

Katrin Hippel

Francis Bacon. Mechanismen des Erfolges und der Legendenbildung
zu Lebzeiten und posthum. Ein Exempel der modernen Kunst

KATRIN HIPPEL

Francis Bacon.

Mechanismen des Erfolges und der Legendenbildung zu Lebzeiten
und posthum. Ein Exempel der modernen Kunst

D6 (Dissertation der Universität Münster)

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.
Das Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen,
Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung
durch elektronische Systeme.

© 2016 by Verlag Ludwig
Holtenauer Straße 141
24118 Kiel
Tel.: 0431-85464
Fax: 0431-8058305
info@verlag-ludwig.de
www.verlag-ludwig.de

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Papier
Printed in Germany

ISBN 978-3-86935-268-8

INHALT

Vorbemerkungen zu Thema und Zielsetzung.....	7
Vorbemerkungen zur Person und zur Kunst Francis Bacons.....	20
A. Grundlagen des Bekanntwerdens Francis Bacons.....	32
I. Die öffentliche Wahrnehmung in Besprechungen	33
II. Erste Vernetzung in der Kunstwelt durch die Kollegenschaft.....	49
III. Die Vertretung durch Galerien.....	66
B. Bacons Inszenierung in den Interviews unter besonderer Berücksichtigung der Gespräche mit David Sylvester.....	86
I. Rahmenbedingungen der Interviews mit David Sylvester	94
II. Schwerpunkte und Intentionen.....	103
1. Die anhaltende Überbetonung des Zufalls.....	104
2. Die Zurückweisung einer narrativen Komponente	127
3. Die Nutzbarmachung etablierter Namen der Kunstgeschichte	148
4. Die Relativierung der Bedeutung der Fotografie	171
5. Schlaglichter des vermittelten Persönlichkeitsbildes	191
6. Das vermittelte Verhältnis zu Markterfolg und öffentlicher Anerkennung	209
III. Nachweise für Francis Bacons Beteiligung an den Vorarbeiten der Interviews.....	220
C. Weitere Beeinflussungen der öffentlichen Wahrnehmung in Hinblick auf das vermittelte Künstler- und Persönlichkeitsbild	234
I. Die Einflussnahme Francis Bacons und seiner Fürsprecher auf Publikationen	235
1. Redigierungen und Verhinderungen von Publikationen	236
2. Die Unterbindung der Monografie des Autors James Thrall Soby....	259

II. Francis Bacon in Zusammenarbeit mit Museen und ausstellenden Galerien	282
III. Wiederkehrende Typen der Persönlichkeitsdarstellung Francis Bacons in seinen Selbstporträts	303
D. Posthume Debatten und Vermarktungen.....	325
I. Das strittige Material Barry Joules in der öffentlichen und fachlichen Diskussion.....	326
II. Francis Bacon in John Mayburys Spielfilm »Love is the Devil« ..	347
III. Die Rekonstruktion des Ateliers in der Dubliner City Gallery The Hugh Lane	371
Ausblick: Die Bildung einer Künstlerlegende am Beispiel Francis Bacons und Überlegungen zur Kunst der Moderne	395
Literatur und Quellen	407
Abbildungen.....	430
Bildnachweis.....	449

VORBEMERKUNGEN ZU THEMA UND ZIELSETZUNG

Der Künstler-Hype ist ein Phänomen, das auf Grundlage einer im 20. Jahrhundert erstarkten Medienlandschaft gedieh. Insbesondere seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges nahm die Anpreisung, demnach die Absatzförderung eines Künstlers, einen gewichtigen Einfluss auf die Kunstgeschichte, indem sie regelrechte Künstlerstars hervorbrachte. Die Absatzmärkte für Kunst hatten sich durch die Verbreitung von Reproduktionen, durch die Entwicklung des Transportwesens und durch Wanderausstellungen über einen regionalen Rahmen hinaus erweitert.¹ Um als Künstler auf dem Kunstmarkt zu bestehen, also kommerziellen Erfolg zu haben, führte und führt der Weg nicht mehr an den Medien vorbei, die zumindest kurzfristig über Ruhm und Ablehnung entscheiden, bis ein zunehmender zeitlicher Abstand ein Urteil über die künstlerische Bedeutung fällt.

