

Die Regeln der Kunst – Let's Change the Rules! Die Etablierung einer neuen ökonomischen Wertschöpfungskette in der Demokratischen Republik Kongo

Siri Peyer

Das Ziel sei es zu beweisen, dass künstlerische Kritik an ökonomischer Ungleichheit diese überwinden könne – nicht nur symbolisch, sondern auch in materieller Hinsicht.¹ So beginnt die Selbstbeschreibung auf der Projektwebseite der Kunstaktion Institute of Human Activities (IHA) des holländischen Künstlers Renzo Martens, der mit seinem Film *Episode III: Enjoy Poverty* (2009) international für Aufsehen sorgte. Ein Satz, der gleich zwei starke Behauptungen in den Raum stellt: einerseits zur Wirksamkeit künstlerischer Kritik und andererseits von der Möglichkeit, mittels Kunst ökonomischer Ungleichheit zu begegnen. Dies vor dem Hintergrund, dass sich die künstlerische Kritik – hier verstanden als Kritik an gesellschaftlichen oder politischen Gegebenheiten mit künstlerischen Mitteln – oftmals mit dem Vorwurf konfrontiert sieht, sich zu stark auf die eigenen Bedingungen und den eigenen Kontext (Institutionskritik) zu beschränken und somit zu einer ausschussproduzierenden Insiderdiskussion zu werden, während ökonomische Transaktionen im Kunstfeld erst einmal an Berichte von exorbitanten Verkaufspreisen von Kunstwerken an Messen oder Auktionen denken lassen. Ist das IHA einfach eine weitere künstlerische Provokation vonseiten Martens? Wie genau sieht die konkrete Umsetzung aus, die es ermöglichen soll, die gestellten Forderungen zu erfüllen?

Das von Martens initiierte IHA ist ein mehrjährig angelegtes (Forschungs-)Projekt, gegründet im Juni 2012 auf einer Palmölplantage in der Demokratischen Republik Kongo.² Dort arbeitet der Künstler mit dem zu diesem Zweck initiierten Cercle d'Art des Travailleurs de Plantation Congolaise (CATPC) – ein Zusammenschluss von ehemaligen Kongolesischen Plantagearbeiter*innen. Unter Anleitung der Künstler*innen Michel Ekeba, Eléonore Hellio und Mega Mingiedi erarbeiten die CATPC-Mitglieder etwa in Bildhauerworkshops skulpturale Selbstportraits aus Lehm.³ In einem nächsten Schritt werden diese Skulpturen 3D gescannt und die digitalen Daten werden per Mail nach Europa in die Büros des IHA in Amsterdam gesendet. Dort verarbeitet ein 3D-Drucker diese zu Negativformen weiter. Mittels der entstandenen Formen können die Skulpturen aus Schokolade, gesponsert von der belgischen Firma Barry Callebaut – deren Kakao mehrheitlich aus dem Kongo

¹ Übersetzung der Autorin, im Original: »IHA's goal is to prove that artistic critique on economic inequality can redress it – not symbolically, but in material terms.«; <http://www.humanactivities.org/en/about-3/> (aufgerufen: 7. Mai 2019).

² 2012 wurde das IHA in Boteka, 800 Kilometer entfernt von der kongolesischen Hauptstadt Kinshasa, auf einer Palmölplantage der in Kanada stationierten Feronia Inc. eröffnet – diese hat die Plantage 2009 von Unilever gekauft. Ein Jahr später im Sommer 2013 wurde das Institut von der Plantagenbesitzerin gezwungen, den Standort zu verlassen. Darauf wurde das IHA in Lusanga im Süden der Demokratischen Republik Kongo auf dem Gelände einer ehemaligen Unilever-Plantage wiedereröffnet.

³ Michel Ekeba ist Teil des aus Kinshasa stammenden (Performance-)Kollektives Kongo Astronauts. Eléonore Hellio ist eine Französische Künstlerin aus Straßburg, welche seit 2006

stammt – gegossen werden.⁴ Jeder Prototyp einer Skulptur – ihre Größe beträgt etwas mehr als einen Meter – wird in einer Edition von fünf hergestellt. Zudem werden kleinere in Schachteln verpackte Schokoladenköpfe (11 x 11 x 11 cm) als unbegrenzte Edition produziert. Diese in Ausstellungen präsentierten Schokoladenskulpturen und Editionen sind käuflich.⁵ Ziel des IHA ist es, einerseits möglichst viele Skulpturen zu veräußern, so dass die dabei gewonnen Einnahmen, nachdem die zuständigen Galerien ihre im Kunstmarkt üblichen 50% abgezogen haben, direkt zu den Hersteller*innen in Lusanga zurückfließen, andererseits sollen diese Tätigkeiten das IHA auch außerhalb des Kongos bekannt machen.

Doch das Projekt möchte sich nicht damit begnügen, Kunst aus dem Kongo in bereits existierenden, etablierten Institutionen auf der Nordhalbkugel zu zeigen und die aus den Verkäufen gewonnenen Mittel in den Kongo zurückfließen zu lassen. Ein längerfristiges Ziel ist es vielmehr, Lusanga selber als Kunstort zu etablieren; dies mithilfe der Erbauung eines White Cube durch OMA, der weltbekannten Architekturfirma von Rem Koolhaas.⁶ Im April 2017 eröffnete das IHA eine rudimentäre Architektur bestehend aus vier weißen Wänden, noch ohne Dach – eine prototypische Versinnbildlichung der Idee des White Cube als idealen Ort für die Kunstpräsentation. Dabei sei die Funktion des für Lusanga geplanten White Cube, Sichtbarkeit für den abgelegenen Ort im Kongo zu generieren. Sie solle helfen, eine neue Wertschöpfungskette (value chain) zu schaffen; dies ermögliche, ein sogenanntes Post-Plantagen-System aufzubauen.⁷

