

# GIER AUF FRISCHFLEISCH

DER JUGENDWAHN IM KUNSTBETRIEB BESCHERT DEM NACHWUCHS REICHE FÖRDERUNG UND SCHNELLE KARRIEREN.

Erfolg kann nerven. Überstolze Verwandte, neidische Mitstudenten, neugierige Journalisten.

Und immer die Frage:

Wie soll man reagieren, ohne gleich für größenwahnsinnig gehalten zu werden? »Künstler sind prototypische Egomane«, sagt Olaf Holzapfel, 33, Meister-schüler an der Hochschule für Bildende Künste in Dresden. Und sein Ego hat einen schönen Schub bekommen – im Wert eines sechsstelligen Euro-Betrages. Holzapfel darf im August für ein halbes Jahr nach New York ziehen, um an der renommierten Columbia University zu studieren, und anschließend seine neuen Werke in einer eigenen Schau präsentieren.

Die Rechnungen – von den Flugkosten bis zum Druck des Ausstellungskatalogs – übernimmt der Zigarettenkonzern Philip Morris. Das Unternehmen unterstützt mit diversen Stipendien vorwiegend junge Künstler. Seit 1998 vergibt es auch das jährliche New-York-Stipendium, und zwar ausschließlich an Meisterschüler der Dresdner Hochschule.

Dem Konzern liegt natürlich daran, dass seine Künstler-Protégés besonders groß herauskommen. Und so wird genau beobachtet, wer es wie weit gebracht hat. Gern hilft die hauseigene PR-Abteilung nach. Aber können die Marketingstrategen eines Weltkonzerns den prompten Durchbruch eines Künstlers herbeizaubern – nur weil sie unzählige Vernissage-Einladungen an Sammler und Galeristen verschicken?

Bei dem Maler Martin Eder, 34, scheint die Strategie funktioniert zu haben. Ihm wurde das Stipendium vor drei Jahren verliehen. Bald darauf kam er bei einer Galerie unter. In diesem Jahr wurden seine Aquarelle auf einer Kunstmesse in New York bereits hoch gehandelt: Die Blätter seien »weggegangen wie warme Semmeln«, meldete die »Frankfurter Allgemeine«.

