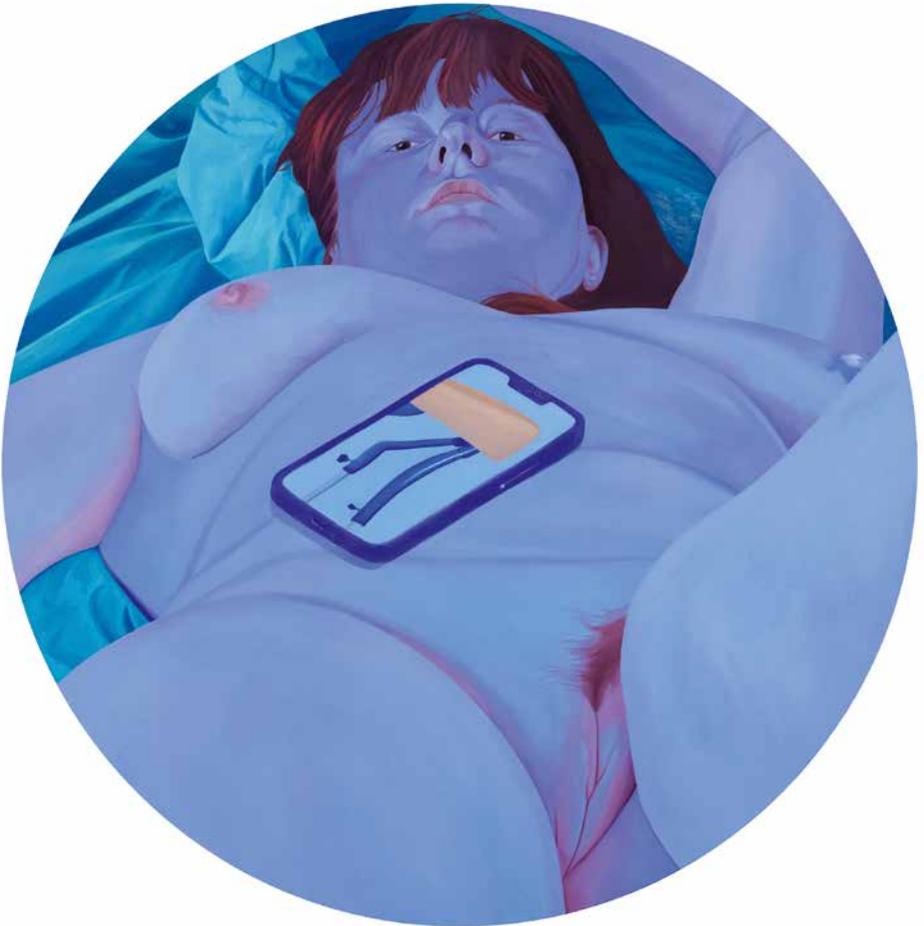


# SAFER SPACE

Julie Batteux



**KUNST**  
MUSEUM  
HEIDENHEIM

**09.03.–04.05.25**

In ihrer Malerei widmet sich Julie Batteux vornehmlich dem nackten weiblichen Körper und stellt dadurch implizit Fragen nach dessen Wert und Wertung in der Gegenwart.

Sowohl das Motiv des Akts als auch Batteuxs Verwendung runder Leinwände (Tondo) können als kunsthistorische Referenzen verstanden werden.

Wer heute in ein kunsthistorisches Museum geht, wird dort einer Vielzahl nackter Leiber begegnen. Egal ob Rubens, Tizian, Ingres oder Velázquez, sie alle haben mehr oder weniger unbekleidete weibliche Körper gemalt. Meist ist bei diesen die Scham bedeckt, aber nicht immer. Das war möglich, da es sich bei den Dargestellten um mythologische Figuren handelt, deren Schönheit und Erhabenheit, aber auch ihre ideelle Verbundenheit mit der geschätzten Kunst der Antike, eine malerische Wiedergabe legitimierten.

An dem Punkt, an dem dies nicht der Fall war, war der Skandal zumeist vorprogrammiert. Zwei der bekanntesten Beispiele, die gleichzeitig einen Wendepunkt der Kunst markierten, stammen aus den 1860er Jahren. Trotz

kunsthistorischer Anleihen sorgte Édouard Manets Gemälde „Olympia“ von 1863 für Empörung, da die gezeigte Frau nicht als Göttin, sondern als Prostituierte gelesen wurde. Drei Jahre später sollte Gustav Courbets „Der Ursprung der Welt“ noch weiter gehen: Er setzte eine behaarte Vulva ins Zentrum seines Bildes und zentrierte sein Model so, dass kein Gesicht mehr zu sehen war. Die in beiden Werken zentrale Darstellung weiblicher Erotik war ein Tabubruch und offenbarte die Verklemmtheit des damaligen Bürgertums.

