

**MUSIK
FEST
BERLIN**

Berliner
Festspiele

In Zusammenarbeit mit
 Berliner
Philharmoniker

Jetzt
Tickets
sichern!

30.8. —> 23.9.2025

30. august – 5. september 2025



Lutz Bacher: Jokes (Shirley MacLaine), 1987
Foto: Astrup Fearnley Collection, Oslo

Harmonie für die zerbrochene Welt

Drei sehenswerte Ausstellungen von Frauen, die aus allerlei Alltagsgegenständen Kunst machen: Louise Nevelson im Museum Wiesbaden, Lutz Bacher in Oslos Astrup Fearnley Museet und Sarah Lucas im Kiasma in Helsinki

Von **Jana Janika Bach**

Die Umwelt, das Internet, die bisherige Weltordnung? Kaputt. Der Bildungssektor, die Deutsche Bahn und städtische Infrastruktur ... spielend ließe sich die Liste fortführen. Es wäre zum Verzweifeln, gäbe es nicht in allen Zeiten Menschen, die da Abhilfe zu schaffen wüssten.

„I join the shattered world creating a new harmony“, brachte Louise Nevelson, die „Grand Dame der Bildhauerei“, ihre Kunst selbst einmal trefflich auf den Punkt. Und tatsächlich bildet den Kern ihres Œuvres in Stücke Gegangenes und neu Arrangiertes. Wie auf den Straßen Manhattans zusammengeklautbes Holzmobiliar – aus dem Müll gefischte Bettpfosten, Stuhlbeine, Teile von Schränken und Kommoden –, das sie zu reliefartigen holistischen Skulpturen verarbeitet.

In Gold, Schwarz oder Weiß bemalte sie ihre großformatigen Assemblagen, die magisch-majestätisch, wie Schreine oder Totems anmuteten. 1959 begründeten sie Nevelsons Aufstieg zum Weltruhm. Gemeinsam mit Werken von weitaus jüngeren Kollegen, wie Frank Stella, Robert Rauschenberg oder Jasper Johns, präsentierte die damals Sechzigjährige ihre monochromatischen Kompositionen in der legendären Schau „Sixteen Americans“ im Museum of Modern Art in New York.

Spät also fand die 1899 nahe Kiew als Leah Berliawsky geborene Tochter jüdisch-orthodoxer Einwanderer ihren Weg Richtung Kunstolymp. Umso

vehementen beschritt sie ihn. In ihrem autobiografischen Essay „A Total Life“ schrieb sie, es gebe nichts, dem sie sich näher fühle als ihrer Arbeit, mit ihr sei sie eine Ehe eingegangen. Noch im gleichen Jahr wie ihrer Scheidung 1931 von dem wohlhabenden Unternehmer Charles Nevelson nahm sie ein Studium bei Hans Hofmann in München auf, einem der Begründer der New York School. In den 60er Jahren, in denen Nevelson als gefeierte Künstlerdiva Kontakt zu prominenten Zeitgenossen und ein exzentrisches Erscheinungs-

matige Collagen zu sehen sein. Das Centre Pompidou in Metz wiederum widmet sich mit „Mrs. N's Palace“ 37 Jahre nach Nevelsons Tod der Wirkungsmacht ihres Vermächtnisses.

In jedem Genre gibt es sie: Virtuosen, die in der Szene hochgeschätzt, geradezu verehrt werden, deren Name einem breiten Publikum indes kaum ein Begriff ist. Lutz Bacher war so ein „artists' artist“, der oder die große Unbekannte in der Kunstwelt – die lange rätselte, wer sich hinter dem bodenständig, nach Erdäpfeln und Jausenbrot klingenden Pseudonym verbarg. Ein irreführendes Versteckspiel, das weniger einen Mythos à la Banksy nähren sollte, vielmehr Ausdruck einer Verweigerungshaltung war.

