

KUNSTFORUM

Bd. 213 Januar - Februar 2012

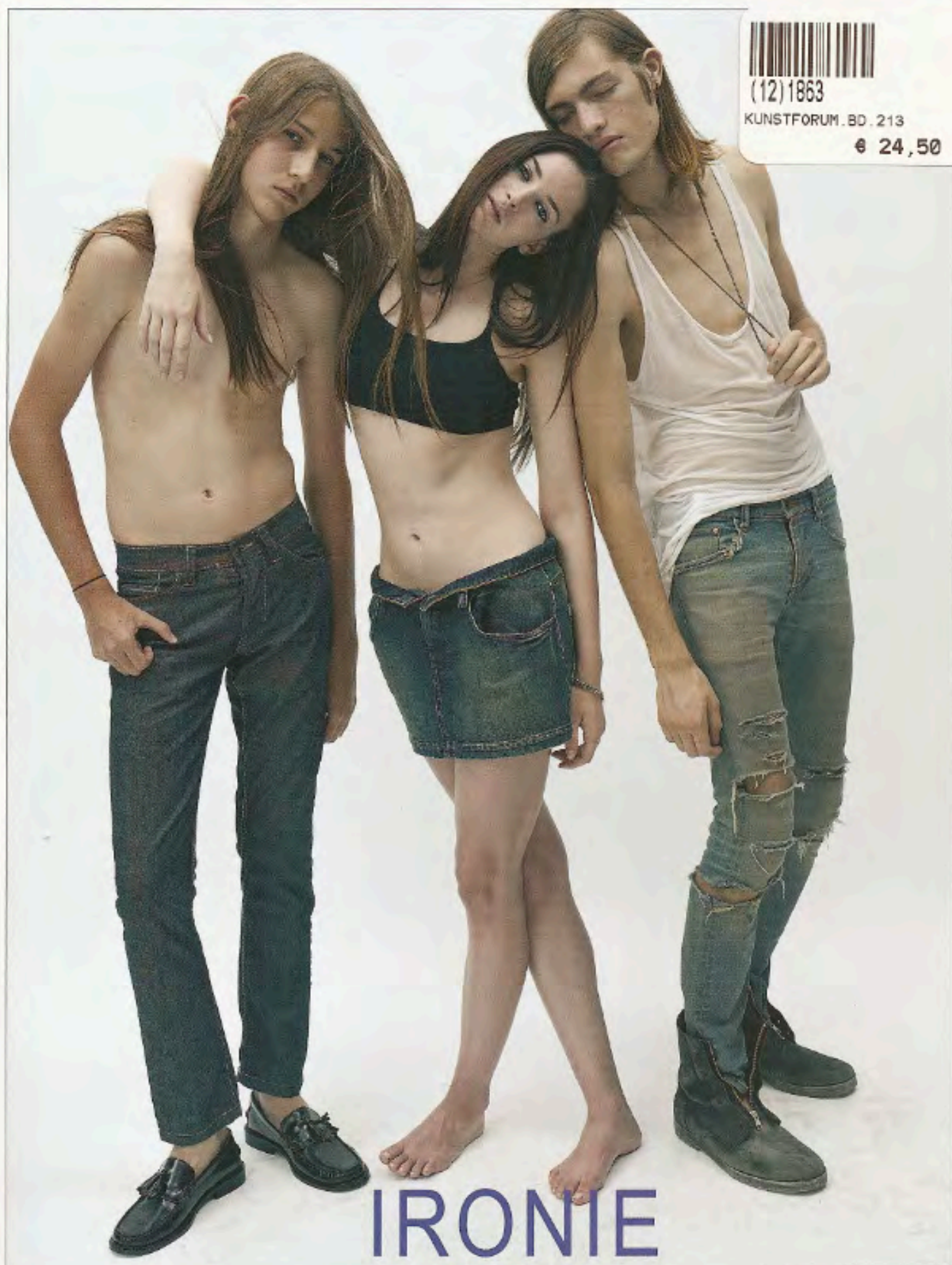
INTERNATIONAL



(12)1863

KUNSTFORUM . BD. 213

€ 24,50



IRONIE

IRONIE

HERAUSGEGEBEN VON OLIVER ZYBOK UND LUDWIG SEYFARTH

Dem römischen Redner Quintilian wird eine der ersten allgemeinen Definitionen von Ironie zugeschrieben: das Gegenteil von dem sagen, was es bedeuten soll. Bereits fünfhundert Jahre zuvor führte Sokrates, der Ahnherr der Ironie, die ironische Rede ein. Sie wurde von Beginn an als eine Strategie der Doppelbödigkeit eingesetzt. Nach Ansicht der britischen Literaturwissenschaftlerin Claire Colebrook besaß Sokrates die Fähigkeit, gewohnte alltägliche Werte und Erfahrungsmuster nicht zu akzeptieren und in einem Zustand der ständigen Infragestellung zu leben. In seinem Essay „Postmodernismus, Ironie und Vergnügen“ übertrug Umberto Eco 1983 die rhetorische Seite des Ironie-Begriffs auf die damali-



KOMAR & MELAMID, Double Self-Portrait as Young Pioneers, aus der „Nostalgic Socialist Realism Series“, 1982/83.