Betrachtet man Julie Batteuxs **Bocksuche**, dann lässt sich hier durchaus an Courbets berühmtes Werk denken. Es unterscheidet sich allerdings in einigen zentralen Punkten. Erstens ist das Gesicht des Models nicht abgeschnitten, wodurch keine gesichtslose Weiblichkeit, sondern eine klare Identität gezeigt wird. Zweitens stammt das Werk von einer Malerin. Das historische Thema von Maler und Model und damit, aus heutiger Warte gesprochen, des „Male Gazes“<sup>1</sup> ist damit aufgehoben. Drittens ist das Gemälde ein Selbstbildnis. Das bedeutet, es entstand aus einer selbstreflexiven Position

heraus. Viertens liegt auf dem Bauch der Frau ein Smartphone. Batteux versucht also nicht eine zeitlose Allegorie zu malen, sondern strebt eine gegenwärtige Gesellschaftskritik an.

Wurde bei Courbet und Manet die weibliche Erotik noch kaschiert, einmal indem der Porträtierten eine mythologische Referenz zugesprochen wurde und einmal, in dem durch den Werktitel versucht wurde, die weiblichen Genitalien als reproduktive Kraft zu honorieren, bringt Batteux die Sexualität explizit in ihr Werk ein. Das gelingt ihr durch den Titel sowie durch das auf dem Handy-



Julie Batteux: Bocksuche, 2025, Öl auf Leinwand, 120x120 cm © Julie Batteux

bildschirm dargestellte Sportgerät, einen Bock. Dieses unterscheidet sich von einem realen Bock, da die Beine nicht gerade verlaufen, sondern geknickt beziehungsweise gebogen sind. Dadurch erinnert das uns aus dem Sportunterricht bekannte Objekt gleichzeitig an einen menschlichen Körper.

Dieser Umstand wird dadurch unterstrichen, dass der Begriff „Bock“ in der deutschen Sprache auch eine andere Bedeutung hat. „Bock haben“ bedeutet umgangssprachlich Lust zu haben, nicht selten auch in einem sexuellen Sinne.

In ihrem Gemälde **Bock auf Bock** wird dieses Sprachspiel wieder aufgegriffen, dabei ist die Darstellung nochmals expliziter. In der oberen Leinwand des zweiteiligen Werks sieht man ein Oval auf dem blauen, von Linien überzogenen Hintergrund, der an den Boden einer Sporthalle erinnert. Gerahmt wird das Oval wiederum von gebogenen Bockbeinen. In dem Oval sieht man eine Frau, deren Blick dieses Mal nicht den Betrachtenden, sondern einem Laptop zugewandt ist. Die rechte Hand der Frau berührt die Vulva. Die derart dargestellte Masturbation behandelt ein Thema, das

noch immer für viele ein Tabu ist: die weibliche Lust. Während es für die männliche Selbstbefriedigung unzählige, teils humorvolle Synonyme, Beschreibungen und Vergleiche gibt, fehlen diese für Frauen. Und auch Darstellungen selbstbestimmter weiblicher Onanie, die nicht von Männern oder für den männlichen Blick geschaffen sind, finden sich selten.

Das Motiv des Sportbocks hat aber noch eine andere Bedeutung. Denn für viele Menschen ist dieser mit unschönen Erinnerungen an den Sportunterricht verbunden. Sei es wegen der bisweilen übergriffigen Hilfestellungen des Sportlehrers, wegen den Schmerzen nach einem missglückten Sprung oder wegen des Scheiterns bei der Ausführung einer Übung: der Bock steht für die Erfahrungen eines körperlichen Leistungsdrucks in Kindheit und Jugend, der oftmals negativ memoriert wird. Ohnehin sportliche und womöglich hochgewachsene Schüler:innen haben gegenüber etwa kleinen, übergewichtigen oder unsportlichen Klassenkamerad:innen einen Leistungsvorteil, während die anderen einen somatischen Frust erfahren, der Auswirkungen auf die Psyche haben kann.



Julie Batteux: Bock auf Bock, 2024, Öl auf Leinwand 120x120 & 60x60 cm © Julie Batteux

Das Gefühl einer körperlichen Unzulänglichkeit ist aber auch außerhalb der schulischen Turnhallen in der Gegenwart allgegenwärtig. Wie andere Erfahrungen werden auch Körpererfahrungen „innerhalb einer spezifischen symbolischen Ordnung gemacht.“<sup>2</sup> Und diese hat sich heute verlagert.

