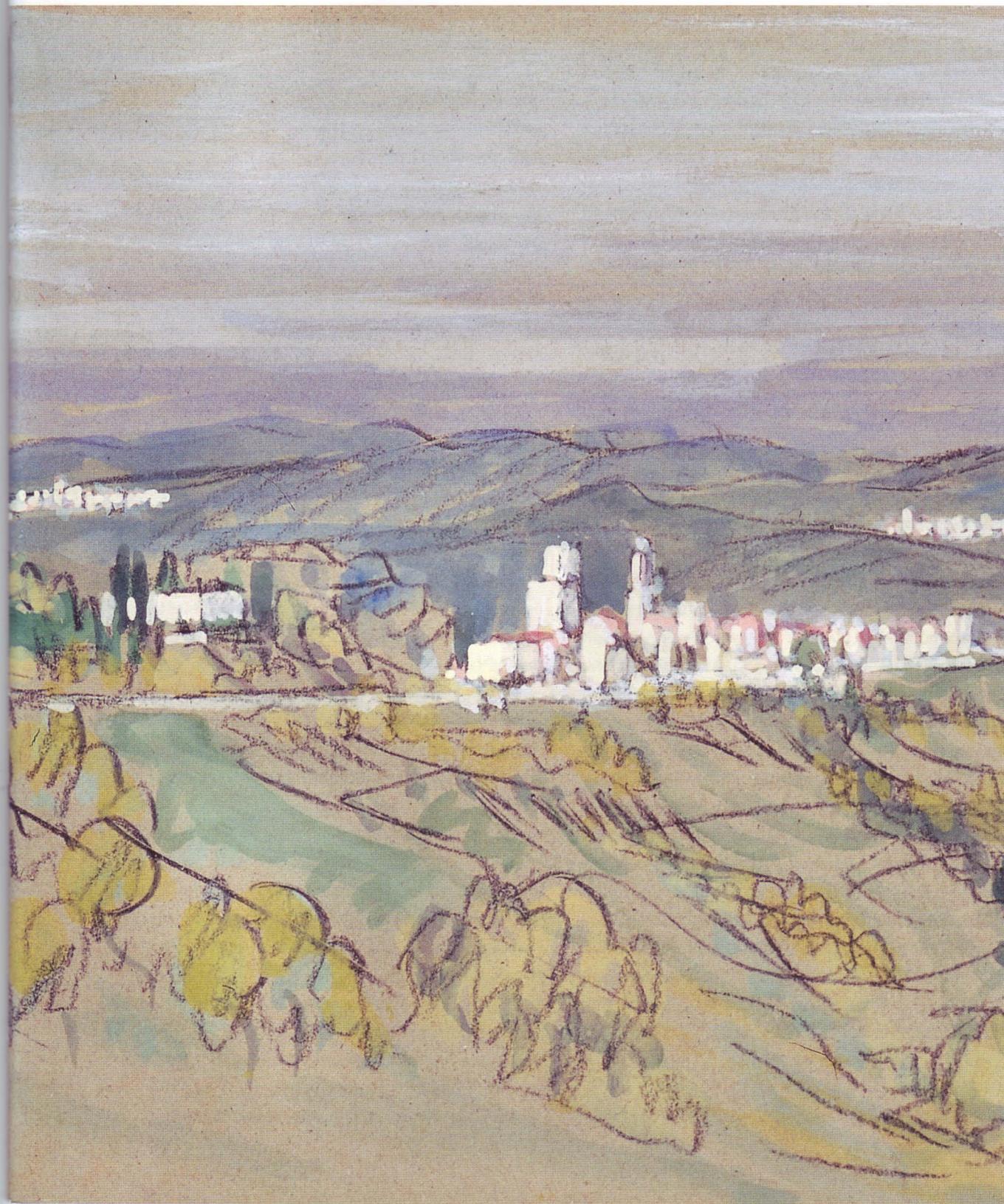


INTERNATIONALER BODENSEE-CLUB

KULTUR^{am} BODENSEE

BILDENDE KUNST ~ LITERATUR ~ MUSIK ~ WISSENSCHAFT



NR. 09 | 03 - 04 / 2010

EDITORIAL	03
PANORAMA	
Kultur ~ ein systemrelevantes Gut	04
Zeitkunst ~ Kunst im Wechsel	05
„Der Wichtigtuer“ ~ Theater St. Gallen	08
Flohwirtschaft ~ Kulturerleben hautnah	09
Costa Rica ~ Eldorado für Natur- und Kulturfreunde	12
BILDENDE KUNST	
Hermann Waibel ~ Konkret in Gold	14
Gabriele Seeger ~ „Lass mich sein was ich bin“	15
Ingrid Schmidt ~ „Auferstehung der Farben“	16
Kunstmesse ~ IBC-Künstler in Ludwigshafen	16
Kim & Böhringer ~ Verschiedenheit / Gemeinsamkeit	17
Künstlerhaus Bregenz ~ Eine Zusammenarbeit mit Traklhaus Salzburg	18
Emanuel Labhardt ~ zum 200. Geburtstag	19
JAYBO aka MONK ~ Paperworks and other life forms	20
Evmarie Becker ~ literarische Fotoausstellung	21
LITERATUR	
Erzählzeit ohne Grenzen ~ Ein Angebot der Superlative	22
Maren Barg ~ kritisch gelesen	24
MUSIK	
Ensemble Integral ~ dem Neuen auf der Spur	26
A-Cappella unplugged im Doppelpack ~ Premiere in Vorarlberg	28
WISSENSCHAFT	
Grenzenlos denken ~ Neue Sichtweisen	30
Universität Konstanz ~ Erfolgreiche Wissenschaft	31
IBC-NACHRICHTEN	38
TERMINE	39

Titelseite

Walter Hangarter, „Vinci, Toscana“
 30,5 x 59 cm (Ausschnitt)
 Kohle u. Aquarell, mit Deckweiß gehöht
 auf Karton
 aus dem Buch
 „Schilf und Stahl – Auf den Spuren des
 Bodenseemalers Walter Hangarter“
 von Bettina Rosenburg / Bernd Storz
 erschienen im Verlag Niggli AG
 www.niggli.ch



Impressum

Herausgeber
 Internationaler Bodensee-Club (IBC)
<http://www.IntBodenseeClub.org>
 Dr. Haro Eden, Präsident
Herausgeberrat
 Wolfgang Karl, Vorsitzter
Redaktion
 Monique Würtz, Chefredakteurin
 Emmishoferstr. 16 | D-78462 Konstanz
monique.wuertz@online.de
 Josef Bieri, Vizepräsident