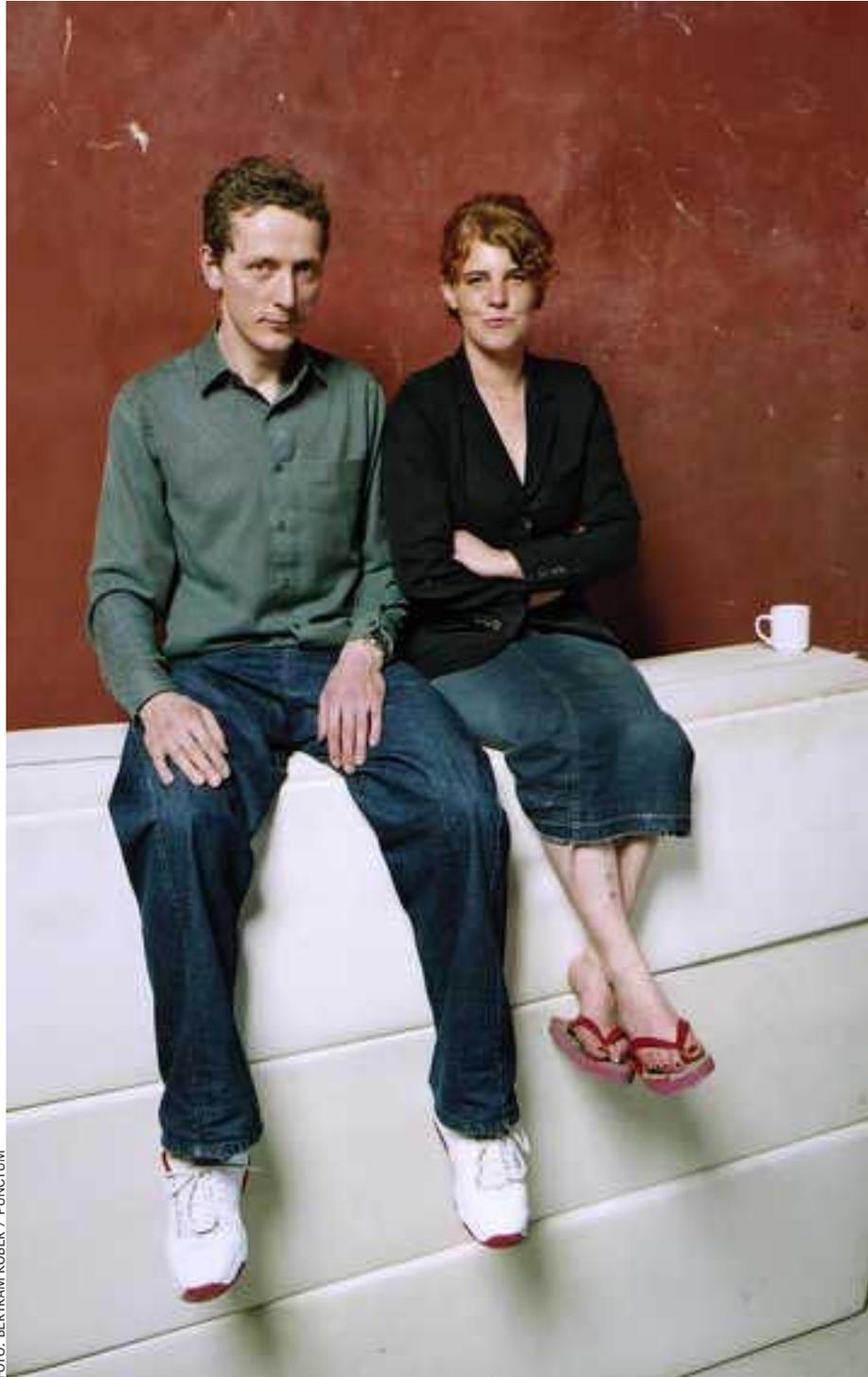


FOTO: BERTRAM KOBER / PUNCTUM

Stipendiaten Holzapfel, Rosemeyer: »Künstler sind prototypische Egomane«



Holzappel-Kunstwerk in Indien: »Vernetztes Interesse an Paradoxien und Überblendungen«

Kein Wunder: Eder malt hochkitschige Porträts von plüschigen Katzen und halb nackten Blondinen, die einem Softpornomagazin entsprungen sein könnten. Und der Kunstmarkt honoriert solche kleinen Provokationen, er gibt sich gern unangepasst – und möglichst jugendlich.

Der Jugendwahn und die Gier nach »Frischfleisch« seien allerdings nichts Neues, lästert Kunsthistoriker Beat Wyss. Das Gesetz der Neuheit stamme aus dem 18. Jahrhundert. Damals habe sich die These durchgesetzt: »Dem Künstler ist der überraschende Blick auf die Welt nur einmal möglich – in seiner Jugend.«



Rosemeyer-Scherenschnitt »Prada«: Realität des Kunstbetriebs

Mittlerweile scheint der Markt für Jungkunst unersättlich. Dass erhöht für den Nachwuchs die Karrierechancen, aber auch den Druck, schon als Student mit Ausnahme-Werken aufzufallen – denn letztlich können aus der Masse der hoffnungsvollen Kunstjünger nur wenige glückliche Talente reüssieren. In der Kunstmetropole London etwa fahnden die Kunstscouts regelmäßig auf College-Ausstellungen nach den Stars von morgen. Als geradezu berüchtigt gilt Charles Saatchi, ein früherer Werbeguru und der bekannteste britische Kunstsammler überhaupt. Er kauft gern die Ateliers von Nachwuchskünstlern leer, vermarktet deren Werke, bis sie jeder kennt – und treibt so auch den Wert seiner eigenen Sammlung hoch.

Manchmal, das müssen ihm auch seine Kritiker lassen, beweist Saatchi aber einfach ein gutes Gespür. Im vorvergangenen Jahr entdeckte er beispielsweise auf einer College-Ausstellung die Gemälde der deutschen Studentin Sophie von Hellermann, 26. Er zeigte ihre Bilder in seiner Privat-Galerie im trendigen Londoner Osten. Mittlerweile ist sie so bekannt, dass sie ihre Werke in einer Schau im Centre Pompidou in Paris aufhängen durfte.

In Deutschland hat sich ein weiteres Nachwuchs-Programm durchgesetzt: Private Stiftungen, aber auch große Unternehmen vergeben Stipendien und Preise am liebsten an junge Künstler – und die greifen zu. In den protestfreudigen sechziger und siebziger Jahren wäre dieses duale System von den Studenten wohl noch ausgebuht worden.