In der Vermittlung des Projekts und des Baus des White Cube bezieht sich Martens auf die Diskussion rund um Gentrifizierung. Ein Begriff, der normalerweise beigezogen wird, um Aufwertungsprozesse in urbanen Gebieten zu beschreiben. Die Theorie dazu besagt, dass Umwertungsprozesse, die schlussendlich eine Verbesserung des Gebäudebestandes, der sozialen und technischen Infrastruktur bewirken, damit beginnen, dass »runtergekommene« Gegenden einen Zuzug von u.a. Künstler*innen erfahren. Dieser normalerweise in Städten beobachtbare Mechanismus steht wegen seiner Verdrängungseffekte oftmals unter Kritik. Durch die Ansiedelung eines Kunstzentrums in Lusanga möchte Martens eine »umgekehrte Gentrifizierung« in Gang bringen. Dabei bleibt fragwürdig, ob in diesem Fall eine Aufwertung an einem Ort ohne urbanes Umfeld und der damit einhergehenden Anwesenheit der normalerweise beteiligten Akteur*innen (Personen mit einem hohen kulturellen Kapital, die nach günstigem Wohnraum suchen) alleine durch die isolierte Ansiedelung eines Kunstprojektes gelingen kann. Doch das ist vielleicht gar nicht der Punkt, sondern vielmehr geht es um das absurde Bild, das ein solcher White Cube mitten im Dschungel abgibt. Der Bau von Museen und die damit einhergehende Ansiedelung von Kultur wird seit den 1980er Jahren immer wieder gezielt als Maßnahme eingesetzt, um »vernachlässigte« Städte oder einzelne Quartiere aufzuwerten, wiederzubeleben und touristisch attraktiv zu machen.⁸ Dieser sogenannte Bilbao-Effekt erhielt seinen Namen durch eines der bekanntesten Beispiele dieses Phänomens: das 1997 von Frank O. Gehry erbaute Guggenheim-Museum in Bilbao. Durch die spektakuläre Architektur gelang die Transformation des ehemaligen Industriezentrum Nordspaniens Bilbao zu einer beliebten Touristendestination. Auf den ersten Blick gibt es zwar einige Parallelen zwischen Bilbao und Lusanga: Lusanga, ehemals Leverville genannt, war während der Kolonialzeit ein Handelszentrum und der Standort der Huileries du Congo Belge (HCB), dort befanden sich die Hälfte der Fabriken von James und William Lever, die 1911 dank eines Vertrags mit der belgischen Kolonialbehörde die Erlaubnis erhielten auf fünf Gebieten in den kongo-

in Kinshasa lebt und dort an der Académie des Beaux-Arts unterrichtet. Mega Mingiedi ist ein kongolesischer Künstler, der an der Académie des Beaux Arts in Kinshasa und an der École des Arts Décoratifs in Straßburg studierte.

⁴ In Artikeln wird immer wieder erwähnt, dass einzelne Plantagenarbeiter*innen, die dem CATPC beigetreten sind, genau diesen Kakao pflücken, der später zur verwendeten Schokolade verarbeitet wird, aber in den Beschreibungen des IHA wird mehrheitlich von Palmöl-Plantagenarbeiter*innen gesprochen. Callebaut bezieht jedoch ihren Kakao aus Westafrika u.a. von einer Plantage der Gruppe Blattner Elwyn, deren Besitzer in Martens' Film Episode III. Enjoy Poverty auftaucht.

⁵ Beim Kauf einer Schokoladenskulptur erhält die Käufer*in die digitalen Daten, damit die »ephemere« Skulptur nach einem allfälligen »Schmelzen« oder »Gegessen-Werden« der Schokolade wiederhergestellt werden kann; <https://www.nationalgeographic.com/culture/2019/04/congolese-artists-fuel-modern-arts-movement-white-cube/> (aufgerufen: 08. Mai 2019).

⁶ OMA entwarf die Pläne für das Museum pro bono. Das Projekt wird auf der Webseite von OMA jedoch nicht aufgeführt, dafür wurde es von der Zeitschrift Architectural Digest als »Leading Architects' Best Pro-Bono Projects Opening in 2019« ausgezeichnet; <https://www.architecturaldigest.com/story/best-architecture-pro-bono-projects-2019> (aufgerufen: 19. März 2019).

⁷ Vgl. Vortrag Renzo Martens am De Balie, Amsterdam, 19. November 2016; <https://vimeo.com/192262127>; 43:30–51:42 (aufgerufen: 1. September 2019).

⁸ Diese Entwicklungen gehen einher mit Tendenzen der Demokratisierung und Öffnung von Kulturinstitutionen in der Folge der 1968er Bewegung.

