

Biertrinken als höchste Kunstform?

Zur Formierung des Publikums in Relationaler Kunst

LARS BLUNCK

DRINKING BEER WITH FRIENDS

Im September 1970 präsentierte der kalifornische Konzeptkünstler Tom Marioni, damals zugleich Kurator am Richmond Art Center, unter dem Pseudonym Alan Fish im Oakland Museum of Art erstmals *The Act of Drinking Beer with Friends is the Highest Form of Art*, ein, wie Marioni es rückblickend nannte, »social artwork«.¹ Lassen wir, da außer einer etwas unscharfen Fotoaufnahme (Abb. 1) keine brauchbare fotografische Dokumentation überkommen ist, Marioni berichten, was sich seinerzeit zutrug:

»I invited sixteen friends to the museum on a Monday when it was normally closed. Since I didn't want to subject my friends to being performers, the public was not invited. I told the curator [...] to get the beer and to be there. Everybody showed up, and we drank and had a good time. The debris was left on exhibit as a record of the event. Basically, the show consisted of the evidence of the act. It was an important work for me, because it defined Action rather than Object as art. And drinking beer was one of the things I learned in art school.«²

1 Marioni, Tom: *Beer, Art and Philosophy. A Memoir*, San Francisco²2007, S. 93.

2 Ebd. Natürlich wirft *The Act of Drinking Beer...* (beziehungsweise das, was Marioni uns von dieser Aktion berichtet) zahllose Fragen auf, etwa jene, ob das, was man in Kunstschulen lernt, Kunst ist, oder auch die Frage,



Abb. 1: Tom Marioni, *The Act of Drinking Beer with Friends is the Highest Form of Art*, 1970

Gehen wir die zentralen Informationen, die Marionis Bericht zu *The Act of Drinking Beer with Friends is the Highest Form of Art* enthält, noch einmal durch und zwar – gemäß dem Ansinnen des vorliegenden Buches – unter der Aspektierung ›Öffentlichkeit‹: Eine private Gruppe trifft sich in einem öffentlichen und öffentlich subventionierten Raum (dem Museum) an einem Montagabend (also wiederum zu einem Zeitpunkt der Nichtöffentlichkeit), um dort – als Kunst wohlgemerkt! – Bier zu trinken: »The public was not invited«! Interessant, dass Marioni hier gerade nicht von »audience« spricht (das Publikum), sondern von »public« (die Öffentlichkeit). Die Kunst also fand unter Ausschluss der Öffentlichkeit und damit ohne Publikum statt. Aber kann es so etwas überhaupt geben: Kunst ohne Öffentlichkeit und sei letztere auch partikular? Wenn nein, dann mag dies ein Grund dafür gewesen sein, dass jenes Publikum (»the audience«), das ab Dienstagmorgen zu den offiziellen Öffnungszeiten Zugang zum öffentlichen Ort Museum hatte, mit den Relikten einer privaten Zusammenkunft kon-

ob, wenn, was man in Kunstschulen lernt, Kunst ist und wenn Marioni dort das Biertrinken gelernt hat, ob dann Biertrinken Kunst ist. Gewiss, diese Fragen sind nicht wirklich ernst gemeint und der Versuch ihrer Beantwortung wäre töricht – und doch berühren sie den Kern von *The Act of Drinking Beer*... als ein konzeptuelles ›Kunstwerk‹.

frontiert war, die letztlich erst durch die Wahrnehmung jener Relikte (leere Flaschen, Kühlschrank etc.) zur Kunst wurde, die selbst keine Kunst sein sollten.

Wenn nun die diesem Buch zugrunde liegende Formel zutrifft, wonach das Publikum jener »Punkt« ist, »an dem Kunst und Öffentlichkeit konvergieren«, ³ dann durften sich die Museumsbesucher einerseits in der von Marioni entfalteten Logik nicht weiter als »Publikum« auffassen, weil es schlicht keine »Kunst« gab. Denn »die Kunst«, also das montagabendliche Ereignis, war den Museumsbesuchern entzogen, ihm lediglich als Spur angedeutet, sie hatte ja schon am Vorabend als temporales, ephemeres Ereignis stattgefunden, von dem bloß noch die Spuren, die Beweisstücke (»the evidences«) zu besichtigen waren. Und doch gab es natürlich ein Publikum, da das Museum als öffentliche Institution Marionis Aktion eben jene notwendige Öffentlichkeit verschaffte, gegen die sich *The Act of Drinking Beer...* gerade zu wenden schien. Die Exklusion und damit die ostentative Negation von Öffentlichkeit bedeutete mithin nicht die Auflösung des Publikums. Denn in der Ostentation, im öffentlichen Aufzeigen dieser Negation von Öffentlichkeit, wurde das Publikum gerade als solches instanziiert, indem ihm im Entzug seine eigene Funktion anschaulich gemacht wurde. Es ist dies, *The Act of Drinking Beer...*, ein wunderbares Stück Konzeptkunst, das – wie jede gute Konzeptkunst – zu mehr Fragen Anlass gibt, als es Antworten anbietet.

