

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 94 (2014)
Heft: 1013

Artikel: Von der Küche ins Mueseum
Autor: Hedinger, Johannes M. / Zhenhua, Li
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-735822>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Von der Küche ins Museum

Der gelernte Koch Li Zhenhua richtet heute im Museum an. Er sucht nach neuen Wegen der Kunstvermittlung und des Werkerlebnisses – was schon mal zu Ausstellungen in Shopping Malls und in die virtuelle Realität führen kann.

Johannes M. Hedinger trifft Li Zhenhua

Li, was macht die Kunst?

Die hält mich ganz schön auf Trab. Ich pendle für sie regelmässig zwischen Europa und China hin und her. Gerade habe ich eine neuartige Kunstpräsentation für das Luxuskaufhaus K11 in Shanghai entwickelt und eingerichtet...

Moment. Ein Einkaufszentrum?

Genau. Interessanterweise fanden die meisten meiner Ausstellungsprojekte 2013 nicht in klassischen Kunsträumen, sondern in Einkaufszentren oder kommerziellen Räumen statt. Ich nenne diese Räume *Yellow Box*. Neben der bereits bekannten *White Box* – dem neutralen Kunstraum – und der *Black Box* – dem Raum für Film- und Lichtkunst – ist die *Yellow Box* eine Art Mittelweg zwischen Kunstraum und Nichtkunstraum.

Müsste man sie dann nicht streng genommen «Grey Box» nennen?

(lacht) Die Bezeichnung *Yellow Box* wurde 2006 von Gao Shiming und Johnson Chang aus der Taufe gehoben und meinte zunächst die Praxis, Kunst ausserhalb des Museums zu zeigen, aber nur so weit, dass sie immer noch als Kunst wahrgenommen wird. Kunst kann heute in jedem erdenklichen Raum ausgestellt werden. Es gibt keine Orte mehr, an denen Kunst nicht gezeigt werden kann.

Womit konfrontierst du die Shopper konkret?

Für das K11, einen schicken Einkaufstempel für Luxus und Fashion Brands an bester Shoppinglage, quasi die Bondstreet oder Bahnhofstrasse von Shanghai, habe ich unter anderem ein Projekt mit der jungen chinesischen Künstlerin Lu Yang realisiert. Sie hat einen tibetischen Buddha in 3D animiert und den haben wir mittels «Augmented Reality System» im ganzen Gebäude auftauchen lassen.

Über Bildschirme oder Projektoren?

Nein. Die Besucher haben die Möglichkeit, die Arbeit ganz individuell über ihre Smartphones oder iPads zu erleben. Wir verwenden dazu AR-Systeme. AR steht für «Augmented Reality», zu Deutsch: erweiterte Realität. Wer einmal die App des Hauses auf sein Mobilgerät geladen hat, kann es im Einkaufszentrum auf gewisse Dinge richten – die App zeigt dann nähere Informationen zu den Dingen und Orten an – oder eben, wie bei uns, einen dreidimensionalen Buddha.

Li Zhenhua,

1975 in Peking geboren, ist ausgebildeter Koch und Küchenchef, heute Kurator, Produzent, Schriftsteller und Künstler. Er lebt und arbeitet in Zürich, Peking und Shanghai. Seit 2013 ist er künstlerischer Leiter des Z+ Art Centre in Guangzhou (China).