lesischen Wäldern exklusiv Palmöl für die europäischen Märkte zu produzieren.⁹ Bis zur Unabhängigkeit 1960 war Belgisch-Kongo das Palmölzentrum der Welt.¹⁰ Nach der Unabhängigkeit und den darauf folgenden Kongo-Kriegen (1996–2003) erlebte die Palmölindustrie einen Einbruch. Heute haben sich die wirtschaftlichen Tätigkeiten in das 750 Kilometer entfernte Kikwit verschoben, welches eine direkte Straßenverbindung zu Kinshasa hat. Das ehemalige Handelszentrum Lusanga liegt hingegen in Ruinen. Sowohl Bilbao als auch Lusanga waren also beide florierende Industrie- und Handelszentren. Trotzdem sind die Unterschiede zwischen den beiden Städten wahrscheinlich weitaus prägender als die Gemeinsamkeiten: Während Bilbao mitten in Europa liegt und von diversen Fluglinien stündlich angefliegen wird, muss heute, wer nach Lusanga reisen will, entweder eine zehnstündige Autofahrt oder den zweistündigen, zwei Mal wöchentlich stattfindenden Inlandflug mit einem Kleinflugzeug auf sich nehmen. Diese umständliche Anreise und die Lage in einem gemäß Einschätzung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit in Deutschland sogenannten Post-Konflikt-Land auf dem afrikanischen Kontinent, das zu den weltweit am wenigsten entwickelten Ländern mit einer Arbeitslosenrate von 82 % und einer Armutsquote von 63% gehört, werden wohl einen Bilbao-Effekt in Lusanga kaum möglich machen.¹¹

Doch unter welchen Umständen kann es gelingen, mit dem vielseitigen Vorhaben – in der Pampa ein Museum aufzustellen, ein Künstler*innenkollektiv zu gründen und vor Ort Kunst zu produzieren – eine dauerhafte Wertschöpfungskette zu etablieren und Teil der global agierenden Kunstwelt zu werden? Um diese Zielsetzung auch nur ansatzweise erreichen zu können, ist es unabdingbar, die Mechanismen und Regeln des Kunstfeldes, insbesondere des Kunstmarktes, zu verstehen und sich diese in gewissem Sinne anzueignen und für die eignen Zwecke zu nutzen. Wie also lauten die Regeln des Spiels, auf das sich Martens und seine kongolesische Kollaborateur*innen eingelassen haben?

Das Kunstfeld und seine Ökonomien

Die Dynamiken der Ökonomien im Kunstfeld sind Ergebnisse grundlegender, seit Beginn der Moderne einsetzender Veränderungen der Bedingungen der Kunstproduktion: Weg von einer Auftragskunst für die Kirche, den Adel oder den Staat, hin zu Autonomie und Selbständigkeit. Kunst dient fortan als Spiegel der gesellschaftlichen bürgerlichen Ideale und wird durch die entsprechenden öffentlich unterstützten Kunstinstitutionen oder durch private Sammler gefördert und finanziert. Kunst hat sich selbst ihr eigener Auftrag zu sein: säkular, frei, utopisch und fortschrittlich. Doch schon bald verliert diese modernistische Vorstellung in der zweiten Hälfte des 20ten Jahrhunderts an Bedeutung. Diese Entwicklungen werden von einer inhaltlichen Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Alltagskulturen, der sich ausbreitenden Konsumkultur und Werbung begleitet. So entsteht ein breites, durch die Massenmedien befördertes, gesellschaftliches Interesse an zeitgenössischer Kunst. Damit einher geht eine Expansion des Kunstfeldes: Es entstehen neue private und öffentliche Institutionen, die zeitgenössische Kunst zeigen, zudem werden zahlreiche Biennalen und Messen gegründet. Künstler*innen profitieren von neu lancierten Kunstpreisen, Auszeichnungen und Stipendien und Museumsbesuche entwickeln sich zu einem Massenphänomen. Die Publikation *Kunst und Kapital* zeigt diese Tendenzen anhand von Zahlen zu Museumsbesuchen auf:¹² Während in den USA 1982 10 Millionen Museumsbesucher*innen gezählt wurden,

Ein erstes unter solchen Prämissen erbautes Museum war das 1977 in Paris eröffnete Centre national d'Art et de Culture Georges Pompidou.

⁹ Vgl. Hartmann 2015.

¹⁰ 1960 besaß HCB in einem Umkreis von 120 Kilometer von Lusanga, 20 Fabriken und Mühlen, die vor Ort Palmöl produzierten und war Arbeitgeberin von ca. 60'000 Personen. Vgl. Koster 2016, S. 279.

¹¹ Vgl. Drucksache 18/10173 (aufgerufen: 7. August 2018).

¹² Die Publikation präsentiert die Ergebnisse eines Forschungsprojekts, das anhand einer Feldstudie zur Art Basel versucht, die zeitgenössische Kunstwelt zu beschreiben. Vgl. Schultheis u.a. 2015.

stieg diese Zahl gleichenorts bis 2002 auf 52 Millionen – mehr als eine Verfünffachung in 20 Jahren.¹³ Für den Anstieg verantwortlich gemacht werden auf der einen Seite ein allgemein höheres Bildungsniveau, sowie ein verändertes Angebot seitens der Museen, wie Beispielsweise Blockbuster-Ausstellungen.

