

Im Kopf nur Schokolade

Renzo Martens ist einer der umstrittensten Künstler der Gegenwart: Aus Kunst macht er Entwicklungshilfe, jetzt in Berlin zu besichtigen **VON KOLJA REICHERT**



Hergestellt hat die Skulptur nicht der Künstler Renzo Martens, er vermittelt sie nur. Geförmt wurde sie von kongolesischen Kakaobauern, die jetzt auf dem Kunstmarkt eine neue Einkommensquelle erschließen

Foto: Polly Thomson/Revo, Fotomuseum/diagramm

Liegt es an der braunen Farbe, dass dieser Kopf an afrikanische Skulpturen erinnert? Allerdings ist er nicht aus Holz, sondern aus Schokolade und fühlt sich irgendwie falsch an: als wäre dies das Selbstporträt eines Afrikaners als Riesenpraline.

Die Berliner Galerie KOW zeigt in den kommenden Tagen, in der mit Abstand ungewöhnlichsten Ausstellung des Gallery Weekend, gleich mehrere Skulpturen des Künstlerbundes kongolesischer Plantagenarbeiter. Manche sind bis zu 160 Zentimeter groß, einige kosten bis zu 13 000 Euro, alle sind sie aus Schokolade. Ihre Schöpfer lebten bislang von der Arbeit auf Palmöl- und Kakaopflanzungen und konnten mit 20 Dollar Monatslohn kaum ihre Familien über die Runden bringen. Bis der holländische Künstler Renzo Martens kam und ihnen vorrechnete, wie sie das 7000-Fache verdienen könnten: indem sie als Künstler in den globalen Kunstmarkt einsteigen. »Diese Menschen hatten bisher keine Möglichkeit, mit uns zu kommunizieren«, erklärt Martens. »Das einzige Medium, in dem sie mit uns in Austausch treten, ist Schokolade.«

Über kaum einen anderen Künstler lässt sich derzeit so gut streiten wie über Martens. Die einen bewundern ihn für seine Chuzpe, andere nennen ihn einen groben Zyniker. Mal tritt er als Künstler auf, mal als Entwicklungshelfer, mal als Unternehmer. Und sobald man versucht, ihn auf eine Rolle festzulegen, wird man schon hineingezogen in seine Inszenierung, die so grenzenlos und voller Schwindel effekte ist wie ein Brueghelsches Wimmelbild.

Bekannt wurde Martens mit seinem Dokumentarfilm *Enjoy Poverty (Episode 3)* aus dem Jahr 2008, den viele skandalös finden. Darin zeigt er sich selbst, er – ein Fitzcarraldo mit blauen Augen und Strohhut über zurückgekämmtem Haar – durch den kongolesischen Dschungel zieht, begleitet von Lastenträgern, die schwere Altkisten schleppen. Statt Hilfsgütern enthalten sie Neonbuchstaben, die Martens in kargen Dörfern als Installation aufbaut. *Enjoy Poverty* leuchtet es über den Köpfen der feiernden Bauern. Eine Inszenierung, die auf den ersten Blick menschenverachtend wirkt.

Doch Martens spricht in seinem Film auch mit Nachrichtenfotografen, Rebellen, Entwicklungshelfern, Weltbank-Vertretern, und nach und nach stellt sich heraus, dass die letzte Ressource, die den armen Bewohnern des eigentlich rohstoffreichen Landes bleibt, tatsächlich ihre eigene Armut ist. Von dieser Ressource können bislang nur westliche Fotografen gut leben, die mit den immer gleichen Bildern des Leids ihr Geld verdienen. Deshalb blüht Martens in die Rolle des Entwicklungshelfers und gibt lokalen Hochzeitsfotografen Nachhilfe im Fotografieren hungernder Nachbarn, um ihnen den Einstieg in den lukrativeren Bildermarkt westlicher Medien zu ermöglichen.

Wenn die Fotografen sich mit ihren veralteten Apparaten schüchtern an todkranke Kinder heranspielen, möchte man sich als Zuschauer dazwischenwerfen. Es tritt der ganze Zynismus der Elendfotografie zutage. Und es wird klar, dass Martens die kongolesischen Fotografen seinem Publikum vorführt – denn für ihre unscharfen Bilder gibt es schlicht keine Nachfrage; für Martens' Bilder hingegen schon. So ist sein Film auch eine Selbstanklage: Er zeigt das System der Ausbeutung durch Kameras am Beispiel seiner eigenen.

