

TEMPLON

II

PIERRE ET GILLES

DIE WELT, 27. September 2020



Schön wie aus der Beauty-App „La reine des neiges (Adèle Faurine)“

Zu schön, um WAHR zu sein

Die Fotokünstler Pierre & Gilles haben Stars als Madonnen inszeniert und eine ironische Bilderwelt geschaffen, die die Instagram-Ästhetik vorwegnahm. Eine neue Ausstellung zeigt ihre ernstere Seite

Da sind sie wieder: die Madonnen, die Heiligen, die Unterwasserwesen, die Lasziven, die Koketten und die schönen Verlierer. Bluttränen, glitzernd wie Rubine, kulieren über das makellose Gesicht des sudanesisch-australischen Starmannequins Adut Akech, gewandt in Gucci-Ornat und gekrönt von einer imposanten Krone. Die erste schwarze Jungfrau Maria im Werk von Pierre & Gilles, aktuell zu sehen in der Ausstellung „Errances immobiles“ (Reglose Irrfahrten) in der Pariser Galerie Templon.

Seit nunmehr 44 Jahren leben und arbeiten die französischen Künstler gemeinsam und haben eine unverkennbare, flamboyante Bildsprache perfektioniert. Die von Pierre Commyot fotografierten und von Gilles Blanchard hand-

VON SILKE BENDER

übermalten Porträts sind Einzelstücke, denen sie mit aufwendig gestalteten Rahmen eine dreidimensionale Qualität geben.

Als Könige des Camp haben sie den Kitsch als Kunstform lange vor Jeff Koons museumsfähig gemacht und den intellektualisierten Kunstmarkt anfangs mächtig irritiert. Bar jeder ironisierenden Distanz mixten und kreuzten sie Motive aus der industriellen Massen- und schwulen Subkultur mit der Ästhetik von Devotionalien- und Souvenirhandel. Für ihre üppig ausstaffierten Rollenporträts arbeiteten sie mit Sängern, Schauspielern, Models, Mode-



Selbstporträt als Geliebten: „Bonjour Pierre et Gilles“



Billige Träume verkaufen: „Le vendeur de tours Eiffel (Ibrahim Ramon Magassa)“

Wirklich sehr kurze Geschichte des Camp

Der Begriff beschreibt eine Strategie, ästhetische Armut und Massenkultur durch



Jeff Koons mit Frühwerk

ironische Affirmation umzudefiniert. Einige Meilensteine: die Filme von Douglas Sirk und das Spätwerk von Rainer Werner Fassbinder („Lili Marleen“, „Querelle“), die Jeff-Koons-Skulptur von Michael Jackson und Houzaffa Bouhies, das Madonna-Video zu „Like a Prayer“, Hipster-Schnurrbärte, der Gartenweghocker von Philippe Starck.

schöpfen – und mit völlig unbekanntem, auf der Straße und im Nachtleben gezeigten Modellen. So verliehen sie dem Spiel der Ikonenbildung einen doppelten Boden. Von Nina Hagen bis Madonna, von Marilyn Manson bis Michael Jackson, von Catherine Deneuve bis Claudia Schiffer, von Yves Saint Laurent bis Thierry Mugler – sie alle warfen sich vor ihrer Kamera in Pose, mit fliehendem Blick gen Himmel, oder schauten mit laszivem Augenaufschlag direkt ins Herz des Betrachters. Unvergessen das Porträt von Jean Paul Gaultier als Wonneproppen mit Babyteint und Matrosen-T-Shirt im Margeritenkranz neben einem goldenen Eiffelturm von

1990.

Die 1980er-Jahre wurden ihr Jahrzehnt: Waren Pierre & Gilles zuvor ein Phänomen der schwulen Pariser Subkultur, bereits erfolgreich und gut vernetzt über ihren Stammclub „Palace“, trafen sie nun auf einen Zeitgeist, der den Camp umarmte. Ihre Bilder waren Postkartenbestseller, sie stellten in der ganzen Welt aus.