Rigoros entzog sich ihr Werk – es handelte sich, das wusste man bald, um eine Frau –, das sich diverser Medien bediente und keine signifikante Handschrift erkennen ließ, einer Vereinahmung durch den auf Branding versessenen Markt. Mühe los dagegen verwurste Bacher, die erstmals in den 70er Jahren im kalifornischen Berkeley von sich reden machte, ihre Umwelt. Überall wurde sie fündig, in Altwarenläden, im Müll, sie durchforstete Zeitungen und Groschenromane, und was sie entdeckte – Baseballs, Murmeln, Requisiten aus TV-Shows, Handyvideos, Bilder von Politikern, aus Pornoheften oder der Populärkultur –, integrierte sie als Objets trouvés in ihre Kunst.

Obschon die zierliche Frau mit dem dünnen, maisblonden Haar gar in persona vor die Ka-

mera trat, wie 2016, als sie anlässlich ihrer Schau in der Wiener Secession Kindheitserinnerungen schilderte, ist auch fünf Jahre nach ihrem Tod – 2019 starb Bacher mit 75 Jahren – das Geheimnis um ihre wahre Identität nicht gelüftet. Inwiefern eine Begegnung mit Bachers Arbeiten das eigene Ich herausfordert, nicht zuletzt, weil biografische Bezugspunkte als Interpretationsstütze fehlen, kann ab September im Astrup Fearnley Museet in Oslo (26. 9. 2025–4. 1. 2026) erprobt werden (und danach im Brüsseler Wiels).

Posthum gewährt die Retrospektive, die ikonische Serien wie „Jokes“ (1985–1988) und „Playboys“ (1991–1993) zusammenführt, umfassend Einblicke in vier Jahrzehnte künstlerischen Wirken, so auch in Bachers über 300 Ordner umfassendes Archiv „The Betty Center“ – zugleich Baukasten, Instrument und Kunstwerk.

Während Bacher fürs Düsseldorf K21 ihre „Texas Pants“, billige Pyjamahosen, auf denen Dollarzeichen prangten oder Slogans wie „Go Big or Go Home“ (und damit eine Wiederbelebung des amerikanischen Traums ad absurdum führte), produzierte Sarah Lucas in den nuller Jahren ebenfalls kopflose, skurrile Figuren – „Bunnys“ aus ausgestopften Strumpfhosen, die sich langbeinig kokett auf schnöden Drehsesseln und Holzstühlen rekelt. Kein Männer-Bashing, bloß ein humoristisch-böser Seitenhieb auf eine sexualisierte Gesellschaft. Rückblickend kommentierte die Britin das lakonisch: Selbstver-



Louise Nevelson, o. T. / Untitled, 1956, Privatsammlung, Courtesy Gió Marconi, Mailand, VG Bild-Kunst, Bonn 2025 Foto: Gianni Ummarino

Wider das goldene Kio

Kultur hat es im Zeitalter autoritärer Herrscher, die Kunst verachten, zunehmend schwer. Doch weiter wird Kunst gemacht und Kultur genossen. Etwa von Liebhabern der Schallplatte und auch von den Ehrenamtlichen, die kleine Kinos betreiben. Oder nehmen wir ein Theater wie die Neue Bühne Senftenberg, die in der Provinz ein tolles Programm macht. Davon handelt diese Ausgabe von taz **thema** kulturrausch. Zudem werden einleitend internationale Ausstellungen von drei Künstlerinnen empfohlen.

ständig hätten ihre Hasen Persönlichkeit.

Dass sie sich selbst nicht zu ernst nimmt, bewies die Tochter eines Milchmanns, die im dicht besiedelten Londoner Stadtteil Holloway aufwuchs, früh. Breitbeinig und mit zwei gebratenen Spiegeleiern auf den Brüsten posierte sie 1996 für ihr

„Self-Portrait with Fried Eggs – das später als Postkartenmotiv Kultstatus erreichte und heute zigfach in der Kunst, Mode und vom Pop kopiert wurde. Heute zählt Lucas, die zu den rebellischen „Young British Artists“ gehörte, die Damien Hirst 1988 unter dem gleichnamigen Titel zusammenstromeelte, zu den einflussreichsten Künstlern Großbritanniens.

