

## Öffentlichkeitsbezogene Strategien: Werkpräsentationen

*To be successful as an artist, you have to have your work shown in a good gallery for the same reason that, say, Dior never sold his originals from a counter in Woolworth's. It's a matter of marketing. (Andy Warhol, Business Artist, 1975)*

*Ein Netz aus vielleicht 100 Eingeweihten steuert unter den weltweiten Sammlern, den 18,000 Galeristen, 22,000 Museen, Institutionen und Sammlungen, 1,500 Auktionshäusern und rund 500 Messen, den weltweiten Kunstmarkt. (Engeser, Manfred/Schwarz, Christopher, WirtschaftsWoche 2005)*

Die Resultate künstlerischer Arbeit, die Kunstwerke, müssen rezipiert werden, um ihre Wirkung als Kunst entfalten können. Künstlerische (Werk-)Strategien können die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich ziehen und dadurch lenken. Je stärker die Reaktionen des Publikums ausfallen, desto intensiver fällt das Medienecho in Form von Kunstberichterstattung oder -kritik aus – es entsteht Aufmerksamkeit, „wenn der Eindruck beim Publikum kommentiert, wenn der Auftritt besprochen wird“<sup>1228</sup>.

(Kunst)Kritik bedeutet Beurteilung und stellt eine „Form der Auseinandersetzung mit Handlungen, Normen und Zielen u. a. durch Distanzierung, Beurteilung, Infragestellung, Negierung“<sup>1229</sup> dar. Der Autor des Artikels *Criticism in the arts* unterscheidet zwischen „criticism“ und „reviewing“<sup>1230</sup> anhand der Funktion der Kritik als Text. Während das Reviewing eher auf die Darstellung von Fakten und die Beschreibung abziele, sei das Urteils des Kritikers in seiner Kritik (*criticism*) eindeutig normativ und bewertend.<sup>1231</sup> Kunstkritiker sind, wenn sie ihre Funktion ausüben, zwar keine direkten Marktakteure, sind aber mittelbar doch am System von Angebot und Nachfrage beteiligt. Sie haben Einfluss auf die Reputation eines Künstlers und somit auch den Wert eines Werkes (eine Art Händler-Kritiker-System), die Bewertung einer Ausstellung, anderer Marktteilnehmer oder marktpolitischer Akteure. Baudelaire soll einmal gesagt haben, dass jeder Kritiker, um unparteiisch zu sein, keine Freunde und keine Feinde haben sollte. Ernst Gombrich spricht in seinem Vortrag vom 20. Mai 1992 im Wiener Rathaus davon, „dass nur der Erfolg [von Künstlern, Anm. TS] bei Kennern (...) von Dauer sein“<sup>1232</sup> könne. „Kümmere dich nicht um das grosse Publikum, lass dich nur vor Kennern hören“<sup>1233</sup>, gibt der Gombrich den Ratschlag, denn: „Die grosse Masse besteht schliesslich meist aus Leuten, die nichts verstehen, aber sie traut den Kennern.“<sup>1234</sup> Soll heissen: Das Publikum (und wohl auch der eine oder andere Sammler) vertrauen bis zu einem gewissen Grad immer noch den Kritikern, auch wenn deren Einfluss aktuell zu sinken

1228 Franck, Georg (Merkur) 1993, 748.

1229 [URL: [artrelated.net/glossar-n/kritik.html](http://artrelated.net/glossar-n/kritik.html) (12.3.2011)].

1230 Handbook of Cultural Economics (Criticism in the arts) 2003, 161.

1231 Ebd.: „(...) a distinction between the review as being 'positive' (factual) and criticism as 'normative' (value judgments).“

1232 Gombrich, Ernst H. 1992, 17.

1233 Ebd.

1234 Ebd.

scheint. Sie haben eine nicht abzustreitende Machtposition inne (zumindest die Renommiertesten) und können ihren Einfluss bis in das Art Business hinein ausüben.

Einen vergleichbaren Einfluss bzw. eine vergleichbare Macht im Kunstsystem haben nicht nur Kritiker, sondern im musealen Kontext auch Kuratoren. Sandy Nairne beschreibt ihre Rolle als Kuratorin für den Bereich der zeitgenössischen Kunst sehr eindrücklich in ihrem Text *Museums and the market. The fine line between curating and promoting* in der Zeitschrift *The Art Newspaper* 2008 so:

Today, no curator can afford to be ignorant to the market. (...) All institutions have some impact on the credibility of an artist, and that in turn may affect prices. (...) Inevitably there is a relationship between the museum and an artist's dealer because it is almost impossible to mount a contemporary exhibition without their involvement. (...) The dealer provides access to information, images and collectors and they may agree to purchase catalogues, which will reduce the net cost. (...) It is also common, and desirable, to take works directly from the artist's studio, because you are often worried when planning a show over three or four years that by the time you open, everything will have been seen.<sup>1235</sup>

Die Situation scheint sich im Moment zugunsten der UNHWIs, d. h. zugunsten der zahlungskräftigen Sammler und ihrer Berater (vorausgesetzt die Berater sind selbst keine Kritiker), zu verschieben. Es wird sich in den nächsten Jahren zeigen, ob nur noch das Kapital die Kunst kanonisiert (was in der Fachpresse und auf Symposien diskutiert wird<sup>1236</sup>), oder ob es den Kritikern und Kuratoren mit höchstmöglicher Überzeugungskraft und strategischem Geschick gelingt, ihre Stellung zurückzuerobern.

Wer profitiert von der Kunstkritik? Hat die Kunstkritik im Bereich des Zeitgenössischen überhaupt noch eine ernst zu nehmende Aufgabe, braucht man sie überhaupt (noch)? Sind Kunstkritiker nur Werkzeuge von PR-Spezialisten oder Art-Business-Akteuren? Dies ist nicht eindeutig in die eine oder andere Richtung zu beantworten. Es gibt viele Künstler, die von Besprechungen ihrer Arbeit in unterschiedlichen Medien profitieren, indem sie nämlich dadurch eine (erste) mediale Aufmerksamkeit generieren. Folgen dieser ersten Aufmerksamkeit dann noch echte Kritiken (sei es des eigenen Œuvres oder auch der Ausstellungen) in Fachzeitschriften und -magazinen, ist der erste Durchbruch bereits geschafft. Die Aufmerksamkeit ist dann wiederholt auf diesen Künstler gelenkt worden.

Aber auch ein anderer Punkt scheint entscheidend zu sein. In Zeiten, in denen jede Zeile wichtig ist und viele Rezensenten/Kunstkritiker zu einem möglichst kurzen Text (jedes Wort kostet Geld) gezwungen werden, ist eine wirkliche fundierte Auseinandersetzung mit dem Werk des zu besprechenden Künstlers oder der Ausstellung in Besprechungen oder Kritiken in Fachmagazinen oftmals nicht

1235 Nairne, Sandy, *Museum and the market: The fine line between curating and promoting*, in: *The Art Newspaper* No. 194 (September) 2008, 27.

1236 Vgl. u. a. Gropp, Rose-Maria, *Kanonisiert das Kapital? Sehr pragmatische Anmerkungen zu den Listen des Kunstmarkts*, in: *Kunstforum International* Bd. 162 „Über das Kanonische“ (2002), 102ff; Lisch-Kiesel, Monika, *Kanon*, in: *Kunstforum International* Bd. 162 „Über das Kanonische“ (2002), 64ff; Metzger, Rainer, *Aneignung und Auslegung. Über die Komplizenschaft von Kanon und Kunst in den letzten 200 Jahren*, in: *Kunstforum International* Bd. 162 „Über das Kanonische“ (2002), 42ff.

in ausreichendem Mass möglich. Sie müssen an der Oberfläche bleiben, den Kern der Ausstellung kurz vorstellen und es dem Leser überlassen bei einem Besuch der Ausstellung in die Tiefe von Schöpfungen oder von künstlerischen Œuvres einzusteigen. Ein Aphorismus von Oscar Wilde lautet: „Wenn die Kritiker uneins sind, ist der Künstler einig mit sich selbst.“<sup>1237</sup> Katharina Kniess zitiert in ihrem Artikel über Kunstkritik die Meinung der Medienkünstlerin Christin Lahr: „Was ich wirklich vermisste, sind Rezensionen von Leuten, die sich ernsthaft mit meinen Arbeiten auseinandersetzen, um mir auch mal eine für mich andere Sichtweise auf meine Arbeiten zu ermöglichen.“<sup>1238</sup> Feedbacks seien wichtig, denn „für mich selbst ist es schwer zu beurteilen, was von meinen Ideen überhaupt kommunikabel ist.“<sup>1239</sup> Lahr beschreibt in ihren Worten genau die von der Öffentlichkeit so wichtige Response.

In jedem Fall übernehmen Kritiker (im Bereich der Kunst zumeist Kunsthistoriker) so etwas wie die „Funktion von Rating-Agenturen“<sup>1240</sup> ähnlich wie die grossen international tätigen Unternehmen (Standard & Poor's, Moody's et al.), die den Wert und die Kreditwürdigkeit von Staaten oder Unternehmen einschätzen. Wolfgang Kemp sieht den Einfluss von Kritikern inzwischen darauf beschränkt, als „Vorwortautoren, als Kuratoren, als Berater von Sammlern, als Sammler selbst“<sup>1241</sup> zu fungieren. Er nennt diese Kritiker „Contract Critics“<sup>1242</sup>.

Der Wandel vom hof- und zunftregulierten Künstler-Unternehmer zum „Ausstellungskünstler“ vollzog sich nach Oskar Bätschmann „in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts“<sup>1243</sup>. Mit diesem Wandel verbunden und sich gleichzeitig wechselseitig bedingend sei eine sich verändernde Rezipienten- und Käuferklientel gewesen. Der patronistische Auftrag sei vom öffentlichen Kauf abgelöst worden, die patronistischen Auftraggeber von einst, Klerus und Adel wiederum, seien abgelöst worden von Käufern, die die Werke aus öffentlichen Ausstellungen oder Salons aussuchten.<sup>1244</sup> Letztgenannte Orte bieten die Möglichkeit zur Meinungs- und Geschmacksbildung. Mit öffentlichen Ausstellungen einher geht die Entstehung einer Kunstkritik, die nach ästhetischen Kriterien und öffentlichen Diskussionen eine möglichst „öffentliche Meinung auszusprechen“<sup>1245</sup> versucht. Die Konsequenz ist: „Der Ausstellungserfolg wurde zum hauptsächlichen Motiv für die Aktivität von Käufern, Auftraggebern und Mäzenen und vielleicht auch von Künstlerinnen und Künstlern.“<sup>1246</sup> Ausstellungen wurden mehr und mehr institutionalisiert, und so entstehen Anfang des 19. Jahrhunderts auch die ersten öffentlichen Museen.

1237 Wilde, Oscar, *Das Bildnis des Dorian Gray*. Aus dem Englischen von Hedwig Lachmann und Gustav Landauer (nach der Textfassung 1909 im Insel Verlag), München 2004, 8.

1238 Lahr in S. Binas, *Erfolgreiche Künstlerinnen. Arbeiten zwischen Eigensinn und Kulturbetrieb*, Essen 2003, zit. nach Kniess, Katharina 2010, 6/10.

1239 Ebd.

1240 Hübl, Michael, *Die Flamme der Finanz-Melancholie. Vom Run auf Richters „Kerze“ und von der Jagd auf Fälscher*, in: *Kunstforum International* Bd. 213 „Ironie“ (2012), 26–29, 28.

1241 Kemp, Wolfgang, *Betriebssystem Kurator*, in: *Kunst Magazin Berlin* 1206, 6–11.

1242 Ebd.

1243 Bätschmann, Oskar 1997, 9.

1244 Ernsthaft zu diskutieren ist, ob heute nicht Sammler wieder in einer ähnlich patronistischen Position sind.

1245 Bätschmann, Oskar 1997, 9.

1246 Ebd.

Der Ort, an dem Werk, Kritik(er) und Betrachter aufeinandertreffen, sind sämtliche Formen von öffentlicher Zurschaustellung von Kunstwerken – Ausstellungen und Präsentationen. *Ausstellungen* sind Präsentationen von Kunstwerken auf Zeit. Sie sind ephemere Entitäten, (meist) in einem fest umschlossenen Raum. Sie werden veranstaltet entweder vom Künstler selbst, von Kuratoren, Galerien oder Amateuren. Immer wieder werden auch grosse Projekte im Museum oder im öffentlichen Raum veranstaltet, von denen in diesem Kapitel auch die Rede sein wird. Ausstellungsorte gibt es unzählige, Akademieausstellungen, Kunstpreise, Wettbewerbe und Stipendien sind für die meisten Künstler zumeist die ersten Plattformen zur Präsentation der eigenen Werke. Die institutionell gefestigten und relevanten sind jedoch immer noch an erster Stelle die Museen und Ausstellungshäuser, kommerzielle Galerien und Kunstvereine. Ausstellungen haben eine Vermittlungsfunktion in zweifacher Abstufung, zwischen Produzent, Rezipient/Käufer und Verkäufer sowie zwischen dem Kunstobjekt als werk-bezogener Strategie und medialen, personen-bezogenen Strategien.