Johannes M. Hedinger

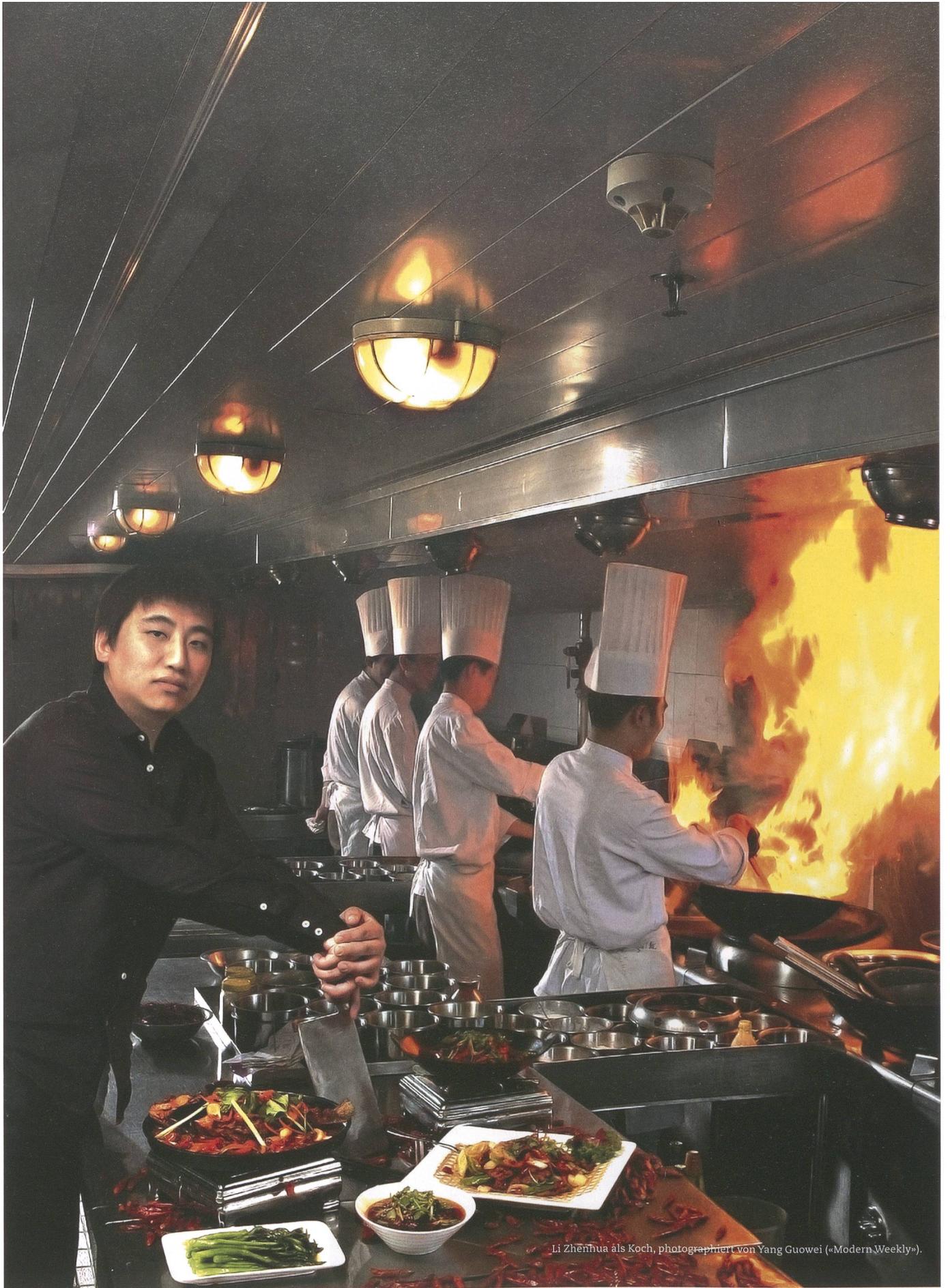
ist Kunstwissenschaftler und Künstler. Er unterrichtet an der Universität zu Köln und an der Zürcher Hochschule der Künste. Er lebt in Zürich, Köln und New York.

Wie läuft das konkret ab?

Man kann ein Kunstwerk oder ein Objekt mit einem «Tag» oder Decoder versehen, die der Betrachter über sein Smartphone und ähnliche Geräte ansteuern kann. Das kann eine direkte Videonachricht vom Künstler an den Betrachter sein, aber auch ein Text oder eine Audiobotschaft. Diese AR-Vermittlungsvarianten können auch die kleinen «Schilder an der Wand» ablösen, die vom Kurator oder vom Künstler – wie in jedem Museum – dort angebracht wurden. Ich habe in den letzten Jahren schon begonnen, bei den klassischen Werkbeschreibungen stets zwei Texte anzubringen, einen von mir und einen vom Künstler. Vor allem in einem Nicht-nur-Kunst-Kontext ist es nämlich wichtig, dass man verschiedene Betrachtungsweisen heranzieht, um Kunst zu vermitteln.

Es könnte sogar noch weiter gehen: indem man andere Medien und Formate integriert, etwas, das vielleicht selbst ein neues Kunstwerk enthält...

