



Ist die Kunst immersiv?

Refik Anadol
*Machine Hallucinations:
Nature Dreams*
König Galerie, Berlin 2021

Eigentlich sind wir Zahlenmenschen. \$ 450 Mio. für einen Leonardo, der wahrscheinlich nicht vom Meister stammt, wirken auf uns faszinierend. Versprochene 40 Mio. Besucher für eine digitale Monet-Ausstellung, die den berühmten Garten von Giverny zum Beispiel in Cincinnati und ab Januar 2024 in München zeigt, bilden eine ebenfalls eindrucksvolle Grösse. Der Ausstellungsuntertitel lautet «The Immersive Experience». Der Organisator bei Monet nennt sich *Exhibition Hub*, er wirbt mit «larger than life projections». Die Plattform, die das Projekt in den USA bewirbt, heisst immerhin *Fever*. Im «Museo Interattivo Leonardo da Vinci» in Florenz erschienen Leonardos Zeichnungen von Fluggeräten bereits vor zwanzig Jahren dreidimensional vergrössert, so dass man sie berühren und ihnen ab 2019 auch über digitale Reproduktionen begegnen konnte. Die Ausstellung war anfangs für Kinder mit ihren Eltern gedacht. Kein einziges Leonardo-Werk war im Original zu sehen. Seit 2022 häufen sich die digital aufwändigen Shows. «Tutanchamum: Sein Grab und seine Schätze» startete vor fünfzehn Monaten in Madrid, im Moment ist es in Stuttgart zu sehen. Die Agenda sieht kein Ende vor, auf den Websites sollen sich möglichst viele neue Städte bewerben. Der Stuttgarter Veranstalter wirbt gleich mit dem nächsten Projekt, es ist «Viva Frida Kahlo». Seit 2022 läuft ebenfalls «Inside Dali», ein Projekt der *Cross Media Group*. Wiederum wird ein besonders grosser Name ohne Originale präsentiert. ***The Art Newspaper*, das konservative Fachblatt, widmet den «Immersive Institutions» jetzt einem langen Aufsatz. Autor ist Chris Michaels, früher Director of Digital, Communications and Technology an der Londoner National Gallery. Michaels weist nicht nur nach, in welchem Umfang die Ausstellungen mit digital überwältigenden Raumeindrücken zunehmen. Es geht ihm auch um ihre globale Verbreitung.** Ihn interessieren die zeitgenössischen Projekte, wie sie derzeit in Abu Dhabi, Hamburg, Las Vegas, Melbourne oder Shanghai stattfinden. Die Besucherfrequenzen stellen auch hier erfolgreiche Museen in den Schatten. Michaels zitiert Alexandra Payne, Kreativdirektorin des Londoner Unternehmens *Outernet*, die Erfahrungen preist, «that you cannot have at home.» «Shaping the Future» lautet verständlicherweise ihr Slogan. Wirksam sind digitale Auftritte von *Outernet* sogar im Stadtraum, zum Beispiel inmitten des Verkehrs am *Piccadilly Circus*. Als im Rahmen der Messe *Frieze 2023* auf den riesigen HD-Bildschirmen nicht mehr nur Werbespots, sondern auf einmal künstlerische Programme, Interviews und Filmausschnitte aus dem Avantgardebereich erschienen, versammelten sich die Grössen der Kunstwelt auch hier.

Blickt man vier Jahrzehnte zurück, hat wohl Jenny Holzer mit ihren «Truisms» auf den Werbefassaden des New Yorker Times Square den Weg zu «Immersive Installations» geebnet, insofern diese Werke nun auch von Kunstschaffenden produziert werden. David Hockney, der über Jahre wunderbare Landschaften direkt auf seinem I-Pad-Bildschirm zeichnete, zeigte 2023 im neu gegründeten Londoner Lightroom die Ausstellung «Bigger & Closer (not smaller & further away)». Das Immersive lässt ihn nicht los, er möchte vorne dabei sein. Holzers Kollegin Barbara Kruger – «I Shop Therefore I am» – bekannte sich unlängst zu TikTok. Der seit 2021 erfolgreichste Künstler im Zuge immersiver Installationen, eine neue Arbeit präsentiert er zurzeit in den Serpentine Galleries, heisst Refik Anadol. Ob am Strand in Miami, im Foyer des New Yorker Museum of Modern Art, in der Berliner König Galerie, in Las Vegas oder als Redner im Kunsthhaus Zürich, seine raumfüllenden, ständig wabernden Werke wirken wie riesige Schlangengruben aus Farbe. Man erlebt, ganz die Absicht schon beim Computerspiel, die virtuelle als die reale Welt. Es geht um digital intensivierte, in der Kraft nie nachlassende, die Aufmerksamkeit anhaltend fesselnde Werke. Sie hören, solange es Elektrizität gibt, nicht auf. Man sieht sich dabei von unzähligen anderen Zuschauern umgeben. Die Einsamkeit bei der Betrachtung ebenso wie das subjektive Anhalten von Zeit vor dem Werk sind verflogen. Die Idee des Immersiven gilt dem Medium, es geht weniger um Kunst. Fast alle diese Präsentationen landen deshalb im Kitsch. Sie wiederholen etwas, das es schon gibt, und blasen es bis zur Tyrannei auf. Beim hochengagierten Einsatz unzähliger Reproduktionen, farbiger Filter, formaler Masken und der Massgabe künstlicher Intelligenz rückt zugleich ein grosser ästhetischer Ernst nach vorn. Es geht um hohes Pathos. Es ist das Pathos, das mitunter verbissen gegen den Kitschverdacht ankämpft. Die Oper als immersive Kunstform um die Mitte des 19. Jahrhunderts, der 3-D-Film vor und nach «Avatar» von 2009, umwerfende Rockkonzerte schon seit Pink Floyd, «son et lumières» nicht nur vor französischen Schlössern sind einige der Paten dieser Installationen. Sie erstreben eine visuell dominierende, oftmals von lauter Musik untermalte Massenkultur, die sich bislang meist abseits der Museen und Theater abspielt. «Global scale through global networks», schreibt Chris Michaels in einer Zwischenüberschrift, denn Outerspace und Lightroom in London sind es nicht allein. Es gibt Culturespaces, ein Konsortium mit Präsentationszentren in New York, Frankreich und Korea. In Australien hat sich Grande Experiences auf den Weg gemacht. Maximale Attraktion ist das Ziel, Begriffe wie «new frontier» und «immersive revolution» sind in Umlauf. Hat man einmal mehr als zehn solche Präsentationen gesehen, sehnt man sich vielleicht doch wieder nach dem Sofa und ein wenig nach dem Alleinsein zurück.

DR. THOMAS KELLEIN
 Head of Art Consult
 thomas.kellein@bergos.ch

Diese Publikation dient ausschliesslich zu Informations- und Marketingzwecken. Die bereitgestellten Informationen sind nicht rechtsverbindlich und stellen weder Finanzanalysen, noch einen Verkaufsprospekt, ein Angebot für Investmenttransaktionen, eine Vermögensverwaltung oder eine Anlageberatung dar und ersetzen keine rechtliche, steuerliche oder finanzielle Beratung.

© Copyright Bergos AG. Alle Rechte vorbehalten.