ge postmoderne Gegenwart: „Die [...] Antwort auf die Moderne besteht in der Einsicht, dass die Vergangenheit, nachdem sie nun einmal nicht zerstört werden kann, da ihre Zerstörung zum Schweigen führt, auf neue Weise ins Auge gefasst werden muss: mit Ironie, ohne Unschuld.“ Die seit einigen Jahren geübte Kritik am Ironischen gründet vor allem in ihrer Reduzierung auf Polemik und belanglosen Humor in jener Zeit, in der nur allzu oft lediglich ein Schenkelklopfen als Resultat übrig blieb. Der Kunstforumsband Ironie untersucht aus historischer, philosophischer und künstlerischer Sicht die vielfältigen ästhetischen Tendenzen zum Thema. Dabei werden inhaltliche Übereinstimmungen zu artverwandten Ästhetiken, wie Humor, Karikatur, Grotteske und Satire aufgeführt. Der vorliegende Band kann durchaus als Fortsetzung und aktualisierte Bestandsaufnahme der beiden Kunstforumsausgaben Nr. 162 und 163 (Kunst und Humor) verstanden werden. Im ersten Beitrag bietet OLIVER ZYBOK zunächst einen allgemein theoretischen wie kurzen kunsthistorischen Überblick zum Thema, bevor abschließend die Bedeutung der Ironie für zeitgenössische Künstler erörtert wird. Kann wirklich von einem Ende der Ironie gesprochen, also ein post-ironisches Zeitalter ausgerufen werden? LUDWIG SEYFARTH beleuchtet den Aspekt des Ironischen im Kontext von Ironie, Fälschung und Moral. Wie im ersten Aufsatz wird auch bei ihm das ambivalente Verhältnis zur Ironie thematisiert und ihr Wandel aufgezeigt: Sie ist nicht mehr zwangsläufig ein von vornherein intendierter konzeptueller Bestandteil der künstlerischen Aussage, sondern offenbart sich vermehrt erst in der Betrachtung, also im Ergebnis.

SUSANNE WITZGALL lenkt das Augenmerk auf das Verhältnis von Kunst, Ironie und Dissenz, in diesem Zusammenhang auf ironische Stra-

tegien und politische Versprechen. Sie betont das visionäre Potential des Ironischen, aber auch die ihm inhärente Gefahr der Stagnation. CLAUDIA EMMERT zeigt in ihrem Beitrag die Bezüge zum absurden Theater auf. Folglich steht hier die Ironie in Performance und Videokunst im Mittelpunkt der Betrachtung. Das Absurde als Bekenntnis des Scheiterns hebt nach ihrer Ansicht die Ironie als „souveränen Ausdruck unbelasteter Freiheit“ hervor. ASTRID MANIA legt am Beispiel des Künstlerduos Komar & Melamid dar, was die Soz Art der 1970er und 80er Jahre im Umgang mit dem Ironischen von der westlichen Postmoderne im Wesentlichen unterscheidet. JOHANNES M. HEDINGER sieht sich als Vertreter einer post-ironischen Generation und versucht diese Haltung anhand seiner eigenen künstlerischen Tätigkeit zu erläutern. Er sieht in der Ironie eher eine stagnative Wirkung als einen zielorientierten Lösungsansatz. URSULA PANHANS-BÜHLER betrachtet den Umgang mit der Ironie in der zeitgenössischen chinesischen Kunst. Trotz der deutlich hervortretenden Unterschiede zur westlichen Welt erfährt sie auch hier sowohl positive als auch negative Bewertungen. VOLKER ALBUS präsentiert in seinem Beitrag die vielfältigen Facetten des Ironischen im Produktdesign und führt neben dem Spiel mit Traditionen unter anderem die Umnutzung von Gegenständen im alltäglichen Leben vor Augen. Auch bei ANNELIE LÜTGENS steht das

Alltägliche im Vordergrund, anhand ausgewählter zeitgenössischer Künstler auf das Verhältnis von Kunst, Mode und Ironie fokussiert. OLE FRAHM veranschaulicht den ironischen Humor in Comics. Dabei stellt er eine Ironie des Unbewussten fest, als einen entscheidenden Genussfaktor für den Leser. Abschließend kommen in Interviews einzelne Künstler zu Wort: WERNER BÜTTNER sieht in der Ironie immer noch ein „scharfes Instrument“ der Ästhetik, bei Vertretern der jüngeren Generation, wie CHRISTIAN JANKOWSKI, ANNE-JULIE RACOURSIER und MING WONG, stellt ihre Verortung vor allem einen subtilen kreativen Prozess dar, in dem der Betrachter und seine Blickweise maßgeblich mit eingebunden sind. Das Ironische offenbart sich hier häufig erst auf den zweiten Blick. Der vorliegende Themenband verdeutlicht, dass Künstlerinnen und Künstler die Ironie wieder vermehrt als Gegenstrategie zu doktrinären Wirklichkeitsvorstellungen einsetzen, nicht im Sinne des kritisch zu betrachtenden ironischen Gelächers der Postmoderne, bei dem man häufig nie genau wusste, ob es „alles“ infrage stellte oder einfach nur aus Ahnungslosigkeit erfolgte. Stattdessen erscheint die Ironie, in all ihren unterschiedlichen Spielarten, als eine künstlerische Strategie, der es immer wieder gelingt, eingespielte Denkmuster zu unterlaufen.

November 2011.

