

Als Kunst in die Werbung ausfranzte

Medienkunst. Humanic-Spots brachten einst die Avantgarde ins Fernsehen. Nachahmer fanden sich kaum

VON MICHAEL HUBER

„Ich habe immer daran geglaubt, dass Kunst kommunizieren muss. Und kommuniziert haben diese Dinger!“, sagt Horst Gerhard Haberl. Von 1969 bis 1995 war der Grazer für den Werbeauftritt der Schuhmarke Humanic verantwortlich. Wer in dieser Zeit in Österreich gelebt hat, dem sind die TV-Spots im Gedächtnis eingebrannt.

Österreichs Avantgarde aus Kunst und Literatur erreichte mit den Clips ein Millionenpublikum: H. C. Artmann, Otto M. Zykan, Roland Goeschl, Anselm Glück, Richard Kriesche, Axel Corti sind nur einige der Personen, die in den rund 50 Spots ihre Kunst realisierten.

Irritation im Werbe-TV

„Ich habe immer gehofft, dass dieses Beispiel Schule macht“, sagt Haberl, der später u. a. den *steirischen Herbst* leitete. Doch obwohl die Humanic-Spots regelmäßig getestet wurden und nachweislich halfen, dem Unternehmen ein modernes Image zu verpassen, blieb irritierende, nicht auf Produkte bezogene Kunst in der Werbung selten. Dass es sie überhaupt geben sollte, war wohl einer günstigen Gemengelage in Graz En-



Humanic-Spots von Roland Goeschl (oben li., unten re.), mit Otto M. Zykan (oben re.) und H. C. Artmann (unten li.) – und mit „Franz“ (Mitte)

de der 1960er zu verdanken.

Haberl arbeitete damals im Museum Joanneum und lernte den Humanic-Chef Hans Mayer-Rieckh, einen Kunstfreund und -sammler,

bei Vernissagen kennen. Bei ihm fand der studierte Kunsthistoriker und Philosoph ein offenes Ohr: Als Leiter der Humanic-Werbeabteilung, die er prompt in „Abteilung

Zukunft“ umtaufte, setzte Haberl auf das Medium TV und holte ein Team aus der Grazer Szene an Bord. Neben Roland Goeschl, der mit gelb-rot-blauen Würfeln die

frühen Spots prägte, wirkten der Grafiker und Künstler Karl Neubacher (siehe unten) und andere Mitglieder des Kreativ-Teams „pool“ an den Produktionen mit. Der Literat

Karl Neubacher: Die Wiederentdeckung

Medienkünstler, 1926–1978

Das Kunsthaus Graz würdigt bis 12. 10. den Grafiker und Medienkünstler Karl Neubacher in einer umfassenden Ausstellung. Der Entwurf zahlreicher Plakate sowie des „Franz“-Logos für den Humanic-Konzern ist nur ein kleiner Aspekt aus dem Werk Neubachers, der 1978 überraschend verstarb: Mit Selbstszenierungen in Filmen und Fotomontagen nahm der gebürtige Oberösterreicher viele Entwicklungen in der Medien- und Performancekunst vorweg. Bemerkenswert ist nicht zuletzt, wie künstlerische Ideen den Weg in Neubachers Arbeit als Werbegrafiker fanden, und wie



umgekehrt die Grafik die Kunst Neubachers beeinflusste. Kurator Günther Holler-Schuster ist mit zahlreichen Plakaten, Zeitschriften und Installationen eine ansprechende Würdigung und eine bemerkenswerte Zeitreise zur Avantgarde im Graz der 1970er gelungen. www.museum-joanneum.at

Horst Gerhard Haberl (re.) gab als Leiter der „Abteilung Zukunft“ bei Humanic die TV-Spots in Auftrag



Klaus Hoffer knüpfte Kontakte zu Dichtern, über persönliche Verbindungen gewann man Axel Corti als Regisseur der ersten Spots.

Andreas? Fraaanz!

Corti war es auch, der den „Franz“ in die Welt setzte: Für einen Clip, in dem Goeschls Würfel gesprengt wurden (1971), schlug er mehrere Tonspuren vor, darunter zwei mit den Namen „Andreas“ und „Franz“. „Wir haben uns dann für Franz entschieden, weil in jeder Familie in Österreich ein Franz existiert“, sagt Haberl, dem das „Maskottchen“ – 1974 von Neubacher als Logo aus Hand und Fuß visualisiert – wenig bedeutet.

