



Bodo Gsedl · BBK
bodo@gsedl.de
T +49.0 80 84.96 92 44
www.bodo-gsedl.de

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 1



Titel:

„Bodobringt's AUFDENPUNKT - Kunst macht nicht SATT“

ENTSTEHUNG: 2008

KURZBESCHREIBUNG: Konservendose gefüllt mit 800g Eintopf (verschiedene Sorten), beklebt mit neuem, vom Künstler entworfenen und eigenhändig beklebtem Etikett.

AUFLAGE: 1000 Expl, nummeriert und signiert.

Entstanden für die Mitgliederausstellung **„ANDY WARHOL CAMPBELL'S SOUP“** des Kunstverein Erding e.V.

(1. Ausstellung zum Thema der Ausstellungsreihe „Das große Fressen“)



KONZEPT

BEGRIFFSERKLÄRUNGEN (wikipedia):

KONSERVENDOSEN sind Lebensmitteldosen aus Blech (z. B. Weißblech oder verzinktem Stahl), die nach dem Befüllen durch Verlöten oder Bördeln hermetisch verschlossen werden. Einmal geöffnet, lassen sie sich nicht wieder verschließen.

KONSERVIERUNG (von lateinisch. conservare, „erhalten, bewahren“) ist die Haltbarmachung von Gegenständen, insbesondere von organischen Substanzen (typischerweise von Nahrungs- und Genussmitteln), mit Hilfe von Konservierungsmitteln und -verfahren für mehr oder weniger längere Zeit.

Die Konservierung verhindert oder verzögert auf physikalische und auch chemische Weise Zerfallsprozesse, die durch Austrocknung oder Quellung, Oxidation, Enzymreaktionen oder Mikroorganismen wie Schimmel- und Hefepilze oder Fäulnisbakterien hervorgerufen werden.

Im Bereich der **BILDENDEN KUNST** sowie Kulturgut im Allgemeinen steht Konservierung als Überbegriff für sämtliche Maßnahmen, die dazu dienen die Authentizität künstlerischer bzw. kulturhistorisch relevanter Werke unter Berücksichtigung ihres Alters und ihrer Geschichte zu untersuchen, zu dokumentieren, zu erhalten und lesbar zu machen, ohne sie dabei irreversibel zu verändern. Insofern sind auch Maßnahmen der Restaurierung eine Teildisziplin der Konservierung. Die Gewährleistung definierter und konstanter Umgebungsklimata hinsichtlich Raumtemperatur, relativer Luftfeuchtigkeit, Licht- und Schadstoffemissionen sowie der raumhygienischen Bedingungen stellen für Kunstwerke, ihren Transport und ihre Aufbewahrung bereits eine grundlegend wichtige Form präventiver Konservierung dar.

Ein **ETIKETT** (v. frz.: etiquetter, aus estiquier „feststecken“, urspr. Zettel mit Hinweisen im Spanischen Hofzeremoniell), ist ein Hinweisschild auf oder an der Verpackung eines Produkts oder dem Produkt selbst. In anglophilen Kreisen wird statt Etikett auch das Wort **LABEL** (engl. „Zettel“, „Schildchen“) verwendet.

Das Etikett kann Angaben über den Inhalt, den Preis, den Hersteller, Mindesthaltbarkeitsdatum, Transport- und Gefahren-

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 2



hinweise sowie Gebrauchsanleitungen wie z.B. Textilpflegesymbole beinhalten. Auf Markenartikeln ist das Etikett zudem ein Werbeträger und enthält Angaben über die Marke. Eine besondere Form ist das Warensicherungsetikett, das im Handel als Maßnahme zur Diebstahlsicherung dient.

Für das Anbringen des Etiketts werden in der Produktion verschiedene Verfahren der Etikettierung verwendet. Selbstklebende Aufkleber bezeichnet man als Klebeetiketten.

SÄTTIGUNG bezeichnet das Erreichen eines Fassungsvermögens im allgemeinen Sinn. Der Begriff wird aber auch als Verhältnis zum erreichbaren Fassungsvermögen benutzt, so dass für den Maximalwert der Begriff **SÄTTIGUNGSGRENZE** benutzt wird.