In der Folge seiner Ausstellung im Oakland Museum richtete Marioni 1973 in dem von ihm selbst gegründeten, privaten »Museum of Conceptual Art«, ⁴ ein kleiner Projektraum über einem Diner in San Francisco, einen mittwöchlichen, halböffentlichen »Free Beer«-Salon ein – als Kunst! Marioni öffnete *The Act of Drinking Beer...* also für eine Teilöffentlichkeit. Nicht mehr nur persönliche Freunde, wie anno 1970, waren zu einem privaten Sit-in im öffentlichen Museum unter Ausschluss der Öffentlichkeit eingeladen, sondern eine soziale Öffentlichkeit wurde in einem halböffentlichen Rahmen konstituiert und dies

3 Vgl. Vorwort, S. 4.

4 Siehe hierzu zum »Museum of Conceptual Art« Goldstein, Ann: »Tom Marioni«, in: dies./Anne Rorimer (Hg.), *Reconsidering the Object of Art: 1965–1975*, Cambridge/London 1995, S. 172f. Dieses »Museum« existierte zwischen 1970 und 1984 und befand sich in einem Apartment in San Francisco in der 75 Third Street über Breen's Diner.

erneut unter dem Vorzeichen der Kunst. Dieser Rahmen wurde durch ein bestimmtes Regelwerk definiert, um den (möglichst authentischen) Akt des Biertrinkens und damit die Kunst nicht zu gefährden. Zum einen – und ganz pragmatisch – sollten die Leute ihr Bier selbst mitbringen (was dem Ganzen wohl wiederum einen privaten Charakter verleihen sollte), außer diejenigen, die zum ersten Mal kamen, und es nicht besser wissen konnten. Überdies seien zwei Bier das Minimum: »I don't want people to pop in and have a quick drink, or maybe not even have a drink. I don't want them to come with the idea that they'll look over the situation and then maybe split.«⁵ Marioni wollte keine Pubcrawler, keine Bystander; er wollte einfach ein Forum zum authentischen Biertrinken schaffen, genauer: ein Forum zur Durchführung der Handlung des Biertrinkens (*The Act of Drinking Beer...*). Und er wollte unbedingt vermeiden, dass es unbeteiligte Zuschauer geben könnte: ein Publikum also, das dem Biertrinken bloß distanziert beiwohnen würde. Weitere Regeln lauteten: Kein Trinken aus der Flasche, außer die Individualität der Besucher rechtfertige dies, etwa – Marionis Beispiel – im Falle von Cowboys, deren Trinken aus Gläsern etwas Unauthentisches hätte.

Eine weitere wichtige, die Öffentlichkeit limitierende Regel betraf die Unverzichtbarkeit von Kenntnissen zeitgenössischer Kunst. So stand der Salon nur denjenigen offen, die sich mit zeitgenössischer Kunst auskannten: »If you don't know who Sol LeWitt is, you can't come in.«⁶ Nur wer zu verstehen vermochte, warum der Akt des Biertrinkens mit Freuden Kunst ist, war legitimiert, diesen Akt auch durch- und aufzuführen. Apropos Aufführung: Theaterleute hätten, so Marioni, generell Eintrittsverbot, weil sie viel zu theatralisch seien, ausgenommen natürlich Hollywood-Stars (was darauf schließen lässt, dass Marioni deren Manieriertheit wiederum als authentisch erachtete). Ganz wichtig: Keine Kunststudenten, weil die rumsitzen würden »as if in class waiting for somebody to teach them«.⁷ Allerdings gäbe es auch hier Ausnahmen, etwa smarte Studenten, die die ganze Sache verstehen würden, Biertrinken als Kunst eben. Nächste Regel: Keine Raucher, ausgenommen Schriftsteller und Zigarrenraucher! Schriftsteller, weil das Rauchen zu ihrem Beruf gehöre (vergleiche den dosenbier-

5 Marioni: Beer, Art, S. 118.

6 Ebd., S. 120.

7 Ebd., S. 121.

trinkenden Cowboy) und Zigarrenraucher, weil Zigarrenrauchen die Kommunikation unterstütze: »It enhances a social situation and becomes an aid to communication«. Und ganz wichtig: »No art collectors except in disguise.«⁸ Denn manche Künstler würden sich Sammlern geradezu an den Hals werfen, sobald sie merkten, dass ihr Gegenüber Kunstsammler sei; das könnten sie machen, wenn sie unter sich seien (»in private«), aber nicht in einem Salon, der dem authentischen Biertrinken und damit der Kunst, ja: der höchsten Form der Kunst verpflichtet sei. All diese (ebenso auktorialen wie autoritären, aber eben auch humorvollen) Regeln⁹ kulminierten in der Maxime: »People coming into this scene should be sympathetic to the situation«.¹⁰ Und »verständnisvoll-für-die-Situation-Sein« meint hier: Besucher müssten begreifen, dass jegliche Artifizialität den authentischen Akt des Biertrinkens unter Freunden stören würde, was zur Folge hätte, dass es sich eben nicht mehr um Kunst handeln würde.

