



Vom künstlichen Totenschädel

Damien Hirst und Reid Peppard provozieren, polarisieren und verdienen gut damit. Ihre Objets d'art bestehen aus toten Tieren oder gar einem Menschenschädel. Vom Spagat zwischen Kunstschaffen und Geldscheffeln.

Emanuel Riedmann

„Deine neue Halskette sieht ja aus wie etwas, das die Katze angeschleppt hat“, könnte einem fast herausrutschen. „Stimmt“, käme die Antwort der stolzen Besitzerin etwas überraschend, „nämlich von ‚Panasonic‘, der Katze von Reid Peppard.“ Die in London lebende Kalifornierin stellt in der Tat Luxusaccessoires aus toten Tieren her. Wie wär's mit einer Meerschweinchenhaarspange? Oder einem Rattenportemonnaie um 1200 Euro?

Der Engländer Damien Hirst wiederum gilt als einer der kontroversesten Künstler der Gegenwart. In seinem Œuvre finden sich zersägte Kühe, ein in Formaldehyd eingelegter Tigerhai und ein echter, diamantbesetzter Totenschädel. Letzteres ist wohl sein berühmtestes Werk. *For the Love of God* (eine Abbildung finden Sie auf dem Titelblatt der vorliegenden Ausgabe von *economy*) besteht aus 8601 Diamanten und dem Schädel eines Menschen aus dem 18. Jahrhundert. Angeblich wurde es für etwa 75 Mio. Euro verkauft, was es zum weltweit teuersten Kunstwerk eines lebenden Künstlers machen würde.

Wunderschön hässlich

„Was mir gefällt, ist dieser Widerspruch: ein wunderschönes Foto von etwas Entsetzlichem“, beschrieb Hirst einmal seine Faszination für illustrierte Pathologiebücher. Dasselbe ließe sich auch unschwer auf manche seiner Werke anwenden. „Mich interessiert es, Schönheit und Verwendbarkeit in ‚Abfällen‘ zu finden“, erklärt ihrerseits Peppard, die übrigens nur Tiere verarbeitet, die bereits durch

Straßenverkehr, Kammerjäger oder unter allzeit bereiter Mitwirkung ihrer Katze umgekommen sind. Als schlicht „makaber“, „geschmacklos“ oder „pervers“ wird ihre Kunst oft abgetan. Dabei kann man dem Spiel mit verdrehtem Kontext, dem Verwischen von Grenzen einen gewissen Grad an Genialität nicht gänzlich absprechen. Auch wenn die Idee, etwa mit toten Tieren zu arbeiten, nicht mehr ganz neu ist, so hieven sie die beiden doch auf eine neue, zeitgemäß visuellere Ebene.

„Man kann eine ganze Weile neben jemandem herumstehen, bevor er merkt, dass man zwei tote Ratten auf dem Kopf trägt, die einen Totenkopf halten“, wundert sich Peppard über das dumpfe Nebeneinander in Englands Großmetropole. Allein Superlative scheinen heute sichtbar zu sein. Wenn Individualismus und Anonymität aufeinanderstoßen, verschoben sich die Geschmacksgrenzen. Hirst und Peppard loten diese Grenzen gern aus oder erfinden sie neu. Nichts scheint ihnen dabei unangenehm zu sein. Außer Understatement.

For the Love of Go(l)d

„Geld ist irrelevant“, erklärte Hirst noch vor elf Jahren. Wenn man große Kunst schaffe, können sich die Kunsthändler „gegenseitig in den Hintern bumsen“, wies er den wirtschaftlichen Aspekt von Kunst grob formuliert von sich. Doch Hirst hat sehr früh verstanden, wie der Kunstmarkt funktioniert.

Für den diamantbesetzten Totenschädel *For the Love of God* wollte – oder konnte – offenbar niemand die verlangten 75 Mio. Euro berappen. Schließlich erstand ihn ein Konsortium, dem peinlicher-



„Man muss manchmal über die Grenzen hinausgehen, um herauszufinden, wo sie sind“, meint Enfant terrible Damien Hirst. Foto: EPA

weise auch Hirst selbst und seine Galerie „White Cube“ angehörten. Es wird sogar gemunkelt, dass alles nur Show war und das Werk gar keinen Käufer gefunden habe. Die Transaktion war jedenfalls exzellent inszeniert, brachte Hirst eine breite Öffentlichkeit und schraubte die Listenpreise seiner Arbeiten nach oben. Geld ist eben doch relevant. „Hirst ist eine Marke, weil die Kunstform des 21. Jahrhunderts das Marketing ist“, schrieb *The Guardian*. Tatsächlich ist Hirst mittlerweile ein überaus gewiefter Geschäftsmann, der fast mehr als erfolgreicher Sammler und Kurator tätig zu sein scheint denn als aktiver Künstler.

Offenbar müssen weder Hirst noch Peppard Hunger leiden. Hirst hat aus „England ein anderes Land gemacht“, lobt ihn Hans Ulrich Obrist, Kurator an der Serpentine Gallery in London. Peppard gilt seit ihrer erfolgreichen Debütshow „Vermin“ letzten September als heiß begehrte Newcomerin, zählt Berühmtheiten wie Lady Gaga zu ihren Kunden. Beide setzen auf Visibilität und den Schockmoment. Nicht

selten taucht der Vorwurf auf, ihre Kunst sei laut, aber seicht, habe außer Provokation nicht viel zu bieten. Andere wiederum bewundern insbesondere Hirsts Vermarktungsgeschick als Kunst an sich.

Hass, Bewunderung, Ekel, Faszination – nur Gleichgültigkeit ist nicht unter den Reaktionen zu finden. Ist aber der Preis, etwa für *For the Love of God*, auch gerechtfertigt? Beider Künstler Werke richten den Blick auf Übersehenes, auf Verdrängtes, hinterfragen eingefahrene Sichtweisen. In gewisser Weise machen das die Bücher von Charles Bukowski auch. Und die gibt es bei Amazon schon um sympathische acht Euro. Mit dem Argument „Nicht einmal Geld hat einen Selbstwert“ wird die Frage, ob für einen Totenkopf mit alter, zu durchsichtigem Stein gepresster Kohle zu viel oder zu wenig bedruckte Papierscheine ausgetauscht worden seien, gern ad absurdum geführt. Wie viel dafür bezahlt wird, betrifft schlussendlich nur den Künstler und genialen Geschäftsmann Damien Hirst. Und den Käufer. Also Damien Hirst?