Zugleich hält Martens auch uns, dem Publikum, den Spiegel vor: *Enjoy Poverty*, dieser Appell meint auch all die treuerhizigen Ausstellungsbesucher, die nicht genug davon bekommen, auf Biennalen rund um die Welt das Elend der anderen kritisch zu beäugen. Genießt, ruft Martens ihnen zu, euer gutes schlechtes Gewissen! Denn ja, es ist

nicht ohne Bigotterie, wenn wir uns politisch engagierte Kunst ansehen. Als hätten Fischer im Nigerdelta etwas davon, wenn wir ihnen in hochauflösenden Videobildern beim Kampf gegen Ölkonzerne zusehen, mit deren Öl wir anschließend nach Hause fliegen.

»Das ist Trompe-l'Œil-Malerei«, sagt Martens. »Die tatsächlichen Effekte unserer Kunst zeigen sich nicht in den Regionen, von denen sie handelt, sondern in Berlin-Mitte oder der Lower East Side, wo Museen und Galerien ein attraktives Klima für Investoren schaffen.«

Man kann es zynisch finden, wenn Martens Kunst auf ihre wirtschaftliche Nebenwirkung reduziert – oder es als satirische Überspitzung gelten lassen, wenn er den Schluss zieht: »Künstler sollten selbst die Kontrolle über die Gentrifizierung übernehmen, die sie produzieren.«

Parallel zu seiner Galerieausstellung wird Martens in den Räumen der Berliner Kunst-Werke, der Keimzelle der Aufwertung Berlins seit den neuziger Jahren, eine Außenstelle seines Instituts für menschliche Aktivitäten (IHA) eröffnen, das er 2012 auf einer Palmölplantage am Kongo gründete. Von hier kamen einst die Skulpturen des Bembe-Volks in die Museen in Europa und inspirierten Picasso und die Expressionisten – während zugleich die einheimischen Künstler in Missionarsschulen und auf Plantagen geschickt wurden. Bis 2009 gehörte die Plantage der Firma Unilever, heute einer der größten Sponsoren zeitgenössischer Kunst. Gedeutet vom Nachfolger, dem Feronia-Konzern, eröffnete Martens ein »Gentrifizierungscamp«, um den so oft beklagten Aufwertungsprozess durch Kunst dort anzustoßen, wo er gebraucht wird.

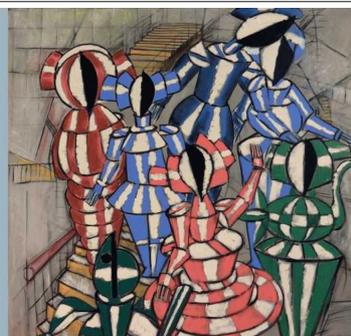
Theoretiker aus Europa hielten Vorträge über Kunst und globale Arbeitsteilung, Künstler aus Kinshasa gaben Workshops. Als Martens mit einer riesi-

Selfie deutscher Förderkultur aus. Martens begreift die Wirtschaft selbst als künstlerisches Medium und betreibt ein wirkliches Geschäft. Statt Kunst über Missstände in Krisenregionen zu produzieren, bestellt er die Kunst vor Ort. Er öffnet den lukrativen Markt symbolischer Werte für die Rohstoffproduzenten, lässt nicht nur die Mythen des Abendlandes ihren Ausdruck in Kakao finden, Osterhase und Weihrauchmann, sondern auch Themen wie Armut, Krankheit und Kolonialgeschichte. Dank Künstlern wie Hans Haacke oder Michael Asher werden Kunstwerke daran gemessen, wie sehr sie den Kontext ihrer Entstehung sichtbar machen. Die Schokoladenskulpturen aus dem Kongo sind so kontextspezifisch, wie es irgend geht.

