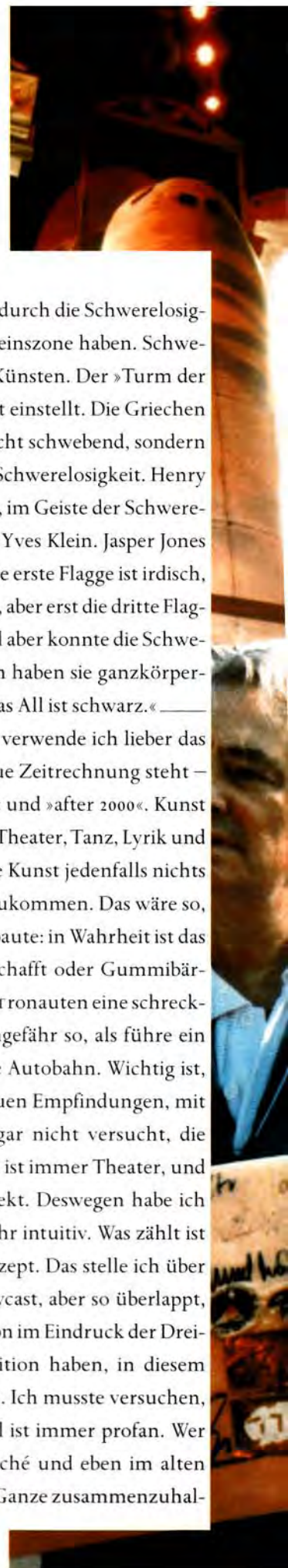


es steht alles, es fällt nichts

— CHARLES WILP

Wer jemals eine Vollbremsung im Hirn oder im Herz hatte, wird durch die Schwerelosigkeit das Erlebnis einer anderen Merkwelt, einer neuen Bewusstseinszone haben. Schwerelosigkeit ist die Triebfeder für alles Kreative, nicht nur in den Künsten. Der »Turm der Winde« in Athen zeigt zum ersten Mal, wie sich Schwerelosigkeit einstellt. Die Griechen haben es geschafft, einen Körper nicht fliegend, nicht irdisch, nicht schwebend, sondern schwerelos darzustellen. Michelangelo hatte ein Gespür für die Schwerelosigkeit. Henry Moore hat trotz dieser Tonnen von Bronze, die er verarbeitet hat, im Geiste der Schwerelosigkeit gearbeitet. Oder denken Sie an diese Immaterialität bei Yves Klein. Jasper Jones war mit seinen drei Flaggen der Schwerelosigkeit auf der Spur: die erste Flagge ist irdisch, die steht irgendwo und kommt nicht weg. Die zweite Flagge fliegt, aber erst die dritte Flagge – das ist die Schwerelosigkeit. Bis zum Aufstieg Gagarins ins All aber konnte die Schwerelosigkeit nur mental empfunden werden, erst die Astronauten haben sie ganzkörperlich erfahren als grenzenlosen Zustand: »Die Erde ist blau und das All ist schwarz.« — Ich spreche eigentlich gar nicht mehr von Kunst. Statt »Kunst« verwende ich lieber das Wort ARTRO, das einfach gar nichts aussagt, sondern für eine neue Zeitrechnung steht – für die Zeit nach dem Jahr 2000; und deshalb gibt es »before 2000« und »after 2000«. Kunst bedeutete schon für Goethe vor allem »Künstler«, er sprach über Theater, Tanz, Lyrik und Poesie, aber er vermied den Begriff »Kunst«. Im Weltraum hat die Kunst jedenfalls nichts zu suchen. Dem Kosmos ist nicht mit gekünstelten Dingen beizukommen. Das wäre so, wie wenn man ein »künstliches Gehirn« aus Marmor oder Gips baute: in Wahrheit ist das Gehirn selbst das Kunstwerk. Dass Stiefmütterchen ins All geschafft oder Gummibärchen an Shuttle-Wände gehängt werden, ist Astronauten und ARTronauten eine schreckliche Vorstellung, etwas regelrecht Pornografisches. Es wäre ungefähr so, als führe ein Porschefahrer in Hosenträgern hinter Klöppelgardinen über die Autobahn. Wichtig ist, wie der Weltraum die Erdlinge mit neuen Sensibilitäten, mit neuen Empfindungen, mit neuen Sinnlichkeiten beliefert. — Deshalb habe ich auch gar nicht versucht, die Schwerelosigkeit in der Ausstellung zu »simulieren«. Simulieren ist immer Theater, und vor dem Theater haben die Menschen keinen wirklichen Respekt. Deswegen habe ich auch minimalistisch und wenig kostspielig gearbeitet – dafür sehr intuitiv. Was zählt ist das geistige Konzept, das Empfindungskonzept, das Erlebniskonzept. Das stelle ich über die ganze Ausstellung – drei Sterne, als Fotos eingegossen in Stycast, aber so überlappt, dass ich gar keine Fotos mehr sehe, sondern eine Sternenformation im Eindruck der Dreidimensionalität. Die Menschen müssen das Gefühl, die Intuition haben, in diesem Schaum aus Stycast und flüchtigen Bildern selbst drinzustecken. Ich musste versuchen, sie so aufzuladen, dass wir ohne Material auskommen. Material ist immer profan. Wer darauf in einer solchen Ausstellung setzt, produziert Pappmaché und eben im alten schlechten Sinne Ausstellungsarchitektur. Als Konzept, um das Ganze zusammenzuhal-





