

Räumungsverkauf auf 80 m²

ULRICH SCHÖTKER

Alles war auf Konsum ausgerichtet. Wir gerieten da hinein. Seit Oktober 2002 werden in dem Projektraum *Liquidación Total* in Madrid Ausstellungen von zumeist jüngeren europäischen Künstlern gezeigt. Der Name des Raumes wurde vom vorherigen Mieter ins Fenster des Ladenlokals geschrieben und bedeutet so viel wie ‚Räumungsverkauf‘. Unser Anliegen war es, einen Projektraum aufzubauen und die Strukturen so anzulegen, dass er sich weiterentwickeln kann. Zukunft ungewiss.

Die Stadt zählte bis vor wenigen Jahren nur drei alternative Ausstellungs-orte, vielleicht waren es auch fünf oder sieben. Wegen einer Haushaltspolitik, die für Projekträume kein Geld zur Verfügung stellte, waren die Räume oft nicht ortsansässig, zogen von Wohnung zu Wohnung, von Laden zu Garage. Zeitgleich mit unserer ersten Eröffnung wurde ein neues Kulturzentrum in der Stadt eröffnet. *La Casa Encendida* (*Das erleuchtete Haus*), so der Name dieser Institution, beherbergte in ihren Räumen zuvor eine alte Glühbirnen-Fabrik und steht nicht weit vom Reina Sofia. Die Institution erhob von Beginn an den Anspruch, als Zentrum einer jungen Bürgerkultur zu gelten. Im Gebäude stehen mehrere Ausstellungssäle, eine Bibliothek, eine Mediathek, ein Umweltschutz-Institut und mehrere Großraumbüros der Angestellten zur Verfügung, um Informationen zu junger Kunst und Kultur, Ökologie, Nachhaltigkeit und Englischkurse für das Publikum anzubieten.

So oder ähnlich befremdlich mag der Marshall-Plan die Pop-Kultur zur deutschen Blüte gebracht haben. Hier zahlt aber die lokale Sparkasse Caja Madrid mit ihrem engagierten Programm „Obra Social“ – „Soziales Werk“. Das klingt zwar sehr nach Beuys’ Sozialer Plastik und man dürfte sich daher einen ernst zu nehmenden ästhetischen Beitrag für die junge Kunstszene erhoffen, erweckt jedoch bei genauerer Betrachtung eher den Eindruck eines

nach Planungsrichtlinien erstellten Marketingprodukts, das die Bedürfnisse seiner *target group* zu kennen meint.

Diese leicht identifizierbare, ja normierte Aufbereitung von Bürgerkultur ist zu Zeiten eines umfassenden Stadtmarketings keine Seltenheit. In Madrid formieren sich allorts verschiedene Festivals, die das Kürzel MAD in sich tragen: *CineMad* – ein Filmfestival, *UniversiMad* – ein Musikfestival für Studenten, *MAD03* – eine jährliche Kunstaussstellung; es gibt sogar die *Photo-España*, eine Fotoausstellung mit bekannten Galeriegrößen, die – *nomen est omen* – nach höheren, nationalen Weihen greift. In diesem Ambiente darauf zu warten, dass man einen Preis gewinnt oder ausstellen darf, mag denjenigen verstören, der Umwerbung und Bewerbung als chronisch problematische Kommunikationsform im Kunstsystem ansieht. Gerade aus Sicht der Produzenten von Kunst und Kunstaussstellungen sind diese repräsentativen Verdichtungen von Stadtkultur alles andere als hilfreich. Sie werden sogar als störend empfunden, wenn die Produktion des Kunstsystems sich lediglich auf die Erscheinung von Kunstwerken in gepflegten Institutionen beruft.

Aus diesem Grunde haben wir die Produktion der Imagepflege in unserer ersten Ausstellung thematisiert, indem wir lediglich das im Eingangsportal von der Institution *La Casa Encendida* befindliche Piktogramm-System kopiert und entsprechend in unseren Räumen ausgestellt haben. Die überdimensionierten Tafeln verwiesen mit ihrem satten froschgrün beständig auf den Sponsoren, dessen Bärenlogo in gleichem Farbton gehalten ist.

Unsere erste versendete Einladungskarte an ca. 1.500 Adressen lautete demnach: „La Casa Encendida en Liquidación Total“, was als künstlerischer Konzepttitel der Wahrheit entsprach, die Adressaten wussten aber nicht genau, ob das Kulturzentrum versteigert wird („Das erleuchtete Haus im Räumungsverkauf“), ob es sich in unseren 80 m² großen Räumen präsentieren wird, oder ob es sogar unsere Räume schon besetzt hält. Einige Besucher mutmaßten verärgert, dass große Institutionen ihren Fingerabdruck überall hinterlassen müssten, andere warnten uns vor dem illegalen Akt wegen des Copyrights. Von uns hatte keiner an ein Verbrechen gedacht. Wir suchten Anschluss, und der war nur durch eine kritische Distanz zum Bestehenden gegeben, die wir durch die örtliche Verschiebung der Referenzen zu erreichen suchten.

