

Wie konnte das Einhorn die Sintflut überstehen?
sechsteilige Ausstellungsreihe zu Funktion, Rolle und
Selbstverständnis von Kunst | Museum | Betrachter

dritter Teil

shift

Andrea Böning und Sigrid Lange

Katalog zur Ausstellung
11.11.2001–06.01.2002 | Neues Museum Weimar
herausgegeben von den Kunstsammlungen zu Weimar



Stellen Sie sich vor, Sie gehen ins Museum, und es ist kein Museum. Stellen Sie sich vor, Sie gehen ins Museum und Sie fühlen sich besser.

Es ist heute schon lange nicht mehr selbstverständlich, daß zeitgenössische Künstlerinnen und Künstler einen so traditionsreichen und manchmal auch traditionellen und allzu konventionellen Ausstellungsort wie das Museum wählen, um ihre Arbeiten zu präsentieren. Wenn sie es wieder verstärkt tun, liegt es auch daran, daß die Institution aufgrund der weitreichenden Veränderung ökonomischer, politischer und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen in eine Phase der kritischen Bestandsaufnahme und der Selbstreflexion ihrer Rolle und Funktion eingetreten ist, in manchen Fällen bereits in eine der Neuorientierung und der Entwicklung alternativer Präsentations- und Vermittlungsmodelle bis hin zur Verschiebung ihrer inhaltlichen Ausrichtung. Dies zeitigt den Effekt, daß einzelne Häuser nicht nur für Besucher, die bei Blockbuster Ausstellungen und Museums Events zu 100.000 den Räume füllen, sondern gerade auch für Künstlerinnen und Künstler wieder interessanter geworden sind. Dies gilt vermehrt für solche, die in ihren Arbeiten die Institution Museum mit ihren Bedingungen und Möglichkeiten thematisieren und ihrerseits neue Denkmodelle, alternative (Vorstellungs-) Bilder und Präsentationsformen entwickeln.

In Zusammenarbeit mit der Künstlerin Inka Janssen hat das Neue Museum Weimar zu genau diesem Themenkomplex, nämlich zu Rolle, Funktion und Selbstverständnis der Institution Museum, eine sich über ein Jahr erstreckende Ausstellungsreihe konzipiert, in der die verschiedenen Facetten des Themas künstlerisch ausgeleuchtet werden sollen. Das heißt, das Museum hat Künstlerinnen, Künstler sowie Kunststudierende unterschiedlichen Alters, gesellschaftlicher Prägung und künstlerischer (inhaltlicher wie formaler) Ausrichtung eingeladen, für das Neue Museum Weimar Arbeiten zu entwickeln und sich dabei auch besonders mit dem Beziehungsgeflecht innerhalb der Trias Kunst, Museum und Betrachter auseinander zu setzen.

Überschrieben mit dem ebenso poetischen wie kryptischen Titel *Wie konnte das Einhorn die Sintflut überstehen?* ist die Ausstellungsreihe als ein ergebnisoffenes *work in progress* angelegt, als ein großes Experiment, dessen Zwischenresultate alle zwei Monate in einer neuen Ausstellung präsentiert und diskutiert werden. Das Neue Museum Weimar tritt hierbei als Auftraggeber, Kooperationspartner und thematischer Bezugspunkt der künstlerischen Arbeiten sowie als Initiator und Austragungsort der Debatte über Kunst und die Institution Museum in Erscheinung.

Die Ausstellung *shift* und der vorliegende Katalog bilden den nunmehr dritten Teil dieses sich über ein Jahr fortsetzenden Gesprächs; die inhaltliche Gewichtung ist gegenüber den beiden vorhergehenden eine deutlich andere. Die präsentierten künstlerischen Arbeiten, ein Trojanisches Pferd von Sigrid Lange und ein Fake von Andrea Böning, zielen auf Wahrnehmungsverschiebungen, *shifts*, bei den Besuchern wie auch bei den Museumsmitarbeitern ab. Sie experimentieren mit Vorstellungen vom Museum als einem Ort des Sich-Wohlfühlens und der Erholung.

