonische Definition von Institutionskritik basiert in weiten Teilen auf Burens Auffassung von ortsspezifischer Kunst. Beispielhaft vermischen sich künstlerische Selbstdokumentation und wissenschaftliche Beschreibung. Schneemann hat deshalb zu Recht auf die Notwendigkeit hingewiesen, einen kunsthistorischen Begriff des „Kontextes“ zu formulieren, der sich von der künstlerischen Selbstverortung unterscheidet (siehe Schneemann 2005b, S. 73).

selbst zum zentralen Gegenstand einer ortsbezogenen Praxis. Als populäres Reisesouvenir kommt ihr die Aufgabe zu, die Verbindung von Ort und Handlung nachzuweisen und immaterielle Reiseerlebnisse zu transportieren. Sie besitzt, wenn sie versendet wird, die einzigartige Eigenschaft, ihre eigene Reise zur Adressatin oder zum Adressaten und weiter zu den Sammler/innen oder ins Museum aufzuzeichnen. Durch die postalische Übermittlungsform vollzieht sie also selbst den Weg von der „site“ zur „non-site“;¹⁰ schafft eine Verbindung zwischen Interventions- und Dokumentationsraum und führt die künstlerische Handlung gleichsam fort. Die Lokalisierung des Werks ist dann erstens nicht mehr an einen exklusiven Ort gebunden und verlagert sich zweitens von der Handlung der Künstler/innen auf die Ebene der Dokumentation.¹¹ Diese Eigenschaften der Postkarte nutzen die Künstler/innen nicht für institutionskritische Auseinandersetzung mit kontextuellen Bedingungen ihrer Werke, sondern als Darstellungsform für eine kommunikations- und informationsbasierte Praxis.

10 Smithson prägte in seinen Schriften die Begriffe „site“ und „non-site“. Er beschäftigte sich mit dem dialogischen Verhältnis von Innen- und Außenraum. Die „site“ bezeichnet einen spezifischen Ort in der Natur, „the physical, raw reality – the earth or the ground that we are really not aware of when we are in an interior room or studio or something like that“, während die „non-site“ einen geschlossenen Galerieraum darstellt, „an abstract container“. Da sich die „site“ dem Zugriff entzieht, benötigen die Earthworks einen Dokumentationsraum, in dem mit Filmen, Fotografien, Landkarten und skulptural arrangierten Materialien auf die „site“ verwiesen wird. Die Aneignung des kunstfremden Außenraumes bedingt die Begründung eines zweiten Raumes der Dokumentation, in dem das im Prozess befindliche Werk aus der „site“ in Form eines autonomen Objekts für die Rezeption wieder verfügbar gemacht wird. (Siehe Smithson im Gespräch mit Dennis Oppenheim, Neil Jenney, Gunther Uecker, Hans Haacke und Richard Long anlässlich eines Symposiums im White Museum, Cornell University 1969, Robert Smithson, „Earth. Symposium at White Museum, Cornell University (1969)“, in: *Robert Smithson. The Collected Writings*, hrsg. von Robert Smithson und Jack D. Flam, Berkeley: University of California Press, 1996, S. 177–178, Zitat S. 178). Zum Verhältnis von „site“ und „non-site“ bei Smithson siehe auch Philip Ursprung, *Grenzen der Kunst. Allan Kaprow und das Happening. Robert Smithson und die Land Art*, München: Schreiber, 2003, S. 286–305, und Kaye 2000, S. 91–99.

11 Kaye bemerkt korrekterweise, dass sich ortsspezifische Kunst in ihrer Bedeutung nicht auf Parameter wie Ort und Werk beschränken lasse, sondern vielmehr als komplexes Spannungsfeld zwischen Werk und Dokumentation zu begreifen sei (Kaye 2000, S. 215). In diesem Sinne plädiert auch Schneemann dafür, ortsspezifische Kunst als Referenzsystem zu verstehen, in dem die Dokumentation mit dem Werk verschmelze und den Ort mitkonstruiere (Schneemann 2005b, S. 67–72).

Mobile Koordinaten für künstlerische Arbeit

Ein grundlegendes Merkmal dieser soeben beschriebenen künstlerischen Praxis ist Mobilität, die über den Ortsbezug von Bildpostkarten vermittelt wird. Die fotografische Ansicht nimmt traditionellerweise als „ortstypisch“ bezeichnete Motive und Sehenswürdigkeiten auf, die die Identität eines Orts prägen und die auf der Rückseite genau nachgewiesen sind. In Burens unspektakulären Postkartenansichten des großräumigen Parkplatzes am „Corner of Granville St. and Buckingham St., Halifax, Nova Scotia, Canada“ treten an die Stelle von Sehenswürdigkeiten die wohlplatzierten gestreiften Plakate (Abb. 51a–i). Sie passen sich in *Halifax. Permutations. 7 Days – 6 Placements – 7 Colors* fast perfekt in die Fassadengestaltung des Gebäudes ein, nehmen Elemente der Umgebung wieder auf und werden so Teil des porträtierten Orts. Die Position der Plakate orientiert sich an der unteren Fensterreihe sowie an der Hochspannungsleitung, die als feine Linie den oberen Abschluss der Plakate kennzeichnet. Das Streifenmotiv wird durch die Fassaden der Hochhäuser im Hintergrund wiederholt. Die ausgewogene Bildkomposition ist das Resultat einer bewussten Positionierung nicht nur der Plakate im Stadtraum, sondern auch der Kamera und ihres Fokus, die die räumliche Situation in Form des Postkartenbildes einfriert.



51a S. 190



51b S. 191



51c S. 192



51d S. 193



51e S. 194



51f S. 195



51g S. 196



51h S. 197



51i S. 198

Scheinbar im Widerspruch zu dieser Bildwerdung vermittelt die gesamte, aus acht Postkarten bestehende Serie das Werk als prozesshaft und mobil. Denn erst die als Serie konzipierte Postkartensammlung ermöglicht den direkten Vergleich zwischen den sich täglich verändernden Szenerien auf dem Parkplatz. Die Autos bilden eine sich laufend ändernde Ordnung im Vordergrund des Bildes, die sich analog zur Platzierung der Plakate täglich wandelt. Diese Analogie verstärkt sich dadurch, dass manche Autos über mehrere Tage in der Fotografie auftauchen (siehe etwa in Abb. 51e–g das Auto in der hinteren Reihe, das vom 13. bis 15. April 1973 auf dem Platz parkte). Sie scheinen Burens kombinatorisches Farbenspiel der Plakatierung imitieren zu wollen – oder imitierte Buren das der Autos? –, ohne seinen strengen Spielregeln jedoch strikt zu folgen. Das für Buren so zentrale Moment der prozesshaften Intervention vermittelt sich so erst durch das objektgewordene Postkartenheft.¹²



51e S. 194



51f S. 195



51g S. 196

Mobilität wird in der einzelnen fotografischen Postkartenansicht auch als Motiv oder Symbol vermittelt. Auffällig ist in diesem Zusammenhang die künstlerische Vorliebe für Verkehrsmittel in Bewegung. Bei Buren dominieren fahrende Autos die Bildszenen. So etwa in der Postkarte, die eine Aktion in Paris dokumentiert. Dort hatte Buren am 22. September 1974 auf den Markisen rund um das Restaurant *Chez George* den fünften Streifen von rechts und den fünften Streifen von links auf beiden Markisen mit weißer Acrylfarbe übermalt (siehe Abb. 52). Die unspektakuläre Fotografie des Restaurants wird von markanten Markisen und einem Auto fast verdeckt. Ganz ähnlich stehen in den Bildpostkarten von Bas Jan Ader, Marcel Broodthaers, Richard Long und Hamish Fulton abgebildete Fortbewegungsmittel wie Schiffe, Züge und Fahrräder symbolisch für Mobilität (siehe Abb. 53 bis 56).



52a S. 202



52b S. 203



53 S. 204



54 S. 205



55 S. 206



56 S. 207

In anderer Weise verweisen Ephemera auf eine mobile Praxis, indem sich die Postkartenansichten als vom Künstler bereits wieder verlassene „Tatorte“ inszenieren. 1969 realisierte Buren eine Ausstellung bei Konrad Fischer, die aus einer wilden Plakatierungsaktion an verschiedenen Orten in der Düsseldorfer Innenstadt bestand. Sie wurde unter dem Titel *Position – Proposition* mit einer Postkarte angekündigt, die einzig die Adresse der Galerie und die Ausstellungsdaten bekannt gab (siehe Abb. 57). Erst eine später erschienene zweite Postkarte, betitelt mit *Recapitulation. Daniel Buren Position – Proposition bei Konrad Fischer* gab rückblickend

12 Siehe dazu die Funktion serieller Verfahren für die Dematerialisierung der Kunst in Chandler/Lippard 1968, S. 31.

Auskunft über Inhalt und Interventionsorte der Ausstellung und lieferte zugleich den materiellen Beleg für die Aktion (siehe Abb. 58a–b).¹³ Die Ansichtseite trägt eine Schwarz-Weiß-Fotografie des Grabbeplatzes in Düsseldorf – einer der auf der Rückseite genannten Interventionsorte. Im Hintergrund des Parkplatzes wechseln sich auf Plakatflächen Burens Streifen mit Werbungen ab.



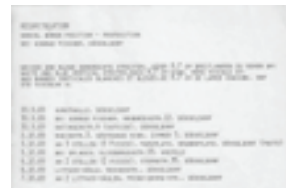
57a S. 208



57b S. 209



58a S. 210



58b S. 211

Dass wir außer diesen Adressangaben nichts über die Orte erfahren, ist aus mehreren Gründen bezeichnend. Erstens wird so die Handlung, die sich dort ereignete, als eine ephemere behauptet. Die Dokumentation kommt der Mitteilung gleich, man habe die Aktion nun verpasst. Zweitens wird die Bedeutung des Ortes auf seine geografischen Koordinaten beschränkt und als eine von vielen Stationen des Künstlers ausgewiesen.¹⁴ Die Bildlektüre von Burens *photo-souvenirs* gleicht einem Suchspiel, das durch sorgfältig platzierte Hinweise wie Autokennzeichen, Werbeplakate, Straßennamen oder Bildunterschriften provoziert wird (siehe Abb. 60–62). So verrät die Fotografie von Burens Plakatierung von 1969 in Bern den spezifischen Ort durch zwei die Plakatfläche rahmende Autokennzeichen sowie die noch lesbaren Fragmente der überklebten Werbeplakate (siehe Abb. 59).¹⁵

- 13 Die Karte ist auf der Rückseite vollständig bedruckt und weist anders als übliche Bildpostkarten kein Adressfeld auf. Wann die Karte erschien, ob sie per Post versandt oder in der Galerie aufgelegt wurde, ist nicht bekannt.
- 14 Dies zeigt sich umso prägnanter an der Systematik der in Katalogen nachgewiesenen Plakataktionen Burens. Die *photo-souvenirs* in der reich bebilderten und von Buren herausgegebenen Publikation *Daniel Buren. Erinnerungsphotos 1965–1988* sind chronologisch geordnet. Die Bildunterschriften beschränken sich auch hier auf die Angabe der Orte. Mit dem Durchblättern des Buches begibt man sich auf eine mentale Weltreise, wobei der Blick zwischen Bild und Ortsbezeichnung wechselt (siehe Buren 1989).
- 15 Die Aktion fand gleichzeitig zur Ausstellung *When Attitudes Become Form* statt. Buren, der nicht zur Teilnahme eingeladen war, veranstaltete diese als Protest auf diesen Ausschluss zu deutende Plakatierungsaktion



60 S. 213



61 S. 214



62 S. 215



59 S. 212

Eine Ortsspezifität, reduziert auf geografische Koordinaten, ist geradezu symptomatisch für die Praxis der Konzeptkunst.¹⁶ Anders als in der Rezeption behauptet, steht hier nicht die künstlerische Auseinandersetzung mit den sozialen oder politischen Bedingungen, die den jeweiligen geografischen Raum der Kunstproduktion prägen, im Vordergrund.¹⁷ Die Verortung der künstlerischen Handlung innerhalb zeitlicher und geografischer Koordinaten dient neben einer Authentifizierung derselben vor allem der Darstellung einer mobilen, beweglichen, flexiblen Kunstform, die eine intensive Reisetätigkeit der Künstler/innen impliziert.

unter dem Titel *Exposition personnelle sur les limites de la liberté d'artiste vis-à-vis de la société*. (Siehe Brauer/Dander 2010, S. 298; Daled 2010, S. 339–340).

- 16 Auch bei Antins Postkartenserie *100 Boots* dient die Darstellung des Ortes, gegeben durch den Adressnachweis und die Fotografie, als Koordinate auf der Reise der Künstlerin. Anders als bei Buren erlauben die Fotografien selbst jedoch keine Rückschlüsse auf die Identität des Ortes, sondern nur die Bildlegenden auf den Rückseiten. Der Ortsbezug ist Bildkulisse für die Inszenierung der Stiefel und verweist auf die Expeditionen der Künstlerin. Als weitere Beispiele sind die Postkarten von Long und Fulton zu nennen sowie die bereits ausführlich beschriebene Postkarte von Dibbets aus Amsterdam (Abb. 31a–b, S. 160–161).
- 17 Siehe zum Beispiel Kwon 2002, S. 13–15; Hal Foster spricht sogar von einem „ethnographical turn“ in den frühen 1970er Jahren. Er behauptet, dass die Künstler/innen in den späten 1960er und der 1970er Jahre die Rolle des Forschers oder Ethnografen einnehmen, um soziale Zusammenhänge zu erfassen. Foster führt die neue Konstitution von Künstlerrolle und Kunstwerk auf die Ablösung der Minimal Art durch Kunstströmungen wie Performance-, Konzeptkunst, Body Art und Kontextkunst zurück. (Siehe Hal Foster, *The Return of the Real. The Avant-Garde at the End of the Century*, Cambridge, MA: MIT Press, 1996, S. 184–199).

Nomadismus zwischen Freiheit und mobilisierter Marktökonomie

Die in den Postkartenansichten visuell dargestellte Mobilität ist auch ein zentrales Element der handlungsbasierten Kunstformen. Burens *Affichages Sauvages* sind wie Antins *100 Boots* und Jan Dibbets' Aktion auf dem Amsterdamer Balkon Formen anpassungsfähiger Markierungen. Den epistemologischen Zusammenhang zwischen Markierung, Marke und Marketing aufnehmend, nehmen sie die Form mobiler Markenzeichen an. Ohne einen materiellen Träger (z.B. ein Gemälde) zirkulieren sie viel unmittelbarer als wiedererkennbare und mobile „Spur“ und referieren direkt auf die künstlerische Handlung. Obschon in einem räumlich-zeitlichen Kontext angesiedelt, sind sie gerade an keine örtliche Identität gebunden und können überall stattfinden.¹⁸ Die Postkarten, mit denen die Aktionen zuallererst präsentiert und überliefert werden, unterstreichen die Befreiung von jeder spezifisch geografischen Verortung und die Unabhängigkeit von zeitlichen und räumlichen Produktionsbedingungen. Das über den Postweg vertriebene Werk zirkuliert mobil, dezentral und global und kann nun überall dort rezipiert werden, wo sich ein Briefkasten befindet.

Die künstlerische Praxis entsprach den Bedingungen eines zunehmend international ausgerichteten Ausstellungsbetriebs. Durch die Entstehung der Kunstmessen Art Basel (1970) und Art Cologne (1968) sowie die zunehmende Bedeutung von Großausstellungen durch die einflussreiche *Documenta 5* (1972, kuratiert von Harald Szeemann) etablierte sich ab den 1960er Jahren ein reger Handel und institutioneller Austausch zwischen Europa und den USA, der eine intensivierete Reisetätigkeit der Künstler/innen nahelegte.¹⁹ Es erstaunt deshalb nicht, dass Buren seine Plakatierungsaktionen fast ausschließlich mit der Realisation institutioneller Ausstellungen verband. Die *Affichages Sauvages* repräsentieren das nomadische Leben, das bis heute so charakteristisch ist für die Praxis von zeitgenössischen

Ausstellungskünstler/innen. Mobilität ist heute eine zentrale Bedingung für eine erfolgreiche Künstlerkarriere, die maßgeblich darin besteht, sich zwischen den Kunstzentren von Ausstellung zu Ausstellung zu bewegen.²⁰

Dem so aktuellen wie vieldiskutierten Paradigma des Nomadismus, der einer Lebensweise entspricht, wie sie von der mobilisierten Marktökonomie gefordert wird, kam in den 1960er und 70er Jahren allerdings eine ganz andere Bedeutung zu. So brachten Deleuze und Guattari – die prominentesten Vertreter dieser Idee – mit dem Begriff eine postmoderne Denkfigur hervor, die damals eine Alternative zu zentralisierten Machtstrukturen und zu Prinzipien wie Repräsentation und Rationalität darstellte. Das nomadische Denken bewegt sich in Deleuzes und Guattaris Modell des Rhizoms, einem Netz ohne Hierarchien, Zentren und Grenzen. Es besteht ausschließlich aus Linien, die sich in einer Verkettung manifestieren, die sich ständig verändert und ausweitet. Der Raum des Rhizoms ist offen, anti-repräsentativ und anti-dialektisch. Der Nomade entspricht dann einer Figur, die stets unterwegs ist und den Weg zum Ziel macht.²¹ Deleuze und Guattari fordern die Befreiung von ortsgebundenen Identitäten und Machtstrukturen, die Verflüssigung von Subjektivität, Identität und Raum. Mit diesen Werten verbinden sie das Versprechen auf liberalisierende Effekte in Bezug auf den Verwaltungsapparat der Nachkriegszeit, aber auch auf einen zentralisierten und national orientierten industriellen Kapitalismus. In diesem Zusammenhang sind auch die künstlerischen Versuche der Konzeptkunst zu lesen, neue flexible Praktiken und geografische Kontexte zu erschließen. Mit der Idee des Nomadismus nahmen die Künstler/innen zentrale Aspekte der Netzwerkmetapher vorweg, die heute die postfordistische Marktlogik prägt.²²

Erst rückblickend drückt sich in den Postkarten der frühen Konzeptkunst die Ambivalenz zwischen Kritik und Erneuerung kapitalistischer Verwertung aus. Aus den romantischen

18 Als „Markierungen“ bezeichnet auch Krauss ortsspezifische Werke der späten 1960er und 70er Jahre (siehe Krauss 1979, S. 41). Anders als bei Krauss, die den Begriff sowohl für Smithsons *Spiral Jetty* als auch für Longs Fotografien anwendet, suggeriert er hier eine Nähe zur Marke, also zu einem Zeichen, das sich durch seine Adaptabilität und Mobilität auszeichnet.

19 Weil damals vor allem Flugreisen sehr teuer waren, hing es tatsächlich vom Budget der Kunstinstitutionen ab, ob die Künstler/innen selbst zu den Ausstellungen kommen konnten. Wie an Antins *100 Boots* gezeigt, stellten Ephemera eine Möglichkeit dar, das Werk alleine auf Reise zu schicken und so auch abseits der Kunstzentren dem Publikum relativ präsent zu sein.

20 Zum Nomadismus in der Kunst als Folge des globalen Kapitalismus siehe Kwon 1997, S. 101; Birgit Haehnel, „Vom Reisen, Wandern und Nomadisieren. Mobilitätskonzepte in der Kunst als Erfahrung der Welt“, in: Below/Bismarck 2005, S. 88–105; Boris Groys, „Die Stadt im Zeitalter ihrer touristischen Reproduzierbarkeit“, in: *Topologie der Kunst*, München: Hanser, 2003, S. 194.

21 Siehe Deleuze/Guattari 1987. Die Idee des Nomadismus formulierten die Autoren bereits in *Anti-Ödipus* (siehe Deleuze/Guattari 2004 (1972)).

22 Siehe Castells 2005; Hardt/Negri 2003; Boltanski/Chiappello 2006, S. 188–204.

Ansichten zu schließen, war das Bild der Noma- denfigur des Künstlers damals ausschließ- lich positiv konnotiert. Burens Motorradfahrer in *Position – Proposition* vermitteln ein Gefühl von Freiheit, Jugendlichkeit, Unabhängigkeit und urbaner Stadtrromantik (Abb. 57a). Sie erinnern an Abenteuerreisen und Filme der Nouvelle- Vague wie Jean-Luc Godards *Weekend* (1967) oder an John Cassavetes *Shadows* (1959). Burens Streifenplakate präsentieren sich als Teil der alltäglichen Stadtszenerie, die eine ebenso zwanglose wie unmittelbare Begegnung mit dem Kunstwerk verspricht. Auch die Post- kartenansichten von Long, Fulton und Ader repräsentieren, nicht zuletzt durch ihre Nähe zur Ästhetik von Experimentalfilmen der Zeit, das romantische Lebensgefühl eines Abenteurers, das sich hier jedoch jenseits der menschlichen Zivilisation abspielt. So denkt man bei Hamish Fultons Einladungskarte für eine Ausstellung bei Konrad Fischer im Jahr 1974 an die klassische Marlboro-Werbung (siehe Abb. 63), an Filme wie Dennis Hoppers *Easy Rider* (1969) oder Sergio Leones *Once Upon a Time in the West* (1968).



57a S. 208



63 S. 217

Der Duft der Unabhängigkeit ist dabei eng ver- bunden mit der Repräsentation eines spezifisch männlich konnotierten Bildes des Reisenden, der auf seinen Expeditionen die Schönheit und Wildheit der Natur entdeckt. Es ist bezeichnend, dass Eleanor Antin die einzige weibliche Ver- treterin der frühen Konzeptkunst ist, die sich die Postkarte so gezielt aneignete. Sie ironisiert die Darstellung und raubt ihr das Lebensgefühl, indem sie den klassisch männlichen Abenteurer durch Gummistiefel ersetzt (Abb. 3 und 11). *100 Boots* offeriert damit eine kritische Lesart der Selbstrepräsentation ihrer männlichen Kollegen.



3 S. 116



11 S. 124

Diese nostalgischen Reisedarstellungen, deren männliche Protagonisten nur um der Reise willen zu reisen scheinen und keine beruflichen

oder sozialen Verpflichtungen kennen, kontras- tieren geradezu das Bild des geschäftsreisenden Künstlers. Mobilität hat hier etwas Schwärme- risches, ist verstanden als poetische Begegnung mit der (Alltags-)Welt oder der unberührten Natur, die nur dem Zweck einer ästhetischen Kontemplation folgt und deren Identifikati- onsfigur der moderne männliche Flaneur oder Bohémien ist.²³

Die Romantik dieses Lebensgefühls steigert sich durch die historische Dar- stellung von Fortbewegungs- mitteln wie Segelschiffen (Broodthaers, Ader), die ans industrielle Zeitalter erinnern. Ihre Bildästhetik orientiert sich an den frühen massenproduzierten Post- und Grußkarten des 19. Jahrhunderts (Broodthaers und Gilbert & George, siehe Abb. 54, 64a–b und 65a–b). Als Massenware etablierte sich die Post- karte in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und erfuhr eine enorme Popularität in der industrialisierten, westlichen Welt. Sie kann verstanden werden als Ant- wort auf das Bedürfnis nach industriell gefertigten Waren und speziell nach Farbfotogra- fien, die wegen der erneuerten Reproduktionstechniken nun einer breiten Bevölkerung zugänglich waren. Zudem be- friedigte die Postkarte, als Teil einer neuen Konsumkultur, Mitteilungsbedürfnisse, die durch die Verbreitung des Tourismus aufgekommen waren. Nach dem Zweiten Weltkrieg sank die Nach- frage nach Bildpostkarten rapide. Zusehends wurde sie von anderen Kommunikati- onsmedien wie Telefon und Telegramm abgelöst.²⁴



54 S. 205



64a S. 218



64b S. 219



65a S. 220



65b S. 221

23 Meyer definiert diese künstlerische Selbstrepräsentation als unkritischen „lyric nomadism“. In Abgrenzung dazu verortet der „critical nomadism“ das eigene Reisen innerhalb historischer und institutioneller Rahmenbedingungen. (James Meyer, „Nomades. Figures of Travel in Contemporary Art“, in: *Site-Specificity. The Ethnographic Turn*, hrsg. von Alex Coles, London: Black Dog, 2000, S. 10–29).

24 Siehe Bjarne Rogan, „An Entangled Object. The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication“, in: *Cultural Analysis*, Bd. 4, 2005, S. 3, 7.

Die nostalgischen Darstellungen erfüllen die der Bildpostkarte eingeschriebene Funktion des Erinnerns. In der Rolle des Souvenirs vergegenwärtigt die Postkarte die gewesene künstlerische Handlung und versieht sie mit einem nostalgischen Schleier. „The souvenir speaks to a context of origin through a language of longing, for it is an object arising out of the necessarily insatiable demands of nostalgia.“²⁵ Nostalgie dient weniger als eine historische Referenz denn als Vermittlerin des medialen Bruchs zwischen der nicht mehr verfügbaren künstlerischen Intervention vor Ort und ihrer historischen Überlieferung durch die Postkarte. Die ortsspezifische Handlung wird als einzigartiges Ereignis vermittelt und entsprechend von einem Gefühl des Verlusts und der Entfernung begleitet, wodurch eine unüberwindbare Kluft zwischen dem (originalen) Werk und seiner Überlieferung suggeriert wird. Wie die Reiseerlebnisse im Postkarten-Souvenir sind auch die Erinnerungen an den nomadischen Alltag der Konzeptkünstler/innen hier ausschließlich positiv gefärbt.

Spuren des Künstlers

Die Postkartenbeispiele überliefern künstlerische Interventionsformen in Gestalt nicht-materieller „Reiseerlebnisse“. Aber an welche Erlebnisse sollen wir uns mit Hilfe der Postkarten erinnern, wenn nicht an Orte und deren Sehenswürdigkeiten, wenn nicht an ein objekthaftes Werk, das sich dort befand? Der in der Fotografie vermittelte Blick richtet sich auf die Präsenz des männlichen Künstlers, jener Nomadenfigur, von der nur noch Spuren lesbar sind. Bas Jan Ader folgen wir auf seiner *Search of the Miraculous* und Hamish Fulton zu seinem *Camping Place for One Night by Lake Huaypo Peru 1974* (Abb. 53 und 63).²⁶ Geradezu demonstrativ vermittelte

Gesten der künstlerischen Anwesenheit finden sich auch bei Gilbert & Georges Postkarten (Abb. 64a–b und 65a–b). Die Künstler haben scheinbar unproduktives Präsentsein zu ihrem Markenzeichen erhoben, das sie als Performances und später in unterschiedlichen Medien umsetzen.²⁷



53 S. 204



63 S. 217

Die Figur des schöpferähnlichen Künstlers, die in den Postkarten manchmal fast mystische Züge annimmt, verbindet sich hier mit dem immateriellen Arbeiter.²⁸ Die inszenierte Spurenlegung leistet einer Auratisierung des Künstlers Vorschub, der sich hier als immaterielle, geistige Instanz präsentiert.²⁹ Diese Autorenzentrierung steht in enger Verbindung mit der nicht objektbezogenen Werkproduktion. Der Künstler beweist nicht mehr seine künstlerischen Kompetenzen in Bezug auf das materielle Kunstwerk, sondern repräsentiert in den Postkarten sein Werk über die eigene Person. Die biopolitischen Tendenzen einer Ökonomie vorzeichnend, deren Verwertungsprozesse auf alle Lebensbereiche übergreifen, setzten die Künstler als Darsteller

deradresse, Ansichtsbild, Bildlegende und Poststempel sowie der auf jede Postkarte gestempelten Nachricht „I Got Up At ...“ (Abb. 13a–b).

25 Stewart 2005 (1984), S. 153. Zum Souvenir als Mittel zur Vergegenständlichung von Sehnsüchten siehe S. 132–150. Siehe weiter Oscar Guayabero, *The Souvenir Effect: Travel Fetishes, Beyond the Clichés*, Ausst.-Kat. Barcelona, Disseny Hub, 16.7.–13.12.2009, Barcelona: Disseny Hub, 2009, o. S.; Svetlana Boym, „Nostalgia and Its Discontents“, in: *The Hedgehog Review*, Sommer 2007, S. 16.

26 Auch Dibbets' Ankündigung der Aktion auf dem Balkon eines unbekanntes Amsterdamer Hauses verweist auf die physische Anwesenheit des Künstlers (Abb. 31b). Noch deutlicher wird dies bei einer handelsüblichen Bildpostkarte aus Amsterdam, auf deren Bildseite Dibbets mit einem blauen Klebepunkt seinen Standort markierte. Auf der Rückseite finden wir den Satz „your address was written while I was standing at the spot indicated on the overside.“ (Abb. 66a–b). Ähnlich verfährt Kawara bei der Spurenlegung in seiner Serie *I Got Up*. Er belegt seine örtliche Präsenz mittels Absen-

27 Die Praxis der Künstler Gilbert & George verweist auf die Bedeutung der Produktion von Präsenz, einem zentralen Merkmal der frühen Performancekunst. Welche Aktualität dieser Praxis heute zukommt, lässt sich beispielhaft an Abramovičs Performance *The Artist is Present* veranschaulichen. Die Künstlerin zeigte diese Performance anlässlich ihrer großen Retrospektive 2010 im Museum of Modern Art, New York. Sie bestand in einer tête-à-tête-Situation mit einem Tisch und zwei Stühlen auf einer Bühne, wobei sich je ein/e Besucher/in der Künstlerin gegenüber setzen konnte. Kaum ein künstlerisches Werk hat in den letzten Jahren eine vergleichbar starke Medienresonanz erhalten.

28 Zur Neukodierung von tradierten, mythisch kodierten Vorstellungen von Künstlerschaft seit den 1960er Jahren, siehe Bismarck 2010.

29 Die Rolle des Spurensicherers wird in Günter Metkens *Spurensicherung* an Beispielen aus den 1970er Jahren wie Christian Boltanski, Anne und Patrik Poirier oder Jochen Gerz untersucht. (Siehe Günter Metken, *Spurensicherung. Kunst als Anthropologie und Selbsterforschung. Fiktive Wissenschaften in der heutigen Kunst*, Köln: Dumont, 1977, S. 15). Die künstlerische Strategie der Spurensuche beleuchtet Meier in Bezug auf die Erinnerungsfunktion der durch die Künstler/innen archivierten Gegenstände. (Siehe Cordula Meier, *Kunst und Gedächtnis. Zugänge zur aktuellen Kunstrezeption im Licht digitaler Speicher*, München: Wilhelm Fink, 2002, S. 144–148).

ihrer Subjektivität in den Postkarten die persönlichen Reiseerlebnisse geradezu professionell in Szene.³⁰ Biopolitik lässt sich als Ergebnis bestimmter Produktionsverhältnisse verstehen, in denen handlungs- und dienstleistungsbasierte Arbeit zunehmend wichtiger wird. Dies hat zur Folge, dass der Verwertungsprozess nicht mehr auf bestimmte Produktionsformen beschränkt oder an vordefinierte Ort/Zeit-Koordinaten gebunden ist, sondern potentiell jedes menschliche Handeln betrifft. Biopolitik bezeichnet dann die Kapitalisierung des Subjekts in all seinen Lebenslagen, wobei eine Trennung zwischen Arbeits- und Freizeit überwunden ist.³¹ Diese Subjektzentrierung und die Überschreitung von produktiver und reproduktiver Arbeit finden ihre Entsprechung in den Postkartenmotiven. Die performativen Selbstdarstellungen der Künstler/innen in Form von fotografischen Spuren sind als Teil einer Produktionsform zu verstehen, die kein künstlerisches Produkt, stattdessen aber die Künstlerperson, benötigt.

Die besprochenen Beispiele transportieren an Stelle eines dokumentierten Werks oder einer künstlerischen Handlung immaterielle Werte wie Sehnsüchte, nostalgische Stimmungen und eben die bloße Präsenz des Künstlers, die dem Ort zuallererst seinen Zauber verleiht.³² Sie vermitteln damit einen Vorgeschmack auf das, was Andreas Reckwitz als Ästhetisierung des Ökonomischen beschreibt, wobei nach Reckwitz „die Zirkulation von Symbolen, sinnlichen Erfahrungen und Emotionen“ zum Kerngeschäft des Kapitalismus wird.³³ Anders als von Alberro behauptet, ist die Autorenzentrierung in der frühen Konzeptkunst nicht eine zwangsläufige Folge (und notwendiges Übel) der schlecht vermarktbareren, visuell wenig ansprechenden Werke der frühen Konzeptkunst.³⁴ Vielmehr erkannten

umgekehrt die Künstler/innen die zentrale Bedeutung der Promotion ihrer Person für eine erfolgreiche berufliche Zukunft in einer zunehmend affekt-, image- und markenorientierten Ökonomie, die das Werk in den Hintergrund rückte. Sie werteten die Tatsache, dass Produktion und Mehrwertgenerierung immer und überall stattfinden kann, als große persönliche Freiheit. Indem sie sich auf den Postkartenansichten als romantische Abenteurer und moderne Stadtnomaden in Szene setzten, nutzen sie die personenzentrierte Imagebildung in affirmativer Weise für die Promotion ihrer Kunst. Vor allem aber wird die Flexibilisierung und Unabhängigkeit von der Ortgebundenheit des Ateliers geradezu als Akt der künstlerischen Freiheit inszeniert. Interessanterweise ist von der Ambivalenz dieser Freiheit, die eine biopolitische Kapitalisierung aller Lebensformen, sowie den Zwang zur permanenten Selbstoptimierung nach sich zieht, in den künstlerischen Ephemera der 1960er Jahren (noch) nichts zu spüren. Unklar bleibt dabei, ob dies dem Werbeeffect geschuldet ist, denn die Selbstmodellierung ist stets positiv konnotiert, oder der historischen Situation Ende der 1960er Jahre, als eine Dezentralisierung von Machtverhältnissen durchweg positiv gewertet wurde.

Die Repräsentation von künstlerischer Präsenz ist in den Postkartenansichten eng an das Motiv und die visuelle Steuerung von Aufmerksamkeit gebunden. Auffällig sind etwa in Burens *photo-souvenirs* die scheinbar zufällig aufgenommenen Passant/innen, deren Aufmerksamkeit von den Plakaten angezogen wird. Am offensichtlichsten zeigt sich dies in der Fotografie der Motorradfahrer, deren Blick sich, von uns abgewendet, im Fahren auf Burens Plakate zu richten scheint (Abb. 57). Es handelt sich dabei bezeichnenderweise um jene Einladungskarte, die die Ausstellung bei Konrad Fischer ankündigte, jedoch die Interventionsorte verschweigt. Die Motorradfahrer vermitteln uns als Identifikationsfiguren im Bild die Art und Weise der Aufmerksamkeit, die es braucht, um Burens Streifenplakate im Stadtdschungel zu finden. Auch bei Long gibt es solche Identifikationsfiguren, die den Rezipient/innen den Blick in die Szenerie vorführen (Abb. 56 und 67).

30 Siehe Bismarck 2003, S. 81–83.

31 Siehe Hardt/Negri 2004, S. 127–134. Siehe dazu auch die Ausführungen zur Künstlerkritik in Boltanski/Chiapello 2006, S. 213–259, Boltanski/Chiapello 2001, S. 468–469.

32 Sinngemäß beschreibt Lippard im Vorwort zu ihrer Ausstellungspublikation *557,087* die Praxis einiger Konzeptkünstler/innen als „metaphors for the degree to which an individual exists in the world, the degree to which he asserts himself, asserts his environment“. (Lippard 1970, o. S.). Ganz ähnlich drückt sich der umfassende Zugriff auf die Künstlerperson in Szeemanns Zitat zur damals „neuen“ Kunst aus: „Noch nie wurde die innere Haltung des Künstlers so direkt zum Werk.“ (Szeemann 1969, Vorwort, o. S.); siehe dazu auch Reckwitz 2012, S. 191.

33 Reckwitz 2012, S. 194; siehe auch S. 189–197.

34 Alberro formuliert diese These in Bezug auf die Vermarktungsstrategien des Galeristen Siegelau. Er behauptet, dass die Bedeutung des öffentlichen Images

des Künstlers in dem Maße zugenommen habe, wie die Kunst materiell ephemere geworden sei (siehe Alberro 2003, S. 40–41).



57a S. 208



57b S. 209



51g S. 196



51h S. 197



56 S. 207



67 S. 225



51i S. 198



52a S.202

Die Malerei kennt solche (sich typischerweise im linken oder rechten Bildvordergrund befindenden) Figuren als Einstiegshilfe ins Bild schon seit der Renaissance. In den fotografischen Dokumentationen der frühen Konzeptkunst geht es jedoch nicht bloß um eine Lektürehilfe, sondern um Augenzeugenschaft – also um nachgewiesene Aufmerksamkeit – eines nicht materialisierbaren Prozesses, der sich gerade über den Blick manifestiert. Richard Long versetzt uns gedanklich in die amerikanische Wildnis, deren künstlerisches Potenzial nur der einsame Abenteurer wahrnimmt, der uns diesen Blick durch die Postkarte vermittelt. Und Burens Postkarten fordern dazu auf, in den scheinbar alltäglichen Stadtansichten ein künstlerisches Moment zu entdecken: Wir sollen Orte identifizieren, Unterschiede in den Formationen zwischen Autos und Plakaten (Abb. 51c–i) oder Burens manchmal kaum sichtbare Markierungen finden (Abb. 52a). Der Ort wird zuallererst über den Blick entworfen und die Kunst wird zur Frage der Wahrnehmung.³⁵

Der ökonomische Wert von Aufmerksamkeit

Burens Suchspiele im urbanen Raum ereignen sich markanterweise fast immer im Kontext öffentlicher Werbeflächen, die sich durch eine hohe Blickfrequenz auszeichnen (Abb. 58a, 59, 60, 62).³⁶ Dort, wo Werbung platziert ist, wird Rezeption sichergestellt. Dafür werden Werbeflächen ge- und verkauft. Buren sichert sich durch diese Wahl die öffentliche Wahrnehmung auch für seine eigenen Werke. Er kontextualisiert seine Arbeit in einem ökonomisch definierten Raum, in dem die hart umkämpfte Aufmerksamkeit die Währung darstellt.



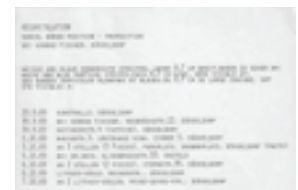
51c S. 192



51d S. 193



58a S. 210



58b S. 211



51e S. 194



51f S. 195



59 S. 212



60 S. 213

35 Schneemann erörtert die aktuelle Tendenz in Ausstellungensbetrieben, die Kunst auf die Frage nach ihrer Wirkung zu beschränken. Buren zeichnet dieses Paradigma in seinen Werken vor (siehe Schneemann 2008, S. 84).

36 Meist werden die Werbungen von Burens Plakaten formal bekräftigt. Auf den Fotografien sind die Markierungen nur selten als ikonoklastischer Akt lesbar. Eine Ausnahme bildet die Aktion in Bern 1969 (Abb. 59).



62 S. 215

Georg Franck hat dieses Phänomen als *Ökonomie der Aufmerksamkeit* beschrieben. Er geht davon aus, dass in der Informationsgesellschaft nicht Information ein rares Gut ist, sondern dass wir uns umgekehrt mit einer regelrechten Informationsflut konfrontiert sehen. Knapp sei deshalb unsere Wahrnehmungsfähigkeit. Und sie werde immer knapper, weil ihre Verwendungsmöglichkeiten stetig zunehmen. Je höher diese Flut ansteigt, desto notwendiger erscheint es, mit dieser Ressource zu haushalten. In dieser von Franck beschriebenen Entwicklung nimmt Aufmerksamkeit immer mehr die Rolle an, die bisher das Geld gespielt hat.³⁷ Massenmedien, Verlage und Werbung spielen in diesem allseitigen Kampf um Aufmerksamkeit eine wichtige Rolle für die Ökonomisierung, indem sie deren Produktion und Umverteilung übernehmen.³⁸

Buren nutzt mit Plakat und Postkarte Werbeträger, die an Medien gebunden sind, die Botschaften transportieren und Aufmerksamkeit absorbieren. Buren nimmt durch Platzierung und Einsatz von Plakaten und Postkarten eine „technische Reproduktion, Multiplikation und Distribution von Reizmustern“³⁹ vor, die die Sichtbarkeit der an sich flüchtigen Präsentation im Stadtraum massiv verstärkt. Wir haben es nämlich mit einer dreifachen Überlagerung von Werbeträgern zu tun. Buren wählt Werbeflächen im öffentlichen Raum, er platziert darauf Plakate und er überliefert das Resultat dieser Setzung durch die Bildpostkarte. Letztere garantiert durch das Festhalten der räumlichen Situation im fotografischen Bild zuallererst die Sichtbarkeit der Intervention, die im städtischen Kontext leicht übersehen wird.⁴⁰ Ausschlagge-

37 Siehe Franck 1998, S. 49–52; Siegfried J. Schmidt, „Werte-Rohstoff. Aufmerksamkeit als Leitwährung“, in: *epd-medien*, Nr. 84, 2000, S. 5–10.

