

«Wach bleiben, um die Muse nicht zu verpennen»

Er ist Guru, Hausmeister, Erbverwalter und Totalliquidator des Dadaismus in einem: Adrian Christopher Notz, Direktor des Cabaret Voltaire, dem Ort, wo vor 100 Jahren die Dada-Bewegung geboren wurde. Im Interview erläutert er, was wir heute noch von den Dadaisten über Kreativität lernen können. Zum Beispiel, wie ein Jäger innerlich bereit und äusserlich ruhig auf Beute zu warten.

Interview **Christian Kaiser**

Herr Notz, Sie haben in einer Fundraising-Aktion Porträts der Dadaisten verkauft. Einige davon trugen Ihre Handschrift. Sie zeichnen auch?

Ja. Was ich mache, ist aber eher ein Kopieren, ein Abzeichnen: Ich habe Fotografien oder Drucke durchgepaust und dann schraffiert. Das war eine intime Begegnung mit den Dadaisten. Ob malend oder abschreibend – das Kopieren ist ja eine mönchische Tradition, um Dinge zu verinnerlichen; eine Art Meditation, aus welcher wieder etwas Neues entstehen kann. Die «Alte Kunst» des Mittelalters war ja eine wichtige Referenz für die Dadaisten, um «Neue Kunst» entstehen zu lassen.

Ist Kreativität nicht eigentlich «Sampling» – die Rekombination von schon Dagewesenem? Oder gar Klauen? Das Cabaret Voltaire bedient sich doch laufend aus dem Ideenfundus anderer, oder?

Man kann ja nichts wirklich Neues schaffen. Die grossen Themen sind seit ungefähr 5000 Jahren gesetzt: Liebe, Freiheit usw. In dem Sinne ist alles nachher ein Klauen und Kopieren. Aber vielleicht

sollten wir das Kopieren auch etwas offener verstehen. In Europa ist ja das Original sehr wichtig; «Wer hats erfunden?» ist hier eine bedeutsame Frage. In Asien oder China hat man da ein völlig anderes Verständnis: Eine Kopie, die möglichst nah am Original ist, bezeugt das Können des Handwerkers oder Künstlers. Deshalb gibts dort auch so viele Fälschungen. Während wir in Europa dazu neigen, das Originäre zu schützen und zu erhalten, lebt in Asien die kreative Idee in den Kopien weiter. Diese Vorstellung gefällt mir.

Ihre persönliche Definition von Kreativität?

Ich halte es erst einmal für keinen besonders guten Begriff, weil er von der sogenannten Kreativwirtschaft sehr stark instrumentalisiert und vermarktet wird. Wenn man das Wort aber von diesem zeitgenössischen Verständnis loslöst, dann ist Kreativität das, was Menschen antreibt: als Kreation, als Erschaffen-wollen. Das Schöpfen ist das, was den Menschen letztlich Selbstbestätigung verleiht. Eine Grundhandlung, die in allen Metiers fliessen können sollte.

Was können wir von den Dadaisten über Kreation und Innovation lernen?

Verschiedenes. Erstens: Alles und jedes immer zu hinterfragen. Dieser kritische Blick bildet die Grundlage. Zweitens: dranbleiben. Eine Idee oder ein zündender Gedanke wird knallhart verfolgt, man könnte fast schon von Besessenheit sprechen. Dabei gilt es aber immer Haltung zu bewahren. Im Dada-Manifest von Hugo Ball heisst es dazu: «mit edlem Gestus und feinem Anstand bis zum Irrsinn, bis zur Bewusstlosigkeit.» Für mich ist das Dada-Jahr ein Selbsttest in dieser Beziehung.

Mit Besessenheit dranbleiben? Bekommt man davon nicht Scheuklappen und verpasst Chancen? Für die Dadaisten waren doch auch das Unvorhergesehene und der Zufall sehr wichtig bei ihrer Arbeit.