Wenigen, besonders prominenten Künstlern haftet ein zeitgenössischer Mythos im medialen Sprachgebrauch an und treibt die Vermarktung ihrer Kunstwerke voran. Es bildet sich ein Starkult, der zumeist in der öffentlichen Ausstrahlungskraft des Künstlers Begründung und Unterstützung findet, sodass nunmehr auch Alltägliches auratisch aufgeladen und geheimnisvoll verklärt wird. Der steigende Bekanntheitsgrad eines Künstlers schürt die Legenden,

¹ Walter Grasskamp, *Die unbewältigte Moderne. Kunst und Öffentlichkeit*, München 1989, 29; 37; 38; 40. – Im Folgenden bei Erstnennung stets Langtitel und danach Kurztitel.

also die Geflechte von Sagen, die sich um diesen ranken. Legenden müssen ihrer Definition nach nicht den Tatsachen entsprechen, können jedoch einen wahren Kern enthalten, der allerdings nicht durch Quellen zu belegen ist. Die Umgangssprache weitet den Legenden-Begriff, sodass die Künstlerperson selbst zur Legende im Sinne einer Berühmtheit erklärt wird. Dieser Prozess der Bildung einer Künstler-legende nach umgangssprachlichem Gebrauch bedarf eines Anstoßes. Er wurzelt in der jeweiligen Präsentationsart des Künstlers und seiner Kunst, also in einem Spiel mit der Öffentlichkeit. Das Schaffen und die Wahrung einer Markenidentität obliegt zu entscheidenden Teilen dem Kunstschaffenden selbst, muss jedoch extern Unterstützung und weitere Verbreitung finden. Ebenso müsste selbst ein von außen auferlegtes Persönlichkeitsbild für seine Medienwirksamkeit notwendigerweise vom Künstlerstar selbst getragen und übermittelt werden. Der Künstler und seine Vermittler fundieren den Aufbau eines Ansehens gleichermaßen. Das Image eines Künstlers ist eng mit dem Erfolg seiner Kunst verbunden. Piroshka Dossi schrieb 2007 generell über die Beteiligung des Künstler-Ansehens am Preisfindungsprozess in Bezug auf seine Werke:

»Die Regel ist: Der Künstlername ist Preistreiber Nummer eins. Ob als Mythos oder als Marke, ob im sakralen Heiligenschein des begnadeten Genies oder der profanen Inszenierung als erfolgreicher Star – die Figur des Künstlers steht im Zentrum der Preisspiralen des Kunstmarkts.«²

Dossis Aussage bezieht sich in erster Linie auf neuere Vorgänge auf dem Kunstmarkt, greift jedoch in ihrer Gültigkeit weiter zurück und schließt auch das in dieser Untersuchung gewählte Beispiel des Malers Francis Bacon (1909–1992) ein. Trotz divergierender Kritiken ist eine bis heute anhaltende öffentliche Wertschätzung Bacons unbestritten. Insbesondere seit seiner ersten Retrospektive in der Londoner Tate Gallery 1962 ist sein steigender Erfolg auf dem Kunstmarkt zu verzeichnen. Und nicht nur rezent ist die Anerkennung der Malerei Francis Bacons auch eine finanzielle. Im Mai 2008 ging etwa Bacons

2 Piroshka Dossi, *Hype! Kunst und Geld*, München 2007, 15.

Gemälde »Triptych, 1976« (Triptychon, 1976) für 86,3 Millionen US-Dollar im Rahmen einer New Yorker Auktion des Kunsthauses Sotheby's in den Besitz des russischen Oligarchen Roman Arkadjewitsch Abramowitsch über.³ Der Londoner Kunsthändler Gérard Faggionato, der den Bacon-Nachlass in Europa vertritt, verzeichnete kurz darauf, Anfang des Jahres 2009, generell ein in den vier vorherigen Jahren deutlich gestiegenes Kaufinteresse an Werken Bacons auf Auktionen. Diese Tatsache erschien ihm angesichts der zu Lebzeiten recht isolierten künstlerischen Position des Malers bemerkenswert, wie ihn das Hamburger Nachrichten-Magazin »Der Spiegel« zitierte.⁴ Und es scheint sich bislang kein Ende der erzielten Rekordpreise abzuzeichnen. Matthias Thibaut schrieb im Februar 2013 für die deutsche Tageszeitung »Handelsblatt«, bei den wenigen Lieblingen des Kunstmarktes sei kein Rückgang des Interesses der Käuferschaft zu erwarten.⁵ »Die Begierde gilt vor allem einer Handvoll teuer bezahlter Künstler. Francis Bacon, Jean-Michel Basquiat und Gerhard Richter sind die Säulen des Marktes.« Nach einer »Konsolidierungspause« zögen die Preise für Kunstwerke Bacons seit zwei Jahren wieder an, so beobachtete Thibaut.⁶ Im November 2013 wechselte dieser Prognose des Autors entsprechend Bacons Triptychon »Three Studies of Lucian Freud« (Drei Studien von Lucian Freud) für 142,4 Millionen Dollar im Auktionshaus Christie's in New York den Besitzer.⁷ Es handelte sich zu diesem Zeitpunkt um das teuerste Gemälde, das jemals auf Auktionen verkauft wurde.