Es scheint mir offenkundig: Die ironischen Brechungen im Regelwerk verliehen dem »Free Beer«-Salon eine gewisse Leichtigkeit, die es allererst möglich machte, das Szenario auf seinen Sinn, um nicht zu sagen: auf seine Bedeutung hin zu befragen. Überdies aber invertierte Marioni hier die Parameter seiner Aktion im Oakland Museum of Art: Der Ort des Biertrinkens war nicht länger ein öffentliches Museum, sondern dessen privat betriebene Parodie eines »Museum of Conceptual Art«; die Beteiligten rekrutierten sich nicht länger aus dem privaten Freundeskreis, sondern entstammten nunmehr einer gesellschaftlichen Teilöffentlichkeit, wie sie sich in Marionis Regelwerk ja auch skizziert findet; und schließlich konnte auch die Präsentation von Relikten des Biertrinkens zur Erzeugung von Öffentlichkeit entfallen.

Bei diesen nunmehr halböffentlichen beziehungsweise limitiert öffentlichen Salons beließ Marioni es jedoch nicht. Denn ab Mitte, Ende der 1970er Jahre transformierte er sein Konzept des »Aktes des Biertrinkens unter Freunden als Kunst« nochmals, indem er es in die institutionelle Öffentlichkeit rücktransferierte und zwar in den von der öffentlichen Hand getragenen Ausstellungskontext – und nun unter un-

8 Ebd.

9 Inwieweit die Einhaltung dieser Regeln von Marioni durchgesetzt wurde, lässt sich heute nicht mehr sagen. Tatsächlich scheinen sie auch als Reflexionsfiguren interessanter, denn als konkrete Rahmenbedingungen.

10 Marioni: Beer, Art, S. 120.

limitierter Einbeziehung des allgemeinen Ausstellungspublikums, beispielsweise bei einer Ausstellung im San Francisco Museum of Modern Art im Jahr 1979, in welcher den Besuchern die Möglichkeit gewährt wurde, in Abwesenheit des Künstlers und zu den normalen Museumsöffnungszeiten Bier aus dem Original-Kühlschrank von 1970 zu entnehmen (instruiert durch die Aufschrift »Free Beer«), sich zu setzen, zu plaudern, zu trinken und dabei vielleicht – ganz im Sinne des Titels *Drinking Beer with Friends...* – neue Freundschaften zu schließen, zumindest Kontakte zu knüpfen, kurz: zu kommunizieren (Abb. 2).



Abb. 2: Tom Marioni, *The Act of Drinking Beer with Friends is the Highest Form of Art*, 1979

Und ein solches Angebot unterbreitet Marioni bis heute (wenngleich der Original-Kühlschrank längst musealisiert ist),¹¹ zuletzt in der Ausstellung *The Art of Participation 2008/09* im San Francisco Museum of Modern Art.¹² *Drinking Beer with Friends...* ist nunmehr dazu an-

11 Das San Francisco Museum of Modern Art hat *The Act of Drinking Beer...* 1999 angekauft, bzw. angekauft, was davon übrig war, und exponiert diese Relikte heute im nachgerade klassischen Display-Modus des »Please do not touch«.

12 »The Art of Participation. 1950 to Now«, San Francisco Museum of Art, 8. November 2008 – 8. Februar 2009.

getan, in der institutionellen Teilöffentlichkeit Museum Öffentlichkeit zu erzeugen – eine Öffentlichkeit im Modus des Privaten (nämlich des gemeinschaftlichen Biertrinkens), eine Öffentlichkeit, die sich nicht vornehmlich räumlich oder institutionell definiert, sondern sich im (halb)öffentlichen Raum des Museums durch die sozialen Interaktionen ihrer Individuen konstituiert: durch Kommunikation.

RELATIONALE ÄSTHETIK

In seinem 2003 veröffentlichten Memoiren *Beer, Art and Philosophy* nahm Tom Marioni für sich in Anspruch mit *The Act of Drinking Beer with Friends is the Highest Form of Art* der Erfinder eines neuen Genres in der Kunst zu sein: »I am the author of this idea. In the '90s the idea of social interaction in an art context became a movement.«¹³ Und in der Tat: Marionis *The Act of Drinking Beer...* lässt sich als Prototyp dessen auffassen, was die Geschichtsschreibung der Gegenwartskunst seit Nicolas Bourriaud als Relationale Kunst bezeichnet. Entsprechend möchte ich *The Act of Drinking Beer...* zum Ausgangs- und Endpunkt einiger grundsätzlicher Überlegungen zum Status des Publikums in Relationaler Kunst machen und setze dabei naturgemäß bei Bourriauds Relationaler Ästhetik an.