Eine mögliche Finanzierung wollten wir gerne annehmen. Wir wussten zunächst nur nicht, woher sie kommen sollte. Da an eine städtische Förderung nicht zu denken war, wollten uns einige *Absolut Wodka* ins Haus schicken. Die lassen schon mal 1.000 Euro springen, wenn man einen Kühlschrank mit ihrem Logo hinstellt und ihren Wodka ausschenkt. Allein an ein von Wodka benebeltes Publikum mochten wir nicht denken. Warum nicht Rum? Oder Gin? Oder einen Verein? Wir gründeten ihn mit dem Namen *LT2003*. Die Mitgliedsbeiträge verbrauchen wir noch heute bis auf den letzten Cent.

Die ersten Ausstellungen, die wir machten, haben daher nicht viel mehr als einige hundert Euro gekostet. Man weiß schnell, dass es wirklich günstig ist, Malerei zu zeigen: es bedarf nur einiger Nägel. Man entwickelt ein Gespür für Improvisation, da der Raum in jeder Ecke einen anderen Winkel besitzt, eine katedralhafte Deckenhöhe von fünf Metern im zwei Meter breiten Eingangsbereich, ein Zwischengeschoss mit weniger als zwei Metern Höhe und: schiefe Wände. Von denen bröckelt eine hundert Jahre sedimentierte Kalkschicht langsam ab. Man ist auf einfache Lösungen angewiesen, man muss leidenschaftliche Umsetzungen finden, dessen Entscheidungen man – vielleicht weil man sie selbst getroffen hat – dann sogar als ästhetisch empfindet. Jede Ausstellung war wirklich schön.

Ohne das Verständnis aller beteiligten Künstler für unsere Situation wäre sicher keine Ausstellung zustande gekommen. Ohne das Interesse einiger ausländischer Institutionen, die Künstler ihrer Nationalität bei uns sahen, wären anfänglich keine Finanzierungen möglich gewesen. Gerade das Goethe-Institut Madrid hat eine für uns außerordentlich wichtige Rolle eingenommen. Wir konnten zumeist auf Verständnis für unsere Finanzkrise stoßen, da Projekträume schon nördlich von Madrid eine grundsätzlich ausdifferenziertere Kulturförderung vorfinden.

„Das sieht ja aus wie in Berlin“, war die Bemerkung einiger Besucher. Dass dies jedoch nicht (nur) Stil, modischer Habitus ist, sondern im direkten Zusammenhang mit den finanziellen Quellen steht, sollte man in solchen Momenten für sich behalten. Was kann schon eine Richtigestellung in schiefen Räumen erreichen?

Im Laufe der drei Jahre, die wir als Kunstverein mit 25 Mitgliedern bestehen, haben wir fast für jedes Mitglied eine Ausstellung gemacht. Das macht also alle sechs Wochen eine Ausstellung, alle sechs Wochen eine Presseinformation, einen Aufbau, einen Abbau, Versand, Telefongespräche etc. Ein ehrenamtlicher Full-Time-Job für zwei Personen, die den Laden zu Anfang schmissen, hat nun Hilfe von drei weiteren Personen, die sich aktiv um die Organisation des Raumes bemühen.

Dass ‚Produktion‘ ein richtungsweisender Begriff für unsere Arbeit ist, lässt sich auch an den ausgestellten Arbeiten ablesen. Das Spektrum der Beiträge reichte von einer Kritik am Postfordismus, wie sie die Arbeit *Revolution Non Stop* von Christoph Schäfer vornahm, über die Problematisierung und Ästhetisierung bürgerlichen Widerstands, wie in Oliver Ressler's *Disobbedienti*, zu den Produktionshintergründen künstlerischer Arbeiten, so bei dem Maler Fernando Martín Godoy, oder den metaphorischen Übertragungen zu Fragen der Bildproduktion in der Arbeit von Uschi Huber.

Die Konzentration auf einzelne Künstler, denen wir den ganzen Raum zur Verfügung stellten, konnte unseres Erachtens viel deutlicher künstlerische Prozesse beleuchten, als dies in thematischen Gruppenausstellungen der ta-

gesaktuellen Formate zu sehen ist. Da die meisten Künstler sogar die Bereitschaft zeigten, an einem Abend ein Gespräch über ihre Arbeit zu führen, konnte man verstärkt beobachten, wie Künstler arbeiten.