Oliver Zybok und Ludwig Seyfarth



COMSCOM, Broch (Prologue Umäsch), 2011, Aktion, Foto: Com&Com

JOHANNES M. HEDINGER

POSTIRONIE. GESCHICHTE, THEORIE UND PRAXIS EINER KUNST NACH DER IRONIE

(EINE BETRACHTUNG AUS ZWEI PERSPEKTIVEN)

„Postirony, the whole new era to come. And if I'm right, everybody wins.“ Alex Shakar, 2001

„Post-Irony means total imaginative and creative freedom.“ Com&Com, 2008



COM&COM, Bloch (Prologue Urnäsch), 2011, Aktion, Fotos: Com&Com

A POSTIRONIE AUS KUNSTWISSENSCHAFTLICHER PERSPEKTIVE

Die Zeit der Ironie ist abgelaufen. Wir sind müde geworden, ständig mit den Augen zu zwinkern, kunstvoll zu zweifeln und alles mindestens im zweiten Grad zu dekonstruieren. Nachdem die Ironie einen letzten Höhepunkt als spöttisches Schwert der Postmoderne erlebte, steht eine ironische Haltung heute eher dafür, Wahrheiten zu verschleiern, Problemen aus dem Weg zu gehen und jeden Schwachsinn damit zu rechtfertigen, dass es ja nicht ernst gemeint sei. Ironie verkommt mehr und mehr zu einer Art Haftungsausschluss oder Fluchtmannöver angesichts jeder denkbaren Verantwortung. Viele Menschen wollen heute (wieder) ungebrochen, direkt und positiv bejahend durchs Leben gehen, die Dinge sehen, wie sie sind, Nähe und Emotionalität zulassend Wahrheiten suchen und Verantwortung übernehmen. Mit dem distanzierenden Gestus der Ironie ist dies ernsthaft nicht machbar.

VON DER IRONIE ZUR POSTIRONIE

Bereits in den 90er Jahren kündigten sich verschiedene Ansätze einer möglichen Nach-Ironie an; so zum Beispiel 1993 in David Foster Wallaces Essay *E Unibus Pluram*, in dem er die postmoderne Literatur mit der US-Fernsehindustrie verglich. Beide hätten sich mittels selbstbezoglicher Ironie der Angreifbarkeit entzogen, denn wer sich über sich selbst lustig macht, könne nicht mehr ins Lächerliche gezogen werden: „Die Ironie tyrannisiert uns. Sie ist ebenso mächtig wie unbefriedigend geworden, weil sie sich stets alle Optionen offen hält.“ Ausgerechnet der postmoder-



1 WE ARE LIVING IN A POST-IRONIC AGE. IRONIC DOUBT IS JUST DISSATISFACTION ELEVATED INTO A LIFESTYLE. 2 WE HAVE BEGUN TO HAVE DOUBTS ABOUT THE PROCESS OF DOUBTING. 3 TRUTH IS NO LONGER UNCONDITIONAL, BUT RATHER CHANGES TO FIT THE DEMANDS OF THE MOMENT. 4 THE WORLD IS MORE THAN WHAT IT IS. 5 EVERYDAY LIFE PROVIDES A PROVING GROUND FOR THE HUMAN SPIRIT. 6 EVERYTHING IS FILLED WITH MAGIC & BEAUTY. 7 BEAUTY CAN INSPIRE US TO BECOME BETTER PEOPLE. 8 BEAUTY CAN GROW INTO LOVE. 9 OUT OF LOVE, TRUTH CAN EMERGE. 10 WE ARE STANDING AT THE VERGE OF SOMETHING WONDROUS: THE REBIRTH OF OUR SELF-CREATION. POST-IRONY MEANS TOTAL IMAGINATIVE AND CREATIVE FREEDOM.

first post-ironic manifesto
by Com&Com (Manias Gissell / Johannes M. Hedinger) 2008

www.postirony.com

Com&Com, First post-ironic Manifesto, 2008, Inschuck / Airbrush, Mafis variabel, Courtesy Galerie Bernhard Bischoff & Partner, Bern

ne Vollblutironiker Wallace träumte schon vor fast 20 Jahren von einer möglichen neuen Kultur des Post-Ironischen: „Die nächsten wirklichen literarischen ‚Rebellen‘ in diesem Land könnten als ein komischer Haufen von Anti-Rebellen auftreten, geborene Schaulustige, die sich erdreisten, vom ironischen Blick Abstand zu nehmen, und die kindliche Frechheit besitzen, unzweideutige Prinzipien gutzuheißen und auch umzusetzen. Die einfache, uralte und vollkommen unmodische menschliche Schwierigkeiten und Gefühle mit Ehrfurcht und der Kraft der Überzeugung behandeln.“¹

Als zweite Position sei Jedediah Purdys 1999 erschienenes Buch *For Common Things: Irony, Trust, and Commitment in America Today*² erwähnt. Purdys Plädoyer für eine Repolitisierung der Öffentlichkeit, viel beachtet und oft als naiv gescholten, wurde vor allem als Generalangriff auf die ironische Kultur der USA gelesen, die den Rückzug aus der Of-

fentlichkeit zugunsten eines verantwortungslosen, allein individuell geführten Lebens fördere. Purdy kritisiert, dass wir eine Form von Ironie praktizieren, „die beharrlich jene Eigenschaften beargwöhnt, welche uns einen Mitmenschen ernst nehmen lassen: Integrität einer Persönlichkeit, Redlichkeit der Beweggründe. Wir hüten uns vor der Hoffnung, weil wir kaum sehen, was sie begründen könnte. An nichts wirklich zu glauben, besonders nicht an Menschen, erfüllt uns mit einem unbestimmten Stolz, und Überzeugungen zu haben, kann peinlich naiv wirken.“³ Ohne doppelten Boden fordert Purdy eine Art Rückkehr zur moralischen Integrität des Individuums, zu sozialer Verantwortung und gelebtem Umweltbewusstsein. Er formuliert Hoffnungen und geht damit das Risiko ein, dass diese enttäuscht werden und er als Autor als Spaßbremse da steht.

