Jeff Koons : Koons Ad Nauseam

Autor(en): **O'Brien, Glenn / Kammenhuber, Anne**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern**

Band (Jahr): **- (1989)**

Heft 19: **Collaboration Jeff Koons, Martin Kippenberger**

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-679909

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

GLENN O'BRIEN

KOONS AD NAUSEAM

We won't have destroyed everything until we've destroyed the ruins too! But I don't see any better way than to balance them against beautiful buildings, beautifully planned. – Papa Turd, UBU ENCHAINE, ALFRED JARRY

I would like to see an expanding of the "power-base" of art, so that art has a larger meaning in the life of the people . . . Because my work remains on the surface, I give the masses a feeling of certainty. – JEFF KOONS

Jeff Koons makes me sick. – PETER SCHJELDAHL

To go with the flow is a cold crush. – THE COLD CRUSH BROTHERS

Jeff Koons' art is most amusing. It is provocative in the most archly targeted way. It makes grown art critics sick. His work riles because it hits 'em where they live. But oddly that sickness, perhaps a kind of motion sickness produced by the work bouncing off its context creating disorientation and loss of balance, produces in them a kind of secondary ecstasy. By emptying art of beauty, craft, metaphysics, romance, soul and other attributes traditionally possessed by it, and often considered essentials, he has gotten down to the real nitty gritty. The work is fine art as meta-knick-knack, marvellously titanic tchochkes – blow ups of ceramic kitsch that scream "all is one" at $150,000 a pop. It's a fierce, man-eating cuteness. It raises all sorts of horrid questions about things that are traditionally not questioned, or that are questioned only within arcane parameters as clearly understood as the rules of cricket in Pittsburgh, questions involving the meaning of

art, decoration, value and "scale madness" et damn cetera. Alchemy, the art of transforming base materials into gold, never had it so good.

But for me Jeff Koons' best work, most important work, is the splendid advertising campaign he mounted for his concurrent shows at Sonnabend Gallery in New York, the Max Hetzler Gallery in Köln and the Donald Young Gallery in Chicago. It consists of four different poses by Koons, a different one for each magazine. In ART IN AMERICA the artist stands in a fake field of flowers against a preternaturally blue sky. Perfectly coiffed and made-up, Koons makes eye contact with the camera but not with the two voluptuous bikini girls, one of whom is presenting him with a cake (or is, perhaps, about to strike him with it). Koons' left hand seems to be reaching toward his crotch but the entire crotch vicimity is obscured by a braying pony, possibly stuffed in a permanent Mr. Ed-the-talking-horse pose, but there's more here than meets the eye, as Koons may be signalling by holding a bridal bouquet. In ARTS MAGAZINE Jeff Koons sits with regal composure in his bathrobe (with a heraldic "N" crest on the pocket, standing perhaps for Napoléon, Neptune, Nathan Hale or Nice) before a Delphic looking cabana tent and behind the cleansing and healing turbulence of a jacuzzi-like pool. He is flanked by two seals (perhaps the sixth and seventh) wreathed in orchids. In ARTFORUM he's a school teacher on whose blackboard are written the lessons of the day: "Exploit the masses... Banality as Saviour... Sentimentality... Increase the power base."

Increasing the power base is something Koons talks a lot about in interviews, and it is true that to appreciate his work does not require any special knowledge or aesthetic training. If viewers have art-world training, their appreciation may be more elaborate, but, as critic Peter Schjeldahl pointed out in SEVEN DAYS, any oaf can dig it: "Koons' new work... is as self-explanatory as a kick in the stomach." But, of course, it's also a lot more fun and meaningful. Koons' products are of and by and partially for the people. Koons may be semi-self-deluded when he speaks of giving the masses a feeling of certainty (he's no Jim Bakker or Steven Spielberg), but his semi-self-delusion of mass appeal may be the beginnings of a grand delusion we can all enjoy.

The advertising version of Koons' work is cheap and accessible. It's great fun. It's thought provoking. And it brilliantly illuminates its context, good naturedly and casually staking out the art world's snooty and inhuman hubris. By mimicking no taste he creates a kind of Noh taste. In his personal appearance ads, flawlessly wrapped in foundation and powder, he becomes the artist as auto-embalmer, come to lay out the art-world.

