

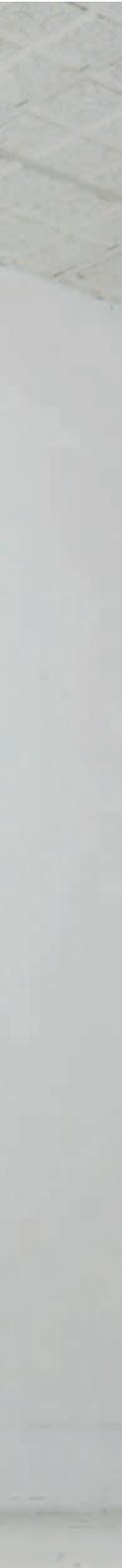
KUNSTFORUM International Nov.–Dez. 2019



**ACT! Die entfesselte Performance**



Oli Epp, Portrait in seinem Studio mit der Arbeit, *Social Smoker*, 2018, Öl, Acryl und Sprühfarbe auf Leinwand, 130 cm × 150 cm



# Post-Digital Pop: Instagram durchgespielt

von Anika Meier

Die Malerei ist zurück. Natürlich war sie nie wirklich weg. Sie wurde nur kurz aus dem Raum geschoben wie ein guter Freund, den man zu oft gesehen hat. Neue Freunde mussten her, aufregendere Freunde. Und natürlich sind auch irgendwann die neuen Freunde irgendwie nicht mehr ganz so aufregend. Die Malerei ist also zurück. „Jetzt!“ Das verkünden gleich drei Museen gemeinsam im Titel der Ausstellung über, so der Untertitel, „Junge Malerei in Deutschland“. Es geht um die unmittelbare Gegenwart und es scheint dringlich zu sein. Das Kunstmuseum Bonn, das Museum Wiesbaden und die Kunstsammlungen Dresden zeigen 50 KünstlerInnen mit drei bis fünf Werken, nächstes Jahr ist die Ausstellung in den Deichtorhallen Hamburg zu sehen. „Jetzt aber!“ titelt das Magazin „Monopol“ und schließt sich dem Befund der Museen an: „Das Medium Malerei ist vital wie lange nicht.“<sup>1</sup> Im Report über Junge Malerei befragt Silke Hohmann eine deutsche Tradition, während man sich selbst fragt, warum eigentlich diese Nabelschau? Die Antwort auf die Frage nach dem Grund für die nationale Begrenzung gibt Stephan Berg, Direktor des Kunstmuseum Bonn, im Text: „Wir brauchen einen Beschreibungsrahmen.“ Nicht die Herkunft, sondern die Akademien in Düsseldorf, Frankfurt, Leipzig und Hamburg als Produktionsorte bilden den Rahmen. Im Kontext einer Ausstellung ist diese Argumentation plausibel. Genauso plausibel ist es, im digitalen Zeitalter den Blick zu weiten und Ländergrenzen zu ignorieren, weil fast alles nur einen Klick entfernt ist.

Im sozialen Netzwerk Instagram lässt sich seit einiger Zeit beobachten, dass dem guten alten Freund die Tür wieder aufgemacht wird. Plötzlich steht die Malerei wieder neben Performance, Fotografie und Video im Raum, als wäre sie nie weg gewesen. Die Plattform ist offenbar von Künstlerinnen durchgespielt worden. In Langzeitperformances von Amalia Ulman („Excellences & Perfections“), Leah Schrager („The American Dream“) und Andy Kassier („Success is just a smile away“) werden Stereotype, Selbstdarstellung und Selbstoptimierung kritisch reflektiert. Männer sind erfolgreich, Frauen schön, das zeigen perfekte Bilder vom perfekten Leben auf Instagram von Kim Kardashian bis Max Mustermann. Wie leicht eine digitale Identität erfunden und gelebt werden kann, führen Ulman und Kassier vor. Sie durchlebte die Transformation eines niedlichen Mädchens in eine sexy Frau mit Abstürzen und einem Happy End. Er ist der erfolgreiche Selfmademan, der bis zum Burnout in der Sonne badete und im Geld schwamm. Inszenierung und Wahrheit liegen in den sozialen Medien meist maximal weit auseinander, diese Erkenntnis ist mittlerweile ein Allgemeinplatz. Auch an anderen Themen wurde sich in den vergangenen Jahren abgearbeitet: an Zensur (Leah Schrager) und Schönheitsidealen (Arvida Byström), an der Aufmerksamkeitsökonomie (Constant Dullaart) und der Bilderflut (Erik Kessels). Und hinein in diesen Bilderstrom wird jetzt die Malerei als Anker geworfen, damit zumindest für einen Moment Ruhe einkehrt.