Das Hinterfragen hört ja nicht mit der Idee auf. Es geht um ein ständiges Wechselspiel: Das Sowohl-als-auch war für die Dadaisten wichtiger als das Entweder-oder. Ihr Anliegen war, nicht links oder rechts zu sein, sondern vertikal. Man kann die Position mit einem Ankerpunkt im Zentrum vergleichen; die Nadel, auf der die Kompassnadel sitzt. Das wäre das Ziel.



Bild: Ayşe Yavaş

Und wie wirkt das Element des Zufalls im Kreativitätsprozess?

Die Dadaisten zeichnet eine gewisse Offenheit für Zufälle aus, die man auch als Improvisation bezeichnen kann. Improvisieren ist nicht einfach, dafür braucht es die Fähigkeit, wie ein Jäger ständig bereit zu sein. Dann kann man mit dem Zufall arbeiten.

Sie selbst zeichnen, performen im Internet als Totalliquidator des Dadaismus, Sie planen Ausstellungen, stellen Stadtführungen mit Dada-Guides auf die Beine, planen Events und Veranstaltungen.

Sind Sie ein kreativer Tausendsassa?

Ich würde mich weder als besonders kreativ noch als Tausendsassa bezeichnen.

Ist das jetzt nicht Tiefstapelei?

Ich nehme das selbst nicht so wahr. Für mich geht es um Dienst an der Sache.

Das heisst, Ihre kreativen Ideen kommen automatisch – aus Hingabe und Leidenschaft?

Ja. Das Dada-Jubiläum ist eine Riesenchance, für mich persönlich und das Cabaret Voltaire.

Bei Ihrer Wemakeit-Finanzierungsaktion für eine Dada-Sonderausstellung konnte man sich einen Dada-Soldaten oder einen Dada-Präsidenten kaufen – und erhielt im Gegenzug einen freien Tag mit diesem Dadaisten. Wie kamen Sie denn auf die Idee?

Zunächst einmal hatten wir uns schon früher gefragt: Wer waren die Dadaisten, wer gehört alles dazu?

Wir haben sie aus Quellen gesammelt: Tristan Tzara



Kopierend wahrnehmen und verinnerlichen: die Dada-Größen Richter (links) und Picabia (rechts), skizziert vom Dada-Nachlass-Verwalter Adrian Notz.



**Dada war die erste
interdisziplinäre Kunstbewegung.
Alles wurde ineinander
verschränkt, um ein
Ereignis zu erzeugen.**



hat Listen gemacht in einem Magazin in Paris, einige Namen fanden wir in Veröffentlichungen in New York, in Dada-Almanachs und Programmen. Später haben wir angefangen, sie in Kategorien einzuteilen: Über-Dadas, Präsidenten, Ober-Dadas, Soldaten. Insgesamt sind wir bei 165 angelangt. Im Jubiläumsjahr wollten wir für jeden Dadaisten einen Feiertag abhalten. Im zwinglianischen Zürich gibt es ja ohnehin zu wenig Feiertage. So entstand die Idee, den Mitwirkenden an der Kampagne einen Freitag mit ihrem Dadaisten zu schenken.

Sie sprechen von mönchischer Tradition, Dada-Heiligen und verschenken Feiertage. Sie scheinen eine spirituelle Ader zu haben.

Der Cousin meiner Freundin, ein türkischer Fitness-trainer, hat mich unlängst gefragt: «Glaubst du denn an Dada?» Wahrscheinlich schon. Das ist eine Seite an Dada, die man gern etwas übersieht; die spirituelle oder geistliche oder philosophisch-metaphysische. Bei Hugo Ball etwa war sie sehr ausgeprägt. Er hat später die christlichen Mysterien studiert und ein Buch geschrieben über das byzantinische Christentum. Ball hat sich stark mit Mystik beschäftigt.

