

Cultural Exchange - ein Wertetransfer

1991 gründeten Patricia Jacomella und Maria Walther die "J&W management consulting-Gruppe". Die damals 39- und 45jährigen Künstlerinnen wählten das trendige Label, um hinter der Professionalität suggerierenden Fassade subversiv tätig zu sein. Statt nämlich Kapital vermehren zu wollen, beabsichtigen sie dessen Demokratisierung und statt vielversprechende Aktien oder doch wenigstens "richtige Kunstwerke" bieten sie Drittwelthandwerk an.

"Cultural Exchange" hiess ein Projekt, das 1993 in New York stattfand. Auf zehn weissen Sockeln wurden zehn kleine Gegenstände, beispielsweise ein Buschtrömmelchen oder ein hölzernes Raubtier präsentiert, allesamt in Drittweltläden erworben und von dort unverändert als Readymade in den White Cube transferiert. Verkauft wurden sie weit über dem Einkaufspreis zu überhöhten Preisen, wie sie im Kunsthandel üblich sind. Der Erlös, so hiess es, würde investiert, "um die Repression und die kulturelle Ausbeutung der Drittweltländer zu bekämpfen".

J&W stellen ihre Kunst demonstrativ in den Dienst eines politisch sozialen Engagements. Dabei rücken sie das Geld ins Zentrum, denn im Verhältnis zu diesem universalen Zahlungsmittel scheinen wohl alle Werte einer Gesellschaft auf. Die Künstlerinnen wollen einerseits konkret Geld abschöpfen, sie lenken Kunstmarktgewinne quasi als Ablass - in "wahre Werte", in interkulturelle Produktion und Kommunikation um. Darüber hinaus setzen sie ein Nachdenken über Funktionen und Wertzuschreibungen von Geld in Gang. Ein Kunstwerk gilt als lohnenswertes Investitionsprojekt, Drittwelt-Kunsthandwerk dagegen nicht. Das eine darf viel kosten, das andere soll möglichst billig sein. Statt Lebenskontexte und teilweise vom Hunger bedrohte Kulturen zu unterstützen, fliesst das Geld in prestigeträchtige, überteuerte Kunstwerke ein. J&W adaptieren die fatalen Strategien. Sie operieren mit spekulativ überhöhten Preisen, aber um solidarischer Anteilnahme willen. Sie nutzen den Kunstbetrieb, stellen aber ein ihm zuwider laufendes Kulturverständnis vor.

Drittweltprodukte als Zeichen des sozialen Engagements einzusetzen, mutet im elektronischen Dienstleistungszeitalter ein wenig nostalgisch an. Mag sein, dass uns bei ihrem Anblick (mit Kauflust gepaarte) Trauer über im Westen längst verlorene familiäre und handwerkliche Produktions- und Lebenszusammenhänge beschleicht. Aber in allen Kulturen wurde Kunst ja zunächst weniger von einzelnen ausgeführt, um erlesene materielle und verkäufliche Produkte herzustellen. Stattdessen manifestierte sie sich in gesellschaftlich wirksamen Akten, in Riten und performativen Handlungen, ausserhalb von denen die Werke keine Bedeutung hatten. Der Aufschlag vom Artefakt zum Kunstwerk ging mit Säkularisierung, Lösung aus dem Kollektiv und zunehmender Fixierung auf das Originäre und den individuellen Autor Hand in Hand. Da sich der Prozess der Individualisierung und die Fetischisierung des Geldes offensichtlich gegenseitig bedingen, könnte in der Ausrichtung auf kollektive und performative Zusammenhänge ein Ausweg aus der geldfixierten Wertehierarchie liegen.

Um nichtwestliche Kulturen zu unterstützen, lässt sich das "J&W management consulting" immer andere, Strategien einfallen. 1996 in "L'ombre en feu" bot es von Hand geschöpfte Büttenpapiere aus Nepal als vielversprechend gewinnbringende Wertpapiere an. Durch den Kauf konnte man in eine vom Verlag "Les Nouvelle Editions Africaines du Sénégal" vorgeschlagene Edition des bis dahin unpublizierten Manuskriptes "L'ombre en feu" der senegalesischen Schriftstellerin Younoussé Dieng investieren. Die Künstlerinnen machen konkrete Vorschläge, wem wie finanziell zu helfen sei, und selbst gehen sie ähnlich pragmatisch vor, hier durch den Kauf von Büttenpapier bei einem von Helvetas unterstützten nepalesischen Entwicklungshilfeprojekt. Statt in fernen Ländern eigene Recherchen zu betreiben, knüpfen sie an die Erfahrungen und Erkenntnisse bereits bestehender Organisationen an, arbeiten mit Helvetas, der "Auslandshilfe der Caritas Schweiz", verschiedenen Drittweltläden und nichteuropäischen Kulturzentren zusammen. Das setzt Vertrauen und den Willen zur Cooperation voraus.

J&W leiten Geldflüsse aber nicht nur um, teilweise halten sie deren so selbstverständlich erscheinende Bewegung auch einfach an um eine Denkpause zu erzwingen.. 2001 anlässlich der Eröffnung der "Tirana Biennale 1" verteilten sie Geldscheine, die mit "One Way Money" und dem durchgestrichenen Recycling-Symbol bedruckt für weitere Verwendung untauglich gemacht waren. Ein anderes Mal forderten sie das Publikum auf, eine Ein-Dollar-Note in Stücke zu reißen. War man in der Lage, diesen Frevel zu vollziehen, wurde einem ein Säckchen mit Erde als echter Wert überreicht. Wenn Geld nicht mehr als abstrakte Bilanzgrösse und neutraler Tauschwert funktioniert, stattdessen einen materiellen, im Hier und Jetzt verankerten Auftritt erhält, wird es als fassbarer Gegenstand bewusst, mit dem man sich konkret konfrontieren kann. Es wird zu einem handhabbaren, von jedem einzelnen verantwortlich einzusetzenden Wert.

Dem "J&W management consulting" geht es um immaterielle Werte, deren Veranschaulichung aber ans Materielle gebunden ist. Mit ihren Performances bieten sie Formen von Solidarität, von Kommunikation und von Handlungszusammenhängen an, die sich im Kunstfeld erproben lassen, um von dort ins politische Feld überzuschwappen. In Kunsträumen wird, wenn auch nur vorübergehend, eine Realität hergestellt, die als Erlebnis und Erfahrung Auswirkungen haben kann.

Brita Polzer

Zürich, 2003