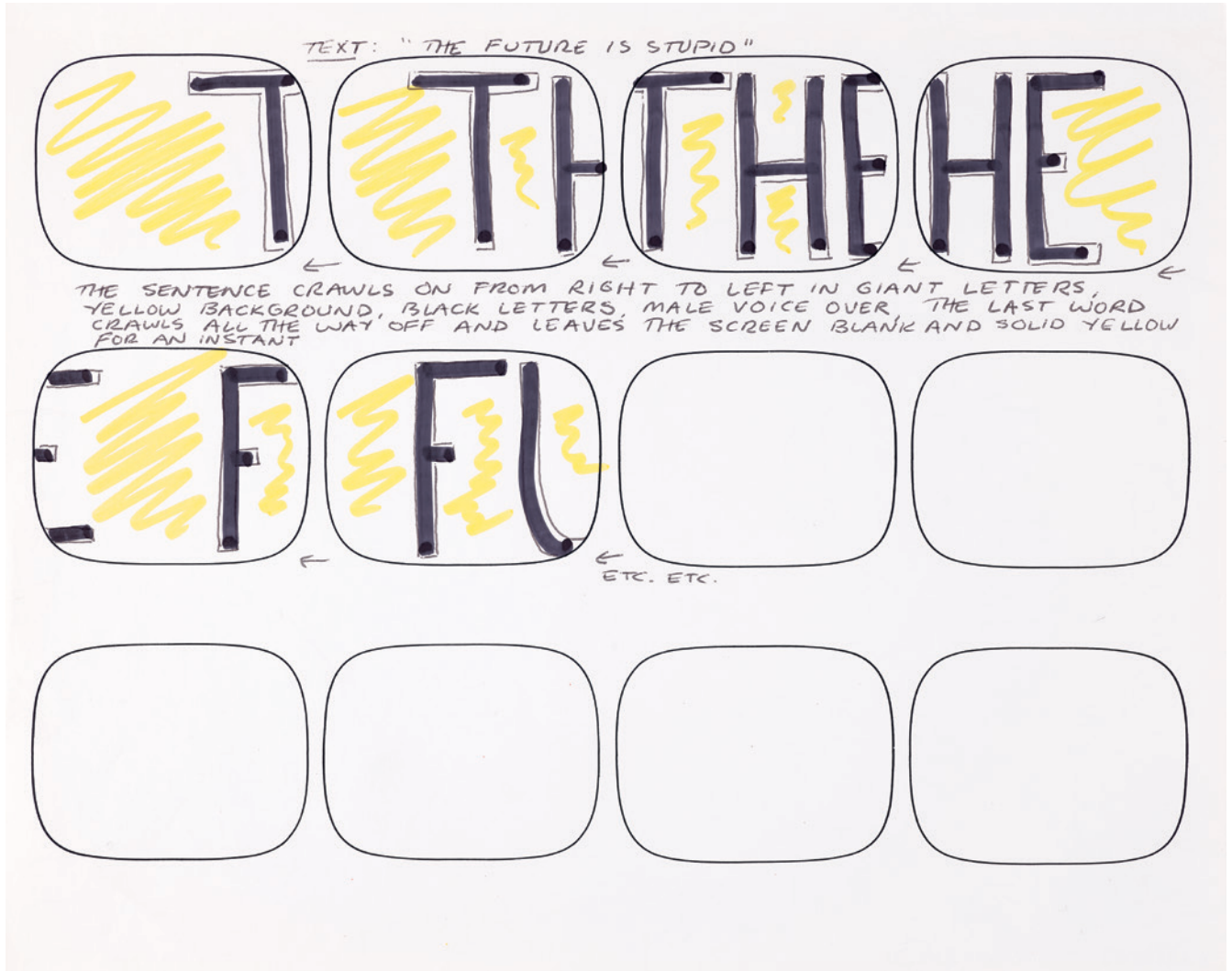


Das Kunstwerk des Monats

Mai 2024



Jenny Holzer (* 1950)

