

CUMULUS

Aus Europa

IN JEDER AUSGABE VON PARKETT PEILT EINE CUMULUS-WOLKE AUS AMERIKA UND EINE AUS EUROPA DIE INTERESSIERTEN KUNSTFREUNDE AN. SIE TRÄGT PERSÖNLICHE RÜCKBLICKE, BEURTEILUNGEN UND DENKWÜRDIGE BEGEGNUNGEN MIT SICH - ALS JEWEILS GANZ EIGENE DARSTELLUNG EINER BERUFLICHEN AUSEINANDERSETZUNG.

IN DIESEM BAND ÄUSSERN SICH GIOVANNI CARMINE, FREIER KURATOR IN ZÜRICH, SOWIE STEVE DIETZ, KURATOR FÜR NEUE MEDIEN AM WALKER ART CENTER IN MINNEAPOLIS.

GIOVANNI CARMINE

San Keller: Kunst als «Service public»

Wie kann man die Komplexität eines künstlerischen Werks in Worte fassen, das doch von einfachen Gesten lebt? Die Aufgabe, eine geeignete Antwort auf dieses Problem zu finden, wird in meinem Fall noch zusätzlich erschwert, da ich, zumindest nach meinem Gefühl, persönlich in dieses Werk verwickelt bin und damit vielleicht die berühmte und – offenbar – notwendige «kritische Distanz» vermissen lasse. Aber vielleicht liegt der Schlüssel genau hier: San Keller gelingt es mit sei-

nen Aktionen, die Distanzen durch Interaktion aufzuheben. So wird, wer auf eines seiner Angebote eingeht und an einer ersten Aktion teilnimmt, der Versuchung kaum widerstehen können, diese Erfahrung zu wiederholen. Man beginnt Teil eines Mechanismus oder besser gesagt einer Gruppendynamik zu werden, bei der die persönliche Beteiligung die Grundlage einer sozialen Struktur und in diesem besonderen Fall eines Kunstwerks bildet. In diesem Sinne bekenne ich hiermit, ein

Opfer dieses Mechanismus zu sein, bin mir dessen jedoch voll bewusst und glücklich dabei.

Nicht jeder erhält die Gelegenheit, während der Direktausstrahlung der Abendnachrichten in einem Fernsehstudio zu schlafen. Nicht jeder würde es fertig bringen, eine Tanztruppe zusammenzustellen, die bereit ist, zur Feier des 125-jährigen Bestehens einer Kunsthochschule in einem öffentlichen Park 125 Stunden lang ohne Unterbruch zu tanzen. Nicht jedem

würden wir erlauben, allein unter dem Vorwand uns beim Umzug zu helfen, sämtliche Gegenstände anzufassen, die wir besitzen. Doch San gelingt es. Und zweifellos reicht es als Erklärung nicht, dass diese Leistungen einfach zu «Kunst» erklärt werden. San Kellers grosse Stärke ist es, sich strategisch in einem bestimmten soziokulturellen Umfeld zu bewegen, und das in einer Stadt, in der die Kunst einen Status erreicht hat, der weit über ihre rein geistige oder intellektuelle Bedeutung hinausgeht. In Zürich, seiner und meiner Wahlheimat, ist die Kunst nämlich auch ein Lebensstil und nicht zuletzt ein wichtiger Wirtschaftsmotor. Und gerade hier, wo Kunst meist immer noch mit der Herstellung von wenn möglich verkäuflichen «Werken» in Verbindung gebracht wird, kommt meiner Meinung nach die Bedeutung von San Kellers Aktionen voll zum Tragen. Was sie so einzigartig macht, ist, dass der Akt der Beteiligung und das persönliche Mitwirken durch sie zu Kunst werden. Wir sind daher weit entfernt von einem statischen und sterilen Kunstbegriff, wie man ihn von Museen und Galerien her kennt: San bewegt sich unmittelbar im Alltagsleben. Die Aufmerksamkeit verschiebt sich so von einer objektbezogenen Kunstauffassung zu einer Auffassung, die den menschlichen Wert in den Mittelpunkt stellt. Es gibt nichts zu bewundern oder zu interpretieren. Man braucht bloss vom Angebot des Künstlers Kenntnis zu nehmen und sich allenfalls bereit zu erklären, an der Aktion teilzunehmen und sie gemeinsam zu realisieren.