## MALEREI NACH DEN SOZIALEN MEDIEN

„Heutzutage ist es ein drastischer Akt, weiter zu malen“,<sup>2</sup> sagt der amerikanische Künstler Brandon Lipchik, Jahrgang 1993. Während seines Studiums an der Rhode Island School of Design malte und zeichnete Lipchik kaum mehr, weil er am Computer Welten entstehen lassen konnte. Er arbeitete mit unterschiedlicher Software, überlegte, ob Virtual Reality ein Medium für ihn sein könnte. Dann griff er doch zum Airbrush und übertrug seine digitalen Zeichnungen auf die Leinwand. „Wir werden in den sozialen Medien ständig von Bildern bombardiert, wir klicken uns von Video zu Foto, von Text zu Video, von privater Nachricht zu den Tagesthemen“, sagt er. Instagram, also genau der Kanal, der Nutzer im Dopaminrausch in Klickvieh verwandelt, ist für die junge Malergeneration die Schnittstelle zwischen digitalem und musealem Raum. Sie wollen der Plattform entfliehen und sind doch von ihr abhängig. Sammler, Galeristen und Kuratoren entdecken Künstler heute nicht selten auf Instagram, Ausstellungen werden beworben und das Publikum abgeholt.

Boris Groys verstieg sich jüngst zu der Behauptung, dass KünstlerInnen in den sozialen Medien auch zu so etwas wie freiberuflichen Journalisten

werden, wenn sie in Bildern und Texten ihre Arbeit dokumentieren. Er schreibt: „Tatsächlich decken sie Inhalte ab, die nicht von den Mainstream-Medien behandelt werden. Und sie decken diese Inhalte auf eine subjektive und persönliche Weise ab, aus einer Perspektive, die die Mainstream-Medien nicht einnehmen.“<sup>3</sup>

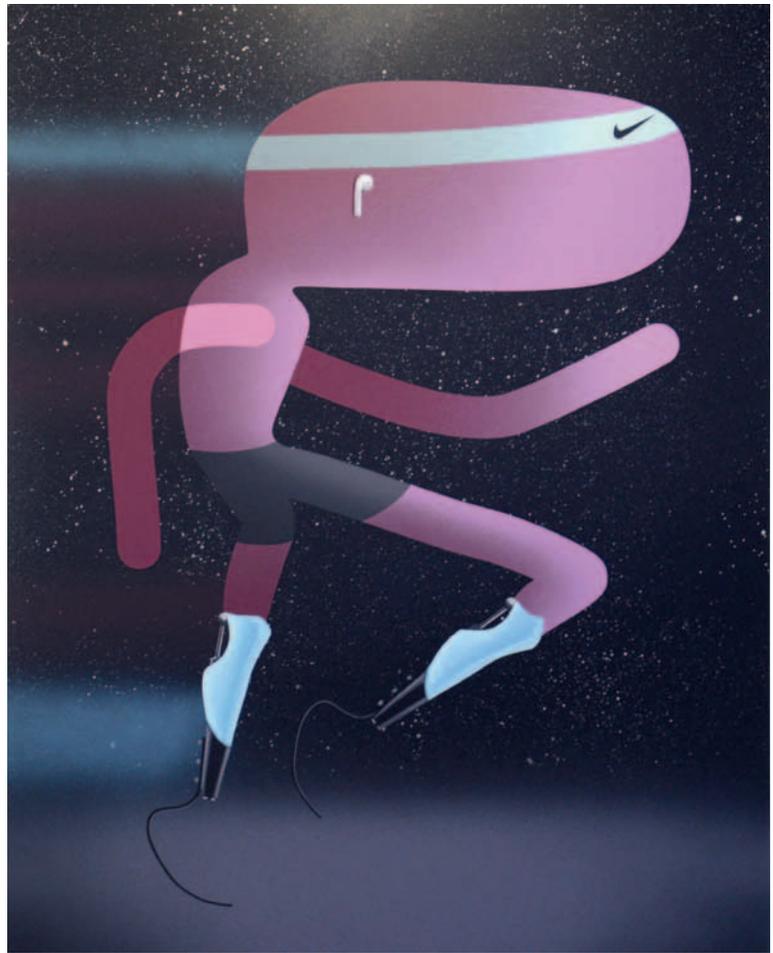
Instagram, also genau der Kanal, der Nutzer im Dopaminrausch in Klickvieh verwandelt, ist für die junge Malergeneration die Schnittstelle zwischen digitalem und musealem Raum.

