

ALBA

Vom Starbucksbecherbild zur religiösen Versenkung (und zurück). Lars Eidingers pointierte Bilder

Klaus Speidel über *GOOD GOSH* von Lars Eidinger

„Wie es scheint, mißtraut die Gesellschaft dem unverstellten Sinn: sie will Sinn, doch will sie gleichzeitig, daß dieser Sinn von einem Rauschen umgeben sei [...], das ihm etwas von seiner Schärfe nimmt. Daher wird das Photo, dessen Sinn (ich spreche nicht von der Wirkung) zu eindringlich ist, rasch verharmlost; man macht davon einen ästhetischen, nicht politischen Gebrauch.“ (Roland Barthes)

„Lichtenbergs Schriften können wir uns als der wunderbarsten Wünschelrute bedienen: wo er einen Spaß macht, liegt ein Problem verborgen.“ (Goethe über Lichtenberg)

Lars Eidinger macht pointierte Bilder. Wie ein Aphorismus oder Witz, hat fast jedes seiner Photos eine Pointe. Inwieweit diese zum *Punctum* wird, uns also trifft oder gar „durchbohrt“, wie Roland Barthes es in seiner Photographietheorie *Die helle Kammer* beschreibt, hat natürlich genauso viel mit uns zu tun, wie mit den Bildern selbst; besonders damit, wie sehr wir uns auf sie ein- und sie an uns heranlassen. Analog zum Aphorismus besteht auch bei diesen lapidaren Bildern die Gefahr, dass man sie „nicht schwer genug nimmt“, sich also mit der Entdeckung ihrer Pointe begnügt. Sie als ironisch abzutun (oder zu feiern), hieße allerdings, sie ihrer Brisanz zu berauben und würde ihnen nicht gerecht. Denn Eidinger fordert gegen die „systembestätigende“ Ironie eine neue Ernsthaftigkeit ein. Das heißt aber nicht, dass seine Bilder nicht witzig sind, denn – das hat Chesterton schon 1906 erklärt – wir täuschen uns, wenn wir meinen, „Witz sei das Gegenteil von Ernst.“ Er führt aus:

„Ob jemand die Wahrheit in lange Sätze oder kurze Witze fasst, ist ganz ähnlich wie die Frage, ob er die Wahrheit auf Französisch oder Deutsch sagt. Ob ein Mann sein Evangelium grotesk oder feierlich predigt, ist analog zur Frage, ob er es in Prosa oder in Versen verkündigt.“

ALBA

Auf Eidinger bezogen heißt das: Die groteske Oberfläche eines Bildes, in dem zwei Starbucks Becher ein Andachtsbildchen umschließen, verbirgt unter Umständen eine ernste Wirklichkeit. Wie Lichtenbergs Aphorismen sind Eidingers Bilder Wünschelruten: Wo er einen Spaß macht, liegt ein Problem verborgen. Oberflächlich spricht das Starbucksbecherbild von Armut und dem Andachtsbild als Talisman und Aufruf und Aufruf zur christlichen Nächstenliebe Münzform. Tiefer geht es um graphisch starke Ikonen, die sich eine sakrale Bildsprache aneignen. „Rechtschaffen geprägt und ausgegossen“ überstrahlt die grüne Sirene mit Leichtigkeit das Andachtsbildchen, als *poor image* der prädigitalen Ära eine Kopie der Kopie der Kopie. Wir würden allerdings irren, wenn wir glaubten, es ginge bei Starbucks nur um Kaffee oder gar Profit. Wie jedes Milliardenunternehmen hat Starbucks ein Sendungsbewusstsein: „To inspire and nurture the human spirit“, so Starbucks Corporate Mission (“mission” von *missio* (16. Jahrhundert): *den heiligen Geist aussenden*). All das steckt in einem kleinen Bildchen – und noch viel mehr.

Erst im Bild werden die Fakten so lesbar, erschließt sich der unverstellte Sinn, der sich bei Eidinger nicht hinter dem künstlichen Rauschen verbirgt, das politische Kunst oft so wenig politisch sein lässt. Wie Eidingers Brechtzitate im *Jedermann*, sind seine Bilder politisch, ohne prosaisch zu sein. Dabei sind nicht alle gleichermaßen direkt und verständlich. Für einige gilt Nietzsches Warnung:

„Ein Aphorismus, rechtschaffen geprägt und ausgegossen, ist damit, dass er abgelesen ist, noch nicht „entziffert“; vielmehr hat nun erst dessen Auslegung zu beginnen, zu der es einer Kunst der Auslegung bedarf“.