Obschon sich die 62-Jährige in der Grafschaft Suffolk nahe der englischen Ostküste niedergelassen hat, hat sie ihre Coolness mitnichten eingebüßt und das Referenzspiel quer durch die Kunstgeschichte beherrscht sie nach wie vor – wie sie zuletzt in der Kunsthalle Mannheim vor Augen führte. Wer das verpasst hat, dem sei ab Herbst „Naked Eye“ und ein Abstecher in die finnische Hauptstadt empfohlen. Dann zeigt das Kiasma in Helsinki (10. 10. 2025–8. 3. 2026), wie sich Alltägliches, Kleidung, Hausrat, Zigaretten oder rohe Hühnchen, verwandeln lassen, frei nach der Devise „Wenn's dir nicht gefällt, mach es neu“.

FRIEDRICHSTADT-
PALAST  BERLIN

BLINDED
by DELIGHT
GRAND SHOW

With the magic of
SWAROVSKI



Ab
24.09.


Scan for website!

Alle Infos unter www.mare.de/genossenschaft



Auch junge Menschen schätzen den Klang und die Haptik von Langspielplatten Foto: FilippoBacci/getty images

Die Rückkehr der runden schwarzen Scheibe

Der Umsatz mit Schallplatten hat sich in den letzten zehn Jahren in Deutschland verdreifacht – trotz gestiegener Preise. Früher kauften viel mehr Männer Vinyl, heute sind es fast genauso viele Frauen

Von **Joachim Göres**

Schallplatten kaufen und hören – das schien lange Zeit ein aussterbendes Hobby älterer Musikliebhaber und ähnlich populär wie Briefmarkensammeln oder die Mitgliedschaft in einem Buchclub zu sein. Doch weit gefehlt. „Zu mir kommen seit einigen Jahren extrem viele junge Leute, die von LPs fasziniert sind, wegen der aufwendigen Cover, der Haptik und natürlich der Musik“, sagt Martin Maag, Inhaber des Ulmer Soundcircus. In seinem 80 Quadratmeter großen Laden bietet er rund 20.000 Langspielplatten an. Vor allem Titel der 80er Jahre sind bei der jungen Kundschaft gefragt, von Gruppen wie The Cure und Soft Cell. „Das ist eine Gegenbewegung zum schnellen und billigen Konsum von Musik. Für Platten nimmt man sich Zeit und Muße, das beginnt bei der Auswahl hier vor Ort. Die Schall-

platte ist ein Luxusprodukt“, sagt Maag, dessen Ulmer Laden an vier Tagen in der Woche geöffnet ist.

Zu 60 Prozent werden bei ihm gebrauchte Exemplare gekauft. „Ich muss für ältere Platten nicht auf die Suche gehen, sondern bekomme ständig

Für Platten nimmt man sich Zeit und Muße, das beginnt bei der Auswahl vor Ort im Laden

Angebote von Menschen, die ihre Sammlung auflösen. Dabei muss natürlich der Zustand stimmen“, betont Maag. Früher hat er die runden Scheiben auch über das Internet verkauft, wegen des Aufwands beschränkt er sich mittlerweile aufs Ladengeschäft. Einst waren die

Männer stark in der Überzahl, heute kommen fast genauso viele Frauen. Früher war vor allem Heavy Metal hoch im Kurs, inzwischen bietet Maag wegen der großen Nachfrage auch LPs ganz anderer Stilrichtungen an, von Taylor Swift über HipHop, Jazz und Pop bis Rock.