In seiner Essaysammlung *Esthétique relationnelle*¹⁴ sieht der französische Kurator und Kritiker Nicolas Bourriaud die sogenannte Relationale Kunst – ganz in der Tradition des Althusser'schen Gedankens, dass Kultur Gesellschaft nicht reflektiert, sondern herstellt – darauf angelegt, Kommunikation zu motivieren und über diese Kommunikation Geselligkeit und Gemeinschaftlichkeit beim »Publikum« zu evozieren. »[R]elational art sets up situations«, bemerkt dazu Claire Bishop, »in

13 Marioni: *Beer, Art*, S. 93. Thomas McEvelley hat den von Marioni vorweg genommenen Wandel der Kunstaussstellung zur Begegnungsstätte auf den Punkt gebracht, als er schrieb: »The art exhibit as a kind of feast or social sacrament in which life was shared became a part of expansive art mood of the 1980s and after.« McEvelley, Thomas: »Introduction«, in: Marioni: *Beer, Art*, S. 9–22, hier S. 15.

14 Bourriaud, Nicolas: *Esthétique relationnelle*, Dijon 1998. Die folgenden deutschsprachigen Zitate folgen dieser französischen Ausgabe in eigener Übersetzung.

which viewers are not just addressed as a collective, social entity, but are actually given the wherewithal to create a community, however temporary or utopian this may be«. ¹⁵ Bourriaud selbst spricht auch von »gastlichen, nutzerfreundlichen Kunstprojekten, gesellig, gemeinschaftlich und partizipatorisch, die die vielfältigen Möglichkeiten von Beziehungen zu Anderen untersuchen«. ¹⁶ Denn in Relationaler Kunst sei »Inter-Subjektivität«, sei die Ausbildung von Beziehungen die »Quintessenz der künstlerischen Praxis«. ¹⁷ Relationale Kunst sei »eine Kunstform, deren Substrat aus Intersubjektivität gebildet wird, und die das Zusammen-Sein als ihr zentrales Thema begreift«. ¹⁸ Es sei hier auf einschlägige Beispiele lediglich hingewiesen, ohne auf diese weiter einzugehen, etwa auf die Bewirtungskunstprojekte von Rirkrit Tiravanija, auf Jårg Geismars *Restaurant Mes Amis* als Typus des Publikumsbanketts oder eben als Relationale Kunst *avant la lettre*, auf Marionis *The Act of Drinking Beer*.... ¹⁹ In derartigen Projekten würde, so Bourriaud, »das Publikum/die Öffentlichkeit [le public] mehr und mehr berücksichtigen«. ²⁰ Barbara Steiner hat dies, bezogen auf Tiravanija, 1996 euphemistisch wie folgt beschrieben: »Ob Tiravanija kocht, Tee anbietet oder Leuten die Möglichkeit einräumt, Musik zu machen, stets wird an die Stelle der konfrontativen Beziehung zwischen Kunst und Betrachter eine Plattform für eine kommunikative und zuletzt kollektive Produktion gesetzt.« ²¹ Entsprechend kollabiere, so Bourriaud, in einer solchen, auf Kommunikation und Geselligkeit angelegten Kunst die »falsche aristokratische Konzeption« der Kunst, nämlich die Vorstellung von Kunst als »monolithisches Objekt«, ²² das

15 Bishop, Claire: »Antagonism and Relational Aesthetics«, October 110, Herbst 2004, S. 51–79, hier S. 54.

16 Bourriaud: *Esthétique*, S. 61.

17 Ebd., S. 23.

18 Ebd., S. 15.

19 Vgl. zu Bourriaud und Tiravanija auch Krause-Wahl, Antje: Konstruktionen von Identität. Renée Green, Tracey Emin, Rirkrit Tiravanija. München 2006, S. 149–154.

20 Ebd., S. 61.

21 Steiner, Barbara: »Marek Garage, Lotusclub und anderes«, in: Rolf Bothe (Hg.), *Nach Weimar (Ausstellungskatalog)*, Ostfildern-Ruit 1996, S. 113–118 und 220–125, hier S. 115.

22 Ebd., S. 15.

sich allenfalls individuell aneignen lasse. Künstler wie Tiravanija würden nicht länger einen konkreten Gegenstand sondern Beziehungen formen. Doch bereits den Begriff der Form sieht Bourriaud als falsch gewählt an. Und um Verwechslungen mit traditionellen künstlerischen Gestaltungsprozessen zu vermeiden, schlägt er vor, Relationale Kunst nicht über »Formen [les formes]« zu definieren, sondern über »Formationen [les formations]«.²³