Zu diesem Zweck wirbt San auf äusserst verführerische und perfekt organisierte Weise erst einmal mit Flugblättern und Plakaten für seine Aktionen. Dabei wird zuerst mit Slo-



SAN KELLER SCHLÄFT AN IHREM ARBEITSORT, Zürich, 14.7.2000, Auftraggeber Schweizer Fernsehen DRS, Sendung «10 vor 10» / SAN KELLER WILL SLEEP AT YOUR WORK PLACE, commissioned by Swiss Television's newscast «10 to 10». (VIDEO STILL: SF DRS)

gans wie «San Keller schläft an Ihrem Arbeitsort» oder «San Keller wartet auf Sie» das Interesse geweckt und dann das Angebot erläutert, das der Künstler dem Publikum macht. «Nutzen Sie die einmalige Chance und greifen Sie mit San Kellers Unterstützung temporär, aber nachhaltig in Ihren Arbeitsalltag ein. Sie werden sich durch den schlafenden San Keller an Ihrer Seite in einer überraschend neuen und ungewöhnlichen Arbeitssituation wiederfinden. Lassen Sie sich begeistern auf dieses Abenteuer ein!» Bei Interesse muss man nur die Instruktionen befolgen und sich mit dem Künstler in Verbindung setzen, um alle Einzelheiten zu vereinbaren, wie das auch die Redaktion des TV-Nachrichtenmagazins *10 vor 10* getan hat. Aber während San schläft, arbeitet er, und daher muss der Auftraggeber einen echten Anstellungsvertrag abschliessen, worin, wie bei jedem Arbeitnehmer üblich, ein Lohn festgelegt wird. Interessant ist dabei aber der Bezug zur Idee der Pro-

duktivität, der sich daraus ergibt: Wird hier ein Arbeitnehmer für das Schlafen bezahlt, oder erwirbt man ein vergängliches Kunstwerk?

San Keller verhält sich also wie ein Unternehmer seiner selbst, wie eine kleine Firma, die jedoch eine klar definierte, auf einem Grafik- und Kommunikationskonzept beruhende Corporate Identity besitzt. Als Einzelner wäre ihm dies nicht möglich: Das alles ist nur dank der Entwicklung von Kooperationsmodellen machbar, die auf dem Konzept der Gruppendynamik basieren. So ist die Idee der Zusammenarbeit von grundlegender Bedeutung: Ohne die Mitwirkung des Grafikers Schnittholz würde der Künstler San beim Publikum kaum dieselbe Wirkung erzielen. Ohne die fundamentale Mithilfe des Grafikers wäre es denn auch unmöglich, dass **«San Keller und die fette Helvetica unterstrichen ... inzwischen legendär und unzerrennlich»** sind, wie der Künstler selbst unbekümmert erklärt. Mit der Zeit ist

so das «Label» San Keller mit seinen blinzelnden Sternchen und schlichten Farben entstanden, und die lineare Typographie hat eine Durchschlagskraft erlangt, die einer millionenschweren Werbekampagne würdig ist. Es ist bemerkenswert, dass San sich durch seine Aufrichtigkeit von vielen seiner Kollegen unterscheidet, die zwar für die Realisierung ihrer Arbeiten häufig Fachleute beiziehen, dies aber dem Publikum nicht mitteilen, da sie die alleinige Urheberschaft für ihr Werk in Anspruch nehmen (und dadurch höhere Preise erzielen wollen?). San Kellers künstlerische Strategie geht von einer gesellschaftlichen Kerngruppe aus, die man vielleicht auch als Stamm oder Familie bezeichnen könnte, die aber dank der Mechanismen, die ich erwähnt habe, keine geschlossene Einheit ist, sondern dynamisch und auf Erweiterung ausgerichtet. Obwohl in Zürich bereits eine «skeptische Vermischung» zwischen