38 Siehe Franck 2003, S. 11–30.

39 Ebd., S. 2.

40 Koen Brams stellt, ausgehend von der Beobachtung, dass Buren die fotografische Dokumentation seiner Werke stark steuere und kontrolliere, die *photo-souvenirs* anderen, nicht autorisierten Aufnahmen gegenüber. Konkret vergleicht er Burens Fotografie einer Plakat-

installation, die der Künstler 1971 an der Außenfassade der Galerie Wide White Space in Antwerpen realisierte, mit den Videoaufzeichnungen von Jef Cornelis. Während Burens Fotografien die Plakate in menschenleerer Umgebung zeigen, herrscht in Cornelis' Film erstaunliche Betriebsamkeit. Allerdings gehen alle im fünfminütigen Film aufgezeichneten Passant/innen an den Plakaten Burens vorbei, ohne diesen Beachtung zu schenken. Einzig die kleine Tochter der Galeristin ist zu sehen, wie sie mit ihrem Fingernagel ein Plakat abzulösen versucht. Sie wird daraufhin aus dem Bild geschoben. (Siehe Koen Brams, „Two Exhibition-Related Films by Jef Cornelis“, in: *Tate Papers*, 2009, Nr. 12, 1.10.2009, <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/two-exhibition-related-films-jef-cornelis>).

Wie bedeutsam das bei Buren so gezielt eingesetzte Motiv der Wahrnehmung für die gegenwärtige Ökonomie ist, zeigt sich an der exzessiven Messung von Einschaltquoten, Webnutzung, Blickkontaktfrequenz und den *Clicks* in sozialen Medien.⁴² Durch die Wiederholung des immer gleichen Streifenmusters entwickelte Buren außerdem das Motiv eines gut funktionierenden Corporate Designs, das bald die Wiedererkennbarkeit seiner Arbeiten gewährleistete und das sich widerstandslos in die ökonomische Logik der Aufmerksamkeit einfügt. Die Prinzipien der Wiederholung, Uniformität und Kontinuität, die Buren in der Absicht anwendet, die Form des Werks auszulöschen,⁴³ werden zur Basis eines Produktmarketings.⁴⁴

41 Buren bezeichnet sein Streifenmotiv, das er auf Wänden, Zäunen, Fahnen, Fenstern, Fahrzeugen, Rolltreppen, Fassaden, Bussen oder Segelbooten anbringt, seit jeher als visuelles Instrument oder „seeing tool“. Dieses „Werkzeug“ soll den Blick anziehen, um ihn sodann auf den Ort ihrer Anbringung zu lenken. Das Werk, so Buren, wechsle dadurch den Status „eines sich selbst genügenden, kritischen Objekts zu dem eines hinterfragenden visuellen Werkzeugs“ (Buren 1995 (1987), S. 369). Die Beschreibung seiner Arbeit als Werkzeug findet sich in fast jedem seiner Texte wiederholt. Siehe dazu die Textsammlung in Buren 1995.

42 Mehr zur Rolle der Werbung siehe Franck 2003, S. 21–22.

43 Buren meint, dass die Form, die sich über Systematik oder Originalität definieren lasse, mit der Wiederholung der immer gleichen Erscheinungsweise aufgelöst werde. Siehe Buren 1995 (1969), S. 70–76.

44 Auf die zukunftsweisende Bedeutung der Mehrwert-

Die vorgenommene Werkanalyse verweist auf ein wesentliches Merkmal der künstlerischen Praxis der Konzeptkunst: Die Sphären von Produktion und Promotion lassen sich nicht länger voneinander trennen. Diese Überlagerung ist eine geradezu symptomatische Folge der kapitalistischen Wende hin zum Postfordismus, mit der sich die Wertbildungsprozesse von Werken räumlich und zeitlich verschoben haben. Heute ist es auch in der Kunst, ungeachtet der materiellen Form des Werks, kaum mehr möglich, eine klare räumliche und zeitliche Grenze zwischen Produktion und Vermarktung auszumachen. Das Werk muss, ebenso wie ein Auto, heute bereits verkauft sein, bevor es hergestellt wird. Die Wertbildung des Werks beginnt gewöhnlich bereits vor seiner materiellen Produktion, nämlich bei der langfristigen Promotion und Imagepflege eines Künstlers/einer Künstlerin (im Sinne einer Marke) und der Konstruktion eines stringenten Gesamtwerks.⁴⁵

Arbeit mündet nicht länger in Waren, sondern in Dienstleistung, Wissen oder Kommunikation.⁴⁶ Franck beschreibt mit dem Phänomen der Aufmerksamkeit konkrete Mechanismen der Wertbildung solcher nicht-materieller Güter. In der Konzeptkunst vollzieht sich diese Wertbildung durch die künstlerische Präsenz, wie sie sich in den fotografischen Postkartenansichten manifestiert. Dabei verhandeln die Werke keine Fragen zur Beziehung zwischen Werk und seiner spezifischen Umgebung, wie es die Idee einer ortsspezifischen Kunst suggeriert. Ebenso wenig werden darin institutionelle oder ökonomische Bedingungen der Kunstproduktion sichtbar gemacht. Die in den Postkarten vorgenommene geografische Verortung dient vielmehr als Koordinate für eine mobile und flexible Produktionsform. Sie artikuliert sich ebenso über die Reisetätigkeit der Künstler/innen wie über die schwärmerische Darstellung eines nomadischen Lebensstils. Die Inszenierung der Künstlerperson und ihrer persönlich gefärbten Reiseerinnerung nehmen hierbei eine zentrale Bedeutung an. Die künstlerische Handlung bleibt nunmehr als nostalgische Spur im Bild, die unsere Aufmerksamkeit auf das nicht länger verfügbare Werk lenkt.

Die Idee des dematerialisierten Kunstwerks, die die Postkarten so vermitteln, und die gemeinhin als Verneinung eines traditionellen

generierung durch die Werbung hat bereits McLuhan hingewiesen (McLuhan 2003 (1964), S. 241).

45 Siehe Lazzarato 1998b, S. 55.

46 Siehe Hardt/Negri 2003, S. 290.

Objektbegriffs verstanden wird, wirkt heute erstaunlich aktuell. Sie beschreibt nichts anderes als eine Kunst, die durch eine damals neue informationsbasierte Produktionsweise geprägt ist und Elemente einer postfordistischen Ökonomie vorzeichnet. Weit mehr als ihre von Buren zugewiesene Funktion als Dokumentationen, ermöglichen diese *photo-souvenirs* in Postkartenform die Überlagerung von Promotion und Produktion, von persönlicher und beruflicher Sphäre, von flexibilisierten Lebens- und Produktionsweisen und belegen die bis heute ungebrochene ökonomische Bedeutung der Ressource Aufmerksamkeit.

Historische Wertbildungsprozesse

Wie kein anderes Artefakt vereinen Ephemera die Eigenschaften eines Wegwerfartikels mit dem eines Sammlungsobjekts. Die gedruckten, veröffentlichten und mehrheitlich für Werbezwecke verwendeten Druckwaren – heute auch als Junk Mail bezeichnet – werden nicht zur langfristigen Aufbewahrung produziert. Weil ihnen durch die hohe Auflage keine Exklusivität als unikates künstlerisches Erzeugnis zukommt, sind sie zunächst nichts anderes als gedruckte Einwegprodukte. Entsprechend landen sie meist im Abfall. Erst was diesem Schicksal entgeht, wird zu Ephemera.⁴⁷ Dies hat zur Folge, dass Einladungskarten, Magazin- und Zeitungsanzeigen eine viel unsicherere Zukunft hatten als jene Videos, Skizzen, Fotomontagen oder textbasierten Werke der frühen Konzeptkunst, denen meist schon im Entstehungszusammenhang der Status des Unikats und damit Tauschwert zugeschrieben wurde.⁴⁸

Interessanterweise haben Ephemera im Laufe der letzten fünfzig Jahre, gerade wegen ihrer dem Kunstwerk untergeordneten Funktion als Werkdokumentation, eine enorme Aufwertung erfahren. Es gibt heute neben einem

47 Diese Bedeutung von „Ephemera“ als Sammelobjekt geht auf das 18. Jahrhundert zurück (siehe Oxford Dictionaries 2015).

48 Entsprechend der Ideologie um das dematerialisierte Kunstobjekt wurde auch nicht multiplen Werken in den späten 1960er und 70er Jahren ein ökonomischer Wert abgesprochen (siehe Chandler/Lippard 1968). Dank ihrer objekthaften Qualitäten erwiesen sie sich jedoch bald als äußerst markttauglich und wurden auf dem regulären Kunstmarkt zu beachtlichen Preisen veräußert. Über die hohen Werkpreise für die Konzeptkunst der 1960er und frühen 1970er Jahre berichtet Herman Daled in einem Interview (siehe Moseley 2001, S. 488). Auch Lippard weist in ihrem Vorwort zur Neuauflage von *Six Years. The Dematerialisation of the Art Object from 1966–1972* auf dieses utopische Versprechen hin (siehe Lippard 1997 (1973), S. 263–264).

eigenen Markt und einer Reihe von auf Ephemera basierenden Künstlermonografien vor allem ein großes institutionelles Interesse an der historischen Rekonstruktion der frühen Konzeptkunst, in der Ephemera eine Schlüsselrolle zugewiesen wird. Wie sind im Laufe dieser Zeit aus billiger Printwerbung Sammlungsobjekte geworden? Wie lässt sich dieser Wertbildungsprozess beschreiben und erklären? Und welche Bedeutung kommt Ephemera der frühen Konzeptkunst heute für die Geschichtsschreibung der Konzeptkunst zu?

Am Beispiel zweier Sammlungen, von Jean-Noël Herlin und von Nicole und Herman Daled, lassen sich die historischen Wertbildungsprozesse und die sich wandelnde Bedeutung von Ephemera beispielhaft aufzeigen: Jean-Noël Herlin sichert seit den 1960er Jahren in seinem Archiv Einladungskarten, die ihm als Informationsträger und Speichermedien für die Selbstdarstellungsformen der Künstler/innen dienen. Gleichzeitig, aber mit ganz anderen Absichten, begannen auch Nicole und Herman Daled, Ephemera zu sammeln. Für sie dienten die Dokumente als Belege einer gezielten Karriereförderung in der Konzeptkunst. Der Vergleich der Sammlungen macht die unterschiedlichen Funktionen sichtbar, in denen Ephemera als materielle Belege für eine in den letzten Jahrzehnten sich formierende Informationsgesellschaft auftreten. Deutlich wird im Vergleich aber auch die soziale Dynamik von Ephemera. Die unterschiedlichen Sammlungszusammenhänge, die Orts- und Besitzwechsel, bestimmen die Zukunft und Bedeutungszuschreibung dieser Werke. Sie beeinflussen den „biografischen“ Verlauf einer Einladungskarte oder Anzeige und darüber hinaus die Rolle, die Ephemera in der heutigen Narration der frühen Konzeptkunst spielen.

Jean-Noël Herlin Archives: Infomanie

Jean-Noël Herlin zog 1965 von Frankreich nach New York, wo er bis heute lebt. 1970 eröffnete er seine antiquarische Buchhandlung im Stadtteil SoHo. In der lokalen Kunstszene machte er sich bald einen Namen, weil er sich als einziger Buchhändler der Stadt auf den An- und Verkauf von Künstlerbüchern, Primärquellen und dokumentarischen Publikationen der bildenden und darstellenden Künste des 20. Jahrhunderts spezialisierte.⁴⁹ 1973 bot ihm ein pensionierter

Mitarbeiter des New Yorker Museum of Modern Art, dessen private Bibliothek Herlin ankaufte, eine Kiste mit alten Einladungskarten an. Obschon er ihrem Inhalt keinen Wiederverkaufswert zumaß, nahm Herlin diese Kiste an sich. Sie legte den Grundstein für eine der umfangreichsten Ephemera-Sammlungen des 20. Jahrhunderts, die seit 1973 kontinuierlich wächst.⁵⁰

Herlins Sammlung beinhaltet zunächst vor allem Ausstellungseinladungen und Poster und beherbergt heute auch dünne Ausstellungskataloge, Preislisten, Zeitschriften, Pressespiegel, Artikel, Fotografien, Dias und Ektachrome, Postkarten, Stickers etc. Heute zählt sie über 300 000 Dokumente und hat neben ihrem Fokus auf die frühe Konzeptkunst zum Ziel, internationale bildende und darstellende Kunst seit der Mitte des 20. Jahrhunderts zu dokumentieren.⁵¹ Durch seine Beschäftigung als Dokumentarist, Buchhändler und Gutachter von Nachlässen und als aktives Mitglied der New Yorker Kunstszene hat Herlin wie kaum ein anderer die Bedeutungsverschiebung von Ephemera mitverfolgt und begleitet.

In seinem Unternehmen äußert sich ein frühes ökonomisches Interesse an Ephemera als Sammelobjekte, das allerdings in der Kunst- und Buchhändlerszene lange Zeit auf Unverständnis stieß. Dies vor allem deshalb, weil Herlin für Neuzugänge bis heute regulär einen symbolischen Preis von 60 USD pro Plastiktüte zahlt. Damit beugt er nach eigener Aussage der Gefahr nachträglich erhobener Besitzansprüche vor. Diese Praxis etablierte er bereits in den 1970er Jahren, als seine Kund/innen – fast ausschließlich Künstler/innen – damit begannen,

50 Herlins zählt neben jener Egidio Marzonas und der des verstorbenen Steven Leibers zur umfangreichsten Ephemera-Sammlung. Siehe die Sammlungskataloge Leiber/Alden 2001 und Marzona 2005.

51 Das Archiv ist in (folgende) vier Kategorien eingeteilt: Dokumente von individuellen Künstler/innen, Performer/innen und Gruppen; Dokumente von betitelten Gruppenanlässen; Dokumente von Gruppenanlässen oder mehrteiligen Veranstaltungen ohne Titel sowie Material von Organisationen; Magazine und Zeitschriften. Innerhalb des Autor/innenkatalogs verzeichnen die einzelnen chronologisch geordneten Dokumente beliebige über Ephemera publizierte Aktivitäten eines Künstlers oder einer Künstlerin. Dies hat zur Folge, dass sich innerhalb eines Künstler/innen-Files Gattungen wie Malerei, Tanz, Film und Performance vermischen. Das Archiv bedient so eine Lesart des künstlerischen Werks, in dem unterschiedliche Akteure der Kunstwelt, Orte, Ereignisse und Werke vernetzt sind. Siehe Herlins veröffentlichter Teilindex, in dem 55 Prozent aller Dokumente des Archivs aufgelistet sind (Herlin 2005); ABP Herlin 2013.

angesammelte „Junk Mails“ aus der privaten Post in Herlins Buchladen zu bringen oder sie gegen antiquarische Bücher einzutauschen.⁵²

Im Laufe der Zeit beschränkten sich Herlins Ankäufe auf drei konstante Hauptquellen, die bis heute den Sammlungsbestand bestimmen: Die Kuratorin und Kunstkritikerin Kim Levin, der 2012 verstorbene Mail-Art-Künstler John Evans und Lawrence Weiner belieferten Herlin mit allem, was ihnen die Post an Werbematerialien aus dem Kunstbetrieb nach Hause brachte. Sie deckten beziehungsweise decken durch ihre unterschiedlichen Positionen und Funktionen im Kunstbetrieb eine große thematische und geografische Bandbreite westlicher Kunstproduktion der Zeit ab. Weiner zählt bis heute zu den international erfolgreichsten Gründungsvätern der frühen Konzeptkunst. Kim Levin, langjährige Journalistin von *The Village Voice* und ehemalige Präsidentin der International Association of Art Critics, kuratierte Ausstellungen in mehreren Kontinenten. Sie ist für Herlin unter anderem wegen der internationalen Absender/innen ihrer Post interessant. Dagegen vertritt John Evans als Mail-Art-Künstler für Herlin den Bereich öffentlich marginalisierter Kunstproduktionen. Weil Herlin die Menge an Dokumenten nicht mehr bewältigen konnte, haben sich die Neuzugänge zur Sammlung heute auf die Zusendungen von Kim Levin beschränkt.⁵³

Das Sammlungskonzept macht die soziale Selektion sichtbar, die für die Distribution von Ephemera so zentral ist, und die damit verbundene Unmöglichkeit eines demokratischen Aufnahmeverfahrens von Dokumenten. Nur ein ausgewähltes, über gewisses kulturelles Kapital verfügendes Publikum wird überhaupt mit Einladungskarten und einschlägigen Zeitschriften beliefert. Die Adressat/innen, die sich im Umfeld der Szene bewegten und um den künstlerischen Wert der Sendungen wussten, nahmen so den impliziten Auftrag zur Werksicherung wahr.

Den kommerziellen Aspekt des Sammelns verbindet der Buchhändler mit einer historischen Verpflichtung. Auf der Bezeichnung „Archiv“ bestehend, grenzt er sein Projekt von dem einer Sammlung ab, weil für ihn inhaltliche Aufnahmekriterien nicht ausschlaggebend sind. Aufgenommen wird seit 1973 alles, was in Herlins Hände gelangt. Ausschlaggebend sind einzig drei formale Aufnahmekriterien:

52 Wie Herlin mir erzählte, kaufe er nur selten Einzelstücke an. Auch erwarb er, anders als Marzona und Leiber, nur selten ganze Archive und Nachlässe, in denen er interessantes Material vermutete (ABP Herlin 2013).

53 Siehe ebd.

dokumentarisches Druckmaterial, Flachheit und Erschwinglichkeit.⁵⁴ Herlins Projekt lässt sich als Primärquellensammlung zusammenfassen, das als quasi-bürokratisches Generalunternehmen alle publizierten, die künstlerische Produktion begleitenden Informationen für die Zukunft sichert. Das einschließende, panoramatische und nicht-hierarchische Sammlungsverfahren dient dem Ziel, einen Speicherort und ein Memorial für den kreativen Ausstoß jener Zeit zu schaffen. Der „Abfallsammler der Kunstwelt“, wie er sich gerne bezeichnet, versteht sich in der Rolle des Historikers und Zeitzeugen.⁵⁵

Die von Herlin wiederholt betonte Utopie und Marginalität seines Projekts muss allerdings relativiert werden, wenn man berücksichtigt, wie sehr der Topos der Informationssammlung sowohl Werkproduktion als auch Vermittlung und Diskurs der frühen Konzeptkunst durchzieht. Gleichzeitig produzierten Künstler/innen ausufernde Informations-Archive mit denselben egalitären Aufnahmeverfahren von handlungsbezogenem „Junk“. Andy Warhols *Time Capsules* entstand zwischen 1974 und 1987. Der Künstler füllte 610 Pappschachteln mit allem, was sich tagtäglich ansammelte und wofür er keine weitere Verwendung hatte: Zettel, Bücher, Zeitungen, Fotos, Broschüren, Quittungen, Kataloge, Tonbänder, Filme, Postkarten, Tüten, Hüte, Schuhe, Unterhosen, Kinderbücher, Briefe, Einladungskarten, Plakate, Plattencover und Zeitungsausschnitte. Ähnlich verfuhr auch Adrian Piper mit *Context #8*. Das Werk besteht aus drei dicken Ordnern, gefüllt mit Flugblättern und Einladungskarten, die sie 1970 ihrem Konzept entsprechend sammelte: „Context #8: Written Information voluntarily supplied to me during the period of April 30 to May 30, 1970.“ Neben solchen künstlerischen Archivverfahren zählt die frühe Konzeptkunst viele Werkbeispiele, die in der schlichten Aufzeichnung handlungsbezogener Information bestehen. Stellvertretend sei hier noch einmal auf Stanley Brouwns *Steps*, On Kawaras *I Got Up* und Dan Grahams *March 31, 1966* verwiesen (siehe Abb. 13a–b und 49). Künstlerische Handlungen werden hier mit Hilfe von Sprache, Zahlen, Grafen oder Tabellen dokumentiert und quantifiziert.

54 Siehe Herlin 2010, o. S.

55 Die sich selbst zugewiesene Verantwortung als antiquarischer Buchhändler wahrnehmend, will Herlin kulturelle Erinnerung überliefern und dadurch eine Verbindung zwischen Produzent/in und Konsument/in herstellen (siehe ABP Herlin 2013 und Herlin 2010, o. S.).



13a S. 126



13b S. 127



49 S. 187

Selbstdokumentationen der „Me Generation“

Die obsessive Beschreibung, Darstellung und Mitteilung von Handlungen, die die Werke der frühen Konzeptkunst charakterisieren, wird in der Rezeption gemeinhin als selbstreflexive Praxis verstanden oder mit dem Versuch erklärt, eine alltägliche Handlung als künstlerischen Akt zu deklarieren und dadurch die traditionelle Definition von Kunst zu sprengen. Nicht darauf hingewiesen wurde bisher, dass sich diese Selbstvermessungen der Konzeptkunst durch ein hohes Maß an Selbstdarstellung auszeichnet. Dies ist umso überraschender, als in den USA der Begriff „Me Decade“ als Synonym für das narzisstische Selbstverständnis der Generation der 1970er Jahre äußerst populär war. Geprägt wurde er durch Christopher Laschs Bestseller *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations* von 1978 und den einflussreichen Artikel *The ‚Me‘ Decade and the Third Great Awakening* von Tom Wolfe, der 1976 im *New York Magazine* erschien.⁵⁶ Beide Autoren beschreiben eine im Gegensatz zur politisierten Generation der 1960er Jahre ausgeprägte Tendenz zu Individualismus, Selbstverwirklichung und Karrierismus, die sie mit der neuen Konsumkultur der Nachkriegsgeneration erklären.⁵⁷

Dieselben Zuschreibungen haben jüngst im Zusammenhang mit Diskussionen um die „Facebook Generation“ wieder an Bedeutung gewonnen. Die Neigung zu einem ausgeprägten Narzissmus wird heute dem sozialen Verhalten

56 Siehe Lasch 1978; Tom Wolfe, „The ‚Me‘ Decade and the Third Great Awakening“, in: *New York Magazine*, 23.8.1976, <http://nymag.com/news/features/45938/>.

57 Als symptomatisch für die „Me Generation“ wird unter anderem die zunehmende Popularität von Psychotherapien, Selbsthilfegruppen, New Age, Yoga oder Jogging genannt (siehe Wolfe 1976, wie Anm. 56).

jener zwischen 1990 und 2000 Geborenen attestiert. Man führt diesen Trend vor allem auf die Dominanz von Online- und sozialen Medien zurück, die zu einer exzessiven Selbstdarstellung ihrer Benutzer/innen geführt haben.⁵⁸ Nicht nur die Reden der 1970er Jahre wiederholen sich heute in so ähnlicher Weise, auch Teile des heutigen Medien- und Selbstverständnisses finden sich bereits damals vorgezeichnet.⁵⁹ So schreibt Joel Stein in seinem 2013 erschienenen Artikel *Millenials: The Me Me Me Generation*:

„Millenials have come of age in the era of quantified self, recording their daily steps on FitBit, their whereabouts every hour every day on PlaceMe and their genetic data on 23 and Me. They have less civic engagement and lower political participation than any previous group.“⁶⁰

Der künstlerische Einsatz von Ephemera gleicht der heutigen Selbstdarstellung in onlinebasierten sozialen Netzwerken darin, dass alltägliches Handeln dokumentiert und publiziert wird und dass ihm damit ein sozialer und ökonomischer Wert zugesprochen wird. Von den heutigen Postings in sozialen Medien wie Facebook oder Instagram unterscheiden sich Ephemera zwar hinsichtlich der Funktionsweisen der zugrunde liegenden Technologien, jedoch nur unwesentlich in ihrer Verwendungsweise. Ähnlich wie Postings heute boten die Drucksachen damals die Möglichkeit, eine Form der Kommunikation zu pflegen, die wesentlich darin bestand, über räumliche Distanzen hinweg von eigenen Handlungen zu berichten. Wenn Künstler/innen wie Daniel Buren, Adrian Piper oder Jan Dibbets die Ankündigungen einer künstlerische Aktion mit Hilfe von Sprache und Fotografie bloß andeuteten oder verschlüsselten, verwendeten sie die für Facebook-Mitteilungen typische Rhethorik,

58 Stein 2013, o. S. Weitere Beispiele der zahlreichen zu diesem Thema erschienenen Texte sind Jean M. Twenge, *Generation Me. Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled and More Miserable than Ever Before*, New York: Free Press, 2006, und Jürgen Kaube, „Generation Facebook?“, in: *Frankfurter Allgemeine*, 20.8.2011, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/jugend-und-soziale-netzwerke-generati-on-facebook-11105566.html>.

59 Bereits Lasch erklärte die Selbsterhöhung der durchschnittlichen US-amerikanischen Mittelklasse mit der technologischen Entwicklung: „The media give substance to, and thus intensify, narcissistic dreams of fame and glory, encourage common people to identify themselves with the stars and to hate the ‚herd‘, and make it more and more difficult for them to accept the banality of everyday existence.“ (Lasch 1978, S. 21).

60 Stein 2013, o. S.

die sich an der Grenze zwischen Faktizität und Fiktion, öffentlicher und privater Sphäre bewegt.

Das Informationsparadigma in der frühen Konzeptkunst wird historisch von Diskursen über die Informations- und Wissensgesellschaft begleitet. Sie beginnen sich bereits in den 1960er Jahren in den USA abzuzeichnen und entstammen dem damaligen sozialwissenschaftlichen Vokabular. Autoren wie Peter F. Drucker, Robert E. Lane oder Daniel Bell prognostizierten, dass die technologische Revolution in den 1970er Jahren zu einem grundlegenden Wandel in der Produktion und zu einer Informativierung der Gesellschaft führen würde. Sie stellten die Frage danach, wer die Macht haben würde, diese neuen, überaus wertvollen Informationsflüsse, diese Mengen an Daten und damit auch an Wissen, zu kontrollieren.⁶¹ Nicht Bestandteil der damaligen Diskurse waren die Konsequenzen, die sich daraus für die Subjektkonstitution ergeben könnten. Als Folge bildete sich ein „unternehmerisches Selbst“ heraus, das sich selber permanent vermarkten und optimieren muss.⁶²

Die gezielte künstlerische Selbstdarstellung und das Sendungsbewusstsein, die sich in Ephemera der frühen Konzeptkunst zeigen, lassen sich als Ausdruck einer fortschreitenden Tendenz zur Selbstoptimierung und Selbstökonomisierung deuten.⁶³ Die Produktion von Ephemera ermöglichte es, ein biografisches Aktionsfeld zu entwerfen. Das dazu benötigte Selbstunternehmertum folgt dabei nicht fixen Persönlichkeitsmerkmalen oder einem sozialen Status, sondern der Vorstellung eines fluiden Subjekts, das sich in immer neuen Zusammenhängen, sozialen Interaktionen und

Akteurnetzwerken konstituiert und einer Ökonomie der Aufmerksamkeit folgt.⁶⁴ Ephemera boten sich aufgrund ihrer mobilen, flexiblen und kostengünstigen Verwendung für diese Zielsetzung in idealer Weise an. Sie ließen sich analog zu Online-Postings als unpersönliche Mitteilungsformen und Werbeträger an ein größeres Publikum richten, indem sie eine Aktion oder Ausstellung ankündigten oder dokumentierten. Je nach Art der Mitteilung konnten sie die Empfänger/innen zu Kommentaren und Reaktionen auffordern.⁶⁵

Wenn wir Ephemera der frühen Konzeptkunst versuchsweise als „Postings“ beschreiben, dann lieferte Herlin eine „Software“, die dieses handlungs- und gegenwartsbezogene Selbstverständnis seiner Künstler/innen-Generation abbildet und speichert. Mit seiner Sammlung an Primärquellen erstellt er individuelle Projektportfolios, die aus einer Vielzahl vernetzter Kontakte und Projekte bestehen und von einem – aus heutiger Sicht – höchst professionellen Selbstmanagement zeugen. Herlin legte auf diese Weise in den 1970er Jahren die ersten „Facebook-Profilen“ für die Künstler/innen an.⁶⁶ In Herlins totalitärem Anspruch einer möglichst egalitären, ausufernden, scheinbar wahllosen und nach Vernetzung strebenden Sammlung handlungsbezogener Daten zeichnet sich die heutige Archivlogik des World Wide Web ab.⁶⁷ Wie das Internet speichert Herlins Archiv Dokumente, die bereits von anderen publiziert und aufbewahrt wurden. In Anlehnung an die Funktionsweisen moderner Datenverarbeitungstechnologien versteht er das Sammeln und Bereitstellen dieser Sammlungen als einen quasi mechanisch-bürokratischen Prozess, mit dem

61 Sie orientierten sich an den Schriften des Ökonomen Fritz Machlup, der in den frühen 1960er Jahren Daten über die Zunahme nicht-materieller Produktion von Information und Wissen präsentierte. Auch er glaubte, dass die Investitionen in Bildung, Forschung und wissensproduzierende Tätigkeiten weiter zunehmen und Wissen ökonomisch an Bedeutung gewinnen würde. (Siehe Bell 1973, S. 174–187; Armand Mattelart, *Kleine Geschichte der Informationsgesellschaft*, Berlin: Avinus, 2003, S. 71–90).

62 Die Folgen, die sich aus dieser damals prognostizierten Gewichtung des Kapitals Wissen für die Subjektkonstitution ergeben, sind erst mit und in Anschluss an Foucaults Vorlesungen zur Geschichte der Governmentalität theoretisiert worden. (Siehe Michel Foucault und Michel Sennelart, *Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Governmentalität II. Vorlesung am Collège de France 1978–1979*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2006). Bröckling führt den Terminus „unternehmerisches Selbst“ ein, um die normativen Anforderungen neoliberaler Ökonomien an ein Subjekt zu beschreiben (Bröckling 2007, S. 16).

63 Siehe Bismarck 2003, S. 82; Lazzarato 1998a, S. 41–42.

64 Siehe dazu Franck 1998.

65 Dieselben Postkarten dienten etwa Daniel Buren oder Carl Andre auch als Geschäftskorrespondenz. Sie verwandelten das Postnetz in einen „Chatroom“, indem sie eine bereits für einen früheren Anlass produzierte Postkarte für die Übermittlung einer persönlichen Botschaft verwendeten. Mit dieser Wiederverwendung von Ephemera unterstützen sie gleichzeitig die Überlieferung und Authentifizierung ihres Kunstwerks.

66 Siehe Bröckling 2007, S. 279. Entsprechend oft wird Herlins Archiv heute (vor allem) von Künstler/innen konsultiert, insbesondere um biografische Angaben zu verifizieren, aber auch um künstlerische Aktionen historisch nachzuweisen (siehe ABP Herlin 2013).

67 Stellvertretend für die in den letzten Jahren intensiv geführten Diskussionen um die Überwachungstendenzen und die totalitären Strukturen des Internets als „totales Archiv“ siehe Claudius Seidl, „Zehn Jahre Facebook. Das totale Wissen“, in: *Frankfurter Allgemeine*, 4.2.2014, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/zehn-jahre-facebook-das-totale-wissen-12780530.html>.

alle Handlungen an ein und demselben Ort gesichert werden.⁶⁸

Herman & Nicole Daled Collection: Künstlerförderung

Wenn man Herlin als Archivar und Dokumentator der künstlerischen Selbstdarstellungsformen beschreibt, so nimmt das in den 1960er und 70er Jahren in Brüssel lebende Sammlerpaar Herman und Nicole Daled vielmehr die Rolle von Mäzenen ein. Ihre ökonomische Wertschätzung der Konzeptkunst äußerte sich in viel direkterer Weise, nämlich als Projekt- und Künstlerförderung, die sich nachhaltig auf die historische Wertbildung von Ephemera ausgewirkt hat.

Die Sammlung des Radiologen und der Juristin, die ausschließlich Werke der frühen Konzeptkunst enthält, entstand zwischen 1966 und 1978. Neben den zur Sammlung gehörenden Werken legten Daleds auch ein umfassendes Archiv an, das die künstlerischen Aktivitäten dokumentiert. Die darin enthaltenen Ephemera sind alle mit der Postanschrift und oft auch mit persönlichen Mitteilungen an Nicole und Herman Daled versehen. Anders als bei Herlin werden hier Ephemera zu personalisierten Objekten, die ihrer ursprünglichen Form als Werbemittel enthoben sind.⁶⁹ Die Dokumente erzählen vom intensiven Kontakt, den Nicole und Herman Daled mit den Künstler/innen pflegten, und verweisen darauf, dass ihre Wertschätzung für die Kunst eng an ein persönliches Verhältnis zu den Künstler/innen geknüpft war.⁷⁰

68 Herlin verfolgte damit auch das Ziel, jene Informationen zu sichern, die normalerweise von bibliografischen Verzeichnissen ausgeschlossen sind. Bis heute beschränkt sich das Curriculum Vitae der Künstler/innen üblicherweise auf die Auflistung der Eckdaten von Ausstellungen und Publikationen. Als Vorbild für sein Archiv und Gegenmodell nennt Herlin den Ausstellungskatalog *Happening & Fluxus* des Kölnischen Kunstvereins, 1970. Die chronologische Bibliografie enthält dort auch Beschreibungen der in Zusammenhang mit einem Anlass entstandenen Druckwaren wie Partituren, Poster, Einladungen, Programmhefte oder Kritiken. (Siehe Hanns Sohm und Harald Szeemann, *Happening & Fluxus. Materialien*, Ausst.-Kat. Köln, Kölnischer Kunstverein, 6.11.1970–6.1.1971, Köln: Kölnischer Kunstverein, 1970).

69 Kopytoff beschreibt, wie Objekte im Laufe ihrer „Lebensdauer“ mehrfachen Statusverschiebungen zwischen Ware und singularisiertem Objekt unterworfen seien (Kopytoff 1986, S. 73–77).

70 Die frühe Sammeltätigkeit von Herman und Nicole Daled wird in der Einleitung zum Katalog der großen Überblicksschau ihrer Sammlung so beschrieben: „Their attitude was decisively influenced by their personal contact with the artists, whose personalities attracted them to their work. [...] it wasn't until they had come into contact with the innovative ideas of the artists of

Ebenso zentral wie der Ankauf von Werken war es für das Sammlerpaar, aktiver Teil der künstlerischen Strömung zu sein und mit exklusiven Informationen versorgt zu werden. Nicole und Herman Daled tauschten im Wesentlichen Geld gegen Wissen und soziale Teilhabe. Sie investierten gezielt in einzelne Künstlerkarrieren, namentlich die von Marcel Broodthaers, Daniel Buren und Niele Toroni, indem sie die Realisierung unterschiedlicher Projekte unterstützten und nicht selten darin mitwirkten. 1968 finanzierten sie Daniel Burens illegale Plakataktionen, die der Künstler als Antwort auf die Berner Ausstellung *When Attitude Becomes Form* realisierte, zu der er nicht eingeladen war (Abb. 59). Ein Jahr später trafen Nicole und Herman Daled mit Buren die Vereinbarung, während eines Jahres jeden Monat ein Gemälde von ihm zu erstehen. Zudem verpflichteten sie sich, während dieser Zeit keine anderen Kunstwerke anzukaufen. Das Konzept dazu wurde im *Art & Project Bulletin*, Nr. 45, publiziert.⁷¹ 1973 mietete das Sammlerpaar ein Schaufenster und die darüberliegende Fassadenfläche in der Brüsseler Einkaufsarkade Galerie le Bailli – wo sich in der Zeit zahlreiche Galerien eingemietet hatten. Zwischen 1973 und 1975 zeigten sie auf der Fassadenfläche Burens Streifenplakate in regelmäßig ändernden Farben. Die letzte Positionierung blieb bis Ende der 1990er Jahre bestehen.⁷² Daleds Künstlerförderung zielte weniger auf die Werkproduktion als vielmehr auf längerfristige publizistische Maßnahmen, mit denen die öffentliche Wahrnehmung des Künstlers gesteigert werden sollte. Die Projektförderung stand wesentlich im Dienste einer Karriereförderung.⁷³ Dass diese Art der Promotion auch wertsteigernd auf die Sammlung rückwirkte, verdeutlicht Daleds Zusammenarbeit mit Dan Graham.



59 S. 212

their era that they became ‚collectors‘, with the unique understanding of what that meant to them.“ (Chris Dercon, Dirk Snauwaert und Ulrich Wilmes in: Dercon u. a. 2010, S. 8–9).

71 Buren willigte in die Ankäufe Broodthaers' Werke ein. Das war die einzige Ausnahme in der vertraglichen Regelung. (Siehe Brauer/Dander 2010, S. 300; Daled 2010, S. 344–345).

72 Siehe Brauer/Dander 2010, S. 300–306.

73 In manchen Fällen erhielten die Sammler/innen im Gegenzug für ihr Engagement signierte Skizzen, Skripte oder Entwürfe, die ein Projekt dokumentierten und die als Kunstwerke in die Sammlung eingingen. (Siehe Daled 2010, darin besonders den Text von Pelzer 2010, S. 20, und Daled 2010a, S. 292–293).

sämtliche seiner publizistischen Werke an, darunter auch *Homes for America* und *Schema* (March 1966) (siehe Abb. 68a–b und 28a–d). Zwei Jahre später realisierten Nicole und Herman Daled in der von ihnen finanzierten Galerie 1, 2, 3... in Paris eine Ausstellung sowie die Publikation *Dan Graham. Textes*, die diese Werke abdruckte und die das Paar zu diesem Anlass ins Französische übersetzen ließ.⁷⁴



68a S. 226 68b S. 227



28a S. 152 28b S. 153



28c S. 154 28d S. 155

Archivmaterial, Ephemera und Kunstwerke werden in der Sammlung Daled zu Belegen der Personalförderung. Diese Förderung gilt dezidiert einer künstlerischen Wissensproduktion, die Ephemera in Form innovativer Ideen zum Ausdruck bringen sollen. Herman Daled bezeichnete die Werke der Sammlung wiederholt als „objects of knowledge that [...] sought to explore new territories of mind and production“⁷⁵ Wie die Beispiele verdeutlichen, waren die ökonomischen und sozialen Bedingungen dieser Wissensproduktion – etwa die fast ausschließliche Unterstützung männlicher Künstler – wesentlich durch Herman und Nicole Daleds Künstlerförderung geprägt.

Wenn man bedenkt, welche große Bedeutung der Ressource Wissen in der postfordistischen Ökonomie – heute synonym mit „Wissensgesellschaft“ verwendet – einst zukommen sollte, erscheint das „Investment“ des Sammlerpaars damals geradezu visionär.⁷⁶ Herman Daled, der jedes ökonomische Interesse an seiner Sammel­tätigkeit abstreitet, sieht seine Förderpolitik interessanterweise im Dienst einer dematerialisierten Kunstform. Diese fordere Bescheidenheit. Der Sammler müsse auf glänzende Objekte verzichten und sich stattdessen innovativen Wissensformen öffnen. Diese beschreibt Daled allerdings nicht näher.⁷⁷ Die Idee einer dematerialisierten Kunst, wie sie Daled verteidigt, steht hier für eine nicht länger objekthafte Produktionsweise, die die Konzeptkunst ebenso wie die sich damals abzeichnende Wissensökonomie charakterisiert. Diese Wissensproduktion basierte auf neuen kommunikativen Formen der Selbstrepräsentationen, wie sie in Ephemera realisiert sind und von Herlin archiviert wurden, deren ökonomische Bedeutung mit der

76 Autoren wie Bell haben bereits in den 1970er Jahren darauf hingewiesen, dass Fragen nach dem Wissen in der postindustriellen Gesellschaft notwendigerweise mit Fragen nach der Ökonomie verbunden sind (siehe Bell 1973, S. 165–187). Zudem Jean-François Lyotard, *Das postmoderne Wissen. Ein Bericht*, Wien: Passagen, 2005 (frz. *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Paris, 1979).

