



O là, là! Garry Winogrand's Aufnahme von der Hundertjahrfeier im Metropolitan Museum, New York, 1969

BILDER: GALERIEN

# Der blitzschnelle Blick

**KÖLNER GALERIEN** Ausstellungen von Gary Winogrand, Joseph Beuys und Aitor Ortiz

VON DAMIAN ZIMMERMANN

Gary Winogrand gilt als Mitbegründer einer modernen Fotografie, die die Straße als kreatives und sich ständig veränderndes Arbeitsumfeld entdeckt hat – der „Street Photography“. Dabei war der Amerikaner, der 1984 im Alter von 56 Jahren starb, kein feinfühler Bildgestalter wie Henri Cartier-Bresson, kein Sensationsreporter wie Weegee und keiner, der die schrillen Momente sucht, um sich lustig zu machen, wie es heute Martin Parr tut. Winogrand war irgendwo dazwischen und vertraute mehr seiner eigenen Wahrnehmung als einer standardisierten Bildästhetik – wie man in der aktuellen Ausstellung „Public Relations“ bei Thomas Zander sehen kann.

## Heikles aus dem Festsaal

Meist wimmelt es in seinen Bildern vor Details und Akzenten, und häufig hielt er die Kamera auch vollkommen schräg, was ein Zeichen dafür ist, dass der Pionier und Meister der Straßenfotografie ganz schnell abdrücken musste – weil er noch nicht einmal Zeit hatte, um durch den Sucher zu schauen. Diese Prinzipien funktionierten auch drinnen, wie man bei seinen heiklen Aufnahmen von der Hundertjahrfeier im Metropolitan Museum sieht. Ein Gast schiebt den extravaganten Ausschnitt einer nicht weiter identifizierbaren Dame keck zur Seite und macht sich an ihre entblößte Brust heran, während im Hintergrund ausgelassen getanzt wird. Vielleicht ist genau das Winogrand's Geheimnis: das Ereignis bleibt den anderen Anwesenden verborgen, nicht aber dem Betrachter des Bildes, der damit zu seinem Verbündeten wird.

„Public Relations“ beschäftigt sich genau mit diesem Phänomen der öffentlichen und halböffentlichen Auftritte, die den Zweck der Medienwirksamkeit und Selbstdarstellung erfüllen. Die Bilder sind dabei ein Auszug aus der gleichnamigen Serie, die Winogrand 1969 mit Hilfe eines Guggenheim-Stipendiums realisierte. Darin beschäftigt er sich mit „der Wirkung der Medien auf Ereignisse“, wie er es selbst nannte, und meinte damit Wahlkämpfe, Pressekonferenzen, Demonstra-

tionen, Streiks, Vernissagen, Empfänge und anderen Pseudo-Events. Das Thema hat bis heute nichts von seiner Aktualität verloren, wie man an diversen Castingshows, Talkrunden und perfekt choreografierten Jubelritualen der nach Publicity heischenden Fußballstars deutlich erkennen kann (Preise 11 500 bis 12 000 Euro).

Öffentlichkeitswirksam in Szene zu setzen wusste sich auch Joseph Beuys. Die Galerie Heinz Holtmann widmet ihm eine Ausstellung – nach der allerersten Schau zur Galerieneröffnung vor 30 Jahren mittlerweile die zehnte. Und die ist so abwechslungsreich wie sein Werkverzeichnis.

Neben zahlreichen Fotografien, die Beuys allein oder mit Andy Warhol zeigen und von Beuys signiert sind, zeigt Holtmann auch Radierungen wie seine „toten Hirsche“ sowie vor allem vier kleine, seltene Zeichnungen wie „Zwei Mädchen“ aus dem Jahr 1956, die zusammen für fast eine Million Euro angeboten werden. Ebenfalls zu sehen ist das „Objekt zum Schmierern und Drehen“, ein Töpfchen Fett, in dem ein Schraubendreher steckt. Daneben: Eine Kiste mit zwei Flaschen Sodawasser, eine davon mit Filz etikettiert. Die Arbeit trägt den Namen „Evervess II 1“, und auf der Kiste steht die Aufschrift „Sender beginnt