Der Erfolg Bacons manifestiert sich nicht nur in den Rekordsummen, die seine Werke bis heute auf dem Kunstmarkt erzielen. Er äußert sich ebenso in einer medialen Anerkennung, die immer wieder in eine Verklärung der Künstlerpersönlichkeit mündet. Ein zeitgenössischer Mythos nach medialem Sprachgebrauch, eine Legendenbildung, umgab und umgibt mit zunehmender Bekanntheit auch Fran-

3 Öl auf Leinwand, 3 Tafeln je 198 × 147,5 cm, Privatbesitz.

4 Nora Reinhardt, Genialer Müll, in: Der Spiegel, 1. März 2010, 134–135.

5 Matthias Thibaut, Die Monopolisten, in: Handelsblatt, 16. Febr. 2013, zitiert nach <http://www.handelsblatt.com/panorama/kunstmarkt/zeitgenoessische-kunst-die-monopolisten/7789164.html> (Zugriff 14. Nov. 2015).

6 Ebd.

7 1969, Öl auf Leinwand, 3 Tafeln je 198 × 147,5 cm, Privatbesitz.

cis Bacon. So geht sein Name noch immer einher mit des Künstlers Homosexualität, seinem Alkoholkonsum, seiner Leidenschaft für das Glücksspiel und seinem Hang zur Darstellung von Gewalt und Grausamkeit. Auch wenn in der Bacon-Forschung derlei Verkrustungen tendenziell zugunsten einer sachlicheren Herangehensweise aufgebrochen werden, erschweren diese noch immer wie bei so vielen Künstlern mit Starruhm die unvoreingenommene Beschäftigung mit der Kunst. Bacons Zeitgenosse Daniel Farson, der 1993 eine der posthum erschienenen Biografien über den Maler veröffentlichte, schrieb im Vorjahr einen Nachruf auf Bacon für die Zeitung »The Sunday Times«, in dem die Überhöhung der Künstlerpersönlichkeit in offensichtlicher, jedoch keineswegs unüblicher Weise zum Ausdruck kommt. Farson formulierte, Bacon sei im Leben wie in seiner Kunst mit niemandem zu vergleichen. Der Maler sei ein Original gewesen, das einer fremden Ära entsprungen zu sein schien. Alles, was Bacon getan habe, sei anders gewesen. Dies habe seinen Gang, seinen Redegestus und seine sprachliche Betonung betroffen. Dies wiederum habe Gespräche mit ihm unwiderstehlich gemacht. Wenn Bacon den Raum betreten habe, sei dies ein Ereignis gewesen. Farson selbst werde, so schloss der Autor, seinen Humor und sein entwaffnendes Lachen vermissen.⁸ Der Künstler Bacon erschien im Nachruf Daniel Farsons als Mensch abseits jeglicher Normalität, als seiner Zeit enthoben und über seine Mitmenschen erhaben. Derartige Romantisierungen drohen nahezu unbemerkt in die Betrachtung des Künstlers und seiner Kunst einzufließen. Michael Peppiatt, ebenfalls Zeitgenosse und Biograf Bacons, äußerte sich 2006 zur posthumen Mythosbildung am Beispiel Francis Bacons, indem er konstatierte, seit dessen Tod im April 1992 sei der Künstler kaum aus der Berichterstattung verschwunden. Im Gegenteil scheine er häufig lebendiger denn je, mit einer ihn umgebenden Mythologie, die im Laufe der Jahre immer extravaganter geworden sei.

8 Daniel Farson, *The Gilded Gutter Life of Francis Bacon*, (London 1993) London 1994, 1: »He was unlike anyone else in life, as in his art. He was a true original, as if he had descended from another era. Everything he did was different: the deliberate way he walked, the particular way he talked, his particular emphasis on words, which made his conversation irresistible. When he entered the room it was an occasion. What I shall miss is his sense of fun and that disarming laughter«.

Es scheine, so schrieb Peppiatt ferner, als habe Bacons Existenz sich wie bei einem Phrao in eine gewaltige archäologische Ausgrabung verwandelt, im Zuge derer regelmäßig Funde getätigt würden, die sodann einer begierigen Öffentlichkeit berichtet würden.⁹