 Andreas Dettling, Schatzmeister
Vorsitzende der Regionalclubs:
 Vizepräsidentin Klara Motter,
 Hansruedi Mächler,
 Dr. Kornelius Otto,
 Paula Trepulka
Leiter der Fachgruppen:
 Dr. Wilhelm Meusburger, Bildende Kunst;
 Dr. Walter Rügert &
 Dr. Franz Schwarzbauer, Literatur;
 Eckart Manke, Musik;
 Stefan M. Seydel, Wissenschaft
Verlag & Vertrieb
 art-media-edition Verlag Freiburg
info@art-media-edition-verlag.com
 Grafik
mail@iwicki.com
Auflage
 6000 Exemplare

© Ein Nachdruck unserer Artikel oder einzelner Passagen daraus setzt die vorherige Zustimmung des IBC und des Autors voraus. Der Herausgeber behält sich vor, eingesandte Beiträge zu kürzen und zu redigieren.

Redaktionsschluss der nächsten Ausgabe: 16. April 2010

verköstigen sich am Ort, schlendern durch die Fußgängerzonen und lassen sich dort zum Einkauf verleiten, tanken an den Ausfallstrassen, so dass der Gewerbeertrag steigt und damit das Gewerbesteueraufkommen ebenfalls, und zwar in einem Maße, das die Kulturinvestitionen übertrifft. Davon profitierten alle. Lange vorbei sind die kulturpolitisch glücklichen und bemerkenswerten 80er Jahre. „Glücklich“ waren die 80er Jahre nicht nur, weil öffentliches Geld für Kultur zur Verfügung stand. Das private Engagement, die Bereitschaft von Firmen und Institutionen sich als Sponsoren an kulturellen Ereignissen und Projekten zu beteiligen gehörte geradezu zum guten Ton. Sichtbarer Wohlstand und Erfolg sollten auch durch kulturelles Engagement und Mäzenatentum ins gesellschaftliche Gleichgewicht gebracht werden. Immerhin eine Tradition, die bis in die frühe Neuzeit zurückreicht, eine Tradition, die zeigt, dass man über den Tellerrand hinauszuschauen vermag. Leider ist in Zeiten der knappen Kassen die Bereitschaft zur privaten Kulturfinanzierung gesunken.

