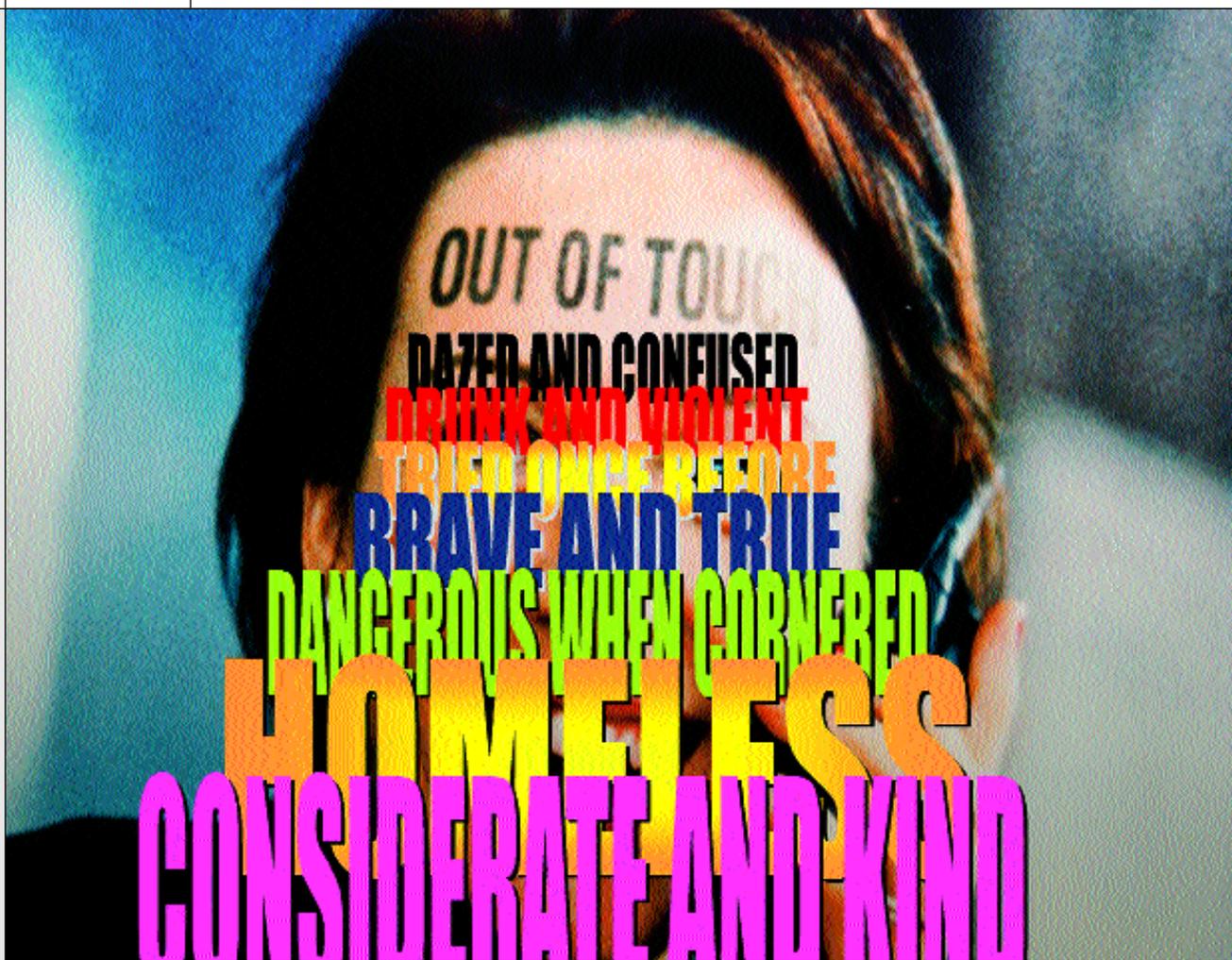
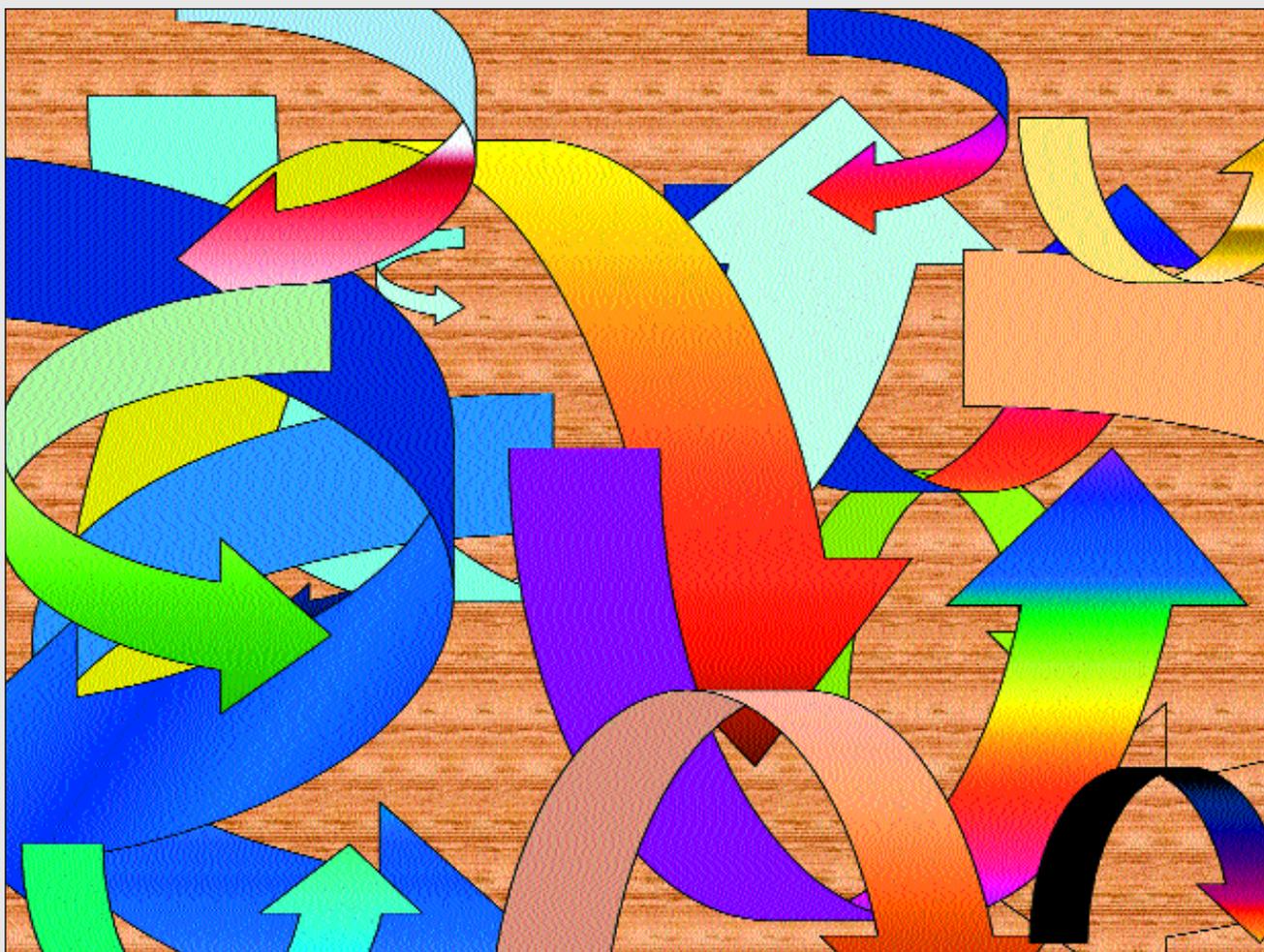