Mit der Ausstellung der *Galerie für Landschaftskunst* haben wir begonnen, andere Projekträume einzuladen, um deren Arbeitsweisen in unseren Räumen zu reflektieren. Es sind momentan weitere Ausstellungen dieses Formats mit Projekträumen aus Norwegen, Moldawien und Rumänien geplant. Uns ist an dieser Form sehr gelegen, um andere Arbeitsmethoden verwandter Produzenten kennenzulernen.

In Spanien heißen Vereine „Assoziation“, was mir persönlich besser gefällt als das Wort ‚Verein‘. Der Begriff verhandelt nicht eine Einigung, die man erreichen will, sondern eine Kopplung von differenzierten Interessen verschiedener Personen, die nicht zwangsläufig einen Konsens suchen. Weder sind wir auf bestimmte Medien festgelegt – das befreite uns von der Technologie-Welle der 1990er, die nun auch hier deutlich abgemildert erscheint – noch auf bestimmte Länder – das garantiert uns einen Blick in viele verschiedene Szenen –, noch gab es ein grundsätzliches Interesse an methodischen Raffinessen wie Nachbarschaftsarbeit, Partizipations- oder Kontext-Kunst.

Einig sind sich jedoch alle Beteiligten darüber, dass der Raum Sozialitäten schafft, die ohne ihn nicht gegeben wären. Das hat sich im Laufe der Zeit und durch unterschiedliche Projekte, deren benötigte Hilfe und das zugemutete Interesse usw. ergeben. Die Anstrengungen haben sogar die Lust freigesetzt, mehr zu fordern, als wir bisher hatten. Fast über zwei Jahre haben wir in regelmäßigen Abständen lokale kulturpolitische Behörden angerufen, Termine erbettelt, uns vorgestellt, Verhandlungen angeboten, auf die Situation aufmerksam gemacht etc. Dieses Jahr haben wir zum ersten Mal eine städtische Förderung erhalten. Gleichzeitig haben wir aber darauf hingewiesen, dass diese Einzelförderung weder uns noch einer grundsätzlichen Diskussion über Projektraumförderung eine Zukunft bietet.

Nicht zum ersten Mal wäre es passiert, dass einzelne Projekte gesondert bezuschusst wurden, die darüber schwiegen, in der Hoffnung, weiterhin und vielleicht alleine gefördert zu werden. Es gab absurderweise persönliche Karriereinteressen. Dabei ist ohne Bewusstsein von Öffentlichkeit die Chance größer, dass die Gelder in Zukunft zurückgehalten werden, als dass sich die Institutionen etablieren können. Und eine Szene, die eben nicht über eine, sondern mehrere, konkurrierende Räume verfügt, braucht eine kulturpolitische Struktur, die in der Lage ist, qualitative Förderung zu unternehmen.

Die Kulturpolitik in Madrid hatte Prozesse verschlafen, die sich in Städten anderer europäischer Länder seit Beginn der 1990er Jahre verstärkt zeigten. Alternative Ausstellungsräume wurden nicht mehr als suspekte Orte befremdlicher Subjekte angesehen, sondern als aktive Produzenten von Stadtkultur akzeptiert. Das hatte sicher Vor- und Nachteile für alle Beteiligten. Zum einen

konnte man erlaubterweise Geld einfordern, welches zuvor hochkulturellen Veranstaltungen vorbehalten war. Zum anderen entkünstete sich die Kunst zu facettenreichen Pop-Veranstaltungen. Davon gefallen die meisten sicher nicht jedem, aber die Chancen, daran irgendwie aktiv teilnehmen zu können, sind bei weitem gestiegen.

Dazu trägt auch bei, dass gerade in den 1990er Jahren eine verstärkte Vernetzung innerhalb verschiedener Popszenen – Musik, Kunst, Grafikdesign, Medienkritik etc. – stattgefunden hatte. Und dies hing auch damit zusammen, dass beteiligte Personen verschiedene Qualifikationen zugleich ausübten: Der DJ ist Künstler ist Grafiker ist Musiker, ist Aktivist ist Romantiker etc. Dieses Spektrum an Perspektiven kann sicher auch für das kontingent erscheinende Programm stehen, welches wir im Laufe der Zeit erarbeitet hatten; die Geschichte des Raumes, die Mannigfaltigkeiten, die sich entwickelt haben, geben jedoch verschiedene mögliche Konzeptlinien vor, für die wir immer einen passenden Anschluss gefunden haben. Unsere Ausrichtung und die vieler anderer Projekträume ist hochgradig qualitativ und essayistisch angelegt und trennt sich völlig von den nach 5-Jahres-Plänen ausgerichteten Großinstitutionen, die mittlerweile umfassend auf sogenannten Ausstellungsmärkten Shows einkaufen und ausrichten.