Doch auf welche Weise kamen Bacons außerordentlicher Erfolg auf dem Kunstmarkt sowie seine mediale Wertschätzung und Verklärung zustande? Die westlich geprägte Kunst nach 1945 baut einerseits auf den Prinzipien der gegenstandslosen Kunst aus der ersten Hälfte des Jahrhunderts auf und andererseits auf Überwindungen und Übernahmen von den großen -ismen der Klassischen Moderne. Auf diesem Fundament stand die gestärkte Abstrakte Kunst der Fünfziger- und Sechzigerjahre. In den Sechzigerjahren hatte sich die gegenstandslose Kunst nicht nur etabliert, sondern hatte spätestens mit dem Aufkommen des Abstrakten Expressionismus in den USA den Geschmack der Kunstkritiker sowie -laien weltweit stark geprägt. Dass Bacon sich zeitlebens abseits der Abstraktion und somit abseits einer bis in die Sechzigerjahre an Popularität gewinnenden Tendenz bewegte, trug dazu bei, dass seine Kunst nicht im Fahrwasser dieser derzeit modernen Strömung schwimmen konnte. Nicht nur Bacons Hinwendung zur figürlichen Malerei, sondern auch seine generelle Positionierung abseits populärer Künstlergruppen und -ismen begünstigte insbesondere zu Beginn der Karriere Bacons den durch ihn selbst mündlich forcierten Status als Außenseiterkünstler. Der Maler manövrierte sich durch seine singuläre Positionierung nicht etwa ins künstlerische Abseits. Das Fehlen einer Zugehörigkeit zu einer Künstlergruppe schmälerte den späteren Erfolg auf dem Kunstmarkt ebenso keineswegs. Vielmehr schien vom propagierten Einzelgängertum Bacons eine gewisse Anziehungskraft auszugehen, die sich rezent in einer generellen Neubewertung der künstlerischen Außenseiterposition fortsetzt.

9 Michael Peppiatt, Francis Bacon in the 1950s, Ausst.kat. Sainsbury Center for the Visual Arts Norwich, New Haven/London 2006, 9: »Since his death in April 1992, Bacon has rarely been out of the press. Indeed, he often seems to be more alive than ever, with the mythology surrounding him growing more extravagant by the years, as if his existence had been transformed, like that of a Pharaoh, into a vast archaeological dig, with ›finds‹ being made regularly and reported to an eager public.«

Das Anliegen dieses Dissertationsprojektes ist es, in Bezug auf Bacon beispielhaft für die Kunst der Moderne eine Untersuchung der Mechanismen des Erfolges und der Legendenbildung anzustellen. In dieser Arbeit wurden die hierfür meines Erachtens nutzbringendsten Fragestellungen zusammengetragen und bearbeitet. Im Umgang mit einem derart prominenten Künstler des 20. Jahrhunderts ist eine Auswahl ebenso unumgänglich wie mühsam, und es mag sicherlich weitere, zielführende Ansatzpunkte geben. Zunächst sollen Grundlagen des Bekanntwerdens Bacons aufgezeigt werden, wobei seine öffentliche Aufnahme bis 1962, eine Vernetzung in der Londoner Kunstszene durch arrivierte Künstlerkollegen und eine Vertretung durch Galerien Erwähnung finden sollen. Diese drei Gesichtspunkte sollen die hier nachfolgenden Untersuchungen unterfüttern. Auf Bacons Wechsel von der Hanover Gallery zur renommierten Galerie Marlborough Fine Art Ltd. im Jahre 1958 wird besonderes Augenmerk gelegt werden, erwies sich der Vertragsschluss mit der Marlborough Gallery doch als außerordentlich folgenreicher Wendepunkt für eine professionelle Vermarktung der Kunst Bacons.

In seinen zahlreichen Interviews lieferte Bacon selektive und mitunter verklärende Informationen. Insbesondere die konstruierten und intensiv überarbeiteten Interviews zwischen dem britischen Kunstkritiker David Sylvester (1924–2001) und Francis Bacon aus den Jahren 1962 bis 1986 haben bis heute nicht an Geltung eingebüßt und werden als verbindliche Grundlage in nahezu jedweder Veröffentlichung über den Künstler rezipiert. Dabei werden sie noch immer allzu oft als unverfälschte Primärquelle behandelt. Rahmenbedingungen, Intentionen und Schwerpunkte der mit Sylvester geführten Interviews werden in dieser Arbeit abgesteckt, bevor Nachweise für eine Konstruiertheit des natürlich anmutenden Gesprächsverlaufs erbracht werden. Die herausgestellten Absichten bei der Vermittlung des Künstler- und Persönlichkeitsbildes sollen den nachfolgenden Ausführungen als Bezugspunkt dienen.

