

WIR HABEN KEINE LÖSUNG - ABER WIR ARBEITEN DARAN

Wem bereits der Blick auf die unzähligen Rankings in den verschiedensten Medien Schmerzen bereitet, dem hilft der Griff zur Ausgabe Nr. 8 des FOCUS vom 08. Februar 1993. Hier findet sich das erste Ranking in einer deutschen Zeitschrift und richtig: Es sind die 500 besten Ärzte Deutschlands, die hier aufgeführt und verglichen werden. Erst einmal will einem ein Vergleich ja nichts Böses, sondern dient durchaus der Übersicht. Der Vergleich – betrachtet man ihn als eine Gegenüberstellung von Eigenschaften an vorab definierten Standards – versucht zu einer Entscheidungsfindung beizutragen. Wer oder was die gesetzten Standards definiert ist häufig unschwer zu entschlüsseln. Nach welchen Kriterien sie definiert werden, bleibt jedoch oftmals undurchsichtig. In der Regel stellt sich die Frage nach den sogenannten Standards auch erst gar nicht. Etwa dann, wenn Abweichungen nach oben oder unten gar nicht zur Disposition stehen, da ihnen die Relevanz abgesprochen wird. Hier setzen die Standards die Norm – oder anders gesprochen – es regiert der Mainstream. Dabei soll mit dem Begriff des Mainstream nicht partout etwas Negatives impliziert werden, letztlich ist er ja nichts anderes als der Ausdruck eines vermeintlichen Konsens. Vermeintlich dahingehend, dass er sich allzu häufig aus einer Verengung von Perspektiven speist, oder aus angeblichen Fakten. Fakten, die wiederum aus Datenerhebungen generiert werden. Deutlich wird dies, wenn zum Beispiel Onlineportale die Relevanz ihrer Inhalte über Klickzahlen vermessen. Je häufiger ein Artikel geklickt wird, desto relevanter scheint das Thema. Nicht zu vergessen, dass mit steigenden Klickzahlen die Werbeeinnahmen wachsen. Was wohl auch den inflationären Gebrauch von häufig nichtssagenden Bilderstreifen unter vielen Artikeln erklärt. Folgt man der Logik dieser Vermessung, bleibt die Einsicht, dass Themen, die nicht den Mainstream bedienen, keine Relevanz haben, da sie seltener geklickt werden. Den Optimierungszwängen zur Folge können diese Themen also dem Vergleich nicht standhalten und fallen durchs Raster. Sie verschwinden einfach von der Bildfläche. Zumindest von der der Mainstream-Medien. Das Dilemma: Wem soll man die ganze Sache übelnehmen? Hier werden schlichtweg die Regeln eines Marktes befolgt, der auf Angebot und Nachfrage reagiert.

Wenn man mittels des Vergleichs (oder besser gesagt mit Algorithmen) also Gutes von Schlechtem und Relevantes von Irrelevantem unterscheiden kann, dann ist es wahrlich auch keine Hexerei gute von schlechter Kunst zu unterscheiden. Oder anders gesagt, Kunst die viel Geld bringt, von der die gar nichts bringt. Das meinen zumindest Carlos Rivera, Gründer von