Nun ist ein altes Argument wieder zu hören. „Mir brauchet koi Kultur, mir brauchet Kartoffle.“ Zu deutsch: „Wir brauchen keine Kultur, wir brauchen Kartoffeln“. Der Spruch geistert heute als Bonmot schwäbischen Kulturbanausentums durch die deutschen Me-

dien und wird immer gerne dann ins Feld geführt, wenn es um die Finanzierung von Kultur geht. Dabei ist der Spruch schon fast 200 Jahre alt und geht auf ein Ereignis zurück, das sich bereits im Jahre 1827 im württembergischen Landtag zugetragen haben soll. Es ging um den Ankauf einer dem württembergischen König Wilhelm angebotenen Kunstsammlung mit Meisterwerken deutscher und niederländischer Kunst. Dabei sei die Bemerkung gefallen, 150.000 Gulden hätte die Sammlung gekostet, die dann nach Bayern weiter wanderte. Die Bilder, darunter Rembrandt und Rubens, Dürer, Lohner und Cranach sind heute die „Highlights“ der Alten Pinakothek in München. Millionen Besucher aus aller Welt kommen nach München, um sie zu sehen. Die Kartoffeln sind längst gegessen, die Bilder aber haben heute einen unschätzbaren Wert.

Das zeigt: Investitionen in Kultur haben oft eine lange Inkubationszeit. Ihre Wirkung zeigt sich nicht sofort, sie manifestiert sich, im besten Falle, nachhaltig. Deshalb ist die Forderung des Staatsministers nachdrücklich zu unterstützen: „Gerade in Zeiten der Krise“, so Bernd Neumann, „braucht die Kultur unser aller Solidarität“.

*Prof. Dr. Roland Doschka,
Präsident des Europäischen Kulturforums Mainau*

Zeitkunst ~ Kunst im Wechsel



Christian Trepulka

Er weiß was er will und er hat ein stimmiges Konzept. Christian Trepulka, Initiator von „Zeitkunst“. Und er weiß, was er nicht wollen kann, obwohl es ihn gereizt hätte eine Galerie zu eröffnen. Doch – so die klare Erkenntnis nach der Ausbildungszeit „der klassische Galerieweg ist tot“. Die, die ver-

kaufen sind im obersten Segment angekommen, hat er festgestellt. Sie haben die notwendigen Show Rooms, um die wertvollen Stücke entsprechend zu präsentieren. In dieser Liga kann eine „junge 0815 Galerie, wozu wir zählen würden“, nicht mitspielen, so die nüchterne Einsicht; denn wir haben keinen Neo Rauch, keinen Baselitz und keinen Uecker im Programm, der Einsatz wäre für einen Newcomer viel zu groß, auch weil eine Laufkund-

schaft, die vorbeischaute und „eben mal ein teures Gemälde entsteht einfach nicht da ist, selbst in einer wohlhabenden Stadt wie Stuttgart nicht“.

Dennoch: Kunst zum Metier zu machen war ein Gedanke, der ihn immer fasziniert hat, nachdem ihm die Liebe zur Kunst im Elternhaus quasi in die Wiege gelegt worden war. „Es sollte etwas Kreatives“ sein wünschte er sich und studierte nach dem Abitur Germanistik und Kunstgeschichte, jobbte aus Interesse in Galerien, sammelte wertvolle Erfahrungen und entschied, dass er „in und mit der Kunst etwas machen wollte, womit man gutes Geld verdienen kann.“ Da die Liebe zur Kunst allein dafür aber nicht ausreicht, hängte er noch ein Studium der Betriebswirtschaft an und dies dort, wo die Musik spielt, im wahren, aber auch im übertragenen, im wirtschaftlichen Sinn, in Stuttgart. Und die baden-württembergische Landeshauptstadt soll denn auch Hauptsitz seines Geschäftes sein, obwohl er die ersten Schritte in seiner Heimatstadt Konstanz getan hat, wo es bereits Verbindungen gab. Ohne diese, ohne >>>