Heute hat sich „Wissensgesellschaft“ als Schlagwort auch alltagssprachlich etabliert, wenn von nachindustriellen Produktionsformen der westlichen Gesellschaften die Rede ist. Stellvertretend für die hohe ökonomische Bedeutung, die heute Wissen zugeschrieben wird, siehe etwa die 2003 vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO veröffentlichte Studie: Spyros Arvanitis, Heinz Hollenstein und David Marmet, *Die Schweiz auf dem Weg zu einer wissensbasierten Ökonomie. Eine Bestandesaufnahme*, Strukturberichterstattung 17, Staatssekretariat für Wirtschaft Seco, Bern, 2003, <http://www.seco.admin.ch/dokumentation/publikation/00004/00018/01502/index.html?lang=de>.

77 Siehe Daled 2010a, S. 287. Die ökonomische Bedeutung von Wissen wird auch mit der Sammlungsgeschichte von Herbert und Dorothy Vogel belegt. Sie besitzen eine der weltweit bedeutendsten Sammlungen an (vorwiegend US-amerikanischer) Kunst nach 1945. Wie die Daleds betonten auch sie im historischen Rückblick die hohe Bedeutung des sozialen Austauschs mit den Künstler/innen gegenüber dem zweifellos hohen finanziellen Wert ihrer Sammlung. Gemäß eigenen Aussagen verfügten Herbert und Dorothy Vogel als Postbeamter und Bibliothekarin über sehr beschränkte Mittel. Sie erwarben deshalb nur, was besonders günstig war und darüber hinaus in ihre kleine New Yorker Wohnung passte. Durch ihre enge Verbindung zur New Yorker Kunstszene, die sie durch häufige Atelier- und Ausstellungsbesuche etablierten, erhielten sie Insider-Informationen, die sie wiederum an die Künstler/innen weitergaben. Im Austausch gegen dieses Wissen konnten sie viele Werke direkt ab Atelier und zu ungewöhnlich niedrigen Preisen kaufen. (Siehe Megumi Sasaki u. a., *Herb & Dorothy. You Don't Have to Be a Rockefeller to Collect Art*, Arthouse Films, 2009).

74 Siehe Brauer/Dander 2010, S. 304–307; Daled 2010, S. 187–189, 192, 193–199, 202–203, 377–394; *Dan Graham: Textes*, hrsg. von Galerie 17 und Editions Daled, Brüssel, 1974.

75 Herman Daled zitiert aus: Pelzer 2010, S. 21.

historischen Entwicklung des Postfordismus stetig zugenommen hat.⁷⁸

Ephemera nehmen in den zwei beschriebenen, so unterschiedlichen Sammlungszusammenhängen, verschiedene Bedeutungen an. Die Daleds investierten bereits in den 1960er Jahren gezielt in jene Ideen, die sie als innovativ empfanden und förderten Künstlerkarrieren mit Ausstellungen und Publikationen. Die Strömung der Konzeptkunst wird Teil der persönlichen Geschichte des Sammlerpaars und das Sammelpaar selbst Teil der Strömung.

In der Sammlungstätigkeit fallen, ebenso wie in der künstlerischen Arbeit mit Ephemera, Produktion und Promotion zusammen. Das, was ich als Selbstmodellierung der Künstler/innen beschrieben habe, trifft in gleichem Maß auch auf die Sammler zu: Auch sie sind gezwungen, sich permanent zu vermarkten und zu optimieren. Diese Tendenz zur Selbstökonomisierung zeigt sich gerade in der starken persönlichen Involviertheit des Sammlerpaars, die sich dezidiert als Privatpersonen inszenieren. Das Sammeln wird so zu einer Möglichkeit des Sammlers, die eigene Person aufzuwerten. Ephemera nehmen in der Sammlung Daled die Form von Belegen für persönliche Kommunikation an. In dieser Rolle stehen sie für das Außerordentliche, das die Beziehungen zwischen Künstler, Sammlerpaar und Produktionsbedingungen kennzeichnet. Herlin suchte durch seine Sammlung von Ephemera, die er als bio-bibliografische Daten anlegte, solche Referenzen zu seiner Person seit jeher zu vermeiden.

Die unterschiedlichen Konzepte der Sammlungen und Archive von Herlin und Daled verändern nicht nur die Bedeutungsstruktur der einzelnen darin aufbewahrten Ephemera, sondern haben auch Konsequenzen für deren zukünftige Rezeption, die sich mit den räumlichen, sozialen und ökonomischen Kontexten der Sammlungen und ihrer Präsentationen wandelt.⁷⁹ Angesichts dieser hohen sozialen Dynamik von Ephemera erscheint es angemessen, von unterschiedlichen Objekt-Biografien zu sprechen, die sich entlang dieser Sammlungszusammenhänge

ereignen. Die Metapher der „Biografie des Objekts“ wird in den Material Culture Studies angewandt.⁸⁰ Sie legt es nahe, Objekte, zu denen ich auch Ephemera zähle, nicht nach fixen Eigenschaften zu beschreiben, sondern danach, wie darin eine soziale Praxis materialisiert wird. Gerade die Geschichte ihrer Überlieferung legt es nahe, Ephemera als Teil unserer materiellen Kultur zu verstehen. Sie bringen eine kulturelle Praxis zum Ausdruck und repräsentieren sie zugleich. Dies bedeutet umgekehrt, dass sich mit dem Umgang und der Wahrnehmung von Ephemera auch ihre Bedeutung im Laufe der Zeit ändern kann, wie beispielhaft durch die hier porträtierten Sammlungen belegt.

Jean-Noël Herlin: Vergessene Archive, zersplitterte Werkbestände

Jean-Noël Herlins Sammlung lagert heute in circa 400 sogenannten Banker Boxen in einem Lager in Brooklyn. Die Zukunft der Boxen ist aus mehreren Gründen ungewiss. Die bisherigen Versuche, sie als Ganzes an eine Kunstinstitution zu verkaufen, sind gescheitert.⁸¹ Die Materialfülle, heißt es, sei nicht zu bewältigen. Archive mit solch enzyklopädischem Anspruch stoßen heute auf beschränktes Interesse von Seiten der Institutionen und der Forschung. Zwar vermitteln sie gerade durch das scheinbar uferlose Material einen Eindruck von den damaligen Produktionsformen und der fragmentarischen Struktur der Werke: Sie schaffen ein gleichberechtigtes Nebeneinander von längst vergessenen und heute kanonisch gewordenen Künstler/innen, von Einladungskarten, die komplexe Werke bilden, und solchen, die nicht über eine Dokumentation hinausgehen. Gerade aber diese Unübersichtlichkeit erschwert eine lineare Geschichtsschreibung der frühen Konzeptkunst.

Eine ähnliche Situation zeigt sich auch bei Egidio Marzonas Sammlung von Künstlerpublikationen, die 2002 immerhin als Schenkung an die Kunstbibliothek der Staatlichen Museen zu Berlin gelangt ist.⁸² Das rund 50 000 Positionen

78 Der konkrete ökonomische Wert dieses Wissens wurde exemplarisch anhand des Vergleichs mit der New Yorker Werbeindustrie dargelegt. Für die Entwicklung neuer Kommunikationsstrategien und Arbeitsformen orientierten sich die Agenturen in den 1960er Jahren an klassischen künstlerischen Werten wie Autonomie, Subjektivität und Authentizität.

79 In Bezug auf künstlerische Verfahren der Selbstarchivierung verweist auch Bismarck auf die zentrale Bedeutung von Kontrolle und Handhabung von Dokumenten für die Überlieferung eines künstlerischen Werks (siehe Bismarck 2010, S. 177–190).

80 Der Ansatz – von der Kunstgeschichte bisher weitgehend unberücksichtigt – ist heute in der Sozialanthropologie weit verbreitet. Siehe Kopytoff 1986; Appadurai 1986. Als Einführungstext in die Ansätze der Material Culture Studies bietet sich der Aufsatz „What do objects do? A material and visual culture perspective“ an (siehe University College London 2009, o. S.).

81 Siehe ABP Herlin 2013.

82 Der andere Teil von Marzonas Sammlung, die Kunstwerke, die heute ebenfalls im Besitz der Staatlichen Museen zu Berlin ist, wurde dagegen im Lager des Hamburger Bahnhofs in Berlin untergebracht.

umfassende Archiv enthält neben Einladungskarten und Plakaten auch Bücher, Editionen und Kataloge, Zeitschriften, Prospekte und Schallplatten aus den 1960er und 70er Jahren. Egidio Marzona hat einen Großteil seines Bestandes aus bereits bestehenden Archiven und Nachlässen erworben. Die Sichtung ist wie bei Herlins Archiv durch den kaum überblickbaren Materialumfang und die Vielzahl an Provenienzen erschwert, was unter anderem dazu führte, dass das Archiv bisher kaum frequentiert wurde.⁸³ Es fristet ein Nischendasein innerhalb der zu den Staatlichen Museen zu Berlin gehörenden Kunstbibliothek. Räumlich und institutionell getrennt von den Kunstlagern, liegt es bei den Sonderbeständen der Bibliothek, wo es kaum von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.⁸⁴ Das mangelnde Interesse an einer Aufarbeitung von Herlins oder Marzonas Ephemera-Sammlungen bringt aber auch eine Ratlosigkeit gegenüber dem unklaren künstlerischen Status von Ephemera zum Ausdruck.⁸⁵ Entsprechend wurden aus Herlins und Marzonas Ephemera-Sammlungen bisher nur kleine Teile in Ausstellungen gezeigt.

Aufgrund des mangelnden Interesses am kompletten Bestand der Sammlung versucht

Herlin nun einzelne Künstler/innen-Files zu verkaufen. Dies mit bescheidenem Erfolg. Der Ephemera-Handel spielt sich jenseits des offiziellen Kunstmarkts ab und bildet einen ebenso spezialisierten wie marginalen Zweig innerhalb des antiquarischen Künstlerbuchhandels.⁸⁶ Obwohl die Preise seit den frühen 1990er Jahren ständig gestiegen sind, bleibt der Ephemera-Markt bis heute überschaubar und die Werke erschwinglich, was unter anderem auf das Fehlen einer Künstlersignatur zurückzuführen ist.⁸⁷ Der Marktwert von Ephemera ist aber auch so gering, weil weitgehend Unkenntnis darüber besteht, wie viele weitere Exemplare einer Einladungskarte heute noch unentdeckt in Nachlässen und Privathaushalten liegen.⁸⁸ Die Werkbestände befinden sich in einem entropieähnlichen Zustand – eine direkte Folge der Produktions- und Distributionsbedingungen. Die postalische Verbreitung von Einladungskarten und Magazinen, die üblicherweise aus einer Auflage von circa 500 bis 1 000 Kopien bestanden, führt zu einer tendenziellen Auflösung klarer Werkkonturen. Die Exemplare finden sich geografisch über mehrere Kontinente versprengt bei den Empfänger/innen. Das Werk entzieht sich dadurch weitgehend der Kontrolle und Regulierung durch Künstler/innen und Kunstinstitutionen.⁸⁹

83 Ich habe sämtliche Einladungskarten und einen Teil der Plakate 2011 erstmals in der Kunstbibliothek Berlin gesichtet. Die Sammlung Marzona umfasst 4 500 Einladungskarten und 3 000 Plakate (SMK Marzona ca. 1960–1980).

84 Diese Verortung in der Bibliothek, in der Ephemera zusammen mit Archivalien aus verschiedenen Nachlässen verwaltet wird, bringt eine Hierarchisierung zum Ausdruck, wie sie in der Kunstgeschichte üblicherweise zur Unterscheidung von Originalen und reproduzierten Dokumentations- und Begleitwerken vorgenommen wird.

85 Der bisher einzige Versuch der Staatlichen Museen, das Archiv zu dokumentieren, mündete im anlässlich des Neuzugangs zur Sammlung erschienen Katalog *Printed Matter. Die Sammlung Marzona*, der sich auf die knappe Darstellung weniger Werke beschränkt. Der große Bestand an Ephemera wird zusammenfassend so beschrieben: „Im Kontext der Sammlung nehmen die Druckwerke, insbesondere die von Künstlerinnen und Künstlern gestalteten Ausstellungskataloge und Einladungskarten, eine eigenartige Stellung am Rand ein. Zwar zeigen sie hohe Gestaltungskunst, wurden aber von wenigen Ausnahmen abgesehen nicht als Kunst ausgestellt.“ (Bernd Evers, „Vorwort“, in: Marzona 2005, S. 7–8; siehe auch SMK Marzona ca. 1960–1980). Ausdruck dieser Unsicherheit im Benennen von Ephemera sind auch die Ausstellungstitel *Concept. Conceptual Documents 1968 to 1972* (Norwich Gallery, Norwich 2001), *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966-1979* (Haus der Kunst, München 2010), oder die 1972 erschienene Publikation zu Harald Szeemanns Archiv *Dokumente der aktuellen Kunst 1967–1970*. Siehe dazu die entsprechenden Ausstellungskataloge: Moseley 2001; Daled 2010; Georg Jappe, Aurel Schmidt und Harald Szeemann, *Dokumente zur aktuellen Kunst 1967–1970. Material aus dem Archiv Szeemann*, hrsg. von Kunstkreis AG Luzern, Luzern: Mengis + Sticher, 1972.

86 Die Preise werden vom Grad an gesellschaftlicher und kommerzieller Anerkennung für die Künstler/innen bestimmt. Der Wert weniger bekannter Künstler/innen tendiert gegen Null, während der Ankaufspreis einer Einladungskarte von Künstler/innen wie Buren oder Dibbets gewöhnlich zwischen 50 und 100 Euro schwankt (siehe ABP Schifferli 2014).

87 Sammler wie Marzona und der jüngst verstorbene Leiber begannen in den 1980er Jahren, gezielt Künstler/innen, Galerist/innen und Privatleute aus dem Umfeld der frühen Konzeptkunst aufzusuchen, um für geringe Preise ganze Konvolute an Nachlässen anzukaufen. Interessanterweise handeln alle Sammler/innen auch mit Ephemera. Dies hat damit zu tun, dass der Ankauf von Nachlässen zu einer großen Anzahl an Dubletten führt, die dann gegen andere Werke getauscht werden. Nach dem Erwerb werden deshalb die Bestände üblicherweise neu (nach Künstler/innennamen) geordnet und signiert, um einzelne wertvolle Dokumente gegebenenfalls zu veräußern. Gespräche mit Herlin, Schifferli und Preisig (ABP Herlin 2013; ABP Schifferli 2014; ABP Preisig 2011). Alle bereuen heute, Marzona zu solch tiefen Preisen Ephemera verkauft zu haben. Sie hätten deren Wert früher zu gering eingeschätzt.

88 Nicht einmal die Händler/innen führen Verzeichnisse mit ihren verfügbaren Ephemera. Die Preise sind zu tief, als dass sich der Verwaltungsaufwand lohnen würde. Um Ephemera ankaufen zu können, werden deshalb Privathaushalte aus dem Umfeld der frühen Konzeptkunst aufgesucht (siehe ABP Schifferli 2014).

89 Die Distribution von Ephemera wird einerseits durch Regulierungsmaßnahmen von Seiten der Künstler/innen, andererseits durch soziale Selektionsprozesse reguliert. Die Künstler/innen ergriffen Maßnahmen, um die historische Überlieferung von Ephemera zu gewährleisten. So war es üblich, eine kleine Anzahl an

Dass Ephemera in musealen Sammlungen und auf dem Kunstmarkt so marginalisiert werden, zeugt von der nach wie vor wirksamen Hierarchisierung zwischen Kunstwerken, die durch Signatur oder Zertifikat den Status eines Originals behaupten, und drucktechnisch reproduzierten Medien. Entsprechend blieben die Artefakte in Herlins Archiv von der Kunstwelt weitgehend unberücksichtigt und blicken einer unsicheren Zukunft entgegen.

Daled Collection im Haus der Kunst: Die Ausstellung als Archivraum

Die Dokumente in der Sammlung Nicole und Herman Daled sind Zeugen einer ganz anderen Entwicklung, in der Ephemera – gerade wegen ihres Status als Nicht-Kunst – vermehrt als Ausstellungsobjekte entdeckt wurden. Sie nehmen im Zuge der jüngsten institutionellen Auseinandersetzung mit der Geschichte der Konzeptkunst eine strategische Rolle für die Rekonstruktion der Bewegung ein und erfahren darin ein neues Maß der Wertsteigerung. Dies ist wesentlich dem Umstand geschuldet, dass sie Teil *dieser* Sammlung sind.

Die historische Aufarbeitung der frühen Konzeptkunst im Kunstbetrieb setzte gleichzeitig mit dem entstehenden Ephemera-Markt gegen Ende der 1980er Jahre ein und hat sich in den letzten zehn Jahren nochmals intensiviert. Sie lässt sich anhand einer Reihe großer Überblicksausstellungen nachzeichnen, die 1989/1990 mit *L'art conceptuel. Une Perspective* im Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris ihren Anfang nimmt. Die Ausstellungen der 1990er Jahre waren vor allem geprägt vom Versuch, die zentralen Aspekte der Strömung zu definieren, sei es über den Objektbegriff in der frühen Konzeptkunst oder im Bemühen um eine Revision des eurozentrischen Blicks auf die Strömung.⁹⁰

Seit den 2000er Jahren hat sich das institutionelle Interesse verschoben. Ausstellungen wie *In and Out of Amsterdam. Travels in Conceptual Art, 1960–1976* (Museum of Modern Art, New York, 2009), *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman*

and Nicole Daled. 1966–1979 (Haus der Kunst, München 2010) oder *Materializing Six Years: Lucy R. Lippard and the Emergence of Conceptual Art* (Brooklyn Museum, Brooklyn, NY, 2012) zielen nicht mehr auf große Erzählungen. Sie stellen dagegen Versuche dar, eine künstlerische Wirklichkeit der frühen Konzeptkunst über die Rekonstruktion spezifischer Institutionen und deren sozialer Netzwerke innerhalb der Strömung zu vermitteln.⁹¹ Das Bemühen um eine historische Verortung der Konzeptkunst über die Ausstellungsgeschichte einer Galerie, die Entstehung einer Sammlung oder über ein Buchprojekt, findet seinen Niederschlag auch in der prominenten Rolle, die Ephemera und anderes Archivmaterial als Ausstellungsobjekte einnehmen.

Exemplarisch für diese Entwicklung ist eine Ausstellung, die sich der Entstehungsgeschichte der Sammlung von Herman und Nicole Daled widmete. 2010 im Haus der Kunst in München gezeigt, präsentierte *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979* die Perspektive des Mäzenaten- und Fördererpaars auf die Strömung. Neben sämtlichen Kunstwerken der Sammlung zeigte die Ausstellung auch Teile des Archivs, in dem die gemeinsamen Aktivitäten dokumentiert sind. Entsprechend Daleds gezielter Personalförderung waren die Exponate im Haus der Kunst in erster Linie nach Künstler/innen-Namen und in zweiter Linie nach gemeinsam realisierten Projekten präsentiert.⁹²

Die in den Jahren 1966 bis 1979 erworbenen Werke und Archivmaterialien wurden zusammen in einer Vielzahl von Vitrinen präsentiert (Abb. 69). Sie versammelten unterschiedliche Medien, die den Entstehungsprozess eines Projekts begleiteten, wie etwa Einladungskarten und Anzeigen, aber auch Briefwechsel und Fotos.⁹³ In der Präsentation vermischen sich Archivalien mit von Künstler/innen signierten Dokumenten, Collagen oder Skizzen, die in der Sammlung den Status von Kunstwerken

Exemplaren zu signieren, auf dem Kunstmarkt zu veräußern und auf diese Weise zu sichern. Herlin folgend ließ die Virginia Dwan Gallery regulär jeweils 60 Exemplare ihrer Ausstellungseinladungen signieren (siehe ABP Herlin 2013).

90 In den Jahren 1995/1996 und 1999 folgten die Ausstellungen *1965–1975: Reconsidering the Object of Art*, Museum of Contemporary Art, Los Angeles (15.10.1995–4.2.1996), und *Global Conceptualism. Points of Origin 1950s–1980s*, Queens Museum of Art (28.4.–29.8.1999).

91 Die Tendenz einer möglichst originalgetreuen Rekonstruktion solcher Ereignisse nahm in den letzten Jahren noch weiter zu. Am prominentesten zeigt sich dies am Wiederaufbau der Ausstellung *When Attitudes Become Form* an der Biennale Venedig durch den Kurator Germano Celant im Jahr 2013.

92 Siehe Patrizia Dander und Ulrich Wilmes, Leporello/Besuchertext zur Ausstellung *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979*, München, Haus der Kunst, 30.4.–25.7.2010.

93 Die Ausstellung zeigte nur exemplarische Dokumente aus dem umfassenden Archiv. Telefongespräch mit Patrizia Dander, 24.7.2014 (ABP Dander 2014).

annehmen.⁹⁴ Die suggerierte tendenzielle Austauschbarkeit von Dokumentationsmaterial und Kunstwerken lenkt die Aufmerksamkeit weg von den materiellen Aspekten einer Sammlung und verleiht den Ausstellungsobjekten den Charakter des Ereignishaften.⁹⁵ Sie werden zu Belegen für die gemeinsamen Aktivitäten von Künstler/innen und Sammlerpaar und für deren freundschaftliche Beziehungen. Die Ausstellung ist so auch ein Porträt des Sammlerpaars, verweisen doch fast alle Einladungskarten, Verträge, Briefwechsel und Fotografien auf ihre Besitzer/innen.



69 S. 229

Den Dokumenten und Werken wird die anspruchsvolle Aufgabe zugewiesen, durch ihre materielle Präsenz die „immateriellen“, also primär handlungsbasierten Ereignisse zu vermitteln.⁹⁶ Sie tun dies über eine Archivästhetik, die durch die sorgfältige Zusammenstellung von historischen Bild- und Textdokumenten entsteht. Die Vitrinen nehmen als formal und medial ausgewogene Assemblagen skulpturale Qualitäten an.⁹⁷ Ephemera erfahren in diesem Kontext eine Auratisierung und Distanzierung von ihrer ursprünglichen Bedeutung als Einwegprodukt und Werbemittel. Die museale Ausstellung vermittelt Originalität der Geschichte, indem sie nur zeigt, was repräsentativ für eine Zeit ist. Sie richtet sich nach bestimmten Regeln, etwa dass niemals eine Mehrzahl an Kopien gezeigt wird.⁹⁸ Eine Einla-

zungskarte, die ursprünglich in hoher Auflage bestand, wird hier zum Singulären und schließt damit gerade jene Eigenheit des Gewöhnlichen, des reproduzierten Einwegprodukts aus, die Gebrauch und Bedeutung von Ephemera in den 1960er und 70er Jahren bestimmte.

Die Ausstellungspräsentation bringt das durch Autoren wie Hans-Jörg Rheinberger oder Bruno Latour angeregte verändernde wissenschaftstheoretische Interesse an der materiellen Kultur der Wissensproduktion zum Ausdruck. Dieses Interesse zeigt sich in der Hinwendung zu experimentellen und instrumentellen Verfahren, um die Komplexität des wissenschaftlichen Prozesses und dessen Bindung an soziale, politische und gesellschaftliche Zusammenhänge verstärkt offenzulegen. Gemäß Rheinberger ist ein Forschungsprozess immer durch Mehrdeutigkeit, Zufälligkeit und Experimentalanlagen bestimmt.⁹⁹ Entsprechend werden auch die ausgestellten Ephemera als „epistemische Dinge“ präsentiert, als nicht abgeschlossene Träger von Wissen. Die Artefakte stehen in erster Linie für den Prozess der Wissensgenerierung, für das experimentelle Spiel, in dem neues Wissen gewonnen wird. In der Ausstellung lässt sich eine Annäherung von Kunst und Forschung beobachten, die sich beide einem ähnlichen Wissensbegriff bedienen.

Die Präsentation entspricht aber ebenso sehr der Sammlungslogik von Nicole und Herman Daled, nach der die Archivalien als singuläre und personifizierte Objekte in den Dienst des Sammlerporträts gestellt werden. Dies hat zur Folge, dass wesentliche Aspekte der künstlerischen Produktion und Distribution ausgeblendet werden. Die Präsentation vermittelt aber auch ein verzerrtes Bild des „zersplitterten“ Werkbestandes der multiplen Ephemera. Weder die Möglichkeit unterschiedlicher biografischer Verläufe und Verortungen der Werke noch deren kontextaffine Bedeutungsstruktur werden vermittelt.¹⁰⁰

Andererseits ist es gerade die (gegenüber originalen Kunstwerken) zugewiesene Marginalität, dank der Ephemera in der Münchner

94 Birgit Pelzer beschreibt die Werke als „objects all in all resistant to possession, but which were given a price through the act of purchase.“ (Pelzer 2010, S. 19–20). Die Vermischung von Werken und Dokumentationsmaterial macht sichtbar, wie fast unmerklich ein von den Künstler/innen signiertes Textdokument den Status eines Kunstwerks annehmen konnte. (Siehe Abb. 28a–d, S. 152–155). Deshalb befinden sich manche Ephemera sowohl in der Sammlung (mit Signatur) als auch im Archiv (ohne Signatur).

95 In der Ausstellungspublikation, die als erster Catalogue Raisonné der Sammlung Daled fungiert, werden die Werke der Sammlung wieder getrennt vom Archivmaterial präsentiert (siehe Daled 2010).

96 Siehe Daled 2010a, S. 287; Dercon u. a. 2010, S. 13.

97 Das Haus der Kunst verfügt über keine fotografischen Detailaufnahmen der Vitrinen.

98 Wie Boris Groys in Bezug auf drucktechnisch reproduzierte Dokumente in Archiven beschreibt, ist die geschichtliche Wirklichkeit nicht primär, sondern sekundär. Das heißt, entgegen einer weitverbreiteten Meinung bilden die Archive nicht die soziale Wirklichkeit ab, sondern erzeugen und vermitteln diese erst. Diese

Tendenz tritt im Kontext eines zur Ausstellung formierten Archivs noch stärker auf, weil hier nur ein Bruchteil des Archivbestandes präsentiert wird. (Boris Groys, „Die Aura der Archive“, in: Spieker/Codognot 2004, S. 164–165).

99 Siehe Hans-Jörg Rheinberger, *Experimentalsysteme und epistemische Dinge*, Frankfurt a.M., 2006, S. 25–31.

100 Je nach situativer Rahmung der Werke, nach Wissen und kommerziellen Interessen ihrer Besitzer/innen, fällt auch der ihnen zugeschriebene Marktwert sehr unterschiedlich aus (siehe ABP Schifferli 2014).

Ausstellungskonzeption eine Schlüsselrolle spielen. Die Ausstellung *A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979* unterstreicht dies durch eine Archivästhetik, die inhaltliche Zusammenhänge zwischen den Exponaten nur bedingt erhellt. Sie vermittelt historische Faktizität über die medialen und formalen Qualitäten der in den Vitrinen zusammengestellten Dokumente und historischen Quellen: Während die Fülle an Gruppenfotos die Ereignisse bildlich und emotiv vergegenwärtigt, erfüllen publizierte Einladungskarten, Plakate und Publikationen die zentrale Funktion, die Ereignisse zu authentifizieren. Sie belegen den öffentlichen Charakter der Aktionen und lassen sie als Teil einer historischen Bewegung erscheinen. Die ausgestellten Briefwechsel verleihen der Präsentation den Anschein des Exklusiven und bedienen darüber hinaus den voyeuristischen Blick des Publikums auf die persönlichen Beziehungen.

Die Präsentation ist dem Ziel verpflichtet, so nah wie möglich an Daleds Perspektive auf die Entstehung der Konzeptkunst zu bleiben.¹⁰¹ Sie erfüllt dies durch die physische Präsenz der Zeitdokumente und kurze Projektbeschreibungen, die die Präsentation begleiten. Mit dieser Inszenierung des Ausstellungsraumes wird auf die Vorstellung des Archivs als authentischen Ort verwiesen, an dem die historisch signifikanten Spuren der künstlerischen Bewegung aufbewahrt sind, Wirklichkeit gespeichert und Geschichte präzise repräsentiert wird.¹⁰²

„We expect that through the presentation of the artworks, and their detailed documentation, a precise ‚historical reconstruction‘ of that period might be created. The aim of this would be to ensure that the presentation of the collection would have an authentic documentary value [...]“¹⁰³

Dieser Anspruch einer authentischen Geschichtskonstruktion ist verbunden mit einem Begriff des Archivs, der nicht auf das Archiv als eine ordnende und sichernde Einrichtung zielt. Das Archiv wird in der Ausstellung vielmehr als relativ unbestimmte und interpretations-offene „Metapher für den Möglichkeitsraum

101 Siehe Pelzer 2010, S. 23–24.

102 Siehe ebd., S. 27. Zu ähnlichen künstlerischen Strategien der Werkdokumentation siehe Schneemann 2001, S. 124–129

103 Daled 2010a, S. 283.

der Geschichte überhaupt“ herangezogen.¹⁰⁴ Es suggeriert hier die Möglichkeit, Geschichte unmittelbar erlebbar zu machen. Seine Zeitdokumente bedürfen keiner interpretativen (und somit subjektiven) Übersetzungsleistung, wie dies etwa bei Kunstwerken der Fall ist.

Wie bei Herlin ist auch im Haus der Kunst die Idee des Archivs verbunden mit der Vorstellung von authentischer Zeitzeugenschaft von Ephemera, wenn auch in ganz anderer Weise. Herlins Archiv erschien gerade deshalb als authentisch, weil es ohne selektive oder subjektive Eingriffe Wirklichkeit quasi mechanisch zu „kopieren“ suchte. Dagegen repräsentiert die Ausstellung der Sammlung Daled die gegenwärtige Situation: Wir sind heute überall mit solch ungeheuren Datenmengen konfrontiert, die durch das Internet laufend produziert und gespeichert werden. Institutionen wie das Museum erfüllen deshalb mehr und mehr die Aufgabe – als archivfreier Raum –, das Außergewöhnliche zu zeigen. Das Archiv bildet hier einen Ort, an dem wir etwas bewundern können, was Herlins Mega-Archiv ebenso wie dem globalen Interarchiv des World Wide Web versagt ist.¹⁰⁵

Als authentische Spuren der Geschichte funktionieren Ephemera heute in besonderer Weise auch aufgrund ihrer autodestruktiven Eigengesetzlichkeit. Von der ursprünglich hohen Auflagenzahl, die Ephemera bei ihrer Entstehung als Einwegprodukte ausweisen, geht ein großer Teil verloren. Dies führt im Laufe der Zeit zu einer stetigen Aufwertung der verbleibenden Kopien, die sich auch auf die kulturelle Wertbildung von Ephemera auswirkt. Die Dokumente werden im Museum zu „geretteten“ Zeitdokumenten. Gerade weil Ephemera eigentlich nicht für das Archiv bestimmt waren, verfügen sie über ein Maß an Authentizität, das jenen Dokumenten vorenthalten ist, die „for the record“ produziert

104 Juliane Rebentisch, *Theorien der Gegenwartskunst*, Hamburg: Junius Verlag, 2013, S. 203. Das in der Ausstellung suggerierte Archivverständnis schlägt sich auch in manchen der vielfältigen künstlerischen Auseinandersetzungen mit dem Archiv in der Gegenwartskunst nieder. Für einen Überblick zu diesem künstlerischen Feld und dem dazu entstandenen Diskurs siehe Charles Merewether, *The Archive. Documents of Contemporary Art*, Cambridge/London: Whitechapel, 2006 und Beatrice von Bismarck, Hans-Peter Feldmann, Hans-Ulrich Obrist, Diethelm Stoller, Ulf Wuggenig (Hg.), *Interarchive. Archivarisches Praktiken und Handlungsräume im zeitgenössischen Kunstfeld*, Köln, 2002; Kritik an der Verwendung des Archivbegriffs in der Gegenwartskunst formulierte Philipp Messner, „Eine andere archivische Praxis“, in: *Brand-New-Life Magazin für Kunstkritik*, Zürich, 10.5.2017, <http://brand-new-life.org/b-n-l-de/eine-andere-archivische-praxis/>.

105 Siehe Sven Spieker, „Einleitung. Die Ver-Ortung des Archivs“, in: Spieker/Codognot 2004, S. 8.

worden sind.¹⁰⁶ Die flüchtige Erscheinung, ihr Mangel an visuellen Reizen und die reproduktive Ästhetik unterstützen diese Lesart. Ephemera lenken, in ihrer Unvollständigkeit als Souvenir und Erinnerungshilfe, unsere Aufmerksamkeit immer wieder an diesen historischen Ort, von dem sie genommen wurden. Ausstellungseinladungen und andere Ephemera dienen in der Ausstellung als materielle Referenten für vergangene, nicht-materielle künstlerische Handlungen, die sie wieder erzeugen, aber niemals ersetzen können.¹⁰⁷

Wer schreibt Geschichte?

Die Verweis- und Authentifizierungsfunktion, die Ephemera in der Ausstellung für die Wiederherstellung von sozialer Wirklichkeit wahrnehmen, ist wesentlich durch den narrativen Zusammenhang bedingt, in dem sie präsentiert werden. Die Ausstellung der Sammlung Daled erzählt die Geschichte der frühen Konzeptkunst über zwei einflussreiche Mäzene. Durch die Kontextverschiebung vom Lager in Brüssel in den musealen öffentlichen Raum werden Ephemera gleichsam zu Akteuren einer kollektiven Geschichte. Welche Art von Erzählung wird hier inszeniert und überliefert? Durch den Fokus auf das Sammlerpaar und ihre Beziehungen beschreibt die Ausstellung Geschichte als durch Menschen hergestellt. Sie verweist mit der prominenten Rolle von Ephemera und anderem Archivmaterial auf die zentrale Bedeutung von Kommunikation und Publizität der Konzeptkunst. Die Ausstellung macht die unterschiedlichen Formen der Materialität sichtbar, mit der diese handlungsbasierte Praxis überliefert wird.

Der Versuch einer realitätsnahen, authentischen Rekonstruktion der sozialen Konstellation hat aber auch zur Folge, dass ein romantischer Künstlermythos reproduziert wird. Die Sammlungspolitik von Nicole und Herman Daled, die darin bestand, gezielt in innovatives Wissen als Humankapital zu investieren, wird hier als Wertschätzung genialer künstlerischer Inventio dargestellt. Auch die Texte im Katalog zur Ausstellung beschreiben die Objekte als schillernde Erzeugnisse des künstlerischen Geistes: „[...] these objects of knowledge, traces of the

routes taken by thought, are enigmatic.“¹⁰⁸ Der ökonomisch bedingte Einfluss des Sammlerpaars auf die künstlerische Produktion bleibt in Ausstellung und Katalog so weitgehend unberücksichtigt.

Die Ausstellung hat normative Wirkung für die Historiografie der frühen Konzeptkunst. Die Kanonisierung einzelner (männlicher) Vertreter der Strömung, wie durch Daleds Förderpolitik angestrebt, wird zementiert. Denn die Wahl, die Sammlung im Museum zu zeigen, entscheidet nicht zuletzt darüber, welche historischen Ereignisse, welche Archive, Sammler/innen und Künstler/innen weiter überliefert, welche Machtstrukturen reproduziert werden. So erstaunt es wenig, dass das New Yorker Museum of Modern Art – angeregt durch die Ausstellung im Haus der Kunst 2011, das gesamte Archiv (und einzelne Kunstwerke) der Sammlung von Herman und Nicole Daled angekauft hat.¹⁰⁹

Eine Vielzahl von sozialen Faktoren entscheidet, warum ein und dieselbe Einladungskarte der frühen Konzeptkunst entweder in den Abfall geworfen, auf Ebay gekauft oder vom Museum gesammelt wird. Ephemera erfahren so einerseits unterschiedliche Schicksale, andererseits aber auch mehrere Bedeutungsänderungen im Lauf ihrer Objektbiografie, für die Prozesse der Kommodifizierung und Singularisierung prägend sind.¹¹⁰ Kommodifizierung bedeutet dabei die Zuschreibung eines Tauschwertes, während Singularisierung ein Objekt von der Warenzirkulation ausschließt. Letzteres geschieht etwa, wenn ein Gegenstand ausschließlich persönlichen Wert besitzt, aber auch, wenn er zu kulturellem Erbe erklärt wird und sich im Besitz

108 Pelzer 2010, S. 72.

109 So Dander im Telefonat (ABP Dander 2014); Finding Aid der Herman and Nicole Daled Papers in The Museum of Modern Art Archives, *The Herman and Nicole Daled Papers*, New York: Museum of Modern Art, 2013, <https://www.moma.org/learn/resources/archives/EAD/Daledb.html>. Das Archiv ist seit 2013 für die Öffentlichkeit zugänglich.

110 Die Material Culture Studies beschreiben diese Prozesse als Teil einer Warenzirkulation. Appadurai 1986, S. 3: „Economic exchange creates value. Value is embodied in commodities that are exchanged. Focusing on the things that are exchanged, rather than simply on the forms or functions of exchange, makes it possible, to argue that what creates the link between exchange and value is politics, constructed broadly. This argument [...] justifies the conceit that commodities, like persons, have social lives.“ Ich folge hier Appadurais und auch Kopytoffs Vorschlag, die ökonomischen (marxistischen) Kategorien „Tauschwert“ und „Gebrauchswert“ auf eine objektbezogene Analyse auszuweiten, um dadurch zu einer allgemeineren Aussage über den Wertekanon einer Gesellschaft zu gelangen (siehe Appadurai 1986; Kopytoff 1986).

106 Siehe ebd., S. 17.

107 Das unterscheidet ein Souvenir wie eine Eiffelturm-Miniatur vom Architekturmodell. Das Souvenir verweist auf die Reiseerlebnisse, das Architekturmodell auf ein Gebäude (siehe Stewart 2005 (1984), S. 136).

eines Staates befindet.¹¹¹ So erfahren Ephemera in den 1960er und 70er Jahren bei ihrer Sicherung durch Archive, einmal durch ihren direkten Erwerb bei Herlin und ihre Aufbewahrung als Teil der Sammlung von erworbenen Kunstwerken bei Daled, bereits eine Kommodifizierung. Während nun einigen Objekten im Archiv von Herlin heute keinerlei Tauschwert mehr zugesprochen wird, finden andere als Teil der Sammlung Daled Eingang in den musealen Kontext. Sie werden darin als kulturelles Gut singularisiert, was jedoch sogleich wieder, durch den Ankauf der Sammlung durch das MoMA, in Frage gestellt wird. Ephemera sind geradezu beispielhaft für eine komplexe Überlagerung von kulturellen und ökonomischen Wertezuschreibungen. Sie dokumentieren das sich historisch wandelnde Verständnis dessen, was es bedeutet, in einer zunehmend informationsbasierten Welt historisches Wissen zu speichern, zu sammeln und damit die Geschichte der Konzeptkunst zu erzählen.