Anders als in früheren Epochen prägen nicht mehr die oberen Schichten das Körper- und Kleidungsideal, vielmehr übernimmt die Popkultur in Form von Massenmedien, Werbung und Mode diese Rolle. Durch ihre Dauerpräsenz ist es daher nahezu nicht möglich, sich dem zu entziehen.<sup>3</sup> Nun ist es so, dass „[d]as Bild, das eine Person von ihrem Körper hat, [...] eine wichtige Rolle für das Selbstbild und damit für die eigene Identität dieser Person [spielt].“<sup>4</sup> In der Kultur der Spätmoderne ist hier jedoch ein Missverhältnis zu verzeichnen. Denn im Sinne eines unternehmerischen Selbst<sup>5</sup> sind Menschen dazu angehalten, sich selbst zu optimieren und ständig Entscheidungen zu treffen, die in eine Kosten-Nutzen-Berechnung, um das eigene Ich zur Marke zu machen. Auf den Körper bezogen gibt es hier die junge Kategorie der Sexy-ness. Während Schön-

heit angeboren ist, kann Sexy-ness künstlich erzeugt werden. „Sexy-ness ist demokratischer als Schönheit, weil sie einer größeren Zahl von Menschen offensteht [...] und weil sie das Ergebnis einer Selbstinzenierung ist und nicht von angeborener Schönheit.“<sup>6</sup>

Es geht darum, einen aktuellen Look zu präsentieren und der ist zu Teilen künstlich produzierbar oder käuflich. „Durch Sport, Mode, Kosmetik, medizinische und pharmazeutische Produkte verwandelt sie [die Frau] den Körper in eine Oberfläche, die visuell als ein über seine Fähigkeit, sexuelles Begehren auszulösen, definiertes Objekt konsumiert werden soll.“<sup>7</sup> Dieser Logik nach ist Attraktivität ein erreichbares Ziel, das durch stete Selbstoptimierung erreicht werden kann. Der Soziologe Ulrich Bröckling definiert drei Modi der Selbstoptimierung, darunter die Optimierung als Perfektionierung. „Der Maßstab ist hier eine Idealnorm, die angestrebt wird, wenn auch nie vollständig erreicht wird. Beständig droht ein Rückfall ins Imperfekte und Korrupte. Mit dem Perfektionieren wird man deshalb niemals fertig.“<sup>8</sup>

Der Kampf um den perfekten Körper ist also ein Kampf, den wir,

wie die Psychotherapeutin Susie Orbach schreibt, nur verlieren können<sup>9</sup> und der zudem Frauen stärker betrifft als Männer, da Weiblichkeit sehr viel stärker durch Körperlichkeit definiert wird.

Für jüngere Generationen hat die Bedeutung des Vergleichs vom eigenen mit den Körpern anderer eine neue Dimension erreicht. Denn zu den bisher schon präsenten Models und Stars in den Massenmedien hat eine neue Figur die Bühne betreten: Influencer. Diese bringen zwei

neue Entwicklungen. Zum einen sind sie „weder fiktive Personen, noch Promis“.<sup>10</sup> Das bedeutet, sie scheinen real, nahbar und verkörpern Ideale, die erreichbar scheinen. Zum anderen ist bei weiblichen Social Media Stars anzumerken, dass diese nicht primär den „Male Gaze“ für Männer reproduzieren, sondern sie machen ihren Followerinnen vor, wie diese den männlichen Blick bestätigen sollen.<sup>11</sup> Das Zielpublikum der weiblichen Influencer sind also Frauen. Die Botschaft ist jedoch: So solltest du aussehen, um begehrenswert zu sein.

- 1 Male Gaze [dt. männlicher Blick] ist ein in der feministischen Literatur genutzter Terminus, der die Darstellung von Frauen aus einer männlichen, heterosexuellen, subjektivierenden Perspektive kritisiert.
- 2 Andrea Maihofer, *Geschlecht und Sozialisation*, 2002, zitiert nach: Michael Meuser: *Frauenkörper – Männerkörper. Somatische Kulturen der Geschlechterdifferenz*, in: Markus Schroer [Hrsg.]: *Soziologie des Körpers*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 2005, S. 277
- 3 Vgl. Robert Gugutzer: *Der Körper als Identitätsmedium: Essstörungen*, in: Markus Schroer [Hrsg.]: *Soziologie des Körpers*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 2005, S. 329
- 4 Robert Gugutzer: *Der Körper als Identitätsmedium: Essstörungen*, in: Markus Schroer [Hrsg.]: *Soziologie des Körpers*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 2005, S. 323

