

der Freitag Kultur+



Turnerpreisträger Jeremy Deller mischte sich kurz vor der Unterhauswahl in London in den Wahlkampf ein

Hans Haacke wiederum zitiert sich mit seinen Plakaten für die Documenta selbst – schon die Datierung 2003/2017 deutet darauf hin: Es handelt sich um die Wiederaufnahme eines nicht realisierten Wettbewerbsentwurfs für den Hof der Nikolaikirche in Leipzig, Ausgangspunkt der Montagsdemonstrationen 1989. Mit blauem Licht sollte der Schriftzug dort projiziert werden, schon damals mit der Ergänzung „(alle)“. So schlägt Haackes Plakat die Brücke zwischen jüngster deutscher Geschichte und Gegenwart und wirft Fragen auf. Fragen auch danach, wie viel 1989 und 1990 mit dem Heute zu tun haben, mit Pegida und Rassismus, mit dem Gefühl mancher Ostdeutscher, abgehängt worden zu sein.

Wild in der Stadt verteilt

Die Plakate reihen sich auch in Haackes kritische Auseinandersetzung mit dem Wort Volk ein. Der Inschrift am Reichstagsgebäude – „Dem deutschen Volke“ – setzte er 2000 im Lichthof in Großbuchstaben die Widmung „Der Bevölkerung“ entgegen.

Der räumliche und zeitliche Kontext ist für Haacke stets entscheidend. Und so gibt er sein Plakatmotiv nicht wie Tillmans der unkontrollierbaren Verbreitung frei. Bewusst gesetzt scheint etwa die Platzierung auf fünf großformatigen Bannern zwischen den Säulen des Roten Palais am Friedrichsplatz: Hier im Kasseler Stadtzentrum beginnt für viele Besucher die Documenta. Die Banner verdecken den Blick auf das im Gebäude liegende Bekleidungs-geschäft, man möchte darin ein konsumkritisches Augenzwinkern sehen. Und vom Dach schaut ein alter Documenta-Beitrag auf den Platz: Thomas Schüttes Figurengruppe *Die Fremden* von 1992, die so eine Aktualisierung erfährt.

Auch in Athen, erstmals zweiter Ausstellungsort der Documenta, ist Haackes Arbeit seit April präsent: Ein überdimensionales Banner hängt am Museum für zeitgenössische Kunst (EMST), 10.000 Plakate, etwas größer als A3, klebten scheinbar wild plakatiert in der Stadt. Wer wie die Autorin eines fand, das sich durch den leichten Kleber gut ablösen ließ, der hat nun ein Haacke-Original überm Schreibtisch hängen. Im Vergleich zu Kassel weichen die Sprachen zum Teil ab. Die Auswahl, so der Künstler, spiegelt prozentual den Anteil an Migrantinnen und Geflüchteten in Griechenland und der Bundesrepublik.

Anders als Tillmans' eindeutige Botschaften verunsichern Haackes Plakate: Das Nebeneinander der Sprachen dürfte jeden an die Grenzen seiner Fremdsprachenkenntnisse führen. Das „(alle)“ stellt unweigerlich die Frage, wer wir sind und – wenn dies definiert wäre – wer dann noch alle sein sollen. Und schließlich verzichtet Haacke auf einen Punkt, ein Frage- oder Ausrufezeichen und provoziert so zur individuellen Vervollständigung.

Die Documenta 14 läuft noch bis 17. September in Kassel und bis 16. Juli in Athen

Mach mal Druck

Posterboys Ob in London, Athen oder Kassel: Künstler nutzen wieder Plakate für politische Botschaften

■ Sarah Alberti

Auf der Website des Fotografen Wolfgang Tillmans stehen fünf Plakatmotive mit Slogans zur Wahl. „Mein Vater kommt aus England, meine Mutter aus Frankreich, ich hab in Wien studiert und lebe jetzt in Dänemark. Das war nie ein Problem. Und ich will nicht, dass sich das ändert“, lautet einer. Man kann sich die Poster herunterladen und verbreiten: digital, auf Instagram oder Facebook. Oder ganz analog, ausgedruckt und angeheftet im öffentlichen Raum. Vor einem Jahr sorgte Tillmans mit seiner An-

ti-Brexit-Kampagne für Aufsehen, nun gibt es die proeuropäischen Plakate in 23 Sprachen. Auch der britische Turnerpreisträger Jeremy Deller schuf kürzlich ein Poster. „Strong and stable my arse“ – mit diesem Spruch, schwarz auf weiß, karikierte er Theresa Mays Wahlkampfmantra. Für Werbung und Wahlkampf war das bedruckte Stück Papier an der Straßenecke nie wirklich out. Nun nutzen es auch Künstler wieder zur Verbreitung politischer Botschaften.

„Wir (alle) sind das Volk“ – wer sich derzeit in Kassel durch die Stadt bewegt, der kommt an den hinter Glas gesicherten Plakaten nicht vorbei. Zwölfmal untereinander stehen die Worte dort, auf Deutsch,

Englisch und Französisch, aber auch auf Arabisch, Polnisch, Bulgarisch, Farsi, Dari, oder Türkisch. Es ist der Beitrag des in New York lebenden deutschen Konzeptkünstlers Hans Haacke für die Documenta 14. Ein auf den ersten Blick klar zu decodierendes Plädoyer für Gleichheit und Toleranz, gerahmt von Regenbogenfarben, die an die für Frieden und vielfältige Lebensformen gern geschwenkte Fahne erinnern.

Haacke, bekannt dafür, sich der Sprache der kommerziellen Werbung wie der politischen Repräsentation zu bedienen, greift hier auf ein vielfach konnotiertes Zitat zurück. Angela Merkel formulierte es im Januar auf einer Parteiveranstaltung so: „Eines kann nicht sein: dass einige Teile von

uns allen darüber befinden, wer das Volk ist, und andere einfach aus dem Volk ausgeschlossen werden. Wir alle sind das Volk.“

Wir sind das Volk, mit diesem Satz zog man 1989 um den Leipziger Ring, trat lautstark für eine Erneuerung der DDR ein. Der Wechsel hin zum Slogan „Wir sind ein Volk!“ beschäftigt Politikwissenschaftler wie Historiker, steht er doch für den Stimmungswechsel hin zum Wunsch nach einer deutschen Wiedervereinigung, der nachweislich vom Westen gepusht wurde. So geht aus einem schriftlichen Vermerk der CDU-Bundesgeschäftsstelle vom 16. November 1989 hervor: „Versand an die Kreisverbände: Plakate ‚Wir sind ein Volk‘ – Erste Auflage 12.800 Stück.“

ANZEIGE

BERLIN

ART 13—17 SEP 2017

WEEK

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe

GASAG

WWW.BERLINARTWEEK.DE