## Laufzeiten

**Galerie Thomas Zander**, Schönhauser Straße 8, bis 27. August, Di.-Fr. 11-18, Sa. 12-18 Uhr.

**Galerie Heinz Holtmann**, Anna-Schneider-Steig 13, bis 24. Juni, Di.-Sa. 11-18 Uhr.

**Galerie Stefan Röpke**, St.-Apern-Straße 17-21, bis 28. August, Di.-Fr. 10-13 und 14-18, Sa. 11-16 Uhr.

mit der Information, wenn II ausgetrunken und der Kronverschluss möglichst weit weggeworfen ist“.

Der Künstler fordert den Betrachter also auf, aktiv zu werden – doch sicherheitshalber weiß eine Vitrine heute den spontanen Zugriff zu verhindern. Dafür bekommt man zwei Materialien zu sehen, für die Beuys bekannt ist und die ihm viel bedeutet haben: Fett und Filz. Im Zweiten Weltkrieg stürzte er in seiner Stuka über der Krim ab und wurde schwer verletzt. So jedenfalls die von Beuys' begründete Legende: Krimtataren hätten ihn entdeckt – mehr tot als lebendig, im Schnee, hätten seine Wunden mit tierischem Fett eingesalbt und ihn in Filz eingewickelt. Dieser Mythos hat Beuys' Kunst geprägt, was wahrscheinlich am deutlichsten im Filz-Anzug zur Geltung kommt, der in der Galerie an der

Wand hängt. Ein ebenfalls wiederholt auftretendes Motiv ist das Logo „F.I.U.“ seiner selbst gegründeten „Free International University“, das auch auf einem Karton italienischen Roséweins zu finden ist. Der F.I.U. wird in gewisser Weise die gleiche berausende Wirkung zugesprochen wie dem Wein. Dass die Abkürzung auch für „Federazione Italiana Ulivocultori“, also die „Vereinigung italienischer Olivenbauern“ steht, zeigt seine Lust am Spiel mit der Doppeldeutigkeit (Preise 650 bis 350 000 Euro).

## Gleißendes Licht im Steinbruch

In der Galerie von Stefan Röpke geht es mystisch zu. Der Spanier Aitor Ortiz zeigt dort seine „Lichtwände“ – Aufnahmen von Felswänden und Vorsprüngen aus Steinbrüchen, die er in geheimnisvolles und nicht weiter zu verortendes Licht taucht. Seine düsteren Aufnahmen sind eine gelungene Mischung aus Landschafts- und Architekturfotografie, gepaart mit Romantik und (je nach Intensivität der Manipulation) Kitsch. Ortiz „schneidet“ einzelne kleine Blöcke aus dem Steinbruch heraus und taucht sie in helles, fast gleißendes Licht, als würden Bauarbeiter tief im Fels eine Sprengladung anbringen oder als befände sich ein nobles Designerhotel in seinem Inneren. Der hohe Kontrast zwischen dem Weiß in der dunklen, unwirtlichen Einöde entwickelt beim Betrachter den Licht-am-Ende-des-Tunnels-Effekt – und dreht ihn quasi um, weil er ihn nicht nach draußen, sondern ins ungewisse Innere führt.

Dabei gilt allerdings: Je zurückhaltender der 1971 in Bilbao geborene Ortiz mit seinen Bildmanipulationen umgeht, desto beeindruckender wirken auch seine Landschaften. Am deutlichsten ist dies wahrscheinlich in seinem nebulösen Bild „006“ zu sehen, das eher an alte chinesische Landschaftsmalerei von den Gelben Bergen im Mondlicht erinnert. Bei den Nahaufnahmen steht die Bearbeitung mit dem Programm „Photoshop“ hingegen zu stark im Vordergrund, als dass sie noch einen wirklichen Zauber entfalten könnte (Preise 3100 bis 13 100 Euro).



Joseph Beuys' Edition „Vino F.I.U.“, 1983 – Karton mit Roséweinflasche, 26 x 24 x 30 cm, signiert