Beide Künstlerinnen arbeiten seit Jahren im Bereich kontextbezogener Installationen, bei denen sie durch Eingriffe in den Organismus eines Hauses oder durch die Überblendung unterschiedlicher Vorstellungsbilder von einem Ausstellungshaus die Besucher desselben mit neuen Lesarten konfrontieren. Ausgangspunkt ihrer Arbeiten für Weimar war eine Analyse der musealen Situation vor Ort, eine Analyse ihrer persönlichen Eindrücke vom Neuen Museum sowie die Fragestellungen, was ein Museum zum Museum mache, wie und als was das Neue Museum Weimar von seinem Publikum gesehen werde, was einen Museumsbesuch zu einem lebendigen, angenehmen Aufenthalt mache und wie sich das Neue Museum gegenüber seinen Gästen präsentiere.

Das Ergebnis sind zwei von ihrer Grundidee her einfache, in ihrer (Aus-) Wirkung aber weitreichende, die Konzeption des laufenden Museumsbetriebes hinterfragende Arbeiten. Die von Sigrid Lange entwickelte *Welcome Company*, eine mobile Bar, die den Gästen des Hauses in der Bel Etage einen herzlichen Empfang bereitet und anbietet, sie durch die Ausstellung zu begleiten, ist in seiner Konsequenz tatsächlich das Trojanische Pferd, das es nicht zu sein vorgibt, und Andrea Bönings *Velvet Mountain*, ein Skilift im repräsentativen Treppenhaus des Museums, ist als erkennbares Fake die bewußt unvollständige Übertragung dieses Zeichens für Erholungs- und Tourismuskultur in die Ausstellungssituation. Sehr unterschiedlich in ihrer Wirkung sind beides doch Experimente, die mit der Idee des Erholungs- und Erlebnismertes eines Besuches in quasi exterritorialem, nämlich Kunst-Gelände arbeiten – mit dem Gedanken, daß es schön wäre, ginge das Publikum nach einer Begegnung mit den *shifts* entspannt und erholt nach Hause.

Silke Feldhoff



Andrea Böning, *Piz Berlin*, 1998. Aussichtsplattform der Info-Box am Potsdamer Platz, Berlin, Touristen, Brillen in Plüsch

Andrea Böning

PIZ – Desiderat, Surrogat, Fake

Berge, Berglandschaften, Panoramablicke, Weite üben eine ebenso große Faszination auf Andrea Böning aus wie die kritische Beobachtung aktueller Erholungs-, Freizeit- und Reisekultur. Die Reflexion von Wahrnehmung, Sehen, Projektionen, Sichtverstellungen, Verschiebung von Wahrnehmungsfeldern etc., bilden ein drittes Konstituens ihrer künstlerischen Arbeit. PIZ (übers. Bergspitze) als ein »Bild für die Verklärung einer Sicht, ein verplüschter und romantisierender Blick« (Andrea Böning) zieht sich durch zahlreiche ihrer Werke; das Verlangen nach und das künstliche Herstellen einer schönen heilen Welt als Fake (!) greift sie auf und integriert es, Absurdität, Irritation und Skepsis vermittelnd, in ihre Maßnahmen und Interventionen.

Piz Berlin I, 1998, Berlin

Auf der Aussichtsplattform der *Info-Box* am Potsdamer Platz, Berlin, werden Besuchern Brillen angeboten, deren Gläser mit cremefarbenem Plüsch überzogen sind. Die Sehhilfen werden von den Touristen als Teil der affirmativen und sich selbst feiernden Tourismusindustrie der Stadt Berlin wahrgenommen – dabei verhindern sie gerade das Sehen, auf das sich die touristische Erwartung begrenzt, den Überwältigung und Bewunderung evozierenden Panoramablick. Stattdessen bieten sie eine »verplüschte« Sichtschranke.

Der Blick wird atmosphärisch eingefärbt, in der Kälte des Winters wird das Bild von Berlin warm, weich und gemütlich. Durch einen kleinen, unschuldig sich darstellenden Eingriff unterläuft Andrea Böning die Weitblick und Überblick versprechende Idee einer Aussichtsplattform; *Piz Berlin I* wird zum Bild für von der Tourismusindustrie forcierte, von Touristen praktizierte Ausblendungsstrategien.

Daß das Prinzip Aussichtsturm die vom ihm generierte Erwartung sowieso nicht einlöst – es zeigt sich nicht Berlin, es zeigt sich ein verklärtes und romantisierendes Bild von Berlin – wird von den Touristen weitgehend nicht wahrgenommen, weil sie es nicht wahrnehmen wollen. Ein Zeichner-Blick legt sich über die Verwandlung einer Stadt, welche zum Zitat sich weltweit wiederholender Stadtbilder wird. Die am Exempel vorgeführte

Über den Dächern von Piz Plaza ...