Camp bezeichnet ein von Susan Sontag 1964 erstmalig beschriebenes, ästhetisches Empfinden, das alles liebt, was extrem künstlich, übertrieben und sentimental aufgeladen daherkommt und sich an dem labt, was der Mainstream für schlechten Geschmack hält. Möbel, Charaktere, Posen, Lieder, Filme, Kleider – alles kann „campy“ sein. Und die 1980er waren Camp pur. Von Berlin bis Paris ging man mit Engelsflügeln, Pailetten, silbernen Plattenstiefeln, Klebewimpern, rosa Perücken und Federboas tanzen, trank zuvor Caipirinha in Bars, deren Wände in Plüsch gehüllt waren und in deren Ecken Lavalampen blubberten und Heiligenscheine funkeln. Und keine gute Party kam ohne Drag Queens aus, inkarnierter Camp schlechthin. Die Mode der Epoche spielte das Spiel lustvoll mit – wie letztes Jahr die Ausstellung „Camp Notes on Fashion“ im Metropolitan Museum in New York zeigte. Auch die Modefotografie eines David LaChapelle ist ohne Pierre & Gilles kaum denkbar.

Heute gehen die beiden auf die 70 zu. Schlank und durchtrainiert erscheinen Pierre & Gilles in Sportkleidung zum Pressefrühstück in der Galerie Templon. Die aktuellen, rund 20 großformatigen Bilder lesen sich wie Zitate ihrer eigenen Geschichte. Es gibt ein Wiedersehen mit bekannten Motiven und Rollenfiguren und vielen jungen, unbekanntem Gesichtern sowie Influencern. Da sie häuslicher geworden sind und nicht mehr so viel ausgehen wie früher, ist Instagram der neue Ozean geworden, in dem sie nach ihren Modellen fischen. „Uns inspirieren die sozialen Medien, weil sich die Menschen dort nach ihrem Idealbild inszenieren, ihre Träume, Ängste und Sehnsüchte verraten“, sagt Gilles.

VORREITER DER SELFIE-KULTUR

Von den makellos übermalten Gesichtern à la Pierre & Gilles ist es tatsächlich nicht weit in die gefilterte Welt auf Instagram. Insofern haben sie die heutige Porträt- und Photoshoptkultur vorweggenommen, in der sich Identität vor allem durch die Wahl der Maskerade, durch idealisierte Überzeichnung, durch stereotype Posen ausdrückt. „Unsere allerersten, gemeinsamen Arbeiten machten wir mit Freunden in den Fotokabinen, den Photomats, den Photomatons, wie sie früher in jeder großen Metrostation standen. Das waren die Selfies jener Zeit“, sagt Pierre. „Weil die Fotos damals noch schwarz-weiß waren und nicht alle darauf immer perfekt aussahen, haben wir sie übermalt. Das war unsere frühe Beauty-App“, fügt Gilles hinzu. „Heute glätten wir die Haut allerdings nicht mehr so wie früher, wir sind etwas natürlicher geworden“, sagt Pierre. „Ja, wir stehen heute mehr zu Augentringen und Falten, vor allem zu unseren.“ In einer Zeit, in der jeder mit einem Klick auf seiner Smartphone-App zu einer makellosen Babyhaut, zur Stupsnase, volleren Lippen oder größeren Augen kommt, sei beim Übermalen nun mehr Gefühl gefragt.

Überhaupt bricht sanft langsam die Wirklichkeit ein in ihre künstlichen Paradiese: Es gibt eine Neuauflage der Serie „Les Naufrageurs“, die Schiffbrüchigen, aus den 1980er-Jahren. Damals war es ihr sehr unterschwelliger Kommentar zur Aids-Seuche, heute geht es viel deutlicher um die Flüchtlingskrise. Selbst die Ozeanverschmutzung mit Plastik sickert in die ansonsten noch immer idealisierten Bilderwelten, in der alle schön und ewig jung sind und die dicken Küllertänen zu dick aufgesetzt, um echt zu sein. „Aids war damals eine viel zu schmerzhaft Erfahrung für uns, um sie direkt zu thematisieren. Wir hätten Bilder darüber als zartestes unangebracht empfunden“, sagt Gilles. Heute tauchen die Gelbwesten-Bewegung, Black Lives Matter, Corona, Migration – viele großen Themen unserer Zeit – in ihren neuen Bildern auf. Selbst den schwarzen sun-puppers, deren illegales Einwanderern, die überall in der Stadt Eiffeltürme verkörpern, haben sie ein Denkmal gesetzt. „Uns beirren diese Menschen: Sie kommen unter großen Gefahren und mit großen Träumen nach Paris. Und dann müssen sie billige Träume von Paris an Touristen verkaufen“, sagt Gilles. Die Bilder sind auch ein süßes Lamento auf ein Paris, das es nicht mehr gibt. Die allzu sorglose Zeit des Camp ist für sie passé.

■ „Pierre & Gilles: Errances immobiles“ bis 31.10.2020, Galerie Templon Paris