Erstmals eingeführt wurde der Terminus der ‚Postironie‘ dann von einem weiteren, ebenfalls aus den Vereinigten Staaten kommenden Autor. Alex Shakars im Trendscout- und Werbemilieu angesiedelter Debütroman *The Savage Girl* (2001)⁴ bringt zwei interessante Kerngedanken hervor: die ‚Paradessenz‘ (jedem zu verkaufenden Produkt soll eine paradoxe Essenz inne wohnen, die zwei Dinge vereint, wonach der Konsument sich sehnt) und eben die ‚Postironie‘, die hier als dritte Phase der Konsumgesellschaft (nach der präironischen Phase der 1950er und der ironischen

der 80er und 90er Jahren) erklärt wird. Die Ironie sei inzwischen zum zentralen Stilmittel der Werbung degeneriert und habe so ihre oppositionelle Kraft verloren. Durch „ironischen Ernst“ („Postirony is ironic earnestness“)⁵ könne aber der Lähmung durch den allgegenwärtigen Zweifel begegnet werden. Nicht nur wird das Phänomen des Zweifels über Zweifel zum Zeitalter der Postironie extrapoliert, die Postironie selbst wird gar als neuer Trend und Marketingstrategie propagiert: „Postirony, the whole new era to come. And if I'm right, everybody wins.“⁶

Wie schnell diese neue postironische Ära Wirklichkeit werden sollte, konnten weder Foster Wallace, Purdy noch Shakar voraussehen: Shakars Buch kam just an dem Tag auf den Markt,⁷ als in New York die Türme einstürzten und nichts mehr war wie zuvor. Nicht nur in den Vereinigten Staaten wurde unmittelbar nach den Terroranschlägen das endgültige „Ende der Ironie“⁸ ausgerufen.

WAS IST POSTIRONIE?

Wikipedia bezeichnet den Begriff als „differenzierte Haltung zur Figur der Ironie. Analog zur Dekonstruktion der ‚großen Erzählungen‘ [...] der Moderne im Zuge postmoderner Diskurse, [...] setzt sich die Form der Postironie kritisch mit den Implikationen eines relativierten Wahrheitsbegriffes auseinander.“ Postironie sei weder als Ruf nach prä-ironischer Einfachheit, noch als strikte Anti-Ironie misszuverstehen, vielmehr sei sie als sinnstiftende Empfehlung zu begreifen. Sie ist „eine verantwortungsbewusste Haltung, die Ironie ernst nimmt und diese unter den Bedingungen der Gegenwart wieder produktiv zu nutzen verspricht.“⁹ Eine ähnliche Lesart schlägt Sebastian Plönges in seinem Essay „Postironie als Entfaltung“ vor, die weder den Postironiker ironisiert noch die großen Erzählungen von Vernunft, Wahrheit, Geschichte, Fortschritt oder Kunst reanimieren muss: „Das Problem, auf das die Postironie eine Antwort sein könnte, hört auf ein Problem zu sein, sobald man produktiv mit Paradoxien umzugehen lernt.“ Das Aushalten von Kontingenzen sei die Stärke des Postironikers, „der somit eine freie und produktive Option zur Entfaltung der Ironie-Paradoxie anbietet. Er setzt alles auf eine Seite (ohne zu leugnen eine Wahl gehabt zu haben), er markiert seinen Präferenzwert, und das alles ist ihm nicht peinlich: Er trifft eine Unterscheidung und übernimmt die Verantwortung dafür.“¹⁰ Postironie ist also eine Haltung, ein Statement, eine Positionierung.

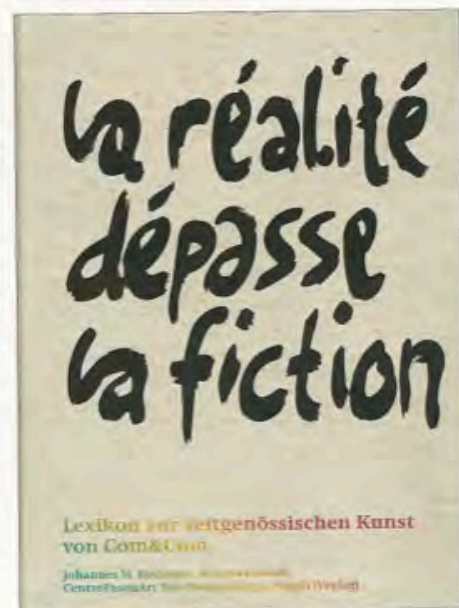
POSTIRONIE UND KUNST

In den Diskurs der Bildenden Kunst wurde der Terminus der Postironie durch das Schweizer Künstlerduo Com&Com eingeführt. Mit dem *first post-ironic manifesto*,¹¹ propagierte Com&Com die Postironie als neue Vorstellungs- und Gestaltungsfreiheit und riefen in bunten Farben zur Wiederentdeckung der Schönheit, Huldigung des Authentischen und zur Feier der Kreativität und Einzigartigkeit auf.

Angesichts der Tatsache, das Com&Com mit satirisch-ironischen Videos, Installationen und Aktionen bekannt wurde, ist die anfängliche Skepsis nachvollziehbar. Das Manifest wurde teils als ein „rhetorisches Manöver und ironische Reaktion auf die faktische Instituierung der Postironie“ verstanden.¹² Denn wenn die Ironie erst einmal im Spiel ist, wird man sie kaum wieder los. Dass die beiden Schweizer es aber ernst meinten, zeigen sowohl ihre künstlerischen Arbeiten der letzten drei Jahre, wie auch deren begleitenden Vermittlungs- und Unterrichtsprojekte an der Universität Hamburg (2009), der Zürcher Hochschule der Künste (2010), und der Universität Köln (2011), wo sie Lehrveranstaltungen und



Com&Com, Post-irony-T-Shirt und Beauty Is The New Punk-T-Shirt, 2009, T-Shirt, Größe variabel, Edition: je 35, Courtesy VFO, Zürich



Seminare zur künstlerischen Praxis und Theorie der Postironie initiierten. Der seit 2009 bestehende Blog auf www.postirony.com brachte neben einer umfangreichen Materialsammlung zu postironischen Tendenzen in den Künsten auch weitere Definitionsversuche hervor.