... wickle ich mich in Woldecken. Ich betrachte, sonnenbebrillt, Lichtschutzfaktor 30, beschauliche Berge, schlürfe Teepunsch.

Geborgen im Gleichmaß der nichtvorhandenen Fieberkurven genießen wir das Mobiliar des Glücks. Wir tun so als ob. Keiner spricht darüber. Das Stück heißt Urlaub und wird wattig aufgeführt. Nur für mich, denken wir ... ich weiß ... und es ist mir recht. Der Glaube versetzt mich – aber wie? Zarte Erlösung gemeinschaftlicher Seichte umschmeichelt unser Gemüt und das Entschleierte werden der Dinge ist im Placebotal überflüssig. Wir legen lieber noch einen Schleier auf das Bild. Der macht, daß es uns bezaubernd erscheint.

Der Name des Schreckens lautet Ungewißheit. Sicherheitsprothesen im all over der Lebensbran-

nung bereiten weich das Lager des Wohlbefindens. Die Utensilien sind geordnet und brauchen nur zum rechten Zeitpunkt hervorgezogen werden. Sichere Grenzen in simulierter Fremde. Ein Stück Sommernachtstraum in der Mitternachtssonne. Das Ich botanisiert gemächlich vor sich hin. Das Opiat, das ihm zur Erleichterung verabreicht wird, heißt Menge. Es ist das Asyl der Singles über 30, das Rauschmittel der Rentner ohne Anhang, und durchdringt beseligend Körper und Geist. Der Körper ist das Zentrum, um das sich das Spektakel orchestriert.

Mein Leib wird zur Reproduktion meiner eigenen Idee. Ich trenne mich vom verorteten Selbst und reise als glückselige Cineastin ins Esperanto der Sehnsüchte. Programmierte Passagen führen mich als Teil der Menge zu Piz Plaza. Piz Plaza ...

Info-Box am Potsdamer Platz, Berlin



Wahrnehmungsverschiebung der Großstadtbaustelle, ehemals virtuelle Welt, jetzt Retorten-Stadtteil, sensibilisiert sie vielleicht für die Seherwartungsmechanismen, denen sie unterworfen sind. Oder die Benutzer haben einfach Spaß.

Piz Plaza, 1999
Kunstverein Gifhorn



Andrea Böning, *Piz Plaza*, Kunstverein Gifhorn 1999 – rechte Seite: Detail

Für *Piz Plaza* transferierte Andrea Böning die Idee eines *swimming pools* in den Kunstverein Gifhorn: Blaues WeichPVC auf 7x10 m ersetzt – mit kleinen Wellenbewegungen und Lichtreflexen überraschend realistisch in seiner Wirkung – echtes Wasser, ca. 200 mit cremefarbenem Kunstleder bezogene Schwimmflügel tummeln sich als Metapher abgesicherten und also bedenkenlosen Wohlfühlspaßes im seichten Naß. Ein offensichtliches Fake, das nicht zwanghaft ein tatsächliches Spaßbad zu imitieren versucht, sondern virtuelles Freizeiterleben in den Kunstverein integriert. Das einladende Bild macht große Lust, den Ausstellungsraum tatsächlich als Bad einzurichten, um sich mit den ange-

legten, der Haut schmeichelnden Schwimmflossen wie schwerelos auf dem weichen Wasser treiben lassen zu können.

Andrea Bönings konsequente, ihre Prämissen und Funktionsweisen offenlegende, gerade nicht manipulative Arbeit mit Desideraten und Surrogaten legt nahe, daß in unserer durch mediale Vermittlung geprägten Kultur alleine das Bild eines

Freizeitspaß- und Erholungsambientes und die dadurch evozierte Vorstellung risikofreien und reuelosen Genusses ausreicht, um bei den Betrachtern den gewünschten Erholungseffekt zu zeitigen.

Aller Plaza, 2000, Dannenbüttel
am Landschaftsschutzgebiet Allertal, Landkreis Gifhorn (realisiert im Rahmen des Projektes »Kunst und Wasser – LEADER II«, ausgerichtet vom Landkreis Gifhorn)

Für das Projekt »Kunst und Wasser – LEADER II« griff Andrea Böning den Ansatz und die Bilder ihrer Arbeit *Piz Plaza*, 1999, wieder auf und adaptierte sie für einen von ihr ausgesuchten Platz im öffent-

an deiner Brust träumen wir süß. Du säugst mich mit Labsal.

