

Wolfgang Fritz Haug

## KUNST AUS KUNSTSTOFF

oder

### Das Einzigartige als Massenartikel<sup>1</sup>

Die Rede soll sein von sogenannten "Repliken" oder "Replikaten" in der Kunst, und zwar von ihrer profitablen Massenproduktion. Um ein Thema von Walter Benjamin abzuwandeln: Was widerfährt den traditionellen Kunstwerken, wenn sie, auf Grundlage ihrer massenhaften technischen Reproduzierbarkeit, zu Objekten der Kapitalverwertung werden? Wir richten unser Augenmerk der Einfachheit halber vor allem auf Skulpturen.

Eine erste Erfahrung mit diesem Teil des Kunstmarkts machen wir, wenn wir versuchen, die Begriffe zu klären. Der vom Grossen Duden (1980) als kunstwissenschaftlich angegebene Sinn von "Replik" hat nämlich nichts mit unserm Gegenstand, den die Branche mit ebendiesem Wort benennt, zu tun:

*Nachbildung eines Originals, die der Künstler selbst angefertigt hat.*

Eher scheint - immer noch laut Duden von 1980 - ein neuerer Begriff zu passen: *Replikat*.

*Nachbildung eines Originals: Replikate sind Kunstwerke von Kunstwerken.*

Ungenannt bleibt der Produzent der Replikate. Sie "Kunstwerke von Kunstwerken" zu nennen, suggeriert, dass es ein Künstler ist.

Was die Wörterbücher sagen, ist merkwürdig ungenau, deckt sich vor allem nicht mit dem Sprachgebrauch. Nehmen wir als Beispiel die "Dietz-Repliken" der Fa. Schünemann. Dabei handelt es sich um industrielle Reproduktionen von Ölgemälden. Spezialisten analysieren die Pigmente des Originals, die Abfolge des

---

<sup>1</sup> Erschienen in *Die Woche*, Zürich, Dezember 1981.

Auftrags, "während Reprofachleute mit Hilfe von Farbauszügen genau passende Schablonen für die jeweiligen Bildelemente, Farben und ^Höhungen^^ der Oberfläche erarbeiten" (Prospekt). Jetzt kann die serielle Massenfertigung beginnen; der Farbauftag erfolgt vermittels der Schablonen. - Man sieht: im Gegensatz zu Duden und Oxford Dictionary ist keine Rede davon, dass es der Urheber des Originals ist, der diese "Repliken" herstellt. Nicht einmal der schwammigere Begriff "Replikat" scheint hier zu passen. Es ist nämlich nur von arbeitsteilig kooperierenden Spezialisten und Fachleuten die Rede, nicht vom Künstler. An die Stelle des Künstlers tritt ein industrieller Apparat.

Der Begriff *Multiple* scheint hier eher zu passen. Allerdings nicht in der vom Duden (1980) gegebenen Definition:

"in mehreren Exemplaren hergestelltes Kunstobjekt".

Wohl aber in der Erklärung des Grossen Brockhaus (17.Aufl., 1971):

*eine auf industriellem Wege vervielfachte moderne Plastik, die wie die ARS MULTPLICATA (Sammelbegriff seit 1965 für serienmäßig hergestellte Kunst) den Massenkonsum an Kunst decken soll.*

Die moderne ARS MULTPLICATA zeigt den Versuch, künstlerische Produktion von vornehmerein auf industriellem Niveau zu organisieren, mithin das Kunstwerk unmittelbar als Massenware herzustellen. Aber auch davon soll im Folgenden nicht die Rede sein. Wir interessieren uns hier auch nicht für die hochkomplizierten urheberrechtlichen Probleme oder für die Fragen, wie viele Abgüsse von einer Plastik noch als "Originale" bezeichnet werden dürfen oder ob bei der Originallithographie der Stein oder die (vielen) Drucke als "Originale" anzusehen sind usw.

Wir interessieren uns hier für die massenhafte Produktion von Nachahmungen, industriemäßig, auf technologischem Niveau des modernen industriellen Apparats, ein Niveau, für das die Apparatur kennzeichnend ist, in der kein ^einzelnes^^ Individuum umfassend gestaltet, in der Planung der Produktion, Arbeitsvorbereitung und eigentliche Produktion weit ausdifferenziert sind.

Betrachten wir die Plastik. Auf dem Niveau der heutigen Produktivkräfte wird sie massenhaft (re)produziert aus einer Materialart, die unheimlicherweise genauso heisst, eben aus - *Plastik*. Die aus Plastik massenhaft produzierte Plastik ist unser Thema, vielmehr eine spezifische Unterart davon: die Nachahmung der bekannten und beliebten, eben der massenhaft nachgefragten Gestaltung in Plastik, die sich aber als aus diesem Material bestehend nicht zeigt.