In der Gruppenausstellung *Neues Rheinland. Die postironische Generation*¹³ zeigte das Museum Morsbroich in Leverkusen 2010 postironische Tendenzen in der westdeutschen Gegenwartskunst. Versammelt wurden rund 30 jüngere Positionen, die sich durch eine nachironische Haltung auszeichnen und eine „neue Hinwendung zu Ernsthaftigkeit, Engagement und Humor“ entwickelten.¹⁴ Die Co-Kuratorin der Ausstellung, Stefanie Kreuzer, leitet in ihrem Katalogbeitrag die postironische Kunst als eine Abkehr vom Kunstbegriff der 1980er Jahre her



Neues Rheinland, Ausstellungsansicht, vorne: JAN SCHARRELMANN, Mad Hole II, 2010, rechts: CORNELIUS QUABECK, Papanikolis, 2010, Fotos: Achim Kukules, Düsseldorf

mit ihren künstlerischen Mitteln und Methoden wie Parodie, Zitat, Sampling, Fiktion und eben Ironie. „Hatte die Ironie in der Moderne und verstärkt in der Postmoderne das Problem von der Welt hin zum Diskurs, zu den Zeichen verschoben, so kehrt sich die Blickrichtung nun um.“¹⁵ Demnach bildet die Orientierung am Menschen das zentrale Moment dieser aktuellen Kunstproduktion. Körperlichkeit, Handgemachtes und innere Konstruktion sind also die Themen der Stunde. Beobachtungen, die auch die Kunsthistorikerin Noemi Smolik unterstützt: „Kneten und Formen, Zeichnen und Malen, Schneiden, Kleben und Binden kommen verstärkt vor. Keramik, diese

verpönte Technik, haben plötzlich viele Künstler für sich entdeckt.“¹⁶ Kurator Markus Heinzelmann meint im Vorwort: „Es gehört Mut dazu, das Material wieder ernst zu nehmen und scheinbar altmodische Materialien wie die Keramik wieder auszuprobieren, Scherenschnitte anzufertigen, die Pigmente für seine Farben selbst auszugraben und anzumischen oder einen Song von Udo Jürgens in seinen Filmen einzubauen – und das nicht ironisch zu meinen.“¹⁷

Aber wirkt der Rekurs auf soviel ehrliches Handwerk und althergebrachte Technik nicht vielleicht selbst etwas hausbacken und abgestanden? Wo bleibt



der aktuelle Bezug zur Politik und zum Leben von Heute, der der Postironie auch inne wohnt? Die Auswahl der in Leverkusen gezeigten Arbeiten lässt vermuten, die Kuratoren setzten Postironie mit neuer Innerlichkeit gleich. Alexandra Bircken zeigte einen Quilt, Jan Albers verlegte Rohre, Ulrike Möschel hingte eine weiße Kinderschaukel an einem seidenen Faden auf und in der Videoskulptur von Eli Cortiñas sang Judy Garland treffend: „There's no place like home“. Michael Kohler vom Art Kunstmagazin summiert denn auch nachvollziehbar: „Während die Welt gerade Kapriolen schlägt, dominieren Heim und Handwerk die Kunst: Das klingt beinahe nach der guten alten Biedermeierzeit.“¹⁸

Der Kunstkritiker Jörg Heiser steckt in seinem Katalogbeitrag den Begriff der Postironie etwas breiter ab und sieht erste Vorläufer bereits in der amerikanischen Camp-Bewegung („Camp ist Postironie avant la lettre“). Für Heiser ist Postironie nicht mehr etwas Komisches, das um einen ernst gemeinten Kern kreise, „sondern etwas zutiefst Ernstes, das den Beigeschmack zulässt, dass es auch lustig gemeint sein könnte.“ In der Postironie gehe es um die gesellschaftliche Durchsetzung eines „dialektischen Verständnisses davon, was ‚echt‘ und was ‚künstlich‘, was authentisch und was ironisch in der gegenwärtigen Überlagerung von Medienwirklichkeiten heißt.“¹⁹ Doch mindestens solange dem „Post-“ weiterhin die „Ironie“ anhängt (und nicht etwa durch ein neues künstlerisches Konzept ersetzt wird), muss eine Unterscheidung über die erwähnte Dialektik hinaus führen: Postironie ist eine Haltung, die es nicht mehr nötig hat, sich an der Unterscheidung von echt / künstlich abzuarbeiten, unabhängig davon ob ernst oder ironisch.

links: Neues Rheinland, Ausstellungsansicht, GERT UND UWE TOBIAS, if you build it they will come, 2010



Neues Rheinland, Ausstellungsansicht, links: CHRISTOPH SCHELLBERG, diverse Arbeiten, rechts: VERA LOSSAU, the touch, 2010, hinten: Alexandra Bircken, Flaschengeist, 2010



Neues Rheinland, Ausstellungsansicht, links: JAN ALBERS, Raylight, 2010, und upanddown, 2010, rechts: MARKUS KARSTIEB, Kammer, 2010



Neues Rheinland, Ausstellungsansicht, FELIX SCHIRAMM, One of, 2010

B

POSTIRONIE AUS
KÜNSTLERISCHER
PERSPEKTIVE

Im zweiten Teil soll nun vertiefter auf die jüngsten Arbeiten des Schweizer Künstlerduos Com&Com und ihren ‚Postironic Turn‘ eingegangen werden. Dazu wechsle ich in die erste Person, da ich selbst Teil dieses Duos bin.