Unter den vielen verschiedenen Verwendungen des Begriffes Sättigung (z. B. Chemie), steht natürlich die für jeden verständliche und gebräuchliche im Vordergrund – die sachliche Definition der Physiologie: **SÄTTIGUNG IST DIE ABWESENHEIT DES BEDÜRFNISSES ZUR NAHRUNGS-AUFNAHME.**

ÜBERTRAGENE BEDEUTUNGEN:

Im übertragenen Sinn wird der Begriff **ETIKETT** verwendet für eine Belegung bestimmter Begriffe, Gruppen, Sachverhalte usw. mit einer geläufigen Kurzbezeichnung, die mit positiven oder negativen Assoziationen verbunden wird. Als Beispiel kann im politischen Bereich die **ETIKETTIERUNG** einzelner Personen, Parteien oder Organisationen als “links” oder “rechts” angeführt werden. Eine Etikettierung in diesem Sinn führt leicht zu einer **VEREINFACHUNG VON KOMPLEXEREN HINTERGRÜN- DEN** und zur **VORURTEILSBILDUNG.**

Ebenso gibt es übertragene Verwendungen für den Begriff **KONSERVE**, die sich meist auf etwas schnell abrufbares, gesichertes und wiederholbares beziehen (z. B. in der Musik). Interessant war für meine Arbeit aber auch, dass in der **GENETIK** unter Konservierung der Erhaltungsgrad eines Gens im Verlauf der Evolution, also die Ähnlichkeit und Verwandtschaft von Genen untereinander verstanden wird. Dort meint der Begriff nicht die Haltbarmachung einer Substanz, sondern die **ERHALTUNG EINER INFORMATION.**

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 3



Bei dem Begriff der **SÄTTIGUNG** ist mir bei meinem Kunstwerk diese Definition von wichtiger Bedeutung: **EXPONENTIELLES WACHSTUM GEHT ÜBER IN SÄTTIGUNG ODER IN ZERSTÖRUNG**. Unter exponentiellem Wachstum versteht man die Zunahme oder die Abnahme (auch Zerfall oder negatives Wachstum) eines Bestandes, wenn sich der Veränderungsvorgang nicht um einen festen Wert (lineares Wachstum), sondern um einen festen Prozentsatz ändert. Der relative Zuwachs pro Zeiteinheit, die so genannte **WACHSTUMSRATE**, ist konstant.

Beispiele: Anwachsen von Kapital oder Schulden durch Zins und Zinseszins, aber auch der radioaktive Zerfall.

Emotionell darf man bei der Betrachtung übertragener Bedeutungen von Sättigung natürlich den oft gehörten und nach Veränderung schreienden Ausruf: „**ICH HABE ES SATT!**“ nicht vergessen.

MEINE ÜBERLEGUNGEN

ZUR AUSGANGSLAGE:

Auf die Intentionen der künstlerischen Arbeit Andy Warhols möchte ich mit meinem Werk gar nicht groß Bezug nehmen.

Mich interessiert, dass er einer der ersten war, die das Thema **MEDIEN** und **MEDIALE VERBREITUNG** zum Mittel künstlerischen Schaffens machte und diese neuen Möglichkeiten umfassend, ja exzessiv genutzt hat. Warhol ist als **KÜNSTLERISCHE PERSON** inzwischen auch der Allgemeinheit ein Begriff und er passt perfekt zum heutigen **KLISCHEE** und **VORURTEIL** des Wertbegriff „**KÜNSTLER**“: Auffallen um jeden Preis und dadurch **MEDIALE PRÄSENZ** zu erlangen. Und das kann praktisch jeder, der sich traut, aus **BELANGLOSEM INHALT** einen **EVENT** zu kreieren um damit eine bestimmte Zielgruppe (möglichst eine Masse) zu **UNTERHALTEN**. Sei es auch nur für einen kurzen Augenblick. Die **ÜBERBEWERTUNG** medialer Zurschaustellung und das Verhalten der Verbraucher, für die allein „**CELEBRITY**“, schon **LEBENSZIEL** und **LEBENSWEIT** ausmacht. Nicht als Ergebnis vollbrachter Leistungen berühmt werden, sondern berühmt sein durch den medialen Auftritt. Das fängt beim Babyfoto in der Rubrik „Wir gratulieren“ an und hört oft als Bewerber in einer Casting-Show auf.

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 4



ZUR KONSERVENDOSE:

Es gibt sie noch, die einfache Konservendose, für die, will der Verbraucher an deren Inhalt gelangen, der Zugriff auf einen Dosenöffner unbedingte Voraussetzung ist. Die für wenig Geld eine satt machende Mahlzeit liefert. Ein **MASSEPRODUKT**, das vor allem für eine bequeme Langzeitlagerung gedacht ist, um stets eine warme Komplettmahlzeit „im Haus“, „auf Lager“ oder „an Bord“ zu haben.