Storyboard für den Fernsehspot: THE FUTURE IS STUPID, 1987

Filzstift, Kugelschreiber und Druckfarbe auf Papier

H. 21,5 cm x B. 28,0 cm

Skulptur Projekte Archiv, Archiv-Nr. Pro87 H5/125



Abb. 1: Jenny Holzer, *Abuse of Power Comes As No Surprise*, 1982

Bereits seit den späten 1970er Jahren nutzt die US-amerikanische Künstlerin Jenny Holzer vorrangig Text als künstlerisches Medium. In prägnanten Sätzen und kurzen Texten weist sie auf strukturelle Ungleichheiten hin oder konfrontiert die Lesenden mit unausweichlichen Realitäten. Die nüchterne und präzise Sprache, die als Plakatierung im öffentlichen Raum, als Leuchtschrift auf den Billboards des Times Square (Abb. 1) oder als T-Shirt-Slogan erscheint, verzichtet auf unnötiges Beiwerk und benennt gesellschaftliche Fragen und Probleme. Einer von Holzers Beiträgen zu den *Skulptur Projekten in Münster 1987* gehörte zu einer Werkgruppe, für die die Künstlerin ebensolche Texte in die Sitzflächen steinerne Bänke graviert (Abb. 2). Als Teil der Serie *Under a Rock* (1986) platzierte sie fünf Sandsteinbänke im Schlossgarten, wo sie das Denkmal *Stehender Soldat* (1923) von Alexander Frerichmann (1887–1960) flankierten. Nach Ende der Ausstellung wurden zwei Abgüsse dieser Bänke am selben Ort wieder aufgestellt und sind so noch heute als Teil der Öffentlichen Sammlung des LWL-Museums für Kunst und Kultur jederzeit zugänglich.

Für die Skulptur Projekte hatte Holzer insgesamt drei Vorschläge für neu zu produzierende Arbeiten eingereicht. Umgesetzt wurde neben den Sandsteinbänken auch eine Installation in der ehemaligen Diskothek *Odeon* in der Frauenstraße 51. In den Räumen brachte sie neun farbige elektronische Leuchtschriftbänder an, die jeweils einen Satz aus verschiedenen ihrer früheren Werkserien, darunter auch die berühmten *Truisms* (1977–1979), reproduzierten.

Ein dritter Vorschlag umfasste eine Anzahl TV-Spots, die im Werbefernsehen des WDR ausgestrahlt werden sollten. Auch hierfür wollte sie die Euphemismen nutzen, die sie bereits für *Truisms* und die Serie *Survival* (1983–1985) entwickelt hatte. Um zu visualisieren, wie sie sich die Sequenzabfolgen für das Fernsehen vorstellte, fertigte die Künstlerin sieben sogenannte Storyboards an (Abb. 3–6). Auf den Blättern simulie-

ren mehrere Reihen nebeneinander platzierter Umrissse eines Röhrenbildschirms – erkennbar an der ikonischen Form – die Dynamik eines Bewegtbildes. Von links nach rechts lassen sich so Bildabfolgen darstellen. Holzer zeichnete auf diesen Vordrucken ihre Texte ein und machte zudem Notizen zur Farbigkeit und Bewegung der Buchstaben. Beispielsweise sollten für einen Spot große, schwarze Lettern über den ansonsten gelb eingefärbten Bildschirm kriechen, während eine männliche Stimme aus dem Off den von den einzelnen Buchstaben gebildeten Satz „THE FUTURE IS STUPID“ [Die Zukunft ist dämlich] vorliest (Titel). Wie in der gesprochenen Sprache kommen die geschriebenen Texte dabei ohne Interpunktion aus und manifestieren sich wie vorbeiziehende Gedanken kurzzeitig auf dem Bildschirm, um alsbald zugunsten des nächsten zu verschwinden.

Von besonderem Interesse für die Künstlerin war, die Grenzen zwischen Privatem und Öffentlichem zu überschreiten und den Skulpturenbegriff auf andere Formen und Medien auszuweiten. In einem Brief vom 25. Juli 1986 an Kasper König (* 1943), den künstlerischen Leiter der Skulptur Projekte, schrieb sie: „Maybe the best new theory I had about public art for Muenster was to do several spots on T.V. I’m not sure it’s sculpture, but it will get inside people’s houses. I like getting to unsuspecting people.“ [Vielleicht war die beste neue Theorie, die ich in Bezug zur Kunst im öffentlichen Raum für Münster hatte, mehrere Fernsehspots zu machen. Ich bin mir unsicher, ob es Skulptur ist, aber sie gelangt in die Häuser der Leute. Ich mag es, zu nichtsahnenden Menschen vorzudringen. (Skulptur Projekte Archiv, Pro87 H6/79)] Anders als die „regular art“ [reguläre Kunst], wie sie ihre beiden realisierten Beiträge zur Ausstellung im selben Brief nannte, war dieser Vorschlag nicht an einen spezifischen geografischen Ort innerhalb der Stadt gebunden, sondern wollte den sozial geprägten