Parallel zu diesen Entwicklungen findet ein struktureller, durch »Ökonomisierungsprozesse« geprägter Wandel statt. Die Studie *Das Kunstfeld*, welche die Akteur*innen und Institutionen der zeitgenössischen Kunst untersucht, beschreibt diese Tendenzen so: Eine Ausweitung des ökonomischen Systems auf das Kunstfeld bewirkt Strukturveränderungen und verdrängt bestehende Handlungslogiken.¹⁴ Eine Ökonomisierung zeichnet sich beispielsweise durch die zunehmende Bedeutung der Gewinnmaximierung als Handlungsziel innerhalb des gesamten kulturellen Feldes aus. Diese Entwicklungen haben auch Auswirkungen auf Kunstinstitutionen: Einerseits wächst deren Orientierung am Kunstmarkt und andererseits wird korporatives Sponsoring in der Ressourcenbeschaffung immer wichtiger. Damit einher geht eine Expansion des Markts, die Rationalisierungsprozesse vorantreibt und eine zunehmend betriebswirtschaftliche Zurichtung des Kunsthandels zur Folge hat.¹⁵ Isabelle Graw stellt einen Übergang von einem durch Einzelhändler geprägten Kunstbetrieb hin zu einer von kooperativen Galerienkonzernen betriebenen Kunstindustrie fest.¹⁶ Gegenwartskunst wird zur Investitionsanlage und zum Spekulationsobjekt, zudem verleiht sie einer globalen Elite an der Schnittstelle von Kunst und Geld Sichtbarkeit. Es entsteht so in einer kleinen sozialen Schicht ein globaler Wettbewerb um gesellschaftlichen Status, der geprägt ist von einer »Celebrity-Logik«.¹⁷ Das zunehmende Interesse an Kunst als Ware bildet sich in der Vervielfachung der Zahl der Sammler*innen seit den 1990er Jahren ab.¹⁸ Der Wachstum des Kunstmarktes verdankt sich gemäß der Kunstfeldstudie zu einem Teil am zunehmenden Interesse der oberen sozialen Schichten nicht-westlicher Länder an zeitgenössischer Kunst und den damit einhergehenden erhöhten Geldflüssen.¹⁹ Das vom Markt geprägte Segment des Kunstfeldes erfährt eine räumliche und zeitliche Durchstrukturierung, die zu einer immer engeren Abfolge von Kunstmessen mit den immer gleichen, wettbewerbsbeherrschenden teilnehmenden Galerien führt. Als spektakuläre Kulminationspunkte ziehen diese als Events organisierten Verkaufsmessen, auch mittels medialer Berichterstattung, immer mehr Aufmerksamkeit auf sich.

Die Expansion des Kunstfeldes zeigt sich auch in dessen geographischer Ausweitung: nicht nur Galerien agieren heute global, auch Kunstinstitutionen sind transnational vernetzt und die Mobilität der einzelnen Akteur*innen ist extrem gewachsen. Ein weiteres in der Kunstfeldstudie untersuchtes Phänomen, das als Indiz für solche Globalisierungstendenzen gelesen wird, ist die sogenannte Biennialisierung: Die wachsende Zahl von Großausstellungen auf der ganzen Welt, die eine Plattform für die Präsentation auch nicht-westlichen Künstler*innen bietet.²⁰ Diese Tatsachen sollten das Erschaffen eines neuen Kunstzentrums im Kongo eigentlich positiv befördern. Doch bei genauerer Betrachtung zeigt sich ein komplexeres Bild: während 2009 die Anzahl der Biennalen für zeitgenössische Kunst in Europa 68 beträgt, sind es auf dem Afrikanischen Kontinent deren gerade nur vier.²¹ Die starke Position des sogenannten »Westen« zeigt sich auch in der weltweiten Verteilung von Kunstinstitutionen. Spitzenreiterin mit 1'680 Institutionen ist Frankreich, gefolgt von Großbritannien mit 1'600 Institutionen, beides Länder mit einer langen kunsthistorischen Tradition.²² Während die meisten europäischen Länder in ihrer Anzahl von Künstler*innen und Kunstinstitutionen überrepräsentiert sind, haben alle Länder

¹³ Schultheis u.a. 2015, S. 196.

¹⁴ Vgl. *Das Kunstfeld* 2012, S. 189.

¹⁵ Schultheis u.a. 2015, S. 35.

¹⁶ Graw 2008, S. 24.

¹⁷ Graw 2008, S. 42.

¹⁸ *Das Kunstfeld* 2012, S. 197.

¹⁹ *Das Kunstfeld* 2012, S. 177.

²⁰ *Das Kunstfeld* 2012, S. 173f.

²¹ *Das Kunstfeld* 2012, S. 173.

²² Die Zahlen wurden im Bereich der Zehnerstellen gerundet, vgl. Munder/Wuggenig 2012, S.181.

auf dem afrikanischen Kontinent – außer Südafrika – weniger als 30 Institutionen. Das heißt, diese Länder verfügen kaum über eine »Infrastruktur für Produktion, Distribution, Vermittlung und Rezeption von Kunst«.²³

Auch im Kunstmarkt zeigt sich diese historische gewachsene Ungleichheit in der globalen Verteilung des Marktes: Bis zu Beginn des 21. Jahrhunderts fand der Kunstmarkt vorwiegend in Europa und Nordamerika statt und bis heute ist eine strukturelle Konzentration auf diese beiden Kontinente erkennbar.²⁴ Die Verteilung der Marktaktivitäten zeigt diese anhaltenden regionalen Unterschiede deutlich auf: 2013 erwirtschafteten die drei Länder USA, China und Großbritannien zusammen 82% des Marktanteils, werden noch die beiden Länder Frankreich und Schweiz dazugezählt, erreicht der Marktanteil dieser fünf Länder allein schon 90%.²⁵ Dieses regionale Umsatzgefälle wirkt sich auch auf die Standorte der Galerien aus. Ein kleines, umsatzstarkes und höchst flexibel agierendes Spitzensegment des Marktes wird von einem überschaubaren Kreis von Top-Galerien (Blue-Chip-Galerien) und Kunsthändler*innen mit Sitz in Nordamerika (New York und Los Angeles) und einigen europäischen Städten dominiert.²⁶ Weltweit existieren ungefähr 375'000 registrierte Kunsthändler*innen und ein Kern von ca. 5'000 bis 6'000 Galerien erwirtschafteten 2013 zusammen mit den Auktionshäusern 50% der weltweiten Verkaufserlöse von ca. 50 Milliarden Euro.²⁷ Der Zugang in das Spitzensegment des Marktes wird zunehmend schwieriger und von der Expansion des Kunstmarktes profitiert nur ein sehr begrenzter Kreis von Künstler*innen und Galerien.²⁸ Die Kunstfeldstudie lokalisiert eindeutige Zentren, wie New York, Berlin und London, gefolgt von Handelsplätzen wie Hong Kong, Paris und Basel.²⁹ Sie erkennt als einer der wesentlichen Gründe für diese Konzentration, die Notwendigkeit von »Face-to-Face Kommunikation sowohl von Produzent*innen untereinander als auch zwischen ihnen und den in Distribution und Vermittlung tätigen Akteuren des Feldes«.³⁰ In der Publikation *Kunst und Kapital* wird das Feld der Kunst ausgehend von der Relevanz in Bezug auf die Marktbeteiligung wie folgt aufgeteilt: In ein Zentrum (USA und Deutschland), eine Semi-Peripherie (Großbritannien, Frankreich, Italien, usw.) und den Rest der Welt, der als Peripherie gilt.³¹