Meinrad Furrer, der katholische Pfarrer an der Predigerkirche, wird die Urkunden der Dada-Supporter signieren. So bekommt man sozusagen das Plazet von Gott für einen Feiertag mit seinem Dada-Heiligen. Furrer hielt für Ihre Kampagne ein Plädoyer fürs Nichtstun: «Aus dem Nichts, aus dem Nichts-Tun und aus der Ruhe entsteht unsere Kreativität.» Ist das wirklich so? Was Sie da so alles auf die Beine stellen, tönt eher nach harter Arbeit. Kreativität braucht schon so etwas wie «tiefe Langeweile»; der Philosoph Byung-Chul Han hat diesen Begriff geprägt. Diese Ruhemomente, diese Verlangsamung kann man nicht bewusst steuern. Gewisse

Beschäftigungen wie das Zeichnen begünstigen sie jedoch. Heute würde man dem wohl «Downshifting» sagen.

Klingt etwas nach dem althergebrachten Künstlerideal: Kunst heisst warten, bis einen die Musse oder die Muse küsst. Ist die Musse ein Muss, küsst einen die Muse nur in der Musse?

Im Phlegmatischen des Wartens liegt sicher auch eine gewisse Gefahr. Die tiefe Langeweile kann auch zu Apathie oder Depression führen. Es braucht eine bewusste tiefe Langeweile, die soll man auch ein bisschen einüben. Ein Künstlerkollege vergleicht diesen Zustand mit der Jagd: Bei der Jagd ist man ja auch innerlich ruhig und wartet, ist aber bereit. Man muss wach bleiben, um die Muse nicht zu verpennen.

Dada-Mitgründer Huelsenbeck sagte, Dada bedeute nichts und die Dadaisten wollten «mit Nichts die Welt verändern». Wir sagen ja, «von nichts kommt nichts». Wie kann das Nichts wichtig sein für Kreativität?

Huelsenbeck spielte wohl auf das Wort «Dada» an. Wie lässt sich mit einem Wort, das ohne Bedeutung ist, die Welt bewegen? Bei Hugo Ball hingegen steht das «Nichts» eher für das «Nutzlossein»; das wichtige Bestreben, sich der Nutzbarkeit durch andere zu entziehen. Darauf spielten wir in unserer Kampagne an. Das ständige Einfordern von Nützlichkeit ist ja ein typisch zürcherischer Gedanke, der sich auch in den Kulturdebatten im Gemeinderat immer wieder zeigt. Der dritte Aspekt ist ein nihilistischer: Die Dadaisten haben viele Werte zerstört, mit Kunst-

idealen gebrochen, die gängige Sprache aufgelöst usw. Das Ziel dabei war, etwas völlig Neues entstehen zu lassen. In der Wirtschaft würde man heute wohl von «kreativer Zerstörung» sprechen. Tabula rasa machen, zum Nullpunkt vorstossen, das ist ein wichtiger Aspekt dadaistischer Kreativität.

Im Video zu der Aktion mit den 165 Dadaisten gehen Sie sogar so weit zu versprechen: «Tun Sie nichts, Ihr Nutzlossein wird die Welt verändern.» Die Dadaisten waren ja alles andere als nutzlos, oder?

Allein die Tatsache, dass wir hundert Jahre später hier sitzen und über Dada sprechen, zeigt doch eine gewisse Nützlichkeit. Dada steht heute noch für Inspiration, Haltung und Zeitgeist, das merke ich immer dann, wenn ich mit Jugendlichen über Dada diskutiere. Hugo Ball sprach von einem «Wirtschaftsfatalismus», in den die Menschen verstrickt und gekettet sind. Dieser Begriff trifft auch die heutige Situation ganz gut.

Inwiefern?

Wissenschaft und Wirtschaft beanspruchen das Interpretationsmonopol für die Welt, und das genügt vielen Menschen halt nicht. Und hier lieferte Dada

mit seinem Querdenken und dem irrationalen Zugang ein befreiendes Gegenmodell. Und wenn die Menschen in ihrem Nutzlossein selber zu denken anfangen, statt ständig nur auf äussere Zwänge zu reagieren, dann beginnt die Welt sich automatisch zu verändern.