Charles Wilp bei
der Vorastronauten-
prüfung der NASA
Foto: Art and Space

ten, hat das Motiv der »Milchstraße« gereicht. In anderen Ausstellungen hängt hier was und da was, aber das ist keine Kontinuität. Die Menschen haben mehr davon, wenn sie in einen leeren Raum kommen, wenn sie atmen können, als wenn der Raum voll gestopft ist mit allen möglichen Requisiten. — Der rotierende Tunnel im Raum »Deep Space«, das kommt an die Schwerelosigkeit heran und zwar so, dass es den Leuten hoffentlich schummrig wird. Menschen sind von Natur aus leicht in der Lage, Appelle – zum Beispiel solche der Werbung – geistig zu absorbieren. Aber wenn sie das können, sind diese Appelle schlechte Kunst gewesen. Das muss ohne den Umweg über das Gehirn direkt ins Unterbewusstsein gehen. Die ganze Ausstellung ist ja eben dieses Unterbewusste. Und von hier aus erschließt sich vielleicht der Zusammenhang zwischen meiner Arbeit für die Werbung und der Idee der Schwerelosigkeit. Als Fotograf habe ich so lange experimentiert, bis ich durch Farbwahl aus dem Tageslichtspektrum Unschärfe erzeugen, Rasterpunkte überbrücken und somit den ganzen Rasterton, dieses Mechanische, aus den Bildern herausbekommen konnte. Die enge Zusammenarbeit mit Naturwissenschaftlern hat mich immer inspiriert. Damit ich für Werbefotos Vereisung künstlich erzeugen konnte, hat mir Rudolf Mößbauer vom Kernforschungszentrum Jülich den Ratschlag gegeben, ein Gemisch aus flüssigem Helium, Sauerstoff und tiefgefrorener Kohlensäure zu verwenden. Der hat später mit Recht den Nobelpreis erhalten. Alle möglichen Leute haben versucht, das zu kopieren, aber es kam nur Christbaumschmuck heraus, weil der wissenschaftliche Fundus fehlte. Ich kriege heute noch fast jeden Tag Faxe von Kunsthochschülern, die mich zu »Afri-Cola« befragen wollen. Ich antworte: »Danke schön, aber um das zu verstehen, müsst ihr euch erstmal mit dem Weltraum beschäftigen.« Meine Aufgabe war, im Leben nicht Werbung zu machen, sondern Schwerelos darzustellen. Damals habe ich mich nie gefragt, ob Werbung Kunst ist. Ganz sicher war ich mir hingegen, dass Kunst immer auch Werbung ist. Joseph Beuys hat das auch immer gewusst, mit seinen siebentausend Eichen: das war zunächst die Projektion einer Idee, die momentane Eingabe eines infernalischen oder eines göttlichen Gedankens, Beuys war bereit, das zu realisieren und das war der große Werber in ihm – für sich und für die Kunst, wie er mir auf dem Totenbett gesagt hat. So wie ich von meinem Vater – er war Saatguthändler – eine Art »Warenbewusstsein« geerbt habe, so verdanke ich meiner Mutter ein sehr spezielles Imaginationsvermögen und das Fehlen jeder Scheu vor ganz vordergründiger Virtuosität. Wenn sie als Klavierbegleiterin von Stummfilmen in den Filmstudios von Babelsberg nach drei Stunden unentwegten Spielens auf der Leinwand einen Eimer runterfallen sah, spielte sie eben »prrrrrrumm«. Das ist also in mir drinnen genauso wie andere ästhetische Erfahrungen in meiner Biographie: wenn ich heute ins Weltall hinaushorche, höre ich immer noch diese kreischige Stimme in hochfrequenten Tönen, womit der Karajan mich wahnsinnig gemacht hat, als ich in seiner Zeit als Generalmusikdirektor in Aachen für ihn gearbeitet habe. — Werbung ist Synästhesie aus Architektur, Musik, Kunst: man kann an den »Mondlilien« in der Ausstellung sehen, was ich meine. Die »Mondlilie«, die in der geringeren Schwerkraft des Mondes in die Höhe wächst, ist in ihrer Gestalt so reduziert, dass sie einen immateriellen Eindruck abgibt, es ist keine Totenblume mehr, sondern genau das Gegenteil: die Blume der Freude aus einer alten Geschichte. Lange habe ich darüber nachgedacht und mich gefragt: »Wie machst du das?« Zunächst habe ich eine feine, emotional aufgeladene Lilie genommen, sie sehr schön fotografiert mit alten Techniken von Man Ray, bei dem ich das Lichtsetzen gelernt habe. In der Lilie stecken etliche