Museen versuchen, Werke zu bewahren und inhaltlich zu vermitteln. Sie verfolgen zugleich auch eine bestimmte Ankaufspolitik. Heute gehört es „zu den ganz grossen Chancen von Museen der Gegenwart, sich ein eigenes Profil zu schaffen“<sup>1247</sup>, sagt der 2015 verstorbene Kunsthistoriker Jean-Christophe Ammann. Museen visualisieren das Œuvre eines Künstlers, holen es in die Öffentlichkeit, adeln es mit Museumswürdigkeit und konnotieren es so mit einer neuen künstlerischen Qualitätsstufe, allein deshalb, weil es im musealen Kontext ausgestellt wird. Das bedeutet: Eine Museumsausstellung (und je nach Ansehen des Museums wird dieser Effekt noch potenziert) generiert dem Künstler und jedem einzelnen Werk einen wie auch immer zu benennenden Mehrwert, der sich bei einem (Weiter-)Verkauf eines bereits ausgestellten Werks auch monetär niederschlägt. An wichtigen bzw. von Entscheidern der Art World als wichtig attribuierten (meist mit dem für einen höheren Preis verantwortlichen Begriff „substantial“) Einzel- und Gruppenausstellungen möglichst häufig teilgenommen zu haben, ist reputations- und vor allem wertsteigernd, ein Ankauf für eine der wichtigsten Sammlungen noch ungleich mehr. Für die Reputation eines Künstlers zählen nur diese von der Art World als wichtig erachteten Orte.

Waren Ausstellungen lange an den Kontext von Museen, Akademien oder Salons gebunden, so verselbständigen sie sich immer mehr im Laufe des 20. Jahrhunderts, werden zu Publikumsmagneten, Block-Buster-Ausstellungen, und distanzieren sich sogar vom Museum selbst. Der Besuch einer Sonder-, Wechsel- oder Blockbuster-Ausstellung geht nicht mehr zwingend einher mit dem Besuch der ständigen Sammlung der ausstellenden Institution. „In der Ökonomie der Aufmerksamkeit hat das ephemere Ereignis den Wettbewerb gegen den Tempel der Zeitlosigkeit, dem bewahrenden Museum, für sich entschieden.“<sup>1248</sup> Mit Grossausstellungen werden, trotz der damit verbundenen teils immens hohen Kosten, zum einen Besucherstatistiken belebt und zum anderen auch die Kassen gefüllt. Es entstehen

1247 Jean-Christophe Ammann in Pues/Quadt/Rissa 2002, 385f.

1248 Schneemann, Peter J., Wenn Kunst stattfindet! Über die Ausstellung als Ort und Ereignis der Kunst, in: Kunstforum International Bd. 186 „Das neue Ausstellen“ (2007), 64–81, 64.

grosse Schauen wie Biennalen, Manifestas, Documentas usw. „Kunstaustellungen schreiben Geschichte und die Geschichtsschreibung reiht sie aneinander.“<sup>1249</sup> Wichtig dabei ist, dass genau diese Orte das Ziel von etablierten Künstlern sind, dort wird Reputation aufgebaut, dort kann man ein breites Publikum durch die eigenen Strategien erreichen.

Generell müssen Kunstwerke einem Adressatenkreis zugänglich gemacht werden, damit sie rezipiert werden können. Ausstellungen in Galerien haben einen anderen Charakter, sie sind Warenschauen bzw. Verkaufsausstellungen (zum Rezipieren tritt dort der Wunsch des Konsumierens). Man informiert sich über neue oder neu zu erwerbende Werke eines Künstlers und über Preise, zugleich bieten First Choices, Previews, Vernissagen und Finissagen die Möglichkeit zum gesellschaftlichen Get-Together sowie zur Kontakt- und Kundenpflege.

Wenn gebrandete Galerien (oder Museen) Business Artists ausstellen, spricht man von *Dual Branding*<sup>1250</sup>, und wenn diese gemeinschaftlich Werbung platzieren von *Advertising Alliances*<sup>1251</sup>. Ausstellungen, ob in Galerien oder in Museen, sind mittlerweile ritualisierte Veranstaltungen geworden. Es gibt eine Vernissage-Rede und Dankesworte von Verantwortlichen. Den wissenschaftlichen Überbau einer Ausstellung soll der zu jeder Ausstellung aufgelegte Katalog repräsentieren, Marketingmassnahmen werden ergriffen, Sponsoringaktivitäten finden statt – jeder einzelne Teilbereich kann strategisch beeinflusst und zur Imagepflege benutzt werden. Das gesamte Umfeld grosser Wechselausstellungen ist komplett kommerzialisiert worden (was durch die immer weiter gekürzten Etats von Museen aber leider auch zur Notwendigkeit geworden ist, um Kosten zu decken oder weiteres Budget zu generieren). Es fällt auch hier nicht leicht, ein eindeutiges Urteil zu treffen, ob dies gut oder schlecht ist für die Kunst. Auf jeden Fall ist mediale Aufmerksamkeit bereits ein Erfolg für die Kunst als solche.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Ausstellung der Ort ist, „an dem Produzent, Produkt und Rezipient, moderiert vom Kurator, zusammentreffen“<sup>1252</sup>. Ausstellungen – unabhängig davon ob kommerziell oder nicht – sind aus Marketingsicht immer zugleich Promotion für zunächst das Museum, aber natürlich auch für die Werke als auch den Künstler (und damit mittelbar auch für alle anderen, deren Erfolg (oder Misserfolg) mit dem des Künstlers zusammenhängt).

Künstler haben vielfältige Ansatzmöglichkeiten, gestalterisch in diese ritualisierten Prozesse einzugreifen: von der gestalterischen und/oder inhaltlichen Beteiligung am Katalog (was die untersuchten Künstler auch kontrollierend tun), über Einfluss auf die Ausstellungsarchitektur, aber auch kuratorisch kann eingegriffen werden, wenn vom Künstler bestimmt wird, welche Werke in welche Ausstellung gegeben werden und welche nicht. Die Möglichkeiten der Einflussnahme und Kontrolle sind mannigfach vorhanden. Sie sind für viele Künstler und insbesondere Business Artists zum Machtfaktor geworden.

Mit Ausstellungen können aber auch verschiedene Strategien verfolgt werden, entweder inhaltliche, formale, emotionale oder auch mediale. Die Ausstellung kann

1249 Schneemann, Peter J. (Kunstforum International) 2007, 66.

1250 Helmig, Bernd/Huber, Jan-Alexander/Leeflang, Peter S.H. (sbr) 2008, 362.

1251 Ebd.

1252 Schneemann, Peter J. (Kunstforum International) 2007, 66.

politisch genutzt werden, kann als mediale Provokation, Skandal oder Schock konzipiert, kann zur Einführung neuer Werkgruppen gedacht, kann einfach nur als Bühne für performative Aktionen angelegt sein.

Stets gilt die gleiche Formel: Publicity ist Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit ist Mehrwert (hinsichtlich der Künstlermarke für Bekanntheit bis zur Prominenz). Die Kategorien dieser Strategien erhalten natürlich auch als Werkstrategien Gültigkeit und werden nun auch angewandt. Es ist die individuelle, subjektive Assoziationsleistung des Rezipienten im ästhetischen Prozess, die Reaktionen wie Ekel, Provokation etc. auslösen. Diese Reaktionen entfalten sich erst in der Auseinandersetzung des Publikums mit den Werken. Eine Strategie wie Provokation kann schon per definitionem nur innerhalb eines Dialogs zwischen Sender und Empfänger eine Botschaft entstehen. Die Strategie muss in der Person des Betrachters als Emotion ausgelöst werden.

Aus dem Duchamp'schen Gedanken heraus, dass „die Betrachter die Bilder machen“<sup>1253</sup>, ist eine chronologische und beschreibende Sichtung von wenigen, aber zentralen ausgewählten Ausstellungen der drei zu untersuchenden Künstler sinnvoll, zumal dann, wenn auch hierbei vom Künstler gesteuerte Strategien zum Einsatz kommen und bei denen der Künstler selbst, bis hin zu genauesten Kontrolle, seinen Einfluss ausgeübt hat oder andere Gründe eine starke Aussenwirkung verursacht haben. Neben den angewandten künstlerischen Strategien ist grundsätzlich eine Ausstellung immer auch von anderen Faktoren wie Galerie/Galerist, Räumlichkeiten, dem ausstellenden Haus oder der ausstellenden Galerie, dem Zeitpunkt, den Kuratoren, dem Marketing etc. abhängig. Bei allen Faktoren bestimmend und steuernd eingreifen zu können, setzt zumindest einen enormen Einfluss des Künstlers, eine bedeutsame Macht, voraus.

### *Ausstellungen*

Folgende Ausstellungen sollen exemplarisch kurz vorgestellt werden:

- *DAMIEN HIRST*, London 2012
- *Jeff Koons Versailles*, 2008–09; *Murakami Versailles*, 2010
- Jeff Koons: Ausstellungen in Frankfurt am Main und Riehen 2012

#### *DAMIEN HIRST, London 2012*<sup>1254</sup>

Zu Museumsausstellungen scheint Hirst lange Zeit eine sehr eigentümliche Einstellung gehabt zu haben: “I always thought museums were for dead artists and I was afraid of that.”<sup>1255</sup> Dies hat sich im Laufe der Jahre jedoch stark verändert. Die grosse (natürlich „substantial“) Retrospektive fand im olympischen Jahr 2012 in London (der Stadt, die auch Ausrichter der Sommerspiele war) parallel zu den

<sup>1253</sup> Vgl. Daniels, Dieter, Duchamp und die anderen. Der Modellfall einer künstlerischen Wirkungsgeschichte in der Moderne, Köln 1992.

<sup>1254</sup> Ausstellungsansicht(en): [URL: [www.damienhirst.com/exhibitions/solo/2012/tate](http://www.damienhirst.com/exhibitions/solo/2012/tate) (1.2.2017)].

<sup>1255</sup> Kaplan, Ben, Damien Hirst opens a new freaky exhibit in Kiev, in: National Post 22. April 2009.

Olympischen Spielen statt. Dies und die Einladung, in der wichtigsten Institution für zeitgenössische Kunst in dieser Stadt (und vielleicht sogar des Landes) auszustellen, die jährlich mehr als 5 Millionen Besucher (d. h. im Schnitt täglich 16.000 Besucher) verzeichnet, garantiert für beide Seite (Museum und Künstler) Aufmerksamkeit und ökonomischen Erfolg. Potenziert wird diese Ausgangslage noch, wenn es sich um einen Kunst-Star wie Damien Hirst handelt, der allein wegen seines Status als Prominenter und Künstler-Star heraus Publicity generiert. Sponsor dieser Veranstaltung ist die Qatar Museums Authority (in deren Museum parallel zur Hirst Ausstellung die bis dahin grösste Murakami-Retrospektive läuft) unter dem Vorsitz von „Qatar’s culture queen“<sup>1256</sup> oder „undisputed Queen of the art world“<sup>1257</sup>, Sheika Al Mayassa bint Hamad bin Khalifa Al-Thani. Die Sponsoringsumme für diese Ausstellung soll sich auf GBP 3,5 Mio. belaufen haben. Im Vorwort des Kataloges beschreibt Sheika Al Mayassa die Wichtigkeit des Ortes und der Zeit: „the first substantial [sic] survey of Damien Hirst’s work ever to be held in the UK is taking place in one of the great cultural buildings of our time, during a year of immense significance for London“<sup>1258</sup>. Sie kündigt bereits im Absatz danach die nächste „retrospective exhibition of Hirst’s work – the first in the Middle East“<sup>1259</sup> an. Darüber hinaus erläutert sie, wie Co-branding und Storytelling in der heutigen Zeit funktionieren:

Here in London, this exhibition of a British artist, sponsored by an Arab institution and held in a power station transformed by Swiss architects, reminds us that we live today in a truly global world, and that diversity will make us stronger and bring us closer.<sup>1260</sup>

Das Adjektiv „substantial“ kommt regelmässig in der Presse (natürlich nicht nur im Zusammenhang mit der Beschreibung von Hirsts Werken) vor, insbesondere in Besprechungen, Kritiken, vor allem aber in Beschreibungen von Auktionskatalogen. Es soll die Besonderheit und aussergewöhnliche Qualität hervorheben. Der Kurzführer zur Ausstellung, den jeder Besucher erhält, qualifiziert die Ausstellung noch näher: „It provides an opportunity to trace the development of his career and to experience some of his most iconic works.“<sup>1261</sup>

Gezeigt werden – wie es der Presstext bereits verrät – einige Ikonen seines Werkes, darunter der ‚Shark‘ (*The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*<sup>1262</sup>) von 1991, das ‚Fly piece‘ (*A thousand years*<sup>1263</sup>) von 1990 und

1256 The Economist (o.A.), Art and the Middle East: Qatar’s culture queen, At 29, Sheikha Mayassa Al Thani is the art world’s most powerful woman. Is she using her money well?, 31.3.2012.

1257 2012 die Nummer 91 der FORBES-Liste der 100 einflussreichsten Frauen der Welt; [URL: [www.forbes.com/profile/sheikha-mayassa-al-thani/](http://www.forbes.com/profile/sheikha-mayassa-al-thani/) (15.6.2013)].

1258 Ausst.-Kat. London (*DAMIEN HIRST*) 2012, 6.

1259 Ebd.

1260 Ebd.

1261 Kurzführer zur Ausstellung, Introduction.

1262 Verkürzt nur „The Shark“ genannt. In dieser Verkürzung wird ein hoher Bekanntheitsgrad bereits impliziert. Homepage Damien Hirst mit Abbildung(en): [URL: [www.damienhirst.com/the-physical-impossibility-of/](http://www.damienhirst.com/the-physical-impossibility-of/) (1.2.2017)].