Beschirmt vom Draußen können wir uns in globaler Solidaritätserfahrung dem Vergessen hingeben. Der verkuscelte Röntgenblick und der Schleier der vertraulichen Behaglichkeit legen sich mild über uns. Ich bin klein! Ich glaube! Noch einen Teepunsch? Morgen regnet's – nicht bei uns. Ich suche nichts. Ich bin Interface. Wir suhlen uns in der verschwimmenden Einförmigkeit der fließenden Stunden und führen Schildkröten spazieren.

Verkuscelte Röntgenaugen setzen die Imagination über etablierte Grenzen hinweg – Augenärzte und Soziologen warnen: Dieser Verkuschelungsmechanismus kann zu schwerwiegenden Gesellschafts- und Blickverfälschungen führen. Das interessiert uns nicht. Freundliche Prothesen entregeln uns die Sinne und bereiten einen Rausch jenseits des Schicklichen und Vernünftigen. Als träge Masse wälzen wir uns in Copperfieldschen Luft-

blasen von Piz zu Piz. Kinder, voller Vertrauen in die Orientierungssysteme der Welt. Ich bin klein – ich glaube!

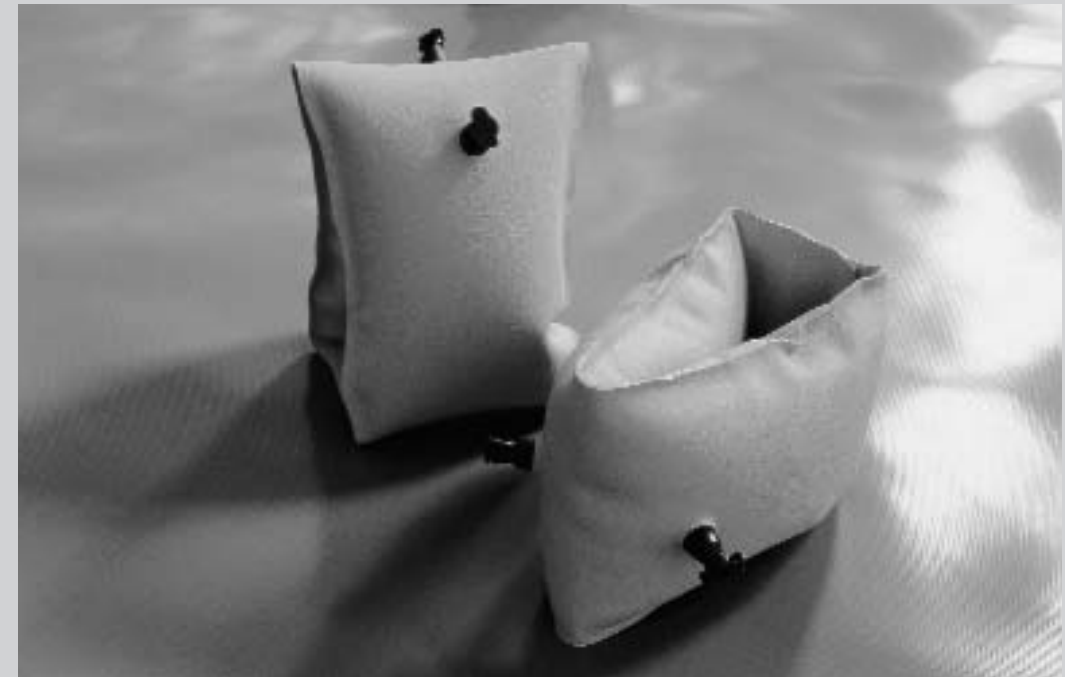
Das Leben fließt um uns herum. Immer derselbe Tag, der sich wiederholt. Im Schlapp-schlapp steht das Jetzt und entpuppt sich zur episodischen Oberfläche. Interface, Interface. Bruchstückhafte Ereignisse ohne Vergangenheit und ohne Konsequenzen werden vom gleichförmig fabrizierten Thomas-Cook Raster überzogen. Das Fremde bleibt stets ante portas. Bin ich der Replikant oder bist Du es? Wer folgt hier wem?

Wo wir sind, ist Piz Plaza.

We are fulfilled und satisfied. Schildkröten dösen in der Sonne.