Das *Punctum*, von dem Barthes behauptet, es könne nie bewusst vom Photographen geschaffen werden, sondern läge immer im Auge der Betrachter*innen, kommt hier vor der Photographie, denn Eidinger photographiert die Zufälligkeiten, die ihn treffen und behauptet damit zugleich, dass sie nicht zufällig sind, sondern sich in ihnen etwas zeigt. So transformiert er eine Tatsache in ein Zeichen oder Anzeichen; zum Beispiel das Symptom einer Gesellschaft, die sich selbst belügt und Bettlerstatuen an die Stelle der Bedürftigen stellt. Keine der photographierten Situationen – und darin liegt der Reiz – hatte als Sachverhalt den Sinn, den sie als Photo hat. In vielen Fällen waren die Tatsachen sinnlose, dumme Fakten: Touristen ließen sich in einer Kirche photographieren; ein Obdachloser lag vor einem Matratzengeschäft; ein Geschäftsmann starrte durch ein Gitter auf eine Baustelle;

ALBA

ein zum Shop umfunktionierter Beichtstuhl bot religiöse Artikel feil; Beachballschläger, Bürsten und Kruzifixe lagen in einer Bananenkiste... .

Aber um was geht es denn in *GOOD GOSH* als Bildkorpus? Es geht um die Frage, wo der Glauben im Kapitalismus hin ist; Religiosität und Bigotterie; den Kontrast zwischen Werten und Wirklichkeit und die Spannung zwischen der Armut der einen und dem Reichtum der anderen.

Wenn eine Situation ihn angeht, bleibt Eidinger nicht immer auf Distanz und manches Bild wirkt, als habe er es den Protagonist*innen geraubt. Dennoch fehlt es nicht an Takt und schamlos sind nur seine Bilder von Schamlosigkeiten. Selbst wenn sie einem Themenkomplex angehören, wäre es falsch, alle Bilder über einen Kamm zu scheren. Die Motive variieren und werden auch unterschiedlich behandelt. Zwei Werkgruppen zeichnen sich formal und inhaltlich besonders aus: die Bilder von sakraler Kunst und Aufnahmen von Gläubigen im Gebet oder in Zwiesprache mit religiöser Kunst, die offenbar auch im Museum noch stattfinden kann – falls man nicht gerade in die andere Richtung starrt und dabei Veronese den Rücken kehrt. Eidinger mag sich als Atheist verstehen, aber er macht sich nicht lustig und antireligiöse Militanz liegt ihm fern. Auch das „ungläubige Staunen“ (Navid Kermani) des Anders- oder Nichtgläubigen spricht nicht aus seinen Bildern. Anders als seine anderen Photographien strahlen die Bilder religiöser Versenkung Ehrfurcht, vielleicht sogar Sehnsucht, aus.

Aber wie ein Aphorismus in einer Sammlung ist auch im Ausstellungskontext jedes Bild umgeben von anderen, die mit ihm mannigfaltige Beziehungen eingehen und weitere Deutungsmöglichkeiten eröffnen. Ein Vergleich, der sich in Anbetracht der Szenen inniger Begegnung geradezu aufdrängt, ist der der mit den demontierten oder unbeachteten Heilsversprechen: Christusbilder in Plastikfolie, in der Kiste, oder eine zugemüllte Engelsfigur, die selbst nach dem Abfalleimer greift bilden eine dritte Werkgruppe. Sie bildet einen wichtigen Gegenpol: Während die Demontagebilder eine schwärmerische Verklärung der religiösen Begegnung infrage stellen, machen die Begegnungsszenen vorstellbar, dass die Bananenkiste nicht die letzte Etappe auf dem Weg zur dauerhaften Zerstörung, sondern eine temporäre Deaktivierung des religiösen Symbols ist. Könnte sich nicht im nächsten Moment eine billige Jesusfigur erheben und zu jemandem sprechen? Aber vermutlich sind es nicht zufällig die ästhetisch stärksten Werke, die am meisten mit uns machen, ob eine

ALBA

melancholische Maria-Magdalena in Mexiko oder eine strahlende Starbucks Sirene in Salzburg. Wie Andy Warhol vor 40 Jahren, aber quasi im Vorübergehen arbeitet sich Lars Eidingen an diesen Fragen ab.

Klaus Speidel ist Doktor der Philosophie, Kunstkritiker und Kurator. Er unterrichtet an der Univeristät für angewandte Kunst in Wien und dem Paris College of Art.

Lars Eidingen
GOOD GOSH
14.07. – 26.08.2022
ALBA Salzburg