den verschiedenen Kunstmilieus stattfindet, bewegt sich San quer und frei zwischen einem Off-Space wie Esther Eppsteins «message salon», einer Institution mit Underground-Flair wie dem «migros museum» und den etablierten Seiten von *Parkett*. Und genau in diesem historischen Augenblick, da die Zürcher Kunstszene, oder zumindest deren institutioneller Teil, viel über ihre Rolle und ihre Zukunft nachzudenken scheint – u. a. wegen zahlreicher personeller Veränderungen an der Spitze der wichtigsten Institutionen –, präsentiert San Keller ein ganz anderes Ausstellungsmodell, indem er sich für Aktionen entscheidet, die direkt im öffentlichen Raum stattfinden. Besonders aktiv ist in dieser Hinsicht die «San Dance Company». Sie wurde gebildet, um an verschiedenen Orten in der Stadt Zürich eine «Live-Cover-Version» des Videoclips *Praise You* von Fatboy Slim darzubieten – eines Clips, in dem eine Amateurkamera eine Gruppe von Tänzern filmt, die in ei-

dem Einkaufszentrum vor erstauntem Publikum ein Ballett improvisiert – und bereitet sich, während ich dies schreibe, gerade auf die Aktion *DANCIN' IN THE RAIN* vor. Bei diesem einwöchigen Event bietet sich die Möglichkeit, mit der «San Dance Company» zu tanzen, aber nur, wenn es regnet. Angesiedelt zwischen dem Absurden und dem Hollywoodianischen, wird das Gebotene durch den Slogan «Regen, der Sie glücklich macht!» auf den Punkt gebracht. Einmal mehr entwickelt San in Form einer gebrauchsfertigen Struktur (DJ und Tänzer in steter Bereitschaft, eine rund um die Uhr geöffnete Bar, gedeckte Tribünen für die Zuschauer) einen Diskurs, bei dem die mit der sozialen Interaktion verbundenen Gefühle im Mittelpunkt stehen.

So denke ich gern an San Keller als einen Künstler, der sozial engagiert ist, und zwar weniger auf der politischen als auf der praktischen Ebene. Gleichsam als eine Art äusserst effizienter «Service public» nach reinster Schweizer Tradition. Unter dieser Optik können zum Beispiel die Aktionen *SAN KELLER DEMONSTRIERT MIT DEINER BOTSCHAFT IN NEW YORK* und *SCHNITTHOLZ PRÄSENTIERT: SAN KELLER TANZT IN PARIS ZU IHRER MUSIK* gesehen werden. San hat in diesen Städten im Auftrag von zahlreichen Leuten an einem ihm geeignet scheinenden Ort demonstriert oder getanzt. Nach seiner Rückkehr aus den beiden Metropolen hat er seinen Auftraggebern eine Videokassette zukommen lassen, die als Souvenir und Bestätigung für die Durchführung der Aktionen diente. *Customer Care* und *Follow-up*: Marketingprinzipien, die für erfolgreiche Unternehmen von fundamentaler Bedeutung sind.

