

Streetart, Urban Art - die große Lüge!

Marco Schwalbe, August 2017

Kunst ist manchmal schön, manchmal intellektuell, manchmal hip, manchmal lustig und ganz oft auch geschäftlich. Aber ist Kunst eine Lüge? Eine Lüge - so definiert es der Duden - ist eine bewusst falsche, auf Täuschung angelegte Aussage, ein Verstoß gegen die Sitten, gegen Moral und Normen. Harter Tobak also! An dieser Stelle jedoch kein Grund für den Autor dieses Artikel zurückzurudern, denn mal ehrlich, hätte Sie die Überschrift "Streetart, Urban Art – die große Flunke-rei!" mehr gereizt?

Das, was die Bedeutung der "Headline" im Kleinen andeutet, reflektiert unser Umgang mit den Medien im Großen! Bekommt etwas Beachtung, weil es Wert hat oder bekommt etwas Wert, weil es Beachtung bekommt? (0) Waren Inhalte früher einem klar umgrenzten Bereich zugeordnet – Redaktion oder Werbung – sind sie heute in Zeiten permanenter Vernetzung durch Internet und Smartphones oft beides: einerseits Information, andererseits Teil eines Marketingsystems. Die Aufmerksamkeitsökonomie fordert ihren Tribut und so steht hinter faktisch jeder Kommunikation auch immer der Wunsch, Menschen für Ideen, Marken, Produkte oder Services zu begeistern. Es geht um passende Geschichten, um Emotionen und um Bilder.

So verwundert es Ende der 90er Jahre (einer Zeit, in der die neuen Medien Ihren Siegeszug antreten) auch niemanden mehr, dass die Radikalisierung der Aufspaltung zwischen Kunst, Kommerz und Akademie einen vorläufigen Höhepunkt erreicht und die Fassade des alten Kunstbetriebs langsam zu bröckeln beginnt.

Globalisierung und Vernetzung erhöhen nicht nur die Geschwindigkeit von Nachrichten und Kommunikation, sondern geben auch dem Kunstmarkt ordentlich Feuer. Dominierten in den 1980er Jahren noch die Impressionisten (und ihre Nachfolger) mit Erfolgsverkäufen von Cézanne, Monet oder Van Gogh dauerte es noch bis zur Jahrtausendwende, bis "moderne" Künstler (wie Picasso oder Giacometti) die Auktionsrekorde anführten. Das sollte sich nach der Weltwirtschaftskrise deutlich ändern. Spätestens 2011 begannen die Preise für Alte Meister, Impressionisten und Modern Art zu stagnieren, während zeitgenössische Künstler (geboren nach 1910) ihren Siegeszug antraten. 2015 betrug der Verkaufserfolg von allein nur drei Künstlern – Francis Bacon, Andy Warhol und Cy Twombly – zusammen schon mehr als eine Milliarde US Dollar (und das nur bei Auktionen). Der Markt für zeitgenössische Kunst hatte sich gegenüber 2009 mehr als verdreifacht und repräsentiert damit schon gut 50% des Gesamt-Umsatzes des Kunstmarktes. Investition in Kunst hatte sich endgültig als wichtige Investitionsalternative etabliert und eröffnete damit auch der sogenannten Populärkultur eine völlig neue Bühne.

Immer häufiger wird nun von junger rebellischer Kunst berichtet. Von Kunst, die sich subversiv die Straßen und die öffentlichen Räume der Stadt zurückerobert, Kunst die sich traut, wieder politisch zu sein und sich fernab der Whitecube-Galerien und etablierten Museen einer immer größer werdenden Fan-Gemeinde erfreut. Heute, fast 30 Jahre später, hat sich der Narrativ der illegalen Kunst der Straße in den Herzen von Liebhabern als Synonym für etwas Neues und in den Köpfen der ewig Gestrigen als Reizwort für minderwertige Kunst eingenistet. Die Geschichte hat sich selbstständig und der Diskurs darüber ist salonfähig geworden.

Kommerzielle Ausstellungsmacher zitieren Urban Art als "die wohl lebendigste und fantasievollste Kunstform der Gegenwart" (1). Geschichten von Auktionshöchstpreisen heizen den Markt an. Messen (2) versuchen mit Labels Aufmerksamkeit zu erzielen. Urban Art Biennalen werden ins Leben gerufen (3). Und wenn sich ganz aktuell selbst eine Berliner Wohnungsbaugesellschaft mit eigener Stiftung anschickt, der "Urbanen Kunst" ein eigenes Museum (4) zu errichten, scheint der Reigen sich selbst beweihräuchernder Euphemismen komplett. Doch bei all der Energie, die sowohl die Sympathisanten als auch die Gegner für dieses Thema aufwenden, wurde eines sträflich vergessen: der notwendige kunsthistorische Diskurs.