Die Untersuchung weiterer Beeinflussungen der öffentlichen Wahrnehmung im Hinblick auf das vermittelte Künstler- und Persönlichkeitsbild schließt sich an. Im Zusammenhang mit Redigierungen und Verhinderungen von Publikationen über Bacon soll thematisiert werden, inwiefern insbesondere Veröffentlichungen über

noch lebende Künstler der starken Formung durch diesen und seine Fürsprecher unterliegen. Eine Einflussnahme des Künstlers auf vermittelte Inhalte ist selbstverständlich auch für den Fall der Kooperation mit Museen und ausstellenden Galerien zu erwarten, sodass dieser Aspekt im Anschluss Beleuchtung finden wird. Ausstellungen in anerkannten Museen bedeuten stets eine kunsthistorische Legitimation, und durch Restriktionen bei der Werkauswahl und -präsentation bestimmte Bacon massiv die öffentliche Wahrnehmung seiner Arbeit. Es ist anzunehmen, dass des Malers deutlichste Sprache im Hinblick auf sein vermitteltes Persönlichkeits- und Künstlerbild seine Selbstporträts sind, sodass es angezeigt schien, auch diese im Lichte der übergeordneten Fragestellung zu untersuchen.

Mancherlei Debatten und Vermarktungsstrategien sorgten letztlich dafür, dass der Name Bacons auch posthum nicht aus der Berichterstattung verschwand. Man denke in diesem Zusammenhang etwa an den Streit um die Authentizität der Werke und Arbeitsmaterialien aus dem Besitz von Bacons Freund Barry Joule, in dem sich der britische Kunstkritiker David Sylvester federführend gegen die Echtheit der zutage getretenen Stücke aussprach. Der britische Spielfilm John Mayburys »Love is the Devil. Study for a Portrait of Francis Bacon« des Jahres 1998 lenkte den Restriktionen der Nachlassverwalter geschuldet die Aufmerksamkeit weg von den geschaffenen Gemälden und zeichnete posthum ein Künstlerbild abseits der Normen eines bürgerlichen Wertehorizonts. Im Zusammenhang mit posthumen Debatten und Vermarktungsstrategien sei zuletzt die minutiöse und im Mai 2001 öffentlich zugänglich gemachte Rekonstruktion der chaotischen Ateliersituation in der Dubliner City Gallery The Hugh Lane thematisiert. Der wie eine Reliquie verehrte Raum entzieht sich hinter Glas präsentiert dem haptischen Zugriff der Betrachter und Forscher und lenkt auratisch aufgeladen das Augenmerk auf die außergewöhnlichen Arbeitsumstände Bacons. Erkenntnisträchtig erscheint ein Aufzeigen der Mechanismen kommerziellen und medialen Erfolges nicht nur in Bezug auf Francis Bacon, sondern ebenso für das Verständnis der Kunst ab 1945, die in enger Umklammerung mit (Massenverbreitungs-) Medien und in Abstimmung mit dem Kunstmarkt funktioniert. Der im Titel dieser Arbeit gewählte Zusatz »Ein Exempel der modernen Kunst« soll nicht vorgeben, dass die gewon-

nenen Einsichten einer Verallgemeinerung standhalten sollen. Doch kann eine Geläufigkeit der aufgezeigten Mechanismen wohl immerhin angenommen werden, so dass ein Seitenblick auf andere moderne Künstler in der Schlussbetrachtung erfolgt.

Es soll nicht der Eindruck entstehen, Bacon habe seine Inszenierung und die Vermarktung seiner Gemälde in intensiverem Maße betrieben als der Durchschnitt seiner Künstler-Zeitgenossen. Strategien des Erfolges, die durch Bacon und sein Umfeld verfolgt wurden, stehen in Kombination mit unbewusst oder zufällig verlaufenden Prozessen des Legendenbildung und sind im Vergleich mit der Kunstszene der Zeit nicht übersteigert. Gerade die Alltäglichkeit, womöglich auch die Subtilität der Unternehmungen Bacons und seiner Vermittler und nicht ein extremes Verhalten ist hier Gegenstand des Interesses. Wollte man hingegen die Höchstmaße der Selbstvermarktung eines Künstler veranschaulichen, hätten sich sicher andere Namen, etwa der eines Andy Warhols, angeboten. Warhol suchte und propagierte schließlich Berührungspunkte mit dem Kommerz, nicht nur als er 1981 für das Textilunternehmen von Laack auf Werbeplakaten posierte.¹⁰ Man hätte auch an Joseph Beuys denken können, der beispielshalber durch seine gleichbleibende Kleidung den Wiedererkennungswert der Marke »Beuys« sicherte.¹¹ Diese Untersuchung der Mechanismen der Legendenbildung am Beispiel Bacons dient hingegen als charakteristisches Fallbeispiel, das keineswegs Einheitlichkeit vortäuschen soll und bewusst nicht Höchstmaße der Vermarktung abgreift. Eine Dekonstruktion des Künstlermythos wird auf ein nicht extremes Fallbeispiel übertragen, und dies kann nicht nur der Bacon-Forschung dienlich sein, sondern soll auch dazu anregen, derlei Überlegungen im Umgang mit modernen Künstlern selbstverständlicher zugrunde zu legen. Piroshka Dossi formulierte im Jahre 2007 wie folgt:

10 Hans-Werner Schmidt, Andy Warhol »Mao« – Joseph Beuys »Ausfegen«, in: Michael Groblewski und Oskar Bätschmann (Hg.), *Kultfigur und Mythenbildung. Das Bild vom Künstler und sein Werk in der zeitgenössischen Kunst*, Berlin 1993, 111. – Siehe auch etwa Antje von Graevenitz, Warhols Tausch der Identitäten, in: Groblewski/Bätschmann (Hg.), 1993, 69–91.

