

Die ideale Ausstellung. Tilo Schulz

Karen van den Berg

Das Ansehen der Kunst

Ein weitgehendes Vorurteil gegenüber gegenwärtiger Kunstproduktion lautet: heutige Kunst sei unverständlich und bedürfe des Kommentars; ein anderes, dass die Flut der Kommentare einer geschwächten Kunst das Ansehen zu erhalten versuche. Paradoxiertweise besteht in gleichem Maße ein Verlangen nach Erklärungen, Anschlüssen und Hinweisen, unter welcher Hinsicht man denn eine Ausstellung oder eine künstlerische Äußerung betrachten solle, wie der Verdacht, die herbeigerufenen Kommentatoren würden Bedeutung und Sinn unterstellen, wo gar keiner zu finden sei.

Dieser zwiespältig beäugten Arbeitsteilung zwischen dem Künstler als Objektproduzenten einerseits und den Vermittlern als Erklärungs- und Theorieproduzenten andererseits haben allerdings mit dem Beginn der abstrakten Moderne viele Künstler entgegengewirkt, indem sie ihre Arbeiten selbst kommentierten und mit Theorien unterfütterten. Spätestens seit Beuys 100 Tage auf der documenta 6 zubrachte und dort die „Free International University“ präsentierte, gehört der Aspekt der Vermittlung, der Theoriearbeit und des Kommentars für eine ganze Reihe von Künstlern zum konstitutiven Bestandteil ihrer Werke. Künstlerische Produktion bedeutet insofern nicht Objektherstellung mit selbsterklärenden Wirkungsqualitäten, sondern vielmehr das Erzeugen von Handlungsangeboten und Situationen, in denen ästhetische und soziale Dimensionen immer enger verknüpft zu sein scheinen. Dass hierbei die investive Leistung des Betrachters eine immer wesentlichere Rolle spielt, versteht sich von selbst.

Vermittlung als Kunst

Obwohl die Notwendigkeit der „Teilhabe“ wie der „Komplizenschaft“ des Betrachters zum Topos gegenwärtiger Kunsttheorie geworden ist, hat dennoch kaum ein Künstler die Vermittlung künstlerischer Praktiken *anderer* zum zentralen Aspekt seiner Arbeit gemacht. Hier ist der 1972 geborene Leipziger Tilo Schulz eine wirkliche Ausnahme. Er hat aus den Postulaten der 90er Jahre vom Ende des Geniekults, vom Ende eines Verständnisses des Künstlers als einem exemplarischen Subjekt und vom Ende der Differenzierung zwischen High and Low Culture äußerst überzeugende Konsequenzen gezogen, indem er die Vermittlung der Kunst anderer Künstler zu seinem künstlerischen Projekt gemacht hat. Das ist für einen Künstler ein wirklich sympathischer und in der Tat wenig egomanischer Ansatz.

Tilo Schulz schreckt dabei nicht davor zurück, die klassischen Mittel der Reklame einzusetzen. So bestand sein Beitrag zu der viel beachteten Eröffnungsausstellung „Ontom“ in der Galerie für Zeitgenössische Kunst darin, Flyer und Polo-Shirts zu entwickeln, auf denen die übrigen beteiligten Künstler ein Statement zu ihrer Arbeit publizieren konnten. Mit diesem gängigen Werbe-Instrumentarium ausgestattet wurde ein gut gebrieftes, professionelles Promotionteam in die Leipziger Innenstadt entsandt, um Menschen auf der Straße direkt anzusprechen und in die neu eröffnete Galerie zu locken. Darüber hinaus wurde auch das Aufsichtspersonal in der Galerie selbst mit den bedruckten Polo-Shirts bekleidet.

Zahlreiche internationale Ausstellungsbeteiligungen von Tilo Schulz bestanden aus Plakataktionen und der Entwicklung von sogenannten „Displays“ für Veranstaltungen anderer oder aus der Inszenierung künstlerischer Projekte von anderen Künstlern. Auch das Remake, die Reproduktion und die textliche Kommentierung gehören zu seinem Geschäft. Seine Arbeit geht zuallererst von einem Vermittlungsanliegen aus, ein Ansatz, der vielleicht für einen Künstler, der Anfang der 90er Jahre mit seiner Arbeit in Ost-Deutschland startete, auch naheliegend sein mag. Hierbei war es vielleicht von Vorteil, dass Tilo Schulz keine Akademie besuchte, sondern sich der Kunst als Autodidakt näherte. Schulz begann damals mit einer an der amerikanischen Minimal Art orientierten „Formenmalerei“ (wie er es nannte), die er selbst in Texten kommentierte und im öffentlichen Raum inszenierte. Mitte der neunziger Jahre kuratierte er schließlich eine Ausstellung und organisierte ein Kolloquium unter dem Titel „Malerei und Spezifisches Objekt“, zu der er vier Künstler und neun Theoretiker einlud wie auch eine Publikation herausgab und gestaltete. Seither entwickelte er eine Reihe von Publikationen, Räumen und Situationen, die als „Display“ die Arbeiten und Konzepte anderer Künstler vorstellen oder Projekte von Kulturproduzenten aller Couleurs präsentieren.

