



Der bescheidene Exzentriker

Der Genfer Künstler John Armleder hat wieder eine Puma-Tasche entworfen. Bolero verrät er, warum er sich schlecht fühlt, wenn er ein Hotelzimmer reservieren muss.

INTERVIEW: KAROLINA DANKOW

FOTO: DOMINIC BÜTTNER



Erste Dezemberwoche in Miami Beach, das Thermometer zeigt sommerliche 25 Grad. Trotz der Finanzkrise pulsiert die Stadt. Die Art Basel Miami Beach findet statt – hier tummeln sich die Schönen, Reichen und Kreativen und zelebrieren das süsse Leben. In einem der Ausstellungsräume der Rubell Collection, dem Privatmuseum der weltbekannten Sammlerfamilie, sitzt John Armleder. Er nippt an einem Pappbecher mit Filterkaffee, während rund siebzig Journalisten aus der ganzen Welt ihn umkreisen, an seinen Lippen hängen, versuchen, ihre Mini-Mikrophone so nah wie möglich an ihn heranzuschieben und ihre Notizblöcke mit spannenden Statements zu füllen.

Die Lancierung der zweiten von Armleder entworfenen Tasche wurde von Puma als dreitägiger Event der Luxusklasse inszeniert, mit Abendessen, Drinks und Brunches in den angesagtesten Hotels und Restaurants von Miami Beach. Das Highlight der Veranstaltung: das Frühstück in der Rubell Collection. Endlich ergibt sich die Möglichkeit, John Armleder zu interviewen. Die Dame vom «Harper's Bazaar Ukraine» schiebt ihren Mini zurecht, der Herr von der «Vogue Brasilien» rückt an seiner Hornbrille. Jeder versucht, seine Fragen zur «Reality Bag» von John zu platzieren, bevor der Künstler wieder verschwindet.

Armleder schaut freundlich lächelnd in die Runde. Vor jedem Statement überlegt er, für jeden nimmt er sich Zeit, keine Frage ist zu banal, um eine gute Antwort zu liefern. Wie ein kleiner Junge sieht er aus, der 60-jährige Genfer – einer der ersten zeitgenössischen Schweizer Künstler, der es zu Weltruhm gebracht hat. Gekonnt meistert er die Situation mit der hektischen Journalistenschar, der schlechten Akustik und dem mittelprächtigen Kaffee. «Um drei ist der nächste Interviewtermin angesetzt», wisperst ihm eine makellos gestylte Dame ins Ohr. «Kein Problem», antwortet John. «Mein Fahrer wartet vor der Tür.»

Armleder ist ein Mann mit Format. Ein Gentleman in navyblauem Anzug und weissem Hemd mit Krawatte. Der geflochtene Haarzopf ist zu seinem Markenzeichen geworden. «He's a star!», sagt die Gastgeberin Mera Rubell. Nach eineinhalb Stunden Interview-Marathon ist die Zeit endgültig um: Wie Bodyguards geleiten die Puma-Angestellten Armleder aus dem Saal.

Den Journalisten bleiben noch die Reste des Frühstücksbuffets und ein letzter Blick auf den langen Haarzopf des Künstlers, der sodann in die Bibliothek der Rubell Collection geleitet wird. Hier, im intimen Schein einer Jason-Rhoades-Installation aus bunten Neonröhren mit Vagina-Synonymen, findet das Interview mit Bolero statt.

Bolero: John Armleder, Sie haben einmal gesagt, Kunst zu machen sei wie Tee zu trinken. Hätten Sie sich damals träumen lassen, dass Ihre gemütliche Tee-Zeremonie in einem hippen Brunch-Buffet in der berühmten Rubell Collection in Miami Beach gipfelt? John Armleder: Nein, das hätte ich nie gedacht. Aber ich bin auch keine Person, die viel plant. Ich lasse die Dinge auf mich zukommen. Planen ist mir zuwider, ich hasse Agenden und Organisation. Ich kann wochenlang von einem Termin zum anderen hetzen, ohne dass mich das im Geringsten stresst. Aber wenn ich ein Hotel buchen muss, geht es mir schlecht. Im Grunde bin ich ein sehr bequemer Mensch.

Das Lustige ist, dass ich trotz meiner vielen Termine nie Anstrengung verspüre. Ich kann auch auf Reisen sehr gut entspannen und nachdenken. Anders als andere Künstler brauche ich keine Rückzugsmöglichkeit ins Atelier, um zu arbeiten. Vieles geschieht einfach so, im Kopf. Auf diese Weise erledige ich unheimlich viel, auch wenn es nach aussen hin nicht so aussieht.