Objektbiografien in der Kunstgeschichte der Gegenwart

Sind Ephemera Kunstwerke? Obwohl die bisherigen Ausführungen immer wieder um diese Frage kreisten, blieb sie bisher unbeantwortet. „Kunstwerk“, „Ephemera“, „Objekt“ habe ich im Text scheinbar undifferenziert als Synonyme verwendet. Statt sich der Diskussion um den Werkbegriff von Ephemera zu widmen, wurden die Beispiele in der Untersuchung über ihre Multifunktionalität, ihre historische Dynamik und über die damit einhergehenden Ambivalenzen beschrieben: Wir haben es zunächst mit Einladungskarten und Printanzeigen zu tun, die in der frühen Konzeptkunst als Ort einer künstlerischen Intervention genutzt wurden. Die Mitteilungs- und Werbeformate haben eine eigenständige künstlerische Aussage und ersetzen in den 1960er und 70er Jahren nicht selten ganze Ausstellungen. Die Frage nach dem Werkstatus wurde bisher nicht deshalb umgangen, weil Zweifel an der künstlerischen Eigenständigkeit der Objekte bestünden. Die Gründe dafür sind vielmehr methodischer Art. Eine vorschnelle Bestimmung von Ephemera als Kunstwerke würde den Blick auf jene künstlerischen Aspekte erschweren, die gerade durch die paradoxe

Tatsache entstehen, dass sich Ephemera qua Definition dem Status des Kunstwerks entziehen.

In ihrer ursprünglichen Bedeutung sind Einladungskarten, Ankündigungen und Anzeigen Paratexte. Der Literaturwissenschaftler Gérard Genette hat mit diesem Begriff all jene Produktionen beschrieben, die einen Text präsentieren und vermitteln. Dazu zählen Autor/innen-Namen, Titel, Vorwort eines Buches, aber auch Formate, die den Text nicht unmittelbar begleiten, wie Briefwechsel, Autor/innen-Interview, Prospekte und Vorankündigungen. Genettes allgemein gehaltene Bestimmungen zum Paratext lassen sich von der Literatur auf die Kunstproduktion übertragen. Eine Einladungskarte oder Anzeige für eine Ausstellung steht in einem dienenden und untergeordneten Verhältnis zum künstlerischen Werk. Sie ist jenes Beiwerk, durch das ein Artefakt zum Kunstwerk wird und als solches vor die Öffentlichkeit tritt. Ephemera weisen also, gerade weil sie selbst nicht Teil des Werks sind, das Kunstwerk allererst als ein solches aus. Ihrem marginalisierten Status zum Trotz steuern diese „Anhängsel“ die Aufmerksamkeit, Lektüre und Rezeption nachhaltig. Sie bilden die Grenze des Werks, eine Zone des Übergangs zwischen seinem Innen und Außen.¹¹²

In diesem Transaktionsfeld vermittelt der Paratext zwischen Produktion und Rezeption, indem er als zentrale textuelle Kommunikationsinstanz für das Werk auftritt. Die Stärke von Genettes Theorie des Paratextes liegt im Hinweis auf die epistemische Bedeutung von Beiwerken, die vorher kaum Gegenstand der wissenschaftlichen Auseinandersetzungen waren. Über die Befragung von räumlichen, zeitlichen, stofflichen, pragmatischen und funktionalen Eigenschaften von Paratexten, wie sie Genette vorschlägt, lassen sich so die Bedingungen der Kunstproduktion erschließen.¹¹³ Die vorliegende Untersuchung zu Ephemera der frühen Konzeptkunst ist, wenn auch nicht in systematischer Weise, dieser Idee des Paratextes als komplexes Verweissystem gefolgt.

Obschon die paratextuellen Funktionen für das Verständnis von Ephemera zentral sind, stößt die Bezeichnung, wenn wir sie im Sinne einer Definition verwenden, an ähnliche methodische Grenzen wie jene des Kunstwerks. Dies aus drei Gründen: Erstens unterlaufen Ephemera die Bedeutung von Paratexten, indem ihnen bereits bei ihrer Produktion – in Hinblick auf ihr

111 Eine umfassende Aufzählung von Formen der Kommodifizierung und Singularisierung findet sich in Kopytoff 1986, S. 68–77.

112 Siehe Genette 2001 (1987), S. 9–10.

113 Siehe ebd., S. 12–17.

potenzieller Status als Kunstwerk oder ihre Belegfunktion für eine künstlerische Handlung – eine Zukunft zugeordnet wurde. Diese Zukunft steht im Widerspruch zur zeitlich beschränkten Funktion des herkömmlichen Paratextes, einen Anlass oder ein Werk anzukündigen. So lässt sich, wie wir gesehen haben, die Bedeutung von Burens als Fotosouvenirs konzipierten Postkarten nur in Hinblick auf ihre zukünftige Funktion der Werküberlieferung verstehen. Eine solche Zukunft erhalten Ephemera aber auch durch ihre Aufnahme in die bereits in den 1960er und 70er Jahren entstandenen Sammlungen. Dort wurden sie sowohl als Zeitzeugen als auch als Kunstwerke gesichert. Zweitens lösen sich Ephemera, bereits im Kontext solcher Sammlungen, aus ihrer Rolle als „Anhängsel“ des Werks und werden zum Ort einer künstlerischen Intervention, ohne dabei ihre Funktion als Werbemittel abzulegen. Die Bestimmung von Ephemera über gegebene Objekteigenschaften ist drittens deshalb problematisch, weil wir mit einer Vielzahl an Kopien desselben Werks konfrontiert sind, die mit den wechselnden Distributions- und Präsentationskontexten immer neue Bedeutungen annehmen. Manche Ephemera sind im Laufe ihres „Lebens“ mehreren Orts- und Besitzverschiebungen ausgesetzt, während andere kurz nach ihrer Entstehung im Abfall landen. Wir sind also mit mobilen, multiplen und multifunktionalen Objekten konfrontiert, deren Bedeutung sich stetig wandeln kann.

Zu einem Verständnis der Bedeutung von Ephemera gelangen wir also nicht über deren Bestimmung als Kunstwerk oder Paratext, sondern gerade über die zeitlich, räumlich und sozial bedingten Transformationsmöglichkeiten der Objekte, das heißt über ihre Abweichung von fixen Funktions- und Statuszuschreibungen. Wie aber kommt man zu einer allgemeinen Beschreibung solch kontextaffiner Objekte, die über eine reine Aufzählung potenzieller Bedeutungen hinausgeht? Die sich in den Material Culture Studies etablierte Metapher der Biografie bietet die Möglichkeiten einer präzisen wie relationalen und multiperspektivischen Beschreibung von Gebrauchs- und Alltagsobjekten, aber auch von Kunstwerken und Paratexten. Auf die Biografie eines Objekts zu blicken, bedeutet nun, das soziale Leben dieses Objekts in Beziehung zu setzen zu der Art und Weise, wie Menschen ihm Bedeutungen verleihen. Die an ein Objekt gerichteten Fragen gleichen jenen nach der Biografie einer Person:

„What, sociologically, are the biographical

possibilities inherent in its ‚status‘ and in the period and culture, and how are these possibilities realized? Where does the thing come from and who made it? What has been its career so far, and what do people consider to be an ideal career for such things? What are the recognized ‚ages‘ or periods in the thing’s ‚life‘ and what are the cultural markers for them? How does the thing’s use change with its age, and what happens to it when it reaches the end of its usefulness?“¹¹⁴

Diese von Igor Kopytoff im 1986 erschienenen Aufsatz *The Cultural Biography of Things* formulierten Fragen implizieren zwei soziologisch unterschiedliche Zugänge zur Biografie eines Objekts. Sie richten sich zum einen nach dessen kulturell definierten biografischen Möglichkeiten und Normen und zum andern nach den tatsächlichen Lebensstationen eines Objekts. Beide Perspektiven, die für die hier vorgenommene Untersuchung von Bedeutung sind, werden im Folgenden in Bezug auf Ephemera der frühen Konzeptkunst erläutert.

Neue biografische Möglichkeiten des Paratextes

Einladungskarten und Anzeigen rahmen die Produktion von Kunstwerken seit der Entstehung moderner Printmedien im 19. Jahrhundert ein. Sie sind Teil einer Vermittlungs- und Promotionsaufgabe von Künstler/in und Werk, die traditionell von Museen und Galerien übernommen wird. Entsprechend behauptet Gérard Genette in Bezug auf die literarische Produktion, dass der Autor „für deren hauptsächlich werbende und ‚verkaufsfördernde‘ Funktion [...] meist nur auf sehr bezeichnende Weise verantwortlich ist, indem er sich nämlich darauf beschränkt, vor den aufwertenden Hyperbeln, nach denen das Geschäft verlangt, offiziell die Augen zu verschließen.“¹¹⁵

Die Bedeutung von Ephemera der frühen Konzeptkunst wird gerade in der Differenz zu Genettes Verständnis klar. Die Formate haben (gleich einer Person) eine Reihe gleichbleibender paratextueller Eigenschaften, eine kulturell zugewiesene Grundkonstitution. Zu dieser

114 Kopytoff 1986, S. 66–67.

115 Genette 2001 (1987), S. 331. Genette erwähnt „verlegerische Epitexte“ wie Plakate, Anzeigen, PR-Veröffentlichungen, geht aber nicht näher auf diese Formen des Paratextes ein. Grund dafür ist, dass Genette den Autor/innen kein Interesse an diesen werbenden und verkaufsfördernden Funktionen zugesteht.

Grundkonstitution gehören die kostengünstige, drucktechnische Reproduktion, die dezentrale Distribution über den Postweg oder über ein Printmedium, ihre Verweisfunktion auf ein künstlerisches Werk, Veranstaltung oder künstlerische Aktion. Auf dieser Grundlage nutzten die Künstler/innen nun den Paratext als textuelle Kommunikationsinstanz, über die sich eine eigenständige künstlerische Aussage formulieren ließ. Sie erschlossen dadurch ein neues Handlungsfeld für die künstlerische Praxis und neue biografische Möglichkeiten für das paratextuelle Objekt Ephemera. Der Paratext wird dadurch aus seiner rein funktionalen Beziehung zum Werk und zu dessen Promotion befreit.

Zu diesen neuen Funktionen gehört, dass Einladungskarten und Anzeigen physische Werke oder Ereignisse nicht mehr nur kommunizieren, sondern auch materialisieren und teilweise ganz ersetzen. Darüber hinaus verorten und authentifizieren Ephemera eine handlungsbasierte Kunstpraxis zeitlich und geografisch. Sie ermöglichen neue Formen der Zusammenarbeit mit Institutionen. Sie dienen als synchrone Präsentationsverstärker der künstlerischen Aussage, als Mittel der Zielgruppendefinition, als professionelles Netzwerkinstrument und Souvenir, mit dem sich die Künstler/innen ihrer zukünftigen Rezeption versicherten.

Die neuen biografischen Möglichkeiten lassen sich nicht allein im Rekurs auf kunsthistorische Narrative und als Reaktion auf bestehende Werkbegriffe erklären. Die künstlerische Produktion textbasierter Kommunikationsformate, der darin erkennbare Versuch einer Dezentralisierung und Flexibilisierung von Produktion, Distribution und Rezeption und einer Hinwendung zur Rolle der Künstler/innen als Selbstunternehmer sind Ausdruck einer politischen und gesellschaftlichen Vorstellung von sozialer Realität. Was sich in der künstlerischen Praxis als Dematerialisierung des Kunstobjekts, als Verschiebung von objektbasierten zu text- und kommunikationsbasierten Produktionsweisen vollzog, schlug sich gleichzeitig in ähnlicher Weise in nicht-künstlerischen Produktionen und Diskursen nieder. Die 1960er und 70er Jahre kennzeichnet in den westlichen Industriestaaten die zunehmende Tendenz einer dienstleistungsbasierten Ökonomie, in der die Produktion von kommunikations- und informationsbasierten jene von industriellen Waren zunehmend verdrängt. Dies zeigt sich beispielhaft an den seit den 1970er Jahren wachsenden Ausgaben von Privatunternehmen für den Bereich der Public Relations. Die Werke der frühen

Konzeptkunst müssen als Teil dieser gesamtgesellschaftlichen Entwicklung verstanden werden. Die neuen biografischen Möglichkeiten stehen in engem Zusammenhang mit der Verlagerung der Produktion auf den Bereich der Kommunikation. Vor dem Hintergrund dieser sozioökonomischen Entwicklungen, die heute unter dem Begriff des Postfordismus theoretisiert werden, weist sich die Produktion von Ephemera als Ökonomisierung der künstlerischen Praxis aus.

Es wäre allerdings zu kurz gegriffen, die neuen Funktionen und künstlerischen Äußerungsformen von Ephemera der frühen Konzeptkunst allein als Ausdruck einer ökonomischen Entwicklung zu lesen. Der Fokus auf die materielle Kultur berücksichtigt Aneignungs- und Integrationsprozesse von Dingen. So materialisieren Ephemera nicht bloß sozioökonomische Bedingungen, denen sie unterworfen sind, sondern individuell wie kollektiv motivierte soziale Handlungsweisen, die auf diese Bedingungen antworten. Wie, so müssen wir fragen, realisierten die Künstler/innen die neuen Möglichkeiten der paratextuellen Formate und welche Bedeutung hatten diese damals? Die Einzelanalysen zeigen, dass die Künstler/innen mit der Produktion von Ephemera auf die zunehmende Tendenz einer Diskursivierung des Kunstfeldes reagierten. Diese äußerte sich einmal in der Bedeutung, die Kunstmagazine in der Zeit als Diskurs- und Präsentationsort der Kunst erhielten. Zudem bedienten sich auch vermehrt Kunstvermittler/innen wie Seth Siegelaub, Lucy Lippard oder Virginia Dwan eines kommunikationsbasierten Instrumentariums als Grundlage für ihre Ausstellungs- und Diskursproduktionen.

Auf der anderen Seite versprach die Produktion von Ephemera eine Befreiung von und eine Kritik an einem positivistischen Weltbild, das sich unter anderem in institutionellen Verwaltungsstrukturen niederschlug. Beispielhaft hierfür ist etwa der poetisch gebrochene Einsatz einer administrativen Ästhetik in der frühen Konzeptkunst. Die Künstler/innen leisteten damit einen Beitrag zum in den späten 1960er Jahren geführten Positivismusstreit in den Sozialwissenschaften. Auch der ausgeprägte selbstunternehmerische Geist, der die künstlerische Produktion und Distribution begleitet, ist als selbstermächtigende Geste sowohl gegenüber den Kunstinstitutionen als auch gegenüber dem damals in der Kritik stehenden verwalteten Menschen zu deuten.

Die postfordistischen Elemente der Kunstproduktion mögen aus heutiger Perspektive vorschnell als Ausdruck einer unkritischen

Profitorientierung gelesen werden.¹¹⁶ Erst die Befragung von Ephemera als vergegenständlichte soziale Praxis innerhalb spezifischer kultureller räumlicher und zeitlicher Kontexte macht jedoch deutlich, wie sehr sich in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren künstlerische „Institutionskritik“ und die Etablierung postfordistischer Produktionsformen gegenseitig bedingen.¹¹⁷ Diese Betrachtung legt es nahe, die im Zentrum der Untersuchung stehenden Objekte als Kulturtechnik zu beschreiben, in der Produktionsbedingungen nicht bloß gespiegelt sind, sondern kritisiert, erneuert, aber auch reflektiert werden.

Die Metapher der Biografie erlaubt es, durch die methodische Aufhebung des Dualismus von Objekt und Subjekt, das Kunstwerk (als objektivierte soziale Praxis) in Hinblick auf „agency“, das heißt, auf seine Wirkungs- und Handlungsweisen zu analysieren. Die Frage, wie Objekte auf den kulturellen und sozioökonomischen Kontext zurückwirken, ist auch für Ephemera erhellend.¹¹⁸ So zeigt der Vergleich mit neuen Kommunikationsweisen der New Yorker Werbeindustrie, wie sehr künstlerische Praktiken enthierarchisierter Projektarbeit, aber auch Kommunikations- und Organisationskompetenzen und Selbstbestimmung Pate standen für die damaligen betrieblichen Innovationsprozesse der Kreativwirtschaft. Einen nicht zu unterschätzenden Beitrag leisteten die Künstler/innen mit Ephemera aber auch für die Entwicklung neuer Produktionsformen in der Kunst. Sie brachten neue Kommunikations- und Werbestrategien sowohl für die künstlerische wie die institutionelle Vermittlungsarbeit. Dadurch trugen sie nachhaltig zur damals bereits eingesetzten strukturellen Veränderung des Kunstfeldes bei, die heute als Diskursivierung

beschrieben wird: Während sich Künstler/innen zunehmend der Vermittlung ihrer Werke widmen und Diskurse mitgestalten, fungieren Kunstinstitutionen heute als Produktionsorte, Forschungsstätten und Debattierräume. Das institutionelle Programm umfasst nicht nur mehr traditionelle Ausstellungen (beispielsweise Einzelpräsentationen oder Themenschauen), sondern auch Veranstaltungen, Bibliotheken, Buchläden, Lesegruppen und Residencies.¹¹⁹ Im Zuge dieser Entwicklung haben sich paratextuelle Formate heute als künstlerisches Material und Interventionsort etabliert, mit direkter Bezugnahme auf die Strategien der frühen Konzeptkunst.

Grundlegend für die neuen biografischen Möglichkeiten der Paratexte ist nicht zuletzt der Umstand, dass die Objekte durch die Praxis der frühen Konzeptkunst *überhaupt* eine Zukunft erhalten. Diese nimmt die Gestalt von durch Orts- und Besitzwechseln geprägten Lebensstationen an, die Ephemera in den letzten fünfzig Jahren durchliefen. Wie die Analyse nahelegt, lassen sich die unterschiedlichen Lebensverläufe und -erwartungen der Objekte nur über die wechselnden Speicher- und Präsentationskontexte nachvollziehen. Das Archiv wird zum Dreh- und Angelpunkt, an dem sich Status- und Bedeutungsverschiebungen der Objekte analog zum gesellschaftlichen Wertewandel vollziehen.¹²⁰

Der komplexe biografische Hintergrund eines Objekts lässt sich unter anderem an den unterschiedlichen Besitzansprüchen nachvollziehen, die sich bis heute an es richten. Für eine fotografische Reproduktion von Daniel Burens Postkarte *Chez Georges* (Abb. 52a–b) ist nicht nur notwendig, die Rechte des Künstlers und der Staatlichen Museen zu Berlin, in deren Besitz sich die Karte befindet, zu erhalten. Auch der ehemalige Basler Galerist, der als Adressat auf der Karte vermerkt ist, sowie Roger Mazarquill, der die Produktion finanziert hat und bis heute die Bildrechte besitzt, sind als Urheber anzufragen.

116 Alberros Untersuchung tendiert zu einer solchen Lesart (Alberro 2003).

117 Dies macht klar, wie sehr das damalige Verständnis von Institutionskritik von dem heutigen unterschieden werden muss. In der Rezeption der frühen Konzeptkunst ebenso wie bei Versuchen, Institutionskritik herzuleiten, fehlt diese historische Perspektive. Ökonomisierung und Institutionskritik werden entsprechend unserer gegenwärtigen neoliberalen Kultur als sich abschließende Tendenzen beschrieben.

118 Knappett exemplifiziert das Potenzial von Objekten, auf Menschen und ihre sozialen Kontexte zurückzuwirken, anhand der Marionette. Er beschreibt „agency“ als eine reziproke Beziehung zwischen Puppenspieler, Puppe und Publikum. (Knappett 2005, S. 27–28 oder auch Wim van Binsbergen (Hg.), „Commodification. Things, Agency, and Identities. Introduction“, in: *Commodification. Things, Agency, and Identities. The Social Life of Things Revisited*, Münster: LIT, 2005, S. 19–22).

119 Fraser beschreibt in diesem Zusammenhang die heutigen Institutionen als soziales Feld (im Gegensatz zu einem spezifischen Ort oder einer Organisation), in dem sich die einst subversiven Praktiken der Institutionskritik längst institutionalisiert hätten. Sie plädiert deshalb dafür, das Verhältnis des Innen und Außen einer Institution als ein komplexes zu fassen. (Andrea Fraser, „From the Critique of Institutions to an Institution of Critique“, in: *Artforum*, Nr. 44, September 2005, S. 278–283).

120 Siehe Appadurai 1986; Kopytoff 1986.



52a S. 202



52b S. 203

Die kulturelle Biografie eines Objekts verweist auf einen im Wandel begriffenen Wertekanon. Denn es sind selten die individuellen Vorlieben eines Besitzers/einer Besitzerin, die ihn/sie dazu bewegen, ein Objekt zu kaufen, sondern ein kulturell und sozial bedingter Aushandlungsprozess.¹²¹ Eine Untersuchung der Gründe für die ausgeprägte Überlagerung und reziproke Beziehung zwischen ökonomischen und kulturellen Wertbildungsprozessen, wie sie in der Biografie von Ephemera zum Ausdruck kommen, ist noch zu leisten.

Das postfordistische Werk

Der biografische Ansatz ist seit seiner Etablierung in den Material Culture Studies mehrfach modifiziert und kritisiert worden. Seine Schwächen liegen etwa in der Gefahr, stereotype Vorstellungen einer Biografie anzuwenden, seine Grenzen in der Metapher selbst. Wie können wir einem Objekt Handlungen zuschreiben? Wie lassen sich Geburt und Tod eines Objekts beschreiben? In manchen Fällen wird ein Objekt zerstört und wieder rekonstruiert und in anderen scheint es naheliegender, von einem Nachleben oder einem zweiten Leben zu sprechen. Autor/innen wie Hahn/Weiss, Clifford und Strathern haben deshalb an Stelle der Metapher der Biografie jene des Ereignisses, der Reise, des „itinerary“ oder des Netzwerks für das Objekt fruchtbar zu machen versucht.¹²²

In unserem Zusammenhang interessieren jedoch nicht so sehr die methodischen Differenzen der Ansätze, als vielmehr ihre Gemeinsamkeiten. Über die Metaphern lässt sich die Vorstellung von Kunstwerken als statische und unveränderbare Objekte aufbrechen, die klassischen kunsthistorischen Ansätzen zugrunde liegt. Indem man seine Transformationen in den

Blick nimmt, wird das Kunstwerk zu einem mobilen Ort komplexer Kommunikations- und Handlungszusammenhänge zwischen international agierenden Akteuren, Institutionen, Ereignissen und Orten. Der Ansatz wird dadurch nicht nur der kontextaffinen Bedeutungsstruktur von Ephemera gerecht, sondern hat eine weitreichende Bedeutung für die Beschreibung einer Kunstgeschichte der Gegenwart. Ephemera der frühen Konzeptkunst materialisieren und vergegenständlichen eine künstlerische Produktionsform, die sich als flexibilisiert und mobilisiert beschreiben lässt. Diese Produktion ist verbunden mit einer antibürokratischen, auf Kommunikation, Netzwerkbildung und Ideenökonomie basierenden Arbeitsweise und einer neuen, auf individuelle Freiheit bezogene Unternehmenskultur. Die Vertreter/innen der frühen Konzeptkunst zeichneten in ihrem Umgang mit Ephemera Elemente postfordistischer Arbeits- und Produktionsformen vor, wie sie die gegenwärtigen partizipatorischen, orts- und kontextbezogenen Praktiken charakterisieren.

Diese verlangen nach einer Erweiterung des methodischen Instrumentariums. Es muss eine ereignis- und handlungsbezogene Kunstgeschichtsschreibung ermöglichen und Kommunikationsprozesse ebenso berücksichtigen wie Formen von Mobilität und Identitätsbildung. Trotz bestehender Untersuchungen, die in eine solche Richtung weisen, bleiben Verbindungen zu anthropologischen Ansätzen von der Kunstgeschichte bislang weitgehend unberücksichtigt.¹²³ Dies hat teilweise damit zu tun, dass die Kunstgeschichte nach

121 Siehe Hahn/Weiss 2013, S. 2.

122 Siehe ebd., darin besonders die Einleitung „Introduction. Biographies, Travels and Itineraries of Things“, S. 4; James Clifford, „Traveling Cultures“, in: *Cultural Studies*, hrsg. von Lawrence Grossberg, Cary Nelson und Paula A. Treichler, New York: Routledge, 1992, S. 96–116; Marilyn Strathern, „Artifacts of History. Events and the Interpretation of Images“, in: *Culture and History in the Pacific*, hrsg. von Jukka Siikala, Helsinki: Transactions of the Finnish Anthropological Society, 1990, S. 25–44.

123 Untersuchungen, die handlungsbezogene Interpretationsansätze erproben, sind beispielsweise Kwon 2002, Grant H. Kester, *The One and the Many: Contemporary Collaborative Art in a Global Context*, Durham: Duke University Press, 2011, und Judith Welter, *Start a Rumor. Gerüchte und Anekdoten als kursierende Materialien zwischen Kunstwerk und Ausstellungslogik*, Dissertation, philosophisch-historische Fakultät, Universität Bern, 2014. Für die Kunstgeschichte fruchtbare Untersuchungen aus den Material Culture Studies finden sich etwa in Fred R. Myers, *The Empire of Things. Regimes of Value and Material Culture*, Santa Fe, NM: School of American Research Press, 2001. Der Ausschluss anthropologisch motivierter Ansätze, die alle Objekte ohne Rücksicht auf deren Wertzuschreibung als Teil einer kulturellen Praxis annehmen, hat unter anderem mit dem Bestehen auf eine Definition des Kunstwerks zu tun. Monica Juneja bildet unter den Kunsthistoriker/innen eine seltene Ausnahme. Sie bedient sich des methodischen Instrumentariums der Material Culture Studies für Untersuchungen zur Global Art History und bemüht sich um eine Diskussion über die Probleme einer universalistischen und kolonialen Kunstgeschichtsschreibung. (Siehe dazu *Die Universalität der Kunstgeschichte*, Themenheft *Kritische Berichte*, hrsg. von Monica Juneja, Elke Werner und Matthias Bruhn, Nr. 2, 2012).

wie vor auf der hierarchischen Klassifizierung von bildender und angewandter Kunst basiert. Mit dem Bestehen auf disziplinären Grenzen hängt auch die geringe Akzeptanz zusammen, Kunstwerke als Teil eines kapitalistischen Warenkreislaufs zu verstehen. Dass sich diese Trennung von Waren- und Werkkreisläufen heute nur schwer aufrechterhalten lässt, zeigt aber gerade die Untersuchung von Ephemera. Die Unterscheidung zwischen Kunstwerken und anderen Dingen der materiellen Kultur wird aber auch dann fragwürdig, wenn man bedenkt, wie sich in gegenwärtigen Kunstpraktiken Design, Kunsthandwerk und bildende Kunst überlagern. Der methodische Fokus entspricht diesen Grenz- gängen in einem zunehmend flexiblen und global orientierten Kunstbetrieb.¹²⁴

Für die Betrachtung aktueller Werkformen, deren Produktion sich immer stärker aus in- formations- und kommunikationsbasierten Elementen speist, ist die Frage der materiellen Beschaffenheit von kulturellen Praktiken aktu- eller denn je.¹²⁵ Die Untersuchung von Ephemera der frühen Konzeptkunst versteht sich deshalb auch als Ausgangslage für Analysen zu hand- lungs- und kommunikationsbasierten Werken der jüngsten Kunstgeschichte. Sie erörtert, wie sich im künstlerischen Diskurs um das „demateria- lisierte Kunstobjekt“ jene Werte vorgezeichnet finden, die unsere gegenwärtige kapitalistische Arbeitsform charakterisieren und heute unter dem Begriff der „immateriellen Arbeit“ disku- tiert werden. Umgekehrt bietet die Untersuchung eine historische Grundlage für die Frage, wie sich nicht länger materiell definierte Arbeit heute in künstlerischen Praktiken materialisiert, mani- festiert, vermittelt und reflektiert.

124 Yonan weist zu Recht darauf hin, dass die Material Culture Studies methodisch viel von der Kunstgeschichte profitieren könnten, die sich seit Jahrhunderten mit der Objektanalyse auseinandersetzt. Nur habe dies wenig mit Kunst zu tun. (Michael Yonan, „Toward a Fusion of Art History and Material Culture Studies“, in: *West 86th*, Bd. 18, Nr. 2, Herbst 2011, S. 232–248).

125 Dieser Begriff der Materialität hat nichts mit einer Materialikonografie zu tun, wie sie in den letzten Jahren in der Kunstgeschichte vor allem von Monika Wagner prominent vertreten wird. (Monika Wagner, *Das Material der Kunst. Eine andere Geschichte der Moderne*, München: Beck, 2002).

4. Abbildungen

PART 2*
**ANNOUNCEMENT TO READ AS A GUIDE
TO WHAT IS TO BE SEEN**

INDICATIONS

MATERIAL 8.7 cm. wide, white and color
vertically striped paper.
SITE stuck on walls, storefronts,
billboards, outdoors and indoors
in New York City.
DIMENSION variable according to site.
COLOR arbitrary according to the material.
LOCATION different every day.
DATE from April 23 to April 30, 1973.
PERSON RESPONSIBLE ... Daniel Buren

FOR INFORMATION

Call John Weber Gallery. Tuesday through Saturday.
10 A.M. to 6 P.M.

966-6115

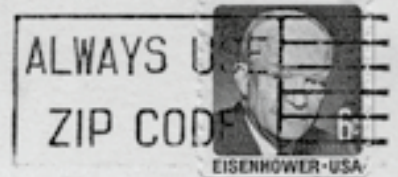
*Continuation of the work done in New York City from October 21 to October 31, 1970.

Daniel Buren
Part 2 – Announcement To Read As A Guide To What Is To Be Seen
1973
Einladungskarte
John Weber Gallery, New York
Offsetdruck
12,9 x 15,4 cm



Eleanor Antin
100 Boots Facing the Sea
1971–1973
Bildpostkarte, Bild- und Schriftseite
Del Mar, Kalifornien, 9.2.1971, 2:00 p.m., verschickt am 15.3.1971
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm

201 Pacific Ave., Solana Beach, California 92075



POST CARD
ADDRESS

PHOTO BY BRUCE W. SMITH, SAN DIEGO, CALIFORNIA

Mrs. Voss & Rowe
Public Library
Solana Beach
California 92075

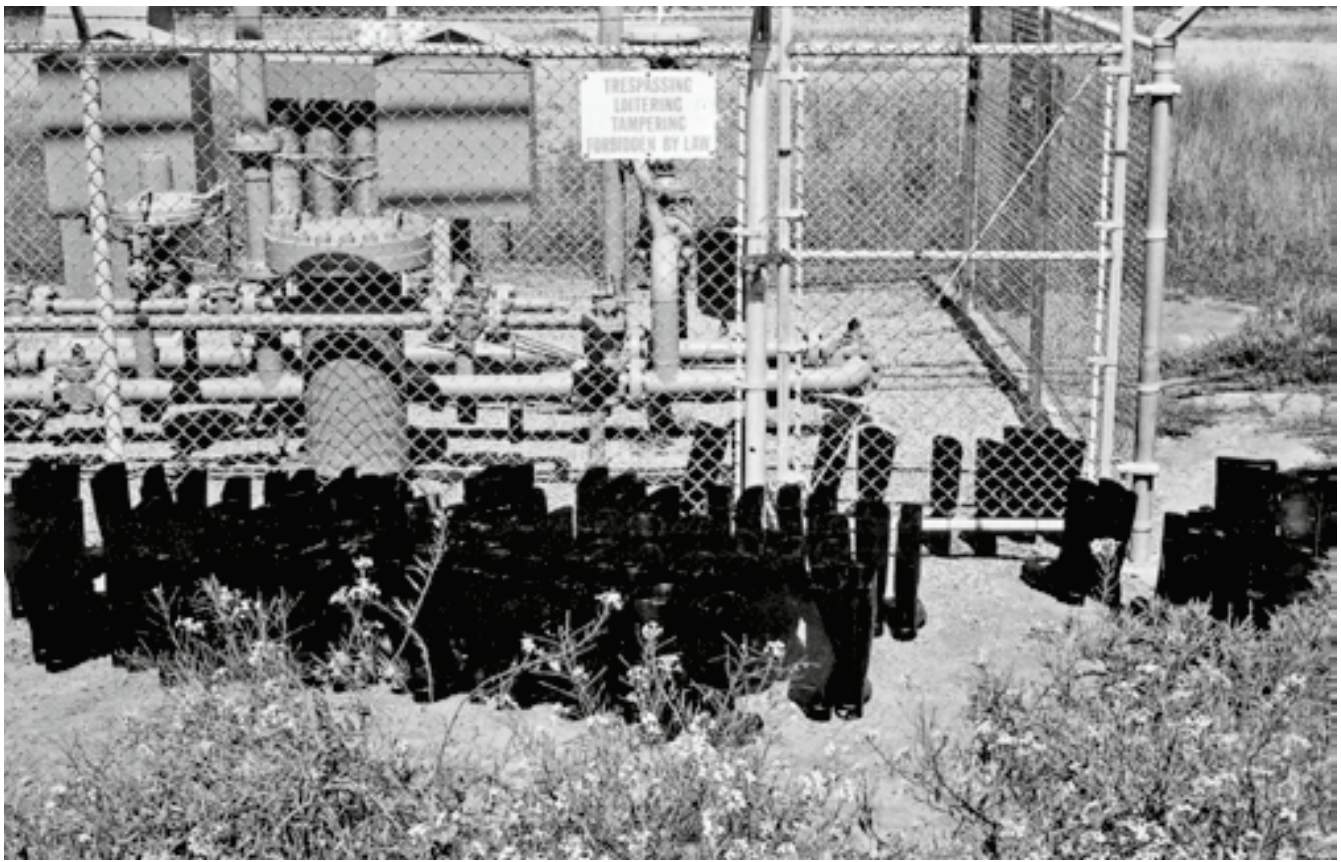
Eleanor Antin
100 BOOTS FACING THE SEA
Del Mar, California
Feb. 9, 1971 2:00 P.M.
(Photo: Philip Steinmetz)



Eleanor Antin
100 Boots Go to Church
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots Go to Bank
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots Trespassing
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck,
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots on the Road
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots in a Meadow
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots on a Job
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots out of Job
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots in the Bush
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots by the Bivouac
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots on the Ferry
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



On Kawara
I Got Up
1968–1979
Bildpostkarte, Bild- und Schriftseite
Offsetdruck, Stempeldruck
produziert und publiziert von mfc-michèle didier, 2008

Three Rivers Stadium, the nation's finest, Pittsburgh, Pa.
New home of the Pittsburgh Pirates Baseball Team;
the Pittsburgh Steelers Football Team and the scene
of many other special events.

OCT 10 1973



I GOT UP AT
9.51 A.M.

On Kawara
The Motor Lodge
Chatham Center
Pittsburgh, Pa., U.S.A.

Pub. by Wondy Film Service, Inc., Wilkinsburg, Pa. 15221

Post Card

KONRAD FISCHER
4 DÜSSELDORF
NEUBRÜCKSTR. 12

W. GERMANY

AIR MAIL

221-75
66001-C

dp
MADE BY
DEXTER PRESS, INC.
WEST WARE, NEW YORK

bulletin 15

post-
regel
stamp

drawers/
printed matter

nam/to

art & project

amsterdam holland
richard wagnerstraat 8

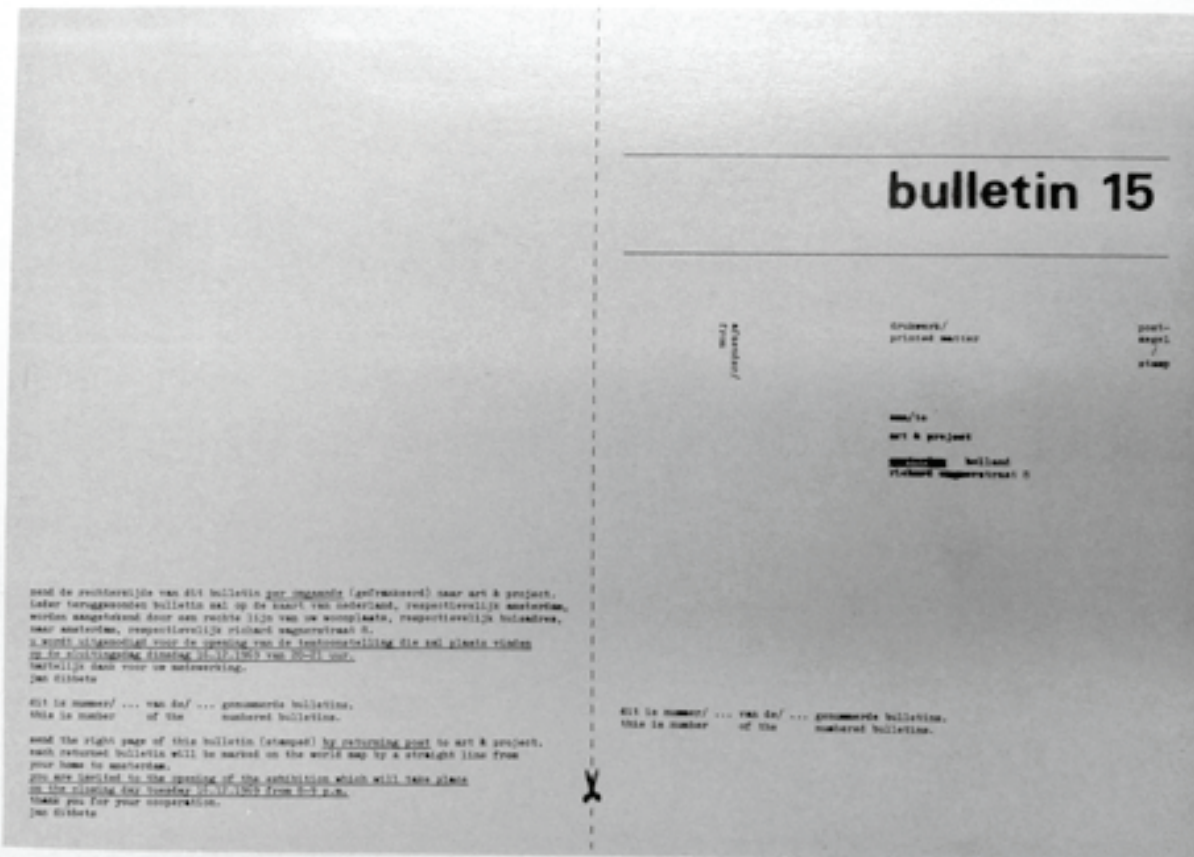
afzender/
from

dit is nummer/ ... van de/ ... genummerde bulletin.
this is number of the numbered bulletin.

zend de rechterzijde van dit bulletin per onzame (gefrankeerd) naar art & project.
Ieder teruggezonden biljet is sal op de kaart van nederland, respectievelijk amsterdam,
worden aangekleefd door een rechte lijn van uw woonplaats, respectievelijk huisadres,
naar amsterdam, respectievelijk richard wagnerstraat 8.
u wordt verzocht voor de opening van de tentoonstelling die zal plaats vinden
op de sluitingsdag dinsdag 16.12.1969 van 20-21 uur.
barmelijk dank voor uw medewerking.
jan dibbets

dit is nummer/ ... van de/ ... genummerde bulletin.
this is number of the numbered bulletin.

send the right page of this bulletin (stamped) by returning post to art & project.
each returned bulletin will be marked on the world map by a straight line from
your home to amsterdam.
you are invited to the opening of the exhibition which will take place
on the closing day tuesday 16.12.1969 from 8-9 p.m.
thank you for your cooperation.
jan dibbets



Send the right page of this bulletin (stamped) by return post to Art & Project. Each returned bulletin will be marked on the world map by a straight line from your home to Amsterdam.
 Thank you for your cooperation.
 Jan Dibbets.
 This is number of the numbered bulletins.

Envoyez la page de droite du présent bulletin (affranchi) par retour du courrier à l'adresse de Art & Project. Chaque bulletin renvoyé sera annoté sur une carte du monde à l'aide d'une ligne allant droit d'Amsterdam à votre domicile.
 Je vous remercie de votre collaboration.
 Jan Dibbets.
 Le présent bulletin porte le numéro dans la série des bulletins numérotés.

Senden Sie die rechte Seite dieses Bulletins (frankiert) umgehend an Art & Project zurück. Jedes zurückgesandte Bulletin wird auf der Weltkarte mit einer durchgehenden Linie von Ihrem Heimatort nach Amsterdam verzeichnet.
 Danke Für Ihre Mitarbeit.
 Jan Dibbets
 Dies ist Nummer der nummerierten Bulletins.