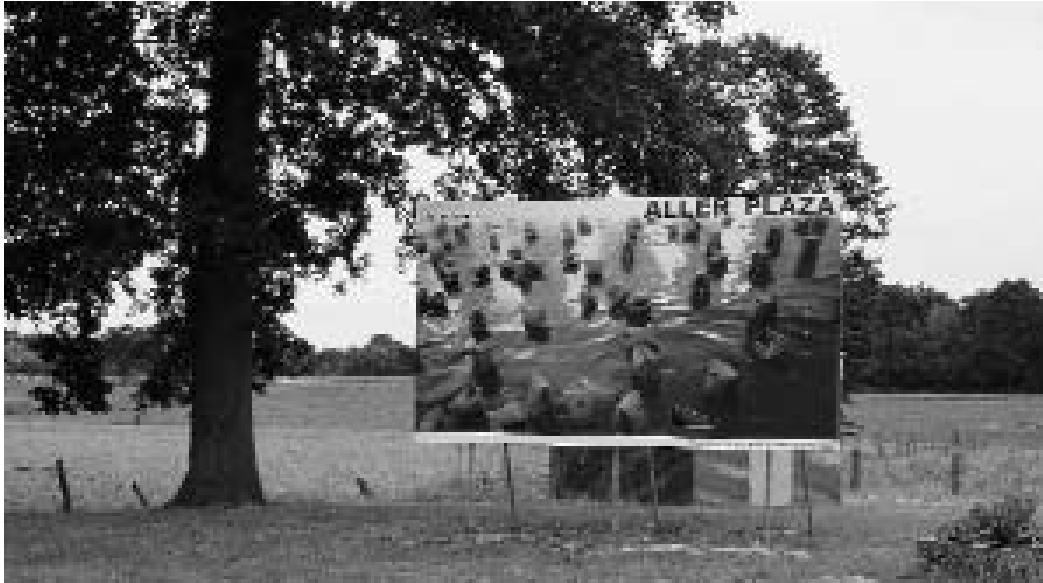
Inka Janssen

(aus der Rede *Über den Dächern von Piz Plaza* zur Ausstellung *Piz Plaza* von Andrea Böning im Kunstverein Gifhorn 1999)



lichen Raum. Direkt an das Naturschutzgebiet um den kleinen Fluß Aller stellte sie ein großes Bauschild mit dem Bild einer leicht bewegten Wasserfläche, auf der zahlreiche Schwimmflügel zu schweben scheinen, ein fotografischer Ausschnitt aus *Piz Plaza*. Das Ganze ist überschrieben mit ALLER PLAZA. Analog zu ihrem Eingriff im Kunstverein Gifhorn präsentiert sie ein Fake, ein Bauschild, das

tiert zurück zu lassen. Irritiert auch deshalb, weil eine Wellness Oase zwar schön und durchaus erwünscht wäre, aber bitte nicht in dem Natur- und Erholungsgebiet an der Aller, einem Ort, »wo die Welt noch in Ordnung ist«. Gerade der gap zwischen fake und echt erzeugt die gewünschte Irritation, mit der Identifikation als Kunst verliert das Bauschild seine Wirkung.



Andrea Böning, *Aller Plaza*, am Naturschutzgebiet Allertal, Dannenbüttel 2000

unter dem nebulösen Titel ALLER PLAZA und mit dem einladenden Bild entspannend blauen, leichten Wasservergnügens die Errichtung einer Gesundheitsoase?, eines Wellnessparks? ankündigt – die es allerdings noch nicht einmal als möglicherweise zu realisierende Planung gibt. Das angebliche Bauschild ist kein Bauschild, doch dem flüchtigen Blick bietet es sich wie ein solches dar; wahlweise wie eine Werbetafel oder ein großes Hinweisschild. Worauf hingewiesen wird, erhascht der Betrachter aus dem vorbeifahrenden Auto heraus: auf eine Wasserlandschaft mit Namen ALLER PLAZA. Diese zwei Zutaten reichen aus, den Betrachter Erholung an der Aller virtuell erleben und ihn dann doch irri-

Velvet Mountain, 2001 Neues Museum Weimar

Ein Skilift im schneelosen Treppenhaus des Neuen Museums – wieder bringt Andrea Böning mit einem poetisch-absurden Bild entfunktionalisierter und in Ausstellungs-/Kunstzusammenhang transferierter Gegenstände aus dem Freizeit-, Spaß- und Wellnessbereich zwei Sphären zusammen, die eine größere Schnittmenge als gemeinhin angenommen haben.