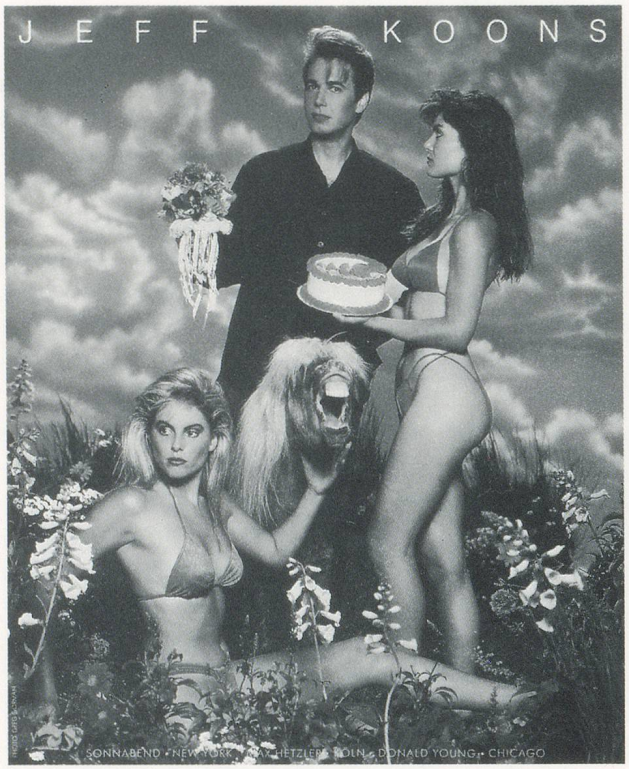
As cold as Koons' work would seem, his advertising involves the human element. He moves away from elitism, while firmly embracing it, by casting himself as a pop star. It's a role the people, whoever they may be, can understand. Best of all, the advertising is part of the show. The ad is his work. It takes the work outside the gallery and into the public eye and makes it so that anyone can afford to get in on it. It establishes Koons as the most libidinously vulgar of prim socialists, the most Stalinist of whores, the visionary inventor of a necessary fusion of workman-like Socialist Realism and rabid Rococo.

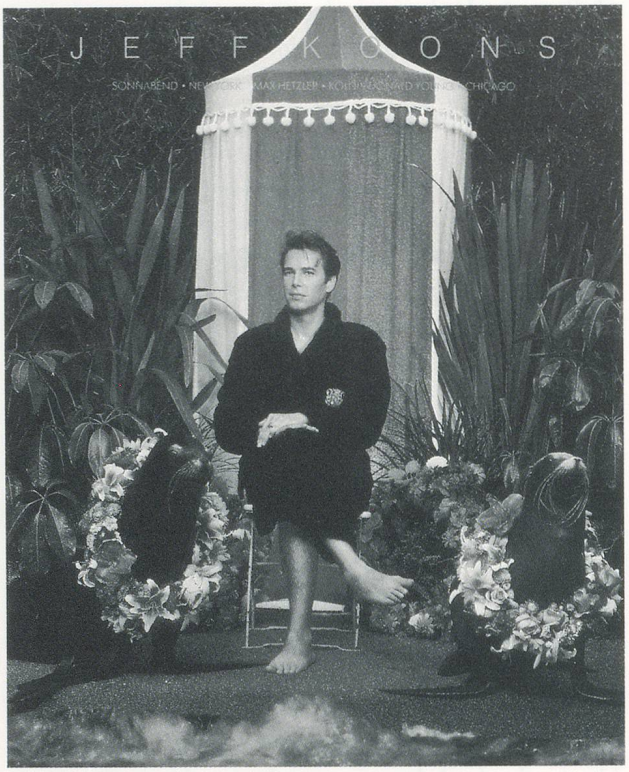
Art advertising may be the most conservative form of advertising. The biggest innovation in art advertising in recent years has been the decided shift from Helvetica and other sans serif type faces to serif bearing faces. It is generally expected that the name of the artist and the name of the gallery should be sufficient, or, more importantly, not oversufficient. It is assumed that the purpose of advertising a show is to announce it and nothing more. To use advertising for any other purpose, such as to promote sales, would be unseemly – not to mention the fact that ideally the show is already sold out to a select clientele. The only form of advertising that may be as con-

---

GLENN O'BRIEN writes a monthly column, "Like Art," for Artforum and a monthly column, "Glenn O'Brien's BEAT" for Interview.