...und vielleicht vermittelt der Künstler dabei nicht nur seine Arbeit, sondern fängt an zu singen oder rezitiert ein Gedicht! (lacht) Wir reden ja seit jeher viel darüber, wie tief der Künstler «geht» und «gehen kann», aber diese Fragen müssen wir zunehmend doch vor allem jenen stellen, die auf die Werke treffen: dem Publikum. Das tun wir, indem wir es dort mit der Kunst konfrontieren, wo es nicht unbedingt damit rechnet. Diese Orte finde ich, indem ich Techniker, Designer und andere Menschen involviere. Für die Ausstellung in Shanghai habe ich mehrere Leute engagiert, die nur an museologischen Fragen arbeiten: Einer macht Raumanalysen zum Verständnis des Raumes, ein anderer entwickelt die Präsentation der Ausstellung, klärt also ab, wo welche Technologien



Li Zhenhua als Koch, fotografiert von Yang Guowei («Modern Weekly»).



VAIBRAHARA - YAMANTAKA
 7 HEADS
 20 ARMS
 25 EYES
 10 TEETH
 5 BRAINS
 5 BRAINSTEMS
 7 SYMPATHETIC NERVE PATHWAY
 14 HIPPOCAMPUS
 7 ANGER BRAIN PATHWAY
 14 ANVIGALAN
 12 THALAMUS
 9 PAGI



Copyright © 2011 陸揚 LU YANG/All Rights Reserved



Links und oben: Lu Yang: Wrathful King
 Kong Core, 2011.

Rechts (mit Brille): Li Zhenhua als
 Künstler, fotografiert von Frog King.

zum Einsatz kommen sollen. Das Ganze ist eine völlig neue Studie zur Museologie, mit einem konkreten Ziel: wir wollen verstehen, auf welche Art unterschiedliche Menschen der Kunst begegnen. Wir fragen uns: Wo und wie entsteht eine Bindung des Nutzers zum Ort? Und gleichzeitig: wo entsteht über die zwischengeschaltete Kunst auch ein Kontakt zum Künstler?

Antworten auf beide Fragen soll auch dein zweites aktuelles Projekt in China bald bieten – es ist aber noch im wahrsten Sinne eine Baustelle: Das Privatmuseum Z+ Art Centre in Guangzhou wird erst im Laufe dieses Jahres eröffnet.

Ja, da gibt es noch viel zu tun. Die Architekten Wang Zhenfei & Wang Luming arbeiten immer noch an den Plänen, denn das ganze Gebäude wird nach den Gesetzen der algorithmischen Architektur umgesetzt – zum ersten Mal in China. Nicht nur die Fassade, auch das Innere dieses geplanten «Gebäudes im Gebäude» referiert auf mathematische Studien über die Natur der Welt. Meine Arbeit orientiert sich dabei an den Bedürfnissen des Investors. Die Beziehung ist also keine klassische à la «er stellt die Hülle und ich mache das Programm». Wir bauen wirklich etwas zusammen auf. Mit seinen erst 30 Jahren repräsentiert Xie Meng eine neue Art von chinesischen Investoren. Er gehört der 2. Generation von reichen, gut ausgebildeten chinesischen Familien an. Wir beide wollen die chinesische Kunstszene umkämpfen.

Was schwebt euch genau vor?

Wir wollen uns auch hier mehr um das Publikum kümmern. Es geht uns aber auch um mehr Internationalität, wir wollen mehr Humor, mehr vermittelndes Design – und vor diesem Hintergrund haben wir beide beschlossen, das Art Centre auf ein Einkaufszentrum zu bauen, um darin auch selbst auszustellen. Richtig gehört: wir setzen uns drauf, auf den Konsum. (lacht) Buchstäblich, und ähnlich wie beim «Mori» in Tokio. Und von dort aus flechten wir die Ausstellungen in die Mall und den Trubel ein. Kunst soll auf der gesamten Fläche von rund 50 000 Quadratmetern stattfinden. In den Läden, draussen an der Fassade und sogar auf dem Dach. Und wenn das für Europäer, die ihr quasiasakrales Museum als einziges Ideal pflegen, eigenartig anmutet, so frage ich: Was ist besser für die Kunst als die Integration in einen bekannten und belebten Ort? Wenn wir etwas auf der Fassade zeigen, dann hat das dort Gezeigte auf einen Schlag ein Publikum von 100 000 bis 200 000 Leuten – pro Tag! Keine Sammlung der Welt kann ein derartiges Kunstpublikum für sich reklamieren.

