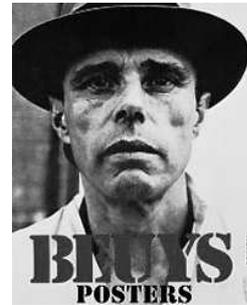


Joseph Beuys : Plakate / Joseph Beuys : posters / mit einem Verzeichnis der Plakate von Claus von der Osten. Hrsg. von Isabel Siben im Auftrag der Versicherungskammer Bayern. München (Prestel) 2004. - 95 S. : überwiegend Illustrationen. ISBN 3-7913-3106-x.

Rezension: Gerhard Straehle

Nach der von Peter Weiss und Florian Britsch 1991 in München durchgeführten Ausstellung zur Plakatkunst von Joseph Beuys, die unter dem Titel ‚Werbung für die Kunst‘ in der Bayerischen Staatsbibliothek stattgefunden hatte, konnte im Jahr 2004 die Kuratorin der Bayerischen Versicherungskammer, Isabel Siben, mit Unterstützung des Sammlers Claus von der Osten eine



noch umfangreichere Werkschau der Plakate von Joseph Beuys in der bayerischen Landeshauptstadt auf die Beine stellen. In dieser Schau waren dem Anspruch nach alle Plakate zusammengefasst, die vom Künstler selbst autorisiert worden waren. Gleichzeitig erschien im Prestel-Verlag ein großformatiger Katalog mit einem Werkverzeichnis der Beuys-Plakate, den jeder zeitgeschichtlich interessierte Kunstfreund mit Aufmerksamkeit in die Hand nehmen wird.

Der Katalog ist in seiner Übersichtlichkeit sehr benutzerfreundlich (allenfalls die etwas harte Klebebindung der Paperback-Ausgabe könnte geschmeidiger sein), und eine instruktive Einleitung sowie ein Interview mit Klaus Staeck vermitteln knappe und wichtige Informationen zur Plakatkunst von Joseph Beuys und zum Hintergrund der Entstehung dieser Objekte, um dann zum Abbildungsteil mit den Plakaten und deren politischen und sozialkritischen Inhalten selbst zu führen. Das nachgestellte Werk-Verzeichnis zu den autorisierten Plakaten von Beuys aus der Feder von Claus von der Osten und eine Kurzbiographie vervollständigen den Katalog.

Die Einleitung Isabel Sibens enthält ferner Angaben zum Verwendungszweck dieser Plakate, zu ihrer Entstehungsweise in einem künstlerisch-politischen Umfeld und zu ihrer Machart. Die Autorin stellt die Plakat-Arbeiten von Beuys kunstgeschichtlich in die Tradition eines Marcel Duchamp und dessen Propagierung vom "Vorrang der Idee" über "Kunsthfertigkeit und Handwerk"

(Seite 11). Das Neue von Beuys' Konzept lag nach Darstellung der Autorin darin, Kunst für ein gesellschaftspolitisches Engagement genutzt und sich dabei der "Plakate als Multiplikatoren" bedient zu haben (ebd.). Konzeption und Herstellung der Plakate von Beuys hingen nach Siben unmittelbar mit dem 'erweiterten Kunstbegriff' des Künstlers zusammen, worüber einige zentrale Ausführungen der Autorin im Katalog handeln. Nach diesem 'erweiterten Kunstbegriff' von Beuys "gelten selbst Plakate, die nicht eigenhändig von ihm geschaffen wurden, jedoch auf seine Anregung hin entstanden sind, als Teil seines Werkes." (Seite 6)

Dem Betrachter, der sich von Begriffen allein nicht blenden lässt, mag bei diesem 'erweiterten Kunstbegriff' von Beuys freilich die Nähe dieses Begriffes zur Situation eines heutigen Professors an einer deutschen Kunstakademie im Verhältnis zu seinen Studenten ins Auge fallen. Wie Beuys mit diesem Kunstbegriff gegenüber seinen Helfern zu glänzen vermochte, so glänzt auch der Kunstakademie-Professor mit Anregungen und Kommentaren gegenüber seinen Studenten, adelt oder verwirft deren Ideen durch gewährte Gunst oder Missgunst und veranstaltet jährlich Ausstellungen seiner Klasse, in denen die Arbeiten der Studenten eben als Arbeiten der Klasse des Professors firmieren. Und war nicht Beuys auch Professor an einer Kunstakademie?

Man wird der Autorin zunächst nicht widersprechen wollen, wenn sie schreibt "Diese Arbeiten haben ihren Ursprung und ihre Qualität in Werk und Wirkung des Künstlers und sind auch in gestalterischer Hinsicht ohne seine Persönlichkeit undenkbar" (Seite 7), doch beschreibt sie damit vor allem die Wahrnehmung von Seiten des Publikums, das sich an die Prominenz eines Namens wie des Namens von Beuys (oder eines anderen prominenten Distributors, einer Einzelpersonlichkeit oder Galerie) hängt. Man darf annehmen, dass die in Beuys' Namen publizierten Plakate niemals in der gleichen Weise würden verbreitet und mit der gleichen Intensität würden wahrgenommen worden sein, wenn sie nicht unter seinem Namen geführt worden wären. Kunst aber verlangt nun einmal nach einem Betrachter oder, um es mit den Worten Hegels zu sagen:

"Das bunte, farbenreiche Gefieder der Vögel glänzt auch ungesehen, ihr Gesang verklingt ungehört; die Fackeldistel, die nur eine Nacht blüht, verwelkt, ohne bewundert zu werden, in den Wildnissen der südlichen Wälder (...). Das Kunstwerk aber ist nicht so unbefangen für sich, sondern es ist wesentlich eine Frage, eine Anrede an die widerklingende Brust, ein Ruf an die Gemüter und Geister." (*Hegel, Ästhetik I*)