Vom Feuilleton unbeachtet bleiben jedoch die vielen kreativen Kleinobjekte und mittleren Institutionen, die eine eindeutig größere Flexibilität im Umgang mit künstlerischen Positionen pflegen. Sie haben noch die Möglichkeit, an Formen des Sozialen als ästhetischer Komponente zu arbeiten, scheuen Experimente weniger und wirken noch als eine notwendige Zumutung, der sich Kunstvermittlung verpflichtet fühlen muss, will sie als solche erscheinen. Über den musealen Anschein, den sich viele Großinstitutionen zeitgenössischer Kunst aneignen, ist der Weg zum Entertainment und Konsum ebener und sicher weniger steinig. Im Vergleich zu vielen Grenzgängen, die Künstler seit den 1960er Jahren gegangen sind, erscheinen die Ausrichtungen der Großinstitutionen geradezu anachronistisch und reaktionär.

Der von uns in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut organisierte Beitrag der Kölner Künstlerin Uschi Huber auf der *PhotoEspaña* 2004 zeigt einige Konfliktlinien sehr anschaulich. Uschi Huber gibt mit Jörg Paul Janka und anderen das Fotomagazin *Ohio* heraus, sie selbst pflegt eine intensive Auseinandersetzung mit Fotografie auch in den eigenen Arbeiten. Spannend in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass Huber sich dezidiert als Künstlerin und nicht als Fotografin versteht.

Als Leitlinie des Konzeptes der *PhotoEspaña* galten Begriffe wie ‚Archiv‘ und ‚Geschichte‘. Daher hatte uns auch Hubers Arbeit *Anlagen* besonders interessiert. Auf quadratischen Abzügen zeigen sich Aufnahmen verschiedener Tourismusanlagen der Länder Ägypten, Israel und Spanien in der Nebensaison. Auf den Bildern wird der mediterrane Zusammenhang der Län-

der deutlich, sie konzentrieren den Blick auf die Infrastruktur der Gebäude und deren Instandsetzung. Die abgebildete Architektur besitzt zwar lokale Stilelemente, lässt aber eher an sozialen Wohnungsbau als an touristische Träume denken. Da die Hängung der Bilder zudem syntaktische Muster berücksichtigt, finden sich die Bildelemente in einem komplexen Bezugsnetz wieder. Mediterrane Moderne zeigt sich hier als Geschichte des modernen Tourismus.



Anlagen, Fotoinstallation von Uschi Huber in Liquidación Total, 2004.

Foto: Ulrich Schötter

Das Fotomagazin *Ohio* funktioniert gleichsam wie ein Archiv, in dem Bildfolgen sortiert werden, die völlig außerhalb des Kunstsystems entstanden sind. Funktional eingebundene Bilder, die ein Versicherungsvertreter von einer beschädigten Wagenladung von Marzipan-Tafeln gemacht hatte, Beweisfotos geglückerter Jungfernfahrten von Modellbauern aus Köln oder das Archivmaterial der Stiftung Warentest, das in Fülle malträtierte Konsumprodukte zeigt, sind nur eine Auswahl an Beispielen. Sie wirken im Ausstellungsraum skurril und entwickeln oftmals eine Komik wegen fehlender kompositorischer Raffinessen, die wir vor dem Hintergrund unserer Erfahrungen mit der Bildsprache der modernen Fotografie erwarten. Sie geben hingegen eine Perspektive auf den Bilderblick anderer Gesellschafts- und Kultursysteme frei.

Die Kuratoren der Ausstellung boten uns einen ihrer Meinung nach für uns sehr günstigen Ausstellungsraum an, durch den – wie sie hinzufügten – sicher alle Kritiker der Ausstellung gehen würden. Nach einiger Zeit wurde uns bewusst, dass sie von der Rezeptionshalle eines zentral gelegenen Hotels sprachen. Uns fiel es nicht leicht, diesen Raum zu akzeptieren. Hier beginnt

Vermittlungsarbeit. Uschi Huber entwickelte die Vorstellung, *Ohio* in unseren Räumen auszustellen, die Fotoinstallation *Anlagen* in der Hotelhalle. Das rief nach wenigen Wochen das Marketingteam der Hotelkette auf den Plan, das Hubers Arbeiten ablehnte, da es eine despektierliche Wirkung auf das repräsentative Foyer des Hotels befürchtete. *PhotoEspaña* besaß daraufhin den Mut, uns vorzuschlagen, Huber aus- und jemand anderes einzuladen. Das kam nicht infrage.