Mit ihren »Formationen« nun würden die Künstler der 1990er Jahre zweierlei als Kunstwerk anbieten: »a) des moments de socialité, b) des objets producteurs de socialité«.²⁴ Über diese Unterscheidung beziehungsweise über die Differenz zwischen a) und b), zwischen »Momenten der Geselligkeit« und »Objekten, die Geselligkeit herstellen«, sollte man nicht allzu leichtfertig hinweggehen. Denn indem Bourriaud nicht nur den performativen »Momenten der Geselligkeit« wie beispielsweise dem kollektiven Verzehr eines Thai-Gerichts oder dem geselligen Biertrinken zuerkennt, Kunst zu sein, sondern ebenfalls den Objekten, die Geselligkeit zu erzeugen vermögen (eine improvisierte Kochstelle oder ein gut temperierter Kühlschrank), hält er sich die Tür zu einem objektivistischen, zumindest zu einem vom Objekt her fassbaren Kunstbegriff offen. So könnte es sich nach Bourriaud – um ihm unser Beispiel zu leihen – auch bei Marionis Kühlschrank mit der Aufschrift »Free Beer« durchaus um ein Kunstwerk handeln, auch wenn Ausstellungsbesucher der suggestiven Aufschrift heute aufgrund des musealen Displays nicht mehr nachkommen können. In Bourriauds Theorie Relationaler Kunst ist also durchaus der doppelte Boden eines nachgerade objektivistischen Werkbegriffs eingezogen.

Dennoch ist immer wieder auf der Brüchigkeit dieses objektivistischen Werkbegriffs in der Relationalen Kunst insistiert worden, etwa von Stephan Schmidt-Wulffen, der 1996 in seinem Aufsatz Kunst ohne Publikum hervorgehoben hat, dass das Werk »mehr Katalysator denn Produkt«²⁵ sei. Die mit der Relationalen Kunst einhergehende Veränderung der Publikumsrolle von (vermeintlich) passiven Rezipienten zu (vermeintlich) emanzipierten Beteiligten ziehe, so Schmidt-

23 Ebd., S. 21.

24 Ebd., S. 33.

25 Schmidt-Wulffen, Stephan: »Kunst ohne Publikum«, in: Wolfgang Kemp (Hg.), *Zeitgenössische Kunst und ihre Betrachter*, Köln 1996, S. 185–194, hier S. 188.

Wulffen, »die rezeptionsspezifischen Konsequenzen aus einem gewandelten Verständnis künstlerischer Produktion.«²⁶ Denn zeitgenössische Künstler seien nun bloß »gleichberechtigte Mitarbeiter«²⁷ in einer Koproduktion mit den Ausstellungsbesuchern, Künstler und Rezipienten würden zu »Partnern«,²⁸ Rezipienten zu »Ko-Autor[en]«.²⁹

»Die Künstler entwickeln Situationen, die den Betrachter aus seiner Rolle als Zuschauer reißen und zum Mitwirkenden machen sollen. Wenn ›Publikum‹ eine Öffentlichkeit meint, die mit einem autonomen Kunstwerk als fait accompli konfrontiert wird, um sich an ihm interpretatorisch abzumühen, dann geht es [in der Relationalen Kunst] um die Abschaffung des Publikums. [...] Eine ›Kunst ohne Publikum‹ könnte mithin also auch als Indiz für eine Kunst am Ende eines durch die bürgerliche Gesellschaft geprägten Kunstbegriffes verstanden werden.«³⁰

Diese Vorstellung mag so einleuchtend wie selbstverständlich erscheinen, dass sie bislang nur bedingt hinterfragt worden ist: Wo die Kunst in Kommunikation und Geselligkeit besteht, wo die Rezipienten eingewoben sind, gibt es kein Publikum mehr, nur noch Öffentlichkeit. Denn die Kunst besteht in der Öffentlichkeit. Aber ist dies überhaupt so? Werden Ausstellungsbesucher in Relationaler Kunst eigentlich auf eine besondere Weise formiert, bis zur Auflösung der Kategorie Publikum? Wird der Ausstellungsbesucher tatsächlich aus der, wie man pathetisch formulieren könnte, entmündigenden Passivität kontemplativer und individueller, ja geradezu privatistischer Kunstanschauung in die Freiheit gemeinschaftlicher Aktivität und kollektiven Handelns entlassen?

»KUNST OHNE PUBLIKUM«?

An Bourriauds relationaler Ästhetik und ihren künstlerischen Präfigurationen sowie kunsttheoretischen Affirmationen ist in den ver-

26 Ebd.

27 Ebd., S. 185.

28 Ebd., S. 192.

29 Ebd., S. 187.

30 Ebd., S. 187f.

gangenen Jahren erhebliche Kritik geübt worden. Claire Bishop etwa hat Bourriaud vorgeworfen, er hinterfrage überhaupt nicht die Qualität der Relation in relationaler Kunst; Bourriaud scheine anzunehmen, dass alle Relationen, die einen Dialog ermöglichen würden, automatisch demokratisch und daher gut seien;³¹ Bishop fehlt in dieser Kunst, kurz gesagt, die Auseinandersetzungen, der Antagonismus und damit ein politisches Potential.³² Es scheint, als empfinde Bishop die Öffentlichkeit, wie sie durch Relationale Kunst erzeugt werden solle, irgendwie hohl und oberflächlich.