In seinem jüngsten Projekt „E.E.E.I. (Envisioning Emotional Epistemological Information)“ nutzt David Byrne die Präsentationssoftware PowerPoint, um die gewohnte Businessästhetik zu unterminieren und ins Poetische umzukehren



„Ich mag es, mich innerhalb der Grenzen einer von anderen vorgegebenen gestalterischen Sensibilität zu bewegen“, so der Musiker über seinen ungewöhnlichen Umgang mit den von Microsoft mitgelieferten Icons und Texturen



# Verwandlungs- Künstler

Berühmt wurde er in den achtziger Jahren als Frontmann der New-Wave-Band Talking Heads. David Byrne hat aber auch ein vielseitiges visuelles Werk vorzuweisen

■ **Die Marketingfuzzis** würden wohl ihren Augen kaum trauen, angesichts dessen, was der New Yorker Popstar mit ihrer geliebten Präsentationssoftware anstellt: David Byrne erstellt poetisch-philosophische Filme in PowerPoint, die er dann in Galerien als Kunst vorführt. Und dazu gibt es auch noch ein Buch mit dem kryptischen Titel „Envisioning Emotional Epistemological Information“. Was soll das heißen? Ts, ts, ts ... Man sieht förmlich vor sich, wie die braven Büro-PowerPoint-User über Spinnereien dieser Art entsetzt die Nase rümpfen.