Trotz Globalisierungstendenzen im Feld der Kunst haben die Galerien ihren Sitz also weiterhin vornehmlich in den Zentren des Feldes, wenigstens die Herkunft der Künstler*innen diversifiziert sich jedoch zunehmend. Das höchste symbolische Kapital wird dennoch vorwiegend Künstler*innen mit westlichem Hintergrund zugesprochen, dies spiegelt sich auch in den diversen Rankings:³² nur gerade 10% der dort vertretenen Künstler*innen stammen nicht aus Europa oder Nordamerika, ein Prozentsatz, der sich – erstaunlicherweise, oder eben auch nicht – seit den 1970er Jahren nicht wesentlich verändert hat.³³ Zudem muss bedacht werden, dass die meisten nicht-westlichen Künstler*innen, die in diesen Rankings vorkommen, entweder eine Ausbildung im Westen absolviert haben oder dort leben. Der afrikanische Kontinent ist im Kunstfeld marginalisiert, bis 2012 waren beispielsweise außer einer Galerie aus Südafrika noch keine weiteren Händler*innen aus afrikanischen Staaten an der Art Basel vertreten.³⁴ Martens Bemühungen, in Lusanga ein Kunstzentrum zu etablieren und so seinen lokalen Mitstreiter*innen einen Platz im Kunstfeld zugänglich zu machen, ist vor diesem Hintergrund kein leichtes Unterfangen. Gleichzeitig stellt die Wahl des Kongo als Durchführungsort des Projekts eine nicht unwesentliche inhaltliche Komponente dar: Gerade weil Lusanga im Kongo, so sinnbildlich in der äußersten Peripherie, wenn nicht gar komplett außerhalb des Kunstfeldes liegt, erhält die Etablierung einer neuen Wertschöpfungskette

²³ Das Kunstfeld 2012, S. 182.

²⁴ Schultheis u.a. 2015, S. 65.

²⁵ Schultheis u.a. 2015, S. 182.

²⁶ Schultheis u.a. 2015, S. 69.

²⁷ Schultheis u.a. 2015, S. 70.

²⁸ Schultheis u.a. 2015, S. 187.

²⁹ Das Kunstfeld 2012, S. 182.

³⁰ Das Kunstfeld 2012, S. 182.

³¹ Das Kunstfeld 2012, S. 85.

³² Es existieren diverse Rankings, die nach unterschiedlichen Methoden und Kriterien, wie Verkaufszahlen, Ausstellungsbeteiligungen oder Eingang in öffentliche Sammlungen, Ranglisten von Künstler*innen aufstellen, z.B.: Art.Facts.Net (<https://artfacts.net/>); artnet (<http://www.artnet.com>) oder artprice (<https://de.artprice.com/>).

³³ Schultheis u.a. 2015, S. 85.

³⁴ Schultheis u.a. 2015, S. 84.

ihre symbolische Brisanz. Erst durch die Diskrepanz zu bestehenden Strukturen wird seine Kritik evident.

Symbolische Güter als Ware

Eines der Ziele des IHA ist es, den Plantagearbeiter*innen mithilfe von Martens direkten Zugang zu diesem Markt zu verschaffen.³⁵ Dafür braucht es aber auch die Ware, mit der gehandelt wird. Der Kunstmarkt ist eine Ökonomie, die mit symbolischen Gütern handelt, für die keine präzisen und objektiven Kriterien bestehen, um eine ästhetische und finanzielle Bewertung vorzunehmen. Denn ein Kunstwerk ist keine herkömmliche Ware und ihr Preis steht in keinem nachvollziehbaren Verhältnis zu den Herstellungskosten. Die Valorisierung eines Kunstwerkes wird in einem langfristigen sozialen und diskursiven Prozess aufgebaut.³⁶ Im Kunstmarkt ist Qualität eine Schlüsselkategorie. Sie entsteht über Anerkennung durch Personen mit Definitionsmacht: Expert*innen, wie Kunsthistoriker*innen, -kritiker*innen oder Kurator*innen, steuern mit ihren Beurteilungen einen Prozess der Kanonisierung. Der langjährige Prozess der Zertifizierung einer künstlerischen Position erfolgt in weitgehend anerkannten, meistens aufeinanderfolgenden Stufen: Er beginnt mit einer Ausbildung an einer Kunsthochschule, darauf folgt die Anerkennung durch andere Künstler*innen und erste Gruppenausstellungen und Einzelausstellungen in Kunsträumen und/oder einer Galerie. Die Galerien haben die Funktion der Vermittlung zwischen Kunstproduzent*in und Kunstkonsument*in. Sie bieten jungen Künstler*innen eine Plattform, durch die diese erste Aufmerksamkeit erhalten, die wiederum zu Bewertungen durch Expert*innen und zu ersten Käufen durch Sammler*innen führen. Darauf folgen als nächster Schritt Ausstellungen in Museen und die Aufnahme in Museumssammlungen.³⁷