11 Michael Groblewski, »...eine Art Ikonographie im Bilde.« Joseph Beuys – Von der Kunstfigur zur Kultfigur, in: Ders./Bätschmann (Hg.), 1993, 39–48.

»Die Vorstellung, dass in der Kunst allein Kreativität und Luft zum Atmen zählt und nichts als Freiheit herrscht, ist eine Fiktion, die allen Angriffen der Wirklichkeit standgehalten hat. Zu diesem weich gezeichneten Bild hat die Kunstgeschichte durch die Ausblendung der harten Bedingungen, unter denen Kunst zu allen Zeiten entstanden ist, maßgeblich beigetragen. Inzwischen hat die Kunstsoziologie durch die Erforschung der gesellschaftlichen Entstehungsbedingungen von Kunst ein realistischeres Bild entworfen. Doch die Mythen der Kunst locken immer noch viele junge Menschen an, die an die Kunst als Paradies glauben, in dem es um Selbstverwirklichung, Authentizität und Wahrhaftigkeit geht.«¹²

Anliegen darf nicht ein allgemeines Dämonisieren der Vermarktung von Kunst sein, die immerhin im Vergleich zum jüngeren Autonomiegedanken weit in die Kunstgeschichte zurückreicht. Es soll also keineswegs eine kulturpessimistische Bestandsaufnahme vorgenommen werden. Selbst ein Alter Meister wie Rembrandt van Rijn (1606–1669) erscheint heute ungeachtet seiner Verarmung weniger als weltabgeschiedenes und nur zum Zwecke der Kunst arbeitendes Künstlergenie denn als überlegter Urheber eines Malstiles, dessen profitable Verbreitung vom Maler angestrebt wurde.¹³ Forderungen nach künstlerischer Unabhängigkeit, demnach einer Losgelöstheit vom Kunstmarkt oder von einer diktierten Zweckmäßigkeit, sind weitaus jünger als Auftragskunst, Zweckerfüllung oder das Streben nach Ertrag. Mechanismen des Erfolges und der Legendenbildung sollen am Beispiel Bacons nachgezeichnet werden, und dies soll geschehen, ohne dass derartige Analysen eine nachteilige Charakterzeichnung des Künstlers begründen oder unterfüttern sollen.

Eine umfassende Untersuchung der Legendenbildung und des Erfolges am Beispiel Francis Bacons existiert bislang nicht. Wohl aber wies Martin Harrison im Jahre 2005 in seiner Publikation »In Camera. Francis Bacon« eindrücklich auf die Tragweite des Eingreifens Bacons in seine öffentliche Wahrnehmung hin. Der Autor ging

12 Dossi, 2007, 174.

13 Svetlana Alpers, Rembrandt als Unternehmer. Sein Atelier und der Markt, Köln 1989, 129.

auf die Problematik legendenbildender Mechanismen im Fall Francis Bacons ein, indem er eine Beeinflussung des Künstler-Images durch Fotografie und Film zur Überlegung stellte. Harrison nannte in diesem Zusammenhang en passant eine Veränderung von Interview-Mitschriften, das Verhindern der Veröffentlichung von Katalogtexten, das umfangreiche Vernichten von Vorlagenmaterial sowie eine in der Literatur mittlerweile zur Sprache gebrachte Überbetonung des Zufalls durch Bacon. Die angeführten Gesichtspunkte vertiefte Harrison dem Schwerpunkt seiner Studie geschuldet nicht und stellte ihre Aufarbeitung der nachfolgenden Forschung zur Aufgabe.¹⁴ Die Anreize Harrisons dienen folgenden Ausführungen als Grundlage.

