

Emergence of Projects

Open Space Berichtsblatt

5. März 2005

„Geist und Geld. Kunst, Kompetenz und Kapital – ein unmögliches Verhältnis?“

Thema: Kunst im Kontext der Macht

Ausgangspunkt:

Kunstmarkt ist an Museum gekoppelt, ist von Machtverhältnissen dominiert, zu denen junge KünstlerInnen keinen Zugang haben.

Diskussionspunkte:

Thema Strategie:

- Legitimationsdiskurs
- Warum legitimieren wir uns nicht selber?
- Mit Internet kann man Teilöffentlichkeit schaffen.
- Beispiel Equaleyes: Internet – Events (=Geld) – Sehschule, bei der Akteure und TheoretikerInnen Einführung machen.
- Wenn wir jetzt unseren eigenen Kunstbetrieb machen, welchen Modus gibt es, dass ich rausfinden kann, was du machst?
- Beispiel eop: Modus finden wie Sachen passieren, die sonst nicht passieren.
- Digitale Kunst: Strategie immateriell + reproduzieren.
- kein Kunstmarkt für digitale Medien?
- Beispiel der Ars Electronica, mit der Kunst aus der Praxis die offizielle Ebene erobert hat und damit einen Kunstmarkt für ein subversives Medium geschaffen hat.
- Will man das, oder will man den Kunstbetrieb einfach vergessen?

Thema Kunst - Gesellschaft:

- Es gibt nur mehr den Begriff Kunst, nicht mehr Künste.
- Die Kompetenz auf dem jeweiligen eigenen Gebiet ist wichtig
- Kunst vs. Design.
- Kunst vs. Werbung
- Begriff Kunst, der mit Gegenposition zur Gesamtgesellschaft verbunden ist.
- Landart und ihr Weg von einer Gegenposition ins Museum
- Beispiel Christo: Extreme Individualisierung – extrem persönliche Vermarktung
- zusätzliche Machtausübung.
- AutorInnenschaft

- Kunst – Übereinkunft am Kunstmarkt
- Weil die Übereinkunft nicht mehr da ist, die politisch funktioniert. Kunst muss mehrheitsfähig sein. Das passiert immer seltener.
- Übereinkunft passiert auf kleinstem Bereich. Ein paar Individuen einigen sich.
- Die Pluralität der Welt spiegelt sich in den vielen kleinen Einheiten.
- Von der Übereinkunft zur Selbstlegitimation. Es beginnt im Kopf und wird ein Prozess, bei dem es um viel mehr geht als um die Arbeitsform. Die Dokumentation zum Prozess ist wichtig.
- Verändert sich damit nicht die Kunst?
- Ist Kunst konsumierbar? – Nicht konsumierbar?
- Kunst als Sinnstiftung
- Religion ist ein Mitbewerber.
- Es bleiben Fragen offen, die gezeigt werden.
- Es ist auch wichtig neue Fragen aufzuwerfen.
- Ist das Kunstwerk wirklich noch ein Welterklärungsmodell? Ist es nicht eher eine Praxis?
- Der Anspruch nach gesellschaftlicher Relevanz ist abgelegt
- „Ich weiß mehr als du“ ist eine perfide Praktik
- Kunst ist ein Produkt und beinhaltet kanalisierte Welt. Die Art, wie das geschieht, ist eigentlich eine total intelligente Art, sich zu präsentieren = Strategie der Freiheit.
- Freiheit – Kunst.
- Topos verkannter Künstler
- Mit Label Kunst wird nicht der Markt befördert, sondern etwas nicht Monetäres.
- auf das Label Künstler verzichten oder sich in die Schlacht werfen.
- Kunst ist ein Handwerk. Künstler sind Handwerker, die nachdenken, was sie tun, während ein Tischler den Tisch macht und das ist es.
- Kunst wird's beim Empfänger, nicht beim Sender.
- Zitat Gombrich: Es gibt nur Künstler, nicht Kunst.
- Jede Verdinglichung ist ein ästhetisches Projekt, aber es muss nicht unbedingt Kunst sein.
- Definition: Definitives schafft Mehrwert
- Von wem nimmt man da was weg?
- Den Nebel vom Kunstbetrieb wegnehmen und dafür sorgen, dass er geformt wird.

Einlader: Gregor Tobeitz

Weitere Teilnehmerinnen und Teilnehmer:

Lorenz Seidler
Manfred Müller
Alexandra Pruscha
Lilli Kern
Ilse Chlan
Veronika Pfolz
Helga Köcher
Brigitte Weinberger
Andrea Klement
Hansel Sato
Daniel Kalbeck
Kurt Weckel
Dolf Andel
Christian Rupp
Sophie Reyer
Paul Böhm
Herbert Rauch
Elisabeth Penzias
Gustav Böhm