Streetart und Urban Art sind keine neuen Kunstrichtungen! Sic transit gloria mundi! Falls Sie sich jetzt, als reaktionärer deutscher Kunstjournalist oder Galerist zeitgenössischer Kunst, frohlockend auf die Schenkel klopfen oder als echter Liebhaber aus Empörung daran denken, dieses tolle Magazin zu zerreißen, kann ich Sie beruhigen. Lesen Sie weiter! Das, was Sie lieben oder aus Prinzip hassen, wird auf jeden Fall Teil der Geschichte. Nur läuft Geschichte eben nicht immer nach festen Regeln ab und das schon gar nicht in der Kunst.

Ein Kunststil ist - so besagt es der akademische Blick - ein von einzelnen Kunstwerken abgeleitetes abstraktes Hilfsmittel zur Einordnung und Systematisierung der Vielfalt von Kunst. Er bezeichnet Übereinstimmendes, das sich von Anderem unterscheidet. Das können Techniken, Farbwelten, die Bildsprache, die Sujets oder - jetzt wird es intellektuell - die Position des Künstlers im Verhältnis zum Rezipienten sein. Der "Ort der Entstehung von Kunst" hat jedoch noch nie, sehen wir einmal großzügig von der "Höhlenmalerei" ab, dazugehört. Spätestens bei dieser einfachen Analogie hätte der aufgeklärte Kunstinteressent frühzeitig die Wahrheit der Behauptung hinterfragen können. Aber da es für eine überzeugende Dekonstruktion immer besser ist, mehrere Beweise anzuführen, tauchen wir etwas tiefer in das Thema ein.

Gerade das vergangene Jahrhundert hat bei näherer Betrachtung schon die Vorzeichen für ein sich in seinen Manifesten veränderndes Kunstverständnis hervorgebracht. In keiner Zeit oder besser Kunstperiode waren sich die Künstler mitsamt ihrer intellektuellen und wirtschaftlichen Entourage so unsicher über das Verständnis zur Kunst, über deren Bedeutung und Aufgabe. Zu keiner anderen Zeit gab es so viele unterschiedliche Versuche, die Grenzen der Kunst auszuloten. Besessen vom Glauben an den künstlerischen Fortschritt, verfiel sich die Kunst in unzähligen Theoremen und selbstkritischer Dekonstruktion. Das Grundverständnis von Kreativität wurde zum zentralen Thema dieser Zeit.

Diese Verwirrung gipfelte alsdann in diversen philosophischen Theorien zur Ästhetik und zum Verhältnis von Kunst und Kultur. Sie fand einen fast dramatischen Höhepunkt in Arthur Dantos Gedanken zu Warhols Brillobox. Der „letzte und zutiefst ambivalente Fortschritt der Kunst“ liess nun keine weitere Entwicklung mehr möglich erscheinen. Diese paradoxe Situation, in der alles Kunst sein darf und in der es scheinbar keinen Wandel mehr geben kann, wurde dann auch noch von einem mit Filz und Fett arbeitenden Deutschen auf die Spitze getrieben, indem er postulierte: „Jeder Mensch ist Künstler“.

Aus der Vielzahl dieser unterschiedlichsten Positionen und Betrachtungsweisen wirklich interessant ist meiner Meinung nach eine erneute Betrachtung Walter Benjamins. Bereits 1935 postulierte Benjamin das Zeitalter der technischen Reproduktion als das Ende der Ära des Kunstwerkes und beschrieb somit wesentliche Veränderungen in der kollektiven Wahrnehmung und der gesellschaftlichen Emanzipation. Wird dies historisch oft im Kontext medialer Verantwortung und politischer Vereinnahmung interpretiert, bedeutete es doch für unsere zeitgenössische Sichtweise und hier besonders im Kontext der neuen Kunstentwicklungen, die Vorausnahme wesentlicher Entwicklungsaspekte.

In einem Interview mit dem Wirtschaftsmagazin „brand1“ äußert der Kunst- und Medientheoretiker Peter Weibel 2011: "Es gibt keine Kunst, es gibt nur das Gespräch über Kunst (...) und die falschen Heldenlegenden." Auch wenn diese Aussage selbst dazu tendiert, ein Narrativ zu sein, beschreibt sie doch interessanterweise die Ideen von Danto und Benjamin weiterführend, die wichtigsten Aspekte im Kontext neuer Kunstentwicklungen im 21. Jahrhundert: Das Gespräch, die Kommunikation, die Vernetzung von Menschen, Märkten und Interessen.