Man könnte sagen, dass San Keller mit seinen Aktionen auf ironische, doch professionelle Weise darauf abzielt, Dienstleistungen anzubieten, welche die Mitwirkenden glücklich und zufrieden machen, aber auch dafür sorgen, dass sie sich des sozialen Netzes und des strukturellen Umfelds bewusst werden, in das sie sich hineinbegeben. Dies ermöglicht ihm, künstlerische Arbeiten nicht in einem Museum, sondern in einer flüchtigeren Umgebung zu realisieren: dem geistigen und menschlichen Raum. So hat San zum Beispiel in Alicia Framis' Projekt *LONELINESS IN THE CITY* (26. August bis 1. September 2000) im «migros museum» mit zwei ganz einfachen Aktionen das Problem der Einsamkeit in der Stadt perfekt umgesetzt. Unter dem Titel *SAN KELLER SUCHT SIE* und *SAN KELLER WARTET AUF SIE* machte er sich innerhalb eines festgesetzten Zeitraums und eines genau begrenzten Gebiets daran, die Personen zu suchen oder auf sie zu warten, die ihn auf einem Zettel mit wenigen kryptischen Angaben ausdrücklich darum gebeten hatten. Das Motiv ist einfach: Ist es für unser Ego vielleicht nicht beruhigend zu wissen, dass irgendwo, aber nicht allzu weit entfernt, jemand ist, der uns sucht oder auf uns wartet? Auf der Grundlage dieses «humanitären Geistes» gelingt es San mühelos, zahlreiche Kräfte zu mobilisieren. Seit ein paar Jahren veranstaltet er unter dem Label «winter-hilfe» jeden Winter Aktionen, die sich um das Thema der sozialen Auswirkungen der Jahreszeit drehen, in der das Haus eine wichtige Rolle spielt. Das Label nimmt direkten Bezug auf die gleichnamige Schweizer Wohltätigkeitsorganisation, für die San die Aufgabe übernimmt, ihren Aktionsradius von der rein materiellen

auf die geistige und kulturelle Ebene auszuweiten. Im Winter 2000/2001 hiess das Projekt *ZÜGELWANDERUNG MIT SAN KELLER* und bestand darin, eine Gruppe von Leuten zu bilden, die sich bereit erklärten auf Anfrage anderen beim Umzug zu helfen. Es handelte sich darum, ohne Verwendung von motorisierten Transportmitteln innerhalb einer maximalen Entfernung von 50 Kilometern die gesamten Habseligkeiten einer Person von einem Ort zum anderen zu transportieren.

Und eben hier habe ich meine Objektivität in Bezug auf San verloren: Da ich selbst umziehen musste, habe ich mich mit ihm in Verbindung gesetzt. Meine neue Wohnung ist nur wenige Meter von meiner alten entfernt, praktisch direkt nebenan auf demselben Stockwerk. Für San war es daher ganz

natürlich, eine Menschenkette zu organisieren. «So einfach wars noch nie und wirds nie wieder», las man auf den Flugblättern (doch es ist ihm auch gelungen, Freiwillige für eine *ZÜGELWANDERUNG* von Luzern nach Zürich zu finden...). Mit San am Anfang und mir am Ende der Kette und zahlreichen anderen Leuten dazwischen, in einem sozialen und gemeinschaftlichen Akt, geprägt von rhythmischem Geben und Nehmen, habe ich also meine neue Wohnung bezogen. Aber ausser mir hat nur ein einziger Mensch auf dieser Welt sämtliche Gegenstände, die ich besitze, angefasst und gesehen: San Keller. Ich glaube, dass er mich mittlerweile ganz gut kennt.

(Übersetzung aus dem Italienischen:
Irene Aeberli)



SAN DANCE COMPANY, DANCIN' IN THE RAIN, Zürich, 5.-12. Juli 2001 / 5 - 12 July 2001. (PHOTO: MANCIA/RODMER, FRM STUDIO)

Suchen Sie nach den verborgenen Worten

Wir verwirklichen Ihren Traum vom eigenen Haus innerhalb von 24 Stunden

San Keller: Art as a Public Service

GIOVANNI CARMINE

How does one translate into words the complexity of an artwork that is itself comprised of simple gestures? It becomes even more difficult to find a suitable answer to this question given that I am—or at least feel I am—personally involved in this same work and therefore run the risk of jeopardizing the much-vaunted critical distance. Perhaps the key lies in the very fact that San Keller's actions succeed in annulling distances, thanks to the force of the interaction. Anyone who accepts one of his proposals takes part in a first action and will find it difficult to avoid being tempted to repeat the experience. Consequently one participates in a mechanism, or better, a group dynamic, where personal involvement becomes the basis for social structure and, above all, a work of art. In this sense I hereby—happily and knowingly—declare myself a victim of this mechanism.