Hotelfoyer des NH-Hotels am Paseo del Prado. Foto: Ulrich Schötter

In Gesprächen mit uns entschied sich die Künstlerin für ein neues Konzept. Die Arbeit *Anlagen* sollte nun in unseren Räumen mit *Ohio* gezeigt werden und Huber erarbeitete ein Videoprojekt für die Hotelhalle. Jedoch wurde auch dieses von der Marketingabteilung abgelehnt, mit dem Hinweis, dass sämtliche Abbildungen von anderen Hotels, Hotelanlagen, oder anderen Anlagen, die einen Hinweis auf Hotels bieten, für das Hotel nicht infrage kämen. Wir merkten, dass sich hier eine Arbeitsaufgabe entwickelte, die man zumeist von curricular verpflichteten Kunstpädagogen kennt. Es ließ sich aber noch positiv wenden als Förderung der Kreativität durch Erzeugung von behindernden Regeln. Dies schien für Huber eine leichte Übung zu sein und ihr Entschluss stand fest, lediglich mit Gegenständen zu arbeiten, die sich ausschließlich schon in der Vorhalle befanden.

Ihre Installation *Unter den Umständen (bajo de las codiciones)* verschob sämtliche Dekorations- und Funktionselemente der Eingangshalle, sortierte sie nach Formen, Farben, symbolischen und syntaktischen Bezügen. Wir hatten es als einzige Institution geschafft, eine Arbeit auf der *PhotoEspaña* an diesem zentralen Ort zu realisieren, die kein einziges Foto zeigte. Es gab einen kubanischen Kritiker, der sehr schön über die Arbeit in der Zeitung *El Pais* geschrieben hat. Darüber, wie Huber an den längst schon verinnerlichten

Bildern von Hotelanlagen arbeitete. Wie sie sensibel den Raum und unsere Erwartungen dekonstruierte.



Bajo de las condiciones, Installation von Uschi Huber im Hotelfoyer des NH-Hotels am Paseo del Prado. Foto: Ulrich Schötker

Gegenwärtig scheinen sich neue Perspektiven zu ergeben. In Zusammenarbeit mit vier weiteren Projekträumen finden in regelmäßigen Abständen Treffen mit verantwortlichen Kulturpolitikern statt, die eingesehen haben, dass in dieser Stadt eine Förderung von Projekträumen dringend notwendig ist. Erstaunlich ist die unkomplizierte Gesprächsebene, die den Konsens nicht im Gießkannenprinzip sucht (Demokratie ist, wenn alle gleich viel ...), sondern unterschiedliche Arbeitsvorstellungen dezidiert nennt, um daraus eine differenzierte und qualitative Förderung zu entwickeln. Den Produzierenden ist allen klar, dass nur die plurale Ausrichtung einer Projektraum-Kultur einer dynamischen Kunstszene dienen kann.

An Ausstellungen beteiligte Künstler:

Maria Friberg, Lawrence Weiner, Christoph Schäfer, Oliver Ressler, Rolando Díaz, Cecilia Barriga, Carlos Bosch, Josep Doménech, Fernando Martín Godoy, Daily Services, Delikolder, Lukas Einsele, Ina Wudtke, Cordula Daus, Manuel Gil, César Martínez, El Perro, Néstor Torrens, Antonio de la Rosa, César Martín, Uschi Huber, Ohio!, Manu Urranga, Stefanie Becker, Michael Conrads, Stephan Dilleuth, Mark Dion, Anna Gudjónsdóttir, Stef Heidhues, Florian Hüttner, Oliver Kochta, Till Krause, Hannes Lárusson, Frank Lüsing, Susanne Luptovitz, Daniel Maier-Reimer, Nils Norman, Patrick Rieve, Alexander Rischer, Hanna Schwarz, Tillmann Terbuyken, Malte Urbschat, Ralf

Urbschat, Ralf Weißleder, Javier Ayarza, Knut Fierke, Erik Arellana, Jerome Chazeix, Nicolas Franco Guzman, Javier Soto u.a.

Verantwortlich für die Programm- und Vereinsarbeit:

Antonio Ballester Moreno, Lila Insúa, Victoria del Val, Patricia Peribañez, Mariano Sanz Noguera, Ulrich Schötter

Wer einen Blick auf unsere Arbeit werfen mag, kann dies tun unter:

<http://www.liquidaciontotal.org>