Die Perfektion der Turmbauten, das beruhigend-gleichmäßige Zuckeln der Bügel und einlullendes Motorenrauschen, wie von wattigem Schnee gedämpft nur leise wahrnehmbar, beschwören das Vorstellungsbild eines richtigen Lifts in einer richti-

Der Ruhrpott ist nicht Tirol Warum sich der moderne Tourismus vom Reisen verabschiedet hat

Das Besondere einer Reise ist der Abschied. Er teilt das Leben in vertraute Nähe und geheimnisvolle Fremde. Jede Reise beginnt mit einer Trennung. Vom Alltäglichen, von Gewohnheiten, von Zwängen. »Ich habe jetzt das Reisen erwählt, und befinde mich wie aus einem Gefängnis erlöst, alle alten Wünsche und Freuden sind nun auf einmal in Freiheit gesetzt«, erklärt der junge Edelmann Florio in Joseph Eichendorffs Erzählung »Das Marmorbild«. Wer sich im Anderen wiederfinden möchte, muß sich nur von ihm befreien und verabschieden. Ohne Abschied ist die Reise keine Reise.

Der moderne Tourismus hat sich vom Reisen verabschiedet. Mehr noch steht er für das Ende des Reisens. Zum einen hat das Flugzeug die Welt auf die Größe eines Golfballs schrumpfen lassen, der Abstand zwischen Ort A und Ort B ist kaum noch zu verinnerlichen. Das Dort ist Hier geworden. Zum anderen reist man nicht mehr, um sich im Alleinsein mit der Fremde zu konfrontieren. Touristen sind Flüchtlinge, deren oberstes Ziel die Heimkehr ist, die *Stabilitas loci*, die tüchtige Beständigkeit – frei von Überraschung und vermeintlich bedrohender Fremde. In den Angeboten der Industrie findet der Tourist seine Erfüllung. Sie garantieren ihm ein weltweites Zuhausegefühl. Denn Großanlagen und Clubs haben mit ihrem auf Urlaub eingestellten standardisierten Eigenleben nichts mit dem Alltag der bereisten Bevölkerung zu tun. Ob auf Kuba, in der Dominikanischen Republik oder in Afrika: Der Tourist tritt den Einheimischen nicht mehr auf die Füße. Allenfalls läßt er sie für sich singen, spielen und tanzen. Diese kleinen Einlagen hakt er als Folklore ab, um sich später über das Heimvideo bestätigt zu fühlen, daß er in Afrika doch ein kleiner Held war. Folklore ja, aber alles in Maßen: Als ein bayerisches Ehepaar vor einiger Zeit aus einem Club in Westafrika zurückkehrte, zog es als erstes vor den Kadi. Das bayerische Ehepaar fühlte sich von »Geruch« und »Dorflärm« gestört, der Club lag am Rande eines kleinen Ortes.

Die Perfidie der Freizeitindustrie gipfelt seit einigen Jahren in Kunstwelten vor Ort. Der Tourist muß nicht mehr zum Berg, weil der Berg zum Tourist kommt. Er muß nicht mehr nach Afrika, weil Afrika vor der Tür steht. Es geht um die Wiedererkennung des Fremden in der Heimat. Eine der ausgeklügeltsten Inszenierungen des modernen Tourismus ist der Disneypark Animal Kingdom in Florida. Der Besucher schaukelt mit einem offenen Jeep über die abgezielte Piste einer 40 Hektar großen nachgestellten Savanne, und mit ihm reist die perfekte Illusion des Schwarzen Kontinents: Bäume, Sträucher und Gräser wurden aus Afrika importiert, und man braucht nicht viel Glück, um Elefanten und Giraffen und Gnus und Gorillas zu sehen. Die Disney-Macher stilisieren das designte Afrika sogar zur Philosophie: Wer Animal Kingdom besuche, setze sich für den Erhalt der Tierwelt ein und entwickle ein ökologisches Bewußtsein. »Respect the complexity of nature«, prunkt auf den Schildern des Parks. Ganz subtil harmonisieren die Macher das Verhältnis von Ökonomie und Ökologie. Es soll sich im Gegenüber von Mensch und Tier zeigen. Doch das rigide Moralsystem hat Widersprüche: In den Restaurants von Animal Kingdom liegen Plastikbesteck und tonnenweise Papierservietten auf den Tischen, und draußen schiebt sich ein Menschenstrom mit Aluminiumdosen und Styroporbechern von einer Attraktion zur nächsten. Es ist ein aseptisches Afrika. Es gibt kein Aids und keine Cholera und auch keine Stammesfehden. Und unter den 2500 Angestellten gibt es gerade einmal 100 Afrikaner. Lärm und Gerüche sind kalkulierbar.