Not everyone is given the opportunity to sleep in a television studio during the live broadcast of a half-hour nightly newscast. Not everyone could put together a group of dancers, ready to break loose in a public park for 125 hours straight, to celebrate the 125th birthday of an art school. Not everyone would be allowed to touch each object in another's possession under the sole pretext of helping out on moving day. But San manages to do these things and his success cannot be explained by the mere fact of declaring his actions to be art. San Keller's great strength lies in his ability to move strategically within a precise social-cultural context in a city where art has achieved a status well beyond a purely spiritual or intellectual value.

In Zurich, which is both his and my adopted home, art is also a lifestyle and, not least, an important economic force. It is here, where the dominant

concept of art remains tied to the production of works—preferably salable ones—that, in my opinion, the value of San's actions can be fully appreciated. What makes them unique is the way they render action participatory and involvement personal. This is a far cry from a static and sterile concept of art based on its appreciation in museums and galleries. San acts directly within the sphere of everyday life and thereby shifts attention from an idea of art restricted to objects to one that focuses on its total human value. There is nothing to admire or interpret. One need only take note of the artist's proposal and accept or refuse to participate in its creation.

In an extremely seductive and perfectly organized fashion, San first promotes his actions through leaflets and posters. He captures people's attention with such slogans as "San Keller will sleep at your work place" or "San Keller





SAN KELLER DEMONSTRIERT MIT IHRER BOTSCHAFT IN NEW YORK, 16.-23. April 1999, Auftraggeber Sylvia Schönmann / SAN KELLER DEMONSTRATES WITH YOUR MESSAGE IN NEW YORK, commissioned by Sylvia Schönmann. (VIDEO STILL: SAN KELLER)

is waiting for you." Then the artist explains what he is offering. "Take this unique opportunity to enlist the support of San Keller and break the routine of your working day. With San Keller sleeping at your side, you will discover yourself in a startling new and unusual work situation. This is the chance of a lifetime! Grab it!" One need only follow the instructions and contact Keller to make the necessary arrangements, as did the editors of Switzerland's daily news program, *10 vor 10* (10 to 10). But while San sleeps, he is working. In fact, as with any employee/employer relationship, San and his client sign a contract establishing compensation. What is interesting about this, however, is the way the idea

of productivity is subverted. Are we paying a worker to sleep, or are we buying an ephemeral work of art?

San Keller acts as his own entrepreneur; his is a small business with a well-defined "corporate identity," based on both a graphic concept and on communication. He would not succeed if he were to act alone; his "business" is possible solely thanks to the development of cooperative models which focus on the concept of group dynamics. Collaboration is vital. Without the intervention of Schnittholz the designer, San the artist would not have the same impact on the public. In fact, thanks to Schnittholz's mediation, **"San Keller and bold, underlined Helvetica lettering have become**

legendary and inseparable," as the artist himself casually notes. The San Keller "label," with its twinkling little stars, simple colors, and linear typography, has gradually acquired a level of public recognition that vies with million-dollar advertising campaigns.

