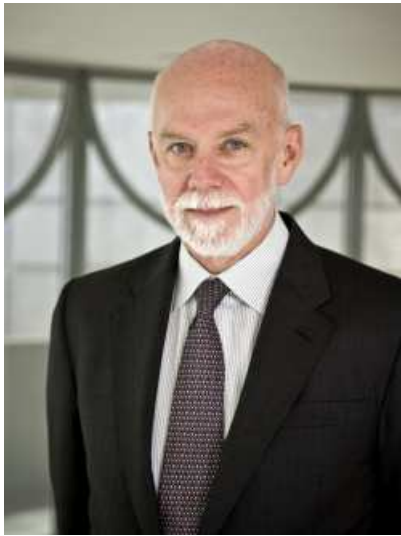


Ein Ort zum Träumen

Der neue Guggenheim Direktor Richard Armstrong im Interview



Seit November 2008 bekleidet er einen der wichtigsten Posten der internationalen Museumslandschaft: als Direktor der Solomon R. Guggenheim Foundation und des New Yorker Guggenheim Museums wird Richard Armstrong die zukünftige Ausrichtung der global agierenden Institution prägen. Der studierte Kunsthistoriker gilt als überaus erfahrener Museumsmann. So organisierte er als Kurator am Whitney Museum of American Art vier Biennalen und zahlreiche Ausstellungen zeitgenössischer Künstler. Danach leitete er zwölf Jahre lang das Carnegie Museum of Art in Pittsburgh. Zur Eröffnung von "Picturing America" am 6. März im Deutsche Guggenheim wird er erstmals in seiner neuen Funktion Berlin besuchen. **Claudia Bodin** hat sich mit Richard Armstrong über seine Pläne für die Guggenheim Museen unterhalten.

Claudia Bodin: Die heißen Sommer in Washington D.C. scheinen für Ihre Karriere in der Kunstwelt verantwortlich zu sein. Als Teenager flüchteten Sie in die klimatisierten Museumsräume und entdeckten in der Phillips Collection ein Gemälde von Arthur Dove.

Richard Armstrong: Ich bin da wirklich hineingestolpert. Ich war ungefähr fünfzehn, ruhelos und wusste nicht so genau, wie es mit meinem Leben weitergehen sollte. Ich sah dieses Gemälde und dachte: Es spricht zu mir. Später wollte ich Stadtplaner oder Architekt werden. Aber ich war handwerklich völlig unbegabt und nicht diszipliniert genug, um den ganzen Tag am Schreibtisch zu sitzen. Dann nahm ich mir vor, über politische und soziale Themen zu schreiben, aber letztendlich war ich nicht sicher, ob mich das auf Dauer wirklich interessieren würde. Bildern und Skulpturen kann man hingegen die unterschiedlichsten Bedeutungen zuschreiben. Und ich entdeckte, dass ich sehr gerne mit Künstlern zusammen bin.

Sie haben Ihre Privatsammlung einmal mit Ihrem Ausweis verglichen.

Als ich jung war, habe ich manchmal Künstlern, mit denen ich oft zusammen war, ein paar hundert Dollar gegeben, damit sie an ihren Sachen weiterarbeiten konnten. Als meine Freunde und als Künstler waren sie in der Lage etwas zu sagen, für das ich keine Worte fand. Und ich gab ihnen Geld, damit sie diese Dinge auch weiterhin sagen konnten.

Seit kurzem sind Sie Direktor der Solomon R. Guggenheim Stiftung und des New Yorker Guggenheim Museums. Welche Fähigkeiten muss man gerade jetzt für diesen Job besitzen?

Es ist ganz nützlich, wenn man vermeintliche Widersprüche zu schätzen weiß und willens ist, unterschiedliche Menschen zu beschäftigen, die von ganz unterschiedlichen Dingen motiviert werden. Zum Job in einem Museum, das sich mit der Gegenwart auseinandersetzt, gehört auch die Fähigkeit, sich in Künstler einzufühlen. Gelegentlich fällt es ihnen schwer, sich über ihre Arbeit zu äußern und manchmal sind sie sich auch der Bedeutung ihres Werkes nicht ganz bewusst. Deshalb ist auch derjenige, der nicht selbst etwas schafft, sondern nur

Deutungen liefert, ein ganz nützliches Glied in der Kette - selbst wenn seine Interpretation immer irgendwie subjektiv ist. Und natürlich muss man bei diesem Job auch einiges an Geld heranschaffen können.

Damit waren Sie als Direktor am Carnegie Museum of Art in Pittsburgh sehr erfolgreich.