Auch dass ich faul bin, nehmen mir viele nicht ab. Als wir noch einen Garten hatten, konnte ich stundenlang nur die Blumen betrachten. Man glaubt es nicht, aber Ausstellungen zu machen, hat auf mich einen ähnlichen Effekt. Deshalb liebe ich es so, Shows zu haben. Im Übrigen schlafe ich auch sehr viel. Neun bis elf Stunden müssen es sein. Ich habe auch schon versucht, Schlaf-Rekorde aufzustellen. 98 Stunden war mein Maximum.

Sie sind an einem Punkt in Ihrer Karriere angelangt, an dem Sie sich dem Rummel in Miami Beach problemlos entziehen könnten. Warum sind Sie trotzdem hier? Haben Sie einen Drang zur Selbstinszenierung? Ganz und gar nicht. Für mich sind Künstler ganz normale Menschen mit normalen Problemen. Es ist nichts Aussergewöhnliches an ihnen. Die soziale Plattform, die man als erfolgreicher Künstler erhält, hat mich nie interessiert. Aber ich kritisiere sie auch nicht. Salvador Dali oder Andy Warhol sind gute Beispiele dafür, wie man die soziale Komponente als Künstler für seine Zwecke nutzen kann.

Als junger Künstler in Genf habe ich mit Künstlerfreunden die Galerie Ecart gegründet. Es war ein Ort der Begegnungen, des Austausches. Ich habe diese Dimensionen später weitergeführt, indem ich zu unterrichten begann oder Kooperationen mit anderen Künstlern startete. Dieser Austausch ist mir wichtiger als das Zurschaustellen der eigenen Person.

Das erklärt umso weniger, warum Sie heute hier sind. Wahrscheinlich, weil ich ein schlechter Neinsager bin. Ich ziehe keine Plattform der anderen vor, ich werte nicht. Eine Tasche zu designen >

ist für mich genauso wichtig, wie ein Kunstwerk herzustellen. Es gibt keine Hierarchien.

Ist dieses Nicht-Werten-Wollen ein Warholsches Moment in Ihrer Kunst? Ich glaube, bei mir kommt es in einer viel naiveren Art zum Ausdruck als bei Warhol. Warhol war ein Meister im Gleichstellen der so genannten Hoch- und Tiefkultur – für ihn war es natürlich, so zu handeln. Ich hingegen möchte mich einfach nicht festlegen. Ich möchte nicht einer sein, der so oder so ist. Ich möchte die verschiedensten Möglichkeiten ausprobieren. Ich will mir selbst entfliehen. So, wie das wahrscheinlich jeder ein bisschen will. Mehr erleben als nur eine Person mit denselben, sich täglich wiederholenden Abläufen zu sein. Meine Dynamik speist sich aus dem Wandel, dem Ausbruch. Vielleicht erklärt sich daraus Ihre vorherige Frage nach der Selbst-Inszenierung: Nicht sie ist der Antrieb für mein Handeln, sondern eher der Drang nach Neuem. Und die Offenheit für Neues. Wenn ich sage, Selbstinszenierung interessiert mich nicht, dann ist das keine Bescheidenheit. Es ist keine Willensfrage. Es ist einfach die Art, wie meine Maschine läuft. So funktioniere ich.

Ist die «Reality Bag» ein Mode-Accessoire oder ein Kunstwerk? Er ist weder vollkommen das eine noch das andere, sondern ein Hybrid, der Eigenschaften aus beiden Bereichen vereint. Da die Strategien von Kunst und Mode teilweise dieselben sind, macht das Sinn. Ich vertrete die Meinung, dass etwas dann Kunst ist, wenn man es als solche anschaut. Das ist eine wichtige Position in meinem ganzen Kunstschaffen. Daher steht es jedem offen, wie er die «Reality Bag» definieren will. Was Mode von Kunst unterscheidet ist das Branding, nicht das Produkt. Interessant ist, dass man die «Reality Bag» wirklich als Tasche im Alltag benutzen kann. Oder man kann sich die Tasche auf einen Sockel stellen und dort unangetastet für die nächsten Jahre als Kunstobjekt stehen lassen. Beides funktioniert.

Woher kommt die Bezeichnung «Reality Bag»? Das geht auf eine Idee des Kurators der Londoner Serpentine Gallery, Hans-Ulrich Obrist, zurück. Er nannte bereits die erste von mir designte Puma-Tasche so, die wir unter uns auch «Brain Bag» nannten, da sie ein kleines Gehirn aus Silber enthielt. Ich muss sagen, dass Namen und Titel für mich immer etwas Zufälliges haben. Man könnte sie leicht auch ändern, sie bedeuten nicht viel. Wenn diese Tasche eine «Reality Bag» ist, dann insofern, als dass sie eine Plattform bietet für Fantasien. Für mich sind Themen, die der Realität entspringen dann Kunst, wenn sie durch die Fantasie gefiltert werden.