Keine Frage, David Byrne nimmt unsere angeblich ach so bedeutungsschwere Corporate Culture ordentlich auf die Schippe, indem er leere Diagramme tanzen lässt, Pfeile sinnlos ineinander verschlingt und Icons zu surrealen Kombinationen paart. Doch es geht ihm beileibe nicht nur darum, ironische Witze zu reißen. „Es ist sehr leicht, satirisch mit PowerPoint umzugehen“, erklärte uns David Byrne. „Ich will aber dabei nicht stehen bleiben. Ich lasse mich von diesen Bildern verführen und dringe so in Welten vor, die für mich fremd sind, die mich gleichzeitig abstoßen und anziehen.“ Über seine gemischten Gefühle sagt er daher: „I’m laughing at it and loving it at the same time.“

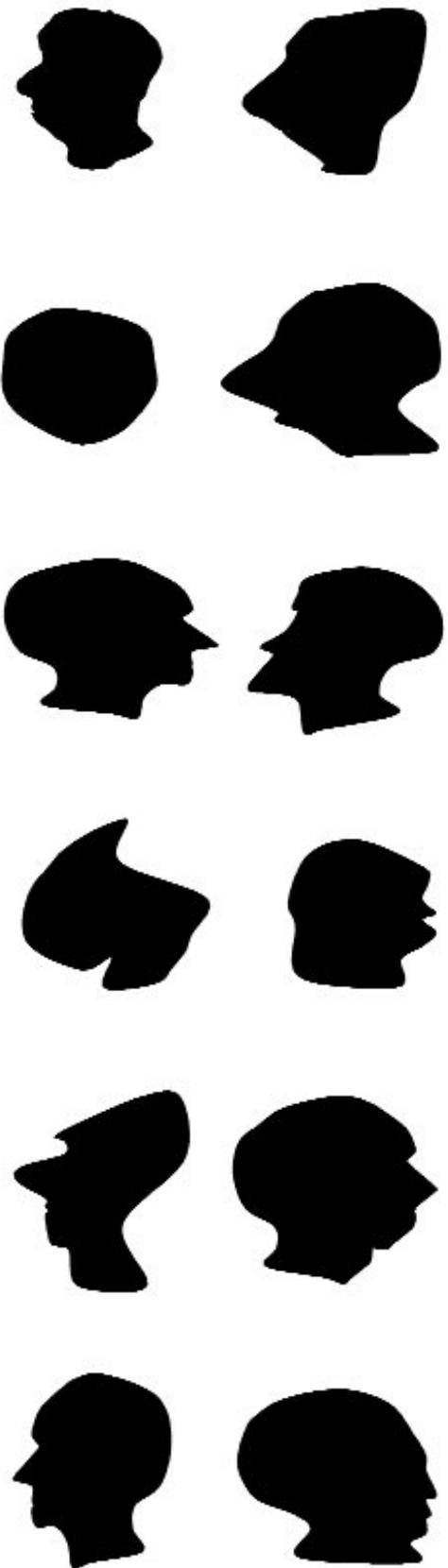
Dem subversiven Reiz seiner PowerPoint-Filme, die er im Frühjahr dieses Jahres in der New Yorker Galerie Pace/MacGill vorstellte, kann man nun auch vorm heimischen Fernseher erliegen. Denn das Buch mit dem merkwürdigen Titel sei, so Byrne, eigentlich nur die „Deluxe-Verpackung“ für eine DVD, die die Movies enthält. Ein ganz klarer Fall von Understatement, denn der aufwendige Band, der zum Teil mit durchsichtigen Folien die Bildabfolgen von PowerPoint nachahmt, ist ein ei-

genständiges kleines Kunstwerk und bereichert das Projekt um eine vieldeutige Textebene.