Aber wenn die Plakate von Beuys mit ihrem "Ruf an die Gemüter und Geister" "ohne die Persönlichkeit von Beuys undenkbar" gewesen wären, so waren sie doch auch "undenkbar" ohne diejenigen Mitarbeiter, die sie praktisch umgesetzt und ausgeführt und teilweise sogar erdacht haben. Oder, um es mit den Worten Brechts zu sagen:

"Wer baute das siebentorige Theben?
In den Büchern stehen die Namen von Königen.
Haben die Könige die Felsbrocken herbeigeschleppt?"
(*Aus: Bert Brecht, 'Fragen eines lesenden Arbeiters'*)

Vielleicht ist der 'erweiterte Kunstbegriff' von Beuys, unter dem seine Plakate veröffentlicht wurden, doch nicht ganz so neu und einfach als bürgerlich zu bezeichnen: das Selbstverständnis eines Künstlers, der sich selbst als autonom versteht, weil er – und dies ist zunächst den Künstlern aller Epochen eigen – über ein Gestaltungsvermögen verfügt, dann aber – und das macht das Spezifische neuzeitlichen Kunstverständnisses aus –, weil er für die Produkte seines Gestaltungsvermögens in der Gesellschaft einen Kreis von öffentlichen und privaten Käufern findet, der ihm mit der Abnahme seiner Werke die ökonomische Existenz ermöglicht (dies setzt bereits einen Markt voraus), und schließlich – nicht minder wichtig – weil er andere Personen mit ebenfalls gestalterischen Fähigkeiten für sich arbeiten lassen kann. Ein Unterschied von Beuys zu anderen bürgerlichen Künstlern liegt allenfalls darin, dass dieses Verhältnis von namengebendem Künstler und Mitarbeitern bei Beuys nicht im Rahmen einer privat organisierten Werkstatt,

sondern für den Professor ohne Risiko im Rahmen einer Kunstakademie stattfand.

Folgt man dem Bericht Isabel Sibens und den von ihr vorgelegten Zeugnissen, so sind die Leute aus dem Umkreis von Beuys (mindestens einige) noch heute der Meinung, dass dessen Mitarbeiter eigentlich ganz unbedeutend gewesen sind und nur deswegen etwas zustande gebracht haben, weil sie der Inspiration des großen Meisters teilhaftig geworden sind. Dieses uralte Klischee (das in seiner Einseitigkeit falsch ist) wird im Katalog von einem Schüler (genauer: dem Schüler eines Schülers) von Beuys – er war mit der Umsetzung und Herstellung des Beuys-Plakats 'Der Unbesiegbare' befasst - mit folgenden Worten bedient:

"Ich weiß nicht mehr, wie lange oder besser, wie kurz es gedauert hat, bis wir das Sieb kaputt gemacht hatten. Am Ende kamen vielleicht 200 Plakate bei der Aktion heraus. Aber das waren eh mehr als wir in Gelsenkirchen und Düsseldorf kleben durften. Wir hatten alles falsch gemacht und so sahen die Blätter auch aus. Beuys fand die Plakate wunderbar. Genau so hatte er sich das vorgestellt, jedes war ganz individuell." (Seite 9)

Waren tatsächlich alle Mitarbeiter von Beuys solche Trottel ? - Hier hätte man sich im Katalog die eine oder andere Information über diejenigen Mitarbeiter von Beuys gewünscht, die sich nicht mit einem Helfershelfer-Dasein begnügen wollten und vielleicht selbst - auch ohne Beuys - etwas zustande gebracht hatten. Damit wäre das Bild vom großen Beuys, in dessen Umkreis bis auf Staech alle anderen zu unbedeutenden Existenzen verkümmert sind, etwas zurecht gerückt worden.

Im übrigen enthält der Katalog am Ende noch eine pikante Note, die freilich in Zeiten, in denen das Provokante bereits zum Konsumartikel geworden ist, niemandem mehr auffällt: Die Auftraggeber des Kataloges waren - wie man dem Impressum entnehmen kann - ein Verein bayerischer Banker

("herausgegeben von Isabel Siben im Auftrag der Versicherungskammer Bayern"). Diese Information könnte zu einer Reflektion über die politische Belanglosigkeit von Kunst anregen. Hinter dieser Belanglosigkeit steckt die Tatsache, dass Kunst auf sich allein gestellt völlig unfähig ist, politisch zu wirken (sie bedarf mindestens der Erläuterung, der Kommentierung und Propagierung). Dies ist aber kein Fehler der Kunst, sondern ihrem Charakter und ihrer Wirkungsweise geschuldet.

Es müsste doch eigentlich auffällig erscheinen, dass die Bayerische Versicherungskammer kein Problem hat mit der Finanzierung einer Ausstellung, deren erklärter Sinn - d.h. der Sinn der in ihr ausgestellten Plakate - in der Kritik von Verhältnissen besteht, die von der Bayerischen Versicherungskammer selbst aktiv mitgestaltet werden. Oder, um es mit den Worten von Staeck und Beuys zu sagen: "Besonders wichtig war uns beiden das Plakat 'Letzte Warnung an die Deutsche Bank'." (Interview Klaus Staeck, Seite 12)

Schon erstaunlich, dass aus dieser 'letzten Warnung an die Deutsche Bank' mittlerweile ein Gruß an die Bayerische Versicherungskammer geworden ist.

(Durchgesehene Fassung der Erstveröffentlichung im Portal Kunstgeschichte vom 20.05.2005, Gerhard Straehle)