Die Berufsbezeichnung Journalist allerdings setzt ein Maß an objektiver Berichterstattung voraus. KünstlerInnen werden in den sozialen Medien vielmehr gleichzeitig zu ihrem eigenen Pressesprecher, Marketingchef, Paparazzi und größtem Fan. Sie unterhalten ihr Publikum und überwältigen sich im Zweifel selbst mit dem Overload an zusätzlicher Arbeit. *Keeping up with yourself*. Und dann braucht man doch einmal eine Pause und da kommt die Malerei wieder ins Spiel. Der Kunstwissenschaftler Wolfgang Ullrich ist sich sicher, dass unbewegte Bilder nicht durch ein neues Medium wie Virtual Reality ersetzt werden. Er beruft sich in seiner Argumentation auf die Bildtheorie des Philosophen Lambert Wiesing, für den sich Bilder genau dadurch positiv auszeichnen, dass sie dem Betrachter eine Partizipationspause gönnen. Während immersive Kunst den Betrachter in eine künstliche Welt eintauchen lassen will, entlasten etwa Gemälde davon, involviert zu sein. „Die Distanz ist vor allem deshalb wertvoll, weil sie die Grundlage dafür bietet, als Rezipient in einen Modus der Reflexion zu gelangen“,<sup>4</sup> schreibt Ullrich.

Es ist also nicht so einfach wie damals, als Netzkünstler statt Kunst im Browser wieder Kunst für den Galerieraum machten, die so genannte Post-Internet Art, und sich fragen lassen mussten: „Ist all das nicht ein inkonsequentes Andienen an die traditionellen Gesetze des Kunstmarkts? Ein Rückfall ins ganz übliche und schnöde Herstellen von irgendwie zeitgeistigen und dekorativen Dingen, die man erst in den sogenannten ‚White Cube‘, die Weiße Zelle der Galerie, stellen oder hängen kann und dann auf den Wohnzimmerteppich oder übers Sofa?“<sup>5</sup> Es entstanden Installationen und Skulpturen, die fotografiert wiederum online gut aussehen sollten. Das war auch das Erkennungszeichen der Post-Internet Art für Kritiker Brian Droitcour: „I know Post-Internet art when I see art made for its own installation shots, or installation shots presented as art.“<sup>6</sup>

Vielleicht ist es jetzt sogar noch einfacher, weil Malerei gleich doppelt performt: auf Instagram und auf dem Kunstmarkt. Wie einst die Netzkünstler

Oli Epp, *Blade Runner*, 2019,  
Öl und Acryl auf Leinwand,  
200 cm × 155 cm, Courtesy:  
DUVE Gallery, Berlin



müssen jetzt die Social Media Künstler feststellen, dass die sozialen Medien zwar die Kunstwelt demokratisieren, ihre Performances und Instagram-Postings aber nicht so leicht verkäuflich sind. Postings können selbstverständlich im Rahmen von Kooperationen mit Brands verkauft werden, dann wird der Künstler zum Influencer und Markenbotschafter für ein Produkt, das er nicht selbst ist und verdient doch weniger als der regelmäßige Verkauf künstlerischer Arbeiten durch eine Galerie einbringen würde.

#### AUF DIE POST-INTERNET ART FOLGT POST-DIGITAL POP

Die Malerei war natürlich nie weg, nur ist sie im 21. Jahrhundert nicht mehr die vorherrschende Kunstform. Isabella Graw erhebt in ihrer Studie über „Die Liebe zur Malerei. Genealogie einer Sonderstellung“ den soziologischen Befund einer Sonderstellung der Malerei unter postmedialen Bedingungen.<sup>7</sup> Das war im Jahr 2017, Ausstellungen zeitgenössischer Malerei hatten zu dieser Zeit Hochkonjunktur, „was für das gestiegene institutionelle

Interesse an dieser Kunstform spricht“, so Graw. Und jetzt ist es wieder da, das institutionelle Interesse an junger Malerei, die den Zeitgeist einfängt. Die Malerei ist nicht nur zurück, ihr wurde sogar ein neues Label angeheftet: Auf die Post-Internet Art folgt jetzt Post-Digital Pop.