1263 Homepage Damien Hirst mit Abbildung(en): [URL: [www.damienhirst.com/a-thousand-years/](http://www.damienhirst.com/a-thousand-years/) (1.2.2017)].

eine stattliche Auswahl seiner *Spot Paintings* – darunter das erste überhaupt, das 1986 noch von Hirst selbst gemalt wurde. Darüber hinaus wird die Installation *In & Out of Love* von 1992 noch einmal aufgebaut, re-installiert, sogar die Auktionsausstellung *Beautiful inside my head forever* wird zitiert, indem ein Raum dem von Sotheby's zur Auktion mit denselben von Hirst entworfenen goldfarbenen Tapeten nachgebaut wird. Dies referenziert auf das Verständnis Hirsts, dass diese Auktion Werkcharakter hat (wenngleich sie nur verkleinert und reduziert wiederersteht). Was auffällt und auch in der Presse thematisiert wird, ist, dass die Ausstellung der Arbeiten mit dem (Auktions-)Jahr 2008 enden. Bspw. die *Blue Paintings*, seine letzte Serie von selbst gemalten Bildern, fehlen komplett. Das lässt natürlich Spekulationen aufkommen, ob Hirst damit womöglich auf die damals durchweg schlechten Rezensionen und Kritiken reagierte. Oder gibt es dafür andere Gründe? Zwei Antworten darauf scheinen möglich und plausibel: Die eine ist, dass sie das Attribut „most iconic works“ der Pressemitteilung noch nicht erfüllen (was jedoch dann einer echten Retrospektive nicht so recht entsprechen mag, schliesslich sind wirklich alle in der Ausstellung gezeigten Arbeiten im persönlichen Bild-Gedächtnis parat). Die andere und überzeugendere Antwort könnte sein, dass Hirst ursprünglich geplant hatte, parallel zur Ausstellung in der Tate Modern eine Ausstellung seiner Gemälde in der Tate Britain zu bespielen, was ihm jedoch nicht erfüllt wurde. Man sieht hier, dass die Machtfülle auch bei Business Artists vom Kaliber Damien Hirst begrenzt ist. Hierzu fehlen in der Presse jedoch belegbare Fakten, die eine Interpretation zu den Gründen ermöglichen würden.

Der zweite Teil der Ausstellung widmet sich ausschliesslich Hirsts Arbeit *For the Love of God*<sup>1264</sup> (2007) in der riesigen Turbinenhalle der Tate Modern [Abb. 20]. Gerade hier ist die Inszenierung auf die Spitze getrieben. Die Inszenierungsstrategie basiert auf den Merkmalen Sicherheit, Reichtum, Morbidität, Memento Mori und dem immensen materiellen Wert des ausgestellten Objekts. Schon der Ort ist

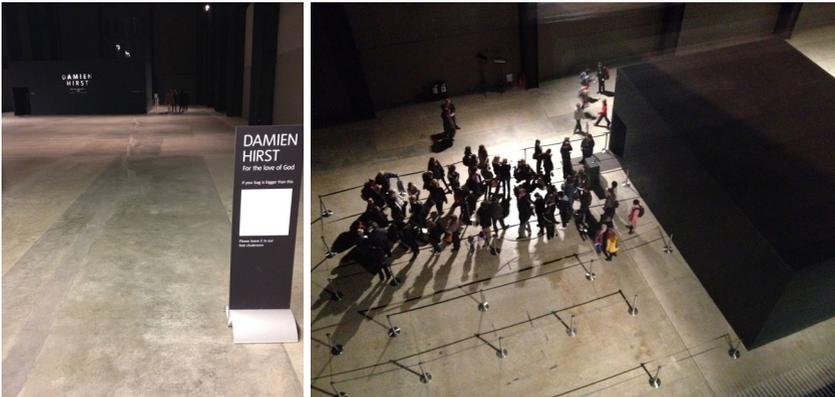


Abb. 20. Ausstellungszugang *For the Love of God* in der Turbinenhalle der Tate Modern in London 2012 (Fotos: © Thomas STEINRUCK).

1264 „The Skull“; vgl. dazu Fussnote davor. Homepage Damien Hirst mit Abbildung(en): [URL: [www.damienhirst.com/for-the-love-of-god](http://www.damienhirst.com/for-the-love-of-god) (1.2.2017)].

gigantoman gewählt, wenn auch sicherheitstechnisch erstaunlicherweise ungeschickt, gewählt. Es ist die riesige Turbinenhalle, die strategisch ausgewählt nun in direkten Massstabsverhältnis zum eigentlichen Kunstobjekt gesetzt wird: ein vom Massstab her originaler menschlicher Schädel gegen den Raum der Turbinenhalle.

Dieses einzelne Objekt wird in einem solitären schwarzen Kubus vor komplett tief schwarzem Hintergrund, in einer Panzerglas-Vitrine (dieses Mal jedoch liegend, nicht wie in den anderen Ausstellungen aufgestellt) präsentiert – vielleicht auch nur aufgrund einzuhaltender Auflagen durch den Kunstversicherer. Nachdem man an der Sicherheitskontrolle vorbeigeschleust wurde, kommt man in den komplett abgedunkelten Innenraum, in dessen Mitte in einer Vitrine das von allen Seiten bestens ausgeleuchtete Kunstwerk, der diamantbesetzte Schädel, ausgestellt ist. Durch alle diese Sicherheitsvorkehrungen mit einem Security Guard in der Mitte dieses Raumes und einer auf maximal zehn Personen begrenzten Besucheranzahl wird „Erhabenheit“<sup>1265</sup> inszeniert und als Gefühl auf den Besucher übertragen.

Ausstellungsbesprechungen und Kritiken trennen – wie man es von der Hirst-Literatur gewohnt ist – nicht scharf zwischen der Künstlerpersönlichkeit und dessen Werk. In jeder dieser Besprechungen finden sich sowohl Angaben hinsichtlich der ausgestellten Werke als auch der Künstler-Persona insgesamt.

Die beiden Ausstellungen sind zeitlich bewusst so gelegt, dass sie im olympischen Jahr 2012 parallel zu den Spielen in der wichtigsten Institution für zeitgenössische Kunst stattfinden. Schon allein das Presseecho im Vorfeld machte auf die Schau aufmerksam. Die Ausstellung endete dann auch erwartungsgemäss mit einem Besucherrekord, sowohl was die Ausstellung angeht als auch was das Museum betrifft. Die Tate Modern besuchten im Jahr 2012 5,5 Millionen Menschen, davon 463,000 die Hirst-Retrospektive: „The Hirst retrospective at Tate Modern in 2012 was the most popular solo exhibition in Tate history.“<sup>1266</sup>

*Jeff Koons Versailles, 2008–09*<sup>1267</sup>; *Murakami Versailles*<sup>1268</sup>, 2010

„Versailles ist das Symbol souveräner Macht schlechthin“<sup>1269</sup> – so beginnt der Einführungstext *Die Macht des Symbols* von Olivier de Rohan für den Band über Versailles von Pérouse de Montclos und dem Fotografen Polidon. Dasselbe gilt auch heute noch: Versailles ist ein Symbol der Macht, und diese Symbolik überträgt sich auch auf den dort ausstellenden Künstler. Die Werke im Schloss, das Schloss selbst und der Garten waren von den kreativsten und grössten Künstlern der Zeit geschaffen worden. Versailles war erste Königsresidenz im Staat, ist immer noch ein Symbol und steht für absolute Macht, Kunst und Kultur von höchstem Rang, Zentralismus, Unterwerfung der Natur, technische Perfektion, Öffentlichkeit und mythisch-kosmologischen Personenkult. Diese Symbolik und Metaphorik führt direkt

1265 Vgl. u. a. Ullrich, Wolfgang, Tiefer hängen. Über den Umgang mit Kunst, Berlin 2007/2003.

1266 Masters, Tim (BBC News) 2012.

1267 Ausstellungsansicht(en): [URL: [www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-versailles](http://www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-versailles) (1.2.2017)].

1268 Ausstellungsansicht(en): [URL: [www.perrotin.com/fr/artists/Takashi\\_Murakami/12/vue-de-lexposition-murakami-versailles-a-chateau-de-versailles-versailles-france-2010/1000002691#images](http://www.perrotin.com/fr/artists/Takashi_Murakami/12/vue-de-lexposition-murakami-versailles-a-chateau-de-versailles-versailles-france-2010/1000002691#images) (1.2.2017)].

1269 Pérouse de Montclos, Jean-Marie/Polidori, Robert, Versailles, Köln 1996, 7.

zum zentralen Punkt: Ein so international bekannter, historischer, mythisch aufgeladener und massenhaft besuchter Ort wie Versailles als Schauplatz von Solo-Shows für Künstler wie Jeff Koons oder Takashi Murakami wird nicht nur für die Künstler selbst zu einem Ort, an dem die eigenen Werke in den Dialog treten mit der besten Kunst der damaligen Zeit, sondern die Würde und der Mythos des Ortes erhöhen umgekehrt auch die ausgestellten Werke und laden sie auf. Gleichzeitig ist es eine enorme Image-Steigerung für diese Künstler. Internationale Reputation war darum das entscheidende Kriterium bei der Auswahl der zeitgenössischen Künstler, die dort ausstellen sollen. Dabei kann der Dialog zwischen alt und neu „echo, dialectic, contrast, counterpoint“<sup>1270</sup> sein. Versailles als „one of the world’s most visited monuments“<sup>1271</sup> mit zeitgenössischen Kunstausstellungen in Verbindung zu bringen, fällt nach einigem Nachdenken über die Bedeutung und Geschichte des Ortes auch nicht schwer, war dieser Ort zu seiner Blütezeit doch auch ein Podium für zeitgenössische, klassische, damals an der Antike orientierte Kunst. Und doch sind es seine Symbolik, Metaphorik und der Mythos, was Versailles als Ausstellungsort von (allen!) anderen Orten, die mit Kunst bespielt werden können, unterscheidet. Versailles ist ein einzigartiger Ort in der Welt. Es ist dort unvermeidbar, dass die Werke in einen Dialog mit dem Ort treten, dass sie einen Kontext erhalten und sich mit diesem auseinandersetzen und vor allem behaupten müssen – genau das Gegenteil zu einem Museumsraum oder einem sogenannten White Cube. Letzterer ist noch stärker als der Museumsraum ein steriler Ort, der die Objekte Kunst werden lässt, in dem er vom Aussen der Welt absolut abschottet und ihnen jeglichen Kontext nach draussen, ausser der Werke untereinander, vorenthält. Und doch ist Versailles eben nicht nur politischer und historischer Ort, sondern zugleich Museum, wie Jean-Jacques Aillagon in seinem Blog als Antwort auf den entrüsteten Brief eines Jura-Studenten zur Murakami-Ausstellung schreibt:

n’oubliez pas que le château de Versailles, est, depuis 1837, un musée, un musée national et, depuis longtemps, un monument historique et, comme tel, invité à participer à la constante politique d’ouverture des monuments anciens à l’art contemporain.<sup>1272</sup>

Aillagon versteht das Museum (und somit auch Versailles) als einen Ort, der den öffentlichen Auftrag hat, sich mit der (Kunst der) eigenen Zeit auseinander zu setzen. Für Aillagon war Versailles während der fast hundertjährigen Regentschaften der Könige Louis XIV. bis XVI. „a tireless melting-pot of taste, passion, creation and invention, and a tremendous laboratory for fads and fashions“<sup>1273</sup>. Paul Valéry spricht in seinem Essay zur Versailles-Ausstellung von Murakami auch von einer Umdeutung, einer „democratic conversion“<sup>1274</sup> des Ortes hin zu einem Themenpark,

1270 Ausst.-Kat. Versailles (*Murakami Versailles*) 2010, 168.

1271 Ebd.

1272 Blog von Jean-Jacques Aillagon [URL: [jean-jacques-aillagon.typepad.fr/le\\_blog\\_de\\_jeanjacques\\_ai/2010/09/murakami-versailles.html](http://jean-jacques-aillagon.typepad.fr/le_blog_de_jeanjacques_ai/2010/09/murakami-versailles.html) (25.11.2011)].

1273 Ausst.-Kat. Versailles (*Jeff Koons Versailles*) 2008, 7.

1274 Ausst.-Kat. Versailles (*Murakami Versailles*) 2010, 160.

„offering tourists an *expérience à la française*“<sup>1275</sup>. Zusammen mit Laurent Le Bon, zu der Zeit Kurator am Centre Georges Pompidou, wurde die Idee verwirklicht, „in accordance with its outstanding historical and artistic significance“<sup>1276</sup> unter dem Titel *Versailles Off* eine Ausstellungsreihe mit zeitgenössischen Künstlern in den Prunkräumen und dem Garten von Versailles zu etablieren. Abwechselnd sollten jährlich ein französischer und ein nicht-französischer Künstler die Kulisse bespielen. Jeff Koons, vorgeschlagen von Le Bon, sollte der erste Künstler sein, Koons als Produzent von Werken, „which the art market has elevated to the highest rung“<sup>1277</sup>. Die Öffnung Versailles für zeitgenössische Kunst wurde mit der Bedeutung des Ortes begründet: „Versailles has a calling to remain a vital and vibrant ‘cultural object’, endlessly renewed by the way we look at it when imbued with the spirit of our day and age.“<sup>1278</sup>

Der Ort sollte den Künstlern „powerful support“ bei der Präsentation der Werke sein; umgekehrt sollten die Künstler „re-interpret that resounding symphony of talent that the Kings of Versailles cleverly attracted“<sup>1279</sup>. Die Künstler selbst sollten „already have an international reputation, a prerequisite for measuring up to Versailles, that palace of palaces“<sup>1280</sup>. Die Verbindung von Ort und starker Künstlerpersönlichkeit wirkt auch hier wie ein Co-branding. Versailles ist zweifelsohne eine Marke – „the Versailles brand is much concerned with the management of history as it is with entertainment“<sup>1281</sup> – und Künstler wie Jeff Koons oder Takashi Murakami ohnehin. Beide Marken stärken einander und übertragen wechselseitig verschiedene Image-Aspekte: Co-Branding.