JEFF KOONS' ADVERTISEMENTS IN FLASH ART AND ARTFORUM, NOVEMBER 1988.





servative is that which bears the disclaimer: "This advertisement is neither an offer to sell nor a solicitation of an offer to buy these securities . . ." But blue chip stocks, unlike blue chip art, may be purchased by the masses.

Koons reminds us of the old saw: "Cleanliness is next to godliness." If god is dead in art, then at least there is still cleanliness to remind us of the threshold of divinity. Koons is a neat guy and his ads are almost heroically clean. And in all of the photographs Koons looks quite flawless. His makeup is perfect, unless there is a hint too much lip gloss. But gloss is subject matter here. The spectrum of slickness is Koons' universe. And like his inspiration, Michael Jackson, he presents himself as the ardent eunuch, pre-empting passion, short-circuiting desire as a safety feature, clearing away the ruins, perhaps to start over, constructing an anti-matter universe.

If at first you don't succeed, yo, reverse polarity.

GLENN O'BRIEN

KOONS AD NAUSEAM

«Dreiteufelswanst! Erst wenn wir auch die Ruinen zerstören, haben wir alles zerstört. Aber dazu gibt es nur eine Möglichkeit: schöne ordentliche Bauten daraus machen.» Vater Ubu in UBU IN KETTEN, ALFRED JARRY

«Gerne sähe ich eine Ausdehnung der ‹Unterstützungsbasis›, der Macht-Basis für die Kunst, damit der Kunst im Leben der Menschen eine grössere Bedeutung zukäme . . . Mit meinen Werken, die an der Oberfläche bleiben, schenke ich der Masse ein Gefühl der Sicherheit.»
JEFF KOONS

«Der Gedanke an Jeff Koons macht mich ganz krank.» PETER SCHJELDAHL

«Mit dem Strom zu schwimmen ist doch das Geilste überhaupt.»
THE COLD CRUSH BROTHERS

Sehr amüsant ist sie, die Kunst Jeff Koons'. Eine aufs äusserste zielgerichtete Provokation. Da wird sogar alteingesessenen Kritikern übel. Es ärgert sie, dass Koons sie dort trifft, wo es ihnen ans Lebendige geht. Seltsamerweise ruft aber diese Übelkeit – vielleicht eine Art Bewegungsblockade aufgrund der am Kontext abprallenden Werke, der damit verbundenen Desorientierung und des Gleichgewichtsverlustes – bei den Leuten eine Art sekundärer Ekstase hervor. Indem er die Kunst der Schönheit, des Handwerks, der Metaphysik, der Romantik, der Seele und aller übrigen, traditionellerweise mit ihr verbundenen und als wesentlich erachteten Attribute beraubt, legt Koons ihren eigentlichen Kern frei. Seine Werke sind bildende Kunst in Form von Meta-Schnickschnack, phantastisch titanischem Nonsens, aufgeblähtem Keramik-Kitsch, der «alles ist eins» verkündet, und das jeweils zu einem Preis von 150 000 Dollar. Eine wilde, menschenfressende Anmut. Dabei stellen sich alle möglichen, abscheulichen Fragen über Dinge, die

normalerweise gar nicht, oder höchstens im Rahmen nur für Eingeweihte verständlicher Parameter geäussert und kaum deutlicher verstanden werden als die Regeln des gehobenen, britischen Kricket in der amerikanischen Industriestadt Pittsburgh: Bedeutung von Kunst, Verzierung, Wert, Verhältnisblödsinn und und und. Nie zuvor ging es der Alchemie – der Kunst der Verwandlung gewöhnlicher Grundstoffe in Gold – so gut.