Im Vorfeld zur Berlin Art Week überschlug sich plötzlich das Feuilleton, weil der Künstler seine erste Ausstellung in Berlin bei Duve hat, der den Begriff Post-Digital Pop prägte. Oli Epp, britischer Maler, Jahrgang 1994, verkaufte seine Abschlussausstellung an der City and Guilds of London Art School über Instagram aus. Um seinen Abschluss im Jahr 2017 herum wurde er für ein Blog interviewt, Epp brauchte also einen Begriff, mit dem er seine Arbeit fassen konnte. Er erklärt: „Post-Digital Pop erschien mir damals schlicht genug. Ich arbeitete im Referenzrahmen von Pop Art: mit den kühnen, klar geschnittenen Farben der Werbung und der Konsumkultur. Ich habe auch stark darauf hingewiesen, wie sich die Dinge dank digitaler Technologien verändern. Die Leute verwenden oft ‚post‘ und meinen ‚nach‘. Ich sehe es wie Post-Internet gemeint ist: nicht ‚nach‘, sondern im Kontext einer Kultur, die

Oli Epp bringt Pop Art und Post-Internet Art auf der Leinwand zusammen, er verbindet Konsum und Technologie.



oben: Oli Epp, *Catfish*, 2018, Öl, Acryl und Sprühfarbe auf Leinwand, 180 cm × 150 cm, Courtesy: der Künstler  
unten: Oli Epp in seinem Studio, Courtesy: der Künstler



durch Bildschirme und soziale Medien grundlegend verändert wurde.<sup>8</sup> Epp bringt Pop Art und Post-Internet Art auf der Leinwand zusammen, er verbindet Konsum und Technologie. *Instagrammable af* könnte man seine Kunst kurz und knapp beschreiben und jeder hätte eine ungefähre Vorstellung davon, weil Malerei auf Instagram im kleinen Quadrat funktionieren und deshalb auf dreierlei setzen muss: Farbigkeit, Übersichtlichkeit und Verständlichkeit.

Epps Figuren tragen Baseballcaps von Nike, eine Zigarette steckt im Mund, ein AirPod im Ohr („Social Smoker“), sie sitzen auf der Suche nach Beziehungen vor Bildschirmen („Catfish“) oder liegen niedergestreckt von zu viel Schokolade auf der Couch („Death by Chocolate“). Seine Bilder erzählen von Sehnsüchten und Abgründen im digitalen Zeitalter. Die Coolness seiner Figuren zwischen Wurm, Mensch und Fleischklumpen mit überlangen und überdehnten Gliedmaßen wirkt anziehend und abstoßend zugleich. Sie tragen Stöpsel im Ohr, die sie mit der Welt verbinden, aber von ihrer Umwelt abschirmen. Sie sind abhängig von Genussmitteln (Tabak), Konsum (Mode) und Kommunikation (Apple). Epp malt, wie er selbst sagt, Charaktere einer oberflächlichen Gesellschaft, für die er bunte Oberflächen erschafft. Er arbeitet mit einer Airbrushpistole, die Konturen sind klar, die Flächen breit und die Künstlerhand ist gar nicht erst sichtbar. Seine Figuren sind so glatt wie die digitalen Endgeräte, auf denen sie wohl zuerst gesehen werden. Die Komposition ist überschaubar, das Narrativ schnell erfassbar, weil es beim Scrollen durch den Feed beim Betrachter klicken muss, damit er zwei Mal klickt, um ein Like zu hinterlassen – und dann liegt es beim Betrachter, ob er darin Affirmation oder Kritik am digitalen Zeitalter sieht.