Diese Untersuchung stützt sich ferner auf Publikationen, die sich in allgemeiner Art und Weise mit dem Thema des erfolgreichen Starkünstlers beschäftigen. Die Autoren Ernst Kris und Otto Kurz legten bereits 1934 mit ihrer Veröffentlichung »Die Legende vom Künstler« einen wichtigen Grundstein für das Verständnis und die Beachtung einer auratischen Aufladung und einer zeitgenössischen Mythenbildung, die sich damals wie heute erklärend um populäre Künstler ranke. Sie gelangten zu der sich stetig bewahrheitenden Überzeugung, biografische Tatsachen würden von einer Stilisierung überlagert, wobei eine den Klischees entsprechende Legendenbildung den Erfolg eines Künstlers mitbegründe.¹⁵ Auch mangelt es nicht an anderweitigen Publikationen, die die Thematik breit gefasst aufgreifen und auf den rezenten Kunstmarkt übertragen. Der britische Kunsthistoriker und Museumsdirektor Alan Bowness etwa widersprach 1989 in seinem Essay »The Conditions of Success« der – wie er konstatierte – allgemeinen, sogar in der gebildeten Öffentlichkeit verbreiteten Mutmaßung, der Erfolg eines modernen Künstlers sei willkürlich und unterliege größtenteils dem Zufall.¹⁶ Bowness stellte die These auf, das Ansehen eines Künstlers sei prophezeibar und verlaufe nach

14 Martin Harrison, *In Camera. Francis Bacon. Photography, Film, and the Practice of Painting*, London 2005a, 230. In Vorbereitung ist derzeit ein neuer *Catalogue Raisonné* Martin Harrisons zu den Werken Bacons.

15 Ernst Kris und Otto Kurz, *Die Legende vom Künstler. Ein geschichtlicher Versuch*, (Wien 1934) Frankfurt a. M. 1995.

16 Alan Bowness, *The Conditions of Success. How the Modern Artist Rises to Fame*, London 1989, 7.

einem vorhersagbaren Grundprinzip. Bowness bezog sich nicht auf die Mehrzahl der den Markt bedienenden Künstler, die er als Gesellen bezeichnete, sondern auf die wenigen Ausnahmekünstler, welche die Museen füllten und die in Bezug auf ihre Vorstellungskraft und Originalität außergewöhnlich seien.¹⁷ Dass der Prozess einer zunehmenden, scheinbar plötzlich auftretenden Anerkennung moderner und zeitgenössischer Künstler allein dem Zufall geschuldet ist, entspricht heute wohl ohnehin nicht mehr der allgemeinen Vorstellung. Ich selbst setze in meinen folgenden Überlegungen als zutreffend voraus, dass die Berühmtheit eines Künstlers nicht Produkt reiner Willkür ist. Wie Bowness auf wenigen Buchseiten ein festgelegtes Schema des Erfolges für den modernen Künstler festzuschreiben, soll hierbei nicht das Anliegen sein. Auch soll in dieser Arbeit nicht allgemein das Funktionieren des Kunstmarktes dargelegt werden. Vielmehr soll aufgezeigt werden, welche Vorgänge in Bezug auf ein Bekanntwerden Bacons auszumachen sind, wobei sich die Ausführungen zu seinem Erfolgsweg stets und zumeist allein auf dessen Person beziehen.

Wie Oskar Bätschmann 1997 betonte, war den meisten amerikanischen und europäischen Künstlern das Spiel mit den Medien, das die Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades bezwecken sollte, weithin geläufig. Dieses habe eine Interaktion mit dem Publikum bedeutet und Auskünfte gegenüber der Presse beinhaltet.¹⁸ Es fällt nicht schwer, eine solche, dem Wunsch nach öffentlicher Präsenz entspringende Anpassung an die veränderte Medienlandschaft nachzuvollziehen. Doch eine Entscheidung, ob Bacon in dieser Hinsicht bewusst handelte, ob er vielmehr unbewusst die Inszenierung seiner Kunst und die Verklärung seiner Person vorantrieb oder ob gewisse Entwicklungen schlichtweg dem Zufall geschuldet waren, wird dennoch zumeist nicht zu treffen sein. Sie ist jedoch im Hinblick auf die Auswirkungen der Handlungen nicht erkenntnisträchtig, steht doch hier die faktische Existenz der Konsequenzen im Mittelpunkt des Interesses und nicht etwa ein spekulatives Urteil über ein mögliches Bewusstsein

¹⁷ Ebd., 9.

¹⁸ Oskar Bätschmann, *Ausstellungskünstler. Kult und Karriere im modernen Kunstsystem*, Köln 1997, 193.

des Künstlers. Oskar Bätschmann schrieb generell auf das moderne Kunstsystem bezogen:

»Die Unterscheidung zwischen Kunst und Nicht-Kunst ist das Ergebnis eines Prozesses mit vielen Beteiligten. Dazu gehören die Institutionen der Präsentation von Kunst, die Galerien, Kunsthallen und Museen, die Besucher oder das Publikum, die Kommentatoren und Theoretiker, die den notwendigen Sprachkontext liefern, die Medien, die Käufer und Sammler. Es ist nicht das Angebot oder die Deklaration des Produzenten, was ein Ding oder eine Tätigkeit zu Kunst macht. Diese Wandlung geschieht erst durch die Zustimmung der verschiedenen Institutionen und Beteiligten.«¹⁹