Bei Neuerscheinungen sind die Preise seit 2024 deutlich gestiegen – statt 20 muss man häufig 30 Euro und mehr für eine LP bezahlen. Die Labels nennen höhere Kosten für Rohstoffe und Energie als Grund. „Es wird aber durch die Preiserhöhungen auch versucht, mehr Geld zu verdienen. Das machen nicht alle Kunden mit“, sagt Maag. Während Schallplatten bei ihm dennoch insgesamt boomen, sieht er keine Zukunft für die CD, die er derzeit für ein Euro das Stück verramscht: „Das ist ein aussterbendes Medium.“

Eine aktuelle Studie des Bundesverbandes Musikindustrie

liefert genaue Zahlen. Danach hat sich der Umsatz mit Schallplatten in den letzten zehn Jahren in Deutschland verdreifacht, im vergangenen Jahr lag er bei 153 Millionen Euro. 4,9 Millionen Alben wurden 2024 verkauft, mehr als doppelt so viele wie vor zehn Jahren. Gleichzeitig geht der Absatz von CDs seit Jahren zurück – die LPs haben sie fast eingeholt. Die Vinyl-Fans kaufen vor allem Hardrock, Rock und Heavy Metal (49 Prozent), gefolgt von Pop (26), HipHop/Rap (9) und Jazz (5). Die Plattenkunden sind zu 86 Prozent männlich und zu zwei Dritteln älter als 50 Jahre. Im Vergleich mit Käufern von CDs, Download-Käufern sowie Musikstreamern spielt für die

Schallplattenkäufer Musik eine deutlich größere Rolle: Sie bezeichnen sich selber am häufigsten als Musikfans, nehmen sich mehr Zeit für das bewusste Hören von Musik und sind aktiver, um neue Titel zu entdecken. Dabei spielt der stationäre Handel eine immer geringere Rolle: Nur noch 5 Prozent des Umsatzes mit dem Verkauf von Musiktiteln erfolgt über Plattenläden – vor zehn Jahren lag dieser Anteil noch bei 40 Prozent. Die heutigen Top 5 der Musikhändler sparen sich die Ladenmieten: Amazon, Apple Music, JPC, Spotify, Youtube Music.

„Viele junge Leute sind der digitalen Angeboten überdrüssig. Sie wissen, dass die meisten Künstler über Spotify kaum Geld

verdienen und wollen sie lieber durch den Kauf einer Platte unterstützen“, sagt Günter Wiesmann, Besitzer von Lautstark in Mainz, und fügt hinzu: „Außerdem wird die besondere Gestaltung eines Covers geschätzt, und nicht zuletzt liegt der Kauf gebrauchter LPs im Trend zu Secondhandkäufen.“ In seinem 40-Quadratmeter-Laden in der Mainzer Altstadt gehen zu 90 Prozent gebrauchte Platten über die Theke, der Preis liegt meist zwischen 10 und 20 Euro. „Es gibt aber auch echte Raritäten, die teurer sind“, sagt Wiesmann. Wie Soundcircus in Ulm ist auch Lautstark einer der typischen Ein-Mann-Läden, betrieben von Musikfans, die aus ihrem Hobby einen Beruf gemacht haben.

Kino und Vino

Ein Großteil der kleinen Kinos wird ehrenamtlich betrieben. Bei allen Problemen sind Lichtspielhäuser in der Provinz gerade bei der Generation Ü 60 beliebt

Die Besucherzahlen in den Kinos gehen zurück – in Deutschland wurden 2019 rund 118 Millionen Eintrittskarten verkauft, im vergangenen Jahr waren es nur noch 90 Millionen Kinotickets. „Das hat natürlich mit den Angeboten der Streamingdienste zu tun, aber auch damit, dass die Endgeräte immer besser werden. Heutzutage muss es einen wirklich guten Anreiz geben, um ins Kino zu gehen“, sagt Meike Götz, Geschäftsführerin von Nordmedia, die Filmförderungsgesellschaft von Niedersachsen und Bremen.