Abb. 2: Jenny Holzer, *Bänke*, 1987; Abgüsse aus Natursteinersatzmasse (Sandstein), graviert, H. 35 cm x B. 152 cm x T. 50 cm. LWL-Museum für Kunst und Kultur, Münster, Inv.-Nr. D-1070 LM, *Skulptur Projekte in Münster 1987*, Standort: Münster, Südlicher Schlossgarten

heimischen Raum einschließen. Holzer sah im Massenmedium Fernsehen eine Chance, in die Privatwohnungen einzudringen und so ein noch größeres Publikum zu erreichen. Als erste Sequenz der aufeinanderfolgenden Spots sollte die Wortfolge „YOU ARE CAUGHT THINKING ABOUT KILLING ANYONE YOU WANT“ [Man ertappt dich beim Spiel mit dem Gedanken, jeden zu töten, den du willst] (Abb. 3) auf der Mattscheibe erscheinen und die gewohnte Reihung von Waschmittelwerbespot und Schwarzwaldklinik unterbrechen. Für Holzer war dabei entscheidend, ihre Fernsehtexte ohne rahmende Erläuterungen zu zeigen und insbesondere auf einen Hinweis zum Kunststatus der Spots zu verzichten: „For them to be effective, they must not be introduced or followed by an explanation. They would be stupid if, for instance, you [Kasper König] and I and art are credited.“ [Damit sie wirkungsvoll sind, darf keine Erklärung sie einleiten oder ihnen folgen. Es wäre dämlich, wenn z. B. Sie und ich und die Kunst genannt würden. (Skulptur Projekte Archiv, Pro87 H5/57)] Stattdessen suchte sie mit ihrem Projektvorschlag die ultimative Konfrontation – auch mit denen, die selten oder nie an Kunstveranstaltungen partizipierten. Ähnlich wie Kunst im öffentlichen Raum, die sich Passant:innen oft unvermittelt in den Weg stellt, hätten auch die Spots sich über das allabendliche Fernsehritual ins Sichtfeld der Bevölkerung geschoben.

Die Produktion des Projektvorschlags stellte die Künstlerin und die Kuratoren jedoch vor größere Herausforderungen als gedacht. In den kuratorischen Akten, die im Skulptur Projekte Archiv verwahrt werden, lässt sich nachvollziehen, warum er letztlich nicht umgesetzt wurde. In den 1980er Jahren kamen zwar die ersten Camcorder auf den Markt, doch blieb die Produktion von Fernsehformaten, wie Holzer sie plante, weiterhin aufwendig. In Absprache mit den Kuratoren schlug die Künstlerin deswegen vor, die Videobänder kostengünstig in einem New Yorker Studio zu produzieren, das den nötigen Anforderungen entsprach. Sie brauchte einen leistungsstarken Computer und Equipment, das die Schriftzüge erzeugen und animieren konnte. Schließlich sollten die in Kapitallettern geschriebenen Aussagen nicht nur eingeblendet werden, sondern sich auch in unterschiedlicher Weise über den Bildschirm bewegen. Zudem waren Aufnahmegeräte nötig, um die Voice-Overs zu erzeugen. Als Sprecher waren für sie verschiedene Personen denkbar: In einem undatierten Brief schrieb sie, dass sie den deutschen Kunsthistoriker Benjamin Buchloh (* 1941) als „German ‚voice of authority‘“ [deutsche ‚Stimme der Autorität‘] rekrutieren könnte (Skulptur Projekte Archiv, Pro87 H5/56), während sie in einem anderen vom 25. Juli 1986 fragte, ob Kasper König sich womöglich freiwillig für diese Rolle melden würde (Skulptur Projekte Archiv, Pro87 H5/79).



Abb. 3: Jenny Holzer, Storyboard für den Fernsehspot: *YOU ARE CAUGHT THINKING ABOUT KILLING ANYONE YOU WANT*, 1987; Filzstift, Kugelschreiber und Druckfarbe auf Papier, H. 21,5 cm x B. 28,0 cm. LWL-Museum für Kunst und Kultur, Münster, Skulptur Projekte Archiv, Archiv-Nr. Pro87 H5/129

In jedem anderen Fall hätten es aber auch männliche Schauspieler sein können, die den Texten ihre Stimme liehen.