**Die Poesie des Banalen** faszinierte David Byrne schon immer – das zweite Album der Talking Heads, für die in der Regel er die Songtexte schrieb, hieß „More Songs About Buildings and Food“. Und dass dieser Musiker auch visuell kreativ ist, ist ebenfalls nicht neu. Drei der späteren Talking Heads lernten sich während des Studiums an der Rhode Island School of Design kennen. Byrne blieb allerdings nur ein Jahr, ebenso wie schon am Maryland Institute College of Art. „Ich merkte, dass ein Abschluss mich nirgendwo hinbringen würde“, erzählt Byrne. „Meine Arbeiten waren ziemlich konzeptuell. An den Schulen sagte man mir, das würde nicht in ihren Unterricht passen.“ Tatsächlich sollen seine extravaganten Performances an der Rhode Island School of Design zur gegenseitigen Entfremdung geführt haben.

Auf jeden Fall gestaltete er die ersten beiden Talking-Heads-Cover selbst, ebenso wie das 1983 erschienene Album „Speaking in Tongues“. Von diesem gab es auch eine limitierte Sonderedition, die Robert Rauschenberg entwarf. Die transparente Platte in einer transparenten Hülle, auf der durchscheinende farbige Kunststoffscheiben rotieren, ist heute ein gesuchtes Sammlerstück. Neben Nam June Paik, Keith Haring, Jean-Michel Basquiat und anderen war Rauschenberg auch einer der Avantgardenkünstler, die in dem Buch „What the Songs Look Like“ visuelle Interpretationen von Talking-Heads-Texten lieferten – von Byrne selbst kam ebenfalls ein Beitrag.

Damit aber nicht genug: Die Talking Heads gewannen Auszeichnungen für Musikvideos, in denen David Byrne →



Die fiktive Software Digital Physiognomy, die angeblich Beziehungen zwischen Gesichtszügen und psychischen Eigenheiten aufzeigt, stellt Byrne ebenfalls in „E.E.E.I.“ vor



→ oft auch Regie führte, für ihren Konzertfilm „Stop Making Sense“ gab es gar den Oscar. Als Regisseur und Drehbuch-Koautor betätigte er sich 1986 bei der kultigen Pseudo-Dokumentation „True Stories“, einer Musical-Farce, die ins tiefste Texas führt. Beide Filme lassen sich übrigens auf VHS-Kassette oder DVD kaufen.

**Eine Leidenschaft**, die der Musiker seit Studententagen pflegt, ist die Fotografie. Hier macht sich seine Vorliebe für alltägliche, prosaische Motive, denen er in seinen Aufnahmen existenzielle Tiefe verleiht, ebenfalls bemerkbar. „Strange Ritual“ hieß ein viel beachteter Fotoband, den er 1995 herausbrachte und der vor allem Bilder enthielt, die er auf Reisen geschossen hatte – mit der üblichen Reisefotografie haben diese menschenleeren Aufnahmen jedoch wenig gemein.

Seit neuestem kann man sogar Fotos von David Byrne kaufen, und zwar nicht, um sie an die Wand zu hängen, sondern als digitale Dateien, die Gestalter für eigene Projekte verwenden können. In der von FSI FontShop International herausgegebenen Fotokollektion fStop, die lizenzfreie Bilder bekannter Kreativer wie David Carson, April Greiman oder Jake Tilson beinhaltet, veröffentlichte Byrne die CD „Stock A-B: Automotive through Bulkheads“ (im Internet zu finden unter [www.fstopimages.com](http://www.fstopimages.com)). Auch manche Motive dieser Sammlung hätten die Überschrift „Strange Ritual“ verdient. Da gibt es etwa Fotos einer Oldtimer-Schau, bei der die Autos mit Puppen dekoriert wurden, die wie traurige, leblose Kleinkinder aussehen. „Einige Aufnahmen zeigen befremdliche Aspekte der amerikanischen Automobilkultur“, lacht Byrne. An der Idee, lizenzfreie Bilder zu verkaufen, faszinierte ihn, „dass sie anonym werden, wenn jemand anders sie einsetzt, und es dann keine Rolle mehr spielt, wer sie gemacht hat“.

**Sich vorzustellen**, dass jemand die Fotos für Businesszwecke nutzen könnte, findet er amüsant – das passt zu seinem subversiven Umgang mit der Ästhetik der Geschäftswelt. „Um den Feind zu verstehen, muss ich eins mit ihm werden, seine Denkweise übernehmen. Ich muss mich infizieren, um immun zu werden“, schrieb er in seinem Buch „Your Action World. Winners Are Losers with a New Attitude“ von 1998. Darin zeigte er Arbeiten, die im Look von Geschäftsberichten, Werbe-

kampagnen oder jenen typisch amerikanischen Wie-werde-ich-erfolgreich-Motivationsliteratur daher kamen, jedoch ganz andere, verstörende Botschaften enthielten.