Im Fall Murakamis „the allegories and other myths of Versailles will strike up a dialogue with the dreamlike creatures (...), at times inspired by traditional Japanese art“<sup>1282</sup>, so Laurent Le Bon, oder wie es Murakami ausdrücken würde: „My aim is to bring about a creative process which will build a bridge between the past and the future.“<sup>1283</sup> Gezeigt wurden sowohl neue ortsbezogene („site specific works“), als auch bereits existierende und vorher ausgestellte Werke, insgesamt 22, im Innen- und eine Skulptur im Aussenbereich. Murakami selbst beschreibt seine Ausstellungsintention so:

If for instance French people were to imagine what a Japanese palace looks like, they would probably imagine a palace with Ninjas. They would dream up Samurais performing Harakiri there. This kind of reverie seems quite fantastical to us – even preposterous. It’s exactly the same when Japanese people imagine a French place – only this time it is Versailles. We, the Japanese people come up with an image in the most fantastical style possible: the kind of images that the

---

1275 Ebd.

1276 Ausst.-Kat. Versailles (*Jeff Koons Versailles*) 2008, 8.

1277 Ausst.-Kat. Versailles (*Jeff Koons Versailles*) 2008, 9.

1278 Ausst.-Kat. Versailles (*Jeff Koons Versailles*) 2008, 8.

1279 Ebd.

1280 Ausst.-Kat. Versailles (*Jeff Koons Versailles*) 2008, 9.

1281 Ausst.-Kat. Versailles (*Murakami Versailles*) 2010, 160.

1282 Ausst.-Kat. Versailles (*Murakami Versailles*) 2010, 168.

1283 Ebd.

readers of the *Rose of Versailles*<sup>1284</sup> create. So I would like to produce an imaginary land inside the palace, to set up a wonderland atmosphere in which even I would feel lost. I am going to exhibit my works in such a way as to create this wonderland atmosphere.<sup>1285</sup>

Murakami möchte seine Werke gegen das übermächtige Decorum des Ortes („the decor of the palace has a very strong presence“<sup>1286</sup>) absetzen, „to oppose rather than blend in with it“<sup>1287</sup>. Doch geht er von einer Grundidee aus, der formalen Ähnlichkeit zwischen seinem Signature-Motiv, den *Smiling* oder *Happy Flowers* und dem Sonnensymbol Ludwigs XIV. Auch verwende er im Gegensatz zu Jeff Koons' falschen Marmor-Sockeln lieber „kalte“ Materialien wie Plastik oder Plexiglas – ein wichtiger Unterschied.

In Koons' Ausstellung gab es sechs unterschiedliche Sockeltypen, bezogen mit goldenen Bordüren, einen Tisch mit schwerer blauer Brokatdecke, einen kleinen Tisch mit goldener Decke, weiss/rote Sockel aus falschem Marmor (formale und farbliche Kopien von im Saal bereits vorhandenen) mit schwarzer Plinthe und ein sehr aufwendiger weiss/grüner false marble-Sockel mit weisser Plinthe, sich nach unten massiv verbreiternd – die aufwendigste von allen. Auf ihr ruhte die Büste mit dem Selbstportrait des Künstlers, eine nicht gerade bescheidene Geste. Platziert war das Selbstportrait samt Sockel im Salon d'Apollon. Er tauschte die Rolle mit Louis XIV., dessen Büste aus Edelstahl im Salon de Mercure untergebracht wurde.

Es verwundert nicht, dass es deshalb und aufgrund der Bedeutung des Ortes sowohl zur ersten Ausstellung der Reihe *Versailles Off* mit Jeff Koons und zur dritten Ausgabe mit Takashi Murakami zu Protesten und Demonstrationen von unterschiedlicher Seite bis hin zu einer Klage wegen Verschandelung des Ortes und Verunglimpfung der historischen Personen gekommen ist (obwohl es schon eigenartig ist, dass nur Nicht-Franzosen diesen Angriffen ausgesetzt waren). So schreibt S.A.R. Prince Charles-Emmanuel de Bourbon-Parme, ein Nachfahre der königlichen Familie aus dem Geschlecht der Kapetinger, einen Brief der Entrüstung an den damaligen Président de la République, Nicolas Sarkozy, datiert *Versailles, ce 18 novembre 200*.

De Bourbon-Parme sieht das Erbe und Andenken an seine Ahnen beschmutzt – er verweist auf seine direkte Abstammung von Louis XIV. und seine darauf erwachsene Verpflichtung „défendre leur image, leur mémoire, leur œuvre et avant que s'engage une procédure contre l'organisation responsable d'une telle profanation“ – und will sich gegen die „profanation de l'œuvre et de la mémoire de mes aïeux“ zur Wehr setzen. Er sieht den grössten Affront auch darin, dass Koons seine Büste an die Stelle im Salon d'Apollon stelle, an dem der Thron des Königs gestanden habe.

1284 *Rose of Versailles* ist nach der Beschreibung von Murakami eine Manga-Serie aus den 1970er-Jahren, die in einem Manga-Mädchen-Magazin publiziert wurde. Die Geschichte handelt in der Zeit der Französischen Revolution. Eine junge Frau aus dem Militär-Adel dient verkleidet als Mann in der Royal Guard, wo sie ihrem Vaterland dient, sich aber in ihren Diener verliebt. Aus Gründen des Standesunterschieds ist darin eine tragische, unerfüllbare Liebe angelegt. Diese Geschichte ist in Japan sehr bekannt, und so assoziiert man mit dem Begriff Versailles ein (imaginäres) Image von diesem Ort, das aus dem Manga geprägt ist; vgl. Interview Takashi Murakami (Ausst.-Kat. Versailles (Murakami Versailles)) 2010, 20.

1285 Interview Takashi Murakami (Ausst.-Kat. Versailles (*Murakami Versailles*)) 2010, 21.

1286 Ebd.

1287 Ebd.

Auch ärgere er sich, dass Koons sein Werk mit dem Titel *Moon*<sup>1288</sup> (1995–2000) (aus der *Celebration*-Serie) im Spiegelsaal als Opponent zur Sonnensymbolik platziert habe. Doch noch viel schlimmer sei die Platzierung von Koons' Werk *Large Vase of Flowers*<sup>1289</sup> (1991), über das der Künstler gesagt hat, dass es „140 Arschlöcher“<sup>1290</sup> darstelle, im Schlaf-Gemach Marie-Antoinettes. Der Prinz will mit einem Aufruf an Sarkozy bezwecken, die Ausstellung beenden zu lassen. De Bourbon-Parme hatte bei der französischen Justiz auch einen Eilantrag zum Abbau der Ausstellung angestrengt, dem jedoch von Seiten der Richter nicht stattgegeben wurde. Sie verwies darauf, „dass Versailles nicht mit einem Grab vergleichbar sei. Zudem gebe es kein Werk mit pornografischem Charakter in der Ausstellung.“<sup>1291</sup>

Das ist ein interessanter Punkt, eine Präzedenz-Aussage, die man auf Koons Kunst in toto ausweiten könnte: Für die Richter zählt also nur, was sichtbar ist; dass Koons nur im Rahmen seines Storytellings davon spricht, dass die Blumen für „Arschlöcher“ stünden und dass das Werk Teil der sexuell aufgeladenen *Made-in-Heaven*-Kollektion ist, ist dem Werk nicht intrinsisch und nach aussen nicht sichtbar. Es ist für die Richter somit nicht von Relevanz bei ihrer Entscheidung. Das heisst aber auch, dass die Wahrnehmung ohne das Wissen um Koons' Storytelling eine andere ist, als wenn man durch Koons' manipulatives Geschichten-Erzählen bereits eine Deutung gehört hat, die ja aber wiederum keine ist, weil die Werke in Koons' Lehre ja überhaupt keine Bedeutung haben und eigentlich leer sind (wir erinnern uns: „the art happens in the viewer“) wie Koons immer wieder betont). In gewisser Weise könnte man das Urteil auch so lesen, dass Koons' Storytelling für das Verständnis des Werks selbst keine Relevanz hat, ohne implizieren zu wollen, dass die Richter genau das zum Ausdruck bringen wollten.

Ähnliches wiederholt sich auch bei der Murakami-Ausstellung 2010, diesmal ist der Kläger jedoch S.A.R. Prince Sixte-Henri de Bourbon-Parme, eine andere Linie der Bourbon-Parme, die in der spanischen Thronfolge steht (der Onkel von Prince Charles-Emmanuel). Diesmal ist die Begründung für den Eilantrag, den „supreme good French taste“<sup>1292</sup> zu verteidigen. „There are puppets in that exhibition that are frankly grotesque.“ Eine Unterschriftensammlung hatte immerhin 5.000 Unterzeichner gefunden, die als Petition für den Abbruch der Ausstellung an den Vorstand der Versailles-Staatsdomäne gerichtet worden war, ohne mit Erfolg gekrönt worden zu sein.

Die Presse reagierte auf beide Ausstellungen unterschiedlich. In nahezu allen Artikeln ist das Image Koons' wieder einmal auf die Kitsch-Thematik fixiert: „King of kitsch/Kitschkönig/König des Kitsches“ usw. Das Kunstmagazin *art* zitiert eine Demonstrantin: „Der infantile Quatsch gehört nach Disneyland, nicht in

1288 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/celebration/moon](http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/moon) (1.2.2017)].

1289 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/made-in-heaven/large-vase-flowers](http://www.jeffkoons.com/artwork/made-in-heaven/large-vase-flowers) (1.2.2017)].

1290 Das Jeff Koons Handbuch 1992, 126.

1291 Medienbericht FAZ mit DPA 2008, Versailles ist kein Grab. „Porno-Klage“ gegen Koons-Schau gescheitert.

1292 Guinness, Molly, Prince goes to court in bid to rid Versailles of „grotesque“ art, in: *The Independent* 25.10.2010.

dieses Schloss.<sup>1293</sup> Natürlich sind die Proteste Hauptgegenstand der Artikel – lässt sich auch deutlich emotionaler über Demos berichten, als über die Kunst oder den Künstler allein, es sei denn, diesen begleitet etwas Skandalträchtiges. Darüber hinaus wird auch immer wieder auf das Fehlen mindestens einer speziell für den Dialog mit den historischen Räumen in Auftrag gegebenen Arbeit hingewiesen.<sup>1294</sup> Die *New York Times* titelt „Royal Heir Says ‘Non’ to Koons Exhibition at Versailles“<sup>1295</sup>. Der *Guardian* schreibt „King of kitsch invades Sun King’s palace“<sup>1296</sup> und zitiert Aillagon zu Vorwürfen, er habe die Ausstellungen über einen „conflict of interest“ zwischen seiner Tätigkeit als Berater für François Pinault und Leiter der Staatsdomäne Versailles erst ermöglicht (was nicht gänzlich von der Hand zu weisen ist). Die Frankfurter Rundschau druckt nur die DPA-Meldung, in der der Präsident des französischen Schriftstellerverbandes, der ebenfalls zu den lauten Kritikern der Ausstellung gehört, zitiert wird: die Objekte würden „von vielen als Beschmutzung des französischen Kulturerbes empfunden. Das sei so, als würde man der Mona Lisa einen falschen Bart ankleben.“<sup>1297</sup> Zu Murakamis Ausstellung ist der Grundtenor ein ähnlicher: Die einen sehen in den bunten Skulpturen grosse Spielzeuge, die anderen einen spannenden Dialog der Fanatasiefiguren mit der Umgebung. Ein wirklich neuer Gedanke taucht in den Rezensionen und Kritiken im Vergleich zur Koons-Ausstellung nicht auf.

Sehr interessant und bezeichnend lesen sich auch die Listen der Leihgeber der beiden Ausstellungen. Darunter sind die immer gleichen, bekannten Namen, die stets genannt werden, wenn es um Leihgaben oder Unterstützung der drei Künstler geht, im Fall der Koons-Show

François Pinault Foundation (zugleich Sponsor)  
 Astrup Fearnley Collection (hier hatte Koons 2004 eine Retrospektive)  
 The Dakis Joannou collection (zugleich Sponsor und grösster Koons-Sammler)  
 The Brant Foundation (neben Koons auch bei Warhol massiv auf dem Markt involviert)  
 Collection Pinchuk Art Centre (Koons, Hirst, sind Murakami Mentoren beim *Future Generation Art Prize*)  
 Gagosian Gallery.

Weiter treten als Sponsoren auf der zweitwichtigste Koons-Sammler Eli Broad bzw. seine *the broad art foundation* sowie Koons’ französische Galerie Jerome de Noirmont, und im Fall der Murakami Show die Galerien Marianne Boesky, wieder Gagosian, Emmanuel Perrotin, sowie ungenannte Leihgeber. Dass Sammler dieser drei Künstler ungenannt bleiben möchten ist sehr ungewöhnlich, da diese meist nicht zu den leisen Sammlern gezählt werden.