Ein Stilmittel der Dadaisten war auch der subversive, abwegige Humor. Braucht die Welt wieder mehr Nonsense?

Ja, aber nicht im Sinne von Unsinn, sondern im Sinn von «ohne Sinn». Vieles von dem, was wir uns so täglich zumuten – ich denke da zum Beispiel an Social Media – ist ja absoluter Nonsense. Davon haben wir genug.

Die Dadaisten liebten das Absurde. Inwiefern kann daraus Neues entstehen?

Die Dadaisten pflegten den «grotesken Blick»; es ging darum, das zu erkennen, was absurd anmutet. Zum Beispiel, wenn in «20 Minuten» neben den Schlagzeilen über europaweite Proteste rund um die Finanzströme ein Bericht über den Anschnitt der weltweit grössten Erdbeerschnitte durch Renzo

Blumenthal steht. Derart Groteskes kann schon die Kreativität anregen. Wir haben daraus im Cabaret Voltaire einen «Coffee Break of the Revolution» mit internationalen Politaktivisten gemacht. Das Cabaret Voltaire als Geburtsort oder Gebärsaal von Dada soll ein Freiraum sein, wo man sich sicher fühlt – ganz unabhängig von den Ideen, die man vertritt. Wie vor 100 Jahren.

Halten Sie Zürich noch für ein gutes Pflaster für bahnbrechende Kreativität?
Zürich ist erst einmal sehr un kreativ – als zwinglianische, finanzgesteuerte Stadt.



**Wenn die Menschen in
ihrem Nutzlossein selber
zu denken anfangen, statt ständig
auf äussere Zwänge zu reagieren,
dann beginnt die Welt
sich automatisch zu verändern.**



Aber genau dieser Umstand kann auch einen guten Nährboden für Kreativität liefern. Von Politik und Verwaltung darf man allerdings nicht allzu viel in diese Richtung erwarten, da geht es um Besucherzahlen und Nutzenargumente. Manchmal finde ich es allerdings wunderbar, wie sich politische Exponenten heute noch über dadaistische Kunst empören können. Ich denke da zum Beispiel an die Diskussionen im Gemeinderat rund um das *Pissoir-Ready-Made* von Marcel Duchamp, das im Landesmuseum gezeigt wird. Von «Fäkalkunst» war da die Rede.

Ball schrieb, der Drang zum Neuen, Naiven resultiere aus der Konfrontation mit dem Publikum.

Das Publikum ist immer auch ein Test. An einem Samstagabend vor 70 besoffenen Studenten zu stehen und zu versuchen, die Message von Dada rüberzubringen, das ist ein richtiger Realitätscheck. Alkohol, Drogen, Licht, Rauch, da spielt alles eine Rolle.

Dichtung, Druckgrafik, Malerei, Bühnenspiele, Tanz, Mode, Film – die Dadaisten performten sozusagen auf allen Kanälen. Wie wichtig war das Interdisziplinäre, das Wechselspiel zwischen Genres, um wirklich Neues entstehen zu lassen?

Ich glaube, das war das Essenzielle an dieser Bewegung: Sie war die erste interdisziplinäre Kunstbewegung. Ob im Cabaret Voltaire, in der Galerie Dada oder anderswo – das Programm der Soireen war immer eine Mischung. Im Cabaret Voltaire wurde in einer Bilderausstellung performt. Es wurde gesungen, man hat Gedichte rezitiert, philosophische Vorträge gehalten. Alles wurde ineinander verschränkt, um ein Ereignis zu erzeugen.

Strebten die Dadaisten nach einer Art Gesamtkunstwerk?