Vorbilder aus der Kunst, ich erfinde ja nicht immer das Rad neu, die Lilie ist eine Reproduktion der gesamten letzten tausend Jahre. Und dann kam dieses gottgesandte Material Stycast, wo im Material selbst, ohne dass jetzt Farben oder ein Firnis nötig gewesen wären, etwas floss, etwas lebendig wurde. Und die Symbiose, die geistige Symbiose mit dem Gold, der goldbedampften Satellitenfolie, das war die Steigerung der Lilie. Aber es war immer noch nicht perfekt, es war immer noch zu sehr eine richtige Lilie, die wollte ich weghaben, also habe ich zunächst einmal eine Farbe eingeführt, die die Weltraumfahrt uns nahegebracht hat. Aus den Trümmern der verglühten »Ariane« habe ich ein neues Farbspektrum rausgezogen, vor allem ein bestimmtes Grün, und die Lilie so verfremdet. Ich nehme Stycast mit Kapton, um das Ganze auch noch milchiger zu machen, um das vor allen Dingen noch oszillierender zu machen, also die Schönheit und Feinheit wollte ich optisch ausdrücken können. Die Mondlilie ist das Zeichen der Reinheit, die bestgestaltete Blume überhaupt. Diese wunderbare Kombination mit Gold, diese Reinheit, dieses Weiß und diese frischen Materialien. Kein Wunder, dass die Wissenschaftler von »Engelssperma« sprechen, wenn sie das sehen, natürlich nur hinter vorgehaltener Hand, sonst reden sie lieber von erstarrter Marmelade oder einfach von Stycast, sonst läuft das nicht in den Weltraumbehörden, und sie verlieren ihre Pension. — Schwerelosigkeit ist ein Suchtgefühl. Es ist gar nicht das Fliegen allein, sondern diese ungeheure Sensibilität für eine Droge, eben Schwerelosigkeit. Solche Rauschzustände können Sie auch bei Gewitterstimmung im Hochgebirge haben, man braucht jedenfalls nicht LSD oder »Afri-Cola« dafür, aber man kann ja nicht immer ins Hochgebirge gehen. Ich habe in den Labors in Jülich alles mögliche mit mir anstellen lassen, mir sogar isotonenangereichertes Blut in die Venen spritzen lassen und so was. Jedenfalls sind Drogen einfach Hilfsmittel, um die Schwerelosigkeit zu fühlen, den All-Orgasmus. So wie ich das in jungen Jahren schon als Pflastermaler empfunden habe: Maria Magdalena mit der »Afri-Cola«-Flasche in der Hand



①

auf dem Trottoir, und dazu regnete es und alles lief an der Flasche runter, dieses Blau, das ich damals verwandt habe, Blau und Rot und andere Farben, und mein Ziel in dieser Ausstellung ist erreicht, wenn das passiert im Unterbewusstsein der Menschen, wenn sie für einen Augenblick vernebelt, drogiert, irra-



tionalisiert aus der »Deep Space«-Tonne herauskommen. Die Erfahrung der Schwerelosigkeit wird die Menschheit weiterbringen, oder doch zumindest junge Kunststudenten, die sonst auf der Akademiecouche liegen, denen vom Vereinsleben ergraute Professoren mit diktatorischen Manieren beibringen wollen, wie ein Körper aussehen muss, mit hängenden Haaren und fallenden Augenlidern. Wenn aber so ein Körper in der Schwerelosigkeit fliegt, heißt das, er fliegt in der Vollschönheit des Körpers. Es steht alles, es fällt nichts. Beim Anblick des Sternbildes habe ich im Bewusstsein, dass der Sternenhimmel in Wahrheit gar nicht mehr derselbe ist, wenn wir ihn sehen. Denn viele Sterne sind dann schon verglüht, erkaltet, es gibt sie nicht mehr. Dieses Immaterielle sehe ich im Sternenhimmel. Also: jeden Abend zwei Minuten in den Himmel gucken, empfehle ich jedem Staatsbürger, jedem Menschen, um das Bewusstsein zu erweitern. Werbung für den Weltraum sollte unser aller Arbeit sein.