1293 Bosetti, Petra, Jeff Koons Versailles, Michael Jackson trifft Sonnenkönig, in: art – Das Kunstmagazin 12.9.2008.

1294 So u. a. Forster, Siegfried, Pop Art am Hof des Sonnenkönigs. Die Werke von Jeff Koons sorgen für Wirbel in Versailles, in: Dokumente 6/08, 59–60, 59f; Medienbericht Frankfurter Rundschau 2008.

1295 Itzkoff, Dave, Royal Heir Says ‘Non’ to Koons Exhibition at Versailles, in: The New York Times Artsbeat Blog 24.12.2008.

1296 Chrisafis, Angelique, Art: King of kitsch invades Sun King’s palace, in: The Guardian 9.9.2008.

1297 Medienbericht Frankfurter Rundschau 11.9.2008.

Im Murakami-Katalog findet man einen interessanten Anhangsteil, der sich der *Genesis of Works* widmet, der dem Leser sehr viel Einblick in den Werkprozess ermöglicht, mit dem sich der Künstler hier auch als Business Artist präsentieren kann. Im Koons-Katalog wird im Anhang (*Annexes*) ein nahezu wissenschaftlicher Anspruch auf Vollständigkeit erhoben, neben der Kurzbiografie werden sämtliche (!) *Talks/Lectures, Works in Public Collections, Solo* und *Group Exhibitions, Bibliography* und die *List of Works* inkl. gesamter Ausstellungshistorie der einzelnen Werke und jeweiliger Erwähnung in der Literatur (sehr aufschlussreich) wiedergegeben.

Dass die Koons-Ausstellung in Versailles überhaupt gezeigt wird, ist auch als ein Ausdruck der Macht des Sammlers François Pinault (u. a. der ihm gehörende *Balloon Dog*<sup>1298</sup> (Magenta) (1994–2000), der bereits im Canale Grande prominent aufgestellt war, ist neben 5 weiteren Arbeiten Teil der Ausstellung; somit gehören 6 der 17 gezeigten Arbeiten Pinault!), der diese Ausstellung mit EUR 2 Mio. auch grosszügig finanziell unterstützt hat. Der Wertzuwachs seiner Koons-Arbeiten allein durch diese Ausstellung dürfte dieses Sponsoring mehrfach ausgleichen. Der Leiter der Stiftung Versailles und ehemalige Kulturminister Jean-Jacques Aillagon stand zumindest 2006 dem Beirat und Direktorium der Pinault Foundation vor<sup>1299</sup>, eine vielleicht auch nicht ganz unwichtige Entscheidungshilfe für die Wahl von Koons als Künstler für Versailles. Wieder einmal eine abgesprochene Wertvermehrungsaktion.

Die Ausstellung von Murakami wurde grosszügig von der Qatar Museums Authority (die gerade im Rahmen der Damien-Hirst-Retrospektive in der Tate Modern benannt wurde) im Rahmen des Kulturprogramms *Doha Cultural Capital 2010* gefördert (2012 hat ebenfalls Murakami parallel zu Hirsts Tate Show in Doha seine bislang grösste Ausstellung mit dem Titel *EGO*). Auch hier wurde für beide Künstler erreicht, dass die mediale Berichterstattung reichlich über den Aufmerksamkeitswert von Besprechungen und Kritiken hinaus ging, unter anderem durch den Skandal, der sich durch das Bespielen des historischen Ortes in Frankreich entwickelt hatte.

JEFF KOONS, Riehen 2012<sup>1300</sup>

JEFF KOONS. The Painter<sup>1301</sup> / JEFF KOONS. The sculptor<sup>1302</sup>, Frankfurt a. M. 2012

2012 ist für Jeff Koons ein wichtiges Ausstellungsjahr. Gleich drei wichtige Institutionen widmen ihm Ausstellungen, die sich auch zeitlich überschneiden: die Fondation Beyeler in Riehen/CH, die Schirn Kunsthalle und das Liebieghaus in Frankfurt am Main.

1298 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-dog-0](http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-dog-0) (1.2.2017)]; die Farbe Magenta findet man über den Reiter „Detail“.

1299 Vgl. Kronsbein, Joachim, Bunter Hund am Canal Grande, in: *Der Spiegel* 17/2006, 166–167, 167.

1300 Ausstellungsansicht(en): [URL: [www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-fondation-beyeler](http://www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-fondation-beyeler) (1.2.2017)].

1301 Ausstellungsansicht(en): [URL: [www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-the-painter](http://www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-the-painter) (1.2.2017)].

1302 Ausstellungsansicht(en): [URL: [www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-the-sculptor](http://www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-the-sculptor) (1.2.2017)].

Es ist nicht klar, wie weit der Einfluss von Koons hinsichtlich der Platzierung und Auswahl von Objekten innerhalb einer Institution, die er bespielt, geht. Was Koons jedoch immer wieder betont (auch im Talk mit der Kuratorin der Baseler Ausstellung Theodora Vischer) ist, dass er die Plätze für seine Arbeiten wähle, die für diese am besten seien und von wo aus sie den besten Dialog führen könnten. Es ist sehr wahrscheinlich, dass seine Kontrolle auch bis hin zu einem Veto gegen einen Kurator gehen dürfte, wenn er mit einer Platzierung nicht einverstanden ist. Auch bei der Beschaffung der Objekte selbst ist Koons bzw. sein Studio, neben seinen verkaufenden Galeristen, die erste Kontaktadresse. Ein wichtiger Leihgeber der Ausstellung war Damien Hirst. Er besitzt eine Reihe von Werken Koons' (2016 richtet Hirst in seiner neuen Newport Street Gallery eine Ausstellung für Koons aus *Jeff Koons: Now*<sup>1303</sup>, in der auch Koons' Werke in seiner Sammlung gezeigt werden). Für die Ausstellung lieh er verschiedene Arbeiten aus dem Body of Work *The New* nach Riehen aus.<sup>1304</sup> Es ist sicher auch kein Zufall, dass die Ausstellung in der Fondation Beyeler zur selben Zeit wie die weltweit wichtigste Messe für moderne und zeitgenössische Kunst, die Art Basel, in unmittelbarer Nähe stattfindet.

Das Zusammentreffen seiner Ausstellung in der Fondation Beyeler im Basler Vorort Riehen und der Kunstmesse Art Basel vom Juni zeigt, wie sehr Koons immer noch die Kontrolle ausübt. Oder wie sagte doch Bernard Fibicher [der in dem Artikel mehrfach zitierte Direktor des Kunstmuseums Lausanne, Anm. TS]: ‚Koons weiss genau, was funktioniert. Zudem verfügt er über ein breites Netzwerk, das er für seine ausgefeilten Orchestrierungen einsetzt. Nichts wird dem Zufall überlassen.<sup>1305</sup>

Auf die Auswahl für die Frankfurter Ausstellungen hatte Koons jedenfalls einen nicht geringen Einfluss, natürlich ‚in Abstimmung‘ mit den Kuratoren. Grundsätzlich drängt sich der Verdacht auf (vergleicht man die Leihgeber der verschiedenen Koons Ausstellungen), dass er in grösserem Umfang als andere Künstler und gezielt, d. h. strategisch, seine wichtigsten Sammler immer wieder mit Leihgaben aus deren Sammlungen in die wichtigen Museumsausstellungen bringt (vgl. dazu auch die Anmerkungen zur Versailles-Ausstellung). Auf der anderen Seite muss man dazu auch bemerken, dass Koons' Portfolio – für einen Künstler seiner Potenz – ausserordentlich klein ist. Das ist ebenfalls eine Werkstrategie, die in letzter Konsequenz zu einer vergleichsweise höheren Anzahl an ikonischen Werken führt als bei seinen Kollegen: Koons' Solo-Shows in Museen sind, so weit es aktuell überblickbar ist, die einzigen Orte, an denen mehrere Serien parallel gezeigt werden, in Galerien sind es immer nur Werke aus einer einzelnen Serie. Das führt dazu, dass in Museen quasi das Prinzip *Best-of* angewandt wird, das heisst, verschiedene Serien können mit jeweils unterschiedlichen Werken zueinander gruppiert werden. In Basel sind dies die Serien *The New*, *Banality* und *Celebration*, zusätzlich als separate Ausstellung im Aussenbereich des Museums *Split-Rocker*. In Frankfurt ist es umfangreicher. Dort sind fast alle Serien vertreten: im Bereich Malerei *Luxury & Degradation*, *Made in*

1303 Ausstellungsansicht(en): [URL: [newportstreetgallery.com/exhibitions/jeff-koons-now](http://newportstreetgallery.com/exhibitions/jeff-koons-now) (1.2.2017)].

1304 Vgl. Interview Damien Hirst (Ausst.-Kat. Turin (Freedom Not Genius)) 2012, 103.

1305 Laird, Michèle (swissinfo.ch) 2012.

*Heaven*<sup>1306</sup>, *Celebration*, *Easyfun/Easyfun-Ethereal*, *Popeye*, *Hulk-Elvis* und seine neue Serie *Antiquity* sowie im Bereich Skulptur alle Serien ausser *Pre-New*, *Kiepenkerl*, aber neu dazu ebenfalls *Antiquity*: wie es bei Best-of-Alben im Bereich der Unterhaltungsindustrie üblich ist, wird meist mindestens ein neues Werk dazu gruppiert. Aufgrund der relativ geringen Anzahl der Werke zirkulieren somit zwangsläufig dieselben Arbeiten häufiger als bei anderen Künstlern – was für die Sammler demnach schneller zu einem Anstieg der Werte ihrer Werke führt.

Bereits im November 2011 werden in diversen Fachzeitschriften die ersten Ankündigungen zur Ausstellung<sup>1307</sup> im Frankfurter Liebieghaus ab Juni 2012 gelauncht.

Eine schöne Überschrift brachte der Spiegel zur Ausstellung, die eigentlich den Kern der Ausstellung in drei Worten beschreibt: „Engel, Sex und Sau.“<sup>1308</sup> Die Auswahl der Gemälde aus allen Kollektionen, die in der Schirn Kunsthalle ausgestellt werden, müssen aufgrund ihrer Grösse mit einem Kran über das Dach auf die Ausstellungsflächen herabgelassen werden, allein das ein medienwirksames Schauspiel. In *Jeff Koons The Painter* werden die grossformatigen Arbeiten (Damien Hirst zählt sie „zur amerikanischen Dimension“<sup>1309</sup>, während britische Werke eher kleinformatig seien) in einer nicht unterteilten Halle gezeigt.

## Projekte

Alle drei untersuchten Künstler haben parallel zum eigentlichen Œuvre auch immer wieder singuläre *Projekte* realisiert. Es fällt bei manchen Realisierungen schwer zu entscheiden, ob man ein Werk nun einer inhaltlichen Strategie oder einer eigenen künstlerischen Werkgattung zuschreiben soll, aber genau dieser Punkt ist der Ausschlag, eine Arbeit dem Punkt (einmalige oder wiederholte) Projekte zuzuordnen.

Die drei Künstler arbeiten in ihrem Werk immer wieder auch mit Superlativen als Strategie, die sie aber zugleich auch regelmässig selbst übertreffen. Für seine Ausstellung am Rockefeller Plaza 2003 installierte bspw. Murakami dort seine zu dem Zeitpunkt „largest sculpture ever“<sup>1310</sup>, *Tongari-kun*<sup>1311</sup>, eine über 9 Meter grosse Plastik seiner Manga-Figur *Mr. Pointy*, Teil der Installation *Reversed Double Helix*<sup>1312</sup>. Mit der hinsichtlich des Materialwertes eigentlich alles zuvor Dagewesene übertreffenden Arbeit *For the Love of God*<sup>1313</sup> (2007) katapultiert sich Damien Hirst mit

1306 Auch wenn es ein wenig antiquiert und peinlich erscheint, dass im Katalog explizit-sexuelle Ansichten aus der *Made-in-Heaven*-Serie nur in ‚Details‘, d. h. in quasi-zensierten Ausschnitten, abgedruckt wurden.

1307 „New Koons in old-school Frankfurt...“, 14.11.2011 [URL: [www.theartnewspaper.com/articles/New-Koons-in-old-school-Frankfurt.../25033](http://www.theartnewspaper.com/articles/New-Koons-in-old-school-Frankfurt.../25033) (15.11.2011)]; „Jeff Koons New Exhibition Amid Antiquities“, 18.11.2011 [URL: [www.artlyst.com/articles/jeff-koons-new-exhibition-amid-antiquities](http://www.artlyst.com/articles/jeff-koons-new-exhibition-amid-antiquities) (19.11.2011)].

1308 Schulze, Karin, Zwei Schauen für Jeff Koons: Engel, Sex und Sau, in: Der Spiegel 11.5.2012.

1309 Interview Damien Hirst (Monopol) 2009.

1310 Pressemitteilung Public Art Fund 2003, Takashi Murakami at Rockefeller Center: *Reversed Double Helix*.

1311 Ausstellungsansicht(en): [URL: [english.kaikaikiki.co.jp/artworks/eachwork/reversed\\_double\\_helix/](http://english.kaikaikiki.co.jp/artworks/eachwork/reversed_double_helix/) (1.2.2017)].

1312 Abbildung(en): [URL: [english.kaikaikiki.co.jp/artworks/eachwork/reversed\\_double\\_helix/](http://english.kaikaikiki.co.jp/artworks/eachwork/reversed_double_helix/) (1.2.2017)].