Das weitaus größere Problem für Holzers Vorschlag stellten jedoch die Ausstrahlungsmodalitäten dar. Mit rund 7.000 DM für sieben Sekunden Werbezeit lagen die Kosten deutlich über dem, was Holzer aufgrund der amerikanischen Preise angenommen hatte. In ihrem Brief vom 14. November 1986 an Kasper König schrieb sie: „I had no idea that T.V. time is so much more expensive in Germany. Can we talk the state or someone into giving it to us? I could supply them with a lot of art in exchange.“ [Ich hatte keine Ahnung, dass die Sendezeit in Deutschland so viel teurer ist. Können wir den Staat oder jemanden überreden, sie uns zu schenken? Ich könnte ihnen dafür eine Menge Kunst anbieten. (Skulptur Projekte Archiv, Pro87 H5/73)] Das Projekt scheiterte jedoch letztlich nicht an den Kosten, sondern an den Vorgaben der *Westdeutsches Werbefernsehen GmbH*. Nach diversen Kontaktaufnahmen der Kuratoren mit entsprechenden Stellen teilte die Geschäftsleitung des Unternehmens Mitte Januar 1987 mit, dass nach ihren Geschäftsbedingungen die ausgestrahlte sogenannte „harte Werbung“ nur reine Wirtschaftswerbung enthalten dürfe (Skulptur Projekte Archiv, Pro87 H5/68). Holzers Spots waren trotz ihrer harten, nüchternen Sprache offenbar zu „weich“.

Erst für die *Biennale di Venezia* 1990, bei der die Künstlerin den US-amerikanischen Pavillon bespielte, konnte Holzer ihre Fernsehspot-Idee umsetzen. Auch hier erschienen Satzfragmente auf dem schwarzen Bildschirm, und die rote Schrift bewegte sich dynamisch auf einen Fluchtpunkt zu, um zu ver-

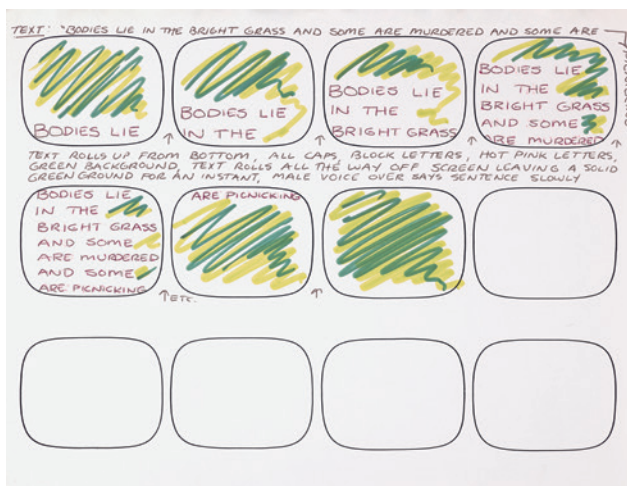
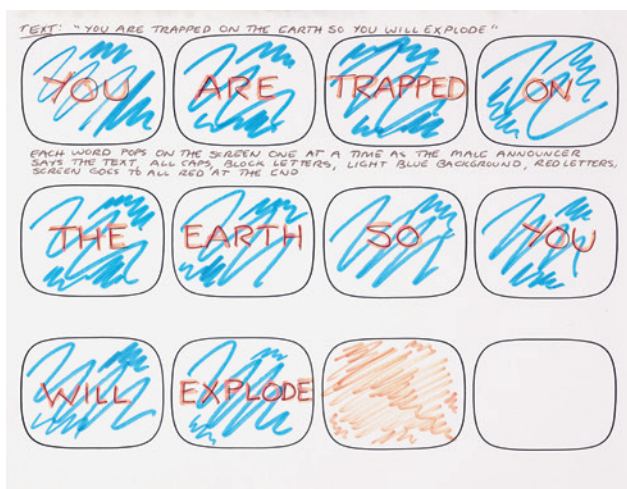
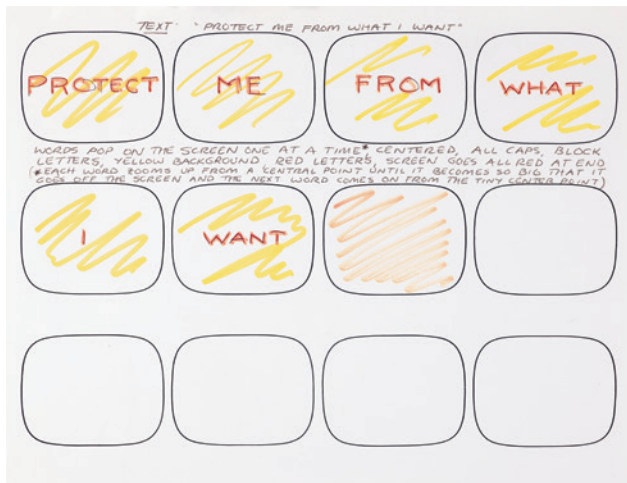