Sozusagen *undercover* ging Byrne auch bei dem Buch „The New Sins“ vor. Die Biennale von Valencia hatte im Jahr 2001 Künstler aus aller Welt eingeladen, Beiträge zum Thema Sünde zu liefern. David Byrne ließ eine kleine, rote Taschenbibel gratis auf der Straße verteilen und in Hotelzimmern auslegen. Darin verkündete eine Vereinigung namens „The Better-Emancipated Strivers for Heaven“ zusammen mit der „Second Congregation of Trusters of Tomorrow“ eine neue Morallehre, in der die Tugenden von gestern – Ehrlichkeit, Sparsamkeit, Weisheit und so fort – zu Sünden erklärt werden.

Das Design des mit vielen Fotos ausgestatteten Bändchens übernahm Dave Eggers, Herausgeber und Art-Direktor des amerikanischen Literaturmagazins „McSweeney’s“. Byrne kannte ihn nicht, war aber ein Fan der kultigen Zeitschrift und fragte deshalb an, ob Eggers sein Buch gestalten wolle. Wie groß war sein Erstaunen, als er erfuhr, dass jener nicht nur Bibeln aus dem 19. Jahrhundert sammelte, sondern zudem seine Zeitschrift in Island bei einem Drucker produzieren ließ, der auch Bibeln herstellte. Kein Wunder, dass das ebenfalls in Reykjavik gedruckte „The New Sins“ zu einer Perle der Erbauungsliteratur wurde.

**Die Musik** ist bei all dem keineswegs in den Hintergrund getreten. Erst im letzten Jahr landete der Fünfzigjährige auf Platz zwei der britischen Single-Hitparade, und zwar mit dem Stück „Lazy“ des Dance-Acts X-Press 2, zu dem er einen witzigen Text sowie Gesang beisteuerte. Bereits zu Talking-Heads-Zeiten waren seine musikalischen Aktivitäten vielfältig. So lieferte er Kompositionen für zwei Stücke des Theatermakers Robert Wilson und gewann 1987 einen Oscar für die Filmmusik zu Bertoluccis „Der letzte Kaiser“, die er mitkomponiert hatte. Ende der achtziger Jahre gründete er sein eigenes Label Luaka Bop, um seine Begeisterung für Weltmusik auszuleben.

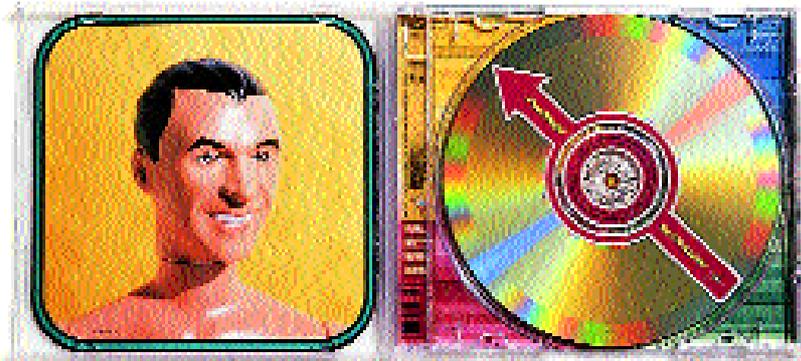
In der Tat machten die Luaka-Bop-Musiker – wie Susana Baca aus Peru, Los Amigos Invisibles aus Venezuela, Tom Zé aus Brasilien oder Zap Mama aus Zaire – rasch Furore. Inzwischen hat Byrne das Weltmusikkonzept ausgeweitet. So erschien zuletzt die Compilation „The Only Blip Hop Record You



**Byrnes Buch „Your Action World. Winners Are Losers with a New Attitude“ versah Stefan Sagmeister mit einer Beschriftung, die erst in der Einkaufsstüte komplett zu lesen ist**

Will Ever Need“ – angeblich in Zusammenarbeit mit einem „International Centre for Comparative Sound“ entstanden – und die die elektronische Musik europäischer Eingeborener wie Mouse on Mars, To Rocco Rot oder Schneider TM enthält. Das Cover entwarf Dave Eggers und David Byrnes Mitarbeiterin Danielle Spencer als →