1313 „The Skull“; vgl. dazu Fussnote davor. Homepage Damien Hirst mit Abbildung(en): [URL: [www.damienhirst.com/for-the-love-of-god](http://www.damienhirst.com/for-the-love-of-god) (1.2.2017)].

einem, man muss es so sagen, historischen *coup de génie* nicht nur in Form von Schlagzeilen in jedes Medium und generiert (intendiert) damit eine ungemeine Aufmerksamkeit, sondern auch mit einem denkwürdigen Projekt in die Kunstgeschichte (wie im Kapitel über individuelle Werkstrategien bereits dargestellt). Und wäre Koons' Projekt *Train*<sup>1314</sup> (seit 2003) bereits realisiert worden, so wäre dies sicher ein Garant für Gigantismus in der Kunst.

Diese Projekte/Werke sind allesamt gigantistische Vorhaben und beeindruckend durch schiere Grösse. Ein anderes Beispiel für ein solches Grossprojekt ist die „Anfertigung besonders grosser Skulpturen für eine Stadt“<sup>1315</sup>. Dies hat für den französischen, durch seine Bogen-Skulpturen aus Cortenstahl bekannt gewordenen Bildhauer Bernar Venet „etwas von einer Unterschrift, mit der man diese Stadt versieht“<sup>1316</sup>, also auch etwas von einer persönlichen Markierung, die über das rein physische der aufgestellten Skulptur hinaus geht. Ein Beispiel für die Planung einer Grossskulptur sei ein „Bogen, der 60 m hoch sein wird und in New York gegen das Gebäude lehnen wird, in dem ich wohne“<sup>1317</sup>, sagt der Künstler. Die markante Silhouette des 2008 fertig gestellten *Venet-Hauses* in Neu-Ulm/D ist als Mischung aus erweiterter Architektur und Kunst-am-Bau sogar direkt in das Firmenlogo einer in dem Haus untergebrachten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft übertragen worden. Ohne visuelle Wiederabrufbarkeit seiner Bogenskulpturen (*Arcs*) würden weder das Firmenlogo funktionieren noch würde das Haus irgendeine Berühmtheit erlangt haben. Ohne die Bekanntheit des Künstlers und seines Markenzeichens, der *Arcs*, wäre das Haus einfach ein Firmengebäude mit Kunst am Bau geblieben. Beides bedingt und potenziert sich gegenseitig.

Hirst, Koons und Murakami arbeiten bei ihren Projekten mit unterschiedlichen Medien und Gattungen, überwiegend gehören zu den Projekten Werke im oder für den öffentlichen Raum. Es können aber auch filmische Arbeiten, ausserkünstlerische unternehmerische Tätigkeiten, bspw. Restaurants oder Bars, die Präsentation eigener Werke bei einer Strassenparade oder ganz konkret die Ausrichtung einer eigenen Kunstmesse sein, wie im Fall von Takashi Murakami.

Projekte sind wie alle anderen Ausstellungsformen für eine Öffentlichkeit gedacht und dadurch natürlich auch öffentlichkeitswirksam, erzeugen mediale Aufmerksamkeit und Interesse. Dadurch, dass mit der künstlerischen Arbeit in den öffentlichen Raum eingegriffen wird, wird die Öffentlichkeit eine andere, ein potenziell grösseres Publikum wird angesprochen; es werden Personen erreicht, die eventuell nicht in eine Galerie oder ein Museum gehen würden. Die Orte sind zumeist auch noch bekannte und sehr prominente Flächen innerhalb einer Stadt oder allgemein des öffentlichen Raums. Werke im öffentlichen Raum sind immer „eine Plattform für einen diskursiven Austausch mit der Öffentlichkeit“<sup>1318</sup>. Eine andere Situation entsteht: „Die Distanz zwischen Kunstwerk und Besuchern, wie sie in

1314 Abbildung(en): [URL: [www.pinterest.com/pin/563161128390308826/](http://www.pinterest.com/pin/563161128390308826/) (1.2.2017)].

1315 Interview Bernar Venet (Artfacts) 2008.

1316 Ebd.

1317 Ebd.

1318 Stiburek, Jessica, Tadashi Kawamata und Jo Achermann: Zwei Künstler bespielen Zug. Wie ein Kunstmuseum den Dialog zwischen Kunst und Öffentlichkeit im urbanen Raum unterstützt, Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich, angenommen 2011, 4.

den Museen markiert wird, wird im Aussenraum aufgebrochen.<sup>1319</sup> Nicht wenige Künstler, die mit ihren Arbeiten in den Aussenraum gehen, setzen sich mit dem Ort selbst auseinander, die Werke sind oft für den Ort speziell konzipiert. Oftmals fließen „geografische, historische und gesellschaftliche Gegebenheiten des zukünftigen Standortes“<sup>1320</sup> in die Arbeit mit ein, sie werden dann auch als „site specific sculptures“<sup>1321</sup> bezeichnet.

Bei Hirst, Koons und Murakami ist das anders. Sie okkupieren mit ihren Skulpturen den Raum, es wird keine Rücksicht auf das Umfeld genommen. Gezeigt werden ihre Werke letztlich nicht anders als im Museum auch, eventuell im Massstab vergrössert oder auf die Gegebenheit des gegen Wind und Wetter ungeschützten Bereichs materialtechnisch angepasst. Es findet kein diskursiver Austausch statt, sondern der Aussenraum wird einfach nur als vorhandene ortsspezifische Kulisse bespielt. Das ist auffällig und zeigt eine tendenziös rücksichtslos-dominante Label-Prägnanz. Wieder haben wir es mit einer Form des Co-Branding zu tun. Die ausgesuchten Orte sind so prominent, dass die Okkupation dieser Orte, beispielsweise der Rockefeller Plaza in New York (man erreicht ca. 250.000 Kunstrezipienten pro Tag)<sup>1322</sup>, das Château de Versailles u. ä., zu einer (positiven oder negativen) Reaktion herausfordert und die Bedeutung des Ortes die Werke auflädt, denn diese Orte bespielen zu dürfen, setzt einen bestimmten Status an Prominenz und Gewichtigkeit voraus. An jeweils einigen ausgewählten Beispielen pro Künstler sollen nun die Art der Projekte und die unterschiedliche Art der Aufmerksamkeitsgenerierung oder -fokussierung untersucht werden.

- Jeff Koons: *Puppy* (1992) / *Split Rocker* (2000)
- Jeff Koons: Projekt Spielbudenplatz Hamburg (2003)
- Jeff Koons: *Train* (2003–dato)
- Jeff Koons: Eiserner Vorhang der Wiener Staatsoper: *Geisha*, 2007/08
- Jeff Koons: 7 World Trade Centre
  
- Takashi Murakami: *Reversed Double Helix*, Projekt am Rockefeller Center 2003
- Takashi Murakami: Filmprojekt *Jellyfish Eyes*, 2011/12

Jeff Koons hat verschiedene Projekte realisiert, Auftragsarbeiten, Entwürfe für den Aussenbereich oder Monumentalskulpturen. Hier folgt nun eine kurze Auswahl der nun vorzustellenden, teilweise verwirklichten, teilweise nicht-verwirklichten Projekte:

---

1319 Stiburek, Jessica 2011, 5.

1320 Stiburek, Jessica 2011, 6.

1321 Ebd.

1322 Press Release des Veranstalters Public Art Fund zur Ausstellung „Takashi Murakami at Rockefeller Center: Reversed Double Helix, [URL: [www.publicartfund.org/pafweb/projects/03/murakami\\_t\\_release\\_03.html](http://www.publicartfund.org/pafweb/projects/03/murakami_t_release_03.html)] (15.10.2009)].

*Jeff Koons: Puppy (1992) / Split Rocker (2000)*

*Puppy übermittelt allen die Botschaft von Liebe, Wärme und Glück. Ich habe ein Heiliges Herz Jesu unserer Zeit geschaffen. (Das Jeff Koons Handbuch, 144)*

*Die Idee zu Split Rocker kam mir beim Anblick von Dingen, die sich in meinem Schlafzimmer befanden. Es gab da ein Schaukelpferd aus Polyäthylen, das meinem Sohn gehörte. Ich hatte immer den Wunsch verspürt, das Schaukelpferd – eigentlich ein Pony – der Länge nach zu halbieren dann ein anderes Schaukelspielzeug, das ich gesehen hatte – ein Dinosaurier mit ähnlichen Griffen –, zu nehmen und es auf die gleiche Weise zu halbieren und schließlich die beiden unterschiedlichen Hälften zusammensetzen; auch die Griffe wollte ich wieder anbringen. Ich dachte mir, es wäre doch interessant zu sehen, wie die beiden Profile zusammenpassten, denn sie wären ja nicht deckungsgleich und dadurch würde eine neue Eben entstehen zwischen ihnen. (...) Ich dachte auch, dass es interessant wäre zu sehen, was äusserlich mit den beiden Teilen passieren würde: der Dino mit einem großen Augen das geradeaus nach vorne blickt, und das Pony mit einem runden Auge, das seitwärts schaut. Das würde durchaus etwas Kubistisches an sich haben. (Jeff Koons in Theodora Fischer 2012, 193)*

*Puppy*<sup>1323</sup> ist eine eigenständige Arbeit, die keiner Kollektion oder Werkgruppe angehört bzw. eine eigene Werkgruppe (mit nur einem Werk) darstellt, die 1992, im Jahr der documenta 9, realisiert wurde. Koons war nicht zur documenta eingeladen worden, doch der damalige Leiter des Fridericianums in Kassel hatte Koons den Auftrag für eine Aussenskulptur erteilt, die im Cour d'Honneur des Schlosses in Bad Arolsen parallel zur documenta ausgestellt werden sollte. Koons schuf dafür *Puppy*, eine 12m hohe Skulptur für den Aussenbereich in einem neuen Medium, der „dekorativen Gartenkunst“<sup>1324</sup>. Das Stahlgerüst, aufwendig geformt als sitzender Westhighland-Terrier, wurde mit lebenden Blumen, „70,000 multi-hued flowering plants (...) including Marigolds, Begonias, Impatiens, Petunias, and Lobelias“<sup>1325</sup> bepflanzt. Es ist eine von Leben ummantelte Eisengerüst-Skulptur. Koons vergleicht das Innere mit dem sakralen Raum einer Kirche. Das Projekt „was a contemporary artwork that captured Koons's sculptural imagination, horticultural dexterity, and engineering skill“<sup>1326</sup> und hat international mindestens ebenso viel Medienaufmerksamkeit auf sich gezogen wie die documenta selbst. In fast jedem Bericht zur documenta werden Koons und seine Arbeit erwähnt. Nach Bad Arolsen wurde *Puppy* noch mehrfach präsentiert, in Sydney 1995–96, in Bilbao 1997, wo eine Version nach dem Ankauf des Guggenheim Museums vor

1323 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/puppy](http://www.jeffkoons.com/artwork/puppy) (1.2.2017)].

1324 Holzwarth, Hans Werner 2009, 380.

1325 Microsite des Veranstalters Public Art Fund zur Ausstellung Jeff Koons: PUPPY mit Abbildung(en) [URL: [www.publicartfund.org/view/exhibitions/5783\\_puppy](http://www.publicartfund.org/view/exhibitions/5783_puppy) (15.10.2009)].

1326 Ebd.

dem Gebäude auch seinen dauerhaften Platz gefunden hat, in New York 2000 bei der Ausstellung *Jeff Koons: PUPPY*<sup>1327</sup> des Public Art Fund in New York auf der Rockefeller Plaza, „overlooking the Channel Gardens (Fifth Avenue between 49th and 50th Streets)“<sup>1328</sup>, so der Public Art Fund, der Veranstalter in seiner Pressemitteilung. Ein Bruder- oder Schwester-Werk – zumindest hinsichtlich formaler Aspekte wie Monumentalität, Stahlgerüst und echten Blumen – ist die Arbeit *Split Rocker*<sup>1329</sup> (2000), die erstmals im Jahr 2000 im Kreuzgang des Palais des Papes in Avignon ausgestellt wurde. Sie zeigt zwei nicht deckungsgleiche Teilelemente, die vertikal halbiert neu zusammengesetzt werden. Wie es Koons im Eingangszitat beschreibt, ist die eine Hälfte einem halbierten Plastik-Schaukeltier-Spielzeug in Form eines Ponys nachgebildet, die andere einem ähnlichen Objekt, einem Dinosaurier. Es folgten weitere Präsentationen in Versailles 2008–09 und 2012 im Garten der Fondation Beyeler in Riehen bei Basel. Wie sein Pendant *Puppy* im Jahr 2000 erhält auch *Split Rocker* im Sommer 2014 die Nobilitierung, während der Ausstellung *Jeff Koons: SPLIT-ROCKER*<sup>1330</sup> auf der Rockefeller Plaza in Manhattan auf Einladung des Public Art Fund stehen zu dürfen – was die in New York grösstmögliche Öffentlichkeit bedeutet. Die Präsentation an der Rockefeller Plaza fand zeitgleich mit der ersten grossen Retrospektive in einem Amerikanischen Museum, im Whitney Museum in New York, statt.