In vergleichbarer Weise hat sich auch George Baker gegen die Relationale Kunst und ihren Cheftheoretiker gewandt. Baker attackierte Bourriaud als kurzsichtig und attestierte ihm die Unfähigkeit, »eine Theorie oder ein Modell zu entwickeln und weiterzuführen«;³³ überdies seien die in Bourriauds Essays »an den Tag gelegten Missverständnisse und Unzulänglichkeiten nur noch von seinem Erfolg in zeitgenössischen Kuratorenkreisen übertroffen«³⁴ worden. Auch der Relationalen Kunst traue Baker nicht, die sich wohl am ehesten noch »im Sinne einer kompensatorischen Maßnahme angesichts des erschütternden Mangels von Relationalität im gegenwärtigen sozialen Leben dekodieren« ließe; allerdings sei einer »künstlerischen Rekonstruktion sozialer Beziehungen, die diesen Mangel einfach ungeschehen machen will«³⁵ zu misstrauen. Relationale Kunst, so kann man Baker verstehen, hält den Rezipienten in der Unmündigkeit, weil sie

31 Vgl. Bishop: Antagonism, S. 65. »I dwell on this theory in order to suggest that the relations set up by relational aesthetics are not intrinsically democratic, as Bourriaud suggests, since they rest too comfortably within an ideal of subjectivity as whole and of community as immanent togetherness.« Ebd., S. 67.

32 Relationale Kunst hingegen erfordere bloß ein »unified subject as a prerequisite for community-as-togetherness«. Ebd., S. 79.

33 Baker, George: »Beziehungen und Gegenbeziehungen: Ein offener Brief an Nicolas Bourriaud«, in: Yilmaz Dziewior (Hg.), Zusammenhänge Herstellen, Köln 2003, S. 126–133, hier S. 127, Anm. 4.

34 Ebd.

35 Ebd., S. 128.

gesellschaftliche Zustände nicht aufdeckt, sondern unter dem Mantel vermeintlicher Kompensation zudeckt.³⁶

In eine ähnliche Richtung hat jüngst auch Boris Groys argumentiert, indem er darauf hinwies, dass die Einbettung des Publikums in die künstlerische Praxis nicht nur als Reduzierung, ja Aufgabe von Autorschaft, sondern im Gegenteil gerade auch als Ausweitung auktorialer Macht angesehen werden könne.³⁷ Indem nämlich der Künstler das Publikum involviere, delegiere er einen Teil seiner Verantwortung und entlaste sich selbst von potentieller Kritik:

»When the viewer is involved in artistic practice from the outset, every piece of criticism he utters is self-criticism. The decision on the part of the artist to relinquish his exclusive authorship would seem primarily to empower the viewer. This sacrifice ultimately benefits the artist, however, for it frees him from the power that the cold eye of the uninvolved viewer exerts over the resulting artwork.«³⁸

In einer solchen Perspektive offenbart sich die (vermeintliche) Auflösung des Publikums durch dessen Involvierung als perfide Selbstentlastungsstrategie des Künstlers, der seine Verantwortung nunmehr als in der kollektiven Autorschaft aufgehoben empfinden kann.

Auf die Gefahr hin, ein Schiff zu torpedieren, das schon durch die Kritik von Bishop & Co. versenkt worden ist, möchte ich die ange-

36 Siehe auch die Kritik Jacques Rancières an der entmündigenden Pädagogik mancher Kunst und manchen Theaters in Rancière, Jacques: *Der emanzipierte Zuschauer*, Wien 2009, S. 28 und 33: »Wir müssen nicht die Zuschauer in Schauspieler/Akteure verwandeln und Unwissende in Gelehrte. Wie müssen das Wissen anerkennen, das im Unwissenden am Werk ist und die Aktivität, die dem Zuschauer eigen ist. Jeder Zuschauer ist bereits ein Akteur seiner Geschichte [...]. Es bedarf der Zuschauer, die die Rolle aktiver Interpreten spielen, die ihre eigene Übersetzung ausarbeiten, um sich die ›Geschichte‹ anzueignen und daraus ihre eigene Geschichte zu machen. Eine emanzipierte Gemeinschaft ist eine Gemeinschaft von Erzählern und Übersetzern.«

37 Groys, Boris: »A Genealogy of Participatory Art«, in: Rudolf Frieling (Hg.), *The Art of Participation. 1950 to Now*, New York/London 2008, S. 19–31, hier S. 23.