Genau darum geht es der modernen Freizeitindustrie: Sie blendet den Hedonisten mit dem Schein des Schönen und versucht Unangenehmes auszuschalten. Das Alpincenter von Bottrop und die Winterworld von Neuss sind gute Beispiele. Das ganze Getöse, daß das Skigeschäft sonst verursacht, wird vom Dach der Hallen absorbiert. Man hört keine kreischenden Motorsägen, die die Pisten vom Baumbestand befreien, man hört keine quiet-schenden Seilbahnen und auch nicht das nächtliche Rattern von Pistenraupen oder Schneekano-

gen Schneelandschaft. Der Besucher wird aufgefordert zu einer kleinen Reise: Von der Talstation auf der Ebene des Foyers kann er bis zur Bergstation gleiten, von wo aus er entspannt und gleichzeitig gespannt auf das erwartete Seherlebnis einen Blick vom *Velvet Mountain* herab genießen kann.

Allerdings – der Skilift entpuppt sich als Fake. Zwar ist der Lift echt, eigens für die Ausstellung gebaut, massiv und stabil – doch seine Bügel sind zu klein und überdies zu hoch angebracht; ein Benutzen des Lifts ist nicht vorgesehen.

Die Einladung an die Besucher entpuppt sich als eine ironische, mit einem koketten Lächeln vertragene: Die Mechanismen der Erholungsindustrie aufgreifend, liegt der Fokus auf der Erzeugung einer Erwartungshaltung. Das Operieren mit Versprechungen und Verheißungen ist wichtiger als das tatsächliche Erleben vor Ort, da dieses immer schon durch vorherige mediale Versprechungen präfiguriert ist und von diesen dominiert wird. Das eigene Seherlebnis ist nurmehr Projektion medial vermittelter Bilder/Versprechen. Wenn die Realität mit den geschürten Erwartungen nicht mithalten kann – *Der Schnee sah im Prospekt aber viel weißer aus!* –, wird der Konflikt am deutlichsten sichtbar.



Angekommen am Gipfel weitet sich der Blick nur nach Süden, Richtung Gauforum – doch der Tourist sieht selektiv: Das Versprechen von Weite und Panoramablick gilt schon im Moment des Versprechens als eingelöst. *Velvet Mountain* verkörpert diesen Placebo-Effekt.

Aus einem weiteren Grund sind die kleinen Verschiebungen, z. B. bei den Bügeln, wesentlich für die gesamte Arbeit. Das Fake ist jederzeit als Fake erkennbar. Die Künstlerin implantiert nicht einen Event 1:1 ins Museum, sie überblendet wie in einem Vexierspiel Bilder zweier Bereiche, nämlich alpine Schneelandschaft und Museum. Nicht die temporäre Umwandlung eines Museums in einen Spaßtempel ist das Ziel, sondern eine Einladung auszusprechen, das Museum als Wellness-Institut oder wie einen Skiort zu begreifen. Diese Einladung verwickelt den Betrachter in das Paradox zwischen Schein und Realität, in die Irritation, die unbeantwortete Fragen hinterlassen. Eine Lesart von Andrea Bönings *Velvet Mountain* besteht darin, die Arbeit als Experiment zu begreifen, die Institution Museum anders zu denken.

Silke Feldhoff



Andrea Bönig, *Velvet Mountain*, 2001

Stahl- und Aluminiumkonstruktion, Elektromotor, Betonplatten, Vollgummi, Plexiglas, Schaumstoff, Silbermetallack. Höhe 3,20 m je Turm, Grundfläche je 1 x 1 m, Distanz zwischen den Türmen ca. 9 m (variabel)
linke Seite: Details

nen, die tonnenweise Kristalle auf die Bahnen spuken. Und in der Halle herrschen konstante 5 Grad, das sollen St. Anton, Ischgl oder Cortina erst einmal hinbekommen. Es gibt kein Gipfelkreuz, der Spaß jedoch gipfelt beim Après-Ski in der »Dezibel-Bar« oder im »Jausen-Stadt«. Die Pisten garantieren taube Zehen, die Bars taube Ohren.