ArtRank und seine Algorithmen. Auf den ersten Blick unterscheidet sich ArtRank nicht von Ranglisten wie ArtFacts oder Artprice, die aufgrund von Ausstellungsbeteiligungen Künstlerrankings erstellen. Neu ist allerdings, dass in das ArtRank-Ranking nicht nur öffentlich zugängliche Informationen über Ausstellungen einfließen, sondern auch digitale Informationen über die Sichtbarkeit und Popularität des Künstlers / der Künstlerin auf Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram, ebenso wie Insider-Informationen über seine oder ihre Produktionskapazitäten und das Sammlerinteresse an seiner oder ihrer Arbeit. ArtRank ist somit laut Eigendarstellung nicht nur in der Lage aufstrebende KünstlerInnen zu identifizieren, sondern auch solche, die in Kürze aufstreben werden. Und das alles anhand einer Datensammlung, die ursprünglich für das Investment-Banking entwickelt wurde. Hier greifen plakativ gesagt die Gesetze des Marktes, denen die Kunst unterworfen wird, bzw. denen sie sich allzu oft selbst unterwirft. Bleibt die Frage, ob sich Kunst aus diesen Gesetzmäßigkeiten herauslösen lässt. Reflexartig wird in diesem Zusammenhang häufig die Autonomie der Kunst beschworen. Eine Autonomie, die darauf verweist, dass sich Kunst jedweder lebenspraktischer Zusammenhänge zu entledigen hat. Dieses damit einhergehende romantisierte KünstlerInnen-Bild, ist jedoch längst überholt – so möchte man hoffen. Bei der Befreiung der Kunst aus den Funktionszusammenhängen von (höfischer) zweckrationaler Auftragskunst handelt es sich um einen historischen Prozess, er ist gesellschaftlich bedingt. Die Kategorie der Autonomie ist also alles andere als eine zeitlos gültige Definition für Kunst. (vgl. Stange, 2012) Wäre dem nicht so und die Kunst bewege sich weiterhin in ihrer Unabhängigkeitsblase, dann würde sie wohl heute noch ausschließlich um rein kunstimmanente Themen kreisen. Kunst – will sie wirken – darf sich nicht mit rein kunstimmanenten Fragestellungen begnügen – vielmehr muss sie sich in gesellschaftliche Zusammenhänge einmischen. Tut sie das nicht, bleibt sie ein reiner Fetisch. Kunst muss sich also engagieren. „Das engagierte Kunstwerk entzaubert jenes, das nichts will denn da sein, als Fetisch, als müßige Spielerei solcher, welche die drohende Sintflut gern verschliefen; gar als höchst politisches Apolitisches.“ (Adorno, 1966) Das klingt erst einmal gut und ist durchaus positiv zu bewerten, bringt aber gleichwohl auch wieder ein Dilemma mit sich, nämlich das der gesellschaftlichen Zusammenhänge, die nunmal untrennbar mit den Mechanismen eines/des Marktes verknüpft sind, und hinein in einen Ausstellungs-Imperativ. Denn nur was ausgestellt und somit sichtbar gemacht wird, ist in der Gegenwartsgesellschaft auch existent. Und um seine 'Produkte' möglichst gut sichtbar zu machen, gilt es den Regeln des Marktes zu folgen - oder besser denen des Marketings. Was hat es mit 'engagierter' oder

wie es häufig formuliert wird 'politischer' Kunst eigentlich auf sich und sind Terminologien wie 'politisch' überhaupt geeignet Kunst zu beschreiben, ohne sie zu überhöhen? Allzu häufig wird Kunst, die sich mit gesellschaftlichen Zusammenhängen auseinandersetzt ebenso reflexartig als 'politisch' deklariert, um damit ihren Subversionscharakter und ihr Alleinstellungsmerkmal zu betonen. Allerdings haben wir einen Punkt erreicht, an dem künstlerische Subversion eine klassische Geste im kulturellen Feld geworden ist. (vgl. Hirsch, 2015) Eine normale und erwartbare Geste, wie man sie aus Marketingstrategien kennt. Subversion ist also schon lange keine glaubhafte künstlerische Strategie mehr, da sie ebenfalls Funktionalitätskriterien unterliegt, nämlich anders und widerständig zu sein. Der Versuch, KünstlerInnen als gesellschaftlichen Spezialfall zu sehen, der/die aus einer exponierten Position heraus gesellschaftliche Zusammenhänge aufgreift, erkennt, benennt, kritisiert und zu Veränderungen anregt, läuft somit zwangsläufig ins Leere. Es führt kein Weg daran vorbei, das Künstlerbild zu erden, um nicht aus zwei unterschiedlichen Perspektiven (der des Subjekts und der des Künstlers) zu argumentieren. Denn in den Vergleich zu anderen tritt man nicht explizit als KünstlerIn, sondern in erster Linie als handelndes Subjekt einer Gesellschaft. Einer Gesellschaft, in der sich die unsägliche Forderung nach 'Kreativität' schon lange nicht mehr allein an Künstlerinnen und Künstler richtet. Mit anderen in einen Vergleich zu treten, heißt unter den Bedingungen der Gegenwartsgesellschaft zu anderen in Konkurrenz zu treten. Das ist nicht schön, aber gewollt und macht keinen Halt vor ArbeitnehmerInnen, UnternehmerInnen oder KünstlerInnen. Denn überall gilt vermehrt das Postulat des unternehmerischen Selbst, das als Leitbild einer neoliberalen Gesellschaft, fungiert in der der oder die Einzelne sein Handeln in Hinblick auf seine Chancen auf dem Markt bzw. den Markterfolg auszurichten hat. Angefangen mit den Logiken des Thatcherism und der Reaganomics in den 1980er Jahren, die die individuelle Selbstverantwortung an die oberste Stelle der politischen Agenda setzten, schwappte die Welle der eingeforderten Selbstverantwortung mit der von SPD und Bündnis 90/die Grünen umgesetzten „Agenda 2010“ auch nach Deutschland. Eine neue Ära des Unternehmertums ward ausgerufen. „Das Leitbild der Zukunft ist das Individuum als Unternehmer seiner Arbeitskraft und Daseinsvorsorge. Eigeninitiative und Selbstverantwortung, also das Unternehmerische in der Gesellschaft müssen stärker entfaltet werden.“ (Kommission für Zukunftsfragen Bayern-Sachsen, 1997) Man könnte also schlussfolgern, dass wenn sich der Staat aus seiner Verantwortung zurückzieht und nur die regulierenden Rahmenbedingungen schafft, nunmehr ein Gros an Verantwortung für jede/n Einzelne/n übrig bleibt. Allerdings unterliegt diese