Das war zu einer Zeit, als noch eine Menge Dollars locker saßen. Was man allerdings immer fördern muss, ist ein Gefühl von Enthusiasmus und den Sinn für die gemeinsame Arbeit. Die Kollegen und der Vorstand brauchen genau diese Begeisterung für das was sie tun. Es ist wichtig, dass Sammler, Künstler und das Publikum ein Teil des Museums werden, dass sie dazugehören möchten. Oberstes Gebot ist es wirklich, Widersprüche schätzen zu lernen. Denn es wird unweigerlich Konflikte und harte Urteile geben - sowohl von innen als auch von außen.

Und darüber hinaus müssen Sie sich noch mit einer kränkelnden Wirtschaft auseinandersetzen.

Auch wir werden sicher darunter zu leiden haben, dass die Wirtschaft viel weniger großzügig sein kann als früher. Wir müssen bei kulturellen Vorhaben abspecken und etwas erfindungsreicher werden.

Etwa indem man die ständige Sammlung neu interpretiert?

Die Aussicht auf mehr Sammlungsausstellungen schreckt mich überhaupt nicht. Seit dem Erwerb der Panza Collection 1992 ist die Sammlung unglaublich gewachsen. Außerdem wird es bestimmt interessant, wenn wir die Ideen von Künstlern mit in die Interpretation der Sammlung einbeziehen. Ihnen gelingt es intuitiv eine neue Ordnung in dem zu entdecken, was Sie und ich als Unordnung betrachten würden.

Sie scheinen das durchaus zu schätzen.

(Armstrong lächelt) Es kommt eigentlich eher selten vor, dass Institutionen die Chance nutzen, einmal tief Luft zu holen, um sich neu zu orientieren. Das wird ihnen von außen auferlegt. Die institutionellen Mühlen mahlen etwas langsam, sogar bedächtig. Veränderungen erfordern allerdings, dass man sich für neue Einflüsse öffnet, oder manchmal auch für eine neue Person. Das war für mich einer der Gründe dafür, das Carnegie Museum zu verlassen.

Was wird am Guggenheim anders sein?

Wir befinden uns in der nächsten Wachstumsphase. Es gibt Zeiten, in denen man die Dinge vorantreibt und neu definiert. Und dann muss es aber auch wieder Phasen geben, in denen sich die Dinge konsolidieren und, verzeihen Sie den Ausdruck, möglichst vervollkommen werden.

Was ist Ihr Eindruck von Berlin als Plattform für Gegenwartskunst?

Die Stadt erinnert mich sehr an das New York der frühen siebziger Jahre, das damals mit seinen vielen Freiräumen alles möglich erscheinen ließ. Die augenblickliche Situation in Berlin kommt mir sehr vielschichtig vor, es gibt in jeder Liga viele spannende Positionen. Ein

zukunftsträchtiger Weg des Deutsche Guggenheim besteht darin, sich ganz bewusst im Mittelfeld anzusiedeln und sehr offen auf lebende Gegenwartskünstler zu reagieren.

Könnten Sie dieses Mittelfeld näher definieren?

Die Galerien zeigen die unglaubliche Vielfalt der Gegenwartskunst. Und zwischen der intimen Atmosphäre privater Galerien und der Grandeur nationaler Institutionen liegt dieser mittlere Bereich. Wenn man nach neuen Vermittlungsmöglichkeiten für Gegenwartskunst sucht, kann es wie im Falle des Deutschen Guggenheim durchaus vorteilhaft sein, sich auf eine gewisse Größe zu begrenzen und dabei wendig und flexibel zu operieren.

Das hört sich so an, als hätten Sie nicht die Absicht, das Programm in Berlin zu verändern oder zu erweitern.

Ich glaube, dass das Deutsche Guggenheim ganz gut auf das Publikum und die Stadt zugeschnitten ist. Ich finde die Besucherzahlen wirklich beeindruckend. Die Deutsche Bank ist mit vielen kulturellen Organisationen vernetzt und von diesen Verbindungen profitieren beide Seiten. Diesen Oktober ist in Berlin erstmals die Auftragsarbeit der New Yorker Künstlerin Julie Mehretu zu sehen. Ich denke, in Zukunft werden wir diesen Weg mit weiteren Auftragsarbeiten fortsetzen.

Planen Sie eine engere Zusammenarbeit der Museen in New York, Berlin, Venedig, Bilbao und demnächst Abu Dhabi?