## Das Leiden hat ausgedient, in den sozialen Medien zählen Erfolge.

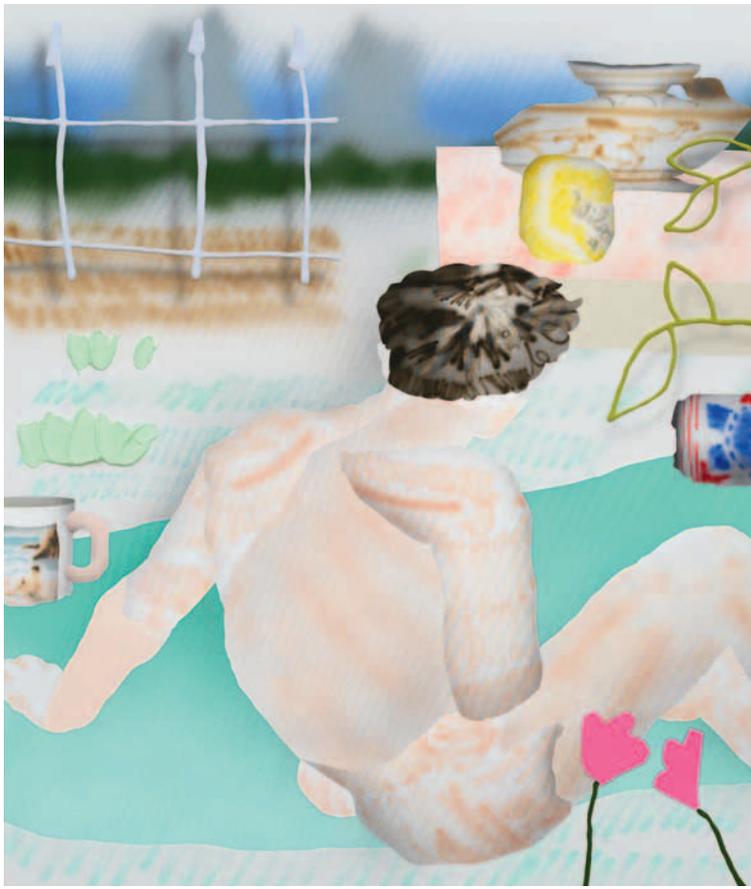
Epp hat 20.000 Follower auf Instagram, mit denen er jeden Schritt seiner Karriere geht. Auf News über neue Arbeiten und Ausstellungen folgen News über Interviews und Reviews folgen News über neue Arbeiten und Ausstellungen folgen.... Mal sitzt er vor einem neuen Bild, mal steht er davor, immer grinst er. Vom leidenden Malergenie im Atelier keine Spur. Das Leiden hat ausgedient, in den sozialen Medien zählen Erfolge. Und wieder ist eine Show vor der Eröffnung ausverkauft. Die klassischen Medien sind dankbare Helfer bei der Verbreitung der Erfolgsstory. „Wie man mit einem einzigen Instagram-Post zum Millionär wird“,<sup>9</sup> titelte die Welt wenige Tage vor dem Opening in Berlin. Epp ist kein Millionär. Er trägt beispielsweise falsche Balenciagas, den Triple S, die er für 30 Pfund auf eBay bestellt hat, weil sie leichter, bequemer und günstiger als das Original sind.

## DAS NEUE LABEL

In der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung zeigte sich Holger Liebs leicht genervt, weil viele Kunstwerke heute nur noch digital wahrgenommen werden und ihren Teil zum Grundrauschen in den sozialen Medien beitragen, während Museen und Kuratoren im Zweifel nur noch hinterherlaufen. Galerien, das übersieht Liebs kurz in seinem Text, holen sich die KünstlerInnen heute oft direkt von Instagram, wenn ein Teil der Aufbauarbeit bereits vom Künstler selbst geleistet wurde und nur noch beim Verkauf und der Platzierung der Werke in guten Sammlungen unter die Arme gegriffen werden muss. Da kann man als Kritiker dann zwar die *flatness* beklagen, das Schimpfwort *Content* statt Kunst in den Mund nehmen und *ranten* über die „figürliche Primärfarbenmalerei, die nicht selten nach digitalem Zeichentutorial aussieht und im Grunde ein neues oberflächliches Biedermeier etabliert“,<sup>10</sup> eine Karriere stoppt man damit nicht mehr wie einst, als Künstler noch von den Gatekeepern abhängig waren.

Wenn es um das neue Label Post-Digital Pop geht, tun sich Künstlerinnen derweil wieder schwer damit, es sich anheften zu lassen. Brandon Lipchik, der ebenfalls während der Berlin Art Week seine erste Einzelausstellung im Salon Dahlmann in Kooperation mit Robert Grunenberg eröffnete, sagt: „Mir ist wichtig, dass meine Arbeit nicht vereinfacht wird, indem sie einem Label zugeordnet wird. Man kann einfach alles in eine große Tonne werfen und sagen, das ist die Tonne für Post-Digital Pop. Deckel auf, reingucken, Kunst anschauen. Wenn man dann genug davon hat, Deckel drauf und Schluss damit. Es ist einfacher, eine Sterbeurkunde zu erstellen, wenn man weiß, was gerade stirbt.“ Lipchik fürchtet, dass der Begriff Post-Digital Pop die Integrität einer übergreifenden Ästhetik zu einem Trend reduziert. Wenn es nämlich erst einmal einen Trend der Stunde gibt, ist damit auch schon wieder fast das Ende eingeläutet, weil plötzlich kein Künstler mehr dieser Bewegung zugeordnet werden will wie dem Pop-Feminismus beispielsweise oder der Post-Internet Art.