Lebensecht nachgebaute Byrne-Püppchen mit verschiedenen Gesichtsausdrücken zeigt das von Sagmeister entworfene Cover der CD „Feelings“



➔ Parodie auf ethnografische Musikkollektionen. David Byrne lieferte dazu pseudo-völkerkundliche Analysen über die Wurzeln dieser Tanzmusik: „... die Nordeuropäer“ – also wir! – „die sich wegen ihrer dicken warmen Kleidung und ihrer mangelnden sozialen Interaktion nie wohl in ihren

Körpern fühlen, haben raffinierte Rituale entwickelt, um den physischen Kontakt zu erleichtern, nach dem sich alle menschlichen Wesen sehnen“.

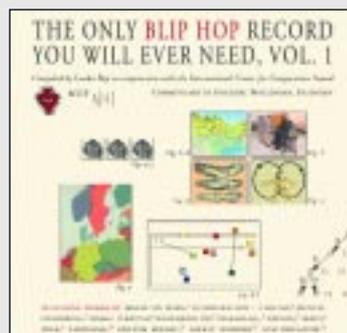
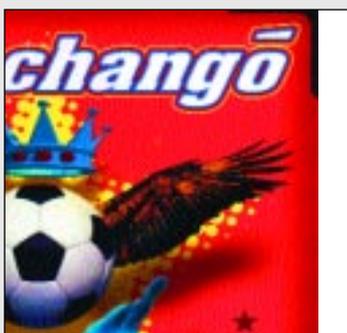
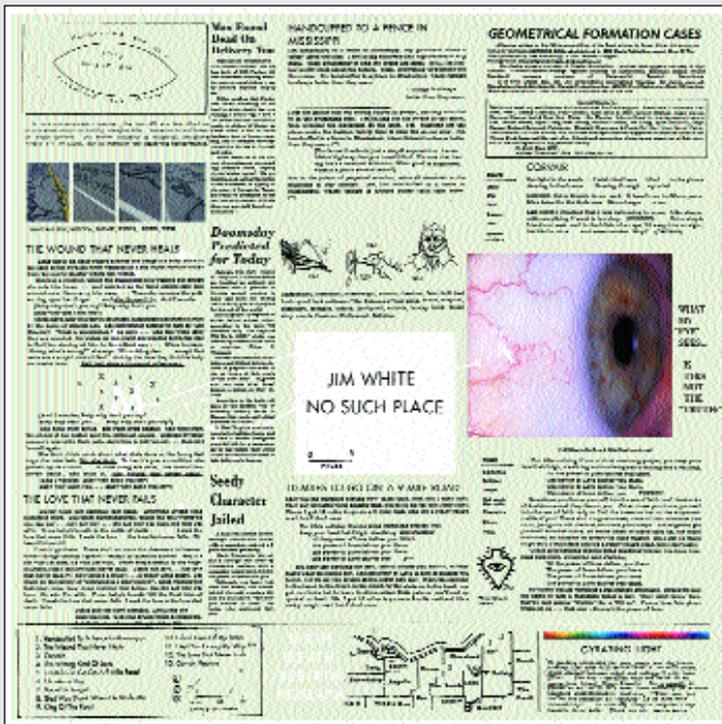
**Mit richtiger Folklore** hatte Luaka Bop aber noch nie was zu tun. „Mach nichts Folkloristisches“, habe David Byrnes

Briefing für das Cover für eine Kollektion afroportugiesischer Stücke mit dem Titel „Adventures in Afropea“ gelautet, so erzählt der Designer Stefan Sagmeister. „Mach was Schönes, denn es geht um schöne Musik.“ Von Lou Reed bis zu den Rolling Stones hat der österreichische Gestalter, der seit langem in New York lebt, schon für jede Menge Popgrößen gearbeitet, doch er nennt Byrne ohne Umschweife seinen Lieblingskunden: „Er ist visuell gebildet, er will wirklich etwas von einem, man kann bei jedem Meeting etwas lernen. Und seine Briefings sind kurz und prägnant.“

Stefan Sagmeister übernahm das Design des Buches „Your Action World“ und gestaltete 1997 Byrnes Solo-CD „Feelings“. Das Bild stehe im Gegensatz zum Titel und zeige Popmusik als Ware, sagt Sagmeister. „Byrne wollte sich erst in 3 D am Computer bauen lassen und ließ seinen Kopf in Kalifornien mit einem Lasergerät einscannen. Aber das Ergebnis sah zu sehr nach Kraftwerk aus. Wir haben alle Files weggeschmissen und echte Modelle nach Fotos bauen lassen.“