Ja, wir wollen die Zusammenarbeit unbedingt verstärken. In New York sollten häufiger Projekte zu sehen sein, die in den anderen Häusern konzipiert wurden. New York und ganz Amerika erscheinen mir manchmal fast engstirnig. Manche Leute glauben noch immer, es gäbe so etwas wie das Zentrum des Universums - und dass sie natürlich mitten drin leben.

Wird das New Yorker Guggenheim als Herz der Institution eine andere Rolle spielen als bisher?

New York wird deutlicher die Rolle des Kapitäns oder Cheerleaders des Teams einnehmen und gleichzeitig werden wir den Rest des Netzwerks stärken.

Gefällt es Ihnen, dass sich das Guggenheim als globale Marke etabliert hat?

Ich bin nicht so begeistert von dem Wort "Marke". Denn bei uns werden weniger materielle Werte ausgetauscht, sondern vielmehr Gefühle und Eindrücke. Wir laden das Publikum an einen Ort ein, wo es alle nur möglichen Erfahrungen machen kann - wobei das Ende dieses Austauschs offen bleibt. Zugleich muss man unserer Institution zugute halten, dass sie wirklich ambitioniert ist. Dieser intellektuelle Wettbewerb von Ideen, die zwischen New York, Berlin, Venedig, Bilbao und jetzt auch Abu Dhabi ausgetauscht werden, und die Fähigkeit, ganz unterschiedliche Menschen mit einzubeziehen - das ist wirklich einzigartig. Dadurch werden die kulturellen Aspekte eines solch globalen Engagements wirklich interessant. Es lässt Menschen die unterschiedlichen Auffassungen von Schönheit verstehen.

Aber es gibt keine Pläne, weitere Museen zu errichten.

Das möchte ich nicht ausschließen. Aber momentan geht es eher um intellektuelles Wachstum.

Sie haben auch angekündigt, dass Sie die Rolle der Guggenheim-Kuratoren stärken werden.

Die Kuratoren sind der Motor des Ganzen. Sie sollen wirklich auf Hochtouren arbeiten können. Die Institution ist gesund, wenn die Kuratoren gemeinsame wie auch individuelle Ziele verfolgen können.

Also werden Sie ihnen mehr Möglichkeiten zum Experimentieren einräumen?

Und sie vielleicht auch ein bisschen mehr kritisieren. Es gibt dieses Gedicht von Delmore Schwartz: In Dreams Begin Responsibilities - In Träumen fängt die Verantwortung an. Das ist für mich das Motto des Kurators. Nicht immer begreifen Kuratoren ihre eigentliche Rolle. Sie müssen herausfinden, wie sie sozial und politisch handeln können. Stattdessen arbeiten sie manchmal nur für ihresgleichen, was einfach nicht genügt.

Sie haben einmal gesagt, das Guggenheim sei ein Ort zum Träumen.

Zu träumen ist wirklich von entscheidender Bedeutung - gerade in der heutigen Zeit, in der die Imagination der Menschen sehr vorgeprägt zu sein scheint. Wir müssen darauf achten, dass das Museum auf der intellektuellen Ebene eine offene Institution bleibt und keinen Druck ausübt. Ein Museum verkündet keine Botschaft außer: "Du kannst es hier finden, wenn du es brauchst."

Was planen Sie, um vor allem das jüngere Publikum zu begeistern?

Das Guggenheim hat bereits ein wirklich junges Publikum. Ich erinnere mich, wie ich 1968 oder '69 in einem entlegenen Dorf im Kosovo war. Das Haus, in dem ich wohnte, hatte zwar noch einen Lehmbooden, aber in einem der oberen Räume hingen überall Pin-ups aus dem Playboy an den Wänden. In solchen Situationen erkennt man die Allgegenwart der Massenmedien. Ich möchte zu der Idee zurückkehren, dass das Museum eine Insel in dieser Welt bildet. Ständig werden wir mit Botschaften konfrontiert und die allerwichtigste lautet: Kauf mich! Aber wir als Museum müssen nichts verkaufen. Wir können ganz anders und sehr viel interessanter sein - gerade für junge Besucher.

Also haben Museen eine gewisse Verantwortung?

Absolut. Das begann mit der Französischen Revolution. Es ist das mehr als 200 Jahre alte Streben danach, die bedeutendsten kulturellen Artefakte einer möglichst großen Zahl von Menschen zugänglich zu machen. Man könnte sagen, dass es um das Projekt geht, die Schönheit zu demokratisieren.

Claudia Bodin ist die New-York-Korrespondentin von art - Das Kunstmagazin.