

Capitain Petzel

Martin Kippenberger

Heavy Burschi

21. Januar – 18. Februar 2023

Heavy Burschi kommt wie ein „schwerer Junge“ daher, der große Schuld auf sich geladen hat. Der Mythos seiner Entstehung geht ihm voraus: Ein selbstgebauter Müllcontainer aus Sperrholz, vollgestopft mit zertrümmerten Öl-Leinwänden, führt die Einverleibung fertiggestellter Werke von anderer Könnerhand regelrecht vor – als Wegwerfkunst – so, als hätte Martin Kippenberger (1953-1997) sie selbst in einem pubertären Anflug von Konkurrenzneid zerstört. Erstmals 1991 im Kölnischen Kunstverein präsentiert, konserviert die Installation wie keine andere die regressive Replikations- und Verwertungsgenese eines Kippenbergers entgegen künstlerischer Frömmigkeitsvisionen von Originalität, Autorschaft oder gar Souveränität.

Zu sehen ist hier, was Jan Avgikos in einer Besprechung über den „schweren Jungen“ einmal als „Problem in der Kunst“ beschrieb. Statt die Gemälde im Container selbst anzufertigen, beauftragte Kippenberger seinen Assistenten Merlin Carpenter, sie nach Abbildungen aus früheren Katalogen nach zu malen. Mit den von Carpenter letztlich zu eigenen Malerei-Collagen verarbeiteten Vorlagen war der Auftraggeber jedoch nicht zufrieden, da sie ihm zu malerhaft, ja zu perfekt schienen: „Einfach zu gut, zu gekonnt und damit zu sehr Kitsch, diese Bilder. Also habe ich beschlossen, sie doppelt zu verkitschen“ (Kippenberger).

Bevor Kippenberger alle ursprünglich einundfünfzig Öl-Gemälde zerstören ließ, fotografierte, druckte und rahmte er sie in Originalgröße, um sie so im „fortgeschrittenen Verwertungsstadium“ mit dem Müllcontainer zur Schau zu stellen. Die vor Kippenberger-Selbstbezüglichkeit strotzenden Collagen korrumpieren die Malerei als höheres Handwerk aus der untersten Schublade und erwidern virtuose Effekthascherei mit einem „niederen Materialismus“ (Julia Gelshorn). Nicht die glänzenden Plastikhüllen des Konsums, sondern ihre ausgewürgten Partikel ergötzen das Auge hier: eine verfilzte Semiose, die vom Alltagsballast kontaminiert, Flachwitze aus Werbe-Pop-Schnipseln, Markenzeichen und Politsymbole paart. Mit ihren in Gießharzfigürchen eingeschlossen Kippenstummeln auf der 2D-Bildoberfläche, die wie ein Give-Away-Gimmick aus der BRAVO anmuten, evozieren sie statt Kaufanreiz eher Brechreiz. Wo malerische Immanenz durch den Fleischwolf gedreht wird und der letzte Glaubensfunke an die Kunst in gesellschaftlicher Mission erloschen ist, geben sich die multiplen, in stumpfsinnigen Skandalschlagzeilen verwickelten Kippenberger-Selbsts die Hand: mit Gitarre im Nacken, als Sankt Martin, mit BMW-Logos übersät oder vereint mit seinem amerikanischen Künstler-Pendant Koons mit der Headline „ELEND“. Letztendlich darf in diesem „Input-Output“ auch ein Andy Warhol neben Albert Oehlen nicht fehlen.

Exemplarisch verkörpert *Heavy Burschi* das sorgsam choreografierte Self-Design eines Kippenbergers, zu dem vor allem das mythenumwobene Funktionsmodell der „Kippenbergerassistenten“ noch heute beisteuert. Dazu zählten auch Freund*innen und Künstler*innenkollegen, die im Namen des Auftraggebers an der Bar oder in seinem „Kippenberger Büro“, das er 1978 mit Gisela Capitain gründete, „Service-Leistungen“ ausübten. Carpenter bezeichnete diese Strategie der „Ausbeutung durch Charisma“ einmal als „heimlichen Erklärer“ der Ästhetik. Die Arbeit von jemand anderen machen zu lassen, hieß sich die Malheurs, ja produktiven Fehldeutungen in Form eines äußeren Eingriffs einzuverleiben – eine Art öffentliche Bildstörung innerhalb des eigenen künstlerischen Gattungssuizids – wo Künstlersubjekt, Werk und das Soziale sich gegenseitig zu je „neuen Mischformen“ (Diedrich Diederichsen) verhunzen.