### *Jeff Koons: Projekt Spielbudenplatz Hamburg (2003)*

Anfang 2003 wurde Koons vom damaligen Bausenator Mario Mettbach eingeladen, einen Entwurf für ein Site-Specific-Work zur Bespielung des Spielbudenplatzes am Fusse der Reeperbahn in Hamburg einzureichen, um „mehr Flair auf den Platz zu bringen“<sup>1331</sup>. Die FAZ berichtet, dass eigentlich Niki de Saint-Phalle den Platz bespielen sollte<sup>1332</sup>, die als Siegerin aus einem Wettbewerb 1997 hervorgegangen war, jedoch von Todes wegen kein Werk mehr ausführen konnte. Im Februar besuchte Koons mehrfach die Stadt, um sich ein Bild vor Ort zu machen. Im April 2003 stellte er seinen Entwurf vor. Er plante zwei mehr als 100 Meter hohe Ready-made-Kräne an den beiden Querseiten des Platzes, an denen eine vergrösserte Version seiner Arbeit *Moustache*<sup>1333</sup> (2003) aus der *Popeye* Serie befestigt werden sollte. Den Boden sollten „eingelassene Seemannsknoten“<sup>1334</sup> verzieren. „Es repräsentiert weibliche wie männliche und kindliche Elemente, stellt die Verbindung her zum Wasser und

1327 Microsite des Veranstalters Public Art Fund zur Ausstellung Jeff Koons: PUPPY mit Abbildung(en) [URL: [www.publicartfund.org/view/exhibitions/5783\\_puppy](http://www.publicartfund.org/view/exhibitions/5783_puppy) (15.10.2009)].

1328 Ebd.

1329 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/split-rocker](http://www.jeffkoons.com/artwork/split-rocker) (1.2.2017)].

1330 Microsite des Veranstalters Public Art Fund zur Ausstellung Jeff Koons: SPLIT-ROCKER mit Abbildung(en) [URL: [www.publicartfund.org/view/exhibitions/6044\\_jeff\\_koons\\_split-rocker](http://www.publicartfund.org/view/exhibitions/6044_jeff_koons_split-rocker) (15.10.2009)].

1331 Vgl. Medienbericht (Spiegel Online Kultur) 18.2.2003, Jeff Koons: Erotik-Künstler soll Hamburger Reeperbahn verschönern.

1332 Vgl. Medienbericht DPA (FAZ) 29.4.2003, Koons rettet Hamburg mit Schwimmringen.

1333 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/popeye/moustache](http://www.jeffkoons.com/artwork/popeye/moustache) (1.2.2017)].

1334 Ebd.

steht gleichzeitig für Sicherheit, die durch die Kinderschwimmringe symbolisiert werden.<sup>1335</sup>

Seine Intention war es, „eine Art Wahrzeichen zu schaffen, etwas, das die Leute nie müde werden anzuschauen“<sup>1336</sup>. Das Budget der Stadt für den Umbau des Platzes war mit EUR 4,3 Mio. veranschlagt, EUR 1,8 Mio. davon wollte die Stadt aufbringen, EUR 2,5 Mio. sollten über private Spenden aufgebracht werden. Das Projekt wurde jedoch von der Mehrheit der Bürger abgelehnt. Es gab viele Leserbriefe in den Lokalzeitungen mit Titulierungen wie „Hamburg mit Disneyland verwechselt“<sup>1337</sup> oder „Hubba-Bubba-Kunst“<sup>1338</sup>. Die Hamburger Tourismus GmbH kommentierte Koons' Entwurf als spektakuläres Projekt und Magnet, das Touristen anziehen würde, und bringt damit den Kern des Projektes auf den Punkt. Wie Koons' Projekt *Train*<sup>1339</sup> (seit 2003) ist auch dieses durch einen spektakulären Charakter geprägt: eine immense Höhe, grelle Farbigkeit, ungewohnte Motive – Faktoren, die auf Auffälligkeit zielen. Schon im Juli 2003 kam schliesslich das Aus für Koons' Entwurf. Nachdem ihm abgesagt worden war, wurde ein Jahr später ein Wettbewerb ausgeschrieben. Dem Internet ist zu entnehmen, dass „zwei einander gegenüber liegende bewegliche Bühnen zur Durchführung regelmässiger Veranstaltungen“<sup>1340</sup> letztlich 2006 auf dem Platz installiert wurden.

### *Jeff Koons: Train (seit 2003)*

Ein weiteres Beispiel für Gigantomanie in der Kunst sowohl hinsichtlich des Preises als auch der technischen Leistung ist die bislang nur im Projekt-Status befindliche Arbeit mit dem Titel *Train*<sup>1341</sup> (seit 2003). Das *Schirn Magazin* betitelt so auch 2012 nicht unbegründet ihren Bericht über das Train-Projekt mit „Die Grenzen des Machbaren“.<sup>1342</sup> Es ist seit vielen Jahren unverwirklicht und dient Koons als Beleg für technische Höchstleistungen seiner Kunst. In sein Storytelling reiht sich auch die Aussage des damaligen Direktors des Los Angeles County Museum of Art (LACMA), Michael Govan, ein, der die Verwirklichung des Projektes für sein Haus 2007 ankündigt und es dabei mit dem Eiffelturm in Paris vergleicht.<sup>1343</sup> Das Werk sollte ursprünglich 2011 oder 2012 fertig gestellt sein. 2009 wird der Fertigstellungstermin bereits auf 2014 verschoben mit dem Hinweis, man sei noch immer im Stadium von Machbarkeits- und Design-Studien. Bis heute<sup>1344</sup> ist das Werk noch nicht installiert. Koons beschreibt das Projekt des noch nicht fertigen Kunstwerks wie folgt:

1335 Ebd.

1336 Vgl. Medienbericht (Spiegel Online Kultur) 18.2.2003.

1337 Medienbericht (Spiegel Online Kultur) 2.5.2003, Kontroverse über Koons-Kunstwerk: „Hamburg mit Disneyland verwechselt“.

1338 Ebd.

1339 Abbildung(en): [URL: [www.pinterest.com/pin/563161128390308826/](http://www.pinterest.com/pin/563161128390308826/) (1.2.2017)].

1340 Wikipedia (Spielbudenplatz) [URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Spielbudenplatz> (5.6.2009)].

1341 Abbildung(en): [URL: [www.pinterest.com/pin/563161128390308826/](http://www.pinterest.com/pin/563161128390308826/) (1.2.2017)].

1342 Weiher, Sabine, Die Grenzen des Machbaren, in: Schirn Magazin Online 2012.

1343 Medienbericht Blouin Artinfo 17.4.2007, LACMA Unveils Plans for Giant Koons Train.

1344 Stand: Dezember 2015.

Es enthält einen Kran, der aus Deutschland stammt, einen Liebherr-Kran. Von diesem Ready-made-Kran hängt eine Dampflokomotive aus dem Jahr 1943, eine aus der 2900-Serie, eine der grössten Dampflokomotiven, die je produziert wurden. Sie hängt über dem Boden und der als Kuhfänger bezeichnete Schienenräumer hängt etwa zehn Meter über dem Boden. Die Maschine wird in Bewegung gesetzt und läuft, und die Ausstellungsbesucher können unmittelbar darunter spazieren. Nichts steht zwischen ihnen und dem Gegenstand – dem Kuhfänger der Lokomotive, der direkt von oben auf sie zukommt. Und sie läuft und wird immer schneller. Sie bewegt sich mit voller Geschwindigkeit und gibt ein sich orgiastisch steigendes Geräusch von sich. Und dann wird sie wieder langsam, bis sie zum Stillstand kommt.<sup>1345</sup>

2009 werden die Kosten des Projektes in der Presse kolportiert. Sie sollen sich auf USD 25 Millionen belaufen. Die Los Angeles Times kommentiert diese Zahl: „If the rumored cost is true, ‘Train’ would be among the most expensive pieces of art ever commissioned by a museum.“<sup>1346</sup> Die kalifornische Firma Carlson & Co., die eine Machbarkeitsstudie („feasibility study“<sup>1347</sup>) (die allein schon USD 2,3 Mio. gekostet haben soll) angefertigt und daraufhin das Projekt als „dead in the water“<sup>1348</sup>, als erledigt bezeichnet hatte, stieg 2011 aus dem Projekt aus. Koons beteuert aber stets, dass das Projekt realisiert werde: „I am very confident the work will be made“<sup>1349</sup>. Koons bringt nun seine vertraute Firma Arnold AG in das Projekt ein und möchte eine zusätzliche „engineering study“<sup>1350</sup> sowie „cost estimates, and exploring methods of fabrication“<sup>1351</sup> anfertigen lassen. Auch das unterstreicht einmal mehr, dass Koons als Manager seiner Kunst agiert. Er versucht, die besten Fachleute aus anderen Disziplinen zu finden, die sein Projekt umsetzen sollen. Im Jahr 2012 wird ein weiterer möglicher Ort vorgestellt, an dem Train realisiert werden könnte, nachdem in Los Angeles die Finanzierung bis dato nicht gestemmt werden konnte, womit Los Angeles aber noch nicht aus dem Rennen ist: die neu angelegte High Line in New York, die stillgelegte Hochbahntrasse, die von Landschaftsarchitekten als Park und Wanderweg innerhalb der Stadt angelegt wurde. Schon 2005 hatte Koons „zusammen mit einem Team die Möglichkeiten geprüft, die Installation in die High Line zu integrieren“<sup>1352</sup>. Der Freundeskreis der High Line lässt 2012 freudig kommunizieren: „Train has the potential to serve as a potent symbol of the area’s industrial past.“<sup>1353</sup> Beim gesamten Projekt ist nicht nur die Ingenieurskunst ein Knackpunkt, sondern auch die Finanzierung, die bislang an keinem der diskutierten Orte gewährleistet ist. Sabine Weiher bringt es auf den Punkt: „Aber im Konzeptkunstzeitalter sind

1345 Interview Jeff Koons (Museum in Progress) 2007.

1346 Ng, David, Jeff Koons’ ‘Train’ nowhere near its final destination, or even a start date, in: Los Angeles Times Blog 24.11.2009.

1347 Finkel, Jori, LACMA’s Michael Govan on Jeff Koons’ locomotive, James Turrell retrospective, in: Los Angeles Times Blogs 16.5.2011.

1348 Ebd.

1349 Ebd.

1350 Ebd.

1351 Lindquist, Kate, Next Big Idea: Jeff Koons’ ‘Train’ at the High Line, in: Friends of the High Line Blog 27.3.2012.

1352 Weiher, Sabine (Schirn Magazin) 2012.

1353 Lindquist, Kate (Friends of the High Line Blog) 2012.

Ideen längst selbst Kunstwerke, und Koons' Idee ist inmitten all der Konzepte rund um das noch unvollendete Stück der High Line eine mit Wucht.<sup>1354</sup> Es bleibt weiterhin zu beobachten, ob, wann und wie das Projekt verwirklicht werden kann.

*Jeff Koons: Eiserner Vorhang der Wiener Staatsoper: Geisha, 2007/08*

Jeff Koons gestaltete für die Spielzeit 2007/08 das zehnte, 176 qm messende Grossbild auf der Brandschutzwand (Eiserner Vorhang) im Rahmen der Ausstellungsreihe *Wiener Staatsoper Eiserner Vorhang* von museum in progress in Kooperation mit der Wiener Staatsoper und der Bundestheater-Holding.<sup>1355</sup> Sein Motiv war *Geisha*<sup>1356</sup> (2007), ein Motiv aus Koons' Kollektion *Hulk Elvis* [Abb. 21]. Eine international besetzte Jury<sup>1357</sup>, bestehend aus Daniel Birnbaum, Akiko Miyake und Hans-Ulrich Obrist, hatte den Künstler ausgewählt. Zum ersten Mal wurde der Vorgang 1998 zur



**Abb. 21.** Jeff KOONS, „Geisha“, Eiserner Vorhang, 2007/2008, Wiener Staatsoper (© museum in progress [www.mip.at]).

Leinwand für Künstler, die diese Fläche seitdem temporär für jeweils eine Spielzeit bespielen dürfen. Der legendäre langjährige Intendant der Wiener Staatsoper, Ioan Holender, beschrieb den Eisernen Vorhang einst als „grösste Ausstellungsfläche für

1354 Weiher, Sabine (Schirm Magazin) 2012.

1355 Vgl. [URL: [www.mip.at/creations/eiserner-vorhang-2007-2008](http://www.mip.at/creations/eiserner-vorhang-2007-2008) (16.11.2009)].

1356 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/hulk-elvis/geisha](http://www.jeffkoons.com/artwork/hulk-elvis/geisha) (1.2.2017)].

1357 Die internationale Jury war wie folgt zusammengesetzt: 1998–2003: Kasper König, Hans-Ulrich Obrist, Nancy Spector; 2003–2011: Daniel Birnbaum, Akiko Miyake, Hans-Ulrich Obrist.

ein einziges Bild auf der Welt“<sup>1358</sup>. Zum Einsatz kommt in Wien dabei modernste Technik:

Die Herstellung erfolgt nach dem CALSI-System (Computer Aided Large Scale Imagery) auf einem PVC-Netz, welches mittels Magneten auf dem jeweiligen eisernen Vorhang fixiert wird. Durch diese Technik bleibt der originale eiserne Vorhang darunter, der in Wien denkmalgeschützt ist, unberührt.<sup>1359</sup>

Vorlage für Koons' Werk war ein japanischer Holzschnitt aus dem 18. Jahrhundert. Das Motiv *Geisha* wird mit verschiedenen anderen Bild-Layern und der Figur des Hulk, der der Serie den Namen gegeben hat, kombiniert. *OE24* und *Die Presse* aus Wien berichteten über die Installierung und zitierten den Künstler (natürlich hat das Motiv mit Koons' Worten auch eine „sexuelle Spannung“<sup>1360</sup>). Hans-Ulrich Obrist, einer der Juroren von *museum in progress*, interviewte Jeff Koons dazu in New York am 18.7.2007. Für Koons sei das Werk inhaltlich offen: „Was immer sich im Opernhaus abspielt, ist dieses Bild nicht an eine bestimmte Erzählung gebunden und für viele Interpretationen offen.“<sup>1361</sup> Im Opernhaus wird das Werk des Künstlers von kulturell interessiertem und in Wien von internationalem Publikum rezipiert.