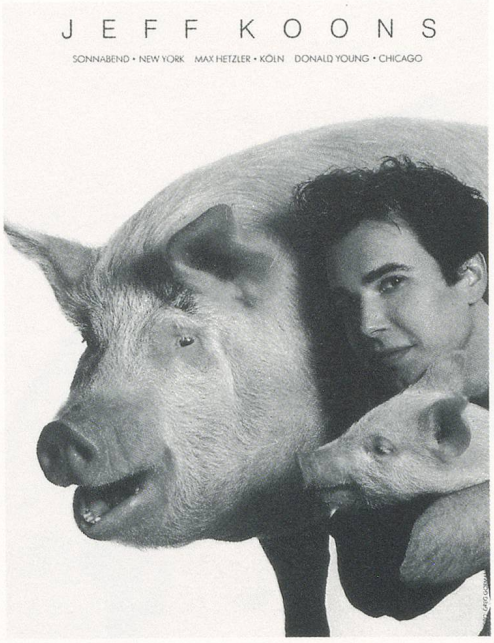
Bestes und wichtigstes Werk Jeff Koons' ist für mich jedoch die beispiellose Inseratekampagne, die er für die Simultanausstellungen in der Sonnabend Gallery in New York, der Galerie Max Hetzler in Köln und der Donald Young Gallery in Chicago lancierte. Sie umfasst vier verschiedene Koons-Posen, je eine für vier verschiedene Zeitschriften. In ART IN AMERICA *steht der Künstler inmitten eines artifiziellen Blumenfeldes vor einem übernatürlich blauen Himmel. Perfekte Frisur, perfektes Make-up. Koons mit Augenkontakt zur Kamera, nicht aber zu den beiden voluptuösen Bikini-Girls, deren eine ihm mit ihrer Linken Kuchen anbietet, oder vielleicht daran ist, ihm die Crème-Torte ins Gesicht zu schmeissen. Koons' rechte Hand scheint zwischen seine Beine zu fahren, doch ist diese Gegend von einem wiehernden Pony verdeckt, das, vielleicht ausgestopft, in einer lachenden Pose verharrt. Es ist allerdings mehr «da», als was sich dem Auge offenbart – wie Koons mit dem Brautbouquet in seiner Hand andeutet. In* ARTS MAGAZINE *sitzt er mit königlicher Haltung im Bademantel (mit heraldischem «N» auf der Tasche, was für Napoleon, Neptun, den amerikanischen Volkshelden Nathan Hale oder Nice stehen könnte) vor einem delphisch anmutenden Strandzelt, hinter der reinigenden, heilsamen Turbulenz eines Whirlpools. Ihm zur Seite zwei Seehunde, mit Blumen gekränzt. In* ARTFORUM *erscheint Koons als Lehrer, auf dessen Wandtafel geschrieben steht: «Exploit the masses... Banality as Saviour... Sentimentality... Increase the power base» (Beutet die Massen aus, Banalität als Erretterin, Sentimentalität, dehnt die Macht-Basis aus).*

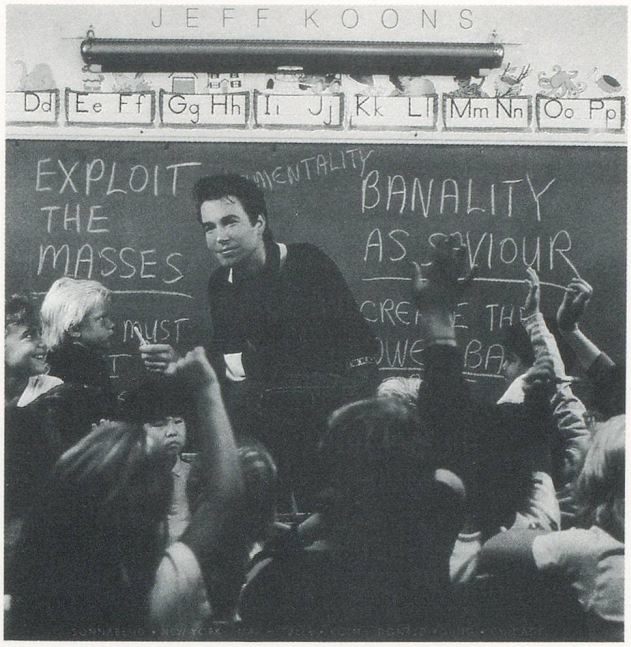
Die Verstärkung der Macht-Basis von Kunst kommt in Interviews mit Koons oft zur Sprache. Und tatsächlich werden seine Werke auch ohne Spezialkenntnisse oder ästhetische Schulung verstanden. Zuschauer mit geschultem Auge mögen sie vielleicht eher würdigen, aber, wie der Kritiker Peter Schjeldahl in SEVEN DAYS *hervorhebt, wäre jeder Dummkopf dazu fähig: «Koons' neue Werke... sprechen ebenso deutlich für sich wie ein Tritt in den Magen.» Sicher, aber sie machen mehr Spass und sind bedeutungsvoller. Koons' Werke sind eine Kunst über und für die Menschen. Zwar mag er sich zum Teil täuschen, wenn er davon spricht, der Masse ein Gefühl der Sicherheit zu schenken (ist er doch weder ein Fernsehprediger wie Jim Bakker noch ein Steven Spielberg), aber seine teilweisen Selbsttäuschungen punkto Ansprechbarkeit der Masse könnten der Beginn einer grossartigen Täuschung sein, an der wir uns alle ergötzen dürften.*