*Gezeigt wird: ein anderes Material und ein anderes Alter.* Bronze mit Patina, angestoßener Marmor, altes, wurmstichiges Holz und ähnliches mehr.

Die Oberfläche gibt als anwesend ein bestimmtes Material von einem bestimmten Alter, einer bestimmten Bearbeitungsweise. Sie gibt also nicht etwa nur *reine Gestalt*, Form. Sie organisiert Illusion. Sie bringt etwas Abwesendes scheinhaft her. Sie ist Schein. Aber nicht Schein, wie ihn Illusionskunst als solche zu organisieren meint. Die Kulisse im Theater mag so gestaltet sein, dass "man denkt, man blicke in eine Landschaft", aber der Effekt beruht gerade darauf, dass man *weiss*, man sitzt im Theater, dass man den Schein *als Effekt* weiss und beurteilt. Ebenso das Spiel. Das Spiel wird *als Spiel* gesehen, auch wenn es "wie echt" gefunden wird.

Sind die Objekte, von denen wir handeln wollen, Kulissen oder Requisiten? Wenn ja, in welchem Theater? Wer gibt da wem welche Vorstellung? Einige Interessenten sagen, es handle sich dabei um die "Demokratisierung von Kunst". Dagegen ist eingewandt worden, dass diese "Demokratie" dann eine der gehobnen Mittelschichten wäre. Zumindest was den Markt der Massenfabrikate betrifft, dürfen die Kunden nicht zu sehr "gebildet" sein. Eher müssen sie "gebildet" erscheinen wollen - vor sich und vor andern. Vielleicht ist das schon Teil jener Vorstellung, für die sie Kulissen und Requisiten brauchen.

Wie war das doch, als die Versicherungsgesellschaften adlige Repräsentanten wollten? Als die Bierbrauereien in die Gestalt trutziger Burgen gekleidet wurden? Als, vor allem, die Banken sich die Fassaden griechischer Tempel

gaben? Schliesslich besassen die griechischen Tempel in der Antike u.a. bankenähnliche Funktionen. Die Romantik des Geldes weist auf das Geld der Romantik:

*Wissen und Kunst -- ohne Geld umsunst.*

Auf der Eindollarnote der Vereinigten Staaten von Amerika ist deren Großsiegel abgebildet: Auf menschenleerer Steppe erhebt sich eine riesige steinerne Pyramide; im oberen Viertel ist sie wie abgeschnitten; darüber schwebt ein Dreieck mit einem Auge, umgeben von einem Strahlenkranz, dessen Seiten die Kantenlinien der abgeschnittenen Pyramide verlängern und glücklich zum Schnittpunkt führen. Um den Fuß der Pyramide bildet ein zeremoniöses Spruchband einen Halbkreis mit der Aufschrift *NOVUS ORDO SECLORUM*, was ein neues Zeitalter und eine neue Weltordnung in einem bedeutet. Im "Himmel" stehen, links und rechts halbkreisförmig dem Dreieck zugeordnet, die beiden Worte *ANNUIT COEPTIS*, was soviel bedeutet wie "er hat dem Begonnenen bejahend zugenickt". Am Fuße der Pyramide steht die Jahreszahl 1776. Es ist das Jahr der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung. Die Pyramide - halb Pharaonengrab, halb aztekischer Tempel - "bedeutet" den Staat schlechthin. Das Dreieck mit dem Auge steht in der christlichen Bildsymbolik für die Heilige Dreifaltigkeit.

Der Staat der Farmer und Händler artikuliert sich sakral. Und er, der neugegründete, wählt seine Embleme uralt. Heilig, gottgewollt, aufwendig und überdauernd wie ein Pharaonengrab - so "bedeutet" er sich. Aber schon dass er es auf der Eindollarnote tut, zeigt, dass da eine andere, zirkulierende Wirklichkeit ist, ein Gedränge und Geschiebe und Gekämpfe von Interessen, auch die Welt, wo alles käuflich ist, "Whisky und Weiberfleisch", die Gewalt nicht zu vergessen. Was dieser Staat tut, indem er sich dieses Emblem einer "Theokratie" gibt, wird man schwerlich als "Demokratisierung der Theokratie" auffassen. Das Mindeste, was man sagen muss, ist dies: Dieser Staat schreckt beim Entwurf seines Sinnbilds vor nichts zurück; Hauptsache, er schreibt sich in die Geschichte der Staaten und ihrer

ideologischen Mächte ein.