### *Jeff Koons: 7 World Trade Centre*

Jeff Koons wurde 2007 von Larry Silverstein, dem Eigentümer der World Trade Center und seiner Immobilienverwaltungs- und -planungsfirma *Silverstein Properties* eingeladen, für den Park von 7 World Trade Center eine Plastik zu schaffen oder dort zu platzieren. Koons wählte eines seiner bekanntesten Motive und teuersten Werke aus der *Celebration-Serie*, *Balloon Flower (Red)*<sup>1362</sup> (1995–1999). Sie steht dort nun prominent seit 2007 als Dauerleihgabe auf einem kleinen Platz, auf einem Granitpodest in der Mitte eines Brunnens, zwischen kleinen Wasserfontänen. Man blickt von dort aus auf den Ground Zero, die nach den Anschlägen vom 11. September 2001 sogenannte Fläche, auf dem vor dem zerstörerischen Terrorakt die beiden Zwillingstürme des alten World Trade Centers standen. Rot ist sicher für diesen Ort eine symbolische oder fast auch schon mythische Farbe, die eine Opfer-Symbolik, Blut und christliche Erlösung assoziiert.

### *Takashi Murakami: Reversed Double Helix, Projekt am Rockefeller Center 2003*

Takashi Murakami arbeitet bei der Umsetzung seiner verschiedenen Projekte mit unterschiedlichen Materialien, Medien und Gattungen. Er ist ohnehin, was Gattungen angeht, der vielseitigste Business Artist. Es können bspw. Arbeiten im

1358 Medienbericht OE24 3.9.2007, Koons gestaltete neuen „Eisernen“ in der Staatsoper.

1359 Medienbericht Die Presse 3.9.2007, Eiserner Vorhang „Geisha“ für Staatsoper 06/07; vgl. auch: [URL: [www.bundestheater.at/Content.Node2/home/news/content/STOP-Eiserner-1213.php](http://www.bundestheater.at/Content.Node2/home/news/content/STOP-Eiserner-1213.php) (7.1.2013)].

1360 Ebd.

1361 Interview Jeff Koons (Museum in Progress) 2007.

1362 Homepage Jeff Koons mit Abbildung(en): [URL: [www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-flower](http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-flower) (1.2.2017)]; die Farbe Red findet man über den Reiter „Detail“.

öffentlichen Raum oder filmische Arbeiten sein. An zwei unterschiedlichen Beispielen soll die Projektstätigkeit des Künstlers veranschaulicht werden. 2003 bespielt Murakami denselben Platz wie Jeff Koons, die Rockefeller Plaza am Rockefeller Center. Koons hatte dort bereits 2000 seine Installation *Puppy* und 2014 *Split Rocker* gezeigt. Veranstalter war wieder der Public Art Fund. Die Installation, die vom 9. September bis 12. Oktober 2003 gezeigt wurde, trug den Titel *Reversed Double Helix*<sup>1363</sup>. Die Installation als „giant cartoon fantasy right in the middle of midtown Manhattan“<sup>1364</sup> bestand aus der zentralen Figurengruppe, um die herum weitere kleine Figuren, Murakamis psychedelische Pilze, angeordnet waren, die gleichzeitig als Sitzgelegenheiten dienten. Das Zentrum der Figurengruppe bildete *Tongari-Kun*,<sup>1365</sup> die japanische Bezeichnung für *Mr. Pointy*, eine von Murakamis Fantasiefiguren und die grösste Plastik, die er bis zu diesem Zeitpunkt gefertigt hatte. Man muss zugeben, dass es im Vergleich zu den Arbeiten von Hirst und Koons deutlich schwerer fällt, Murakamis Arbeiten adäquat zu beschreiben. Seine Arbeiten sind im Vergleich zu den wesentlich eindimensionaleren Arbeiten von Hirst und Koons sehr vielschichtig und deutlich detailreicher. Darum sei an dieser Stelle auf die Abbildungen verwiesen, die eine Teilansicht der Installation wiedergeben. Hier muss eine Beschränkung auf einige Formale Aspekte und Assoziationen genügen.

*Mr. Pointy* ist ein Wesen, das verschiedene Assoziationen auslöst. Mit seinem riesigen hydrocephalusartigen und gleichzeitig an einen Wels erinnernden Kopf, auf dem ein lanzettförmiges ca. 2 Meter langes Einhorn sitzt, seinen im Vergleich dazu vielen winzigen Armen, von denen die seitlichen an die Göttin Shiva und die frontal zum Betrachter hin ausgestreckten mit nach oben gezogenen Händen an eine abwehrende Form der Mudra erinnern, und einem langgezogen froschartigen Torso ist er ein einzigartiges Fantasiewesen, das auf einem bunten und von Augen überzogenem Pilz sitzt. Flankiert wird *Mr. Pointy* an vier Seiten von wächterähnlichen Figuren, die ihm von der Kopfform her ähnlich sehen. Der Kopf sitzt jedoch jeweils auf einem deutlich gedrungeneren Torso, die gesamte Figur ist kleiner und der Körper ist nicht gefärbt, sondern weiss. Sie haben keine Hände, sondern nur Armstümpfe in Form eines Einhorns. Sie stehen wie *Mr. Pointy* auf einem Pilz. Die Figuren bzw. die Pilze, auf denen die Figuren stehen, sind auf einem Teppich mit dem murakamitypischen *Smiling-Flowers*-Design aufgestellt. Die Gruppe umringen kleine Sitzgruppen-Pilze. Über der gesamten Installation schweben in einer Höhe von 60 ft./ca. 18 Meter zwei grosse schwarze Ballons mit dem typischen *Eyes*-Muster, die sogenannten „Eyeball“-Balloons<sup>1366</sup>. Deren Durchmesser entspricht der Höhe von *Mr. Pointy*, 30 ft.<sup>1367</sup>/ca. 9,1 Meter. Der Titel der Ausstellung verwundert, selbst wenn man durch die Pressemitteilung erfährt, dass die Installation auf die Doppel-Helix-Struktur von DNA zurückgeht:

1363 Abbildung(en): [URL: [english.kaikaikiki.co.jp/artworks/eachwork/reversed\\_double\\_helix/\(1.2.2017\)](http://english.kaikaikiki.co.jp/artworks/eachwork/reversed_double_helix/(1.2.2017))].

1364 Review in der New York Times von Marion Maneker 24.8.2003 [URL: [www.nytimes.com/2003/08/24/arts/art-architecture-the-giant-cartoon-landing-at-rockefeller-center.html?pagewanted=all&src=pm](http://www.nytimes.com/2003/08/24/arts/art-architecture-the-giant-cartoon-landing-at-rockefeller-center.html?pagewanted=all&src=pm) (10.9.2009)].

1365 *Tongari* ist dabei der Name und *Kun* als Suffix bedeutet so viel wie klein oder Kind.

1366 Microsite des Veranstalters Public Art Fund zur Ausstellung „Takashi Murakami at Rockefeller Center: Reversed Double Helix mit Abbildung(en)“ [URL: [www.publicartfund.org/view/exhibitions/5831\\_reversed\\_double\\_helix](http://www.publicartfund.org/view/exhibitions/5831_reversed_double_helix) (15.10.2009)].

1367 Vgl. ebd.

Reversed Double Helix refers to the twisted spirals of DNA strands and plays upon Murakami's universe of mutant cartoon characters, where wide-eyed mushrooms coexist with multi-armed giants, happy flowers, and elfin creatures.<sup>1368</sup>

2003 jährte sich die Veröffentlichung von James Watson und Francis Crick in der Zeitschrift *Nature*, in der sie die heute berühmte Doppel-Helix-Struktur erstmals beschrieben hatten, zum fünfzigsten Mal. Martin Kemp nennt die weltbekannte Struktur in einem Aufsatz „The Mona Lisa of Modern Science“<sup>1369</sup>. Dass die Struktur zumindest im Titel aufgegriffen wird, ist im Geburtstagsjahr nicht verwunderlich. Auch ohne die genaue Interpretation des Werkes zu überblicken, sind für im Rahmen dieser Arbeit drei Punkte entscheidend: der ausgewählte Ort in New York, einer der meist besuchten der Stadt, die dadurch auf die Kunstwerke fokussierte öffentliche Aufmerksamkeit und die wiederum damit verbundene Werterhöhung des ausgestellten Objektes.

*Takashi Murakami: Filmprojekt Jellyfish Eyes*<sup>1370</sup>, 2011/2012

Im Jahr 2011 begann Murakamis mit der Erfüllung seines lang gehegten Traums: der Produktion eines Films mit der Länge eines Spielfilms („feature film“). Der Titel stand schon vor dem Plot des Films fest: *Jellyfish Eyes*<sup>1371</sup> (jp.: *me me Kurage*). Bereits 2004 gab es am Walker Art Centre eine *Billboard-Installation*<sup>1372</sup> mit demselben Titel, jedoch noch ohne einen Bezug zum späteren Film. Eine Motivserie trägt ebenfalls denselben Namen. Der Release des Films war im April 2013. Bislang wird der Film, der wie ein Kinderfilm anmutet, von Murakami bewusst als Kunstfilm gezeigt: „Right now we have been showing this film as if it's an art film“<sup>1373</sup>, so Murakami in der Zeitschrift *Vogue* 2015. Als Orte des Screenings waren bis Juni 2015 ausschliesslich Museen in den USA ausgesucht worden. Im Juni 2015 war der Film erstmals ausserhalb der USA im Rahmenprogramm zur Art Basel zu sehen. Der Film verbindet lebende Schauspieler mit bereits bekannt und neuen Fantasie-Charakteren Murakamis, die später technisch animiert und eingefügt wurden.

I had to design over a hundred characters in two months. So the way I would actually create the characters would be just quickly sketching them, like circle, dot, dot. These characters for the film were taken from small animals that children might like. Not necessarily cute, but small animals that children might be interested in. So within the art context, I create characters; for this children's film context, I made characters. But the actual process of coming up with the character is the same.<sup>1374</sup>

1368 Ebd.

1369 Kemp, Martin, *Christ to Coke: How Image becomes Icon*, Oxford 2011, 1.

1370 *Jellyfish Eyes* – Official US Release Trailer (Youtube).

1371 Website zum Film: [URL: <http://www.jellyfisheyesthemovie.com/> (1.2.2017)].

1372 Vgl. [URL: [www.walkerart.org/press/browse/press-releases/2004/takashi-murakami-creates-jellyfish-eyes-in-th](http://www.walkerart.org/press/browse/press-releases/2004/takashi-murakami-creates-jellyfish-eyes-in-th) (10.09.2009)].

1373 Felsenthal, Julia, *Is Takashi Murakami's Kids' Movie Jellyfish Eyes Also an Art Film?*, in: *Vogue* 14.7.2015.

1374 Ebd.

Der Plot des 101-minütigen Films ist recht einfach nacherzählt. (Menschlicher) Protagonist ist der Junge Masashi Kusakabe, der nach dem Tod seines Vaters mit seiner Mutter in eine neue Stadt zieht. In einer Traumvision erlebt Masashi den Tod seines Vaters durch die Erdbeben- und Tsunami-Katastrophe rund um Fukushima im Jahr 2011. Im Umzugsgut befindet sich der zweite (animierte) Protagonist, ein kleines weisses Geschöpf mit rosafarbenen Haaren, Kurage-bo (engl. Jellyfish Boy), das sich nach seiner Entdeckung durch Masashi mit ihm anfreundet. In der neuen Stadt gibt es eine Art Labor, in dem vier böse-wirkende junge Männer mit schwarzen Umhängen („The Black coated Four“) an schwarzen energetischen Feldern experimentieren. Eine Konstellation, die sich gegen Ende des Films als klassischer Kampf Gut gegen Böse zugunsten des Guten auflösen wird. In der Schule stellt Masashi fest, dass anderen Kindern ebenfalls F.R.I.E.N.D.S. – so die Bezeichnung für die animierten Charaktere – zugeteilt sind, die sie mit kleinen, iphoneartigen Geräten steuern können (was Masashi mit Kurage-bo jedoch nicht kann; er scheint ein ‚echter‘ Charakter zu sein). Auch Murakamis bereits in seiner Kunst eingeführter Charakter Miss Koz („Miss Koko“) kommt vor. In der Schule trifft Masashi auf Saki Amamiya, ein Mädchen, das nicht mit den anderen Cliques spielt, sondern eher als Einzelgängerin wahrgenommen wird. Auch sie hat einen F.R.I.E.N.D., Luxor, einen zottelfelligen Charakter, der ein wenig an einen Bären erinnert. Luxor und Kurage-bo haben stärkere Kräfte als die anderen F.R.I.E.N.D.S., womit sie am Ende die Black Coated Four und den von ihnen versehentlich auf Monster-Grösse verzauberten bösen Charakter Oval, ebenfalls ein Kunst-Charakter Murakamis, besiegen können.

Murakamis Film ist das Resultat vieler beteiligter Personen. Die Liste des Staff, die man auf der eigens für die Vermarktung des Films eingerichteten Internetseite finden kann, verzeichnet insgesamt ca. 50 unterschiedliche Verantwortlichkeiten, u. a. Producer, Cinematography, Art, Sound, Visual Effects Supervisor, Stylist, Hair and Makeup, Production Manager usw. Murakami selbst ist Director und Executive Producer. Der Film ist als erster Teil einer Trilogie angelegt.