Martens hat als Künstler diese Stufen der Valorisierung durchlaufen: Er studierte in den 1990er Jahren an der Royal Academy of Fine Arts in Ghent und an der Gerrit Rietveld Academy in Amsterdam, zeigt seine Arbeiten seither an diversen Einzel- und Gruppenausstellungen, war Teilnehmer an Residencies- und Fellowshipprogrammen (ISCP New York, Yale World Fellow) und wird von der Galerie Fons Welters vertreten. Den kongolesischen CATPC-Mitgliedern hingegen fehlen sämtliche dieser Stationen in ihren Lebensläufen. Sie haben einen direkten Sprung von prekären Arbeiter*innen hin zu Kunstproduzent*innen unternommen. Doch ist es überhaupt das Ziel, dass die CATPC-Mitglieder sich durch ihre Teilnehme an Ausstellungen – die lediglich durch die Anbindung an das Projekt von Martens überhaupt möglich wurde – selber zu einer vom Feld anerkannten künstlerischen Positionen etablieren?

Durch Martens Behauptung, er würde seinen kongolesischen Kollaborateur*innen im Rahmen des IHA einen privilegierten Platz im Feld der Kunst ermöglichen, impliziert er, dass die Bestimmung künstlerischer Qualität ein Spiel ist, das, sobald man dessen Regelwerk durchschaut, manipulierbar werde. Dies zu einem Zeitpunkt, zu dem der langwierige, mehrstufige Prozess, den Künstler*innen durchlaufen müssen, um ihr Werk zu valorisieren, durch die zunehmende Ökonomisierung, Ausdifferenzierung und Segmentierung des Kunstfeldes in Frage gestellt wird. An Messen beispielsweise werden Marktmechanismen sichtbar: Kunst von bekannten Namen wird durch Galerien mit hoher Reputation vertrieben. Das Renommee einzelner Galerien hängt wiederum davon ab, wie stark sie z.B. an Messen präsent sind und

³⁵ Vgl. Vortrag Renzo Martens am De Balie, Amsterdam, 19. November 2016; <https://vimeo.com/192262127>; 37:59 (aufgerufen: 1. September 2019).

³⁶ Schultheis u.a. 2015, S. 40 und S. 199.

³⁷ Schultheis u.a. 2015, S. 199.

wie ökonomisch erfolgreich diese sind. So akkumulieren die Galerien symbolisches Kapital und werden selber zur Marke. Diese Zuschreibungen werden wiederum auf die vertretenen Künstler*innen transferiert und diese werden dadurch ihrerseits mit künstlerischem und ökonomischem Kapital ausgestattet.³⁸ Zugleich steht eine immer größere Masse von ausgebildeten Künstler*innen dem Markt zur Verfügung. Für die Galerien geht es aber immer weniger darum, neue künstlerisch innovative Positionen zu entdecken, als vielmehr bestimmte Künstler*innen auszuwählen und diese geschickt auf dem Markt zu platzieren.³⁹ Gleichzeitig nimmt der Konkurrenzkampf zwischen den einzelnen Marktteilnehmer*innen zu. Um das Risiko zu minimieren, setzen die Galerien vermehrt auf anerkannte künstlerische Positionen, deren Werke wiedererkennbar sind und sich gut transportieren lassen. Dies führt zu einer Uniformierung des Angebots – Messekunst wird zur Markenware.⁴⁰ Zu dieser Nivellierung und Angleichung ist auf dem Kunstmarkt eine immer größere Spezialisierung und Ausdifferenzierung nach Genres und Preisniveaus zu beobachten.⁴¹ Doch trotz des steigenden Einflusses des Marktes und seiner immer größeren Sichtbarkeit, ist der quantitativ größte und gleichzeitig umsatzschwächste Teil des Kunstmarktes bis heute von lokalen Netzwerken und der Inlandsnachfrage auf regionalen Kunstmärkten abhängig.⁴² Gemäß Schätzungen können nur ungefähr 5% aller Künstler*innen von ihren Kunstverkäufen leben.⁴³ Martens' Vorsatz, mittels der durch das IHA ermöglichten Kunstverkäufe, die ökonomische Ungleichheit zu überwinden, würde bedeuten, dass die CATPC-Mitglieder als Künstler*innen, wenn sie von ihrer Kunst leben möchten, Teil dieser 5% würden. Es ist also ein höchst ungewisses Spiel, auf das sich Martens und die CATPC-Mitglieder eingelassen haben.

Und trotz der unsicheren längerfristigen Perspektive, ob sich die CATPC-Mitglieder als eigenständige Künstler*innen etablieren können, generiert das Kunstprojekt IHA bereits jetzt einen Kapitalzufluss vor Ort: Bis zum Frühling 2017 wurden die Schokoladenskulpturen – entweder unter Martens' Namen oder als anlässlich eines Projektes unter seiner Regie entstanden – in 19 Einzel- und Gruppenausstellungen in Galerien, Museen und Kunstmesse in Europa und Nordamerika präsentiert. In einer Ankündigung auf der Webseite gibt das IHA bekannt, dass im Jahr 2015 bereits 2500 Editionen verkauft wurden. Während eines Vortrags 2017 erzählt Martens, dass die Skulptur *The Art Collector* inzwischen drei Mal verkauft worden sei.⁴⁴ Vom erzielten Umsatz von ungefähr 30.000 Euro seien 9.000 Euro direkt in den Kongo zurückgeflossen. Anfang 2019 ist bereits von Einnahmen von 68.000 Dollar die Rede, die direkt in den Kongo flossen.⁴⁵

