

*Klimt im Belvedere (li.), Iké Udé im MAK mit seinem Sitzfleischabdruck: Was Wiens Museen zum Jahreswechsel bringen. Fotos: Katalog, MAK*



- **MAK 1.**, Stubenring 5, 711 36-0, Di 10-24, Mi-So 10-18 (31. 12. bis 15 Uhr, 1. 1. geschlossen) **Gegensatz und Kontinuität. Historischer Sammlungsaspekt Metall.** Bis 24. 6. 2001 **Hanten & Happi** Bis 7. 1. 2001 **Robert F. Hammerstiel** Bis 7. 1. 2001 **Iké Udé** Bis 4. 2. 2001 **Harmonie im Kontext** Bis 11. 2. 2001
- **MAK 1.**, Weiskirchnerstraße 3, 711 36-0, Di 10-24, Mi-So 10-18 **Luis Barragan: The Quiet Revolution** Bis 28. 1. 2001



# „Leere und Himmel und die Nutzlosigkeit von Betten“

Doris Krumpal

Wien - Was verbindet die Mode mit der Kunst? Dummheit und Farce, sagt Iké Udé. Aber andererseits glaubt er natürlich doch ein bisschen an sie, wirbelt ihre Versatzstücke durcheinander und kontaminiert dies mit Lifestyle- und Clubkultur-Elementen ebenso wie mit medialen Erscheinungsformen. Das Wichtigste, da ist er mit sich selbst einig, ist er selbst. Das demonstriert Udé derzeit auch im MAK. *Beyond decorum* geht ans Innenleben der Außenwelt.

## Im Geiste Warhols

Die unterschiedlichen Medien spiegeln die Wandlungsfähigkeit dieser Personalunion aus Künstler, Dandy, Magazinherausgeber (*aRUDE*), Fotografen und Modemacher. Warhols Geist schwebt als Schutzheiliger

über allem; auch Yves Klein oder Annie Sprinkles *Tit Prints* stehen Pate für die netten Hintern-Porträt-Drucke, die auch vor U-Bahn-Sitzen als Bildträger nicht Halt machen. Lange vor allgemeinen Crossover-Ambitionen der Kunstwelt hat der aus Nigeria gebürtige New Yorker das Potenzial von Mode und - laut Udé weitaus integrationsfähigerer - Clubkultur für seine Arbeiten entdeckt. Die „reine“ Kunst findet Udé „provinziell“ und prophezeit ihr das Schicksal von Latein.

Hauptsächlich über Fotografie nähert sich der Universalist im Dienste der Schönheit vielgestaltig. Die traditionelle nigerianische Körperbemalung auf Schwarz-Weiß-Fotos sowie die Travestiebilder mit Udé als grell geschminkter Frau sind spätestens nach Man Ray und der Drag-Queen- und Crossdresser-„Welle“ schon etwas ab-

geschmackt. Aktuell und amüsant-ironisch hingegen Udés Selbstinszenierungen als *Cover Girl* diverser Magazine. Schlagzeilen klingen mitunter so dämlich, informativ oder reißerisch wie in der „echten“ Welt.

Besonders hübsch Udés *house beautiful*-Titel mit der Hauptgeschichte „Leere und Himmel und die Nutzlosigkeit von Betten“. Auch deutschsprachige Magazine wie *Spiegel* oder *Stern* recycelte Udés Medienmaschine, die auch Filmplakate neu erfindet. Zum Beispiel zu Robert Mapplethorpes *Man in Polyester Suit*.

In die Nähe der Pornographie rückt Udés „Dissertation“ zur Beziehung von Kunst und Mode. Er ersetzt Kleiderlabels an den Innenseiten von Hemden und Schuhen durch deftige Kontaktanzeigen, näht Pornomotive ins Sakkofutter. Intimleben in

somit auch fetischisierten Kleidungsstücken macht diese quasi „lebendig“ und rückt sie als Sprachcode in den Mittelpunkt.

## Zehn Prozent Drogen

Udé findet den Einfluss des äußeren Habitus von Künstlern immens stilbildend. Mode sei immer „Bedeutungsträger, Index und gewissermaßen Glossar der Kunst“ gewesen: „Verblüffend finde ich, dass jemand wie Basquiat zu zwanzig Prozent aus Dreadlocks, zu zehn Prozent aus Drogen und zu weiteren zwanzig Prozent aus den Armani-Anzügen bestand, die er beim Malen trug.“

So sehr sich Iké Udé selbst bespiegelt, so wenig eitel-selbstherrlich kommt das trotzdem rüber - und unterscheidet ihn damit von vielen in diesen Branchen. Gut so.