COM&COM

Zusammen mit Marcus Gossolt gründete ich 1997 in St. Gallen Com&Com (ursprünglich eine Abkürzung für „Commercial Communication“) als fiktive Firma, mit dem zunächst einmaligen Ziel, eine Kaffee-fahrt rund um den Bodensee zu veranstalten. Aus diesem temporären Appropriations- und Sozialkunst-experiment wurden 14 Jahre, in denen sich Com&Com immer wieder neu erfinden musste. In den ersten Jahren produzierten wir praktisch keine physischen Werke, sondern hauptsächlich Kommunikations- und Strategieprojekte, die sich inhaltlich um Themen wie Heimat, Mythos, Werbung, Pop und das

Starsystem drehen, die wir multimedial parodieren und dekonstruierten (zum Beispiel C-Files: *Tell Saga* (2000),²⁰ *Side by Side* (2002).²¹ Neben den Techniken wie Sampling, Fake und Fiktion war die Ironie das alles verbindende Gleitmittel.

Mit der Erweiterung in den sozialen und öffentlichen Raum (ab 2003) wurde die Ironie mit reichlich Aufmerksamkeits- und Provokationsstrategien angereichert (zum Beispiel *Mocmoc* [2003–2008],²² *Gugusdada* [2004–2011]²³). Skandale, Presse, Aufmerksamkeit, Ausstellungen und eine starke Marke waren der Lohn. Erfolge, die aber zunehmend die kreative Weiterentwicklung blockierten und Erwartungen kanalisiert. Wir begannen nach Auswegen aus dieser zwar florierenden, aber uneigentlichen Welt zu suchen. Sogar ein Namenswechsel stand zur Debatte. Doch wir entschieden uns letztendlich gegen den schnellen Labeltod und wählten den steinigere Weg des Re-Brandings: gleicher Name mit neuem Inhalt. Die Vergangenheit funkte zwar ab und an noch dazwischen, rückblickend können wir aber feststellen, dass die ironische Hypothek doch nicht derart erdrückend war, um uns neue Wege zu verbauen. So entdeckten wir für uns das originäre Kunstwerk neu, den Thrill, ohne doppeltes konzeptionelles Netz zu arbeiten, sowie eine Narration jenseits der Dekonstruktion (zum Beispiel *The Big One* [2005],²⁴ *Google Earth Art* [2008]²⁵). Das war neu, geheimnisvoll und wie bei einer Droge, wollten wir mehr davon.



COM&COM feat. Dieter Meier, *Side by Side*, 2002, CD-Cover, 12 x 12 cm, Kunsthaus Zürich, Kunstmuseum des Kantons Thurgau, Kartause Ittingen



COM&COM, *Mocmoc & Mermer*, 2005, DVD-Cover, 12 x 12 cm



COM&COM, *Google Earth Art*, 2006, Videostill, Courtesy Galerie Bernhard Biehoff & Partner, Bern



COM&COM, *The Big One. Fading Print*, 2007, Inkjet-Print, 42 x 60 cm, Courtesy VFO, Zürich



COM&COM, Baum 2, 2011, 400 x 400 x 600 cm, Installationsansicht, a.u.t. Innsbruck, Foto: Com&Com



COM&COM, Reconstructing Tree (Performance), 16.12.2010, a.u.t. Innsbruck, Foto: Com&Com

COM&COM, Reconstructing Tree (Performance), 16.12.2010, a.u.t. Innsbruck, Foto: Com&Com



COM&COM, Deconstructing Tree (Performance), 14.03.2010, Kunsthaus CentrePasquArt Biel, Foto: Daniel Schmid, Biel



COM&COM, Baum, 2010, Holz, 400 x 400 x 530 cm, Installationsansicht Kunsthaus CentrePasquArt Biel, Foto: Daniel Schmid, Biel

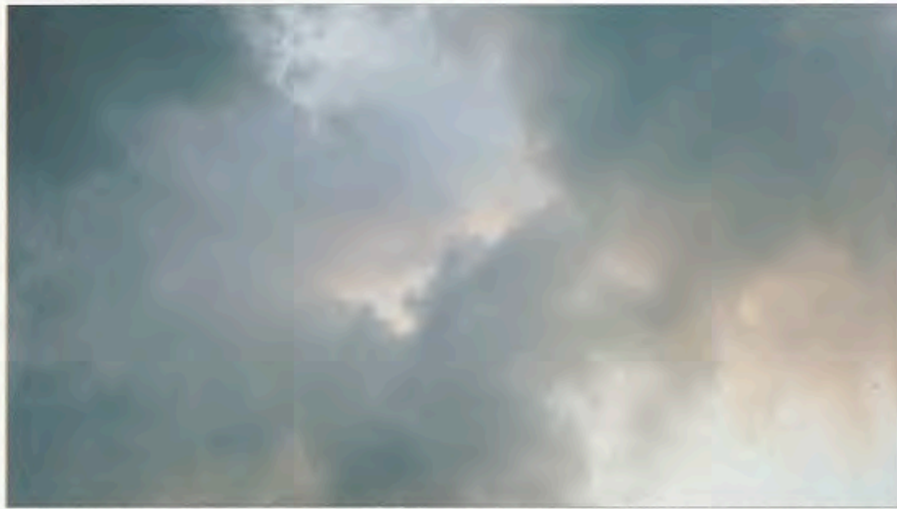
len Welt: in der Serie *Clouds* (2011) zeigen wir in großformatigen Airbrush-Bildern den Himmel über uns, so wie wir ihn wahrnehmen.