Das IHA als Ort der Kritik

Der Versuch, durch die Teilnahme am Kunstmarkt eine neue Wertschöpfungskette zu schaffen und damit etwas gegen die globale Ungleichheit zu tun, ist nur eine Narration, die das IHA als Zielsetzung formuliert. Der andere Fokus, der sich bei der Analyse des IHA aufdrängt, ist die Frage, wie dieses Projekt seine künstlerische Kritik versteht und diese umsetzt. Diese Lesart ist eng verwoben mit der Positionierung des Projektes im Diskurs rund um die Institutionskritik und der damit einhergehenden Frage, inwiefern kritische Kunst das bestehende System bestätige und reproduziere.⁴⁶ Durch die provokative Setzung mit seinem Projekt den Dschungel zu gentrifizieren, werden – behauptet Martens an diesen Diskurs anschließend – eben genau die ökonomischen Bedingungen seiner Kunst thematisiert, indem er diese zum Inhalt seiner Auseinandersetzung macht. Denn anstatt ein kritisches

³⁸ Schultheis u.a. 2015, S. 44.

³⁹ Schultheis u.a. 2015, S. 193.

⁴⁰ Schultheis u.a. 2015, S. 40.

⁴¹ Schultheis u.a. 2015, S. 70.

⁴² Schultheis u.a. 2015, S. 67.

⁴³ Schultheis u.a. 2015, S. 192.

⁴⁴ Vgl. Vortrag Renzo Martens am De Balie, Amsterdam, 19. November 2016; <https://vimeo.com/192262127> (aufgerufen: 1. September 2019).

⁴⁵ Vgl. <https://www.nationalgeographic.com/culture/2019/04/congolese-artists-fuel-modern-arts-movement-white-cube/> (aufgerufen: 08. Mai 2019).

⁴⁶ Vgl. Martens/Zmijewski 2012.

Kunstwerk zu produzieren, welches trotz der inhärenten Kritik unvermeidlich in die Kreisläufe des Kunstmarktes aufgenommen wird, werden die generierten Ressourcen in eine andere Richtung und damit in andere Aktivitäten kanalisiert.⁴⁷

Je nach Lesart kann das IHA also aus verschiedenen Perspektiven diskutiert werden: als ein Projekt, das im Kunstmarkt mitmisch und versucht sich dort längerfristig zu etablieren und/oder als Reflexion der eigenen Bedingungen und des eigenen Kontexts. Diese beiden Bereiche spiegeln zwei Segmente innerhalb des zunehmend ausdifferenzierten Kunstfeldes, die durch unterschiedliche diskursive, soziale und institutionelle Logiken und Hierarchisierungsprinzipien geprägt sind. Martens Galerist Alexander Koch beschreibt diese Segmentierung folgendermaßen: auf der einen Seite die kommerziell orientierte Großproduktion, deren Vertrieb und Absatzmarkt durch ein paar wenige international agierende Blue-Chip-Galerien und Auktionshäuser definiert wird, als Segment innerhalb des Feldes, das sich an der Logik des Marktes orientiert. Dabei wird der Preis eines Kunstwerkes zum Hauptkriterium der künstlerischen Evaluation und die Galerien und das Kuratorische liefern die Legitimation. Ein dazu benachbarter Sektor, der in einer engen Beziehung zum Kunstmarkt steht, orientiert sich an den Logiken der Aufmerksamkeit. Es ist das Segment der großen Blockbuster-Ausstellungen und der Biennalen, die durch die Popularisierung der Kunst eine maximale Sichtbarkeit erreichen möchten. Kunst wird dabei zum Standort- und Imagefaktor. Dieser Sektor steht in einer engen Beziehung zum Kunstmarkt.⁴⁸

Demgegenüber steht ein Segment, das sich direkten Verwertungszusammenhängen entzieht, sich als autonomer Pol des Feldes versteht und von einem antiökonomischen Gestus durchdrungen ist.⁴⁹ Dieses entstand aus institutionskritischen Bewegungen heraus, in der Hoffnung, ein Mitspracherecht bei der Gestaltung gesellschaftlicher Wirklichkeiten zu erhalten. Dabei werden kritische Praktiken, die durch subkulturelle und informelle Öffentlichkeiten informiert sind, verfolgt.⁵⁰ Die in diesem Sektor dominanten Diskurse und Praktiken verhandeln und reflektieren mehrheitlich die eigenen institutionellen und ökonomischen Ordnungen. Es findet eine Fokussierung auf die eigenen Rahmenbedingungen statt, diese werden zum Verhandlungsgegenstand. In der Annahme, dass die in den Diskursen und Praktiken entwickelten emanzipatorischen Energien auch außerhalb des Kunstfeldes Wirkung entfalten, wird das Kunstfeld als exemplarischer Raum verstanden.⁵¹ Innerhalb dieses Segments hat die politische Authentizität der einzelnen Akteur*innen einen hohen symbolischen Wert, während Popularität und Erfolg negativ konnotiert werden. Es herrscht eine strukturelle Aversion gegenüber dem Markt, die sich oftmals in einer Verweigerungshaltung gegenüber einer gezielten Produktion und einer Inszenierung von Distanz gegenüber dem Markt zeigt. Das hat zur Folge, dass künstlerische Anerkennung nicht immer mit einem ökonomischen Erfolg einhergeht. Dabei benötigt der in diesem Segment notwendige kritische Impetus Kenntnisse der entsprechenden Diskurse. Ein weiteres Kennzeichen ist die konstante Überprüfung und Revision der Rollen, Funktionen und damit einhergehenden Formen. »Dabei wird«, gemäß Koch, »der Kunstbegriff per se nicht aufgegeben, sondern in seine ideologische Bestandteile zerlegt und neu zusammengesetzt«, so verbleiben diese kritischen Praktiken im dialektischen Raum zwischen Kunst- und Gesellschaftsbezug.⁵²