Bis 4. 2. 2001



Selbstdarsteller Iké Udé als „Cover Girl“: Die „Spiegel“-Paraphrase entstand für die Ausstellung im Wiener MAK. Foto: M



# pardon our appearance

Er heißt Iké Udé.  
Er ist Künstler.  
Er ist Modell.  
Er ist Herausgeber.  
Sein Magazin nennt  
er „aRUDE“.  
Er ist George  
Brummel

Mode macht Angst. Richtige Mode. Mode von Brummel – die schrecklichste aller Moden. Weil man die nicht kaufen kann. Das Label *Brummel*, gegründet in revolutionären Jahren von George Brummel, kann es sich leisten, keinen Flagship-Store zu betreiben. Nicht einen. Nirgendwo. *Brummel* ist nicht käuflich. Und macht trotzdem den größten Umsatz von allen. *Brummel* hat bloß zur rechten Zeit den rechten Satz zur rechten Person gesagt. Das ist die ganze Firmenvita. „Ihre Hose sitzt nicht richtig, George.“ Dieser George war der fünfte seines Geschlechts und begann hemmungslos zu weinen. Hatte er, der König, doch den absolut besten Schneider, das absolut feinste Tuch, die absolut besten Sofen, und mit absoluter Sicherheit hätte er eine jede dahergelaufene Büglerin hängen lassen, der da das Eisen entglitten wäre, am

Saum oder am Schlitz oder gar am Bund. Die hätte an keinen Liebsten mehr gedacht, die hätte sich das letzte Mal den Hals verrenkt nach Abwechslung. Und dann kommt Brummel und sagt: „Ihre Hose sitzt nicht richtig, George.“ Vor lauter Weinen hat George dann ganz vergessen, diesen *Brummel* auch hängen zu lassen.

Brummel hat der Modewelt gegeben, wovon sie seitdem lebt: die Unsicherheit, das schlechte Gewissen, den latenten Ausbruch kalten Schweißes bei jedem Auftritt jenseits des Spiegels. Brummel hat George gesagt: „Du bist zu dumm für diese Hose, ausführen kannst Du sie, aber begreifen wirst Du sie nie. Du bist zu dumm für diese Hose, und allein deswegen sitzt sie schlecht. Aller Aufwand ist vergebene Mühe. Es geht um Klugheit, nicht um Glanz.“ (vergl.: „Messt Eure Intelligenz an der Länge eurer Haare.“, deutsches Aufklärungslied, spätes 20. Jhd.)

Georg Brummel ist nicht mehr. Oscar Wilde auch nicht. Jetzt ist Iké Udé. Und auf seine Weise ist der genauso ungehobelt. „Pardon our appearance“, sagt Iké Ausgabe für Ausgabe seines Knigge *aRUDE* – *new york international magazine: style, art, fashion, culture, scenes and beyond*. Jetzt heißt *beyond* zunächst einmal, dass *aRUDE* hier nicht aufzutreiben ist, das Magazin also heiß ist. Was jetzt auch wieder nicht heißen soll, dass *aRUDE* bloß

beyond the seas aufzutreiben wäre. Aber wer verrät schon gerne seinen Lieblingsdealer? Eben. Nehmen wir nur die Nummer 13/99, die *Desire issue*. Die sollte auf keinem gut sortierten Coffee table fehlen. Bevor sie allerdings dort landet, empfiehlt es sich, die Seiten 80 und 81 dezent zu entfernen. Denn auf 80 findet sich der „excellent index“, ein Listing von *excellent Tuesday night party bis excellent master of high heels*, und vermittels der Seite 81 kann jeder dahergelaufene Gast sein eigenes Abo bestellen.