Netzwerke geht es auch in dieser Branche nicht, sie sind sozusagen ein Lebenselixier. Da es unter dem Aspekt der Verdienstmöglichkeiten also nicht angesagt war eine Galerie zu eröffnen, kam Christian Trepulka auf die Idee, einen Kunstverleih zu etablieren, auch weil dies ein Geschäftsmodell ist, das eine Palette von Möglichkeiten eröffnet und das Wunschziel einer Galerie näher rücken ließ, dies in Verbindung mit Service, mit Verleih und mit Beratung. Ein Geschäftsmodell auch, das keine allzu hohen Einstiegsinvestitionen erforderte. Die Lagerräume für die eingelieferten Kunstwerke müssen sich nicht in den teuren 1A-Lagen der Innenstädte befinden, die Kosten für das technische Büroequipment sind überschaubar. Was die Beschaffung der „Ware“, sprich der anzubietenden Kunstwerke anbetrifft, legt der Newcomer allerdings die Maßlatte eines alten Hasen an, die sein Studium durchscheinen lässt. „Ich habe ein paar Kriterien“, sagt er, und mit denen nimmt er es sehr genau, weil er „akademisch und klassisch denkend“ ist. Das heißt, er schaut genau darauf, welche Ausbildung ein Künstler durchlaufen hat, er erwartet, dass die Techniken beherrscht werden. Für ihn „fällt ein Abstrakter nicht vom Himmel“. Er möchte die Grundlagen sehen und sich überzeugen, dass die Künstler es wirklich ernst meinen mit ihrer Arbeit, dass sie sich schon über eine lange Zeit mit dem auseinandergesetzt haben, was sie aussagen und präsentieren wollen.

Es gibt formale Kriterien, die man schlicht sehen kann, erklärt Christian Trepulka, etwa ob jemand die Komposition beherrscht, ob jemand mit Farben umgehen kann, ob jemand etwas vom Material versteht, ob er die Techniken, mit denen er sich ausdrückt, wirklich kennt. Oftmals sind die Ideen gut, die Konzeption ist vielleicht gut, aber die Umsetzung schlecht. Und das vergessen viele, hat er festgestellt. Denn: Kunst kommt von Können. Und auch für die Kunst gilt: Sie ist eine Ware und nicht nur irgendein esoterisches Produkt, das Spaß macht, sie ist ein Wirtschaftsprodukt, das entsprechend umgesetzt werden muss. Und da kann viel gut und viel schlecht gemacht werden. Wie rahme ich ein Bild, wie präsentiere ich eine Skulptur, da gibt es formale Kriterien, die darüber entscheiden, ob es gut gemacht ist oder nicht, ob es passt oder nicht. Das unterschätzen viele, sieht er immer wieder und nennt als Beispiel eine Künstlerin, die er vertritt, die „wunderschöne

Radierungen“ macht, die sie immer „in einen kleinen Rahmen gesteckt hat“. Sie sind nie aufgefallen, gingen schlicht unter, fanden keinen Käufer. Auf seinen Rat hin reiht sie nun zwei oder drei dieser Blätter in einen großen Plexiglasrahmen, so dass sie dann quasi auf der Wand schweben, „und plötzlich wurde es zum Verkaufsschlager. Das sind kleine Dinge, die deutlich machen, wie wichtig es ist, darüber nachzudenken, wie sich die Wertigkeit steigern lässt“.

Und das ist das weitere Angebot des Kunstvermittlers Trepulka: Die Beratung. Und zwar nach beiden Seiten, einmal zum Künstler, den er vertritt und zum anderen zum Kunden. Dazu zählen Privatleute, die ihre Wohnung wertvoll ausstatten möchten mit qualitätsvoller Kunst und sich dazu professionellen Rat einholen. Kunstwerke müssen auch zu den Menschen passen, die damit leben wollen, so die Überzeugung Trepulkas, sie sollten einen Dialog eröffnen und sich stimmig in das Umfeld einfügen. Geschäftskunden wünschen häufig Objekte und Sujets, die die Firmenidentität unterstreichen. Das bedeutet bei der Akquise eine intensive Vorarbeit, eine intensive Recherche etwa über die jeweilige Unternehmenskultur, die gepflegte Corporate Identity.

„Zeitkunst“ steht inzwischen also auf mehreren Säulen. Da ist einmal die klassische Galerietätigkeit, es gibt Vernissagen und Ausstellungen, es wird auch verkauft. Da ist das Leasing, da ist die Beratung und da ist die Zusammenarbeit mit den Künstlern. Dabei hat Trepulka genaue Vorstellungen. Ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl derer, die er in seine Listung aufnimmt, ist die Qualität. Aber nicht sie alleine entscheidet. Ihm liegt auch an der Stimmigkeit der Gruppe, an einem deutlichen Profil „Zeitkunst“. Und ihm liegt an Fairness, am guten Umgang miteinander, es soll „ein Geben und Nehmen“ sein. Ich habe nur Künstler in meiner Liste, sagt er, hinter denen ich stehe und die ich mit gutem Gewissen vertreten kann.