„Ein wesentliches Anliegen war, Kunst in die Öffentlichkeit zu kriegen“, sagt er. Dabei leistete die Schuhmarke auch Kunstförderung: Mit 100.000 Schilling (exklusive Produktionskosten) bekamen die Künstler „den Gegenwert eines Staatspreises“ als Honorar, sagt Haberl. Viele sahen darin auch ein Problem – der Dichter Ernst Jandl zog etwa einen vorbereiteten Spot in letzter Minute zurück.

Eine ähnliche Ausverkauf-Diskussion entzündete sich jüngst wieder, als die Performancekünstlerin Marina Abramović einen adidas-Spot gestaltete: Für Haberl ein Indiz dafür, dass sich die Haltung zum Fremdkörper Kunst in der Werbung nicht wirklich verändert hat. Auch das, was man heute „Shitstorm“ nennt, erlebte Haberl zu Humanic-Zeiten immer wieder. „Und ich glaube, dass das heute wieder so aufregen würde.“

K INTERNET
KURIER.at/kunst

BUNDESTHEATER

Schadenersatzansprüche gegen Springer empfohlen

Gutachten. Das Rechtsgutachten zu etwaigen strafrechtlichen Konsequenzen infolge des Rechnungshofberichts zu den Bundestheatern empfiehlt Schadenersatzforderungen gegen Ex-Holding-Chef Georg Springer. Der Anwalt von SP-Kulturminister Josef Ostermayer, Thomas Angermair, bestätigt gegenüber der *Apa* einen dementsprechenden *Presse*-Bericht.

Ex-Ministerin Claudia Schmied und Sektionschef Michael Franz seien dagegen rechtlich nicht belangbar, so der Anwalt: Der eine, weil er nur Aufträge von Vorgesetzten erfüllt habe, die andere, weil sie nicht mehr im Amt sei.

In Bezug auf Springer

empfiehlt Angermair, vorerst keine gerichtlichen Schritte einzuleiten, sollte dieser zu einem Verjährungsverzicht bereit sein. Auch die Prämien für 2012/13 und '13/14 soll Springer nicht mehr erhalten. Bei Hartmann könnte sich Angermair einen Vergleich vorstellen, sollte dieser die Schäden wiedergutmachen und die Klage beim Arbeitsgericht zurückziehen. Hinsichtlich der Schadenersatzansprüche gegen Springer und Hartmann könnte die Versicherung dafür aufkommen, da Burg und Holding haftpflichtversichert sind. Dies wäre möglich, wenn der Schaden ohne „konkreten Vorsatz“ verursacht wurde.

FESTIVAL

Sturmingers „Casanova“-Film in San Sebastian

Premiere. Michael Sturmingers „Casanova Variations“ feiert Weltpremiere im Wettbewerb des 62. Internationalen Filmfestivals von San Sebastian (19. bis 27. September). In der französisch-österreichisch-deutschen Koproduktion ist John Malkovich als legendärer Verführer Casanova zu sehen. Der Film basiert auf dem 2011 im Wiener Ronacher in der Regie Sturmingers uraufgeführten Musiktheaterstück „The Giacomo Variations“, in dem Malkovich den alternen Casanova gab. Wieschon im Ronacher spielt auch im Film das Orchester der Wiener Akademie unter der Leitung von Martin Haselböck.

KURIER ABO

DIE SCHÖNSTEN SEITEN DES SOMMERS

DAS HAB' ICH VOM KURIER

Jetzt **KURIER 14 TAGE gratis** lesen...

...und sommerliches Präsent dazu erhalten

Sommer – Sonne – Lesefreude! Lesen Sie jetzt Österreichs Qualitäts-Tageszeitung und lassen auch Sie sich von der Vielzahl interessanter und informativer Beilagen überzeugen. Der Sommer kann kommen – mit dem KURIER!

Wir freuen uns auf Ihre Bestellung unter:

kurierabo.at oder 05 9030-600

Das Angebot gilt in ganz Österreich bis 31.8.2014. AOB unter kurierabo.at/abg
*Mo. bis Fr. 9–17 Uhr, Sa., So. und Feiertag 9–12 Uhr.