38 Ebd., S. 21.

fürten Argumente um einen eigenen, mir allerdings im Hinblick auf Relationale Kunst und die Frage nach dem Publikum kardinal erscheinenden Punkt ergänzen: den der Zeichen- oder sagen wir präziser: den der Aufführungshaftigkeit Relationaler Kunst.³⁹

In seiner 1976 erschienenen Essayfolge *Inside the White Cube* hat Brian O'Doherty polemisiert, dass, wenn man Kunst in einer Galerie oder in einer Vitrine ausstelle, man sie »in Anführungszeichen«⁴⁰ setze. Diese Aussage lässt sich, so meine ich, auf den gesamten zeitgenössischen Ausstellungsbetrieb ausweiten, womit auch die Relationalität Relationaler Kunst im Ausstellungszusammenhang ebenfalls in Anführungszeichen steht: Anführungszeichen, die markieren, dass diese kommunikationsbasierte und beziehungsorientierte Kunst (zumal in der »Bewahr- und Zeiganstalt«⁴¹ Ausstellung, wie der Museumstheoretiker Gottfried Korff den Sonderfall Museum genannt hat) auch auf etwas verweisen will, und sei es bloß auf ihre eigene Setzung. Nichts komme ins Museum oder in eine Ausstellung, so Korff, »von dem nicht angenommen wird, dass es irgendetwas bedeutet, dass es irgendwie etwas ›zeigt‹ [...]«⁴² Korff nennt dies die »semiotische Energie«⁴³ und den »Zeichenwert«⁴⁴ des Exponats – und Exponat meint im Fall Relationaler Kunst das Event selbst. Entsprechend scheint das Insistieren auf Situationalität und Relationalität und auf eine neue Be-

39 Vgl. auch die entsprechende Argumentation in Blunck, Lars: »Luft anhalten und an Spinoza denken«. Zu Fragen der Publikumsbeteiligung in zeitgenössischer Kunst«, in: ders. (Hg.), *Werke im Wandel? Zeitgenössische Kunst zwischen Werk und Wirkung*, München 2005, S. 87–105, hier S. 100f.

40 O'Doherty, Brian: *In der weißen Zelle*, hg. v. Wolfgang Kemp, Berlin 1996, S. 103.

41 Korff, Gottfried: »Zur Eigenart der Museumsdinge«, in: Martina Eberspächer/Gudrun Marlene König/Bernhard Tschofen (Hg.), *Museumsdinge. Deponieren – Exponieren*, Köln/Weimar/Wien 2002, S. 140–145, hier S. 142.

42 Korff, Gottfried: »Vom Verlangen, Bedeutungen zu sehen«, in: Ulrich Bosdorf/Heinrich Theodor Grütter/Jörn Rüsen (Hg.), *Die Aneignung der Vergangenheit. Musealisierung und Geschichte*, Bielefeld 2004, S. 81–103, hier S. 81f.

43 Ebd., S. 83.

44 Ebd., S. 89.

scheidenheit des Künstlers, der sich nunmehr nicht weiter als ›Macher‹, ›Produzent‹ oder gar ›Schöpfer‹, sondern ganz bescheiden als ›Ermöglicher‹, ›Erfüllungsgehilfe‹ und ›Kooperationspartner‹ geriert, im institutionellen Kunstbetrieb wenig mehr zu sein, als eine Beschwörungsformel, die gewissermaßen gleichfalls in Anführungszeichen zu setzen wäre. Ich meine, es gilt für Relationale Kunst, was Anne-Marie Duguet bezüglich der vermeintlichen Kollektivautorschaft bei sogenannten interaktiven Installationen formuliert hat:

»Der Gemeinplatz, Künstler und Betrachter seien nun Co-Autoren, beruht jedoch auf [ein]em Mißverständnis [...]. Denn was erschaffen sie gemeinsam? Der Künstler ist Urheber der Vorgabe, des Konzepts der Arbeit, der Disposition, des gesamten Kontextes. Er ist also verantwortlich für die Kohärenz und Logik des Werkes. Der Besucher hingegen nimmt die Vorgabe in Anspruch, spielt mir ihr, erfüllt sie.«⁴⁵

Indem Künstler auf den Ausstellungsbesucher als Konstituenten der Kunst setzen, verkünden sie zwar die Abkehr von einer objektivistischen Kunstauffassung und proklamieren die Initiierung sozialer Interaktion als radikale Strategie. Zugleich aber entblößt der Ausstellungskontext diese (wenn nicht autoritäre, so doch mindestens auktoriale) Strategie und die vermeintliche Selbstauflösung des Publikums als etwas, das dechiffriert, das gelesen werden will – und von wem? Dem Publikum natürlich, ein Publikum, das rekrutiert wird, sich selbst zu vergessen, ein Publikum aber auch, das sich kraft der Ostentation, die diese Kunstform prägt, beim Als-ob-Spiel mit der Kunst, bei der Fiktion, sich von seiner Rolle zu emanzipieren, selbst über die Schulter zu schauen vermag und damit – zumindest auf einer bestimmten Ebene – in die Rolle des Rezipierenden ›zurückfällt‹.

Zugespißt formuliert: Das Publikum führt das Stück ›soziale Interaktion‹ und seine eigene Abschaffung bloß auf. Es vertreibt sich gewissermaßen selbst vom Hofe der Kunst, um sich dann durch die Hintertür der Selbst-Exponierung dieser Vertreibung wieder Einlass zu

45 Duguet, Anne-Marie: »Führt Interaktivität zu neuen Definitionen der Kunst?«, in: Heinrich Klotz (Hg.), Perspektiven der Medienkunst. Museumspraxis und Kunstwissenschaft antworten auf die digitale Herausforderung, Ostfildern-Ruit 1996, S. 36–41, hier S. 40.

verschaffen – zumindest dann, wenn es aufmerksam für die eigene Situation und seine Handlungen ist.