Und für eine Handvoll Dollars, die dieses Zeichen tragen, stellt nun irgendein Zahnarzt in irgendeinen seiner Räume eine Nachahmung des höchst bekannten Nofretete-Kopfes, geformt aus einem plastikversetzten Kunststein (dessen Rezept einem Unternehmen der Basler Großchemie entstammt), überzogen von einer Oberfläche, die das Bildnis alt und handgefertigt, nicht aus Kunststoff, sondern aus Naturstoff bestehend erscheinen lässt, kurz, als Kunstwerk, nicht Massenfabrikat aus Kunststoff; *als Plastik*, nicht *aus Plastik*.

Was bedeutet das alles? Was soll diese Reliquie von Haupt- und Staatsaktionen hier? Das traute Heim ist doch keine Totenstadt. "Aber", wird man einwenden, "das Bildnis der Nofretete *bedeutet* unserem Zahnarzt eben viel, vielleicht hat er die grosse Ägyptenausstellung gesehen, zumindest Abbildungen..." Also bedeutet die Nofretete-Büste für ihren Besitzer, der sie in seinen vier Wänden auf- und ausstellt (wahrscheinlich besitzt sein Heim erheblich mehr als nur vier Wände) *Teilhabe an Kultur und Kunst*. Aber wiederholt sich hier nicht, was schon an dem Gebilde festzustellen war? Sein und Schein klaffen arg auseinander. Die Oberfläche "bedeutet" Bronzeguss oder behauenen Stein, tut dies jedoch nur kraft eines "Bronzefinishs" oder eines Farbüberzugs auf Plastik. Ähnlich "bedeutet" zwar das Aufstellen der Nachbildung im Intérieur "Bildung", jedoch nur in der Weise, dass jeder versteht, es *soll* Bildung bedeuten. Es bedeutet sozusagen nichts als "Bedeutung". Da möchte einer bedeutend erscheinen, indem er sein Heim mit Objekten des Bedeutsamen dekoriert. Andere hänge sich vielleicht falsche Vorfahren an die Wände. Aber warum gerade die Nofretete?

Jeder weiss, warum. Die Nofretete ist jedem auch nur flüchtig von Bildung "Beleckten" bekannt. In diesen Kreisen wird alle Welt sie erkennen, wiedererkennen, also auch verstehen, was es bedeuten soll, sie vorzuzeigen. Dies Bildnis funktioniert wie eine Antwort auf den wortlosen Anruf: "Wie hältst Du's

mit der Kunst?" Durch das Aufstellen des bedeutenden Bildnisses antwortet sein Besitzer auf diesen Anruf. Durch das Ausstellen zeigt er seine Einstellung.

Es sollte etwas Geschmackvolles sein, etwas allseits Anerkanntes. Am besten etwas Altes, Sicherer. So empfindet die Unsicherheit. Das ganz Sichere ist todsicher, es zeigt die Unsicherheit, das kulturelle Nichtmehrmitkommen. Aber das liegt wiederum nicht an den einzelnen. Symptomatisch steht da der neue Fernseher. Nicht die Nofretete weist ihm, sondern er der Nofretete den Platz zu. Der Rest ist eine Party der zu Austauschbaren Gemachten, *small talk*.

Es sollte wertvoll sein, aber nicht zu teuer. Nun ist es etwas, das "Wert" bedeutet. Man muss sich nur vorstellen, da hinge ein Foto des Originalbildnisses anstelle seiner plastischen Nachbildung. Das Foto reproduziert seine Erscheinung, stellt es aber nicht als anwesend dar. Es zeigt, was es ist: Foto von etwas Abwesendem. Die Nachbildung dagegen, die täuschend ähnlich sein soll, täuscht das Nachgebildete als anwesend vor. Kurz, sie hat die Bedeutungsstruktur der *Attrappe*.

Jeder kennt die Dekorationspackungen bestimmter Waren: Flaschen, die keinen Wein enthalten, aber so aussehen und die zum Ausstellen bestimmt sind. "Wie die Ware zur Attrappe, so kann die Attrappe zur Ware werden."<sup>2</sup> Ein Beispiel, das als Sinnbild dienen kann, bieten die Buchattrappen. Ursprünglich wurden sie als Dekorationsmittel für Möbelhandlungen gefertigt, meterweise, durch Goldprägung auf Lederimitation die Erscheinung alter Buchrücken darbietend. Die Bücherschränke sollten nicht leer aussehen in den Schaufenstern. Immer wieder kam es vor, dass die Käufer die Attrappen mitkaufen wollten, ja, das sie dies zur Bedingung des Kaufs erhoben. So ging man dazu über, sie für den Verkauf zu produzieren. Ein Meter davon kostet etwa soviel wie ein einziges "repräsentatives" Buch. Buchattrappen empfehlen sich, wo auch wirkliche Bücher nur "repräsentieren" müssten. Sie "bedeuten" Bildung. "Scheinbildung", nannte das die "Frankfurter Allgemeine Zeitung". Aber würde sie dadurch, dass

---

<sup>2</sup> W. F. Haug, *Werbung und Konsum*, Berlin/W 1980, 179.

jemand mehr Geld dafür auslegt (auslegen kann), zu wirklicher Bildung?