Eine andere von David Byrnes bevorzugten Agenturen ist die Stephen Doyles, ehemals Art-Direktor bei bei Tibor Kalmans Agentur M&Co. sowie bei den Zeitschriften „Rolling Stone“ und „Esquire“. Er gestaltete eine auffällige Verpackung für das Soloalbum „Look Into The Eyeball“, indem er zwei Fotos von David Byrne in ganz schmalen Streifen ineinander verzahnt auf das Cover drucken ließ. Im Siebdruckverfahren auf die transparente Jewelbox applizierte schwarze Linien sorgten anschließend dafür, dass es aus unterschiedlichen Blickrichtungen so wirkt, als würde Byrne die Augen auf- und zumachen.

Drei Luaka-Bop-Publikationen: Auf dem Südstaaten-Trip-Folk-Album von Jim White mischte Designer Stephen Doyle kuriose Zeitungsausschnitte, Songtexte und Infos zur Platte. Unten links eine gemeinsame Kreation von Andrew Blanco, dem Sänger von King Changó, und FDT Design. Unten rechts eine von Danielle Spencer und Dave Eggers als ethnografische Satire gestaltete Compilation elektronischer Musik aus Europa



**Er habe sich gebessert**, was die Zusammenarbeit mit Designern angehe, sagt Byrne. „Ich habe eine klare Vorstellung und kann sie auch vermitteln. Derzeit arbeite ich an einer Talking-Heads-Collection mit Stefan Sagmeister. Ich sammle das Material und bringe die Autoren ein, aber das Design überlasse ich Stefan. Viele meiner Beziehungen zu Gestaltern beruhen auf Vertrauen. Das ist auch eine Frage der Praktikabilität.“

So hat er für seine zahlreichen anderen Projekte Zeit, seien diese musikalischer oder visueller Natur. „Mein ganzes Leben lang haben sich meine Arbeiten in Grenzbereichen zwischen Hohem und Niedrigem, Bekanntem und Unbekanntem, Alltäglichem und Außergewöhnlichem bewegt. Ich liebe es, Kunst zu machen, die sich nicht als Kunst ankündigt – und das schließt natürlich auch Popmusik mit ein. Mir scheint, dass eine Arbeit ohne jede vermittelnde Instanz, außerhalb des Kontexts der Kunst- oder Literaturwelt eine viel stärkere Wirkung entfaltet. Sie ist verwirrender, irritierender und schöner.“

In jüngster Zeit wurde David Byrne übrigens auch direkt politisch aktiv, was für ihn ungewöhnlich ist: Er ge-

hörte im Februar zu den Initiatoren von „Musicians United to Win Without War“, einer über 60-köpfigen Gruppe – darunter auch Lou Reed, Russell Simmons, Missy Elliot, Natalie Imbruglia, Massive Attack, Steve Earle, Lucinda Williams, Autechre oder REM –, die zu Protesten gegen den drohenden Irak-

Krieg aufrief. „George Bush und seine Leute sind so außer Kontrolle geraten, so gefährlich, so größenwahnsinnig, was ihre Macht und ihre Überzeugung angeht, dass Gott der Seite Amerikas ist, dass es mich entsetzt“, sagte David Byrne damals in einem Interview mit „The Art Newspaper“. cg



**Mit trickreicher Gestaltung erreichte Stephen Doyle, dass Byrne auf dem Cover der CD „Look Into The Eyeball“ mal mit offenen, mal mit geschlossenen Augen zu sehen ist**

**„Everything is Connected“ nannte David Byrne eine seiner jüngsten Arbeiten: ein rund 66 Meter langes Banner, das auf der Fassade des New Yorker Kaufhauses Saks Fifth Avenue installiert war**



David Byrne: *E.E.E.I. (Envisioning Emotional Epistemological Information)*. Göttingen und New York (Steidl und Pace/MacGill Gallery) 2003, 96 Seiten. 80 Euro mit DVD. ISBN 3-88243-907-6. Über die Faxnummer 05 51/ 4 96 06 49 oder über E-Mail [mail@steidl.de](mailto:mail@steidl.de) lässt sich das Buch direkt beim Steidl Verlag für 80 Euro plus Versandkosten bestellen