Map of responses from Europe.

Carte des réponses reçues d'Europe.

Landkarte mit Antworten aus Europa.



Map of responses from the World.

Carte des réponses reçues du Monde.

Landkarte mit Antworten aus der ganzen Welt.

Sol Lewitt ^{Grand} 117 Hester ^{Greenwich} ^{Corner Fall St. + Berlin} ^{old Mulberry} CA 6-4917
 X Bob Morris 74 Green ¹³ 126 Grand St. 982-2300 ^{Carroll} 925-8844
 X Bruce Nauman 59 Woolly St. Southampton N.Y. FR 12-3801 ^{at Carroll}
 Columbus 1404 E 14 982-6080
 X Bob Ryman 163 Bowery CA 6-0079 ^{Fischbach}
 X Keith Sommier 105 Mulberry St. ^{Regional Dept} 966-1063 ^{W. 6h}
 X Ch. Serra 319 Greenwich St. ^{Market Dept} 966-1389 ^{Bellamy}
 X Sarah Alan 130 Greene St. ^{Market Dept} 925-6642
 X Pip. T. Hee ^{selection bei} 246-0631 ^{Parson}
 Dean ^{Baby Parson}
 X Frank Viner 163 Bowery 226-1604
 X Frank F. Walther 436 E 75 288-3188 ^{Fh Mo}
 Apr 1 FE
 X Flaminio ⁴⁰ Kondble Gallery 28 E 79 UN 1-4245 ^{Friedrich}
 X Lucas Samaras 52 W 71 362-4246
 X Kosuth Joseph 46 W 22 966-4064 929-2731
 X ~~Brad Pitt~~ ^{Amst. Tarnet}
 X Dennis Oppenheim 244 5th St. Brooklyn 852-8884
 X ~~John~~ 966-5662 79 Hester 72 20.20
 X ~~de Maria~~ in Europa / Burgerik 40 Friedrich
 X Seth Siegelman 1100 Madison Ave. 288-5031 ^{Appt. f. G. P.}
 X Schmuck 496 Bway man Spaly 768-9352 ^{2nd floor}
 Lucy Lippatol 966-2994 ^{46 Grand Street}
 Brooklyn Museum ^{via Cesare Battisti} ^{Vict. Anstern} 925-8609
^{Tabis} ^{Chelvia Room 812}
^{Tomio}
 David Lee OR 2-1612 17 Bleeker St.
 Mel Bochner 126 Chambers St. 349-4499
 X Hanna Darboven 337 E 90 Apt. 3D 831-2857
 Wiener 13 Bleeker GR 7-4113 ^{alle Magazine}
 Smithsonian 70 Fisher WA 9-1947
 Ed Ruscha 40 Twin Blk. Los A.
 Home Turrell
 Assemblages / Euro Happ
 Jewish Museum ^{Amst. Rot. Whitman} ^{At. Eche White St. / Church St.} 925-4763
 Ace Gall L.A. Christmas Vanson Movement.
 X Teri Wehr 172 W 79 787-7221 ^{Sh. 1991}
^{B. Museum Theater} ^{1st floor}

Harald Szeemann und Kunsthalle Bern
 Seitenansichten aus *Live in Your Head: When Attitudes Become Form*
 Ausst.-Kat. Bern
 Kunsthalle Bern, 1969, o. S.

NEW YORK

Edy Parsons
24 W 57 CI 37426

3rd 4th Atrium
MO 530 Chalson
GR 5-1917

- ~~George Silligman~~ / 127 Greene
- x ~~Anna Keviden~~ / ~~Rudolf + Finn~~ / 130 E 59 PLAZA 9-1800 19h
Alloway / 330 W 20 TR 3-2760 PHV SW 21 Apt. CA 691-5558
Abrams Harry / 16 W 57 4th fl. PL 7-6161
- x ~~Philip Morris Int.~~ John Thompson Mary Corvington 100 PARK AV. 2nd fl. 679-1800 930 FR
- x ~~Robert Gallery~~ John Weber 29 W 57 758-4970 Mh Di
29 W 51 759-2345
" " 4 E 7 BU 8-4820 Di 15th fl
Castelli 27 E 62 UN 1-3445
- x ~~John Gibson~~ Warehouse 1-5 103 E 102 between Amsterdam & Columbus 864-2436
- x ~~De HA~~ John Lowry Groosten 11 W 53 245-3200 I Mh FR SA
Th. Kessen Thy (Aust) 101 FIVE AV. RM 9-5110
Larry Rubin 65 E 91 427-5053
Bill Rubin 1241 B'way ARMS-6-1115
- x ~~ARAKAWA~~ / 124 WEST Houston 674-1648 Fu Mh
- x ~~Alicia Adams~~ / 170 E 92
- x ~~Carl Andre~~ / 151 Spring Street 966-3281
- x ~~Schwaben~~ / 65 E Broadway WO-2-6781
7th Ave { 450 W 22 CH 2-0086
474 Greenwich 925-2643
- x ~~Dick Bellamy~~ / 1078 Madison 249-9409 9th fl. 12th fl
- x ~~Bollinger~~ / 824 W 15 243-2781 Studio 499-0366 DO 12
Brewer / Palisady 10964 Bonine 914-359-4367 LE 5-5527 530
- x ~~Christo~~ / 48 Howard St. on Grand Canal 966-4437 Sh Di
- Fahlstom / 121 2nd Ave. 777-2277
- x ~~Gordon~~ / 462 Broome St. 925-7480
tel. Iolas Gallery / 15 E 35 PL-5-6778
Mr. Brakes Jackson
- Eva Hesse / 134 Bowery SA 10h 2fl. CA 6-4034 Feedback
- x ~~Hans Haacke~~ / 25 W 16 989-2437
W. 45 E #1stn. Howard 982-6588 SO no. 12 + 16.30
- Neil Jarmy / 70 Johnson Street 732-9432
Jarmy St.
- x ~~Kasper König~~ / East Broadway 65 962-6721
962-6698
- x ~~Jany Kuehn~~ / 1551 Westbrook Rd. Somerville NJ 201-722-5231 Bellamy
- x ~~Teribach~~ / 81 Greene St. 925-8487 tel. Do SA 16

Abb.16b



Eleanor Antin

100 Boots

1971–1973

Ausstellungsansicht, MoMA Projects, Museum of Modern Art, 30.5.–8.7.1973



Eleanor Antin
100 Boots Cross Herald Square
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots Visit the Egyptian Gardens
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck,
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots in the Park
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm



Eleanor Antin
100 Boots Enter the Museum
1971–1973
Bildpostkarte, Bildseite
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm

The Museum of Modern Art, 11 W. 53 St., N.Y.C.



May 30-July 8, 1973

Dietmar Kirves
Media Contact
Ostranc 14
4 Dusseldorf
West Germany

Eleanor Antin
100 BOOTS CROSS HERALD SQUARE
35th St. & Broadway, New York City
May 13, 1973 8:10 A.M.
(Photo: Philip Steinmetz)

AIR MAIL/PAR AVION

Eleanor Antin
100 Boots Cross Herald Square
1971-1973
Bildpostkarte, Schriftseite
35th St. & Broadway, New York, 13.5.1973, 8:10 a.m., verschickt am 6.6.1973
Offsetdruck
11,4 x 17,8 cm

Schema for a set of poems whose component pages are specifically published as individual poems in various magazines. Each poem-page is to be set in its final form by the editor of the publication where it is to appear, the exact data in each particular instance to correspond to the facts of its published appearance.

1. Using any arbitrary schematic (such as the example published here) produces a large, finite permutation of specific, discrete poems.
2. If a given variant poem is attempted to be set up by the editor following the logic, step-by-step (linearly), it would be found impossible to compose a completed version of the poem as each of the component lines of exact data requiring completion (in terms of specific numbers and percentages) would be contingently determined by every other number and percentage which itself in turn would be determined by the other numbers or percentages, *ad infinitum*.
3. It would be possible to 'compose' the entire set of permutationally possible poems and to select the applicable variant(s) with the aid of a computer which could 'see' the ensemble instantly.

SCHEMA

- (number of) adjectives
- (number of) adverbs
- (percentage of) area not occupied by type
- (percentage of) area occupied by type
- (number of) columns
- (number of) conjunctions
- (number of) depressions of type into surface of page
- (number of) gerunds
- (number of) reflexives
- (number of) letters of alphabet
- (number of) lines
- (number of) mathematical symbols
- (number of) nouns
- (number of) numbers
- (number of) participles
- (number of) page
- (weight of) paper sheet
- (Type) paper stock
- (thickness of) paper stock
- (number of) prepositions
- (number of) pronouns
- (number of) punctuation
- (name of) typeface
- (number of) words
- (number of) words capitalized
- (number of) words italicized
- (number of) words not italicized
- (number of) words not capitalized
- (number of) words not tabbed

Dan Graham
Schema (March 1966), 1967
in: *Aspen*, Nr. 5/6, 1967, o. S.

POEM

35 adjectives
7 adverbs
35.52% area not occupied by type
64.48% area occupied by type
1 column
1 conjunction
0 mms. depression of type into surface of page
0 gerunds
0 infinitives
247 letters of alphabet
28 lines
6 mathematical symbols
51 nouns
29 numbers
6 participles
8" x 8" page
80 lb. paper sheet
dull coated paper stock
.007" thin paper stock
3 prepositions
0 pronouns
10 point size type
univers 55 typeface
61 words
3 words capitalized
0 words italicized
58 words not capitalized
61 words not italicized

Schema for a set of poems whose component pages are specifically published as individual poems in various magazines. Each poem-page is to be set in its final form by the editor of the publication where it is to appear. The exact data in each particular instance to correspond to the facets of its published appearance.

- 1 Using any arbitrary schematic (such as the example published here) produces a large-scale permutation of specific, discrete poems.
- 2 If a given variant poem is attempted to be set up by the editor following the logic step-by-step (linearly), it would be found impossible to compose a completed version of the poem as each of the component lines of exact data requiring completion (in terms of specific numbers and percentages) would be contingently determined by every other number and percentage which itself in turn would be determined by the other numbers or percentages, *ad infinitum*.
- 3 It would be possible to "compose" the entire set of permutationally possible poems, and to select the applicable parameter with the aid of a computer which could "see" the ensemble randomly.

SCHEMA

- (number of) adjectives
- (number of) adverbs
- (percentage of) area not occupied by type
- (percentage of) area occupied by type
- (number of) columns
- (number of) conjunctions
- (number of) depression of type into surface of page
- (number of) gerunds
- (number of) infinitives
- (number of) letters of alphabet
- (number of) lines
- (number of) mathematical symbols
- (number of) nouns
- (number of) numbers
- (number of) participles
- (perimeter of) page
- (weight of) paper sheet
- (type) paper stock
- (thickness of) paper stock
- (number of) prepositions
- (number of) pronouns
- (number of) size type
- (name of) typeface
- (number of) words
- (number of) words capitalized
- (number of) words italicized
- (number of) words not capitalized
- (number of) words not italicized

POEM

- 35 adjectives
- 7 adverbs
- 35.52% area not occupied by type
- 64.48% area occupied by type
- 1 column
- 1 conjunction
- 0 mms. depression of type into surface of page
- 0 gerunds
- 0 infinitives
- 247 letters of alphabet
- 28 lines
- 6 mathematical symbols
- 51 nouns
- 29 numbers
- 6 participles
- 6"x9" page
- 50 lb. paper sheet
- 44lb. cardstock paper stock
- .007" thick paper stock
- 3 prepositions
- 0 pronouns
- 10 point size type
- unifonts 95 typeface
- 61 words
- 3 words capitalized
- 0 words italicized
- 58 words not capitalized
- 61 words not italicized

Dan Graham
Schema, Poem, 1968
 in: *Extensions*, Nr. 1, 1968, S. 22–23

POEM SCHEMA DAN GRAHAM

1 adjectives
 3 adverbs
 1192% sq. cms area not occupied by type
 337% sq. cms area occupied by type
 1 columns
 0 conjunctions
 nil depression of type into surface of page
 0 gerunds
 0 infinitives
 36.3 letters of alphabet
 27 lines
 2 mathematical symbols
 .38 nouns
 52 numbers
 0 participles
 8 1/2 x 5 page
 17% x 22% paper sheet
 offset cartridge paper stock
 5 prepositions
 0 pronouns
 10 pt. size type
 Press Roman typeface
 59 words
 2 words capitalized
 0 words italicized
 57 words not capitalized
 59 words not italicized

Schema:

(Number of) adjectives
 (Number of) adverbs
 (Percentage of) area not occupied by type
 (Percentage of) area occupied by type
 (Number of) columns
 (Number of) conjunctions
 (Depth of) depression of type into surface of page
 (Number of) gerunds
 (Number of) infinitives
 (Number of) letters of alphabets
 (Number of) lines
 (Number of) mathematical symbols
 (Number of) nouns
 (Number of) numbers
 (Number of) participles
 (Perimeter of) page
 (Weight of) paper sheet
 (Type) paper stock
 (Thickness of) paper stock
 (Number of) prepositions
 (Number of) pronouns
 (Number of point) size type
 (Name of) typeface
 (Number of) words
 (Number of) words capitalized
 (Number of) words italicized
 (Number of) words not capitalized
 (Number of) words not italicized

This schema was conceived in March, 1966.

Using this or any arbitrary schema produces a large, finite permutation of specific, discrete poems.

Schema for a set of poems whose component pages are specifically published as individual poems in various magazines and collections. Each poem-page is intended to be set in its final form by the editor of the publication where it is to appear, the exact data used to correspond in each particular instance to the fact(s) of its published appearance. The following schema is entirely arbitrary; any might have been used, and deletions, additions or modifications for space or appearance on the part of the editor are possible.

Schema für Gedichte, deren Beschaffenheitsanweisungen als Einzelgedichte noch gesondert in verschiedenen Magazinen und Sammlungen veröffentlicht werden. Jede Gedichtseite soll vom Redakteur der Publikation, in der das Gedicht erscheinen soll, in ihre letztendliche Form gebracht werden, die genauen Datenangaben sollen auf jedes einzelne der Gedichte in seiner Publikationsform zutreffen. Das folgende Schema ist durch und durch willkürlich; es hätte auch jedes beliebige andere benutzt werden können und Weglassen, hinzufügen und Abwandeln ist dem Redakteur gestattet.

Schema:	(Number of)	adjectives
	(Number of)	adverbs
	(Percentage of)	area not occupied by type
	(Percentage of)	area occupied by type
	(Number of)	columns
	(Number of)	conjunction
	(Depth of)	depression of type into surface of page
	(Number of)	gerunds
	(Number of)	infinitives
	(Number of)	letters of alphabets
	(Number of)	lines
	(Number of)	mathematical symbols
	(Number of)	nouns
	(Number of)	numbers
	(Number of)	participles
	(Perimeter of)	page
	(Weight of)	paper sheet
	(Type)	paper stock
	(Thickness of)	paper stock
	(Number of)	prepositions
	(Number of)	pronouns
	(Number of point)	size type
	(Name of)	typeface
	(Number of)	words
	(Number of)	words capitalized
	(Number of)	words italicized
	(Number of)	words not capitalized

This schema was conceived in March, 1966.

Dan Graham

Schema (March 1966), 1969

in: *Konzeption/Conception. Dokumentation einer heutigen Kunstrichtung*
Ausst.-Kat., Städtisches Museum Leverkusen, 1969, o. S.

Offsetplatte Rohpapier

1 Adjektiv
 3 Adverbien
 1192 1/2 qm unbedruckte Fläche
 337 1/2 qm bedruckte Fläche
 1 Satzspalte
 0 Konjunktionen
 kein Eindruck der Drucktype in die Papieroberfläche
 0 Gerundien
 0 Infinitive
 363 Buchstaben aus dem Alphabet
 27 Zeilen
 2 mathematische Symbole
 38 Hauptwörter
 52 Zahlen
 0 Partizipien
 8 1/2 x 5 Satzspiegel
 17 1/2 x 22 1/2 Papierformat
 Offsetplatte Rohpapier
 5 Präpositionen
 0 Pronomen
 10 Punkt Schriftgrad
 Antiqua Schriftart
 59 Wörter
 2 Wörter versal
 0 Wörter kursiv
 57 Wörter nicht versal
 59 Wörter nicht kursiv

Sign and Object

In a schema for a group of works of mine deriving from 1966 the fact(s) of the matter exist only as information, deriving their (its) value from the specific contingencies related to its (their) placement on the two-dimensional face (or medium) upholding their appearance. A fact is simply the sign of its own presence. Sign unites the signifier and the signified, its 'language' being the fact of the matter. (In the sign the relation is unmotivated and direct - there is no analogy between word-image and objective factuality.) The schema and a first published variant appeared in "ASPEN" (Fall and Winter, 1967). This was what the schema page read:

Schema for a set of poems whose component pages are specifically published as individual poems in various magazines and collections. Each page is intended to be set in its final form by the editor of the publication where it is to appear, the exact data used to correspond in each particular instance to the fact(s) of its published appearance. The following schema is entirely arbitrary; any might have been used, and deletions, additions or modifications of space or appearance on the part of the editor are possible.

Schema:

(Number of)	adjectives
(Number of)	adverbs
(Percentage of)	area not occupied by type
(Percentage of)	area occupied by type
(Number of)	columns
(Number of)	conjunctions
(Depth of)	depression of type into surface of page
(Number of)	gerunds
(Number of)	infinitives
(Number of)	letters of alphabet
(Number of)	lines
(Number of)	mathematical symbols
(Number of)	nouns
(Number of)	numbers
(Number of)	participles
(Perimeter of)	page
(Weight of)	paper sheet
(Type)	paper stock
(Number of)	prepositions
(Number of)	pronouns
(Number of Point)	size type
(Name of)	typeface

Dan Graham

Schema (March 1966), 1969

in: Dan Graham, *End Moments*, New York 1969, S. 44-45

(Number of) words
 (Number of) words capitalized
 (Number of) words italicized
 (Number of) words not capitalized
 (Number of) words not italicized

This schema was conceived in March, 1966.

Using this or any arbitrary schema produces a large, finite permutation of specific, discrete poems.

Place is reduced to in-formation in terms of present appearance and so a specific variant, in a sense, does not actually exist, but under certain conditions can be made to appear.

In external fact, in-formation simply appears to fill up available magazine space; takes place; as in-formation present (and) as (like) the medium, in-itself, is the product. In internal fact, there is the paradox that the concept of 'materiality' referred self-referentially to by the language is to the language itself as some 'immaterial' material (mediumistic ether?) and to the extensive space or substance. Thus, there is, as it were, a 'shell' placed between the external 'empty' material of place and the interior 'empty' material of 'language'.

The signification is a perceptual-conceptual process of in-formation; it is the art material which binds signifier and the signified whose product is the sign. Thus the art's in-formational structure upholds the breakdown (collapse, decomposed parts, deposition) of its 'architecture' in terms of the base constituents of place...It's as Emily Wasserman describes a recent work of Richard Serra (it could have been any of many recent 'sculptures'):

"The work itself is insinuated as a mere shell of information. It threatens to devalue its own objectification to a degree that questions, and may denigrate even the propositional nature of its information."

(Artforum, Oct., 1969)

On Oppenheim's "Whitney Decomposition" exhibited in last year's Whitney Museum Sculpture Annual where a specific material place (in fact an architectural enclosure) supports its own decomposition into the constituent material elements of the place. "Decomposed form is not put in place -- it is that place, devoid of manual organization." (the artist's statement) ... The message is united with the schema (the schema being) used being its own definition so that the structure, in effect, structures itself (in place) as the 'language', in-forming an intermediate object between concept and material; the process consists in uniting both while simultaneously decomposing them.



- 1 adjective
- 3 adverbs
- 61.4% area not occupied by type
- 38.6% area occupied by type
- 1 column
- 0 conjunctions
- no depression of type into surface of page
- 0 gerunds
- 0 infinitives
- 243 letters of alphabet
- 27 lines
- 2 mathematical symbols
- .51 nouns
- 41 numbers
- 0 participles
- 8' x 11' page
- 50 lb. paper sheet
- multi-lith paper stock
- 5 prepositions
- 0 pronouns
- 18 point size type

Underwood Electric Raphael typeface

- 60 words
- 3 words capitalized
- 0 words italicized
- 57 words not capitalized
- 60 words not italicized

Words	Capitalized	Italicized	Not Capitalized	Not Italicized
60	3	0	57	60

Dan Graham
Schema (March 1966), 1969
 in: Dan Graham, *End Moments*, New York 1969, S. 46

Plan and Code.

In a schema for a group of works of mine deriving from 1966 the facile of the matter exist only as information, deriving their (low) value from the specific contingencies related to its (low) placement on the two-dimensional surface (or medium) showing their appearance. A fact is simply the sign of its own presence. Sign with the signifier and the signified, its 'language' being the fact of the matter. (In the sign the relation is unmediated and exact - there is no analogy between word-image and objective factuality.)

The schema and a first published version appeared in "ARTS" (Fall and Winter, 1967). This was what the schema page read:

Schemas for a set of poems whose component pages are specifically published as individual poems in various magazines and collections. Each page is intended to be set in its final form by the editor of the publication where it is to appear, the exact data used to correspond in each particular instance to the facile of its published appearance. The following schema is entirely arbitrary; any might have been used, and systems, additions or modifications for space or appearance on the part of the editor are possible.

Schemas:

- (Number of) adjectives
- (Number of) adverbs
- (Percentage of) area not occupied by type
- (Percentage of) area occupied by type
- (Number of) columns
- (Number of) conjunctions
- (Depth of) depression of type into surface of page
- (Number of) gerunds
- (Number of) infinitives
- (Number of) letters of alphabet
- (Number of) lines
- (Number of) mathematical symbols
- (Number of) nouns
- (Number of) numbers
- (Number of) participles
- (Portion of) page
 - (Weight of) paper sheet
 - (Type) paper stock
- (Number of) propositions
- (Number of) pronouns
- (Number of) Punctuation
- (Name of) typeface

Dan Graham

- (Number of) words
- (Number of) words capitalized
- (Number of) words italicized
- (Number of) words not italicized
- (Number of) words not capitalized
- (Number of) words not capitalized

This schema was conceived in March, 1966.

Using this or any arbitrary schema produces a large, finite permutation of specific, discrete poems.

Page is reduced to information. In terms of present appearance and as a specific variant, in a sense, does not actually exist, but under certain conditions can be made to appear.

In external fact, information simply appears to fill up available magazine space (like ARTS, like ARTS), as information present (and) as (like) the medium, ARTS, in the product. In internal fact, there is the paradox that the content of 'materially' referred self-referentially to by the language is in the language itself as some 'non-spatial' material (materialized page) and to the extensive space or substance. Thus, there is, as it were, a 'hole' placed between the external 'empty' material of space and the interior 'empty' material of 'language'.

The signification is a perceptual-conceptual process of information; it is the art material which binds signifier and the signified whose product is the sign. Thus the art's informational structure upholds the breakdown (collapse, decomposed parts, deposition) of its 'architecture' in terms of the same constituents of space... (as Emily Stashevsky describes a recent work of Richard Serra (it could have been any of many recent 'sculptures')):

"The work itself is included as a mere shell of information. It threatens to devalue its own objectification to a degree that questions, and may denigrate even the propositional nature of its information."
(Artforum, Oct., 1969)

On Oppenheimer's "Whitney Decomposition" exhibited in last year's Whitney Museum Sculpture Annual where a specific material plate (in fact an architectural enclosure) supports its own decomposition into the constituent material elements of the plate. "Decomposed form is not put in place -- it is in this place, devoid of manual organization." (the artist's statement) "... The message is united with the schema (the schema being) used brings own definition as that the structure, in effect, structures itself in place) as the "language", in-forming an intermediate object between schema and material; the schema ceases in writing both while simultaneously decomposing them.

Dan Graham

Dr. J. J. Vanover 1955
 also / understanding
 Paris
 (A)
 P. 11

(3)

Schema for set of poems whose component pages are specifically published as individual poems in various magazines. Each page is to be set in its final form by the editor of the publication where it is to appear, the exact data in each particular instance to correspond to the facile of its published appearance.

Using any arbitrary schematic (such as the example published here) produces a large, finite permutation of specific, discrete poems.

If a given permutation is attempted to be set up by an editor following the logic step-by-step (linear) it would be found impossible to envision a completed version of the poem as each of the component lines of exact data regarding evaluation (in terms of specific numbers or percentages) would be contingently determined by every other number and percentage which itself in turn would be determined by other other numbers or percentages, ad infinitum.

It is possible, however, to "compose" the entire set of permutationally possible poems out to select the particularly amenable version with a computer which could "see" the ensemble instantly.

Read in toward middle

Dan Graham

Using any single, arbitrary schematic program would produce a very large, though finite group of specific, discretely different poems.

The exact number of permutational possibilities might be given instantaneously on a computer.

Assuming that the editor follows the logic explicitly, step by step, he would find it impossible to compose any of the poems possible as that exact data which he is required to complete is subject in each case to a contingently indeterminate variability on each number or percentage is determined by every other number or percentage which in turn is determined by the other number or percentages, ad infinitum.

Dan Graham

Dan Graham
 Schema (March 1966), 1966-1967
 15 Teile, Fotokopie, Schreibmaschinentext, Kugelschreiber, Bleistift und Farbstift auf Papier
 je 50,2 x 40,3 cm (gerahmt)

schema' (abstract)

A page exists such that an in-formant (information); its subject matter is in-formation.

It takes place as in-formation in terms of the base (constituents) of place.

As it takes place, its in-formation structure appears to uphold its decomposition (simultaneously as it is decomposed to the same process) in terms of the base constituents of (its) place.

Place refers to in-formation in terms of (actually) present appearance, as a specific page, in one sense, does not actually exist, but can only certain circumstances be made to appear.

It defines itself as place as it defines the limits and boundaries of placement (enclosing context, enclosed content). It is a measure of itself - as place. It takes its own measure - of itself as place, placed two-dimensionally as (an) a page.

A page exists as matter of fact materiality and simultaneously aesthetic signifier of this material (presence); as a sign it writes, therefore, signifier and signified.

Its appearance is arbitrary - in the nature of first definitions. (Godel's Proof).

System of in-formant seem to exist somewhere half-way between material and abstract, without being either of these (categories).

1967-1970

Don Haskins

ARTS MAGAZINE
 ALL THE INFORMATION YOU NEED TO KNOW
 THE ARTS MAGAZINE

- Number of pages
- Number of words
- Percentage of area not occupied by type
- Percentage of area occupied by type
- Number of columns
- Number of depression of type into surface of page
- Number of gerunds
- Number of infinitives
- Number of letters of alphabet
- Number of lines
- Number of mathematical symbols
- Number of nouns
- Number of numbers
- Number of participles
- Number of paper
- Weight of paper sheet
- Height of paper sheet
- Thickness of paper sheet
- Number of prepositions
- Number of punctuation
- Number of words
- Number of words capitalized
- Number of words italicized
- Number of words not capitalized
- Number of words not italicized

1966 Page Proof (copy used) ARTS MAGAZINE
 Don Haskins

- Number of adjectives
- Number of adverbs
- Percentage of area not occupied by type
- Percentage of area occupied by type
- Number of conjunctions
- Number of depression of type into surface of page
- Number of gerunds
- Number of infinitives
- Number of letters of alphabet
- Number of lines
- Number of mathematical symbols
- Number of nouns
- Number of numbers
- Number of participles
- Number of paper
- Weight of paper sheet
- Height of paper sheet
- Thickness of paper sheet
- Number of prepositions
- Number of punctuation
- Number of words
- Number of words capitalized
- Number of words italicized
- Number of words not capitalized
- Number of words not italicized

Don Haskins

SCHEMA

- Number of adjectives
- Number of adverbs
- Percentage of area not occupied by type
- Percentage of area occupied by type
- Number of columns
- Number of depression of type into surface of page
- Number of gerunds
- Number of infinitives
- Number of letters of alphabet
- Number of lines
- Number of mathematical symbols
- Number of nouns
- Number of numbers
- Number of participles
- Number of paper
- Weight of paper sheet
- Height of paper sheet
- Thickness of paper sheet
- Number of prepositions
- Number of punctuation
- Number of words
- Number of words capitalized
- Number of words italicized
- Number of words not capitalized
- Number of words not italicized

Don Haskins

POEM

- 35 adjectives
- 7 verbs
- 35.52% area not occupied by type
- 64.48% area occupied by type
- 1 column
- 1 conjunction
- 0 case depression of type into surface of page
- 0 grounds
- 0 conditions
- 247 letters of alphabet
- 26 lines
- 0 mathematical symbols
- 51 nouns
- 28 numbers
- 0 participles
- 8" x 8" page
- 80 lb. paper sheet
- 84 coated paper stock
- 007 84 paper stock
- 3 superscripts
- 0 pronouns
- 10 point size type
- unknown 50 typeface
- 61 words
- 3 words capitalized
- 0 words italicized
- 58 words not capitalized
- 61 words not italicized

Don Norman

1 adjectives
 3 verbs
 61.4% area not occupied by type
 38.6% area occupied by type

1 column
 0 conjunction
 no depression of type into surface of page
 0 grounds
 0 conditions
 243 letters of alphabet
 27 lines
 2 mathematical symbols
 51 nouns
 41 numbers
 0 participles
 8" x 8" page
 80 lb. paper sheet
 84 coated paper stock
 007 84 paper stock
 3 superscripts
 0 pronouns
 10 point size type
 unknown 50 typeface

61 words
 3 words capitalized
 0 words italicized
 58 words not capitalized
 60 words not italicized

Don Norman

POEM SCHEMA DAN GRAMM

- 1 adjectives
- 3 verbs
- 11.7% sq. area not occupied by type
- 88.3% sq. area occupied by type
- 1 column
- 0 conjunctions
- 0 depression of type into surface of page
- 0 grounds
- 0 conditions
- 247 letters of alphabet
- 27 lines
- 2 mathematical symbols
- 56 nouns
- 52 numbers
- 0 participles
- 8 1/2 x 7 page
- 176 x 226 paper sheet
- offset cartridge paper stock
- 5 propositions
- 0 pronouns
- 30 pt. size type
- Font Roman: typeface
- 61 words
- 2 words capitalized
- 0 words italicized
- 37 words not capitalized
- 59 words not italicized

Don Norman

Offenplatte Subpapier

- 1 Adjective
- 3 Verben
- 11.7% 1/2 sq. unbedruckte Fläche
- 88.3% 1/2 sq. bedruckte Fläche
- 1 Spaltenbreite
- 0 Konjunktionen
- kein Eindruck der Drucktiefe in die Papieroberfläche
- 0 Gründe
- 0 Bedingungen
- 247 Buchstaben aus dem Alphabet
- 27 Zeilen
- 2 mathematische Symbole
- 56 Hauptwörter
- 52 Zahlen
- 0 Partizipien
- 8 1/2 x 7 Subpapierformat
- 17 1/2 x 21 1/2 Papierformat
- Offenplatte Subpapier
- 5 Propositionen
- 0 Pronomen
- 30 Punkt Subtypografie
- Antiqua Schriftart
- 61 Wörter
- 2 Wörter versal
- 0 Wörter kursiv
- 37 Wörter nicht versal
- 59 Wörter nicht kursiv

Don Norman

SCHERMA

(number of) adjectives
 (number of) adverbs
 (percentage of) area not occupied by type
 (percentage of) area occupied by type
 (number of) columns
 (number of) conjunctions
 (number of) depression of type into surface of page
 (number of) gerunds
 (number of) infinitives
 (number of) letters of alphabet
 (number of) lines
 (number of) mathematical symbols
 (number of) nouns
 (number of) numbers
 (number of) participles
 (number of) page
 (weight of) paper sheet
 (type) paper stock
 (thickness of) paper stock
 (number of) prepositions
 (number of) pronouns
 (number of point) size type
 (name of) typeface
 (number of) words
 (number of) words capitalized
 (number of) words italicized
 (number of) words not capitalized
 (number of) words not italicized

31

Dan Anderson

3 adjectives
 3 adverbs
 62.11 area not occupied by type
 37.89 area occupied by type
 1 column
 0 conjunctions
 no depression of type into page's surface
 0 gerunds
 0 infinitives
 208 letters of alphabet
 27 lines
 2 mathematical symbols
 51 nouns
 23 numbers
 0 participles
 8" x 4" page
 50 lb. paper sheet
 semi-gloss coated paper stock
 5 prepositions
 0 pronouns
 12 point size type
 Letter Gothic typeface
 53 words
 7 words capitalized
 0 words italicized

Dan Anderson

46

1 adjective
 3 adverbs
 61.45 area not occupied by type
 38.55 area occupied by type
 1 column
 0 conjunctions
 no depression of type into surface of page
 0 gerunds
 0 infinitives
 243 letters of alphabet
 27 lines
 2 mathematical symbols
 51 nouns
 41 numbers
 0 participles
 6" x 9" page
 50 lb. paper sheet
 multi-weight paper stock
 5 prepositions
 0 pronouns
 18 point size type
 Underwood Electric Ramsell typeface
 60 words
 3 words capitalized
 0 words italicized
 57 words not capitalized
 3 words not italicized

Dan Anderson

0 OBJECTS
0 PAINTERS
0 SCULPTURES
4 ARTISTS
1 ROBERT BARRY
1 DOUGLAS HUEBLER
1 JOSEPH KOSUTH
1 LAWRENCE WEINER
32 WORKS
1 EXHIBITION
2000 CATALOGS
1 NEW YORK ADDRESS
5-31 JANUARY 1969
(212) 288-5031 SETH SIEGELAUB

Seth Siegelaub
Anzeige zur Ausstellung *January 5-31 1969*
in: *Artforum*, Januar 1969, S. 12

0 OBJECTS
 0 PAINTERS
 0 SCULPTURES
 4 ARTISTS
 1 ROBERT BARRY
 1 DOUGLAS HUEBLER
 1 JOSEPH KOSUTH
 1 LAWRENCE WEINER
 32 WORKS
 1 EXHIBITION
 2000 CATALOGS
 1 NEW YORK ADDRESS
 5-31 JANUARY 1969
 (212) 289-5031 SETH SIEGELAUB

**EDWARD
 AVEDISIAN**
 recent paintings

jan 6 - jan 25

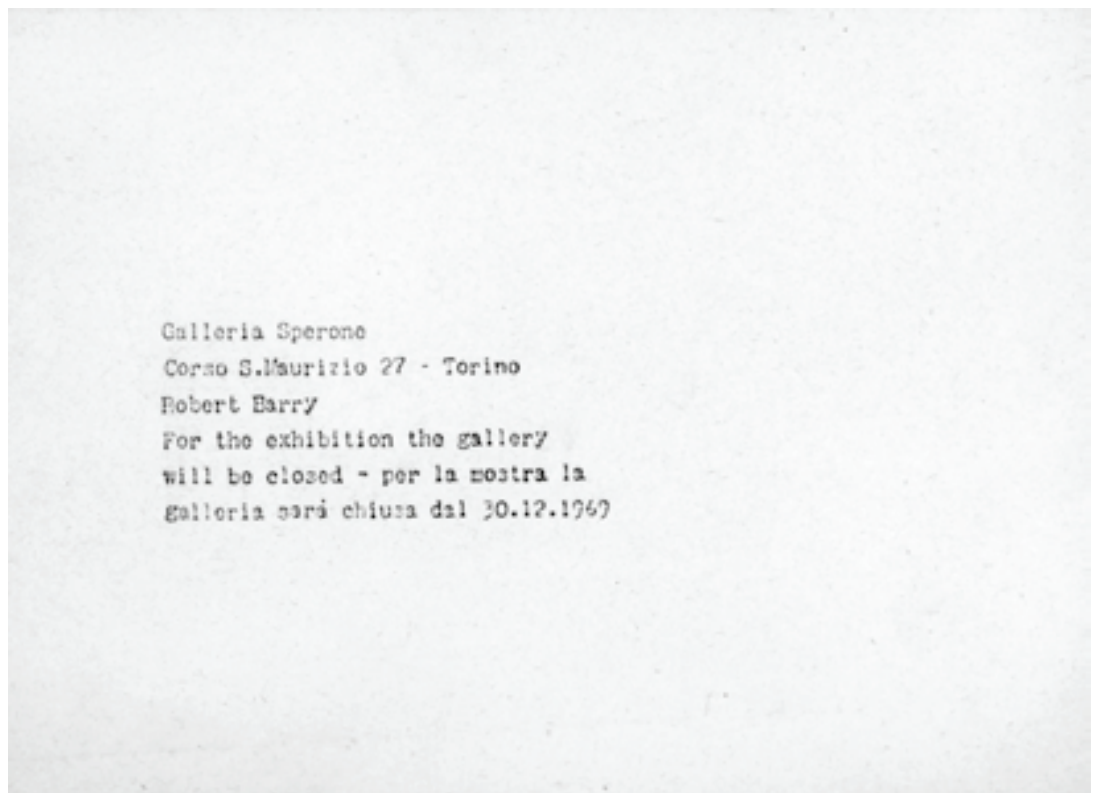
BIRDS AND BEASTS

JANUARY 69

PICASSO	BRAQUE	GRAVES
MIRO	RUTA	KEARL
FLANNAGAN	WARHOL	BARYE
CALDER	BEAUCHAMP	AND OTHERS

GRAHAM • 1014 MADISON

814 North La Cienega Boulevard Los Angeles,
 California 90069 Telephone 657-6877



Robert Barry
Closed Gallery Piece, 1969
Einladungskarte, Galleria Sperone, Turin,
Offsetdruck, 12,7 x 17,8 cm



Jan Dibbets
Einladungskarte, 1969
herausgegeben von Seth Siegelau, New York
Bild- und Schriftseite, Offsetdruck, 10,2 x 15,2 cm

On May 9 (friday), May 12 (monday) and May 30 (friday) 1969 at 3:00 Greenwich Mean Time (9:00 EST) Jan Dibbets will make the gesture indicated on the overside at the place marked "X" in Amsterdam, Holland.

Le 9 May (vendredi), le 12 May (lundi), le 30 May (vendredi) 1969 à 3:00 heures di l'après-midi GMT, Jan Dibbets fera le geste comme indiqué à ce verso à l'endroit marqué "X" à Amsterdam, Pays Bas.

Am 9 Mai (Freitag), 12 Mai (Montag) und 30 Mai (Freitag) 1969 um 3:00 Nachmittags (GMT), Jan Dibbets wird das Gebärde wie am anderen Seite machen auf der mit einem "X" bezeichneten Stelle in Amsterdam, Holland.

Op 9 mei (vrijdag), 12 mei (maandag) en 30 mei (vrijdag) 1969 om 3:00 uur 's middags (GMT), zal Jan Dibbets het gebaar, zoals op de andere kant van deze kaart, maken op de met een "X" gemarkeerde plek in Amsterdam, Nederland.

SETH SIEGELAUB NEW YORK

Mr. Douglas Huebler

6 So. Park

Bradford, Mass. 01830



Daniel Buren
photo-souvenir, 1973, New York
(anlässlich der Ausstellung
Part 2 – Announcement To Read As A Guide To What Is To Be Seen, John Weber Gallery)
Farbfotografie

Rhythm 0

Instructions.

There are 72 objects on the table that one can use on me as desired.

Performance.

I am the object.

During this period I take full responsibility.

Duration: 6 hours (8 pm - 2 am)

1974

Studio Morra, Naples.

This performance is the last in the cycle of rhythms (*Rhythm 10, Rhythm 5, Rhythm 2, Rhythm 4, Rhythm 0*).

I conclude my research on the body when conscious and unconscious.

Anweisung.

72 Objekte liegen auf dem Tisch, die je nach Wunsch an mir verwendet werden können.

Performance.

Ich bin das Objekt.

Ich übernehme die volle Verantwortung während dieser Zeit.

Dauer: 6 Stunden (20-2 Uhr)

1974

Studio Morra, Neapel.

Die Performance Rhythm 0 ist die letzte aus dem Zyklus der Rhythmen (*Rhythm 10, Rhythm 5, Rhythm 2, Rhythm 4, Rhythm 0*).