„body of work: the ideal exhibition – category. . . .“

Eine zentrale Werkgruppe, die er 1998 erstmals in San Francisco realisierte, nennt er „body of work: the ideal exhibition – category...“. Hier präsentiert er eine themen- bzw. gattungsorientierte Auswahl von Werken anderer Künstler, die modellhaft die Möglichkeiten dieser Kategorie künstlerischer Arbeiten erfahrbar machen. In San Francisco zeigte er die Kategorien „poster“, „word sculpture“ und „announcement“. Er selbst sagt hierzu: „Für jede dieser Kategorien entwickle ich ein Modell, das einige Charaktere der jeweiligen Kategorie aufweist. Es wird jedoch hauptsächlich durch den Aufdruck definiert: „body of work: the ideal exhibition“ – category: (z.B. poster). Dem Modell werden Originale oder Sekundärmaterialien als Beispiele hinzugefügt. Für die Auswahl dieser Materialien lade ich jedesmal andere Sammler, Kunstkritiker, Theoretiker oder Historiker ein, wodurch sich die inhaltliche Ausrichtung von Ausstellung zu Ausstellung ändert.“ (Tilo Schulz im Gespräch mit Antonia Lock. In: Kunstpreis der Böttcherstraße in Bremen 1999. (Ausst. Kat.) Kunsthalle Bremen).

Dieser Werkgruppe wird Tilo Schulz mit seiner Arbeit für die Halle der Universität Witten/Herdecke eine weitere Kategorie hinzufügen: die Kategorie „advertising“. Zum Expertenteam, das eine Auswahl von künstlerischen Arbeiten treffen soll, in welchen sich Werbung als künstlerische Praxis erweist, hat er neben dem Kunstwissenschaftler und Kurator Vincent Pécoil auch den Marketingprofessor der Universität Witten/Herdecke Franz Liebl bestellt. Im Ergebnis soll eine Auswahl von etwa 30 Arbeiten anderer Künstler zustande kommen. Diese wird in Form von Reproduktionen auf einem konventionellen Werbeträger – nämlich auf den Tablettts der Cafeteria wieder zu finden sein. Darüber hinaus werden unterschiedliche Maßnahmen getroffen werden, die auf das Thema aufmerksam machen. Eine Maßnahme besteht in einer großen Wandmalerei mit dem Schriftzug „advertising“

Soziale Malerei

Man hat Tilo Schulz vielfach als jemanden beschrieben, der eine Doppelrolle bekleidet oder als jemanden, der in seiner Tätigkeit oszilliert zwischen dem role model „artist“ und role model „mediator“. Dennoch: Treffender ist vermutlich davon zu sprechen, dass er die Aufgaben und

Funktionen von Vermittlung einem künstlerischen Anspruch und Tun unterwirft, wie dies Jan Winkelmann in seinem Artikel über Tilo Schulz unter der Headline „Vermittlung als künstlerische Praxis“ beschrieben hat. Ich würde sogar noch weiter gehen, indem ich seine Arbeiten als eine Form sozialer und handlungsbezogener Malerei beschreiben würde, denn das, was an seinen Projekten das reizvolle ausmacht, ist seine ungeheure, geradezu emphatisch vorgetragene Präzision in der Form, seine heiter verlockende Farbwahl, die perfekten Oberflächen mit ihrer für den Künstler typischen animierenden Haptizität. Verlockend ist aber auch die optimistische Leichtigkeit und „cosyness“, durch die seine Räume zum Verweilen und Stöbern anstiften.

Das Konzept der Mediation kennen wir schon von Beuys oder Klaus Staeck als Element der eigenen Arbeit – zwar nicht die Mediation der Kunst anderer, aber doch immerhin der eigenen Projekte - und Schulz schließt auch ganz explizit an die 70er Jahre mit ihren Konzepten und ihrer spezifischen Ästhetik an. Im Konzeptuellen liegt aber nicht der eigentliche Reiz von Tilo Schulz Arbeit, sondern darin, *wie* das Konzeptuelle gelingt, wie er durch die formale Ausformung, die Anmutung seiner Texte, Flyer, Werbeaktionen, Möbel, Displays und Headlines eine ganz spezifische Aufmerksamkeit auf die *sozialen* Möglichkeiten einer Form zu generieren vermag. In einem Interview mit Antonia Lock beschrieb Tilo Schulz Malerei denn auch als eine „Haltung“, also als eine soziale Figur, und differenzierte diese von einer formalen Kunstauffassung, der „Malerei als technisches Mittel“ gilt. Schulz kommt es darauf an, Formen zu entwerfen, die mögliche Benutzungen herausfordern, die handlungsaffin sind und soziale Interaktionen provozieren.