

MARK ROBERTS

**Text publiziert in Ausstellungskatalog erschienen anlässlich der Ausstellung «Real Estate» des Kunstvereins Solothurn im Kunstmuseum Solothurn (5. April bis 1. Juni 2008)
Kuratorin: Claudia Spinelli**

Wer um alles in der Welt ist Mark Roberts? Dieser Name ist Martin Guldemann als Absender von SPAM-Mails sozusagen ungefragt zugeflogen. In den Bildergalerien des World Wide Web hat er versucht, der Identität seines unerwünschten Brieffreundes auf die Spur zu kommen. Ist es der Mann mit dem Schnauz oder der Schwarze im dunklen Anzug, der Grauhaarige mit der blauen Krawatte oder der Blondierte? Die Bildersammlung zeigt 120 verschiedene Männer. Durchschnittsmänner, so zumindest die Annahme. Denn tatsächlich kann man wegen der schlechten Bildauflösung kaum mehr als grobe Typenschemen erkennen, erst recht nicht, wenn man die Prints für die Installation vergrößert. Die Konfrontation mit den unscharfen Visagen ist nicht angenehm. Der Umstand, dass sie sich unserem visuellen Zugriff so penetrant entziehen, ist irritierend. Wir sehen keine Menschen und schon gar keine vollwertigen Individuen, sondern Gesichter, die undurchdringlich, die Masken bleiben.

Fragen nach dem Individuum, nach Anonymität und Masse sind für Martin Guldemanns gesamten Werkprozess zentral. In der Schutz- und Ortlosigkeit des Internet lässt der Künstler das Individuum mitsamt seinen speziellen Ansprüchen auf Einmaligkeit und Überdurchschnittlichkeit mit gnadenloser Konsequenz scheitern: Martin Guldemann macht Mark Roberts zum zentralen Protagonisten seiner Installation. Zu einem Protagonisten, dem er – scheint es – bloss deshalb eine Plattform gibt, um uns die Unzulänglichkeit einer Existenz vorzuführen, die sich blutleer nur im Digitalen entfaltet.

Claudia Spinelli