Die Leinwand wird bei Lipchik wie bei Max Beckmann zur Bühne mit wiederkehrenden Motiven. In leuchtenden Farben collagiert er eine Ansammlung von Objekten in der Fläche, als Setting dient ihm die Landschaft Capris. Er greift die Experimente von Giorgio Morandi mit Flächigkeit und Räumlichkeit auf, indem er einen Mix aus Konsumobjekten und antiken Artefakten auf die Leinwand bringt. Über allem schwebt die sexuelle Freiheit und Spannung der Swimmingpool-Bilder von David Hockney. Lipchick verbindet in seinen Gemälden Landschaftsmalerei und Stillleben. Die Metapher im Ausstellungstitel („Windows Into Exile“) vom Bild als einem Fenster reicht weit zurück in die Geschichte der Kunst. In seinem Theorietraktat über die Malerei (*De pictura*) aus dem Jahr 1435





oben: Brandon Lipchik,  
*Italian Youth 1900's*, 2019 Acryl-Airbrush  
und Mischtechnik, 60 x 50 cm

links oben: Brandon Lipchik,  
*Overlooking Faraglioni*, 2019,  
Acryl-Airbrush und Mischtechnik,  
120 x 100 cm

links unten: Brandon Lipchik in  
seinem Studio, Foto: Anika Meier

Alle Abbildungen: Courtesy: der Künstler,  
Salon Dahlmann | Miettinen Collection  
und Robert Grunenberg

Man kann einfach alles  
in eine große Tonne werfen  
und sagen, das ist die  
Tonne für Post-Digital Pop.  
— Brandon Lipchik

beschreibt der italienische Humanist Leon Battista Alberti das Bild als offenes Fenster zur Welt. Lipchik öffnet das Fenster weit, während er zugleich das Gefühl vermittelt, der Betrachter ist wortwörtlich ein ungebetener Zaungast. Er stellt männliche Akte in den Raum, die der Betrachter wie ein Voyeur durch Zäune und minimal angedeutete Hecken in Form einzelner Blumen dabei beobachten kann, wie sie ihre Freizeit verbringen. Ein Mann liegt am Pool, entspannt, genießt Landschaft und Licht, vielleicht wandert sein Blick hinüber zum Mann, der ihm den Rücken zuwendet. Ihre Freizeit verbringen sie mit Ballsport und Gartenarbeit. Lipchik lässt beispielsweise Tennisbälle, Football und Hammer scheinbar frei im Raum schweben, ihre Form ist seltsam verwickelt. Die Art der Darstellung ist Ergebnis seines Arbeitsprozesses; er projiziert seine digitalen Skizzen auf die Leinwand. Ein perfektes Objekt in die Fläche zu übertragen, lehnt er ab, um dem Betrachter männliche Rollenbilder als festgefahrene Klischees vor Augen führen zu können.

Kritik ist auch eines der entscheidenden Merkmale, so Epp, wenn über die Zuordnung eines Künstlers zum Label Post-Digital Pop nachgedacht wird. Das zweite Kriterium ist Selbsterkenntnis. Und: „You need to be activating the real space and the social media space.“ Künstlerinnen, die nicht in beiden Räumen tätig sind, IRL und URL, fallen für ihn nicht darunter.

## Richard Prince meets Christian Jankowski meets Pop Art meets Kitsch.

### DER KAMPF IM ATELIER

Der deutsche Künstler Chris Drange dreht das Rad noch ein bisschen weiter. Er nimmt Fotos von Influencerinnen wie Kylie Jenner, produziert eine vereinfachte und gleichzeitig präzise Komposition am Computer, dann wird die Komposition in einer Machine Learning Manufaktur in Litauen wiederum von einem Computer 1:1 auf das Endmaß vergrößert, und schließlich dient diese Datei in einer Manufaktur für Ölmalerei in China als Blaupause für ein Gemälde in Öl, das zu ihm nach Deutschland geschickt wird. So entstehen teils monumentale fotorealistische Gemälde für Instagram und den Ausstellungsraum. Richard Prince meets Christian Jankowski meets Pop Art meets Kitsch. Jetzt kann man natürlich schreien: Totale Verflachung! Oder man sieht darin ein – zugegeben – dreistes Spiel mit Autorschaft und Originalität, das sowieso jeden Tag von Influencerinnen in den sozialen Medien gespielt wird und deshalb im Medium der Malerei weitergeführt werden kann. Wo es kein Original mehr gibt, wird auch die Malerei zum Fake und zur Kopie.



oben: Chris Drange, *Kylie with Green Heart*, 2019, 135 × 135 cm, Öl auf Leinwand, © Chris Drange

unten: Chris Drange, *Loren with Cherry Blossoms & Skulls*, 2019, 135 × 135 cm, Öl auf Leinwand, © Chris Drange



linke Seite: Brandon Lipchik, Ausstellung *\*KARMA\** bei Duve Berlin, 2019, links im Bild: *Villa Garden and Artifacts*, 2019, Acryl-Airbrush und Mischtechnik, 150 × 130 cm, rechts im Bild: Brandon Lipchik, *Sunbathers*, 2019, Acryl-Airbrush und Mischtechnik, 120 × 100 cm, Foto: Nick Ash, Courtesy: der Künstler, Salon Dahlmann | Miettinen Collection und Robert Grunenberg