Das Interesse an den eigenen Wurzeln führte uns zur Volkskultur. Inspiriert durch den alten Appenzeller Volksbrauch der „Beechü“ (= Beinkuh, eine Art geschnitztes Artbrut-Tier aus Ästen), schufen wir die figurativen Skulpturengruppe *Ender* (2010) und setzen sie in Keramik oder vergrößert in Holz um. Das Schnitzen als spielerisches, skizzenartiges Arbeiten nutzen wir seitdem verschiedentlich. Auf einem Symposium ließen wir eine ganze Gruppe prominenter Akademiker wild drauflos schnitzen – mit höchst interessanten Resultaten. Die Arbeit mit Holz brachte uns unweigerlich zum Baum und dem Wunsch, das sichtbar zu machen, was man sonst nicht sehen kann: die Wurzeln, die Basis, das Fundament. Mit *Baum* (2010) und *Baum 2* (2010) haben wir in einem komplizierten Ausgrabungsprozess zwei Bäume samt Wurzeln frei gelegt und als Skulpturen im ‚White Cube‘ präsentiert. Damit erlangten wir ein für unser Werk bislang ungekanntes Grad an Ergriffenheit und Erhabenheit sowie die Einlösung des Manifestes: Postironie ist das Zulassen von Emotionen und Mut zum Pathos und großen Gefühlen, Postironie ist eine staunende Betrachtung des Realen, des Einfachen und des Zaubers im Alltag. Postironie ist die Feier des Lebens, der Natur und der Schönheit.

Neben der Natur wurde zunehmend auch der eigene Körper wichtig und im Rahmen mehrerer Per-

formances getestet. In *Deconstructing Tree* (2010)³⁰ zerlegten wir den ausgegrabenen Baum in einer musikalisch untermalten Abschiedszeremonie rituell mit Motorsägen. Die einzelnen Teile versahen wir mit nummerierten Plaketten und verteilten sie an das anwesende Publikum – auf dass der Baum nach seinem Leben in der Natur und in der Kunst einen weiteren Zyklus im Leben aufnehmen möge. In *Reconstructing Tree* (2010)³¹ haben wir dagegen bereits während der Ausstellung den Baumstamm entfernt und daraus zwei Langbögen und Pfeile geschnitzt. In einer Performance zum Ende der Ausstellung schossen wir damit im Museum auf den aufgestellten Wurzelstock. Der Baum schoss sich selbst ins Herz.

Verschiedene Modelle der Kollaboration, Partizipation und Experiment lösten Praxen der früheren ironischen Arbeiten wie *Fake*, *Hacking*, *Manipulation* und *Verführung* ab. In der Zusammenarbeit mit Bazon Brock gingen wir eine Verbindung von Theorie (Brock) und künstlerischer Praxis (Com&Com) ein. In der Performance *Niveau* (*nulla dies sine linea*) (2010)³² versuchten wir auf Trampolinen springend in drei Meter Höhe eine möglichst gerade Linie quer durch die Neue Pinakothek in München zu ziehen, während Brock einen Vortrag zur Zukunft des Designs hielt. Mit dem Online-Partizipationsprojekt *Making Ideas* (seit 2009)³³ schufen wir eine Vermittlungsplattform zur Förderung und Realisierung von Ideen. In einer Offline-Version führten wir das Konzept auch mit einer Gruppe von Pa-



COM&COM, Cloud (Himmel über Oberschen), 2011, Airbrush, Acryl auf Leinwand, 190 x 340 cm, Sammlung Marlies Kornfeld, Bern

tienten einer psychiatrischen Klinik in Wil / St.Gallen durch. So hat sich mit der postironischen Haltung unsere weitere Vermittlungs- und Unterrichtsarbeit verändert. Wir konzipieren verstärkt kollaborative Formate, sowohl im realen wie auch virtuellen Raum: gemeinsame Blogprojekte, Ausstellungen, Vortragszyklen, Exkursionen oder Wanderungen.

Das jüngste, eben gestartete Partizipationsprojekt *BLOCH* (2011)²⁴ ist ein multidisziplinäres Reise-Projekt, das zeitgenössische Kunst und Volkskultur verknüpft. Ausgangspunkt ist der Ostschweizer Fastnachtsbrauch ‚Bloch‘, bei dem in einer ganztägigen Prozession zwanzig Männer einen zwei Tonnen schweren Fichtenstamm (= Bloch) zwischen zwei Dörfern hin- und zurückziehen. Am Ende wird der



COM&COM, Niveau (nulla dies sine linea), Aktion mit Bazon Brock, 28.09.2010, Neue Pinakothek der Moderne, München, Foto: Anna Luft, München

Stamm an den Meistbietenden versteigert, was man mit einem ausgelassenen Fest feiert. 2011 hat Com&Com diesen Fichtenstamm erworben, verarbeitet ihn aber nicht wie sonst üblich zu Schindeln, Möbeln oder Brennholz, sondern schickt ihn erneut auf Reisen – nicht mehr nur ins Nachbardorf, sondern einmal um die Welt. In mehreren Etappen besucht *BLOCH* verschiedene Länder, Kulturkreise und Menschen, tritt mit ihnen in Dialog. In einer gemeinsamen Prozession und diversen Aktionen rund um den Stamm werden kultureller Austausch und Global Culture aktiv praktiziert und das herkömmliche Verständnis von Tradition und Brauchtum erweitert. Derzeit bereiten wir *BLOCH* für seine große Reise vor, die im Frühjahr 2012 über mehrere Stationen in Europa (Schweden, Deutschland, Polen) nach China führen wird.