Abb. 4–6: Jenny Holzer, Storyboards für die Fernsehspots: PROTECT ME FROM WHAT I WANT, 1987 – YOU ARE TRAPPED ON THE EARTH SO YOU WILL EXPLODE, 1987 – BODIES LIE IN THE BRIGHT GRASS AND SOME ARE MURDERED AND SOME ARE PICNICKING, 1987; Filzstift, Kugelschreiber und Druckfarbe auf Papier, je H. 21,5 cm x B. 28,0 cm. LWL-Museum für Kunst und Kultur, Münster, Skulptur Projekte Archiv, Archiv-Nr. Pro87 H5/128, H5/130, H5/131

schwinden und neuen Aussagen Platz zu machen. Ausgestrahlt wurden die Videos im italienischen Lokalfernsehen; zeitgleich zeigte auch der kalifornische Sender KCOP-TV die Television Texts im Rahmen der Ausstellung *Video Poetics* des Long Beach Museum of Art. Dort waren zudem ursprünglich weitere Sendezeiten auf dem Kanal KTLA geplant, doch auch hier gab es – ähnlich wie in Deutschland – Probleme. Der etablierte Sender fand die Texte zu provokativ für kommerzielle Rundfunkstandards und zog sich aus der Zusammenarbeit zurück. Die Aussagen der Spots würden unterschwellige Reize senden, die die Zuschauer:innen womöglich beeinflussen oder beleidigen könnten, so die ablehnende Argumentation. Ob es sich dabei um valide Gründe handelte, bleibt aus heutiger Perspektive fraglich.

Es zeigt sich in dieser Reaktion aber das politische Potenzial, das Holzers Arbeiten seit jeher ausmacht. Ihre Besetzungen des öffentlichen Raumes – sei es in klassisch skulpturaler Form, in urbanen Kontexten oder im Fernsehen – bergen stets ein disruptives Moment: Sie unterbrechen unsere Gewohnheiten, stellen Behauptungen auf und die Betrachter:innen vor die Aufgabe, sich zu den Aussagen zu verhalten. Die Fernsehspots spielen mit den Konventionen der Werbeindustrie, liefern aber weder den üblichen konsumistischen Optimismus noch ein Produkt. Vielmehr drängen diese Arbeiten zu einer reflektierten Eigenermächtigung, die der alltäglichen Berieselung mit denkwürdigen Botschaften entgegentritt.

Jana Bernhardt

Literatur

Künstlerinnenakte Jenny Holzer, Skulptur Projekte Archiv / LWL-Museum für Kunst und Kultur, Pro87 H5

Weirich, Susanne: *Language is a Virus from Outer Space*, in: Bußmann, Klaus / König, Kasper (Hg.): *Skulptur Projekte in Münster 1987* [Ausst.-Kat. Westfälisches Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte, Münster, 1987], Köln 1987, S. 126–132

Knight, Christopher: 'Televised Texts' – A New Wave from Jenny Holzer, in: *Los Angeles Times*, 15. Mai 1990, <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1990-05-15-ca-47-story.html>

Schade, Sigrid: Jenny Holzer und Barbara Kruger. *Kunst, Politik und Öffentlichkeit in den USA der achtziger Jahre*, in: Klein, Pe-

ter K. / Prange, Regine (Hg.): *Zeitenpiegelung. Zur Bedeutung von Traditionen in Kunst und Kunstwissenschaft. Festschrift für Konrad Hoffmann zum 60. Geburtstag*, Berlin 1998, S. 387–402

Fotos: LWL-Museum für Kunst und Kultur, Münster / Hanna Neander (Titel, Abb. 2–6); John Marchael, Courtesy Jane Dickson (Abb. 1). © Jenny Holzer – VG Bild-Kunst, Bonn 2024

Druck: Druckerei Kettler GmbH, Bönen

© 2024 Landschaftsverband Westfalen-Lippe, LWL-Museum für Kunst und Kultur, Westfälisches Landesmuseum, Münster