Wir sind es gewohnt, Entwicklungen als prozessorientierte Abfolge zu betrachten. Denkmuster, geprägt von abendländisch-humanistisch-deduktiver Denkweise, lassen uns Dinge in gewohnter (weil bisher bewährter) Art und Weise analysieren. Die Denkroutine und der intellektuelle Bürokratismus suchen nach verstehbaren Mustern und erkennbaren Systemen. Diese allzu menschliche Komponente verhindert oft genug wichtiges laterales Denken. Wir leben in einer kritischen Zeit. Statische Gesellschaftssysteme taumeln, Perspektiven und Wissen verändern sich in immer kürzer werdenden Abständen. Die kontroverse postmoderne Gesellschaft hat einen Scheitelpunkt erreicht. Die "Vulgarisierung" des vormals Erhabenen, die Überwindung des Elitären und die Erweiterung der Sprache führen geradewegs in eine radikale gesellschaftliche Pluralität: Es gibt keine absoluten Wahrheiten mehr.

Die sich mit dem Einzug elektronischer Medien immer deutlicher durchsetzende Relativierung der Autonomie der Kultur entzauberte sukzessive das künstlerische Universum, das sich jenseits des Realen gebildet hatte. Ideen der Verbindlichkeit kultureller Werte begannen zu straucheln, der Anker von objektiven Werten und universeller Verbindlichkeit bot keinen Halt mehr. Die Kultur ging eine immer deutlicher werdende Liaison mit dem Lifestyle Gewerbe, der Ökonomie, der Werbung und der Unterhaltungsindustrie ein. Rümpften die vermeintlichen geistigen Eliten über diese Entwicklung noch lange die Nase und stigmatisierten sie als Verfall der Hochkultur, steht heute außer Frage, dass ihre "privilegierte Wahrheit" in Zeiten restriktionsloser Medien die Gesellschaft nicht mehr verändern.

Die historische Revolution der Kunstgeschichte, die sich aus diesen Veränderungen anbahnte, blieb jedoch bei den meisten "Experten" und "Insidern" unbemerkt. Während der letzten gut 50 Jahre, von der akademische Kunstwelt belächelt und ignoriert, entwickelten sich die unterschiedlichsten subkulturellen Strömungen zu einer virulenten weltweit agierende Szene von Künstlern, Kunstakteuren und Käufern rund um Bereiche wie Low Brow, Neo Pop Surrealismus, Graffiti, Comic Art, Skateboard Art und eben Streetart. Ausgerechnet im Bereich von Kunst und Kultur konnte also der Einfluss der von Kenneth Schwarz und später von Chris Anderson als Long Tail beschriebenen Segmentierungen der Märkte (6) scheinbar unbemerkt eine neue Ära der Kunstentwicklung einläuten:

Das erste Mal in der Geschichte der Kunst muss also nicht das stilistisch Neue (als Synonym für das Erreichen oder Überbieten bekannter Standards) als Richtung beschrieben werden. Die Art und Weise der Verbreitung und der Popularisierung von Kunst im Allgemeinen übernimmt eine wichtige Rolle. Mit dem Einzug des Internets, das in der Entwicklung der sogenannten Streetart und der Urban Art eine der wichtigsten Schlüsselrollen spielt, führen die deutlich verringerten Kosten für Verbreitung und Popularisierung von Kunst zu einem deutlich reichhaltigeren Angebot für eine immer größere werdende Zielgruppe. Das Internet spielt hier eine diversifizierende Rolle, indem es mit der Vielfalt der Angebote das alte System der Kultur- und Informationsfilterung aushebelt. Die Quellen der Inspiration und Publikation haben sich vervielfacht und relativiert und ermöglichen es nun quasi jedem Künstler, selbst produzierte Inhalte online weltweit verfügbar zu machen und somit seine Popularität zu steigern. Der scheinbare Widerspruch von Elite- und Massenkultur spielt keine Rolle mehr. Die kritische Masse entscheidet nun über die Chancen eines Künstlers und nicht mehr dessen Zugehörigkeit zu elitären oder akademischen Zirkeln.