»Natürlich ist der eine oder andere Student auch heute erst einmal misstrauisch«, sagt Philip-Morris-Mitarbeiterin Nicole Gilg. »Aber die Berührungängste verschwinden ganz schnell,

leben

weil wir keine Gegenleistung in Form von Produktmarketing erwarten.« Noch dazu würden ja unabhängige Experten den Stipendiaten wählen.

Man hört's am Fachkauderwelsch der Jurybegründungen: Der diesjährige Preisträger Holzapfel wurde wegen seines »vernetzten Interesses an Paradoxien und Überblendungen, an virtuellen und natürlichen Ordnungen« ausgesucht. Soll heißen, er kann vieles.

Er malt geometrisch kühl in Öl, entwirft und untersucht Kompositionen am Computer oder baut im Internet ein digitales Atelier auf – in dem dann eine Künstlerin herumwirbelt, die wie Lara Croft aussieht.

In Indien hängte er seine Bilder neben riesigen Reklametafeln auf. In Dresden verschönerte er Clubs mit Wandgemälden, die nicht für die Ewigkeit, sondern nur für ein paar Tage gedacht waren: Holzapfel schloss bereits ein Architekturstudium ab, ihn reizt es, zweidimensionale Bilder auf dreidimensionale Welten treffen zu lassen. Jetzt darf er eine Weltstadt erkunden, ein wenig experimentieren und die Ergebnisse

anschließend in seiner Home-Coming-Schau vorstellen – und berühmt werden.

Wer profitiert am Ende wirklich mehr? Philip Morris baut sich ein jugendliches Image jenseits des Tabakqualms auf. Für die Künstler bedeute der Aufenthalt an der Columbia University keine »finanzielle Veredelung«, gibt Preisträger Holzapfel offen zu: »Auch wenn das alle immer denken.« Der 33-Jährige sieht das dennoch gelassen, für »einen Jungkunststar bin ich sowieso schon zu alt.«

Allerdings dürfte der Schnupperkurs auf einem der am härtesten umkämpften Kunstmärkte der Welt doch etwas wert sein. Jenny Rosemeyer, 27, Preisträgerin des Vorjahres, ist seit ein paar Monaten aus Amerika zurück. »Schon an den Kunstakademien wird nicht viel herumdiskutiert, sondern Klartext geredet.« Ihre riesigen schwarz-weißen Scherenschnitte wirken auf den ersten Blick ausgesprochen fröhlich. Bei genauem Hinsehen rückt Rosemeyer aber manches nervige Klischee zurecht – und auch ein Stück glamouröses Amerika.



Eder-Aquarell: »Wie warme Semmeln«

Sie zeigt beispielsweise John F. Kennedy Jr. als kleinen Jungen, eine in sich versunkene Betty Ford und eine lachende Hillary Clinton: Drei Menschen, die es ins Weiße Haus verschlug, und die dort nicht nur spaßige Zeiten verlebten. Anfang Juni eröffnete Rosemeyer in Dresden ihre Ausstellung, die zugleich das



**Maler Eder, Werk:** Der Kunstmarkt honoriert kleine Provokationen

Finale ihres Stipendiums ist. Nun wartet die Realität des Kunstbetriebs. Sie habe sich darauf eingestellt, sagt sie, »irgendwelche Jobs anzunehmen, um meine Kunst zu finanzieren«. So schlimm wird es wohl nicht werden. Gerade der Osten Deutschlands ist bekannt für seinen begabten Nachwuchs.

Zu DDR-Zeiten musste jedes Kunstwerk ein Bekenntnis zum System sein. Heute darf jeder malen oder bildhauern, was er will. Aber die Entscheidungen fallen bewusster als im Westen, die Werke wirken konsequenter. Manchmal allerdings so konsequent, dass jede Stadt ihren eigenen Erfolgs-Stil produziert.

Dresden gibt sich bunt und poppig, Leipzig bunt und realistisch. Wer kann, entzieht sich den Trends, etwa dem »Dresden Style«, um nicht in der Masse unterzugehen. Rosemeyer lächelt spöttisch: »Hier laufen ziemlich viele Beispiele jugendlichen Erfolgs herum.« *ULRIKE KNÖFEL*