Wie auch schon beim Werkzyklus *Lieber Maler male mir* (1981) oder der mit dem Stellvertretersuffix betitelten Ausstellung *Peter* (1987) führt *Heavy Burschi* den Selbstverrat an dem anything-goes-Kalkül eines „Nichtkönners“ vor, während die „Kippenbergerassistenz“ gleichzeitig als sagenumwobenes Potenzmittel der eigenen Autorenschaft zugange ist, das auch posthum seine Wirkung nicht verliert.

Dass der romantische Mythos des Künstlergenies genauso wenig taugt, wie die Vorstellung von Künstler*innen als Arbeiter*innen, Revolutionär*innen oder eben Unternehmer*innen – Mythen der Kunst, welche in den Mythen der (weißen, männlichen, „leistungsfähigen“) Universalität wurzeln (Dave Beech) –, schien sich Kippenberger durchaus bewusst zu sein. Er selbst als freiheitsliebender und nicht selten brachial agierender Universal-Künstler, Kunstfigur und Privatperson, aber eben auch „Verschwender, Schonlangemaler, Anführer, Unterbringer, Zubringer, Vorsteller, Oberspanner, Angeber“ (wie er es auf einem Plakat anlässlich seines 25. Geburtstags beschrieb), stellte immer wieder ungeniert seine eigenen Unzulänglichkeiten und die jener Kategorien zugunsten eines Denkens in Netzwerken wie eine rauchende Sozialfabrik aus. Das taktische Zitieren und Abbilden seiner vornehmlich männlichen Schaffensgenossen diente Kippenberger im Laufe seiner Karriere als prosumierender Resteverwerter der kalten Warenwelt als Investition und vorsorgliches Boys-R-Us-Protektorat zugleich. Denn auch an einem Kippenberger ging nicht vorbei, wie das Kapital in die sozialen Sphären investiert, Arbeit den Informations- und Kulturgehalt der Ware produziert (Maurizio Lazzarato) und in den 90er Jahren zu Schlüsselattributen des neoliberalen Management-Diskurses des „Großen Mannes“ (Boltanski & Chiapello) wurde. Dieser „Große Mann“ spiegelt sich im kreativen Künstlertypus wider, der anpassungsfähig, flexibel und fähig ist, sein Werkzeug zu wechseln, je nach Art der Beziehung, die er mit Objekten oder anderen eingeht – und dessen Vorzüge Kippenberger genauso gut zu exponieren wusste wie seine Kehrseiten.

Heavy Burschi – der „schwere Junge“ – vermag bis heute als verbildlichtes Problem der Mythenbildung der Kunst dienen – als hätte Kippenberger zweiunddreißig Jahre später „seine eigene Retro-Perspektive wie durch die Augen eines anderen eingerichtet“ (Isabelle Graw). Der „schwere Junge“ ist nicht nur Ausdruck davon, wie privilegierte Vorherrschaft und Hierarchien in der Idealisierung künstlerischen Schaffens gedeihen. Er drängt darüber hinaus auch die Frage der Verschleierung dieser Werte in den heutigen Habitaten der Kunst auf, wo die selbstkritische Verinnerlichung eines Modus Operandi längst zur Neusprech-Tünche der öffentlichen Selbstdarstellung geworden ist. Das können Lippenbekenntnisse über die „hierarchielose Kunstproduktion“ sein, die vorgibt, ohne entfremdete Arbeit auszukommen (wie Carpenter feststellte, scheint sich niemand daran zu erinnern, wer eigentlich die Leinwände zu Kleinholz verwandelt und auf den Müllhaufen geworfen hat), oder aber die Sehnsucht nach einer „Demokratisierung des Kunstkonsums“. Der „schwere Junge“ betreibt daher bis heute noch eine Arbeit an der unvollkommenen Wahrheit der Kunst (denn ja, „Wahrheit ist Arbeit“): ein Rückgriff auf und Abbau von Mythen, die bis heute die Gegenwart annekieren – Kippenbergers eigenen inbegriffen.

Elisa R. Linn

In Zusammenarbeit mit dem Estate of Martin Kippenberger, Galerie Gisela Capitain, Köln.