Ihr setzt – anders als die grossen Sammlungen der Welt – aber konsequent auf ein Nichtkunstpublikum. Hierin scheint mir auch der Hauptunterschied zur populären «Kunst im öffentlichen Raum» zu bestehen.

Ehrlich gesagt: Ich unterscheide gar nicht mehr zwischen Kunstleuten und Nichtkunstleuten, auch diese althergebrachte Konvention ist überflüssig. Am Ende sind es immer Menschen, die mit Künstlern und Kunstwerken zusammentreffen, und das allein ist interessant. Das sieht man auch an Lu Yangs Buddha-Werk im K11:

Nur der Betrachter, der das Kunstwerk sucht und findet, kann es durch seinen persönlichen, «digitalen» Apparat sehen. Und diesen Zeitpunkt der Entdeckung des Werkes als Werk, den würde ich sehr gerne noch näher untersuchen.

Fassen wir zusammen: Dein Interesse gilt dem Raum, dessen künstlerischer Nutzung und der Interaktion mit den Besuchern. Wenn wir aber einmal kurz zurückblenden: Deine erste Ausbildung war die zum Küchenchef. Gibt es Parallelen zwischen Kochen und Kuratieren?

Für mich fühlt sich das Kuratieren immer noch wie Kochen an. Jetzt kreierte ich bloss Rezepte für Museen und schaue, ob das Gericht geniessbar ist. Ich betrachte übrigens mich selbst auch als Zutat.

Neben Koch und Kurator bist du Zutat, aber auch Schriftsteller und Produzent...

...und Sammler, Galerist, Politiker – was immer du willst! Ich kann eigentlich alles sein. In unserer sozialen Struktur sind wir ohnehin alle Personen mit multiplen Identitäten. Die Einordnung durch andere bezieht sich meist nur auf eine einzige Rolle. Dein eben geäussertes «Du bist Künstler» dient dir bloss als Schublade, um mich zu verstehen. Aber neben diesem Künstlersein kann ich auch ein Sammler, ein Rockstar oder ein Bettler sein. Das bringt dann natürlich ein Stück weit die landläufigen Kategorien und die Kategorien deiner Leser durcheinander.

Du unterschätzt uns.

Ich mache Spass, aber du weisst ja, was ich meine: Mit einem Künstler beispielsweise redet man nur über Kunst und über nichts anderes. Ich versuche das zu umgehen, indem ich ab und zu wieder meine Identität wechsele. Glücklicherweise sind wir daran, diese Stereotypen, Klischees und Vorurteile mehr und mehr hinter uns zu lassen. Ich klammere mich da selbst mit ein: Heute geht es mir viel mehr darum, ob ich einen Künstler verstehe und er eine individuelle Geschichte hat, nicht mehr so sehr um sein einzelnes Werk. Ich würde sie eigentlich auf die gleiche Stufe setzen: Das Werk kann zu mir sprechen, aber nicht erschöpfend, weshalb ich – um mehr darüber zu erfahren – dich, den Künstler, fragen muss.

Der Schlüssel zum Werk ist der Künstler?

Ja, immer. Ich glaube, das Problem unserer Gesellschaft ist, dass sie den Objekten zu viel Wert zuschreibt. Wenn ein Objekt entsteht, trennt es sich bereits vom Künstler ab und unterliegt dem sozialen Gesetz, dass nur das Objekt etwas Wertvolles sei. Das stimmt aber nicht. Und in diesem Licht ist auch das klassische Museum eine alte Idee. Wir sind gerade erst daran, die Tragweite dieser Feststellung zu begreifen. ◀

Links

Kunstprogramm im K11: <http://tbfm2013.com/>
Li Zhenhuas Diskussionsplattform: <http://www.bjartlab.com/>

Literatur

Li Zhenhua: Yang Fudong in Dialogue. Peking: BEEPUB, August 2013.
Li Zhenhua (Hrsg.): Yan Lei: What I Like to Do, documenta13. Peking: Timezone8, 2013.