Kurzum: Die Behauptung, es gehe in Relationaler Kunst um Kommunikation und Gemeinschaftlichkeit, allein um Situationalität und Relationalität, bleibt insofern uneingelöst, als Relationale Kunst gezwungenermaßen immer ihre Relationalität mit ausstellt, diese zeigt, vorführt, sie durch Ostentation lesbar hält. Marioni scheint dies von Anbeginn gewusst zu haben. Zumindest indiziert dies der Titel seiner oben besprochenen Aktionen. Nicht vom Biertrinken als höchster Form der Kunst ist dort die Rede, sondern vom Akt des Biertrinkens. Der Akt, der nachgerade ostentative Handlungsvollzug des Biertrinkens ist die höchste Kunstform, nicht das Biertrinken an sich. Biertrinken ist keine Kunst, ebenso wenig wie der Verzehr von Thai-Food! Denn erst die Ostentation dieser Handlungen erzeugt Aufmerksamkeit für dieselbe und nachgeordnet für die Bedeutung ihres Vollzugs. Relationale Kunst ist also nicht einfach, sondern zeigt sich auch, mit der Konsequenz, dass das Publikum als wahrnehmende, rezipierende, kritisch reflektierende Instanz restituiert wird.

LITERATURVERZEICHNIS

- Baker, George: »Beziehungen und Gegenbeziehungen: Ein offener Brief an Nicolas Bourriaud«, in: Yilmaz Dziewior (Hg.), *Zusammenhänge Herstellen*, Köln 2003, S. 126–133.
- Bishop, Claire: »Antagonism and Relational Aesthetics«, *October* 110, 2004, S. 51–79.
- Blunck, Lars: »Luft anhalten und an Spinoza denken«. *Zu Fragen der Publikumsbeteiligung in zeitgenössischer Kunst*, in: ders. (Hg.), *Werke im Wandel? Zeitgenössische Kunst zwischen Werk und Wirkung*, München 2005, S. 87–105.
- Bourriaud, Nicolas: *Esthétique relationnelle*, Dijon 1998.
- Duguet, Anne-Marie: »Führt Interaktivität zu neuen Definitionen der Kunst?«, in: Heinrich Klotz (Hg.), *Perspektiven der Medienkunst. Museumspraxis und Kunstwissenschaft antworten auf die digitale Herausforderung*, Ostfildern-Ruit 1996, S. 36–41.
- Goldstein, Ann: »Tom Marioni«, in: dies./Anne Rorimer (Hg.), *Reconsidering the Object of Art: 1965–1975*, Cambridge/London 1995, S. 172f.

- Groys, Boris: »A Genealogy of Participatory Art«, in: Rudolf Frieeling (Hg.), *The Art of Participation. 1950 to Now*, New York/London 2008, S. 19–31.
- Korff, Gottfried: »Vom Verlangen, Bedeutungen zu sehen«, in: Ulrich Bosdorf/Heinrich Theodor Grütter/Jörn Rüsen (Hg.), *Die Aneignung der Vergangenheit. Musealisierung und Geschichte*, Bielefeld 2004, S. 81–103.
- Korff, Gottfried: »Zur Eigenart der Museumsdinge«, in: Martina Eberspächer/Gudrun Marlene König/Bernhard Tschofen (Hg.), *Museumsdinge: Deponieren – Exponieren*, Köln/Weimar/Wien 2002, S. 140–145.
- Krause-Wahl, Antje: *Konstruktionen von Identität. Renée Green, Tracey Emin, Rirkrit Tiravanija*. München 2006.
- Steiner, Barbara: »Marek Garage, Lotusclub und anderes«, in: Rolf Bothe (Hg.), *Nach Weimar (Katalog anlässlich der Ausstellung Nach Weimar im teilrenovierten ehemaligen Thüringischen Landesmuseum ab 1.1.1999 Neues Museum Weimar, im Schlossmuseum der Kunstsammlungen zu Weimar sowie im Stadtraum Weimar vom 23. Juni - 28. Juli 1996)*, Ostfildern-Ruit 1996, S. 113–118 und 220–225.
- Marioni, Tom: *Beer, Art and Philosophy. A Memoir*, San Francisco ²2007.
- O'Doherty, Brian: *In der weißen Zelle*, hg. v. Wolfgang Kemp, Berlin 1996.
- Rancière, Jacques: *Der emanzipierte Zuschauer*, Wien 2009.
- Schmidt-Wulffen, Stephan: »Kunst ohne Publikum«, in: Wolfgang Kemp (Hg.), *Zeitgenössische Kunst und ihre Betrachter*, Köln 1996, S. 185–194.