Die Inserate-Version von Koons' Werken ist billig und zugänglich. Sie macht einen Riesenspass, sie wirkt gedankenfördernd, und sie beleuchtet in brillanter Weise ihren Kontext, während sie froh und ungezwungen die überhebliche, inhumane Hybris der Kunstwelt thematisiert. Indem Koons die Geschmacklosigkeit mimt, erzeugt er eine Art Nicht-Geschmack. In seinen Ausstellungsinseraten wird er, makellos gepudert und retouchiert, zum Selbstbalsamierer, der der Kunstwelt den Teppich unter den Füssen wegzieht.

So kühl Koons' Werke auch wirken mögen, seine Inserate beziehen den Faktor Mensch voll mit ein. Sich vom «Elitismus» distanzierend, wirft er sich diesem in die Arme und macht sich selbst zum Popstar. Diese Rolle ist für die Menschen, wer immer sie sein mögen, verständlich. Am besten ist vor allem, dass die Werbung Bestandteil der Ausstellung ist. Die Inserate sind das Werk. Dabei nehmen sie das Werk aus der Galerie, tragen es in die Öffentlichkeit hinaus und machen es für jedermann erschwinglich. Koons etabliert sich als höchst libidinös vulgär unter biederen Sozialisten, als stalinistischste aller Huren, als visionärer Erfinder einer notwendigen Fusion zwischen kunstgerechtem Sozialistischem Realismus und rasendem Rokoko.

GLENN O'BRIEN schreibt monatlich je eine Kolumne für Artforum («Like Art») und Interview (Glenn O'Brien's BEAT).





JEFF KOONS' ADVERTISEMENTS IN ART MAGAZINE AND ART IN AMERICA, NOVEMBER 1988.

Die Kunstwerbung ist vermutlich die konservativste Form der Werbung überhaupt. Die bemerkenswerteste Innovation der letzten Jahre war hier der entschiedene Wechsel von Helvetica und anderen serifenlosen Schriftbildern zu Schriften mit Serifen. Im allgemeinen wird erwartet, dass der Name des Künstlers und der Name der Galerie ausreichend oder, noch wichtiger, nicht zuviel sind. Angenommen wird auch, dass der Zweck der Anzeige für eine Ausstellung darin besteht, diese anzukündigen, und weiter nichts. Die Verwendung der Anzeige für irgendeinen sonstigen Zweck – etwa um den Verkauf zu fördern – wäre unangebracht, geschweige denn die Erwähnung der Tatsache, dass die ausgestellten Werke im Idealfall bereits im voraus an eine auserwählte Klientel verkauft wurden. Die einzige vergleichbar konservative Form der Werbung ist wohl folgende: «Dies ist weder eine Verkaufsanzeige noch eine Ausschreibung eines Verkaufsangebots für die betroffenen Wertschriften...». Nur können eben Blue-chip-Aktien, im Gegensatz zur Blue-chip-Kunst, von jedermann erstanden werden.

Koons ruft ein englisches geflügeltes Wort in Erinnerung: «Cleanliness is next to godliness» (Reinheit ist der Göttlichkeit am nächsten). Wenn Gott in der Kunst tot ist, dann ist da zumindest noch die Reinheit, die uns eine Erinnerung an die Schwelle zur Göttlichkeit liefert. Koons ist ein sauberer Junge, und seine Inserate sind in beinahe heroischer Weise rein. Und auf allen Aufnahmen wirkt er absolut makellos. Sein Make-up ist perfekt, höchstens vielleicht eine Spur zuviel Lip gloss. Aber der Glanz ist hier schliesslich Thema. Koons' Universum umfasst das gesamte Spektrum der glatten Raffinesse. Und ebenso wie die Quelle seiner Inspiration, Michael Jackson, präsentiert er sich selbst als feurigen Eunuchen, mit präpotenter Passion: Kurzschluss der Begierde als Sicherheitsvorrichtung. Die Ruinen werden weggeräumt, vielleicht, um von neuem zu beginnen und ein antimaterielles Universum zu schaffen.
Solltest du beim ersten Versuch scheitern, so vertausche doch einfach die Polarität!

(Übersetzung: Anna Kammenhuber)