Ich schliesse meine Körpererforschung mit und ohne Bewusstsein ab.

Marina Abramović
Rhythm 0, 1974
Studio Morra, Neapel
Performance-Dokumentation
Schwarz-Weiß-Fotografie und Text



List of Objects
on the Table

gun
bullet
blue paint
comb
bell
whip
lipstick
pocket knife
fork
perfume
spoon
cotton
flaxseed
matches
rose
candle
water
sauf
mirror
drinking glass
polaroid camera
feather

chabus
needle
safety pin
hair pin
brush
bandage
red paint
white paint
scissors
pen
book
hat
handkerchief
sheet of white paper
kitchen knife
hammer
stone
piece of wood
ax
stick
bone of lamb
newspaper
bread
wine

honey
salt
sugar
soap
cake
metal pipe
scalpel
metal spoon
bell
dish
flute
band aid
alcohol
molal
coat
shoes
chair
leather strings
yarn
wire
sulfur
grapes
olive oil
rosemary branch
apple

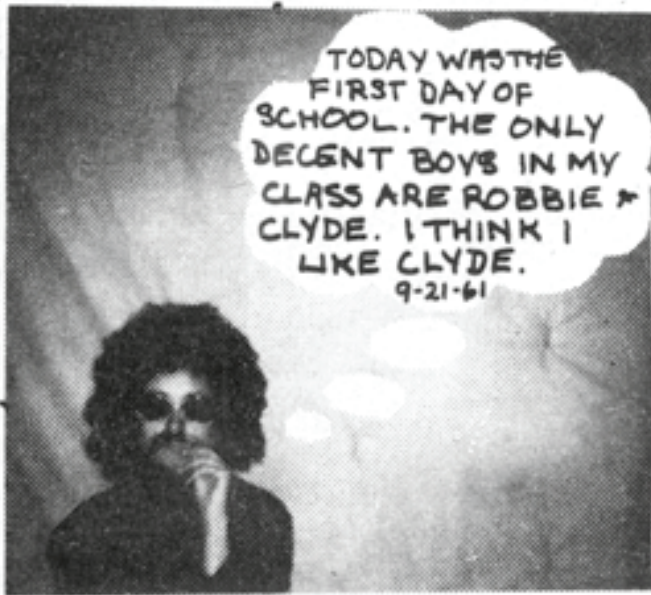
Liste der Objekte
auf dem Tisch

Pistole
Patrone
blaue Farbe
Kamm
Glocke
Peitsche
Lippenstift
Taschenmesser
Gabel
Parfum
Löffel
Watte
Blumen
Streichhölzer
Rose
Kerne
Wasser
Schal
Spiegel
Glas
Polaroidkamera
Feder

Kern
Nägel
Nadel
Sicherheitsnadel
Haarnadel
Bürste
Bandage
rote Farbe
weiße Farbe
Schere
Kugelschreiber
Buch
Hut
Taschentuch
weißes Blatt Papier
Küchenmesser
Hammer
Säge
Steich Hobel
Axt
Stock
Lammknochen
Zeitung
Brot
Wein

Brot
Salz
Zucker
Seife
Kuchen
Metallrohr
Steinpfel
Metallspeer
Glocke
Teller
Flöte
Plaster
Abholz
McNiffe
Mantel
Schuhe
Stuhl
Lederbinder
Garn
Draht
Schneefel
Trauben
Olivenöl
Rosmarinzweigen
Apfel

Thurs. thru Sun. Evgs. at 8:00
Space For Innovative Development
344 West 36th St. Res: 581-4788



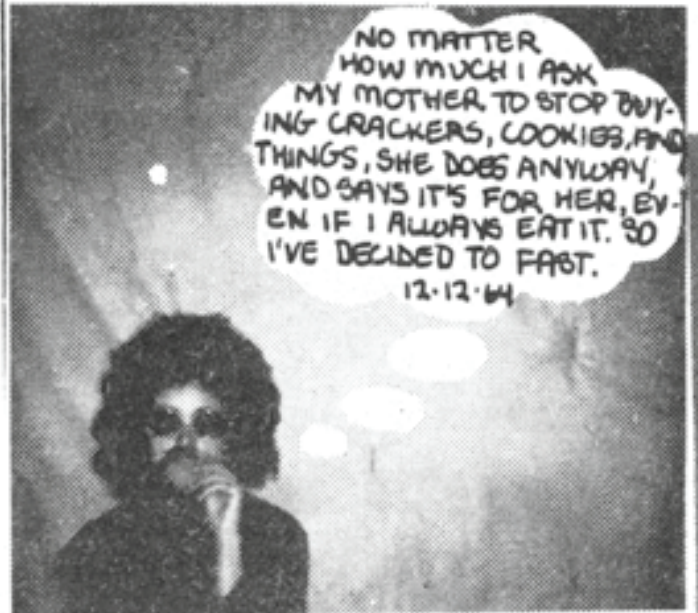
LA MAMA E.T.C.

presents

England's Most Original Theatre Group

PAINTINGS OF THE 30 S

Opens Saturday



INTERNATIONAL GRAPHICS FESTIVAL

ORIGINAL SIGNED & NUMBERED GRAPHICS

Adrian Piper

The Mythic Being, Cycle I: 9/21/61, 1973

Anzeige in: *The Village Voice*, 27. September 1973

#1 von 17 der *Mythic Being Village Voice Series, 1973–1975*

37,7 x 29,2 cm (Zeitungssseite)

Adrian Piper

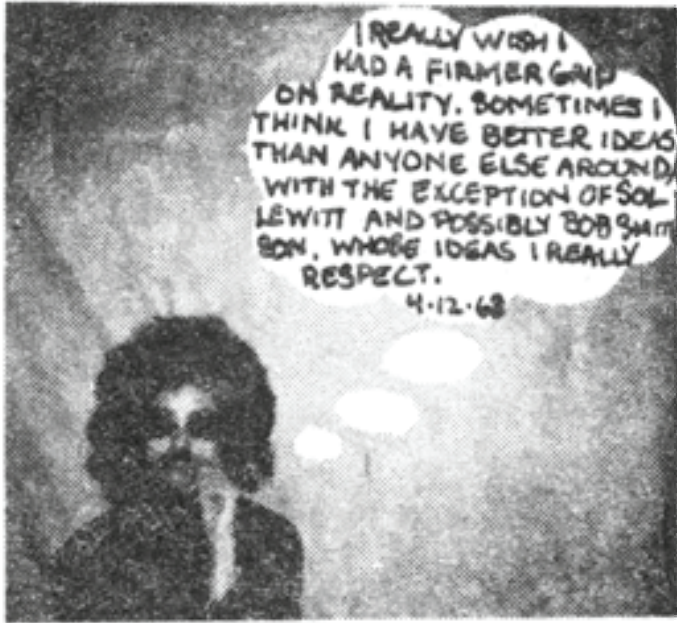
The Mythic Being, Cycle I: 12/12/64, 1974

Anzeige in: *The Village Voice*, 3. Januar 1974

#4 von 17 der *Mythic Being Village Voice Series, 1973–1975*

37,7 x 29,2 cm (Zeitungssseite)

1081 THIRD AVE. & 64TH ST.
(212) 752-2577



E GALLERY
nts

DDHIST ART

Galleries

TRIBUTE TO DAU! MAY 12-13 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	FISCHER LERNER-ROLLER 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	ED OATES 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	HENRY 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	RISA BOTTENBERG 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.
HDMITZKY ROKO 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	WILLIAM BOCKMAN BARON BENES 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	HOUSTON 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	MAINARDI 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	14 SCULPTORS 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.
GEORGE BETTY PARSONS 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	LEVI 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	Sandri Gross 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	MAY STEVENS 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	ALICE AYCOCK 112 Greene Street April 20 - May 2
SARIANO ROUNDTOWN GALLERY 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	PETER CARELLA 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	Paul Shortis Thru May 2 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	TOM BOUTIS 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	WESSELMANN 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.
MARGE HELENCHILD 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	ALVIN LOVING 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	MYLO QUAM 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	EMILY MASON GABRIELE ROOS 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	PHOTOGRAPHS BEATON NADAR MORST HOYNINGEN-HUENE SCHMIDT GALLERY 921 MADISON
TANFRIC BUDHIST ART 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	IO Downtown 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	nader ARY GALLERY 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	Lloyd Glasson 100 W. 4th St. 100 W. 4th St.	CARL HOLTY MEMORIAL EXHIBITION ANDREW GREGG GALLERY

Adrian Piper
The Mythic Being, Cycle I: 4/12/68, 1974
Anzeige in: *The Village Voice*, 25. April 1974
#8 von 17 der *Mythic Being Village Voice Series, 1973–1975*
37,7 x 29,2 cm (Zeitungssseite)

Duende/ George Frazier

*Reinhardt, Reinhardt, I'm a most indifferent pig.
Reinhardt, Reinhardt, I'm a most indifferent pig.
Did I love my Flacott baby, that's no Harvard lie.*
—Harvard Blues—lyrics by George Frazier,
music by Ted Smith and Count Basie, sang by Jimmy Blanton

Three or four times a week, that Boston-in-New-York voice on the phone, George Frazier, so ceaselessly, joyously, scornfully the opposite of indifferent. He would have a lead he wanted to check out, most often gossip about newspapers or magazines or the literary sets. Or what did I think about this new singer? He thought she was a fraud. And frequently, knowing I was working in a certain kind of piece, he had a lead to give me, someone I ought to call. I enjoyed these conversations. When I'd come back to the office and take down the calls I missed, George was always the first I'd call back. He gave a lift to the day, he was always so damn interesting and so playfully confident.

It's up to me, he used to tell his colleagues on the Boston Globe these recent years, "to point out who the bastards really are in this life."

If you read the obituaries, you know that George was very serious—first, in fact—about how people dressed. When we were on good terms, he forgave, or rather accepted, the way I dress. In any case, I can't write about his expertise concerning shirtmakers and the art of tailoring because my principal clothes in L. L. Bean of Freeport, Maine. Nor would I dare to assess George's highly demanding standards of proper restaurants and the proper specialties to order in these

which he would even dogs enter. A few years ago, pointing one of his lists of "who and what possessed 'duende,'" and who and what didn't. George wrote in the Globe that sometimes only part of a thing can have that quality, he so pointed 'Duende,' he explained, is "thought, mood, passion or overpowering presence." For instance, George continued, the first floor of Locke Ober's in Boston has duende, but not its second.

I had lunch last week at Locke Ober's. On the second floor, it happens, George would say:

I could write a great deal about George Frazier and jazz, and will another time. But we did drink meet, or even, because of jazz.

Coming up in Boston, I used to read George's jazz columns in the Boston Herald—Sweet, and Lay Down. Five times a week it appeared (maybe the first daily jazz column in any American newspaper, and has there been a second?). He wrote them, so he did until he died, with class, grace, and crisply outrageous wit. And if he didn't like

something, and you did like it, he could write you into near-apoplexy because he could shiver so well. Also—and so other writers in jazz, except Whitney Balliett, has been able to do this—George could make words bring you the very particular sound of the music he was writing about, a palpable sense of the place where it was being played, and the very presence of the performer.

Being a contentious boy, and so little serious, I wrote what I thought were wounding notes to my elegant rider, much as I admired what he was doing. I would disagree about a specific judgment he had made. It

must have been mainly envy, because I remember, in horrified astonishment now, defending Ted Burke, of all people, after George had deftly savaged him in Down Beat, for which publication he was also writing at the time.

Frazier would answer my notes, sometimes in kind, sometimes in amusement at this book, presumptuous kid. After a few exchanges, he invited me to come see him at the Herald and then to watch his Saturday morning radio program on WJZZ, a maddening feature of which I'd you were listening at home was a weekly listening test

George would play a mystery chord or two by three lesser saxophonists, let's say, each of whom spoke with professions to jazz knowledgeability would surely know. But it wasn't that easy at all, especially when George would pick a particularly arcane solo by Chu Berry or the early Ben Webster. It was superb ear-training, and valuably self-deflating besides.

George went on to become entertainment editor of Life in 1962, and there were the Frazier articles in Esquire, in other pieces, the return to the Boston Herald, and in 1968, the start of his columns in the Boston

Continued on next page

Galleries

ORIGINAL GRAPHICS
Signed and numbered
BREWSTER Gallery
405 Avenue of the Americas at 12th Street
New York, New York 10013
Phone: 212-691-1313

PHYLLIS EKAS GALLERY
THRU JUNE 11 "FLOWER GRAPHICS"
LARGEST COLLECTION OF OLD PRINTS
AND FINE GRAPHICS
EXCLUSIVE PUBLISHED EDITIONS
780 2nd Ave., N.Y., N.Y. 10017
Phone: 212-691-1313

STANLEY LINDWASSER
A series of paintings
June 12 - June 19
INSCAPE
312 EAST NINTH STREET
NEW YORK, N.Y. 10003
Phone: 774-6611

—WHOLESALE—
MC ESCHER
Reproductions
For information write:
JOSHUA GRAPHICS
4012 OLIVER ST
CHRYST CHASE, MD 20715
—RETAIL—

THE MYTHIC BEING, CYCLE I: 6/6-12
IS AVAILABLE AT THE
SNAP RUTHMAN BOOKSTORE
1ST SPRING ST.
NEW YORK, N.Y. 10012
THROUGH JULY 31, 1974.

galleries
June 1 - 30
ROLLE PERRY

KLABUNDE
withings
Rosenhouse Gallery
33 Greenwich Ave.
open nightly till 9:00

ORPHEUS GALLERY
548 La Guardia Pl.
Wed-Sun 12-6 473-5889

This summer Cézanne, Soutine, and Gauguin will join Homer, Sargent, and de Kooning at The Brooklyn Museum.

The Pearlman Collection, which includes seventy famous works of art, will be with us for the summer.

So when you study art at The Brooklyn Museum Art School, you'll have some of the finest paintings the world has ever known only seconds away. For instance, if you're studying watercolor this summer, you'll have one of the largest collections of Cézanne watercolors in the world to learn from.

We have over one hundred exciting classes to choose from. If you're an accomplished artist, or if you can't draw a straight line with a ruler, we have a class at your level.

We have classes like welding, etching, weaving, woodworking, printmaking, sculpture, batik, and

many painting and drawing classes.

You can take most classes during July, or August, or both. We offer a full complement of evening and daytime classes, full- or part-time. If you're a New York City teacher you can now earn salary increment credits with us.

Register now. Classes begin the week of July 8. For information and our new summer catalogue, please call (212) 638-4486 or 638-5086. Or stop by the Art School and we'll help you select the class that's right for you.

When you stop by, don't let the guys on the walls intimidate you. After all, they didn't have the advantage of studying in a museum.

The Brooklyn Museum Art School

Eastern Parkway and Washington Avenue, Brooklyn, New York

212 638 4486 4487 4488 4489 4490 4491 4492 4493 4494 4495 4496 4497 4498 4499 4500 4501 4502 4503 4504 4505 4506 4507 4508 4509 4510 4511 4512 4513 4514 4515 4516 4517 4518 4519 4520 4521 4522 4523 4524 4525 4526 4527 4528 4529 4530 4531 4532 4533 4534 4535 4536 4537 4538 4539 4540 4541 4542 4543 4544 4545 4546 4547 4548 4549 4550 4551 4552 4553 4554 4555 4556 4557 4558 4559 4560 4561 4562 4563 4564 4565 4566 4567 4568 4569 4570 4571 4572 4573 4574 4575 4576 4577 4578 4579 4580 4581 4582 4583 4584 4585 4586 4587 4588 4589 4590 4591 4592 4593 4594 4595 4596 4597 4598 4599 4600

Adrian Piper
The Mythic Being, Cycle I: 6/6/70, 1974
Anzeige in: *The Village Voice*, 27. Juni 1974
#10 von 17 der *Mythic Being Village Voice Series*, 1973–1975
37,7 x 29,2 cm (Zeitungsseite)

Avis is only No.2 in rent a cars. So why go with us?



**We try harder.
(When you're not the biggest,
you have to.)**

**We just can't afford dirty ash-
trays. Or half-empty gas tanks. Or
worn wipers. Or unwashed cars.
Or low tires. Or anything less than
seat-adjusters that adjust. Heaters that heat. Defrost-
ers that defrost.**

**Obviously, the thing we try hardest for is just to be
nice. To start you out right with a new car, like a lively,
super-torque Ford, and a pleasant smile. To know, say,
where you get a good pastrami sandwich in Duluth.**

Why?

Because we can't afford to take you for granted.

Go with us next time.

The line at our counter is shorter.

© 1963 AVIS, INC.

[OUR MOTTO]*

**“IF YOU’RE DRIVING
DOWN THE ROAD AND YOU
SEE A FINA STATION AND
IT’S ON YOUR SIDE SO YOU
DON’T HAVE TO MAKE A
U-TURN THROUGH TRAFFIC
AND THERE AREN’T
SIX CARS WAITING AND YOU
NEED GAS OR SOMETHING**
PLEASE STOP IN.”*****

-
- * We know it isn't very pushy as motels go, but it's realistic and Fina doesn't expect you to do anything that isn't reasonable or convenient.
 - ** Like oil. And 1500 other items your car might need.
 - *** Meanwhile, if you're missing a valve cap (and you probably are) and would like a pink one we will be happy to send you one free and post paid. Just fill out the coupon. If you'd also like a Fina credit card application just put an X in the right box.

-----[COUPON]-----

American Petrofina, Dallas, Texas

Dear Fina:

Please send me a Pink Valve Cap.

Please send me a Fina Credit Card Application.

Name _____ Address _____

City _____ State _____

© 1961 AMERICAN PETROFINA, DALLAS, TEXAS



William S. Gossage
Printwerbung für Fina, New York, 1961

NINE WAYS TO IMPROVE AN AD

BY FRED MANLEY

V. P., Creative Director
BBDO, San Francisco

with illustrations by
HAL RINEY

This article first appeared in CA twenty-five years ago, in the July/August 1963 issue, and we have been receiving comments and requests for reprints ever since. The original litho film disappeared, so our reproduction of the layout sketches is not the greatest. We had to shoot it dot for dot from our original printing, and CA used uncoated paper in those early days. This is discussed further in the Editor's column, page 10.

I'm sure you've seen a certain ad for the Volkswagen car, and heard it praised, and watched it pick up prizes the length and breadth of the land.

I'd like to nominate this ad as one of the most inept, most ineffectual, most misguided efforts of recent years.



Why? Because it's a perfect example of the disease that has spread throughout our business. A disease called "cleverness." Today, in some advertising quarters, cleverness is all that matters. You no longer have to have the selling idea. You no longer have to communicate that idea in clear, understandable terms. All you have to do is be witty. And amusing. And sophisticated. In short, "clever!" And the more sane, sensible, tried-and-true rules you break along the way, the better.

The result, of course, is advertising like this. Advertising that titillates the precious few who work along Madison Avenue. That wins awards from ingrown groups of art directors. That makes conversation pieces at cocktail parties in Westport, Connecticut. Advertising that utterly fails to communicate with anyone who lives anywhere west of the Hudson River.

These are serious charges, I know—but I'm prepared to prove them. With your permission, I'd like to show you what this ad could have been—if only it hadn't worshipped at the shrine of cleverness. In short, with the sensitive aid of art director Hal Riney, I'd like to reconstruct it step by step, following the sensible rules that guide so much of advertising today.

Fred Manley und Hal Riney
Nine Ways to Improve an Ad, illustrierter Artikel, in: *Communication Arts*
Juli/August 1963, S. 77–79

9 Ways to Improve an Ad

Rule: Show the product.

Don't turn it into a postage stamp or a test of failing eyesight. Show it. Boldly. Dramatically. Excitingly. Like this:



There. See the difference already? Now, I'll admit the headline no longer makes complete sense—but that brings us to another obvious improvement.

Rule: Don't use negative headlines.

"Think Small" may be very clever, very witty... but what an idea to leave in the minds of everyday readers.



"Think BIG!" Now I ask you—isn't that better? Isn't it more positive, more direct? And note, too, the interesting use of type to punch home the excitement of the idea.

Well that brings us to still another improvement—and one of the most important rules in all advertising.

Rule: Whenever possible, mention your product name in the headline.

Which the people who thought up this ad could have done so very, very easily.



See how the ad is beginning to jell? How it's really starting to come alive?

Let's see another way we can breathe some life into it—with a warming touch of humanity.

Rule: Whenever possible, show people enjoying your product.



That's more like it. A gracious mansion. A carefree band of dancers. And best of all, a proud pair of thoroughbreds.

Now for an improvement to correct a fault in the product itself. You'll note that the VW unfortunately, is totally lacking in news. From year to year, while other cars bring out a host of exciting changes—it stays its own dowdy self.

Rule: Always feature news in your advertisement. And if you have no news, invent it. Like this:



How's that for news?

Rule: (one of the most obvious of the bunch) Always give prominent display to your product logo.

And I don't mean an arty jumble of initials no one can read. I mean a proud unashamed logo like this:



There. Now they know who's paying for the ad!

Rule: Avoid all unpleasant connotation about your product.

Which brings us to a somewhat delicate area: the country of origin of the Volkswagen car. Now I don't have to dwell on the subject of World War II and its attendant unpleasantness for you to grasp my meaning. Let's simply say that it might be wise to "domesticate" the car, so to speak.



VOLKSWAGEN—THE ALL-AMERICAN CAR! And in a flash, apple strudel turns into good old apple pie!

Rule: Always tell the reader where he can buy your product.
Where can you buy a Volkswagen?



"At your friendly authorized Volkswagen dealer." Note the warmth of words like "friendly." And the use of "Authorized" to make sure that prospects don't stumble into places that are unauthorized.

One rule to go. The most important rule of all.

Rule: Always localize your ads.



And mind the way you spell the dealer's names.

There you have it. No clever, precious, self-conscious waste of space like the ad we started with; but an honest hard-hitting, two-fisted ad like this that really sells.

I said "sells."

Avis needs you. You don't need Avis. Avis never forgets this.



We're still a little hungry.
We're only No.2 in rent a cars.
Customers aren't a dime a dozen
to us.

Sometimes, when business is too
good, they get the short end and aren't
treated like customers anymore.

Wouldn't you like the novel experience of walking
up to a counter and not feel you're bothering somebody?

Try it.

Come to the Avis counter and rent a new, lively super-
torque Ford. Avis is only No.2 in rent a cars. So we have
to try harder to make our customers feel like customers.

Our counters all have two sides.

And we know which side our bread is buttered on.

Avis is only No.2. But we don't want your sympathy.



It hasn't come to this.

Have we been crying too much? Have we overplayed the underdog?

We didn't think so till David Biener, 11 years old, sent us 35¢, saying, "It may help you buy another Plymouth?"

That was an eye-opener.

So now we'd like to correct the false impression we've made.

We don't want you to rent Avis cars because you feel sorry for us. All we want is a chance to prove that a No.2 can be just as good as a No.1. Or even better. Because we have to try harder.

Maybe we ought to eliminate the negative and accentuate the positive.

Instead of saying "We're only No.2 in rent a cars," we could say "We're the second largest in the world!"

© AVIS RENT A CAR SYSTEM, INC.

Doyle Dane Bernbach
Printwerbung für Avis, New York, 1963–1967

LIKE RELATIONS (select appropriate box(es))

DEFINING WHAT YOU ARE LIKE:

Your sun sign is Aries () Taurus () Gemini () Cancer () Leo () Virgo () Libra () Scorpio ()
Sagittarius () Capricorn () Aquarius () Pisces ()

Name sun signs of others you generally like or relate to

Aries () Taurus () Gemini () Cancer () Leo () Virgo () Libra () Scorpio ()
Sagittarius () Capricorn () Aquarius () Pisces ()

Name those colors you generally like or respond to

red-magenta () orange-red () white () black () purple () green-blue () blue ()
green () brown-ochre () yellow () maroon-wine ()

Do you like yourself Yes, all the time () Yes, most of the time () Yes and No () No ()

What qualities do you like in a date

physical appeal () intelligence () loving nature () compatibility () style () enthusiasm ()
interest to you () mutual interest () can't be defined ()

How do you generally like to pass the time while on a date

smoking () arguing () driving () listening to rock () partying () intimately () drinking ()
conversing () dancing () watching TV () reading ()

Does the time tend to pass quickly or slowly quickly () varies () neither () slowly ()

(if it varies check one of the other boxes to give average experience)

DEFINING WHAT WOULD YOU LIKE YOUR DATE TO BE LIKE

Looks great () nice () O.K. () doesn't matter much ()

Color white () black ()

Age 15-18 () 18-21 () 21-25 () 25-30 () 30-35 () 35-40 () Over 40 ()

What qualities you would like your potential date to like in you

physical appeal () intelligence () loving nature () style () enthusiasm () compatibility ()
interest in her () no should ()

DEFINING WHAT RELATIONSHIP YOU WOULD LIKE

I see love as deep emotional feeling () sex () joy () poetry () nothing () eternity ()
giving () relationship () everything () eternity () salvation ()

I see in love deep emotional feeling () sex () joy () poetry () nothing () eternity ()
giving () relationship () everything () eternity () salvation ()

Do you wish relationship to last beyond initial relaxation Yes () No () Open ()

Do you wish the time to pass quickly () slowly () no time in particular ()

EXACT TIME AND PLACE OF BIRTH

DATE THIS PROGRAM WAS FILLED OUT

NAME

ADDRESS

SEX

AGE

SEND \$2.50 REMITTANCE TO: LIKES 501 LEXINGTON AVENUE,
NEW YORK, N.Y. 10017

You are guaranteed to receive names of three astrologically matched dates. You also will be getting a new questionnaire asking you about how the time passed (and for filling this out a special reduced rate is given for your next matching). So that with the passing time we learn more about astrology as a social science and improve the quality of the system. Then the ad change, in stages in order to better meet the more clearly defined needs of you, the participants.

Dartmouth's Rezoning Problems Solved?

By CLYDE BURNER Staff Writer

Dartmouth's rezoning problems may be solved here. A review by Alderman Allen Stockwell passed by city council last week that supported the planning director draft a master plan outlining the rezoning of the city where multiple and low income apartment complexes could be constructed. It virtually cleared up the city's apartment rezoning problems.

Explaining the rezoning yesterday in The Mail-Star, Ald. Stockwell said that the past several years citizens of Dartmouth have complained in fear of having property in their residential areas rezoned for some type of high density apartment building.

"We need people who spend 20 or 25 years wanting their home area's zoning pro-

perty adjacent to their home rezoned. They residential 'single family' to multiple housing is controversial."

GOOD FAITH

Ald. Stockwell said it is very unfair to require an area comprised completely of single family dwellings, "because built and purchased homes in good faith with the understanding that the area was zoned 'D' residential."

"I made the motion regarding the multiple housing plan in Hamilton Hall to be without warning that a large high-density community was going to spring up in their backyard overnight."

"The master plan will designate the areas of the city where multiple and low income housing units may be constructed, he said.

Ald. Stockwell said it is apparent Dartmouth requires

high-rise apartments but suggesting they be located on undeveloped lots close to existing facilities.

Mother Fears For Children

By JIM GOURLAY Staff Writer

The city of Dartmouth's financial inability to obtain police uniforms on city property is a dangerous hazard to children, according to mother of three advantage children Mrs. Sandy Dwyer of 42 Mount Edward Street.

Mrs. Dwyer says she can be alarmed and shocked at the condition of the most dangerous police uniforms on her streets and streets.

"In the middle of the most dangerous police uniforms on my street, I have seen them for ages waiting for a gap in the traffic, then design between parked cars to cross."

THE MAIL-STAR Dartmouth News

Saturday, October 15, 1982



JUST PAINTING AROUND

— living family spent part of yesterday "just painting around." His job was to

paint the gate of the residential house around Christ Church Cemetery, Park Avenue. A car had damaged the gate extensively when it pulled down its parked position on Victoria Road. (Barrett)



By Betty Church

Well, we're right into the last minute rush and preparations for our Grand Opening on Wednesday, October 20th. As you've seen by the paper and by the sign on office walls, area General Manager Bill Hamilton, is in the city, accepting and clearing in order to have everything as nice as possible on Wednesday morning.

- The sites are as follows:
- ...Just South near ... the
 - ...Just East ... the
 - ...Just West and a half ... the
 - ...Just East ... the
 - ...Just West and a half East ... the

That, it is not to be parked in the Paradise lot two and a half hours in the morning. For each additional hour after that time and a half hour, the charge will be 40¢ per hour ... on weekdays. In other words, it is the Paradise three and a half hour charge will be \$1.20.

- Now, a few of the benefits of parking in the parking at Scotia Square:
1. An assured place to park on the driving around and around waiting for a vacant spot on the street ... which, would take, it costs 50¢ per hour with a two hour maximum.
 2. CONVENIENT, UNDISTURBED access to the shopping malls, theatre and restaurants. The more you shop, the more you'll shop. You won't waste your time.
 3. Protection for your car from the elements ... see them in particular, that appear to get in their face just as the sun doesn't get in their face when it is out. Also, the car won't look like an area of a lot surrounded by trees because it is protected from the rays of the sun.

Just before I finish, it would about so-called free parking in it really isn't free. I have talked and I hope you do. Just when the sun doesn't get in their face when it is out. Keeping them clean of about keeping the road in the last place?

The best outcome will be about things that are happening at Scotia Square. Are you there, how do you feel about it?

Remember that in Scotia Square ... a parking facility replacement that will be a new world of shopping at Living at Scotia and at Paradise ... a city within a city ... in the heart of old Dartmouth.



WATCH FOR OUR BIG GRAND OPENING

around apartment buildings who suffer when the owners are only interested in profit.

Lady Sunday At Grace United

Lady Sunday will be observed at Grace United Church tomorrow at 11 a.m. in conjunction with the church's Thanksgiving observances.

Elder Philip Wraycraft, assisted by Mrs. Madeline Dallas, president of the United Church Women, and Doris MacFarlane Jr., will conduct the service.

The message will be given by the church volunteer L. J. Norton.

Ballet Classes

Ballet classes for the 4 to 12 and 13 to 18 age groups start Tuesday at Trinity School, Dartmouth. Lessons are scheduled to take place at 9:45 a.m. until 8:30 p.m.

The season for the classes is 10 weeks of instruction.

Mr. Dwyer had the consideration of Federal Labor involved so the site would) be rezoned again as the mall project developed.

IS YOUR INSURANCE UP TO DATE?



Anderson Brown Company

INSURANCE & REALTY LTD.

Get The Assured Plan
AUTO - FIRE - CASUALTY
278 WYSL ROAD
463-5300
DARTMOUTH

MOFFATT'S Pharmacy Ltd.

OPEN Tonight and Sunday

Open Every Week Night Every Week

with **FREE PARKING**

MOFFATT'S Pharmacy LIMITED

244 Portland Street • Tel. 461-2141 • 466-8248

Free Parking for our customers on our Downtown Street Parking Lot at Rear of our store.

You Ring - We Bring! Free City-Wide Delivery including Whistler! Express Package Code Harbour

Take the family out and enjoy "THANKSGIVING DINNER" At The New **DARTMOUTH INN** By the Mt. Her Beauty FOR RESERVATIONS CALL 468-8221

H. R. DOANE & COMPANY
WOODS, HODGINS, STEVENSON & DOANE
Chartered Accountants
HALIFAX 422-8221 DARTMOUTH 463-4908
British Insurance Bldg. Royal Bank Building

CITY OF DARTMOUTH
NOTICE NO GARBAGE COLLECTION

There will be no Garbage Collection on Thanksgiving Day, Monday, October 18. Garbage collection orders on the day will be collected on the following day, Tuesday, October 19th.
J. WORSLEY
City Engineer

Need Financing for Home Improvement and Home Remodeling Jobs?

Use Halliday's **HOMEPLAN**

- Long Terms (15 yrs to 25 years)
- Low Payments (as low as \$3.00)
- Low Interest (as low as 8 1/2%)
- Life Insured
- Choose Your Payment Date
- \$50 to \$10,000.00
- Purchase and Rating Security
- One Step Shopping

Now you can build your new Garage-Fence-Kitchen Playroom-Patio Additions and repairs to your home!

HALLIDAY Crafterman

LINKS - A COMPUTER-ASTROLOGICAL DATING / PLACEMENT SERVICE

LINKS RELATIONS (where appropriate) include:

DATING WHAT YOU ARE LIKE
You can sign up to find out how you can be sure to find the right person for you. You can also sign up to find out how you can be sure to find the right person for you.

DATING WHAT RELATIONSHIP YOU WOULD LIKE
You can sign up to find out how you can be sure to find the right person for you. You can also sign up to find out how you can be sure to find the right person for you.

EXACT TIME AND PLACE OF BIRTH

SEND \$20.00 RESISTANCE TO LINKS, 301 KINGSTON AVENUE, NEW YORK, N.Y. 10017

Homes for America

D. GRAHAM

Belleplain	Garden City
Brooklawn	Garden City Park
Colonia	Greenlawn
Colonia Manor	Island Park
Fair Haven	Levittown
Fair Lawn	Middleville
Greenfields Village	New City Park
Green Village	Pine Lawn
Plainsboro	Plainview
Pleasant Grove	Plandome Manor
Pleasant Plains	Pleasantside
Sunset Hill Garden	Pleasantville

Large-scale 'tract' housing 'developments' constitute the new city. They are located everywhere. They are not particularly bound to existing communities; they fail to develop either regional characteristics or separate identity. These 'projects' date from the end of World War II when in southern California speculators or 'operative' builders adapted mass production techniques to quickly build many houses for the defense workers over-concentrated there. This 'California Method' consisted simply of determining in advance the exact amount and lengths of pieces of lumber and multiplying them by the number of standardized houses to be built. A cutting yard was set up near the site of the project to saw rough lumber into those sizes. By mass buying, greater use of machines and factory produced parts, assembly line standardization, multiple units were easily fabricated.

Each house in a development is a lightly constructed 'shell' although this fact is often concealed by fake (half-stone) brick walls. Shells can be added or subtracted easily. The standard unit is a box or a series of boxes, sometimes contemptuously called 'pill-boxes.' When the box has a sharply oblique roof it is called a Cape Cod. When it is longer than wide it is a 'ranch.' A two-

story house is usually called 'colonial.' If it consists of contiguous boxes with one slightly higher elevation it is a 'split level.' Such stylistic differentiation is *adventitious* to the basic structure (with the possible exception of the split level whose plan simplifies construction on discontinuous ground levels). There is a recent trend toward 'two home homes' which are two boxes split by adjoining walls and having separate entrances. The left and right hand units are mirror reproductions of each other. Often sold as private units are strings of apartment-like, quasi-discrete cells formed by subdividing laterally an extended rectangular parallelepiped into as many as ten or twelve separate dwellings.

Developers usually build large groups of individual homes sharing similar floor plans and whose overall grouping possesses a discrete flow plan. Regional shopping centers and industrial parks are sometimes integrated as well into the general scheme. Each development is sectioned into blocked-out areas containing a series of identical or sequentially related types of houses all of which have uniform or staggered set-backs and land plots.

The logic relating each sectioned part to the entire plan follows a systematic plan. A development contains a limited, set number of house models.

ARTS MAGAZINE/December 1966-January 1967

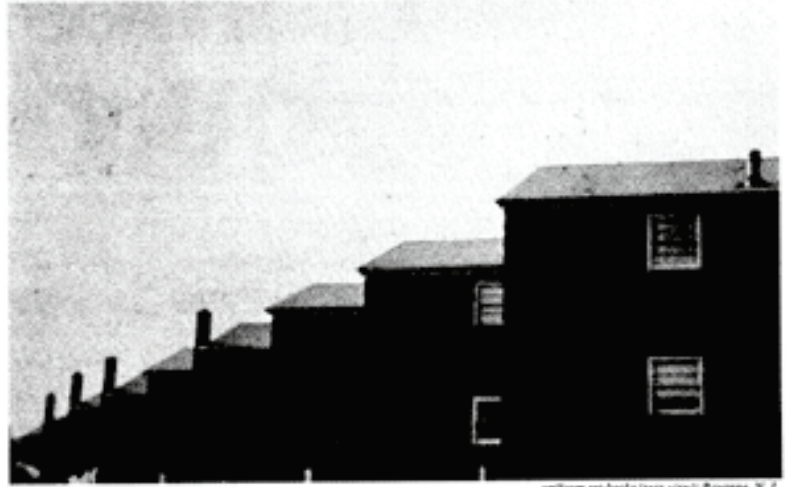
Dan Graham

Homes for America, 1966/1967

nicht realisiertes Layout für *Arts Magazine*, Dezember 1966/Januar 1967, o. S.

For instance, Cape Coral, a Florida project, advertises eight different models:

- | | |
|----------------|----------------|
| A The Sonata | E The Prelude |
| B The Concerto | F The Serenade |
| C The Overture | G The Nocturne |
| D The Ballet | H The Rhapsody |



aerial view of Cape Coral (rear view); Cape Coral, Fla.

In addition, there is a choice of eight exterior colors:

- | | |
|------------------|----------------|
| 1 White | 6 Bamboo |
| 2 Moonstone Grey | 7 Coral Pink |
| 3 Nickel | 8 Colonial Red |
| 4 Seafoam Green | |
| 5 Lawn Green | |



As the color series usually varies independently of the model series, a block of eight houses utilizing four models and four colors might have forty-eight times forty-eight or 2,304 possible arrangements.



split-level 'Two Home Home'; Jersey City, N. J.



aerial view of project, Jersey City, N. J.



aerial view; Jersey City, N. J.

Each block of houses is a self-contained sequence — there is no development — selected from the possible acceptable arrangements. As an example, if a section was to contain eight houses of which four model types were to be used, any of these permutational possibilities could be used:

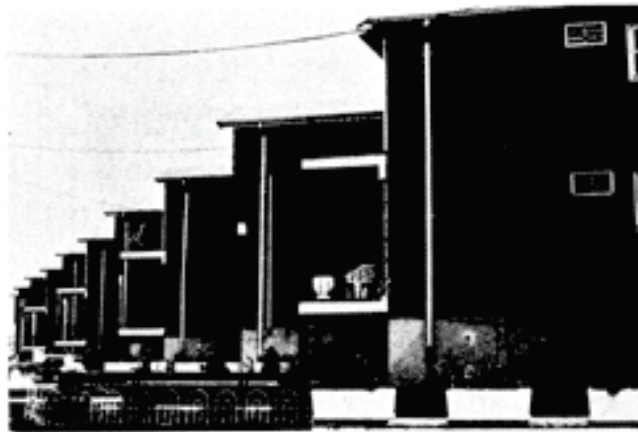
AABBCCDD	ABCDABCD
AABBDDCC	ABDCABDC
AACCBDD	ACBDACBD
AACDDBB	ACDBACDB
AADDCCBB	ADBCADBC
AADDBBCC	ADCBADCB
BBAACDD	BADCABDC
BBAADDCC	BACDBACD
BBCAADD	BCADBCAD
BBCDDAA	BCDABCDA
BBDDAAC	BDACBDAC
BBDDCAA	BDCABDCA
CCAABBDD	CABDCABD
CCAADDBB	CADBCADB
CCBBDDAA	CBADCBAD
CCBBAADD	CBDACBDA
CCDDAABB	CDABCDAB
CCDDBBAA	CDBACDBA
DDAABBCC	DACBDACB
DDAACBB	DABCDABC
DDBBAACC	DBACDBAC
DDBBCCAA	DBCADBCA
DDCCAABB	DCABDCAB
DDCCBBAA	DCBADCBA

The eight color variables were equally distributed among the house exteriors. The first buyers were more likely to have obtained their first choice in color. Family units had to make a choice based on the available colors which also took account of both husband and wife's likes and dislikes. Adult male and female color likes and dislikes were compared in a survey of the homeowners:

		'LIKE'	
		Female	Male
	Skyway Blue	Skyway Blue	Skyway Blue
	Lawn Green	Lawn Green	Colonial Red
	Nickle	Nickle	Patio White
	Colonial Red	Colonial Red	Yellow Chiffon
	Yellow Chiffon	Yellow Chiffon	Lawn Green
	Patio White	Patio White	Nickle
	Moonstone Grey	Moonstone Grey	Fawn
	Fawn	Fawn	Moonstone Grey
		'DISLIKE'	
		Female	Male
	Patio White	Patio White	Lawn Green
	Fawn	Fawn	Colonial Red
	Colonial Red	Colonial Red	Patio White
	Moonstone Grey	Moonstone Grey	Moonstone Grey
	Yellow Chiffon	Yellow Chiffon	Fawn
	Lawn Green	Lawn Green	Yellow Chiffon
	Skyway Blue	Skyway Blue	Nickle
	Nickle	Nickle	Skyway Blue



ground-level, Two Home Model, Jersey City, N.J.



exterior as-back (front view), Jersey City, N.J.