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 5

ZUM INHALT DER KONSERVE:

800g **INDUSTRIELL** gefertigter **EINTOPF** zum Preis von € 0,85. Weder dem Trend gesundheitsbewußter Ernährung noch ernährungsphysikalischer Ausgewogenheit folgend, stellt der Verbraucher an diese Mahlzeit eine ganz simple **ERWARTUNG**: Sie soll einfach, schmackhaft und umfassend satt machen. Egal ob als Linsen-, Erbsen-, Bohnen- oder Nudleintopf. Oft dient er größeren Menschenmengen, wie Großfamilien, Jugendfreizeit oder ähnliche Gruppen, die nach meist aktiver, Energie verbrauchender Tätigkeit „etwas Warmes im Bauch“ verlangen. Unkompliziert und ohne große Kochkünste von jedem vorzubereiten durch Heißmachen im Topf.


ZUM ETIKETT:

Angelehnt an die Gestaltungselemente des Campbell's Soup-Labels, das heute immer noch in einem fast **UNVERÄNDERTEM** Design in jedem anglo-amerikanischen Supermarkt zu finden ist, habe ich die Aussage umgesetzt:





Die runde **MEDAILLE**, die im Original ein Motiv einer Frau zur Weltausstellung in Paris von 1900 ziert, ist bei mir die zeichnerische Umsetzung meines **PORTRÄTS**, die mich als Verkünder der auf den Punkt gebrachten "Message" visualisieren soll.

Als weiteres Designelement habe ich das durch Winston Churchill eingeführte **VIKTORY-HANDZEICHEN**  gewählt. Bezug nehmen möchte ich hier allerdings nicht auf den ehemaligen Kriegsherren und Premierminister Englands sondern ganz ausdrücklich auf die durch **JOSEF ACKERMANN** genutzte Geste, die beim Mannesman-Prozess über ein reines Siegeszeichen auch die **SELBSTHERRLICHE ÜBERZEUGUNG** dokumentierte, dass ihm allein durch seine Funktion (Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bank) schon nichts passieren kann. Er wird nicht selten als ein arroganter, geldgieriger Manager ohne Bewusstsein für soziale Verantwortung dargestellt.

Dazu findet sich auf der Kunstdose ein kleines, von mir ausgewähltes **SUBVERSIVES PAMPHLET**: Ein paar Kernsätze aus einem Interview zum Thema „Reichtum“ mit Prof. Dr. Thomas Druyen, das am 23.2.2008 in der Süddeutschen Zeitung stand:

GELDGEHÖRT ZUDEN GANZ WENIGEN PHÄNOMENEN-IM GEGENSATZ ZU LIEBE ODER TREUE-BEIDEN ENGILT: SELBST WENN DER BEDARF GEDECKT IST, ERNEUERT ER SICH IMMER WIEDER. ES SCHEINT, ALS HANDELT ES SICH UM EINEN NICHT ZU STILLENDE SEHNSUCHT. ES WÄRE VÖLLIGER QUATSCH, HIER DEN EINDRUCK ZU ERWECKEN, WIR SOLLTEN DIE, DIE VIEL GELD HABEN, BEMITLEIDEN. DIE GEFÜHLE UNGERECHTIGKEIT IST ABER AUF ALLEN EBENEN IN EINEM AUSMASS BEDROHLICH, DASS MANSICH DARÜBER GEDANKEN MACHEN MUSS. DIE POLITIK MUSS DAFÜR SORGEN, DASS DIE PHILANTHROPIE PROFESSIONALISIERT WIRD. BEIDER FINANZIERUNG VON BILDUNG ALS EINZIGES WIRKSAMES MITTEL GEGEN ARMUT MÜSSEN DIE VERMÖGENDEN UNBEDINGT HERANGEZOGEN WERDEN. DASKANN ABER NUR DURCH ZWANG ERREICHT WERDEN, DURCH ZWANG, DER AUS DER GESELLSCHAFT HERAUSENTSTEHT ALS GRUNDLAGE GEMEINSCHAFTLICHEN HANDELNS. WIR BRAUCHEN EINEN POSITIVEN GEMEINSCHAFTSSINN. WENN MAN FORDERT, DASS GEWISSE MENSCHEN EINE HÖHERE TUGEND AN DEN TAG LEGEN ALS ANDERE, DANN SCHAFFEN WIR WIEDER EINE FORM DER UNGERECHTIGKEIT UND UNGLEICHHEIT. ALLE MÜSSEN DERTUGEND FOLGEN. WIR BRAUCHEN EINE GEMEINSAME MORAL. TUGEND IST NICHT TEILBAR! UND MORALIST NICHT GRUPPENSPEZIFISCH!
PROF. DR. THOMAS DRUYEN - QUELLE: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG NR. 46, SAMSTAG, DEN 23. FEBRUAR 2008, SEITE 116

Auf dem Etikett der Kunstdose ganz bewusst in kleiner, kaum zu lesender 3pt Schrift und zusammenhängend gesetzt – man muss es schon entziffern wollen!

