

# KUN\$T in diesen "Financial Times"

**U**m der deutschen Gesellschaft den Rücken zu kehren und befreit von allen Zwängen zu arbeiten, hatte sich Reinhart Mundt Anfang 1986 auf den Weg nach Ostasien gemacht. Allein, er kam nicht weit; blieb in Istanbul und begann zu malen. Er malte sich den Bauch und die Seele frei, konnte gerade wieder atmen, als ihm die FINANCIAL TIMES begegnete mit ihren "Art"-Seiten, die nicht viel anders aussahen als Börsenberichte - quasi ein Stock-Market.

Wir kennen das: Baselitz und Richter steigen (gute Rendite), Fetting und Dahn fallen (schnell verkaufen ...). Für Mundt war das alles neu - der dachte: Die Kunst ist krank, sie spielt ein falsches Spiel - und gab dem Verräter ein neues, ein ehrlicheres Gesicht, eben KUN\$T.

Als Mundt im Herbst 1987 nach Köln zog, bekam er es live zu sehen und zu spüren: hartes Business. Der Kampf um die Startblöcke, Kunst ohne Kommunikation. Als er Galerien wie Festungen und Galeristen wie arrogante Manager erlebte, wuchs bei ihm die Wut. Er begann, den Kölner Galerien ihr Kun\$t-Brandmal rot aufzusprühen. Bis ihn die Polizei eines Nachts wie einen Schwerverbrecher an die Wand stellte, Schablone und Spraydose als Beweismaterial konfiszierte und ihn mit aufs Revier nahm. Folge: Eine Anzeige wegen Sachbeschädigung (die jedoch vom Staatsanwalt wegen Geringfügigkeit fallengelassen wurde). Mundt sprühte munter weiter. Ein Sprung in der Zeit: Sommer 1989. Inzwischen nicht mehr ganz so verbissen, trug sich Mundt nun mit der Überlegung, wie man dem Esel Eselswurst verkaufen könnte. Er begann mit seiner "Ersten Limitierten Betonedition" - 40 x 40 cm Betonplatten, poppig angemalt mit dem Kun\$t-Logo in der Diagonalen - und stellte zehn Exemplare in der Kölner City auf. Der Erfolg war derart überraschend - Mundt kam mit der Produktion kaum mehr nach. Provokation avanciert zur



Reinhart Mundt (r.) zwischen Provokation und Promotion.

Pop-Art. Reinhart Mundt vernachlässigte nun das Fassadensprühen, was aber dem Bekanntheitsgrad seines Kun\$t-Logos keinen Abbruch tat. So war der Künstler nicht wenig überrascht, als er eines Tages sein Kun\$t-Zeichen auf Wahlkampfplakaten der Kölner FDP wiederfand. Ein Werbemensch hatte Mundts Logo gemeinsam mit der Banane als bekannte Kölner Galerien-Symbole fotografiert und der FDP für ihre kommunale Wahlkampfkampagne verkauft. Reinhart Mundt begann zu toben und schäumte vor Wut. Telefonate mit der FDP, mit der verantwortlichen Werbeagentur, mit Rechtsanwälten, fruchteten nichts. Ein Honorar wollte man dem unfreiwilligen Wahlkampf-Künstler nicht zahlen. Schließlich ging's vors Gericht und man verglich sich: Mundt bekam die Hälfte seiner Honorarforderung zugesprochen und ein Versprechen, in einer Kölner Galerie ausgestellt zu werden. Immerhin ...

Und der bislang letzte Kun\$t-Streich des provokanten Kölner Künstlers? Mundt baute vor dem Haupteingang der letztjährigen ARTCologne zehn seiner Kun\$t-Betonsteine auf. Es

dauerte keine halbe Stunde, da zwang ihn die Messeleitung zum Abbau. Er gehorchte notgedrungen, war jedoch durchaus nicht zufrieden. Am nächsten Tag standen die Kun\$t-Steine wieder da ...

Gérard A. Goodrow /  
Andreas Fritsch