A given development might use, perhaps, *four* of these possibilities as an arbitrary scheme for different sectors; then select four from another scheme which utilizes the remaining four unused models and colors; then select four from another scheme which utilizes all eight models and eight colors; then four from another scheme which utilizes a single model and all eight colors (or four or two colors); and finally utilize that single scheme for one model and one color. This serial logic might follow consistently until, at the edges, it is abruptly terminated by pre-existent highways, bowling alleys, shopping plazas, car hops, discount houses, lumber yards or factories.

Although there is perhaps some aesthetic precedence in the row houses which are indigenous to many older cities along the east coast, and built with uniform façades and set-backs early this century, housing developments as an architectural phenomenon seem peculiarly gratuitous. They exist

apart from prior standards of 'good' architecture. They were not built to satisfy individual needs or tastes. The owner is completely tangential to the product's completion. His home isn't really possessable in the old sense; it wasn't designed to 'last for generations'; and outside of its immediate 'here and now' context it is useless, designed to be thrown away. Both architecture and craftsmanship as values are subverted by the dependence on simplified and easily duplicated techniques of fabrication and standardized modular plans. Contingencies such as mass production technology and land use economics make the final decisions, denying the architect his former 'unique' role. Developments stand in an altered relationship to their environment. Designed to fill in 'dead' land areas, the houses needn't adapt to or attempt to withstand Nature. There is no organic unity connecting the land site and the home. Both are without roots-separate parts in a larger, pre-determined, synthetic order.



Name:
Age: Sex: Male Female
Occupation:
Please check the following
data:

- 1) I like to draw circles.
dislike
- 2) I have always drawn circles
never well.
- 3) I am a better circle-
was now.
drawer in the past.
when I was (age).

Other comments regarding your
circle experience:

DRAW CIRCLE



© 1965 Yoko Ono

put
stamp
here

Send to:

YOKO ONO
EMPIRE STATE BLDG.
N. Y. C. 1, N. Y.

Yoko Ono
Draw Circle Event, 1964–1965
Postkarte
Offsetdruck, 8,9 x 21,6 cm



Marta Minujin
Minucode, 1968
Center for Inter-American Relations, New York
Performance-Dokumentation
Schwarz-Weiß-Fotografie

Jan DIBBETS
Born 1941, Weert, the Netherlands
Lives in Amsterdam, the Netherlands

How do you want to be represented in the catalogue? A page is the size of this sheet and each artist will have one page.

Photographs of the piece in the show?

Photographs of a previous piece?

Other photographs,

By a statement?

In any other way?

By this paper.

6 April 1970
Date

Jan Dibbets
Signature

43

Jan Dibbets
Beitrag zu *Information*, 1970
Ausst.-Kat. New York, Museum of Modern Art, 1970

Dan GRAHAM
Born 1942, Urbana, Illinois
Lives in New York

"March 31, 1966"

1,000,000,000,000,000,000,000,000.00000000 miles to edge of known universe
100,000,000,000,000,000,000.00000000 miles to edge of galaxy (Milky Way)
3,573,000,000.00000000 miles to edge of solar system (Pluto)
205.00000000 miles to Washington, D. C.
2.85000000 miles to Times Square, New York City
.38600000 miles to Union Square subway stop
.11820000 miles to corner 14th St. and First Ave.
.00367000 miles to front door, Apart. 1D, 153 1st Ave.
.00021600 miles to typewriter paper page
.00000700 miles to lens of glasses
.00000098 miles to cornea from retinal wall

Dan Graham
March 31, 1966, 1970
Beitrag zu *Information*, Ausst.-Kat. New York, Museum of Modern Art, 1970

Draw "Winky"



You may win one of five \$795.00 commercial art scholarships or any one of 100-\$10.00 cash prizes.

Let "Winky" help you test your talent. Draw her any size except like a tracing. Use pencil. Every qualified entrant receives a free professional estimate of his art talent.

Scholarship winners get the complete home study course in commercial art taught by Art Instruction Schools, Inc., one of America's leading home study art schools.

Try for an art scholarship in advertising art, illustrating, cartooning and painting. Your entry will be judged in the month received but not later than April 30, 1971. Prizes awarded for best drawings of various subjects received from qualified entrants age 14 and over. One \$25 cash award for the best drawing from entrants age 12 and 13. No drawings can be returned. Our students and professional artists not eligible. Contest winners will be notified. Send your entry today.

MAIL THIS COUPON TO ENTER CONTEST

ART INSTRUCTION SCHOOLS, INC.

Studio 1M-1060

500 South Fourth Street, Minneapolis, Minn. 55415

Please enter my drawing in your monthly contest.
(PLEASE PRINT)

Name _____

Occupation _____ Age _____

Address _____ Apt _____

City _____ State _____

County _____ Zip Code _____

Telephone Number _____

Accredited by the Accrediting Commission
of the National Home Study Council.
Approved for Veterans Training.



Found in Mom's Basement

Art Instructions Schools Inc.
Printanzeige, 1971

HALIFAX

7 DAYS-6 PLACEMENTS-7 COLORS
7 JOURS-6 EMBLEMES-7 COULEURS

FROM A WORK DONE BY DANIEL BUREN
D'APRÈS UN TRAVAIL DE DANIEL BUREN

Daniel Buren

Halifax. 7 Days – 6 Placements – 7 Colors, 1974

Postkartenserie, 7 Bildpostkarten (Halifax, 11.4.-17.4.1973),

Umschlag, Offsetdruck, 11 x 16,4 cm

Nova Scotia, Kanada

PERMUTATIONS

7 Days - 6 Placements - 7 Colors

DATES	PLACEMENTS	OMISSIONS
11.4.73	1 2 3 4 5 6	Yellow 7
12.4.73	7 1 2 3 4 5	Violet 6
13.4.73	6 7 1 2 3 4	Pink 5
14.4.73	5 6 7 1 2 3	Orange 4
15.4.73	4 5 6 7 1 2	Green 3
16.4.73	3 4 5 6 7 1	Gray 2
17.4.73	2 3 4 5 6 7	Blue 1

Location: Corner of Granville St. and Buckingham St., Halifax, Nova Scotia, Canada

Works by Daniel Buren















Announcement of a series of works done by Daniel Buren in Halifax April 1973, reprinted for a summary of a sequence of 7 post cards, souvenirs of these works (Peter Sheppard photographer).

Annonce d'une série de travaux effectués par Daniel Buren à Halifax en Avril 1973, reproduite comme sommaire d'une suite de 7 cartes postales, souvenirs de ces travaux (Peter Sheppard, photographe).

— Published by MUSEUM OF CONTEMPORARY ART, Paris France — and the Lithography Workshop of U.S.C.A.C., Halifax Canada. —



© Daniel Buren 1974
Printed in France

THIS SEQUENCE OF POST CARDS IS ONLY A PRESENTATION FOR THE PURPOSE OF RECORDING A SPECIFIC WORK AND MAY NOT BE SHOWN, IN ANY OTHER CONTEXT CONCERNING PRESENTATION.

CETTE SERIE DE CARTES POSTALES N'EST QUE LA PRESENTATION D'UN TRAVAIL SPECIFIQUE PASSE, ET NE PEUT EN AUCUN CAS ETRE EXPOSEE SOUS TOUTE AUTRE PRESENTATION, QUELLE QU'ELLE SOIT.

Daniel BUREN.

© Daniel Buren. All rights reserved 1974. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means without the prior permission of the artist and publishers.



Daniel Buren
Chez Georges, 1974
Paris, Postkarte, Bild- und Schriftseite
Offsetdruck, 10,8 x 15,2 cm

CHEZ GEORGES Restaurateur

273, boulevard Péreire, "à la Porte Maillot"
75017 PARIS



DONNER SON SANG
C'EST DONNER
LA VIE



Rolf et Barbara Preisig

Wettsteinallee 6

CH - 4058 BASEL

SVISSE

Sur les stores entourant le restaurant à l'angle de la rue du Débarcadère et du boulevard Péreire, la cinquième bande en partant de la droite et la cinquième bande en partant de la gauche ont été recouvertes sur chacun des stores de peinture blanche acrylique par Daniel Buren. Réalisé le 22 septembre 1974.

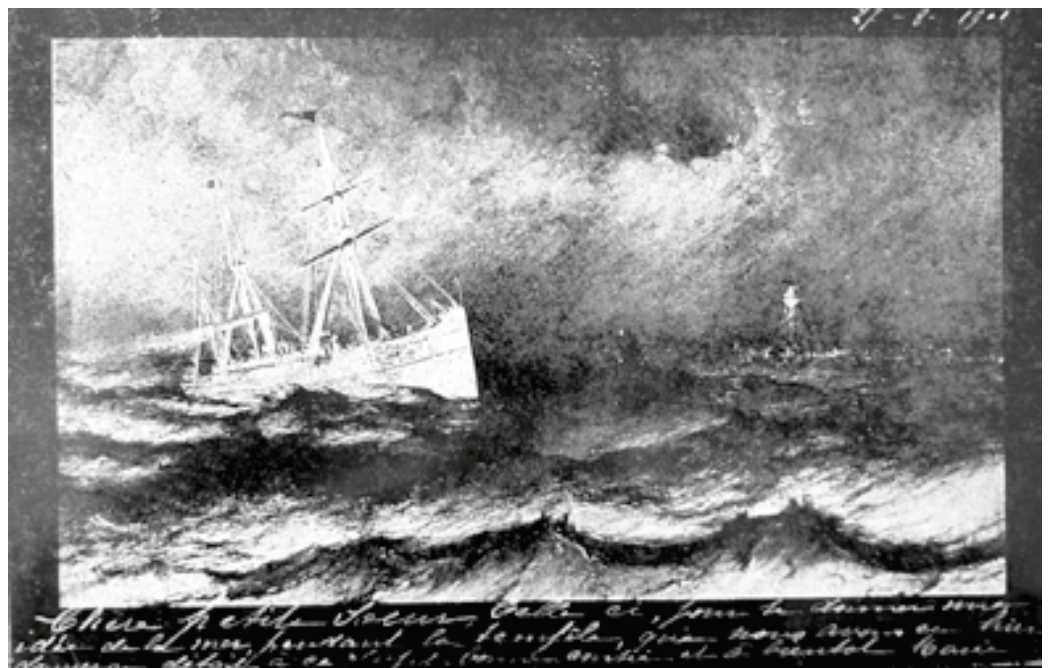
On the awnings surrounding the restaurant at the corner of rue du Débarcadère and boulevard Péreire, the 5th stripe from the right and the 5th stripe from the left have been covered on both of the awnings with white acrylic paint by Daniel Buren. Installed 22 September 1974.

PHOTO SOUVENIR : ROGER MAJARDUIL - IMP. RENÉ BELLEVILLE, PARIS-17

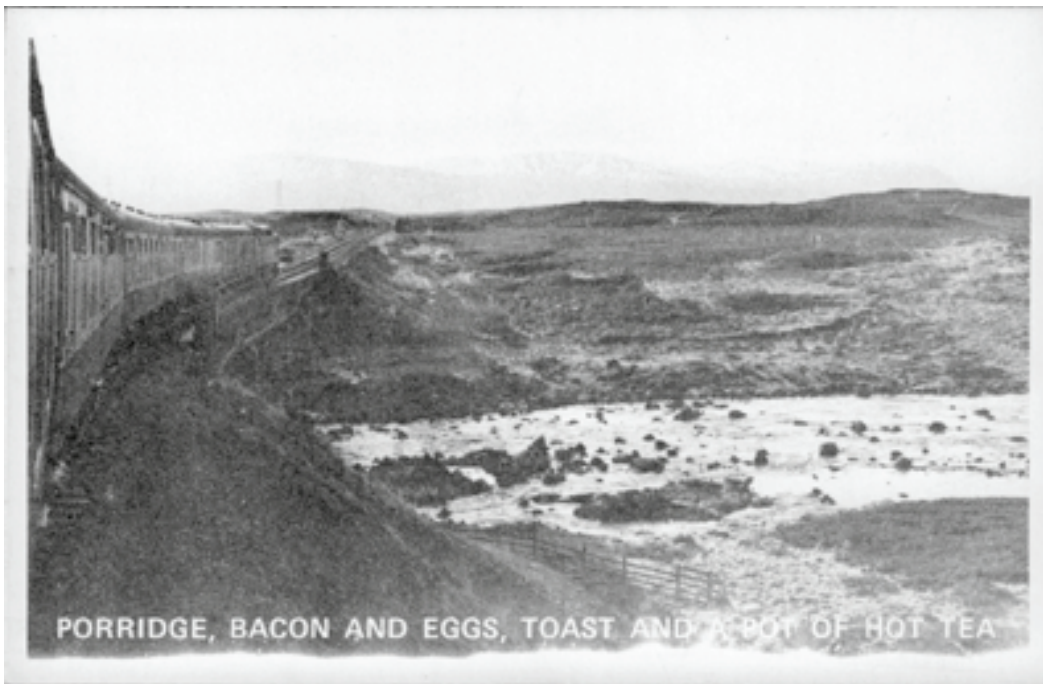
Inv. 200 2, 70 / 984



Bas Jan Ader
In Search of the Miraculous, 1975
Einladungskarte, Claire Copley Gallery, Los Angeles
Offsetdruck, 10,8 x 15,2 cm



Marcel Broodthaers
Einladungskarte, 1972
Michael Werner Galerie, Köln
Offsetdruck, 8,8 x 13,8 cm



Hamish Fulton
Porridge, Bacon and Eggs, Toast and a Pot of Tea, 1972
Einladungskarte, Konrad Fischer Galerie, Düsseldorf
Offsetdruck, 9,1 x 14 cm



Richard Long
Einladungskarte, 1968
Konrad Fischer Galerie, Düsseldorf
Offsetdruck, 8,9 x 14 cm



Daniel Buren
Position – Proposition, 1969
Einladungskarte, Konrad Fischer Galerie, Düsseldorf
Bild- und Schriftseite
Offsetdruck, 10,5 x 14 cm



DRUCKSACHE



DANIEL BÜREN
BEI
KONRAD FISCHER
DÜSSELDORF
NEUBRÜCKSTR. 12
TEL. 321464
VOM 30. SEPT - 12. OKT. 1969
ERÖFFNUNG: DIENSTAG 30.9. 18 UHR

Herrn und Frau
Hans Möller

4021 Hubbelrath
Büngershof

POSITION - PROPOSITION



Daniel Buren
Recapitulation. Daniel Büren Position – Proposition, 1969
Bildpostkarte, Konrad Fischer Galerie, Düsseldorf
Bild- und Schriftseite
Offsetdruck, 11 x 16,4 cm

RECAPITULATION

DANIEL BÜREN POSITION - PROPOSITION
BEI KONRAD FISCHER, DÜSSELDORF

WEISSE UND BLAUE SENKRECHTE STREIFEN, JEDER 8,7 CM BREIT, WAREN ZU SEHEN AM:
WHITE AND BLUE VERTICAL STRIPES, EACH 8,7 CM WIDE, WERE VISIBLE AT:
DES BANDES VERTICALES BLANCHES ET BLEUES, DE 8,7 CM DE LARGE CHACUNE, ONT
ETE VISIBLES A:

20.9.69 KUNSTHALLE, DÜSSELDORF
30.9.69 BEI KONRAD FISCHER, NEUBRÜCKSTR.12, DÜSSELDORF
30.9.69 RATINGERSTR.4 (OUTSIDE), DÜSSELDORF
2.10.69 RHEINSTR.3, GÄSTEHAUS NINA, ZIMMER 5, DÜSSELDORF
3.10.69 AN 3 STELLEN (3 PIECES), PARKPLATZ, GRABBEPLATZ, DÜSSELDORF (PHOTO)
5.10.69 BEI DR.HOCK, KLIEDBRUCHSTR.53, KREFELD
6.10.69 AN 2 STELLEN (2 PIECES), STERNSTR.35, DÜSSELDORF
6.10.69 LITFASS-SÄULE, ROCHUSSTR., DÜSSELDORF
7.10.69 AN 2 LITFASS-SÄULEN, PRINZ-GEORG-STR., DÜSSELDORF



Daniel Buren
photo-souvenir, 1969
Bern, Schwarz-Weiß-Fotografie



37.



38.



39.



40.

Daniel Buren
photo-souvenir, 1969
Düsseldorf, Schwarz-Weiß-Fotografien



Daniel Buren
photo-souvenir, 1973
New York, Farbfotografie

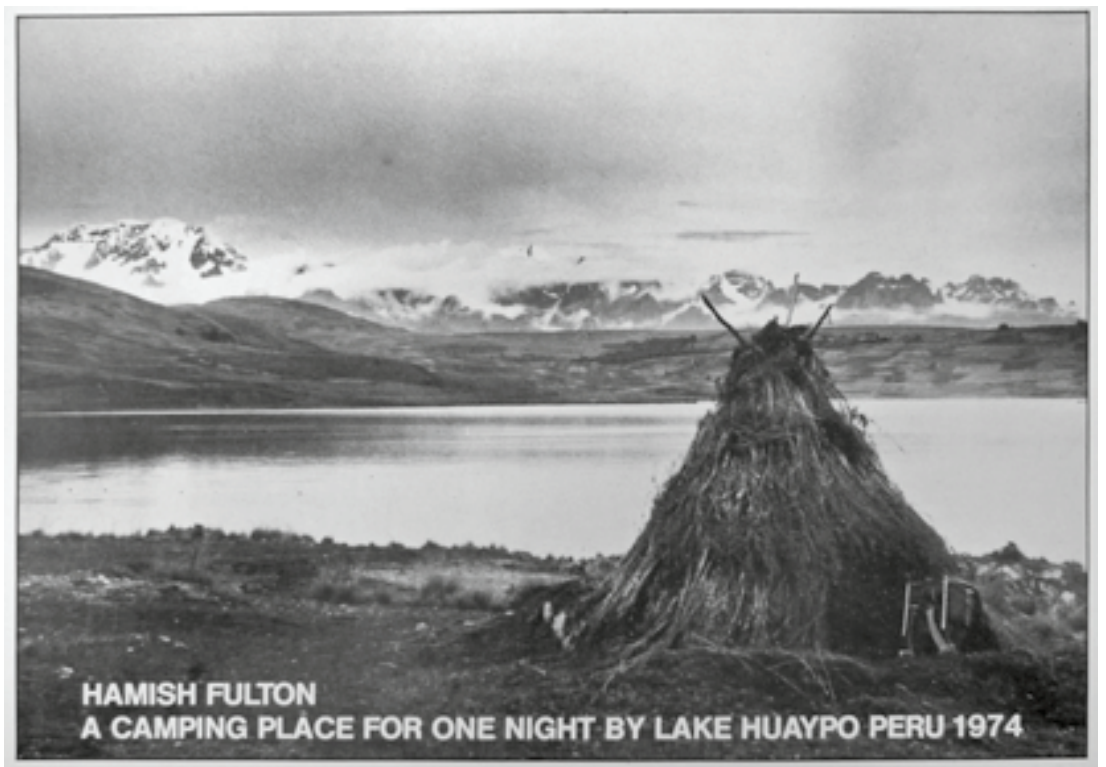


63.



66.

Daniel Buren
photo-souvenir, 1971
Paris, Schwarz-Weiß-Fotografien



Hamish Fulton A Camping Place for One Night by Lake Huaypo Peru 1974, 1974
Einladungskarte, Konrad Fischer Galerie, Köln
Offsetdruck, 10,2 x 14,6 cm



Gilbert & George
Gentlemen, 1973
Bildpostkarte, London
Bild- und Schriftseite
Offsetdruck, 14 x 8,9 cm



1st



CARD



REMEMBER to use the POST CODES

Spring 1972

Having a lovely time. Wish you were here.

Lots of love

Lilbet & George
THE SCULPTORS

Art for All 12 Fournier St., London E1 247 0161

Gustav Adolf Baum
Hans Boltzberg
56 Wuppertal-Sannborn
Zur Waldesruh
GERMANY.

Thanks R.H.&R.

155.2002.70



Gilbert & George

Human Sculpture, 1972

Bildpostkarte, London, in Zusammenarbeit mit dem Westfälischen Kunstverein

Bild- und Schriftseite

Offsetdruck, 10,6 x 15,2 cm

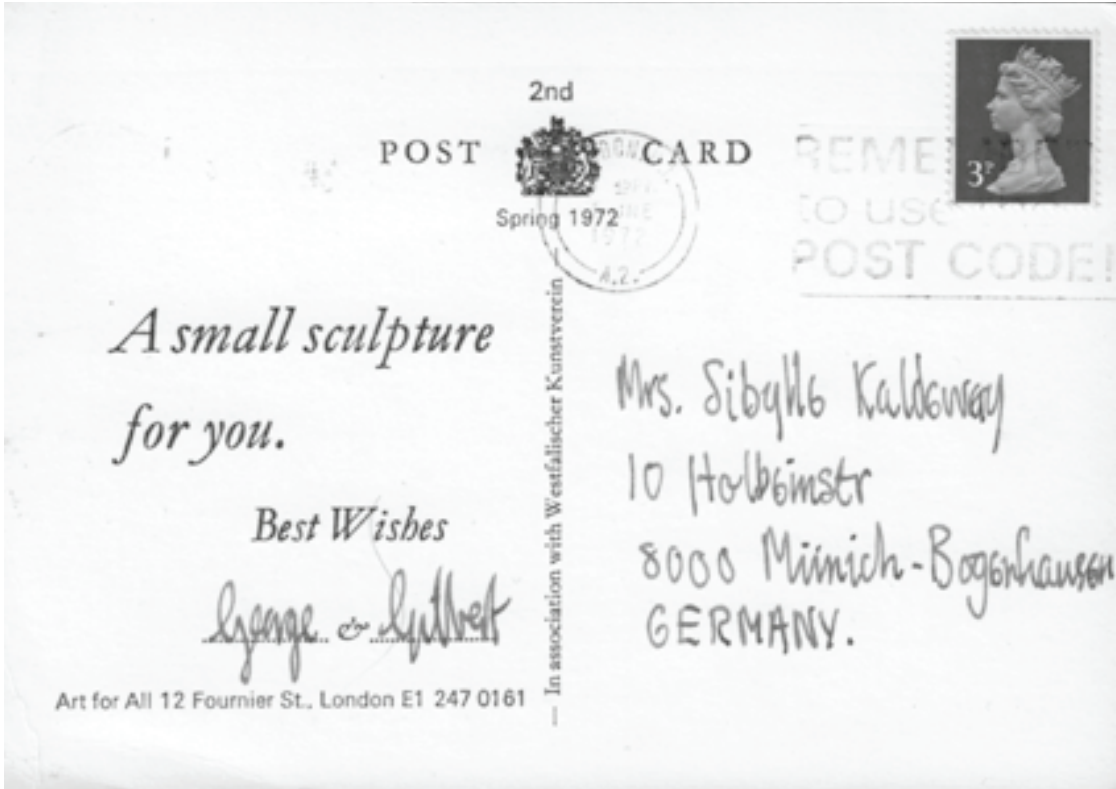


Abb.65b



Jan Dibbets
Bildpostkarte, Datierung unlesbar, Amsterdam
Bild- und Schriftseite

your address was written while
I was standing at the spot as
indicated at the overside.

van dibbets series 1 5722

AIR MAIL

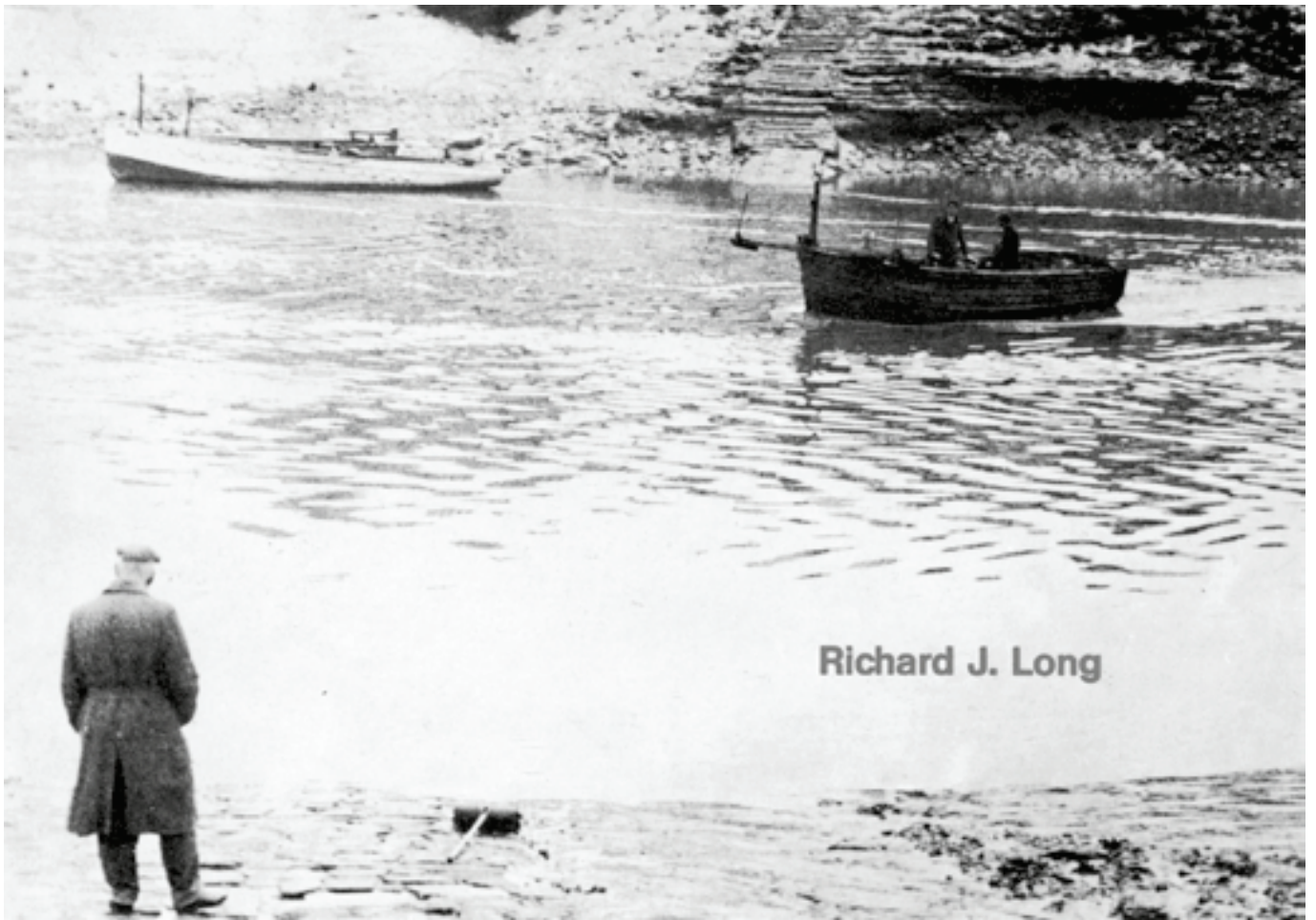
AMSTERDAM
Brug over de Leidgracht
Bridge across the Leidgracht
Pont sur le Leidgracht
Brücke über die Leidgracht

goed geschreven
vlot gelezen
vlot bezorgd



Mr. Seth Siegelman
138 Prince St.
New York 10012
NY / U.S.A





Richard Long
Einladungskarte, 1969
Konrad Fischer, Düsseldorf
Offsetdruck, 14,8 x 21 cm

Homes for America

D. GRAHAM

- | | |
|---------------------|------------------|
| Belteplan | Garden City |
| Brooktown | Garden City Park |
| Colonia | Greenlawn |
| Colonia Manor | Island Park |
| Fair Haven | Lewtown |
| Fair Lawn | Middleville |
| Greenfields Village | New City Park |
| Green Village | Pine Lawn |
| Plainsboro | Plainview |
| Pleasant Grove | Plainsboro Manor |
| Pleasant Plains | Pleasantide |
| Sunset Hill Garden | Pleasantville |

Large-scale 'trac' housing 'developments' comprise the new city. They are located everywhere. They are not particularly bound to existing communities, they fail to develop either regional characteristics or separate identity. These projects date from the end of World War II when in southern California speculators as 'inventive' builders adapted mass production techniques to quickly build many homes for the defense workers over-concentrated there. This 'California Method' consisted simply of determining in advance the exact amount and lengths of pieces of lumber and multiplying them by the number of standardized homes to be built. A cutting yard was set up near the site of the project to saw rough lumber into these sizes. By mass buying, greater use of machines and factory produced parts, assembly line standardization, multiple units were easily fabricated.



'The Serenade', Cape Coral model, Fla.

Each house in a development is a lightly constructed 'shell' although this fact is often concealed by fake (half stone) brick walls. Shells can be added or subtracted easily. The standard unit is a box or a series of boxes, sometimes contemporarily called 'pillboxes.' When the box has a sharply oblique roof it is called a Cape Cod. When it is longer than wide it is a 'trac.' A



247-look, Sunny City, New Jersey

The logic relating each sectioned part to the entire plan follows a systematic plan. A development contains a limited, set number of house models. For instance, Cape Coral, a Florida project, advertises eight different models:

- A The Sonata
- B The Concerto
- C The Overture
- D The Ballet
- E The Prelude
- F The Serenade
- G The Nocturne
- H The Bluepoodle



The Efficient Housing, 'The Serenade', Sunny City, Fla.



247-look, Pleasance, development, Sunny City, N.J.

two-story house is usually called 'colonial.' If it consists of contiguous boxes with one slightly higher elevation it is a 'split level.' Such stylistic differentiation is advantageous to the basic structure (with the possible exception of the split level whose plan simplifies construction on discontinuous ground levels).

There is a recent trend toward 'two home homes' which are two boxes split by adjoining walls and having separate entrances. The left and right hand units are mirror reproductions of each other. Often sold as private units are strings of apartment-like, quasi-discrete cells formed by subdividing laterally an extended rectangular parallelogram into as many as ten or twelve separate dwellings.

Developers usually build large groups of individual homes sharing similar floor plans and whose overall grouping possesses a discrete flow plan. Regional shopping centers and industrial parks are sometimes integrated as well into the general scheme. Each development is sectioned into blocked-out areas containing a series of identical or sequentially related types of houses all of which have uniform or staggered setbacks and lot plans.

In addition, there is a choice of eight exterior colors:

- 1 White
- 2 Moonstone Grey
- 3 Nickel



LAWN GREEN

- 4 Seashell Green
- 5 Lawn Green
- 6 Bamboo
- 7 Coral Pink
- 8 Colonial Red

As the color series usually varies independently of the model series, a block of eight houses utilizing four models and four colors might have forty-eight times forty-eight or 2,304 possible arrangements.

Don Graham



247-look, Sunny City, New Jersey



247-look, Sunny City, New Jersey

Dan Graham

Homes for America, 1966-1967

2-teilig, Farbstift, Filzstift, Schwarz-Weiß- und Farbfotografien auf Papier

je 101,4 x 84,5 cm



Living Room, Model Home, Devo, Chicago, 1947

Each block of houses in a self-contained sequence — there is no development — selected from the possible acceptable arrangements. As an example, if a section was to contain eight houses of which four model types were to be used, any of these permutations possibilities could be used.



Bedroom of Model Home, Chicago, 1947

The 8 color variables were equally distributed among the house exterior. The first layers were more likely to have obtained their first choice in color. Family units had to make a choice based on the available colors which also took account of both husband and wife's likes and dislikes. Adult male and female color likes and dislikes were compared in a survey of the housewives.

Like

- Male
- Skyway Blue
 - Colonial Red
 - Patio White
 - Yellow Chiffon
 - Lawn Green
 - Nickle
 - Fawn
 - Mountain Grey

Female

- Skyway Blue
- Lawn Green
- Nickle
- Colonial Red
- Yellow Chiffon
- Patio White
- Mountain Grey
- Fawn



Street Level, 'The New Home', Devo, Chicago, 1947



'Street Level', 'The New Home', Devo, Chicago, 1947



The Family Walk, Devo, Chicago, 1947

- | | |
|----------|----------|
| AABBCDD | ABCDAACD |
| AABBCDD | ABCDAACD |
| AACCBBDD | ACBDAACD |
| AACCBBDD | ACBDAACD |
| AACCBBDD | ACBDAACD |
| AADDCCBB | ADBCAACD |
| AADDCCBB | ADBCAACD |
| BBAAADD | BACDBACD |
| BBAAADD | BACDBACD |
| BBCCDDAA | BCADBCAD |
| BBCCDDAA | BCADBCAD |
| BBDDCCAA | BDACBCDA |
| BBDDCCAA | BDACBCDA |
| CCAAABDD | BCDCAACD |
| CCAAABDD | BCDCAACD |
| CCAAABDD | BCDCAACD |
| CCBBDDAA | CBADCBAD |
| CCBBDDAA | CBADCBAD |
| CCBBDDAA | CBADCBAD |
| CCDDAABB | CDACBCDA |
| CCDDAABB | CDACBCDA |
| CCDDAABB | CDACBCDA |
| DDAAABCC | DACDBACB |
| DDAAABCC | DACDBACB |
| DDAAABCC | DACDBACB |
| DDBBAAAC | DBACDBAC |
| DDBBAAAC | DBACDBAC |
| DDBBAAAC | DBACDBAC |
| DDCCAAAB | DCABDCAB |
| DDCCAAAB | DCABDCAB |
| DDCCAAAB | DCABDCAB |

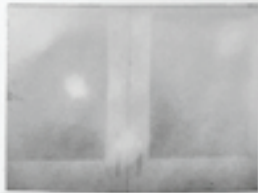
Dislike

- Male
- Lawn Green
 - Colonial Red
 - Patio White
 - Mountain Grey
 - Fawn
 - Yellow Chiffon
 - Nickle
 - Skyway Blue

Female

- Patio White
- Fawn
- Colonial Red
- Mountain Grey
- Yellow Chiffon
- Lawn Green
- Skyway Blue
- Nickle

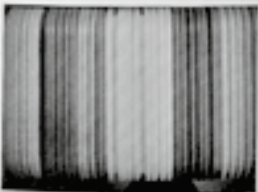
Although there is perhaps some aesthetic preference in the new houses which are indigenous to many older cities along the west coast, and built with western loggins and set-backs early this century, housing developments as an architectural phenomenon seem peculiarly gratuitous. They exist apart from prior standards of good architecture. They were not built to satisfy individual needs or tastes. The owner is completely subservient to the product's completion. His home isn't really penetrable in the old sense; it wasn't designed to last for generations; and outside of its immediate 'here and now' context it is useless, designed to be thrown away. Both architecture and craftsmanship as values are subverted by the dependence on simplified and easily duplicated techniques of fabrication and standardized modular plans. Conspicuous such as mass production technology and land use economics make the final decision, denying the architect his former 'unique' role. Developments stand in an altered relationship to their environment. Designed to fit in 'local' land areas, the houses seldom adapt to or attempt to withstand Nature. There is no organic unity connecting the land site and the house. Both are without roots — separate parts in a larger, predetermined, synthetic order.



General View, Model Home, Devo, Chicago, 1947



Car Show, Devo, Chicago, 1947



'General View', General View, Devo, Chicago, 1947

A given development might use, perhaps, four of these possibilities as an arbitrary scheme for different sections. One select four from another scheme which utilizes the remaining four unused models and colors, then select four from another scheme which utilizes all eight models and eight colors, then four from another scheme which utilizes a single model and all eight colors (or four or two colors), and finally select that single scheme for one model and one color. This serial logic might follow consistently until, at the edges, it is always terminated by pre-existent highways, bowling alleys, shopping plazas, car lots, discount houses, lumber yards or factories.



Arthur Ross, 'General View', Devo, Chicago, 1947

ARTS MAGAZINE, December 1946-January 1947

Don Mackinnon



A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled. 1966–1979
Ausstellungsansicht
Haus der Kunst München, 2012

Bibliografie

Literatur

Alle URL wurden zuletzt am 21.08.2018 überprüft.

Abramović u. a. 1998

Marina Abramović. Artist Body. Performances 1969–1997, Ausst.-Kat. Bern, Kunstmuseum Bern, 1.4.–1.6.1998, hrsg. von Marina Abramović, Velimir Abramović und Toni Stooss, Milano: Charta, 1998.

Adorno 1960

Theodor W. Adorno, „Kultur und Verwaltung“, in: *Merkur*, Bd. 14, Nr. 2, Februar 1960, S. 101–121.

Advertising 1963

Advertising, Today, Yesterday, Tomorrow. An Omnibus of Advertising, hrsg. von Carroll B. Larrabee u. a., New York: McGraw-Hill, 1963.

Alberro 2009

Alexander Alberro, „Institutions, Critique, and Institutional Critique“, in: Alberro/Stimson 2009, S. 2–19.

Alberro 2004

Ders., „Content, Context, and Conceptual Art. Dan Graham's Schema (March 1966)“, in: Corris 2004, S. 50–62.

Alberro 2003

Ders., *Conceptual Art and the Politics of Publicity*, Cambridge, MA: MIT Press, 2003.

Alberro 1999

Ders., „A Media Art. Conceptualism in Latin America in the 1960s“, in: *Rewriting Conceptual Art*, hrsg. von Michael Newman und John Bird, London: Reaction Books, 1999, S. 140–151.

Alberro/Blake 1999

Ders. und Simon Blake (Hg.), *Conceptual Art. A Critical Anthology*, Cambridge, MA: MIT Press, 1999.

Alberro/Stimson 2009

Ders. und Blake Stimson (Hg.), *Institutional Critique. An Anthology of Artists' Writings*, Cambridge, MA: MIT Press, 2009.

Allen 2011

Gwen Allen, *Artists' Magazines. An Alternative Space for Art*, Cambridge, MA: MIT Press, 2011.

Antin 1999

Eleanor Antin, *100 Boots*, hrsg. von Patricia Aitken Smith, Philadelphia/London: Running Press, 1999.

Antin 1999a

Dies., „Remembering 100 Boots“, in: Antin 1999, o. S.

Appadurai 1986

Arjun Appadurai (Hg.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge Cambridgeshire/New York: Cambridge University Press, 1986.

Arts 1973

„100 Boots Head East“, in: *The Arts Saturday Review*, 3.3.1973, S. 54.

Auslander 1999

Philip Auslander, *Liveness. Performance in a Mediatized Culture*, London/New York: Routledge, 1999.

Barthes 2000 (1968)

Roland Barthes, „Der Tod des Autors“, in: *Texte zur Theorie der Autorschaft*, hrsg. von Fotis Jannidis u. a., Stuttgart: Reclam, 2000, S. 185–193 (zuerst „La mort de l'auteur“, in: *Manteia*, 1968, „The Dead of the Author“, in: *Aspen*, Nr. 5+6, 1967).

Bell 1973

Daniel Bell, *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*, New York: Basic Books, 1973.

Below/Bismarck 2005

Globalisierung/Hierarchisierung. Kulturelle Dominanzen in Kunst und Kunstgeschichte, hrsg. von Irene Below und Beatrice von Bismarck, Marburg: Jonas Verlag, 2005.

Berger 2001

Warren Berger, *Advertising Today*, London: Phaidon, 2001.

Berkley 1971

George E. Berkley, *The Administrative Revolution. Notes on the Passing of Organization Man*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1971.

Bismarck 2010a

Beatrice von Bismarck, *Auftritt als Künstler. Funktionen eines Mythos*, Köln: König, 2010.