Mit Recht wies Bätschmann darauf hin, dass erst die Anerkennung eines Künstlers auf verschiedenen der genannten Ebenen den Nährboden liefert für einen Zustand, in dem sich personelle Mystifikation, die künstlerische Anerkennung der Werke sowie der Marktpreis gegenseitig vorantreiben.²⁰ Finanzieller Erfolg und steigendes künstlerisches Renommee eines Künstlers vermögen sodann weiteren finanziellen Erfolg und weiterhin wachsendes künstlerisches Ansehen zu verursachen, und der Prozess gewinnt an Eigendynamik. Im Rahmen dieser Untersuchungen wird ersichtlich werden, inwiefern Bacon sowohl für sein Bestehen auf dem Kunstmarkt als auch in der Kunstkritik den Grundstein für eine nachfolgende Eigendynamik legte.

Auch wenn es mittlerweile so manche Veröffentlichung gibt, die sich generell mit Erfolgsstrategien moderner und zeitgenössischer Künstler befasst,²¹ und auch wenn ein Bewusstsein über eine Einflussnahme oder Vermarktung durch Künstlerbeispiele vertieft wurde,²² scheinen bei der Betrachtung zahlreicher Monografien und Ausstel-

19 Ebd., 226.

20 Ebd.

21 Siehe etwa: Kris und Kurz, 1995. – Bowness, 1989. – Groblewski/Bätschmann (Hg.), 1993. – Bätschmann, 1997. – Bernd Kreutz, *Die Kunst der Marke*, Ostfildern-Ruit 2003. – Dossi, 2007. – Isabelle Graw, *Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur*, Freiburg 2008.

22 Siehe etwa: Alpers, 1989. – Stefan Koldehoff, *Van Gogh. Mythos und Wirklichkeit*, Köln 2003.

lungskataloge (nicht nur) moderner, namhafter Künstler derartige Überlegungen und Erkenntnisse verschüttet. Würden Kunstpublikationen allgemein vor der Folie einer Einflussnahme und Vermarktung durch Künstler und Fürsprecher verfasst und würde auch im Fall Bacons keine Verklärung betrieben, bliebe in dieser Hinsicht nicht mehr viel zu tun. Dass dies jedoch nicht der Fall ist, ist ein offensichtliches Desiderat mit weitreichenden Konsequenzen. So wird bis heute immer wieder den entworfenen Lebenswegen, den irreführenden Informationen im Sinne einer stilisierenden Legendenbildung, der Selbstvermarktung von Künstlern und einer verklärenden Vermittlung durch ihre Fürsprecher aufgesessen.

VORBEMERKUNGEN ZUR PERSON UND ZUR KUNST FRANCIS BACONS

Bevor einige grundlegende Aspekte der Malerei Francis Bacons benannt werden sollen, um nachfolgenden Untersuchungen einen Rahmen zu liefern, sei zunächst seine Hinwendung zur Kunst anhand der frühen Biografie vorangestellt. Der Maler Francis Bacon wurde am 28. Oktober 1909 als zweites von fünf Kindern in Dublin in der Baggot Street 62 geboren. Sein Vater Edward Anthony Mortimer Bacon (1870–1940) züchtete und trainierte Rennpferde und stammte ebenso wie seine Ehefrau Christina Winifred Loxley, geborene Firth (1884–1971), aus England.²³ Francis Bacon verbrachte seine ersten fünf Lebensjahre in Kilcullen, einem kleinen Dorf in der Grafschaft Kildare, auf dem Landsitz Cannycourt House.²⁴ Zu Beginn des Ersten Weltkrieges zog die Familie Bacon nach London, nach Westbourne Terrace in Paddington, da Edward im Kriegsministerium arbeitete. Doch hielt es die Bacons nicht an diesem Ort.²⁵ Sein Asthma und häufige Umzüge zwischen London und Irland führten dazu, dass Francis Bacon keine regelmäßige Schulbildung erfuhr.²⁶ Er erhielt Privatunterricht und besuchte lediglich ein Jahr lang die Dean Close School im britischen Cheltenham in Gloucestershire. Infolge von Streitigkei-

23 Michael Peppiatt, Francis Bacon. *Anatomy of an Enigma*, (London 1996, überarb. und erw. Ausg. London 2008) New York 2009, 4.

24 Francis Bacon, Ausst.kat. Haus der Kunst München, Ostfildern-Ruit 1996, 283.

25 Ebd., 284.

26 Andrew Sinclair, Francis Bacon. *His Life and Violent Times*, (London 1993) New York 1993, 25–26.