DIE WANDLUNG VON DOSENSUPPE ZU KUNSTDOSE:

Wichtigste Eigenschaft der künstlerischen Wandlung: Bei der **DOSENSUPPE** diente das Etikett als **INFORMATIONSTRÄGER** für den Inhalt. Als **KUNSTDOSE** ist der Inhalt sekundär nur als Art (= Eintopf) bekannt, aber konkret nicht mehr von Bedeutung. Es befinden sich allerdings 6 verschiedene Sorten von Eintopf unter den 385 Dosen.

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 6



WIRTSCHAFTLICHE KALKULATION DER PYRAMIDE

Die Pyramide umfasst 385 Dosen

A) MATERIALKOSTEN:

385 Dosen (Pyramide) gefüllt mit Eintopf, gekauft bei einem Discounter à € 0,85	327,00
Ausschuss durch Beschädigung 12 Dosen à € 0,85	10,20

B) DRUCKKOSTEN:

1000 selbstklebende Etiketten, vierfarbig	223,12
1 zweiseitiges Aktionsschild auf Alu-Dibond Platte	52,00
1000 Postkarten als begleitende Aktionsmaßnahme	96,15
1 T-Shirt mit Motiv des Kunstwerks	26,00

C) ARBEITSZEIT

Idee & Entwurf des Werks und aller begleitenden Maßnahmen 18 Std. à 68,00	1.224,00
Schriftliche Formulierung des Konzeptes, durch den Künstler, 7 Std. à 68,00	476,00
Ablösung der Original-Etiketten von 397 Dosen, 6 Std à 7,50 (Lohnarbeit des Praktikanten)	45,00
Aufklebung der neuen Etiketten, Nummerierung & Signierung von 385 Dosen durch den Künstler, 19,25 Std. à 30,00	577,50
Transport, Aufbau, Organisation, 5 Std. à 30,00	150,00

Summe der Kalkulation € 3.206,97

Bei einem Abverkauf aller 385 Dosen à 8,50 Euro würden die Gesamteinnahmen der Pyramide den Betrag von **3.272,50** ergeben. Und ich hätte also **65,53** verdient.

Dieses **ERGEBNIS** würde schon im günstigsten Falle den Künstler **NICHT ERNÄHREN**. Nicht eingerechnet sind zudem Kosten, die für Ausstellungsraum und Aufsicht entstehen würden, wenn dieses Werk NICHT im Rahmen des Kunstvereins ausgestellt würde.

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 7



Wenn die Ausstellung im Frauenkircherl eine Verkaufsausstellung wäre, würde eine Verkaufsprovision von 20% je Dose an den Kunstverein fällig werden. In diesem Falle könnte ich die Dose auch nicht für 8,50 anbieten.

Hier möchte ich noch mal ausdrücklich auf meine oben bereits ausführlich beschriebenen künstlerischen Ansätze hinweisen und betonen, dass der **WIRTSCHAFTLICHE ASPEKT** meiner „auf den Punkt“ gebrachten Aussage: „Kunst macht nicht satt!“ zwar vordergründig verlockend, aber **NICHT** die **KERNBOTSCHAFT** dieses Werkes ist.

Zur Präsentation:

Als die **WARENPRÄSENTATION** durch Produktverpackung in den Anfängen lag und die Mitarbeiter in einem Supermarkt noch den **KONTAKT ZUM KUNDEN** vor der Kasse pflegten, gab es sie noch, die **KONSERVENPYRAMIDEN**. In meiner Erinnerung waren diese immer auch etwas Gewagtes mit der **VERSUCHUNG**, durch eine falsch herausgezogene Dose das ganze Gebilde zum **EINSTURZ** zu bringen.

Die Menge von 10 x 10 Dosen bilden die Basis als unterste Ebene der **PYRAMIDE** mit insgesamt 385 Dosen auf 10 Ebenen, wobei jede Ebene nach oben immer um jeweils eine Reihe abnimmt: Also 9 x 9, 8 x 8 usw. Die oberste Ebene bildet dann nur noch eine Dose.