I think it is interesting to stress how San's sincerity distinguishes him from many of his colleagues, who often resort to "specialists" in order to create their works but do not communicate this fact to the public in their desire to safeguard their exclusive authorship (and thus higher prices?). The core of Keller's art strategy is social, focused on what we might call tribe or family. Yet thanks to the mechanisms mentioned above, it is not closed, but

rather dynamic and meant to expand. Even though a wary intercourse exists among the various art communities in Zurich, San moves crosswise through them all, freely roaming from an alternative venue such as Esther Eppstein's "message salon," to an institution with underground flair like the "migros museum," to the established pages of *Par-kett*. Moreover, with the Zurich art community, or at least the institutional community, currently giving a great deal of thought to its role and future—due, among other reasons, to directorial changes in several major institutions—San Keller proposes an entirely different exhibition model, one based on actions that unfold directly in public space.

In this regard the San Dance Company is particularly active. It was established to present a "live cover version" of Fatboy Slim's *Praise You* music video in various places in the city, in which an amateur camera shoots a group that improvises a dance in a shopping center, before an astonished public. And while I am writing, another action is in preparation, *DANCIN' IN THE RAIN*. This weeklong event will offer the possibility for people to dance together with the San Dance Company, but only when it is raining. Part absurdity, part Hollywood, the project bears the slogan "Rain which makes you happy!" Once again, San, in the form of a ready-to-use structure (a DJ, dancers on duty, a bar open 24 hours a day, and covered stands for spectators), elaborates a discourse where the true center of interest is in the feelings tied to social interaction.

In this sense I like to think of San Keller as a socially committed artist, not so much on a political level, but rather in practical terms. He provides

what is almost a form of extremely effective public service in the purest Swiss tradition. For example: *SAN KELLER DEMONSTRATES WITH YOUR MESSAGE IN NEW YORK* or *SCHNITTHOLZ PRESENTS: SAN KELLER DANCES TO YOUR MUSIC IN PARIS*. In these two cases San, working with numerous people, demonstrated and danced in spots in two cities chosen by him for their suitability to the assigned task. Upon his return from each city, he delivered a video cassette to his clients as a souvenir and to certify that he had completed the actions. Customer-care and follow-up: marketing principles that are fundamental to successful enterprises.

San Keller's ironic but professional services are designed to please and satisfy participants, but also to make them aware of the social fabric and the structural context in which they live. This gives him the near unlimited capability to create art outside of museums in a more transitory space, one that is both spiritual and human, as in his contribution to Alicia Framis's project *LONELINESS IN THE CITY* (26 August to 1 September 2000) at the migros museum. In two very simple actions, San pinpointed the problem of urban solitude. In *SAN KELLER IS LOOKING FOR YOU* and *SAN KELLER IS WAITING FOR YOU*, the artist would look or wait for a person who had expressly asked him to do so on the basis of a few enigmatic instructions within a specific timeframe and precisely defined area. The rationale is simple: isn't it perhaps reassuring for our ego to know that someone somewhere, not too far away, is looking or waiting for us?

By working in this "humanitarian spirit," San effortlessly succeeds in mobilizing considerable energy. For the past

several years, under the label *winterhilfe* (winter relief), he has developed actions attuned to the social parameters of that season, when the home assumes an important role. The name is taken from a Swiss charitable organization, whose activities San has committed to expand from the strictly material to a more spiritual and cultural level. During the winter of 2000/2001 he offered a *MOVING WALK WITH SAN KELLER*, which consisted of organizing a group of people willing, on request, to help other people move. He would move all of the "client's" possessions without motorized means, but within a maximum distance of 50 kilometers.

At this point my critical objectivity went down the drain. Since I myself had to move, I got in touch with him. My new apartment was located a few meters away from my old one, practically next door, on the same landing. According to San's logic, what could be more natural than to organize a human chain? "It has never been that easy and never will be again," the leaflet read (though he even managed to find volunteers for a *MOVING WALK* from Lucerne to Zurich). With San at the beginning and me at the end of the chain and the helpers between us, I occupied my new home, through a social and communal act of giving and taking. But only one person in the world other than me touched and saw all the objects I possess: San Keller. Who I think at this point knows me well.

(Translated from Italian by Marguerite Shore)