Woher kommen die Ideen für das Design der «Reality Bags»? Auch in meiner Kunst arbeite ich oft mit Symbolen wie dem Gehirn oder der Spinne, die ich multipliziere oder gross aufblase. Auf diese Weise werden sie abstrakt und verlieren ihre Bedeutung. Wie gesagt, das Gehirn war das Motiv für die erste «Reality Bag». Diese entstand in einer Zeit, in welcher der Totenkopf modisch unglaublich in war. Alles war mit Totenköpfen versehen, vom bedruckten T-Shirt und Foulard über Schmuck bis hin zur Unterwäsche. Damals kam mir das Gehirn als Motiv in den Sinn, weil es sich dabei sozusagen um den Inhalt des Schädels handelt. Er ist sozusagen eine funktionale Verpackung des Gehirns. Ähnlich verhält es sich ja mit der Tasche, die dieselbe Funktion hat für alles Wertvolle, was eine Frau mit sich herumträgt.

Die Idee mit der Spinne für die zweite Tasche entstand in London während eines Meetings mit Hans-Ulrich Obrist. Damals hatte ich gerade die Show «Scrambled and Poached» bei meiner Galerie Simon Lee, wo ich unter anderem mit dem Motiv der Spinne arbeitete. Es handelt sich um eine real in der Natur existierende Spinne mit dieser interessanten Zeichnung auf dem Rücken, die je nach Ansicht eine Sanduhr oder eine Fliege sein könnte. Wir tendierten zunächst zu einem Lobster als Design für die zweite Tasche, aber als Hans-Ulrich die Spinne sah, sagte er: «Lass uns die Spinne nehmen.»

Viele Entscheidungen passieren so, man arbeitet schnell, die Zeit drängt und man scheidet aus dem Bauch heraus. Danach überlegt man sich, wieso haben wir uns gerade für dieses Motiv entschieden? Was bedeutet es? Das kann eine interessante Vorgehensweise sein, weil sie viel über das spontane Gefühl verrät, das einen zu einem Entschluss bewegt. Die Spinne vereint Schönheit und Ekel – diese Doppeldeutigkeit spricht mich an. Genau so wie der Vorwurf, den man mir als Künstler machen kann, es sei falsch, für Puma eine Tasche zu gestalten.

Sind Sie ein Fashion-Lover? Was ist ein Fashion-Lover? Ich bin ein unterwürfiger Liebhaber, einer, der sehr gerne dient. Ein Lover bin ich also auf jeden Fall. Und Mode ist für mich ein wichtiger Teil der Kultur. Doch ich bin faul und konservativ, wobei Letzteres wohl Ersterem entspringt. Ich hasse es, einkaufen zu gehen und kleide mich daher sehr traditionell. Ein Anzug, ein Hemd, schwarze Lederschuhe und die Haare sind tagtäglich zu einem Zopf gebündelt.

Meine Accessoires sind limitiert. Jahrelang trug ich ein Foulard, bis ich eines Tages zur Krawatte wechselte. Seither trage ich jeden Tag eine Krawatte. Ich finde sie deshalb so toll, weil sie elegant ist und man sie im Laden nicht ausprobieren muss.



DIE PUMA REALITY BAG No. 2
In der ersten Dezemberwoche 2008 wurde in Miami Beach, Florida, die zweite von John Armleder entworfene «Reality Bag» vorgestellt. Die blaue Ledertasche mit dem roten Spinnenlogo enthält unter anderem Bleistifte und ein T-Shirt mit Spinnen-Logo.

Die Lancierung wurde von der einflussreichen Rubell Family unterstützt, deren aktuelle Ausstellung «30 Americans» von Puma gesponsert wird. Gezeigt werden Arbeiten von Stars und Newcomern der schwarzen US-Kunst-Community. Zugleich bot das Privatmuseum der Rubell-Family-Collection den perfekten Rahmen für den Event. Vom Erlös jeder verkauften Tasche in der limitierten Edition spendet Puma 100 Dollar an den «Contemporary Art Fund» der Rubell Collection und an das «Educational Programme» der Serpentine Gallery in London. Die «Reality Bag» ist in Zusammenarbeit von Puma und der Londoner Serpentine Gallery unter der Leitung des Schweizer Kurators Hans-Ulrich Obrist entstanden. Die erste von Armleder entworfene «Puma-Bag» mit dem «Hirn-Logo» wurde im Sommer 2008 bei Trois Pommés in Zürich lanciert. **Die neue Tasche ist ab dem 15. April exklusiv in den Puma Black Stores in Hong Kong, New York und Tokio zum Preis von 1900 Euro erhältlich. Ab dem 1. Mai kann man sie auch in ausgesuchten Fachgeschäften, Galerien und Museums-Shops finden.**