Das IHA hat inzwischen flussabwärts ein neues Quartier bezogen, wo mit Lehm aus dem Flussbett die Skulpturen entstanden, die jetzt in Berlin zu sehen sind. Die Originale wurden in 3-D gescannt und in Amsterdam, dem weltgrößten Kakaohafen, von Pâtisseries nachgegossen. Der Konzern Barry Callebaut hat die Schokolade dafür kostenlos zur Verfügung gestellt, produziert aus Bohnen, die teils tatsächlich von den örtlichen Plantagen stammen, wie Martens recherchierte. Im vergangenen Winter waren bereits Skulpturen in Cardiff ausgestellt, wo Renzo Martens für den renommierten Kunstpreis Artes Mundi nominiert war. Mit der Galerieausstellung in Berlin und einer weiteren in Amsterdam kommen sie jetzt zum ersten Mal als Ware auf den Kunstmarkt, ein Schokokopf ist schon für 39 Euro zu haben. So führt Martens die Ärmsten der Welt und die Reichen der Welt zusammen, mit nüchternen Mitteln der Ökonomie.

Doch das soll nur der Anfang sein. »Ich will, dass die Köpfe in den Regalen von KaDeWe und Galeries Lafayette stehen«, versichert Martens im eindringlichen Tonfall eines Unternehmers, der

BELTRACCHI



FREIHEIT

München | 08. Mai – 23. Oktober 2015
www.artroom-9.de

gen Ballon-Skulptur von Paul McCarthy die Spektakellogik des Kunstbetriebs zwischen die Baumwipfel am Kongo bringen wollte, fand er die Strafen von Polizei versperrt. Feronia warf ihm vor, zivile Unruhen zu stiften – mit Kunst, ausgerechnet.

Martens bewegt sich in einem Genre, das auch Christoph Schlingensiefel erkundet hat: Satire, die in der Realität aufgeht, in der alles Material wird und jeder zum Akteur. Doch nimmt sich im Vergleich Schlingensiefels Operndorf in Burkina Faso wie ein

sich durch nichts wird bremsen lassen. »Ich will 10 000 Stück pro Jahr verkaufen!« Den Gewinn wollen die Mitglieder der Künstlerkolonie gleichmäßig aufteilen. Und einen Teil legen sie zurück, um weitere Künstlerzentren zu gründen.

Schon hat Martens die ersten 2000 Euro Erlös aus dem Verkauf der Schokoskulpturen an den Kongo gebracht – und auch einige Köpfe. Er gerät ins Schwärmen, als er erzählt, wie man sie gemeinsam verpfeift, im Schatten eines Mangobaums.

ANZEIGE

KINO



Jetzt im Kino

- | | | |
|---|------------------------------------|--|
| AACHEN
Apollo | ESSEN
Filmstudio | LÜBECK
Filmhaus |
| ASCHAFFENBURG
Casino | FRANKFURT
Harmonie | MÜNCHEN
Neues Arena,
Kino Breitband |
| BERLIN
Filmkunst 66,
Kino in der
Kulturbrauerei | FREIBURG
Harmonie | SEEFELD
Seefeld |
| BIELEFELD
Kamera | HAMBURG
Abaton, Koralle | NÜRNBERG
Metropolis |
| BONN
Rex | HANNOVER
Apollo | OLDENBURG
Casablanca |
| BREMEN
Schauburg | HEIDELBERG
Karlstorokino | OSTENTOR
Ostentor |
| DRESDEN
Programmokino
Ost | KASSEL
Filmaden | STUTTGART
Delphi |
| DÜSSELDORF
Bambi | KÖLN
Odeon | WIEN
Calligari |
| | LEIPZIG
Passage | WÜRZBURG
Central |

KUNSTKOMPASS
EDITION
OTTO
PIENE



WIR ZEIGEN KUNST.

Sichern Sie sich Ihr Original aus der WELTKUNST Kunstkompass-Edition:

Otto Piene, »Wetter« 2014, Reliefsiebdruck, 100 x 75,6 cm
100 Exemplare insgesamt, davon 40 Exemplare für WELTKUNST,
Vorzugspreis: 2950 Euro

Jetzt bestellen: +49-40/32 80-3460 | edition@weltkunst.de
Preis inklusive Mehrwertsteuer, zzgl. Versandkosten. Der Versand erfolgt gegen Vorkasse.
Die limitierten Kunstwerke werden in der Reihenfolge des Bestelleingangs vergeben.

ZEIT  KUNSTVERLAG

Kontakt für Anzeigenkunden
040 / 32 80 313

Regina.Brose@zeit.de 040/3280472

DIE ZEIT