gewonnene Freiheit wiederum gewissen Strukturen und Regeln, die zunächst nicht die des Staates sind, sondern die des Marktes und auf diesem Terrain gilt es sich zu bewegen. Nicht als Künstler oder Künstlerin, sondern als Mensch. Wie man sich gewinnbringend auf dem Terrain des propagierten Selbst-Unternehmertums bewegt, lässt sich in der massenhaft publizierten Ratgeberliteratur nachschlagen, die die Bauanleitungen für die eigene Ich-AG bereitstellt. Empfohlen wird hier: „Definieren Sie sich eindeutig als ein Produkt, und stellen Sie dann eine umfassende Marktforschung an [...]. Dazu müssen Sie sich als wirtschaftlich unabhängige Einheit betrachten, nicht als Teilstück, das ein Ganzes sucht, um darin zu funktionieren. Deshalb ist es enorm wichtig, dass Sie sich von einem Markt umgeben sehen, selbst wenn sie Angestellter eines Unternehmens sind.“ (Bridges, 1996) Weiterhin gilt es möglichst aus der Norm auszubrechen, um nicht im Strom der breiten Masse zu versumpfen. Hier ist vornehmlich die eigene Unangepasstheit zu kultivieren, die in diesem Fall nicht negativ belegt, sondern ökonomisch gesehen ein Alleinstellungsmerkmal darstellt. „In dem Maße, in dem der Einzelne sich als unverwechselbare Marke Ich kreiert, hebt er sich von der Masse ab und vermag die Konkurrenten auszustechen. Das totgesagte Subjekt der abendländischen Philosophie, es lebt fort - als Trademark. Gleich sind die Menschen nur im Zwang sich untereinander zu unterscheiden.“ (Bröckling, 2013) Im Unterscheidungszwang verpufft nun auch die Subversion, denn sie begründet sich nur noch einzig und allein in ihrer Funktionalität sich von anderen abzusetzen, um Aufmerksamkeit zu generieren und im Ranking aufzusteigen. Man möchte sich fragen, wem so ein Ranking nutzt. Und dies möchte man sich in Bezug auf die Kunst hinsichtlich eines Artist-Rankings wie das von ArtRank fragen. Denn während Rivera, vierteljährlich mehrere tausend Dollar einstreicht und mittlerweile auch als Kunsthändler auftritt, möchte sich für den / die KünstlerIn zunächst kein langfristiger Vorteil erschließen. Als ebensolche/r darf man hoffen, dass der Kelch an einem vorübergeht und man nicht eines morgens beim Blick auf ArtRank feststellt, in die Top Ten gerutscht zu sein. Was auf den ersten Blick den Jackpot verspricht, könnte sich schon alsbald als die Krux des dritten Michelins Sterns entpuppen. Ist der Standard erst gesetzt, gilt es die in einen gesetzten Erwartungen auch zu erfüllen. Denn wer möchte sich schon auf der nächsten Liste unter den zehn Quartals-Absteigern wiederfinden. Es gilt also, die eigene Ich-AG nicht nur am Laufen zu halten, sondern auch kontinuierlich am eigenen Marktwert zu arbeiten. Den Gesetzen des Marktes zu folgen oder - besser gesagt - in seinen Sog zu geraten, bedeutet demnach nichts anderes, als nicht nur die Arbeit an etwas, sondern auch die Arbeit an sich zu intensivieren und stetig zu verbessern. Kreativ und innovativ sein