links: Kristina Schuldt, 2019,  
Foto: Enrico Meyer

rechts oben: Kristina Schuldt,  
*Wärmere Länder*, 2012, Öl und Eitempera  
auf Leinwand, 161 × 201 cm, Courtesy:  
Galerie EIGEN + ART Leipzig / Berlin,  
Foto: Markus Vogt

rechts unten: Kristina Schuldt,  
*Digital Dekadenz*, 2011, Öl und Eitempera  
auf Leinwand, 140 × 205 cm, Courtesy:  
Galerie EIGEN + ART Leipzig / Berlin,  
Foto: Uwe Walter, Berlin

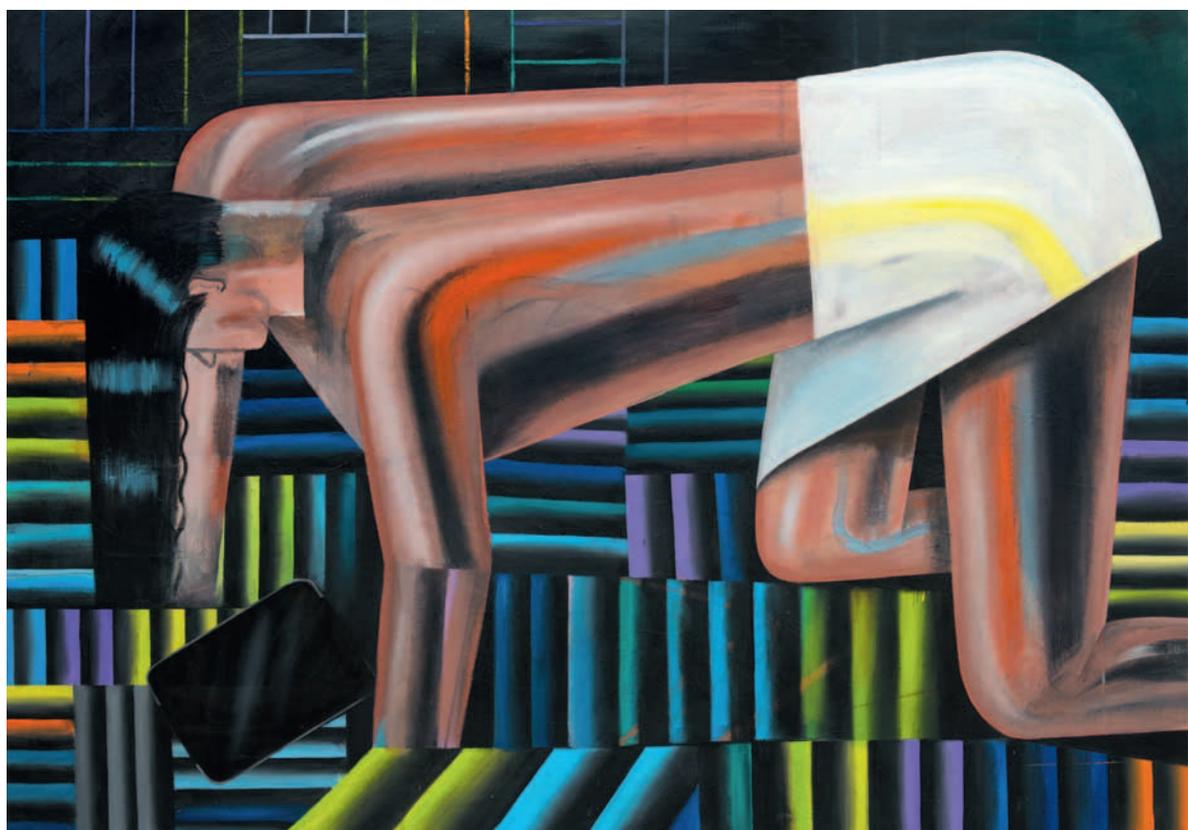
Die Leipziger Malerin Kristina Schuldt, eine Meisterschülerin von Neo Rauch, reagiert in ihrem Werk ebenfalls auf den Selbstdarstellungskult in den sozialen Medien. Frauen verrenken sich bei ihr, nehmen Posen ein, die an den Signature Move von Ona Artist oder an die Skulpturen von Anna Uddenberg erinnern. Bei Ona und Uddenberg haben die Verrenkungen und Überdehnungen noch ein Ziel, die Frauen versuchen den besten Winkel für ein sexy Selfie zu finden. Bei Schuldt wollen die Figuren raus aus ihrer Haut, sie scheinen nicht zu wissen, was sie tun. Wenn sie auf dem Boden knien und in ein iPad starren, tut sich ein schwarzes Loch vor ihnen auf („Digitale Dekadenz“). Wenn sie hoch oben auf einem Berg stehen und sich in Pose werfen, sind sie kurz davor abzustürzen („Wärmere Länder“).