Die Pyramide dient mir also als **PRÄSENTATIONSFORM** und wird daher wichtiger **BESTANDTEIL** und **AUSGANGSPUNKT** der damit verbundenen Ausstellungsaktion.

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 8

früher
Dosensuppe je **0.85** EURO

jetzt
Kunstdose je **nur 8.50** EURO

Numeriertes (1.000 Expl.) und signiertes Angebot!! Vom Künstler selbst beklebt!

SOFORT MITNEHMEN !!!



Zur Aktion:

Der **AKTIONSPREIS** von € 8,50 ergibt sich durch die Präsentationszahl der Pyramide, da sich durch die **KÜNSTLERISCHE WANDLUNG** von **DOSENSUPPE** in **KUNSTDOSE**, der Einkaufspreis von € 0,85 also ver**10**facht hat.

Der **DIREKTE ABVERKAUF** der einzelnen Dose von der Pyramide weg ist ein **KUNSTAKTION** und keine Verkaufsaktion. Der **KÄUFER** erwirbt hier nicht, wie im Supermarkt, ein Produkt wegen des Inhaltes, sondern wird durch den Kauf einer Kunstdose Teil einer **INSZENIERUNG** und in diesen **PROZESS** eingebunden. Üblicherweise werden Kunstwerke bei den meisten Ausstellungen erst nach Beendigung derselben an den Käufer übergeben. Um Teil meines Werkes zu werden, muss der Käufer sein erstandenes Werk **GLEICH MITNEHMEN**. Somit soll sich die Pyramide während der Ausstellung ständig **VERÄNDERN** und **VERKLEINERN**. Kauf und Veränderung ist **ELEMENTARER PROZESS** dieser Aktion. So würde auch der günstigste Verlauf der Aktion (= kompletter Abverkauf der Pyramide) in Hinsicht auf die **FINANZIELLE SÄTTIGUNG** des Künstlers keine Auswirkung haben.

Vielmehr verweise ich hiermit auf die seriellen Form der **KUNST-VERBREITUNG**, für die eben gerade Andy Warhol bekannt ist, in der allein über die **SIGNATUR DES KÜNSTLERS** und einer Individualisierung durch eine **NUMMERIERUNG** Auflagen geschaffen werden, die auch dem kleineren Geldbeutel einen Kunstwerb ermöglichen. Ich gehe allerdings davon aus, dass die Pyramide nicht in einer signifikanten Menge durch Verkauf der Dosen abnehmen wird.

Der Ausstellungsbesucher wird übrigens auch dann Teil dieses Veränderungsprozesses, wenn er nur die **GRATIS-POSTKARTE** mitnimmt, die direkt neben dem Kunstwerk in einem Display angeboten wird.

Gewidmet habe ich das Werk sowohl Andy Warhol, als auch den Engländern Bryan Donkin und John Hall, die 1813 die erste Konservenfabrik eröffneten.

Bleibt zum Schluss die Frage:

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 9



WIESO MACHT KUNST ALSO NICHT SATT?

Der Betrachter wird meiner Aussage, dass Kunst nicht satt macht, natürlich gerne vorbehaltlos zustimmen. Zu verlockend ist es, dieser allseits goutierte Auffassung über das Künstlerleben mit Nachdruck zuzustimmen. Die wenigsten dürften **BILDENDE KÜNSTLER** persönlich kennen, die es zu **LEBZEITEN** zu Ruhm **UND** Reichtum gebracht haben. Allerdings wäre der ahnungslose Kunstfreund mir hier schon mit der Bestätigung seiner Klischeevorstellungen auf den Leim gegangen, denn um die **WIRTSCHAFTLICHE** Erkenntnis geht es mir überhaupt nicht. Schon gar nicht darum, ihm in dieser Meinung vom Gegenteil zu überzeugen.

Kunstmacht nicht satt, weil Kunst beim Künstler keine Sättigung erzeugt und der Künstler nicht genug kriegen kann von der Kunst und dem eigenen künstlerischen Schaffen. Man mag es **SATT HABEN, sich mit den Umständen des künstlerischen Daseins (Ausstellungen, Publikum, Markt und wirtschaftliche Widrigkeiten) auseinander zu setzen. Aber der **HUNGER** nach künstlerischer Auseinandersetzung und kreativem Schaffen wird bei einem kreativen Geist nicht gestillt. So einfach und so viel dazu.**

Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 10



Wasserschloss 1
84416 Taufkirchen (Vils)

Seite 11

Pyramide in der Aus-
stellung des Kunst-
verein Erding im
Frauenkircherl Erding
vom 10. – 18. Mai
2008