Man vergegenwärtige sich nur das grandiose Projekt Siegfried Unselds, eine deutsche Klassikerbibliothek in 700 Bänden mit repräsentativem, goldgeprägtem Lederrücken. Als Käufer habe man sich einen deutschen Zahnarzt mit 18-jähriger Tochter zu denken, der etwas Schönes und Wertbeständiges anschaffen will, das sie einmal erben soll, der indes kaum Zeit zum Lesen findet. Die ganze Bibliothek, deren Bände regelmässig, über viele Jahre hinweg, erscheinen sollen, kostet, in Preisen von 1981 gerechnet, runde siebenhundert Hundertmarkscheine. Würde bei der Befriedigung dieses Repräsentationsverlangens wenigstens etwas für die Literatur abfallen! Aber die Ausgabe scheint uneinheitlich, ohne klares Konzept und vor allem ohne wesentliche Verbesserungen im Vergleich zu greifbaren Ausgaben veranstaltet zu werden. Feststehend und klar konzipiert scheinen der repräsentative Einband, der angezielte Käuferkreis und die Kalkulation zu sein.

Ist dieses "Echte" wirklich so viel echter als die Attrappe? Wäre der Unterschied nicht der zwischen teurer und billiger "Scheinbildung"?

\*

Die Galeristen blicken ablehnend aufs Geschäft mit massenhaften "Repliken". Diese Bildungsattrappen sind für sie drittklassige Ware, während sie mit erstklassiger handeln. Aber das Geschäft mit den billigeren Imitationen findet einen Riesenmarkt. Ein Galerist erläutert das Geschäftsprinzip:

*Belieferst du die erste Klasse, fährst du dritter Klasse. Belieferst du die dritte Klasse, kannst du erster Klasse fahren.*

Natürlich ist das nur im übertragenen Sinn gemeint; erster Klasse fahren sie beide.

Gut, wir wissen nun, wer das Geschäft betreibt. Es geht um grosses Geld

dabei. Das Bedürfnis, Geld zu machen, "erfüllt" alle Wünsche, soweit sich dies auf dem Niveau von Technik und Markt massenhaft machen lässt. Plastik ist wie erfunden für diese Zwecke. Es ist so, wie Hegel das Meinen gekennzeichnet hat:

*ein weiches Element, dem sich alles Beliebige einbilden lässt.*

Es ist Material der Willkür, aber für Massenfertigung. Es ist Material für Gestaltungen, die ihr Material verleugnen, Material einer beliebigen "Einmaligkeit", einer monotonen Massenhaftigkeit des "Einzigartigen".

Oder, wie es im Inserat eines schweizer Händlers heisst:

*Wer Sinn für Schönes hat, kann jetzt sein Interieur mit einzigartigen Skulpturen bereichern.*

Das Einzigartige als Massenartikel. Immer und überall schon da. Wie die Elemente der Jet-set-Kultur, identisch, wo immer man hinkommt. Gewiss, hier widersprechen die Prospekte. Sie versprechen Exklusivität, und das Sonderbare ist, die massenhafte Reproduktion verspricht "limitierte Auflage". Aber die Abbilder von Bildnissen sind so schutzlos wie diese. Wenn die eine Firma limitieren sollte, wird eine andre deren Kopien kopieren, Repliken hoch zwei in die Welt setzen.

Da ist kein Halten mehr. Die "einzigartigen Skulpturen" werden zu Ornamenten; ihre Gestalt wird auf Lampenständer und Bücherstützen übertragen.

Was passiert mit den Objekten, die derart verwertet werden? Sie stehen da als Kultobjekte. Aber da ist kein Kult. Die ausgestellten Objekte "bedeuten" ihn nur. Es ist so, wie Walter Benjamin gesagt hat: Der Ausstellungswert verschluckt den Kultwert. Da es aber dieser ist, der ausgestellt werden soll, widerlegt sich der Vorgang selbst. Daher der unendlich fade Geschmack nach Reader's-Digest-Kultur, eine ausgehöhlte Wertwelt.

Man vergleiche damit den Gebrauch, den Peter Weiss in der "Ästhetik des

Widerstands" von Kunstwerken macht. Er entwickelt einen Umgang mit ihnen, der uns uns selbst näher bringt. Er ist nicht der einzige, der dies versucht.