heißt das Mantra und das zu jeder Tag- und Nachtzeit. Ansonsten bleibt einem über kurz oder lang nichts anderes übrig, als zuzusehen wie man links und rechts überholt wird. „Das Subjekt als Unternehmer seiner Selbst wird angehalten, sich zu entwerfen wie ein eigenes Label und seine Alleinstellungsmerkmale herauszustellen und den KäuferInnen seine Arbeitskraft oder Produkte anzubieten. Es gilt nicht mehr, einer Norm zu entsprechen, die einzige Norm ist die, besonders zu sein, oder anders gesagt, anders als die anderen zu sein.“ (Bröckling) Was bleibt also unterm Strich zu tun, wenn nichts dem Gebot der permanenten Selbstoptimierung im Zeichen des Marktes entgeht? Keine Lebensäußerung, deren Nutzen nicht maximiert, keine Entscheidung die nicht optimiert werden könnte. Selbst die Verweigerung, die Regelverletzung lässt sich in Programme gießen, die Wettbewerbsvorteile versprechen; und jeder Misserfolg belegt nur, dass man es hätte besser machen können. „Der Markt verarbeitet unentwegt Alteritäten, indem er sie entweder als Alleinstellungsmerkmal privilegiert oder sie als unverwertbar [...] ausschließt.“ (Bröckling) Die Kunst, anders anders zu sein, muss also der Versuch sein, Wege jenseits von Einverleibung und Aussonderung aufzuspüren. Hier ist ebenfalls kontinuierliche Anstrengung gefragt, um sich der Einverleibung zumindest zeitweise zu entziehen. Um dann bei Zugriff wieder einen neuen Ausbruchsversuch zu starten – eine Handlungsanweisung, ein Tool oder ein Handbuch hierfür gibt es nicht. Gefragt ist nichts anderes als Mobilität und Flexibilität – und damit nichts anderes als unternehmerische Tugenden. „Anders-anders-Sein“ muss sich aber trotzdem keineswegs in Mimesis erschöpfen, wenn sie dem Postulat der Einzigartigkeit mit Indifferenz und Unvorhersehbarkeit begegnet. Und manchmal kommt ja auch durchaus Gevatter Zufall zu Hilfe. Dann etwa, wenn eine etablierte Künstlerin wie Karin Sander in Berlin eine große Zahl (566) weniger bekannte Künstlerinnen und Künstler mit etablierten Künstlerinnen und Künstlern in einer gemeinsamen Ausstellung zusammenbringt und damit unbeabsichtigt die Algorithmen verschiedenster Kunstranking-Sites durcheinander wirbelt. So geschehen in der von Sander kuratierten Ausstellung „Zeigen – eine Audiotour“ in der Temporären Kunsthalle Berlin im Jahr 2009. Durch die Ausstellungsteilnahme konnte so ein/e um Platz 15.000 angesiedelte/r KünstlerIn einen Riesensatz um 5000 Plätze auf Platz 10.000 machen und von 25.000 stieg man auf 15.000. Die Ausstellung bedeutete für viele eine Verdopplung ihrer bis dahin mühevoll gesammelten Punkte, zwei Minuten Audiofile waren auf einmal genauso viel Wert wie zehn Jahre Gruppen- und Einzelausstellungen. Möglich wurde dies dadurch, dass zum einen für die Teilnahme an institutionellen Ausstellungen in Großstädten eine hohe Punktzahl vergeben

wird, zum anderen die Punktzahl bei institutionellen Ausstellungen oder Biennalen mit der TeilnehmerInnenzahl steigt. Der Fehler im System war aber schnell gefunden und wurde ebenso schnell behoben, indem die Ausstellung flugs von einer Gruppen- zu einer Einzelausstellung umdeklariert wurde. So wurden die für diese Ausstellung vergebenen Punkte allen TeilnehmerInnen wieder abgezogen. Dass dies auf Betreiben der Künstlerkuratorin geschah, ist allerdings nur ein Gerücht. Es gibt sie jedenfalls, die Schwachstellen im System. Und diese gilt es aufzuspüren. „Vielleicht besteht ja die Kunst, anders anders zu sein, genau darin: rechtzeitig aufzuhören – und anderswo von Neuem zu beginnen.“ (Bröckling) Oder sagen wir es mal anders. Wir haben keine Lösung, aber wir arbeiten dran. - Galerie BRD