Ein zweiter nicht minder relevanter Aspekt dieser Kunstentwicklung ist ihr Umgang mit den Ressourcen der Kunstgeschichte und der Inspiration. Analog der Entwicklung populärer Kultur wird der absolute Anspruch auf Innovation als Bestandteil des Neuen in Frage gestellt. Diese moderne Avantgarde junger Künstler unterscheidet sich prägnant vom klassischen Begriff der "Avantgarde" - hinsichtlich Radikalität und Aktivismus -, ohne jedoch angepasst und aktionslos zu sein. Sie repräsentiert deutlich, wie sich kulturelle Entwicklungen im 21. Jahrhundert verbreiten und popularisieren. Das "Alte" wird nicht angeprangert und zerstört - es wird adaptiert und verändert. Vorherrschende ästhetische Normen werden nicht verneint, sondern im weltweiten Sog ihrer Dynamik assimiliert, überprüft und neu interpretiert. Somit verwundert es auch nicht, wenn sich in Urban Art und Streetart Einflüsse aus quasi jeder kunsthistorischen Phase, teils bewusst provoziert oder eher zufällig aus dem Kontext des gesellschaftlich-kulturellen Gedächtnisses reaktiviert, wiederfinden.

Nach mehr als 10 Jahren im direkten Umgang mit hunderten von Künstlern, Galerien und Akteuren ist für mich daher klar, das Streetart und Urban Art keine neuen rebellischen Kunstrichtungen sind. Streetart ist, wie Graffiti in den 80er Jahren, eine subkulturelle Bewegung – nicht mehr und nicht weniger. Ich kenne kaum eine Handvoll Künstler, denen ich zugestehen würde, mit ihrer Arbeit auf der Straße politische oder gesellschaftskritische Ziele verfolgen zu wollen. Ebenso wenig wie Streetart ist auch die sogenannte Urban Art eine Kunstform per definitionem. Die Vielzahl un-

terschiedlicher Stile, Ausdrucksformen und Sujets verbietet die Einordnung in das enge Korsett einer Kunstrichtung. Vielmehr ist Urban Art ein Modebegriff, ein Synonym für den Schmelztiegel unterschiedlichster kreativer Ausdrucksformen am Übergang der postmodernen Gesellschaft zur New Economy.

Subsummieren läßt sich das Vorangegangene mit den Worten Georg Francks: "Die einst klar gezogene Grenze zwischen Kulturbetrieb und kommerzieller Industrie verwischt. Es ist ja nicht nur die populäre Kultur, die von der Beachtung lebt, die sie einnimmt. Auch die elitäre Kultur schöpft aus dem erschöpfteren Fundus. In dem Moment, in dem der Gewinn der einen Sparte auf einen Verlust der anderen hinausläuft, entwickelt sich innerhalb der Kultur insgesamt eine neue Form der Konkurrenz.(7)"

Die "große Lüge Streetart/Urban Art" ist also eigentlich keine Lüge! Sie gleicht bei intensiver Betrachtung eher - und vielleicht müssen wir dafür Kellyanne Conways (Beraterin des neuen US Präsidenten Donald Trump) für den treffenden Begriff danken – "alternativen Fakten". Die Lüge ist das Elixier sich selbst organisierender virulenter Märkte, deren Dynamik und Selbstregulierung übergeordnete kulturelle Korrektive überflüssig macht. Sie ist Teil unserer heutigen Medienwelt, in der sich die Trennung von echten Nachrichten und zweckgebundenen Werbebotschaften immer schwerer erkennen läßt. Sie ist am Ende ein Teil der vielzitierten "Fake-News". Nicht wirklich richtig, nicht wirklich falsch.

0 Georg Franck - Mentaler Kapitalismus (Edition Akzente Hanser) / S.12

1 Magic City (<https://www.semmel.de/magic-city.html>)

2. Urban Art Fair (<http://urbanartfair.com>)

3. Völklinger Hütte (<https://www.voelklinger-huette.org/urbanart-biennale-2017/urbanart-biennale-2017/>)

4. <https://www.gewobag.de/presseinfos-baubeginn-fuer-das-weltweit-einmalige-urban-nation-museum-for-urban-contemporary-art-in-berlin-143,416,18.html>

5. Peter Weibel: brand eins (Heft 12/2011), Seite 151

6. Chris Anderson: The Long Tail – der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt – Das Geschäft der Zukunft. 1.Auflage. Carl Hanser Verlag, München 2007(Originaltitel: The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More), ISBN 978-3-446-40990-3, S.287.

7. Mentaler Kapitalismus. Georg Franck / S.67

Marco Schwalbe (41) ist Gründer und Geschäftsführer der STROKE Art Fair – Deutschlands erfolgreichster Messe für Neue Zeitgenössische Kunst. Er lebt in Berlin und arbeitet zusätzlich als Unternehmensberater und Kurator.