Und die anderen Seiten? Leute, die zu imitieren nur desaströs enden kann, Leute mit den aufregendsten malig narzisstischen Störungen von der Welt. Richtige, echte Leute. Leute, die far beyond von schlecht sitzenden Hosen stehen, Leute, die vorgeben, nicht anpassen. *aRUDE* ist kein Magazin für die Freunde von *Onan for Man*. (Liebe Grüße und besten Dank für den Fragrance-Tip an Jeffrey Steingarten, den Mann, der als Food-Kritiker für die *Vogue* alles gegessen hat.) So, lange genug nichts über *aRUDE* verraten. Ein Schwenk in Richtung Herausgeber. Ein Seitenblick auf Iké Udé. Der kommt aus Nigeria, lebt aber in New York, ist einer der bestgekleideten Männer *beyond*, und das dortige Guggenheim Museum hat seine Arbeiten ausgestellt und angekauft. Von Okwui Enwezor (genau, der, der die nächste



*documenta* macht) bis Octavio Zaya (Autor, *Flash Art*) sind alle klugen Köpfe voll des Lobes über – seine Kunst. Deswegen wohl dürfte auch Mark C. Bessiere vom Institute of Contemporary Art at Maine College Art, diese große Iké-Udé-Retrospektive im Frühling 2000 veranstalten. Was also macht dieser Udé? Selbstgestaltung. Iké ist *The New MC on the Rap Scene* am Cover der *Vogue*, er ist Billy Holiday in deren letzten Tagen, gerade dabei *farewell to fashion, to sex and to health* zu sagen.

Und er steht Modell für *house beautiful*, wenn es darum geht, eine Nummer *In Honor of Dislocation* zu gestalten. Ein *Time*-Cover ist selbstverständlich bei dem Lebenswandel. Genau so, wie eine Riesen-Story in *Third Text*. *Third Text*? *Third World Perspectives on Contemporary Art & Culture*. Dort nämlich holt der Bartl den Crossover-Most her. Ehe er gut 15 Jahre später im *max* abgestandener Weise als hip verkauft wird. Zugegebenermaßen ist der *max*-Most weitaus leichter und allgemeiner verdaulich. Aber wie heißt es im Sprichwort: Wer vorreiten will, muss leiden. Also Wörterbücher ausgepackt, die Bundfalten kurz vergessen und nachdenken – echt lange nachdenken. Ganz ohne Brain-Guide und Personal-Intelligence-Assistance. Dann ziehen Sie sich einfach an und gehen auf die Straße.

Markus Miltringer ■



Man of the Year am (Fake-)Time-Cover



Auf die Marke kommt es an.



Im Gedenken an den großen Mapplethorpe.

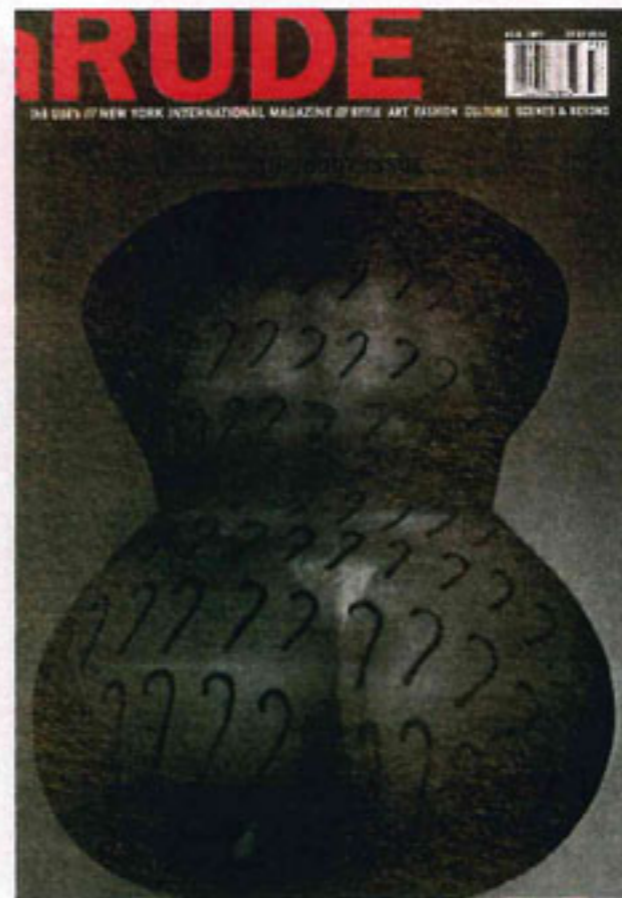


Iké Udé, die Mama.





*Iké Udé, der Dandy.*



*Ikés „aRUDE“ – The Body Issue.*



*Die Nummer mit den Gesichtern.*