- 5 Vgl. Ulrich Bröckling: *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Suhrkamp Verlag, Berlin 2007
- 6 Eva Illouz: *Warum Liebe endet – Eine Soziologie negativer Beziehungen*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 2020, S. 159
- 7 Ebd.
- 8 Ulrich Bröckling: *Das Subjekt auf dem Markt*, das Subjekt als Markt, in: Vera King, Benigna Gerisch, Hartmut Rosa [Hrsg.]: *Lost in Perfection. Zur Optimierung von Gesellschaft und Psyche*, Suhrkamp Verlag, Berlin 2021, S. 43
- 9 Susie Orbach: *Bodies. Im Kampf mit dem Körper*, Arche Verlag 2021, S. 8
- 10 Ole Nymomen und Wolfgang M. Schmitt: *Influencer – die Ideologie des Werbekörpers*, edition suhrkamp 2021, S.
- 11 Ole Nymomen und Wolfgang M. Schmitt, S. 106f.



Julie Batteux: Der Bock ist ein mieser Verräter, 2024, Öl auf Leinwand, 180x180 cm © Julie Batteux, Foto: Lukas Pürmayr

Julie Batteux reagiert auf die immerzu perfekte, ideale und mitunter durch technische Hilfsmittel optimierte Leiblichkeit, indem sie den eigenen Körper malt. Sie nutzt hierzu grotesk anmutende Perspektiven, verzerrende Spiegelungen, Nahaufnahmen oder artifiziell wirkende Farben. Ein Beispiel ist das Werk **Der Bock ist ein mieser Verräter**. Hier wird der Künstlerinnenkörper gleich doppelt gezeigt. Einmal sieht man ihn auf einem Bock kniend, die Hände auf den Oberschenkeln abgestützt: keine klassische Modelpose, könnte man sagen. Im Hintergrund ist er in Nahaufnahme zu sehen. Die rötliche und im Brustbereich in einen bläulichen Farbton übergehende Färbung sowie die Bauchfalten laufen den glatten, marmorhaften Körpern der Influencerinnen zuwider und konterkarieren diese.

Die Künstlerin sagt dazu selbst: „Ich erobere mir malerisch die Autorenschaft über mein Körperbild zurück, indem ich meine intimen Selbstzweifel und Körperängste auf der Leinwand offenbare, meinem persönlichen Schatten begegne, ihn enthülle und mir zu eigen mache. Aus dieser Selbstdarstellung entpuppt sich ein surreales Spiegelbild von Seelenkörper und

Körperseele. Körperlichkeit und Emotionalität verschmelzen in diesem Prozess und bedingen sich gegenseitig.“

Der Titel der Ausstellung Safer Space verweist auf physische oder digitale Räume, in denen sich Menschen unabhängig ihrer Herkunft, Orientierung oder Optik sicher fühlen sollen und in denen sie sich gegenseitig austauschen und empowern können. Anders als der Begriff Safe Space macht das Wort Safer Space klar, dass es keine gänzlich sicheren Räume gibt. Unsicherheiten, Selbstzweifel oder der Vergleich mit anderen Menschen lassen sich nicht an der Tür abgeben wie einen Mantel, sondern begleiten einen, mal expliziter, mal impliziter. Das gilt auch für das Smartphone und seine Selbstzweifel auslösende Bilderwelt. Sich dieser zu entziehen, ist nur schwer möglich. Wichtig ist es da, sich symbolische Räume zu schaffen, in denen man eine Sicherheit verspürt und den eigenen Körper zu einem Safer Space für die Psyche werden zu lassen.

Die Broschüre erscheint anlässlich der Ausstellung:

**SAFER SPACE**

**Julie Batteux**

9. März – 4. Mai 2024

im Kunstmuseum Heidenheim

Herausgeber und Veranstalter:

Stadt Heidenheim, Fachbereich Kultur, Matthias Jochner

Texte: Marco Hompes

Gestaltung:

Miriam Röhrig

Lektorat:

Helene Reich

Auflage: 1.000 Stück

Ein herzliches Dankeschön an unsere Sponsorinnen und Sponsoren,  
an das gesamte Team des Kunstmuseums sowie an alle,  
die zum Gelingen der Ausstellung beigetragen haben



Hermann-Voith-  
Stiftung



## **Kunstmuseum Heidenheim**

Hermann Voith Galerie

Marienstraße 4, 89518 Heidenheim

Tel. 07321 327-4810 oder -4814

[kunstmuseum@heidenheim.de](mailto:kunstmuseum@heidenheim.de)

[www.kunstmuseum-heidenheim.de](http://www.kunstmuseum-heidenheim.de)