Der Freizeitmensch muß alles haben, und das sofort. Er hat keine Zeit zum Reisen, oder besser gesagt, er will sie sich nicht mehr nehmen. In Milton-Keynes in der Nähe von London wurden deshalb gleich mehrere Kunstwelten miteinander verbunden: Die Skihalle liegt inmitten eines Shopping-Centers. Man wedelt von der Piste direkt in den neuen Designer-Anorak. Oder umgekehrt. Um dem Freizeitmenschen die schöne heile Konsumwelt zu

gestalten, verbraucht die Industrie eine Menge Energie. Der Boden einer Skihalle beispielsweise muß von außen ständig beheizt werden. Würde er nur von innen befrosten, würde sich die Halle verziehen. Es ist ein circulus vitiosus: Skihallen tragen zur Erderwärmung bei, und damit zum Ausbleiben den Schnees in den Alpen. So gesehen erfordert die erste Skihalle den Bau der nächsten. Aber dafür ist bereits gesorgt: Für Investitionen in Höhe von 300 Millionen Mark soll Ende 2003 in Castrop-Rauxel die dritte Skihalle Nordrhein-Westfalens eröffnet werden. Die Deutschen sind zwar keine Pioniere im Skihallenbau – die ersten entstanden 1987 in Australien und Belgien – nachdem sie jedoch ausreichend gegrübelt haben, steigen sie mit voller Kraft ein. Allein im Großraum Berlin sind 5 solcher



Projekte in Planung. Mag der Wintersport auch in Skisport umgetauft werden, um, wie es die Marketingmensen sagen, »jahreszeitlich unabhängig« zu sein: In den Skihallen von Neuss und Bottrop ist sommertags kaum etwas los. Der Ruhrpott ist eben nicht Tirol! Aus gutem Grund veröffentlichen die Betreiber der Skihallen keine Besucherzahlen. Irgendwann werden die Skihallen zu Investitionsruinen und wie die Zechen stillgelegt sein.

Der Abschied vom Reisen ist auch ein Abschied von der Echtheit. Da der Tourist mit dem Echten nicht mehr konfrontiert wird, kehrt er so zurück, wie er losgefahren ist. Künstliche Welten bedienen mit ihren ästhetisierten Fakes letztlich nicht mehr als den Narzißmus des Einzelnen. Sie bestätigen ihn, aber konfrontieren ihn nicht. Sie schmeicheln ihm, aber fordern ihn nicht. Der Tourist agiert darin wie ein Videozuschauer, weil der Tourismus seine Sehnsucht nach dem Echten begraben hat. Die Angst vor Kriminalität und Terror wird diesen Trend noch verschärfen. Mit den hohen Mauern der Urlauberressorts wird der weltweit größte Wirtschaftszweig noch höhere Erlöse einfahren. Und die globale Erderwärmung wird Kurzreisen in neue Welten möglich machen: Zum Beispiel in die versteppte Tiroler Taiga. Alle Wünsche und Freuden sind dann auf einmal gefangen. Jetzt schnell noch ins Reisebüro.

Tomas Niederberghaus

Redakteur der Wochenzeitung DIE ZEIT





Andrea Böning, *Velvet Mountain*,
Neues Museum Weimar 2001
ein Skilift führt vom Foyer im Erdgeschoß
in den Treppenaufgang zum Zwischengestock



Impressum

shift

Entwicklung und Realisation:

Andrea Böning, Silke Feldhoff, Sigrid Lange

Wie konnte das Einhorn die Sintflut überstehen?

ist eine sechsteilige Ausstellungsreihe

Konzeption: Silke Feldhoff und Inka Janssen

Katalog zur Ausstellung

shift

Andrea Böning und Sigrid Lange

11. 11. 2001 – 06. 01. 2002

Neues Museum Weimar

herausgegeben von den Kunstsammlungen zu Weimar

Redaktion: Silke Feldhoff, Horst Roeder

Fotos: Andrea Böning (S. 4–10), Thomas Bruns (S. 11–15),

Roland Dreßler (S. 26), Sigrid Lange (S. 16–25, 27–29)

Gestaltung: Andrea Böning, Sigrid Lange

Reihenkonzept: Goldwiege | Visuelle Projekte

Herstellung: Druckerei Schöpfel, Weimar