Diese beiden sich vermeintlich widersprechenden Hierarchisierungsprinzipien führen zu einer Auseinanderbewegung des kommerziellen und des intellektuellen

⁴⁷ Vgl.: <http://www.humanactivities.org/en/about-3/> (aufgerufen: 27. Juli 2017).

⁴⁸ Koch 2005, S.152.

⁴⁹ Sultheis u.a. 2015, S. 52.

⁵⁰ Koch 2005, S. 154.

⁵¹ Koch 2005, S. 154.

⁵² Koch 2005, S. 156.

Pols innerhalb des Kunstfeldes. Kunst als solche gewinnt ihre Legitimierung im Moment der Distanzierung vom Markt.⁵³ Indem Martens in der Verortung des IHA diese beiden Logiken bearbeitet und durchkreuzt, schafft er eine Ambivalenz, die schwer aufzulösen ist.

Die Frage ist, was das IHA bei einer erfolgreichen Einlösung seiner erklärten Ziele für eine Funktion übernimmt, und auf was für ein Kunstverständnis es sich dabei bezieht? Geht es darum, dass zehn kongolesische Plantagearbeiter*innen sozusagen Martens Platz als mittelständischer weißer Künstler einnehmen und als von Armut betroffene Menschen eine Sprecherposition erhalten, sowie das damit einhergehende symbolische Kapital, ohne das bestehende System zu verändern? Oder ist das Projekt als ein weiterer Beitrag zum Diskurs der Institutionskritik zu verstehen, der dem westlichen Kunstpublikum einen Spiegel vorhält?

Tatsache ist, dass die CATPC-Mitglieder das mit den Schokoladenskulpturen erwirtschaftete Kapital dazu benutzen Land zu kaufen und in den Anbau eines gemeinschaftlichen Gemüsegartens investieren: Bereits wurden 6'650 Kakao-pflanzen, 801 Ölpalmen und 944 unterschiedliche Fruchtbäume gepflanzt. Diese Investition bleibt den Beteiligten vor Ort auch von Nutzen, wenn sich Martens entschließt sich aus dem Projekt zurückzuziehen und damit durch den Entzug des symbolischen Kapitals, das mit seiner Person einhergeht, vielleicht den Kapitalfluss zum Erliegen bringt. Wir können uns vorstellen, dass dann der Garten weiter bewirtschaftet wird und einen wichtigen Beitrag zur Lebensgrundlage der Beteiligten leistet, gleichzeitig wird es schwierig sein, diesen Garten als Kunst zu erkennen.

Martens Kunst ist also vielleicht gerade dann kritisch, politisch, engagiert und somit nachhaltig, wenn sie bereit ist, sich während des Prozesses der Generierung neuer Handlungsräume selber abzuschaffen und unkenntlich zu machen. Die Setzung etwas sei Kunst, kann als strategisches Werkzeug verstanden werden, um gesellschaftliche und politische Themen zu bearbeiten. Dies würde es ermöglichen, Praktiken zu erproben, die sich nicht in einzelnen Disziplinen und/oder Diskursen verorten lassen. Dies wiederum unterstützt eine Auseinandersetzung und Verständigung zwischen Akteur*innen aus unterschiedlichen Feldern mit ihren jeweiligen Eigengesetzlichkeiten.

⁵³ Schultheis u.a. 2015.

Literatur

Graw, Isabelle: *Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur*, Köln 2008.

Koch, Alexander: »Kunstfeld 4. Die Privatisierung der Subjektivation und die taktische Öffnung des Feldes«, in: *Beyond Education. Kunst, Ausbildung, Arbeit und Ökonomie*, Frankfurt am Main 2005, S. 145–164.

Koster, J.A.: »Colonialism and the Creative Economy«, in: *CATPC. Cercle d'art des travailleurs de plantation congolaise. Congolese Plantation Workers Art League*, hg. von Eva Barois De Caevel und Els Roelandt, Berlin 2017, S. 277–302.

Drucksache 18/10173: Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Niema Movassat, Annette Groth, Heike Hänsel, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE, Drucksache 18/10173, Finanzierung des Palmölunternehmens Plantations et Huileries du Congo (Feronia) durch die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft, Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung vom 21. November 2016 erstellt, Deutscher Bundestag, Drucksache 18/1041, <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/104/1810413.pdf> (aufgerufen: 1. September 2019)

Hartmann, Kathrin: *Aus kontrolliertem Raubbau. Wie Politik und Wirtschaft das Klima anheizen, Natur vernichten und Armut produzieren*, München 2015.

Martens, Renzo und Żmijewski, Artur: »Künstler kommen, um Schönheit und Güte zu erschaffen« [Gespräch], in: *Forget Fear*, hg. von Artur Żmijewski und Joanna Warsza, Köln 2012.

Das Kunstfeld: eine Studie über Akteure und Institutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zürich, Wien, Hamburg und Paris, hg. von Heike Munder und Ulf Wuggenig, Zürich 2012.

Schultheis, Franz u.a.: *Kunst und Kapital. Begegnungen auf der Art Basel*, Köln 2015.