Bismarck 2010b

Dies., „R. S. V. P. Louise Lawler und die Kunst des Einladens“, in: *Kunsthandeln*, hrsg. von Karin Gludovatz, Zürich: Diaphanes 2010, S. 73–86.

Bismarck 2003

Dies., „Kuratorisches Handeln. Immaterielle Arbeit zwischen Kunst und Managementmodellen“, in: Osten 2003, S. 81–98.

Blumenberg 1997

Hans Blumenberg, *Paradigmen zu einer Metaphorologie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997.

Boltanski/Chiapello 2006 (1999)

Luc Boltanski und Eve Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz: UVK, 2006 (1999).

Boltanski/Chiapello 2001

Dies., „Die Rolle der Kritik in der Dynamik des Kapitalismus und der normative Wandel“, in: *Berliner Journal für Soziologie*, Bd. 11, Nr. 4, 2001, S. 459–477.

Boorstin 1992 (1961)

Daniel J. Boorstin, *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*, New York: Vintage Books, 1992 (zuerst *The Image or What Happend to the American Dream*, New York, 1961).

Bourriaud 1998

Nicolas Bourriaud, *Relational Aesthetics*, Nice: Les Presses du Reel, 1998.

Boym 2007

Svetlana Boym, „Nostalgia and Its Discontents“, in: *The Hedgehog Review*, Sommer 2007, S. 7–18.

Brauer/Dander 2010

Eva Brauer und Patrizia Dander, „Chronology. Dated Collection 1966–1978“, in: *Dated* 2010, S. 297–309.

Bröckling 2007

Ulrich Bröckling, *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2007.

- Buchloh 1990
Benjamin H. D. Buchloh, „Conceptual Art 1962–1969. From the Aesthetic of Administration to the Critique of Institutions“, in: *October*, Nr. 55, Winter 1990, S. 105–143 (zuerst in: *L'art conceptuel. Une perspective*, Ausst.-Kat. Paris, Musée d'art moderne de la Ville der Paris, 1989). „Von der Ästhetik der Verwaltung zur institutionellen Kritik“, in: *Um 1968: konkrete Utopien in Kunst und Gesellschaft*, Ausst.-Kat. Düsseldorf, Städtische Kunsthalle, Köln: DuMont, 1990, S. 86–99.
- Buchmann 2007
Sabeth Buchmann, *Denken gegen das Denken. Produktion, Technologie, Subjektivität bei Sol LeWitt, Yvonne Rainer und Hélio Oiticica*, Berlin: b-books, 2007.
- Buren 2014
Daniel Buren, *Catalogue raisonné 1967–1972*, Paris, 2014, <http://catalogue.danielburen.com/art-works/index/period:All>.
- Buren 1995
Daniel Buren. Achtung! Texte 1967–1991, hrsg. von Gerti Fietzek und Gudrun Inboden, Dresden/Basel: Verlag der Kunst, 1995.
- Buren 1995 (1987)
Ders., „Terminologie“, in: Buren 1995, S. 367–384 (engl. „Terminology“, in: *Daniel Buren. Metamorphoses – Works in situ*, Ausst.-Kat. Amherst, University of Massachusetts, Fine Arts Center, University Gallery, 1987).
- Buren 1995 (1969)
Ders., „Achtung!“, in: Buren 1995, S. 59–84 (frz., dt., engl., in: *Konzeption – Conception*, Ausst.-Kat. Leverkusen, Städtisches Museum, 1969).
- Buren 1989
Daniel Buren. Erinnerungsphotos 1965–1988, hrsg. von JeanLouis Maubant, Basel: Wiese Verlag, 1989.
- Caesar 2005
Catherine Caesar, *Personae. The Feminist Conceptual Work of Eleanor Antin and Martha Rosler 1968–1980*, Emory: Graduate School of Emory University, 2005.
- Castells 2005
Manuel Castells, „The Network Society. From Knowledge to Policy“, in: *The Network Society. From Knowledge to Policy*, hrsg. von dems. und Gustavo Cardoso, Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005, S. 3–21.
- Challis 2005
Clive Challis, *Helmut Krone. The Book. Graphic Design and Art Direction (Concept, Form and Meaning). After Advertising's Creative Revolution*, Cambridge: Cambridge Enchorial, 2005.
- Chandler/Lippard 1968
John Chandler und Lucy R. Lippard, „The Dematerialization of Art“, in: *Art International*, 20.2.1968, S. 31–36.
- Choi u. a. 2008
On Knowledge Production. A Critical Reader in Contemporary Art, hrsg. von Binna Choi, Maria Hlavajova und Jill Winder, Utrecht/Frankfurt am Main: BAK/Revolver, 2008.
- Corris 2006
Michael Corris, „The Dialogical Imagination. The Conversational Aesthetic of Conceptual Art“, in: *Neo-avant-garde*, hrsg. von David Hopkins und Anna Katharina Schaffner, Amsterdam: Rodopi, 2006, S. 301–310.
- Corris 2004
Conceptual Art. Theory, Myth, and Practice, hrsg. von Michael Corris, Cambridge: University Press, 2004.
- Crane 1987
Diana Crane, *The Transformation of the Avant-Garde. The New York Art World 1940–1985*, Chicago: University of Chicago Press, 1987.
- Daled 2010
A Bit of Matter and a Little Bit More. The Collection and Archives of Herman and Nicole Daled 1966–1979, Ausst.-Kat. München, Haus der Kunst, 30.4.–25.7.2010, hrsg. von Patrizia Dander und Ulrich Wilmes, Haus der Kunst, München: König, 2010.
- Daled 2010a
Herman und Nicole Daled, „Memorandum. About the Collection and its Presentation“, in: Daled 2010, S. 283–295.
- Deleuze/Guattari 2004 (1972)
Gilles Deleuze und Félix Guattari, *Anti-Ödipus*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2004 (frz., *L'anti-Oedipe*, Paris: Les Éditions de Minuit, 1972).
- Deleuze/Guattari 1987
Ders., *A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987 (frz. *Mille plateaux*, Paris: Les Éditions de Minuit, 1980).
- Deleuze/Guattari 1977
Ders., *Rhizom*, Berlin: Merve, 1977 (frz. *Rhizome: introduction*, Paris: Les Éditions de Minuit, 1976).
- Dercon u. a. 2010
Chris Dercon, Dirk Snauwaert und Ulrich Wilmes, „...and a Little Bit More. The Archival Passion of the Collector“, in: Daled 2010, S. 7–15.
- Deutsche 2011
Rosalyn Deutsche, „The Art of Not Being Governed Quite So Much“, in: *Culture and Contestation in the New Century*, hrsg. von Marc James Léger, Bristol: Intellect Books, 2011, S. 62–79.
- Fisher 2007
Eran Fisher, *The Spirit of Networks. „Wired“ Magazine and the Discourse on Technology in Post-Fordist Society*, Dissertation, New York City: New School for Social Research, 2007.
- Franck 2003
Georg Franck, *Mentaler Kapitalismus. Eine politische Ökonomie des Geistes*, München: Hanser, 2003.
- Franck 1998
Ders., *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München: Hanser, 1998.
- Frank 1997
Thomas C. Frank, *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, Chicago: University of Chicago Press, 1997.

- Galloway 2014
Alexander R. Galloway, „Was machen Netzwerke?“, in: *Spike Art Quarterly*, Bd. 39, Frühling 2014, S. 64–71.
- Genette 2011 (1987)
Gérard Genette, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, Frankfurt: Campus, 2011 (frz. *Seuils*, Paris: Editions du Seuil, 1987).
- Gielen 2010
Pascal Gielen, *The Murmuring of the Artistic Multitude. Global Art, Memory and Post-Fordism*, Amsterdam/New York: Antennae, 2010.
- Global Conceptualism 1999
Global Conceptualism. Points of Origin 1950s-1980s, Ausst.-Kat. New York, Queens Museum of Art, 28.4.–29.8.1999, hrsg. von Queens Museum of Art, New York: Queens Museum of Art, 1999.
- Goodman 1976
Nelson Goodman, *Languages of Art. An Approach to a Theory of Symbols*, Indianapolis/Cambridge: Hackett, 1976.
- Gossage/Goodby 2006
Howard Luck Gossage und Jeff Goodby, *The Book of Gossage*, hrsg. von Bruce Bendinger, Chicago: Copy Workshop, 2006.
- Graham 1999 (1985)
Dan Graham, „My Works for Magazine Pages. A History of Conceptual Art“, in: *Two-Way Mirror Power. Selected Writings by Dan Graham on His Art*, hrsg. von Alexander Alberro, Cambridge, MA: MIT Press, 1999, S. 10–17 (zuerst in: *Dan Graham*, Ausst.Kat. Perth: Art Gallery of Western Australia, 1985).
- Graham 1993 (1968–69)
Ders., „Eisenhower and the Hippies“, in: *Rock my Religion – Dan Graham. Writings and Projects 1965-1990*, hrsg. von Brian Wallis, Cambridge, MA: MIT Press, 1993, S. 6–11 (zuerst in: *0 to 9*, Winter 1968–69).
- Graham 1991 (1975)
Dan Graham. For Publication, New York: Marian Goodman Gallery, 1991 (zuerst New York, 1975).
- Graham 1972
Dan Graham. Works, New York: Lisson Publications/Koenig Publishing, 1972.
- Graham 1969a
Ders., „Poem-schema“, in: *Art-Language*, Bd. 1, Nr. 1, Mai 1969, S. 14–15.
- Graham 1969b
Ders., *End Moments*, New York, 1969.
- Graham 1969c
Ders., „Detumescence“, in: *Screw*, 30.5.1969, S. 26.
- Graham 1969d
Ders., „Detumescence“, in: *New York Review of Sex*, 1.8.1969, S. 20.
- Graham 1968
Ders., „Schema, Poem“, in: *Extensions*, Nr. 1, 1968, S. 22–23.
- Graham 1966/1967
Ders., „Schema (March 1966)“, in: *Aspen*, Nr. 5+6, Herbst/Winter 1966/1967, o. S.
- Graw 2005
Isabelle Graw, „Jenseits der Institutionskritik. Ein Vortrag im Los Angeles County Museum of Art“, in: *Texte zur Kunst*, Nr. 15, September 2005, S. 40–53.
- Graw 2004
Dies., „Wo Aneignung war, soll Zueignung werden. Faszination, Subversion und Enteignung in der Appropriation Art“, in: *Louise Lawler and Others*, Ausst.-Kat. Basel, Kunstmuseum Basel, Museum für Gegenwartskunst, 15.5.–29.8.2004, hrsg. von Museum für Gegenwartskunst Basel, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz, 2004, S. 45–67.
- Greenberg 1961
Clement Greenberg, „Modernist Painting“, in: *Arts Yearbook 4*, 1961.
- Greenberg 1939
Ders., „Avant-Garde and Kitsch“, in: *Partisan Review*, Bd. 6, Nr. 5, 1939, S. 34–49.
- Hahn/Weiss 2013
Mobility, Meaning and the Transformations of Things. Shifting Contexts of Material Culture Through Time and Space, hrsg. von Hans Peter Hahn und Hadas Weiss, Oxford: Oxbow Books, 2013.
- Hardt/Negri 2004
Michael Hardt und Antonio Negri, *Multitude. War and Democracy in the Age of Empire*, New York: Penguin Press, 2004.
- Hardt/Negri 2003 (2000)
Dies., *Empire. Die neue Weltordnung*, Frankfurt/New York: Campus, 2003 (engl. Harvard University Press, 2000).
- Herlin 2010
Jean-Noël Herlin, *Transcript of AS-AP Panel at CAA Conference*, Dallas, Februar 2008, <http://www.as-ap.org/content/transcript-ap-panel-caa-conference-february-2008-0>.
- Herlin 2005
Ders., „The Jean-Noël Herlin Archive“, in: *Specific Objects. Projects*, hrsg. von David Platzker, New York, 2005, <http://www.specificobject.com/projects/herlin/>.
- Hopkins 1966 (1923)
Claude C. Hopkins, *Scientific Advertising*, New York: Crown, 1966 (Originalausgabe New York, 1923).
- Igo 2012
Sarah E. Igo, „Hearing the Masses. The Modern Science of Opinion in the United States“, in: *Engineering Society. The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies 1880–1980*, hrsg. von Kerstin Brückweh, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012, S. 215–233.
- Igo 2007
Dies., *The Averaged American. Surveys, Citizens, and the Making of a Mass Public*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2007.
- Information 1970
Information, Ausst.-Kat. New York, Museum of Modern Art, 2.6.–20.9.1970, hrsg. von Kynaston L. McShine, New York: The Museum of Modern Art, 1970.

- Johnston 1973
Laurie Johnston, „100 Boots to End Cross-Country March at Museum“, in: *New York Times*, 16.5.1973, S. 49.
- Jones 1997
Amelia Jones, „‘Presence’ in Absentia. Experiencing Performance as Documentation“, in: *Art Journal*, Bd. 56, Nr. 4, Winter 1997, S. 11–18, <http://www.jstor.org/stable/777715>.
- Kaye 2000
Nick Kaye, *Site-Specific Art. Performance, Place and Documentation*, London/New York: Routledge, 2000.
- Kester 2011
Grant H. Kester, *The One and the Many: Contemporary Collaborative Art in a Global Context*, Durham: Duke University Press, 2011.
- Knappett 2005
Carl Knappett, *Thinking Through Material Culture. An Interdisciplinary Perspective*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2005.
- Kolb u. a. 2018
Paratexte. Scharnier zwischen Produktion, Vermittlung und Rezeption, hrsg. von Lucie Kolb, Barbara Preisig und Judith Welter, Zürich/Berlin: Diaphanes, 2018.
- Konzeption/Conception 1969
Konzeption/Conception. Dokumentation einer heutigen Kunstrichtung, Ausst.-Kat. Leverkusen, Städtischen Museum Leverkusen, 24.10.1969, hrsg. von Konrad Fischer und Rolf Wederer, Köln/Opladen: Westdeutscher Verlag, 1969.
- Kopytoff 1986
Igor Kopytoff, „The Cultural Biography of Things. Commodization as Process“, in: Appadurai 1986, S. 64–91.
- Kosuth 1991
Joseph Kosuth, *Art After Philosophy and After. Collected Writings 1966–1990*, Cambridge, MA: MIT Press, 1991.
- Kotz 2005
Liz Kotz, „Language Between Performance and Photography“, in: *October*, Nr. 111, Winter 2005, S. 3–21.
- Krauss 1981
Rosalind Krauss, „Forms of Readymade: Duchamp and Brancusi“, in: *Passages in Modern Sculpture*, Cambridge, MA: MIT Press, 1981, S. 69–103.
- Krauss 1979
Dies., „Sculpture in the Expanded Field“, in: *October*, Nr. 8, Frühling 1979, S. 30–44.
- Krauss u. a. 1994
Dies., Denis Hollier, Annette Michelson, Hal Foster, Silvia Kolbowski, Martha Buskirk, Benjamin Buchloh, „The Reception of the Sixties“, in: *October*, Nr. 69, Sommer 1994, S. 3–21.
- Kwon 2002
Miwon Kwon, *One Place after Another. Site-Specific Art and Locational Identity*, Cambridge, MA: MIT Press, 2002.
- Kwon 1997
Dies., „One Place after Another. Notes on Site-Specificity“, in: *October*, Nr. 80, Frühling 1997, S. 85–110.
- Lasch 1978
Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, New York: Norton, 1978.
- Lazzarato 1998a
Maurizio Lazzarato, „Immaterielle Arbeit. Gesellschaftliche Tätigkeit unter den Bedingungen des Postfordismus“, in: Negri u. a. 1988, S. 39–52.
- Lazzarato 1998b
Ders., „Verwertung und Kommunikation. Der Zyklus immaterieller Produktion“, in: Negri u. a. 1988, S. 53–65.
- Leiber/Alden 2001
Steven Leiber und Todd Alden, „Extra Art. Surveying Artists’ Ephemera 1960–1999“, in: *Extra Art. A Survey of Artists’ Ephemera 1960–1999*, Ausst.-Kat. San Francisco, California College of Arts and Crafts, San Francisco, 12.10.–8.12.2001, hrsg. von Pilar Perez und California College of Arts and Crafts, Santa Monica: Smart Art Press, 2001, S. 21–38.
- Loacker 2010
Bernadette Loacker, *Kreativ prekär. Künstlerische Arbeit und Subjektivität im Postfordismus*, Bielefeld: Transcript, 2010.
- LeWitt 1995 (1966)
Sol LeWitt, „Serial Project No. 1 (ABCD)“, in: *Sol LeWitt. Critical Texts*, hrsg. von Adachiara Zevi, Rom: AEIOU Incontri Internazionali d’Arte, 1995, S. 75–77 (zuerst in: *Aspen*, Bd. 17, Nr. 75 und 76, 1966).
- LeWitt 1969
Ders., „Sentences on Conceptual Art“, in: *Art-Language*, Mai 1969, S. 11 (erschien gleichzeitig in: *0 to 9*, New York, 1969).
- Liese 2009
In and Out of Amsterdam. Travels in Conceptual Art 1960–1976, Ausst.-Kat. New York, Museum of Modern Art, 19.7.–5.10.2009, hrsg. von Jennifer Liese, New York: The Museum of Modern Art, 2009.
- Lippard 1997 (1973)
Lucy R. Lippard, *Six Years. The Dematerialization of the Art Object From 1966 to 1972*, Berkeley: University of California Press, 1997 (zuerst Berkeley, 1973).
- Lippard 1970
Dies., *557,087*, Karteikartensammlung und Ausst.-Kat. Seattle, Seattle Art Museum Pavillon, 5.9.–5.10.1969 und Vancouver, Vancouver Art Gallery, 1970, Seattle/Vancouver, 1970.
- Lippard 1966
Dies., *Pop Art*, London: Thames and Hudson, 1966.
- Long 1984
Richard Long, *Postcards 1968–1982*, Ausst.-Kat. Bordeaux, Musée d’art contemporain de Bordeaux (o. J.), Bordeaux: Capc Musée d’Art Contemporain de Bordeaux, 1984.
- Mader 2012
Kollektive Autorschaft – Alternatives Handeln und Denkmodell, hrsg. von Rachel Mader, Bern: Peter Lang, 2012.

- Manley/Riney 1999 (1963)
Fred Manley und Hal Riney, „Nine Ways to Improve an Ad“, in: *Communication Arts*, Nr. 41, Heft 1, März/April 1999, S. 77–79 (zuerst in: *Communication Arts*, Juli/August 1963).
- Marzona 2005
Michael Lailach, *Printed Matter. Die Sammlung Marzona in der Kunstbibliothek*, hrsg. von Bernd Evers, Sammlungskatalog, Berlin: Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz, 2005.
- Mayer 1958
Martin Mayer, *Madison Avenue, USA*, New York: Harper, 1958.
- McLuhan 2003 (1964)
Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Corte Madera, CA: Gingko Press, 2003 (zuerst New York, 1964).
- McLuhan/Fiore 1968
Ders. und Quentin Fiore, *War and Peace in the Global Village. An Inventory of Some of the Current Spastic Situations That Could Be Eliminated by More Feedforward*, New York: McGraw-Hill, 1968.
- McShine 1999 (1970)
Kynaston McShine, „Introduction to Information“, in: Alberro/Blake 1999, S. 212–214 (zuerst in: *Information*, Ausst.-Kat. New York: Museum of Modern Art, 1970, S. 138–141).
- MoMA 2015
The Museum of Modern Art Interactives, Exhibition, Projects, *100 Boots by Eleanor Antin*, 30.5.–8.7.1973, New York, Museum of Modern Art, 2015, <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/2540?locale=de>.
- Morris/Bonin 2012
Materializing Six Years. Lucy R. Lippard and the Emergence of Conceptual Art, Ausst.-Kat. Brooklyn, Brooklyn Museum, 14.9.2012–3.2.2013, hrsg. von Catherine Morris und Vincent Bonin, Cambridge, MA: MIT Press, 2012.
- Moseley 2001
Conception. Conceptual Documents 1968 to 1972, Ausst.-Kat. Norwich, School of Art and Design, Norwich Gallery, 24.1.–3.3.2001, hrsg. von Catherine Moseley, Norwich: Norwich School of Art and Design/Article Press, 2001.
- Negri u. a. 1998
Toni Negri, Maurizio Lazzarato, Paolo Virno, *Umherschweifende Produzenten. Immaterielle Arbeit und Subversion*, hrsg. von Thomas Atzert, Berlin: ID-Verlag, 1998.
- Nemser 1972
Cindy Nemser, „100 Boots on the Lam“, in: *Changes*, Juni 1972, S. 16–17.
- Newman/Bird 1999
Michael Newman und John Bird (Hg.), *Rewriting Conceptual Art*, London: Reaction Books, 1999.
- Osten 2003
Norm der Abweichung, hrsg. von Marion von Osten und Institut für Theorie der Gestaltung und Kunst Zürich, Wien/New York: Springer, 2003.
- Oxford Dictionaries 2015
„Ephemera“, in: *Oxford Dictionaries*, 2015, <http://oxforddictionaries.com/definition/english/ephemera?q=ephemera>.
- Pelzer 2010
Birgit Pelzer, „Synchronies. A Journey of Discovery Through Herman and Nicole Daled's Collection and Archives 1966-1978“, in: Daled 2010, S. 17–80.
- Perreault 1973
John Perreault, „These Boots Were Made for Mailing“, in: *The Village Voice*, 7.6.1973, S. 39.
- Preisig 2018
Barbara Preisig, „Ephemera. Karrieren des Paratextes in der Konzeptkunst, 1967–1975“, in: Kolb u. a. 2018, S. 83–100.
- Preisig 2017
Dies., „Die Kunst der Mitteilung. Über kommunikationsbasierte Produktion in der frühen Konzeptkunst am Beispiel von Eleanor Antins 100 Boots, 1971–1973“, in: *Transdisziplinarität in Kunst, Design, Architektur und Kunstgeschichte*, hrsg. von Kornelia Imesch, Karin Daguët, Jessica Dieffenbacher und Deborah Strebel, Oberhausen: Athena, 2018, S. 85–97.
- Preisig 2016
Dies., „Macht und Expansion im Netzwerk. Zürich, ZHdK, Pfingstweidstrasse 96 – Peking, 43 Rixin Road, West Tiangezhuan“, in: *The Air Will Not Deny You. Zürich im Zeichen einer anderen Globalität*, hrsg. von Daniel Kurjakovic, Franziska Koch und Lea Pfäffli, Zürich: Diaphanes, 2016, S. 79–91.
- Preisig 2012
Dies., „Der professionelle Netzwerker. On Kararas postale Produktions-, Distributions- und Vermarktungsformen in ‚I Got Up‘, 1968–1979“, in: Mader 2012, S. 81–100.
- Preisig 2011
Dies., „Reisende Zeitzeugen. Über Postkarten und die Begegnung mit einem Basler Pionier der Konzeptkunst“, in: *Frieze d/e*, Nr. 3, Winter 2011/2012, S. 20–21.
- Preisig/Wismer 2015
„Invitations/Postcards/Business Cards/Works of Art. Barbara Preisig interviewed by Maja Wismer“, in: *OnCurating*, Nr. 27, Dezember 2015, S. 48–53.
- Rancière 2009
Jacques Rancière, *The Emancipated Spectator*, London: Verso, 2009 (frz. *Le spectateur émancipé*, Paris: La Fabrique, 2008).
- Reckwitz 2012
Andreas Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2012.
- Richard 2009
Sophie Richard, *Unconcealed. The International Network of Conceptual Artists 1967–77. Dealers, Exhibitions and Public Collections*, hrsg. von Lynda Morris, London: Ridinghouse, 2009.
- Richards 1971
Paul Richards, „The Saga of 100 Empty Boots“, in: *The Washington Post, Times Herald* (1959–1973), 14. 9.1971, S. 9.
- Rorimer 1999
Anne Rorimer, „Siting the Page. Exhibition Works in Publications – Some Examples of Conceptual Art in the USA“, in: Newman/Bird 1999, S. 11–25.

- Schneemann 2008
Peter J. Schneemann, „Ich bin keine Zielgruppe! Zur Konstellation von Produktions- und Rezeptionstypologien in der Gegenwart“, in: *Grammatik der Kunstgeschichte. Sprachproblem und Regelwerk im ‚Bild-Diskurs‘. Oskar Bätschmann zum 65. Geburtstag*, hrsg. von Peter J. Schneemann und Hubertus Locher, Zürich: Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft, 2008, S. 78–91.
- Schneemann 2005a
Ders., „Eigennutz. Das Interesse von Künstlern am Werkkatalog“, in: *Legitimationen. Künstlerinnen und Künstler als Autoritäten der Gegenwartskunst*, hrsg. von Julia Gelshorn und Vereinigung der Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker in der Schweiz, Bern: Peter Lang, 2005, S. 205–221.
- Schneemann 2005b
Ders., „Mapping the Site. Der Anspruch des Ortsspezifischen als Herausforderung für die kunsthistorische Dokumentation“, in: *Kritische Berichte*, Nr. 3, 2005, S. 64–76.
- Schneemann 2001
Ders., „Die Geschichtlichkeit des Objekts. Bildende Kunst als Medium der Erinnerung“, in: *Wir sind Erinnerung*, hrsg. von Peter Rusterholz und Rupert Moser, Bern: Haupt, 2001, S. 103–129.
- Sheikh 2004
Simon Sheikh, „Anstelle der Öffentlichkeit? Oder: Die Welt in Fragmenten“, in: *Republicart.net*, 06/2004, http://republicart.net/disc/publicum/sheikh03_de.pdf, 6 Seiten.
- Siegelaub 1970
July/August Exhibition Book, Ausst.-Kat., in: *Studio International*, Bd. 180, Nr. 924, Juli/August 1970, hrsg. von Seth Siegelaub, London, 1970.
- Siegelaub 1969a
Carl Andre, Robert Barry, Daniel Buren, Jan Dibbets, Douglas Huebler, Joseph Kosuth, Sol LeWitt, Richard Long, N.E. Thing Co. Ltd., Robert Smithson, Lawrence Weiner. July, August, September 1969, Ausst.-Kat. New York, hrsg. von Seth Siegelaub, New York, 1969.
- Siegelaub 1969b
Seth Siegelaub, Anzeige zur Ausstellung *January 5-31 1969*, in: *Artforum*, Januar 1969, S. 12.
- Skrebowski 2008
Luke Skrebowski, „All Systems Go. Recovering Hans Haacke’s Systems Art“, in: *Grey Room*, Nr. 30, Winter 2008, S. 54–83.
- Spieker/Codognet 2004
Bürokratische Leidenschaften: Kultur- und Mediengeschichte im Archiv, hrsg. von Sven Spieker und Philippe Codognet, Berlin: Kadmos, 2004.
- Stein 2013
Joel Stein, „Millennials. The Me Me Me Generation“, in: *Time Magazine*, 20.5.2013, <http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>.
- Steinmetz 2005
George Steinmetz (Hg.), *The Politics of Method in the Human Sciences. Positivism and Its Epistemological Others*, Durham: Duke University Press 2005.
- Stemmrich 2008
Gregor Stemmrich, *Dan Graham*, Köln: DuMont, 2008.
- Stewart 2005 (1984)
Susan Stewart, *On Longing. Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*, Durham: Duke University Press, 2005 (zuerst 1984).
- Stimson 2009
Blake Stimson, „What Was Institutional Critique?“, in: Alberro/Stimson 2009, S. 20–42.
- Szeemann 1969
Live in Your Head. When Attitudes Become Form. Works, Concepts, Processes, Situations, Information, Ausst.-Kat. Bern, Kunsthalle Bern, 22.3.–27.4.1969, hrsg. von Harald Szeemann und Kunsthalle Bern, Bern: Kunsthalle Bern, 1969.
- University College London 2009
University College London, „What Do Objects Do? A Material and Visual Culture Perspective“, in: *Object Retrieval. You Are the Routemaster*, London, 2009, <https://www.ucl.ac.uk/museums-static/objectretrieval/node/266>.
- Vickers 2014
Ben Vickers, „Partizipieren statt dominieren“, in: *Spike Art Quarterly*, Bd. 39, Frühling 2014, S. 36–49.
- Virno 2003
Paolo Virno, *A Grammar of the Multitude. For an Analysis of Contemporary Forms of Life*, Cambridge, MA/London: Semiotexte, 2003.
- Wallerstein 2007
Immanuel Wallerstein, „The Culture of Sociology in Disarray. The Impact of 1968 on U.S. Sociologists“, in: *Sociology in America. A History*, hrsg. von Craig J. Calhoun, Chicago: University of Chicago Press, 2007, S. 428–437.
- Ward 1997
Frazer Ward, „Some Relations Between Conceptual and Performance Art“, in: *Art Journal*, Bd. 56, Nr. 4, 1997, S. 36–40.
- Warlaumont 2001
Hazel G. Warlaumont, *Advertising in the 60s. Turncoats, Traditionalists, and Waste Makers in America’s Turbulent Decade*, Westport, CT: Praeger, 2001.
- Wells 1986
Jennifer Wells, „The Sixties. Pop Goes the Market“, in: *Definitive Statements. American Art 1964–1966*, hrsg. von Kermit Champa, Providence: Brown University Press, 1986, S. 53–61.
- Whyte 1956
William Hollingsworth Whyte, *The Organization Man*, New York: Simon and Schuster, 1956.

Quellen

AAA Archives of American Art

AAA Lippard 1940–2006
Research Collections, Lucy R. Lippard papers, 1940s–2006, bulk, 1968–1990, Smithsonian Institution, Washington, DC, ca. 1940–2006.

ABP Archiv Barbara Preisig

ABP Dander 2014
Telefoninterview mit Patrizia Dander vom 24.7.2014, MP3 Datei, 25’.

ABP Graham 2013
Gespräch mit Dan Graham vom 30.4.2013, MP3 Datei, 1h 40’, New York City.

ABP Herlin 2013
Gespräch mit Jean-Noël Herlin vom 11.12.2013, MP3 Datei, 2h 16’, New York City.

ABP Messner 2015
Gespräch mit Philipp Messner vom 24.3.2015, Zürich.

ABP Preisig 2011
Gespräch mit Rolf Preisig vom 27.9.2011, MP3 Datei, 2h 24’, Zürich.

ABP Schifferli 2014
Gespräch mit Christoph Schifferli vom 4.6.2014, MP3 Datei, 1h 08’, Zürich.

ABP Siegelaub 2010a
Gespräch mit Seth Siegelaub vom 2.8.2010, Amsterdam.

ABP Siegelaub 2010b
Skype-Korrespondenz mit Seth Siegelaub vom 12.11.2010.

APRAF Adrian Piper Research Archive Foundation

APRAF Piper 1970–1980
Collection, Original Artwork Filing Cabinet, Room 2, Original Artworks 1970s: Photos, Texts, Drawings, Berlin, 1970–1980.

BARL Balch Art Research Library

BARL Antin 1970–1974
Eleanor Antin, 100 Boots Feedback, Los Angeles County Museum of Art, Balch Art Research, 1970–1974.

GRI Getty Research Institute

GRI Antin 1953–2010
Special Collections, Eleanor Antin Papers, 1953–2010, Series V. Work by others, 1962–2010, Interviews.

GRI Minimal/Conceptual 1969–1989
Special Collections, Minimal and Conceptual Papers, 1969–1989.

MoMAA Museum of Modern Art Archives

MoMAA Antin 1973
Kuratorische Unterlagen zur Ausstellung *Eleanor Antin, 100 Boots*, Museum of Modern Art, New York City, 30.5.–8.7.1973.

MoMAA Antin 1973a
Eleanor Antin, Brief an Jane Neocol, datiert 16.6.1972, in: MoMAA Antin 1973.

MoMAA Antin 1973b
Eleanor Antin, Brief an Jane Neocol, undatiert, (zwischen Herbst 1972 und Frühjahr 1973), in: MoMAA Antin 1973.

MoMAA McShine 1969–1970
Kuratorische Unterlagen zur Ausstellung *Information*, kuratiert von Kynaston McShine, Museum of Modern Art, New York City, 2.6.–20.9.1970.

MoMAA Siegelaub 1966–1990
The Seth Siegelaub Papers, I.B. Artist Files 1966–1990s.

SMK Sammlung Marzona Kunstbibliothek

SMK Marzona ca. 1960–1980
Sammlung Marzona, Kunstbibliothek – Staatliche Museen zu Berlin, Preußischer Kulturbesitz.

Bildnachweis

Wir danken den Rechteinhabern für die Reproduktionsgenehmigungen.

© bei den jeweiligen Galerien, Sammlungen, Fotografen und Verlagen, wenn nicht anders nachgewiesen

Eleanor Antin © Eleanor Antin Abb. 2a–b, 22, Courtesy Ronald Feldman Fine Arts, New York; Abb. 3–12, 18–21, Abb. in Antin 1999, o. S.; Abb. 17, Abb. in MoMA 2015, o. S.

Daniel Buren © DB / VG Bild-Kunst, Bonn 2018 Abb. 1, Fotografie Dietmar Katz, SMK; Abb. 32, 61, Abb. in Buren 2002, o. S.; Abb. 51a–k, Sammlung Christoph Schifferli, Zürich; Abb. 52a–b, Fotografie Dietmar Katz, SMK; Abb. 57a–b, SMK; Abb. 58a–b, Sammlung Christoph Schifferli, Zürich; Abb. 59, 60, 62, Abb. in Buren 1989, o. S.

Jan Dibbets © VG Bild-Kunst, Bonn 2018 Abb. 14, Sammlung Christoph Schifferli, Zürich; Abb. 15a–c, Abb. in Siegelaub 1970, S. 41–44; Abb. 31a–b, Fotografie Dietmar Katz, Sammlung des Künstlers/SMK, Abb. 48, Abb. in Information 1970, S. 43; Abb. 66a–b, MoMA Siegelaub 1966–1990

Adrian Piper © Adrian Piper Research Archive Foundation Berlin Abb. 34–38, Fotografie David Campos, Collection Museum of Modern Art, New York. Purchased with funds provided by Donald L. Bryant, Jr., Agnes Gund, Marlene Hess and James D. Zirin, Marie-Josée and Henry R. Kravis, Donald B. Marron, The Edward John Noble Foundation, Katherine Farley and Jerry Speyer, and Committee on Drawings Funds in honor of Kathy Fuld

Dan Graham © Dan Graham Abb. 23a–b, Abb. in Graham 1966/67, o. S.; Abb. 24, Abb. in Graham 1968, S. 22–23; Abb. 25, Abb. in Graham 1969a, S. 14–15; Abb. 26a–b, Abb. in Konzeption/Conception 1969, o. S.; Abb. 27a–c, Abb. in Graham 1969b, S. 44–46; Abb. 28a–d, Abb. in Daled 2010, S. 194–197; Abb. 44a–b, 45a–d, Abb. in Graham 1991 (1975), o. S.; Abb. 49, Abb. in Information 1970, S. 56; Abb. 68a–b, Abb. in Daled 2010, S. 198–199

Sonstige

Abb. 13a–b © On Kawara und mfc-michèle didier

Abb. 16a–b, Abb. in Szeemann 1969, o. S.

Abb. 29a–b, Abb. in Siegelaub 1969b, S. 12

Abb. 30 © Robert Barry, Sammlung des Künstlers/SMK, Fotografie Dietmar Katz

Abb. 33a–b © Marina Abramovic, VG Bild-Kunst, Bonn 2018, Abb. in Abramović u. a. 1998, S. 84–85

Abb. 39, Abb. in Challis 2005, S. 115

Abb. 40, Abb. in Gossage/Goodby 2006, S. 50

Abb. 41a–c, Abb. in Manley/Riney 1999 (1963), S. 77–79

Abb. 42, Abb. in Challis 2005, S. 119

Abb. 43, Abb. in Challis 2005, S. 124

Abb. 46 © Yoko Ono, Collection Walker Art Center, Minneapolis, Abb. in Information 1970, S. 106

Abb. 47 © Marta Minujin, Abb. in Information 1970, S. 86

Abb. 53 © Estate of Bas Jan Ader / VG Bild-Kunst, Bonn 2018

Abb. 54 © The Estate of Marcel Broodthaers / VG Bild-Kunst, Bonn 2018

Abb. 55 © Hamish Fulton, Sammlung Christoph Schifferli, Zürich

Abb. 56 © Richard Long, VG Bild-Kunst, Bonn 2018; Sammlung Christoph Schifferli, Zürich

Abb. 63, 64 © Hamish Fulton, SMK

Abb. 64a–b © Gilbert & George, SMK

Abb. 65a–b © Gilbert & George, SMK; Sammlung Christoph Schifferli, Zürich

Abb. 67 © Richard Long, VG Bild-Kunst, Bonn 2018

Abb. 69, Haus der Kunst München, 2012, Fotografie Wilfried Petzi

Dank

Dieses Buch ist aus unzähligen Gesprächen und Diskussionen entstanden. Was andere vor und mit mir an gedanklicher Arbeit geleistet haben, ist ebenso grundlegend für dieses Buch, wie die finanzielle Unterstützung, die ich erhalten habe.

Für die inhaltliche Begleitung und wertvolle Kritik danke ich Peter Schneemann, Beatrice von Bismark und Alexander Alberro, sowie Eva Ehninger, Nadine Helm, Kornelia Imesch Oechslin, Eva Kernbauer, Lucie Kolb, Constance Metzel, Luise Metzel, Pablo Müller, Judith Welter und Maja Wismer. Danken möchte ich auch all jenen, die bereit waren, ihre Erinnerungen und Expertisen mit mir zu teilen: Patrizia Dander, Dan Graham, Jean-Noël Herlin, Michael Lailach, Urs Lehni, Philipp Messner, Adrian Piper, David Platzker, Rolf Preisig und Christoph Schifferli. Die akribische und feinfühligte Arbeit mit Text und Bild verdanke ich Sabo Day, Serena Failla, Anna Frei, Catherine Nuber und Erika Preisig. Der Sammlung Marzona, Kunstbibliothek – Staatliche Museen zu Berlin; The Getty Research Institute, Los Angeles; Los Angeles County Museum of Art, Balch Art Research Library; Museum of Modern Art Archives, New York und der Collection of the Adrian Piper Research Archive Foundation Berlin möchte ich danken für die vielen Monate wichtiger Recherchearbeit, die ich in den Archiven verbringen konnte. Die intensive und ungestörte Arbeit an diesem Buch ermöglichten der Schweizerische Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung und die Janggen-Poehn Stiftung durch ihre finanzielle Unterstützung. Für ihr Vertrauen in meine Arbeit danke ich meinen Eltern, für ihre bedingungslose Unterstützung, Geduld und Nachsicht meiner Familie.

Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Zugleich Dissertation Universität Bern, 2015

Die Druckvorstufe dieser Publikation wurde vom Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung und der Janggen-Poehn Stiftung, St. Gallen unterstützt.

Alle Inhalte dieses Buches, insbesondere Texte und Fotografien, sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben den Urhebern vorbehalten.

Gestaltung: Sabo Day

Druck und Verarbeitung: druckhaus köthen

© 2018, edition metzel, München;
Barbara Preisig

www.editionmetzel.de
ISBN 978-3-88960-170-4

Eleanor Antin, Daniel Buren, Jan Dibbets und Adrian Piper schufen zwischen 1966 und 1975 in hoher Auflage gedruckte Anzeigen und Ausstellungsankündigungen. Diese Ephemera – gleichzeitig Kunstwerke, Werbeinstrumente und Dokumentationen für künstlerische Aktionen – stehen exemplarisch für die kommunikationsbasierte, flexible und mobile Praxis der Konzeptkunst.

Das Buch zeigt mit Blick auf die ökonomische Entwicklung der Zeit, wie die KünstlerInnen Formen immaterieller Arbeit exemplarisch vorwegnahmen. Die Ephemera zeugen von einem komplexen Verhältnis zwischen der Kritik an hierarchischen Organisationsstrukturen und der Forderung nach Authentizität und Individualität. Autonomiebestreben und Institutionskritik bilden hierbei keinen Gegensatz zu ökonomischer Innovation. Sie sind Bedingung einer postfordistischen Gegenwart.