„Ich verarbeite das Internet als unbekannte Welt“,<sup>11</sup> sagt Schuldt. Eine Welt, in der man sich tagtäglich im Internet entblößt, ohne zu wissen, wer einem gegenübersteht. So erklärt sie ihr Gemälde „Portal“ aus dem Jahr 2015. Auf die Frage, warum sie sich einst für die Malerei entschieden hat, antwortet

sie: „Ich mag den Kampf. Ich kämpfe IRL im Atelier mit den Farben und den Figuren.“ Schuldt malt schon lange, man täte ihr Unrecht, wenn man sie einem aktuellen Trend zuordnen wollen würde. Und doch ist Schuldt vielleicht ein Beispiel dafür, dass es schon Post-Digital Pop gab, bevor ein Begriff dafür gefunden wurde.

Bei Kristina Schuldt wollen die Figuren raus aus ihrer Haut, sie scheinen nicht zu wissen, was sie tun.

Vielleicht ist Post-Digital Pop doch kein cleverer Marketingmove von Künstlerinnen, die Kritiker eher in die Ecke zu den Influencerinnen stellen wollen würden, statt ihnen einen Platz in der Kunstwelt zuzugestehen. Vielleicht ist Post-Digital Pop doch einfach die logische Konsequenz für eine Generation Künstlerinnen, die sich und ihren Betrachterinnen im Ausstellungsraum eine Sendepause gönnen möchte.





oben: Kristina Schuldt, *Splendid isolation*, 2014, Öl und Eitempera auf Leinwand, 210 x 170 cm, Courtesy: Galerie EIGEN + ART Leipzig/Berlin, Foto: Uwe Walter, Berlin

rechte Seite: Kristina Schuldt, *In the Hood*, 2013, Öl und Eitempera auf Leinwand, 160 x 200 cm, Courtesy: Galerie EIGEN + ART Leipzig/Berlin, Foto: Josephine Walter



#### ANMERKUNGEN

- 1 Monopol Magazin 9/2019, S.32–44.
- 2 Interview mit Brandon Lipchik, 19. August 2019, Berlin (Übersetzung von der Autorin)
- 3 Boris Groys: From the Form-Giver to the Content-Provider, in: Museums at the Post-Digital Turn, hrsg. von Lorenzo Giusti und Nicola Ricciardi, Milan 2019, S.36–47, hier: S.37–38.
- 4 Wolfgang Ullrich: Immersion. Geschichte von Misserfolgen, in: Virtual Reality, hrsg. von Dominik Landwehr, Basel 2019, S.30–38, hier: S.37.
- 5 Jörg Heiser: Die Kunst der digital Eingeborenen, in: Deutschlandfunk, Corso: 13.05.2013, online: [https://www.deutschlandfunk.de/post-internet-art-die-kunst-der-digitalen-eingeborenen.1184.de.html?dram:article\\_id=304141](https://www.deutschlandfunk.de/post-internet-art-die-kunst-der-digitalen-eingeborenen.1184.de.html?dram:article_id=304141)
- 6 Brian Droicour: The Perils of Post-Internet Art, in: Art in America, 29. Oktober 2014, online: <https://www.artinamericamagazine.com/news-features/magazines/the-perils-of-post-internet-art>
- 7 Isabella Graw: Die Liebe zur Malerei. Genealogie einer Sonderstellung. Zürich 2017, S.10f.
- 8 Interview mit Oli Epp, 11. September 2019, Berlin (Übersetzung von der Autorin). Ein ausführliches Interview der Autorin mit Oli Epp ist online beim Magazin Monopol erschienen: „Ich bin ein Künstler, der gesehen werden will“, 26. November 2018, online: <https://www.monopol-magazin.de/ich-bin-ein-kuenstler-der-gesehen-werden-will>
- 9 Gesine Borcherdt: Wie man mit einem einzigen Instagram-Post zum Millionär wird, in: Die Welt, 6.09.2019, online: <https://www.welt.de/kultur/kunst/plus199798636/Kunststar-Oli-Epp-Mit-einem-Instagram-Post-zum-Millionaer.html>
- 10 Holger Liebs: Eine endlose Fläche aus Jetzt, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 1. September 2019.
- 11 Interview mit Kristina Schuld, 16. September 2019, Leipzig.