Die Geschäftsidee ist einfach, wirtschaftsdeutsch ausgedrückt stellt sie eine win/win Situation für beide dar. Die Provision bei einem Verkauf ist niedrig, der größte Anteil des erzielten Preises bleibt beim Künstler. Dafür stellt er „Zeitkunst“ eine bestimmte Anzahl von Bildern für den Verleih und für die Eventgestaltung zur Verfügung. Die Einnahmen beim Verleih fließen der Firma zu, mit ihnen werden auch die Kosten bestritten. Der Preis eines Kunstwerkes ist stets Verhandlungssache. Es gilt, sich mit dem Künstler über den Wert zu einigen, „ein heikles Thema“, und auf der anderen Seite auch den Erfordernissen der Firma gerecht zu werden. Für die

monatliche Leasingrate gibt es klare Kategorien wie die Dauer der Ausleihe und den ausgehandelten Preis. Der Vorteil für den Künstler liegt auf der Hand, er spart die nicht eben geringen Kosten für Werbung. Seine Person und seine Werke werden in einem Prospekt aufgeführt, er hat in der Website der Firma seinen Internetauftritt und bei Vernissagen fallen keinerlei Aufwendungen für die Veranstaltung an. Und letztlich: Er trägt kein Risiko, da er keinen Exklusivvertrag abschließen sondern sich lediglich verpflichten muss, eine gewisse Anzahl von Arbeiten zur Präsentation und zum Leasing zur Verfügung zu stellen. Und, so Christian Trepulka, ein Effekt kommt hinzu: Es geschieht immer wieder, dass Kunden, die zunächst nur leihen, sich schließlich so an ein Kunstwerk gewöhnen, sich regelrecht verlieben, dass sie es behalten wollen.

Vielleicht wird sich längerfristig noch eine weitere Säule in das Firmenkonzept einfügen. Das Studium hat es mit sich gebracht, dass Christian Trepulka klare Vorstellungen über die erforderlichen Inhalte einer guten fachlichen Ausbildung hat, die er weitergeben könnte. So sagt er: „Für uns im mittleren Sektor, der nicht mit den abgehobenen Preisen etwa eines Jeff Koons mithalten kann, gibt es ganz klare formale Kriterien. Stimmen die Proportionen, wenn ich einen Menschen male, figurativ liegt derzeit im Trend, Realismus ist ganz groß im Kommen, dann muss ich aber Menschen malen können. Denn wenn ich es wie zum Beispiel Munch mache, es bewusst verzerre, oder wie Dix, dann ist die Figur schließlich wieder stimmig in sich. Aber ich sehe sofort, wenn ein Portrait nicht passt. Und dann ist es einfach

schade. Denn ein Portrait bedeutet zu 70 Prozent Arbeit, Fleiß, da gibt es ganz normale Techniken, die man lernen kann, Proportionsverhältnisse, die man beachten muss, wenn ich zum Beispiel einen Kopf male. Und erst dann kommt der Genius, der etwas Besonderes daraus entstehen lässt. Und das sind einfache Dinge, die der Profi sieht. Bei Abstraktem ist es anders, daher haben viele Künstler lange abstrakt gemalt, weil es schwieriger ist, solche formalen Kriterien zu finden. Aber ich vergleiche es gerne mit der Musik: Wenn ich Free Jazz spielen will muss ich mein Instrument beherrschen, weil ich erst dann die Fähigkeit habe, darüber hinaus zu gehen. Und das ist in der bildenden Kunst nicht anders. Und da sehe ich auch die wichtige Aufgabe der Akademien, einfach die Basis zu vermitteln, die Vielfalt der Möglichkeiten, damit die Studenten lernen und spüren, in welchem Medium sie sich ausdrücken können, um dann weiter zu gehen und etwas wirklich Kreatives zu schaffen. Wenn man die Kunstgeschichte verfolgt, ist das bei allen Künstlern so. Ich habe keinen großen Künstler kennengelernt, der nicht klassisch ausgebildet war. Auch ein van Gogh hat im Louvre nachskizziert und gemalt, alle haben ihre Basis gesucht, erarbeitet, sich zu sich durchgerungen. Selbst die Dada- oder die Fluxus-Leute. Sie haben das Fundament und dann gehen sie weiter. Ich versuche auf einem kleineren Level zu erkennen, ob die Künstler diese Voraussetzung, den inneren Drive mitbringen. Natürlich, das gebe ich zu, ist immer auch ein Stück Bauch dabei.“

Monique Würtz



SKAGEN
DENMARK

P. Rath

Schmuckatelier | Goldschmiedemeister

Peter Rath
Wessenbergstraße 26
78462 Konstanz
Tel +49(0)7531.17717
Fax +49(0)7531.17818

www.peterrath.de