Sie zeichnete kürzlich mehr als 60 Kinos aus diesen Bundesländern für die Qualität ihres Programms aus. Wie erreicht man trotz Amazon Prime und Co sein Publikum mit anspruchsvollen Filmen und füllt die Kinosäle, gerade in kleinen Orten abseits der Großstädte? „Das Publikum über 60 Jahre ist unsere Chance. Da ist Geld vorhanden, die wollen ausgehen. Der Film, Like a Complete Unknown über Bob Dylan läuft bei uns am Sonntagabend seit zehn Wochen. Man braucht die richtigen Themen für die Boomer und man muss neben Wasser auch Sekt und Rotwein zur Vorstellung anbieten, dann kommen die Leute“, sagt Karl-Heinz Meier. Er leitet die Lichtburg in Quernheim, ein Kino mit insgesamt 360 Plätzen – in einem 500-Einwohner-Dorf im Landkreis Diepholz, der kleinste Ort in Deutschland mit einer gewerblichen Lichtspielbühne.

Christian Lindemann führt in der dritten Generation die Neue Schauburg in Burgdorf in der Region Hannover, ein 1931 eröffnetes Kino mit einem großen Saal und 220 Plätzen. „Die Verbreitung von Netflix in den jüngeren Jahrgängen ist schon eine Herausforderung. Wir setzen auf die besondere Atmosphäre in unserem historischen Filmpalast mit großer Leinwand“, sagt Lindemann. Zu den Angeboten zählen einmal im Monat

Man braucht die richtigen Themen und Sekt und Rotwein für die Boomer

das Filmcafé mit einem besonders sehenswerten Film plus Kaffee und Kuchen, die Reihe Kino & Vino, regelmäßig Veranstaltungen inklusive Filme zum Thema Demenz, einmal im Monat ein Überraschungsfilm oder auch der jährliche Kinobesuch von Konfirmandengruppen.

Auch die drohende Schließung des einzigen Kinos im Ort muss nicht das Aus bedeuten – dies zeigt das Beispiel in der 11.000-Einwohner-Stadt Geisenheim in Hessen. Das dortige Linden-Theater wird seit 2011 nach dem Einstieg der Rheingau Werkstätten Rüdeshcim als gemeinnütziges Integrationsunternehmen geführt, ein bundesweit einmaliges Modell. Durch

finanzielle Zuschüsse konnte das sanierungsbedürftige und technisch veraltete Kino auf den neuesten Stand und durch die Beschäftigung von schwerbehinderten Menschen weiter professionell geführt werden.

951 Kinospielorte mit 4.842 Leinwänden gab es Ende 2024 in Deutschland. Ein Großteil von ihnen wird ehrenamtlich betrieben. In Achim bei Bremen bekommt das Kommunale Kino pro Jahr einen Zuschuss von 4.500 Euro von der Stadt für Saalmiete und sonstige Kosten. Ein harter Kern von 16 Cineasten sorgt dafür, dass zweimal pro Woche ein Film im Kulturzentrum läuft. Von den knapp 100 Plätzen sind im Schnitt mehr als die Hälfte belegt. „Wir zeigen keine Blockbuster, die kann man in den Multiplex-Kinos in Bremen sehen. Unsere Besucher schätzen die Nähe – zu uns kommen viele zu Fuß oder per Fahrrad. Und sie vertrauen auf unsere Auswahl: Wir sind ein Treffpunkt, viele lassen sich vom Thema überraschen“, berichtet Sven Rohde. „Wir entscheiden nach dem Mehrheitsprinzip, welche Streifen wir zeigen“, ergänzt Silke Thomas. Nach ihren Worten laufen Filmbiografien wie über Maria Callas, Hildegard Knef oder Bob Dylan sehr gut, zu den Rennern in letzter Zeit zählen auch „Der Buchflüsterer“ und „Alter weißer Mann“. Der Titel scheint Programm: Auch in Achim gehört das Publikum zur Altersgruppe Ü 60.

Joachim Göres

Berliner Philharmoniker

25

Saison

26

Programm & Tickets jetzt online.

Wir freuen uns auf Sie!

berliner-philharmoniker.de

In Partnerschaft mit Deutsche Bank