POST-POST-IRONIE

Und bevor jemand fragt „what's next?“ Wir wissen es nicht. Gut möglich, dass Postironie schon bald einen neuen Namen trägt – welchen, ist gar nicht so entscheidend, solange dabei Kunst entsteht, die etwas bewirkt. Was von der Postironie jedoch mit Sicherheit bleiben wird, ist die Hoffnung auf Wandel und auf eine bessere Welt, frei von Sarkasmus und Zynismus. Damit verbunden ist die Einladung, das reiche Leben und dessen Schönheiten und Wahrheiten zu entdecken, in dem man neugierig ist, aufeinander zugeht und zusammen nach kreativen Lösungen sucht. Und was ebenfalls bleibt, ist die Haltung, Fragen und Probleme frontal anzugehen, Verantwortung zu übernehmen, den Mut zur Utopie und zu schönen Ideen zu haben und keine Angst vor Scheitern, Peinlichkeiten und großen Gefühlen. Denn dann gewinnt am Ende wirklich jeder.

ANMERKUNGEN

- ¹ David Forster Wallace, „E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction“, in: *The Review of Contemporary Fiction*, 13, Campaign 1993, S. 151.
- ² Vgl. Jedediah Purdy, *Das Elend der Ironie*, Hamburg 2002.
- ³ Ebenda, S. 83.
- ⁴ Vgl. Alex Shakar, *Der letzte Schrei*, Hamburg 2002.
- ⁵ Alex Shakar, *The Savage Girl*, New York: 2001, S. 140.
- ⁶ Ebenda, S. 124.
- ⁷ <http://www.themillions.com/2011/07/the-year-of-wonders.html> (abgerufen am 30.7.2011).
- ⁸ Vgl. z. B. Roger Rosenblatt, „The Age of Irony Comes To An End“, in: *Time Magazin*, 16.9.2001.
- ⁹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Postironie> (abgerufen am 30.7.2011).
- ¹⁰ Sebastian Plönges, „Postironie als Entfaltung“, in: Torsten Meyer, Wey-Han Tan, Christina Schwalbe, Ralf Appelt (Hrsg.), *Medien und Bildung. Institutionelle Kontexte und kultureller Wandel*, Wiesbaden 2011, S. 438–446.
- ¹¹ www.postirony.com.



Foto: Hanna Hölling

JOHANNES M. HEDINGER

geb. 1971 in St. Gallen, Künstler und Kunsthistoriker, Studium der Kunst an der Zürcher Hochschule der Künste und an der UCLA Los Angeles sowie Studium der Kunstgeschichte, Filmwissenschaft und Germanistik an der Universität Zürich, derzeit Doktorand an der Universität Zürich und Dozent an der Hochschule der Künste Zürich sowie an der Universität zu Köln, 1997 Gründung des Kunstlabels Com&Com mit Marcus Gossolt – www.com-com.ch.

¹² Jörg Heiser, „Im Ernst – von polemischer Ironie zur postironischen Vernetzung in der Kunst des Rheinlands und überhaupt“, in: Markus Heinzelmann / Stefanie Kreuzer (Hrsg.), *Neues Rheinland. Die postironische Generation*, Ausst.-Kat. Museums Morsbroich, Berlin, 2010, S. 19.

¹³ Vgl. Markus Heinzelmann / Stefanie Kreuzer (Hrsg.)

¹⁴ Presstext auf: <http://www.museum-morsbroich.de/> (abgerufen: 30.7.2011).

¹⁵ Stefanie Kreuzer, „Gegenrede – Ironie“, in: Heinzelmann / Kreuzer (Hrsg.), S. 43 ff.

¹⁶ Noemi Smolik, „Ein Manifest für politisch wirksame Kunst“, in: Heinzelmann / Kreuzer (Hrsg.), S. 35 f.

¹⁷ Markus Heinzelmann, „Vorwort“, in: Heinzelmann / Kreuzer (Hrsg.), S. 7.

¹⁸ Michael Kohler, „Totes Heim, Glück allein“, in: http://www.artmagazin.de/kunst/35806/neues_rheinland_leverkusen (abgerufen am 30.7.2011).

¹⁹ Jörg Heiser, S. 19.

²⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=SDdjRZlxGpE>.

²¹ <http://www.youtube.com/watch?v=7vvtlaWZQMI>.

²² www.mocmoc.ch;

http://www.youtube.com/watch?v=r3_SNIWx-NA.

²³ www.gugusdada.net;

<http://www.youtube.com/watch?v=tlxCBenCDns>.

²⁴ www.thebigone.ch;

http://www.youtube.com/watch?v=ajtpIMv_P2k.

²⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=cVgdI7JiZCQ>.

²⁶ Vgl. www.postirony.com.

²⁷ <http://beizzweineinnull.wordpress.com> und Diana Porr, „If Enough People Believe In The Same Thing, Then That Becomes Reality“, in: Johannes M. Hedinger / Marcus Gossolt (Hrsg.): *Lexikon zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com*, Zürich, 2010, S. 428.

²⁸ Vgl. Hedinger / Gossolt (Hrsg.).

²⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=a0V0F14HXB8>.

³⁰ http://www.youtube.com/watch?v=pf4E_h70TU.

³¹ <http://www.youtube.com/watch?v=ncpPBg3SDO4>.

³² <http://www.youtube.com/watch?v=8eHVfwUtG7c>.

³³ www.makingideas.net.

³⁴ www.bloch23781.com.