Ja, sicher, das war eine Idee, die Hugo Ball schon vor dem Cabaret Voltaire hatte. Die Vorstellung des Gesamtkunstwerks ging in zwei Richtungen: Einerseits sollten alle künstlerischen Disziplinen vereint

Stein des Anstosses aus dem Sanitärgeschäft: Marcel Duchamps «Fountain» von 1917, ein handelsübliches, handsigniertes Pissoir zählt zu den Schlüsselwerken der modernen Kunst. Das Landesmuseum zeigt in der Ausstellung «DADA UNIVERSAL» ein Replikat von 1964.

(Vera und Arturo Schwarz Collection of Dada and Surrealist Art in the Israel Museum
© Succession Marcel Duchamp / 2015, ProLitteris, Zürich)



werden, andererseits sollte dieses Kunstwerk auch eine Ausstrahlung haben in die Welt.

Hugo Ball sagte, der Dadaist sei ein kindlicher Mensch. Waren die Dadaisten verspielte Kinder? Welche Bedeutung hat das Spielerische?

Das ist extrem wichtig. Wenn man spielerisch arbeitet, schafft man sich eine Art von Freiheit. Einen naiven Zugang zu den Dingen zu haben und alles zu hinterfragen, ist sicher eine spielerische Strategie. Man muss ja nicht alles mit Bierernst angehen.

Was Dada eigentlich auszeichnet, ist nicht leicht zu fassen. Ist Dada einfach eine Formel, eine gute Verpackung? Ein super Brand?

In erster Linie war die Marke Dada ein Erfolg des Begriffs. Dada ist ein international funktionierendes Wort. Im Vergleich zu heutigen Brands und Lehrbuch-Marketing hat man aber alles falsch gemacht: Brands wie Apple oder Coca-Cola haben eine klare Message, die in einem Satz definiert werden kann.

Dada hingegen steht für alles und nichts. Man negierte ja sogar die eigene Marke, indem man sagte: «Um für Dada zu sein, muss man gegen Dada sein.»

Also können wir Dada als eine Persiflage auf die moderne Vermarktung von Träumen sehen?

Man könnte sagen, dadurch, dass die Dadaisten beim Branding alles bis zum Exzess falsch gemacht hatten, konnte Dada erst zu einer erfolgreichen Marke werden. Klassische Marken haben ja einen Namen und einen mythischen Gründungsort: die Garage der Apple-Gründer z. B. Auch gibt es oft einen Mythos, der rund um die Entstehung des Begriffs rankt. Diesen mythischen Gründungsort, das Cabaret Voltaire, und den Gründungsmythos darum herum hat Dada mit den Ereignissen vor 100 Jahren auch. ■



Bild: Fabian Fritzel

Adrian Notz: Dada-Direktor und Kunst-Dozent

Seit 2012 ist Adrian Notz künstlerischer Leiter und Direktor des Cabaret Voltaire. Unter Philipp Meier, dem ersten Direktor des wiedereröffneten Cabaret Voltaire, war Adrian Notz von 2004 an Assistent. Er kam ganz dadaistisch zufällig zu Dada. Notz sagt, er habe damals nicht mehr Kenntnisse über Dada gehabt als «jeder andere Mensch». Während seines Studiums der «Theorie der Kunst und Gestaltung» in Zürich hatte er noch kaum etwas vom Dadaismus gehört. In über zehn Jahren Beschäftigung mit Dada wurde er jedoch zum Experten mit Hingabe und Leidenschaft. Heute bezeichnet er sich selbst als Verwalter, Hausmeister oder Guru des Dadaismus. Adrian Notz ist auch Dozent in der Erwachsenenbildung: Er leitete u. a. in St. Gallen in einem Lehrgang für bildende Kunst das Modul «Kreation». Adrian Notz ist in Flurlingen am Rhein neben Schaffhausen aufgewachsen. Er besuchte die Kantonsschule Rychenberg in Winterthur und studierte zwei Jahre lang freie Kunst in Bremen.