

# Eine Ausstellung – Kunst gegen Medienterror

Was ist ein Kunstwerk?

„ ... das Werk ist in besonderer Weise das, woraus es gemacht ist, es ist das, was seine Natur und sein Material sichtbar macht, die Verherrlichung seiner Wirklichkeit: des Sprachrhythmus' im Gedicht, des Klangs in der Musik, des zu Farbe gewordenen Lichts in der Malerei, des Raums, der im Haus zu Stein geworden ist.“

(Maurice Blanchot in: Das Unzerstörbare. Ein unendliches Gespräch über Sprache, Literatur und Existenz. S.46 Edition Akzente, Hanser Verlag München, Wien 1991.)

Am 9. Dezember 2001, einem Sonntag, fand morgens um 10 Uhr im Sportheim des SJC Hövelriege ein Ereignis statt, das ein wahrer Höhepunkt im Jahr des Fußballvereins war. Lange wurde darauf hingearbeitet, vieles noch in den letzten Tagen gebaut und hergerichtet: die Ausstellung der Werke, die in vier Kunst-Aktionskursen zusammen mit dem Künstler Guram Nemsadze (siehe unten) geschaffen wurden. Sie war integriert in die Kinderarbeit des Vereins, die das Thema „Medien- und Werbekritik“ zur Grundlage ihrer Arbeit gemacht hatte.

Fast jeder, den man an diesem Morgen im Vereinsheim trifft, hat in irgendeiner Weise mit dieser Ausstellung zu tun: die Kinder des Malkurses oder der Kinderarbeit, die Erwachsenen, weil sie Betreuer in der Kinderarbeit sind, weil sie den Rahmen der Ausstellung geschaffen oder selbst an den Kunstkursen teilgenommen haben. Am Eingang des Sportheims, fielen als erstes die Zettel für einen Wettbewerb der Kinder auf:

*„Wer von Euch ist der schlaue Fuchs und gewinnt einen SJC-Fußball?“*

Der *Fuchs*, das ist die Marke der Kinderarbeit. Was in unserer Zeit bei Kindern und Erwachsenen zählt und von ihnen bezahlt wird, sind Marken und Markenartikel. Deshalb ist die Marke heute alles – im Swoosh für Nike leuchtet sie über jedem Tempel des Konsums. Da darf auch dem Sport- und Jugendclub das Logo nicht fehlen.

Wenn man den Ausstellungsraum betritt, fällt der Fuchs als erstes ins Auge: Rot glänzend dreht er sich in einer gläsernen Vitrine und



ist auf allen Gegenständen zu sehen, die die Kinderarbeit ausstellt. Überall ist er präsent: edel, aber nicht aufdringlich.

Mit ihm verbunden sind seine Markenwörter, in einem Satz in einen positiven Sinnzusammenhang gestellt: „*In aller **Offenheit** mit **Vernunft** **Vertrauen** schaffen zu gegenseitiger **Verantwortung***“. Dieser Satz hat seinen Platz unübersehbar an den Wänden und am Boden des Ausstellungsraumes gefunden. Die vier leitenden Begriffe stehen mit unserem Logo, dem Fuchs in Verbindung – so, wie alle großen Marken unserer westlichen Konsumgesellschaft eigene Schlagwörter und Sprüche haben (z.B. „Just do it!“ von Nike oder „Die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt!“ von Milka, etc.).

Nike stellt in seinen verschiedenen Läden (die erste Mannschaft des SJC hat das „Nike-Town“ in Manhattan im Sommer 2000 besucht) den „Swoosh“ aus – mit den Begriffen „Mut“ – „Ehre“ – „Sieg“ – „Teamwork“. Begriffe, die Karriere versinnbildlichen, nichtssagend für jemanden, der nicht auf der Seite der Gewinner steht – wie alles in diesem Tempel. Dem stehen unsere oben bereits genannten „Markenwörter“ entgegen: Sie stehen für Gemeinschaft und Aufgehobenheit, im Gegensatz zu Individualismus und ewigem Konkurrenzkampf, wie sie die Begriffe von Nike predigen: „Just do it!“ – „Mach es, wie Du denkst, mach es alleine, aber mach es!“

Die Atmosphäre unserer Ausstellung ist gestaltet wie die von Nike-Town in Manhattan: Über die auf dem Boden angebrachten Leitbegriffe – „Offenheit“, „Vernunft“, „Vertrauen“ und „Verantwortung“ – schreitet der Besucher auf Teppichen zu meterhohen Glasvitrinen, in denen die legendären Tiergestalten aus „Reineke Fuchs“ wie Heiligenfiguren ausgestellt sind. Ihr unterschiedlicher Charakter, der von Goethe klassisch als Wesen des neuzeitlichen Menschen formuliert wurde und in Kinderbüchern allen Kindern vermittelt wird, wird in sinnvollen Weihesprüchen auf den Vitrinen (ähnlich den Heiligenscreinen von Kirchen) zur Sprache gebracht.

Naomi Klein beschreibt den „Tempel“ von Nike in ihrem Buch „No Logo!“ so:

*„Nichts verkörpert die Markenära so sehr wie Nike Town, die Kette besonders schicker Läden, die dem Konzern als Aushängeschild dienen. Jedes dieser Geschäfte ist ein Schrein, ein ganz besonderer Ort für die Gläubigen, ein Mausoleum. Das Nike Town in der East Fifty-seventh Street in Manhattan ist mehr als ein schickes Geschäft, das mit dem typischen hellen Holz und poliertem Chrom gestaltet ist. Es ist ein Tempel, wo das Nike-Logo, der Swoosh, als Kunst und heroisches Symbol angebetet wird. In dem Laden wird der Swoosh auf Schritt und Tritt mit Sport gleichgesetzt: In ehrfurchtsgebietenden Glasvitrinen, die die „Definition eines Sportlers“ enthalten; in den inspirierenden Zitaten zu den Themen „Mut“, „Ehre“, „Sieg“ und „Teamwork“, die in die Bodenbretter eingelegt sind und in der Widmung des Gebäudes „an alle Sportler und ihre Träume“<sup>1</sup>.*

---

<sup>1</sup> aus: Naomi Klein, No Logo! Der Kampf der global Players um Markenmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern. C. Bertelsmann Verlag, 2001, S. 72f

Die oben beschriebene Stimmung in unserer „Fuchs“ – Ausstellung ist absichtlich so gewählt: Sie will den Markenkult karikieren. Deshalb haben wir alles ausgestellt, was uns in die Hände fiel und was wir selbst hergestellt haben. Damit wollten wir den Ausstellungscharakter so, wie er in Nike-Town herrscht, selbst aus- und zur Schau stellen.

Ironisch hat die Kinderarbeit alle möglichen Gegenstände, die überhaupt verkauft werden, dekorativ aufgebaut und dadurch zum „Kunstwerk“ gemacht.

Eine Gruppe der Kinderarbeit, die von **Henning dem Hahn**, hat dunkelrote Äpfel poliert und arrangiert, daß der Betrachter sich am liebsten einen nehmen und hineinbeißen möchte – eine Anspielung auf das ewig haltbare und nur von außen appetitlich aussehende Obst und Gemüse aus Holland und Übersee, das man meist nur unreif in unseren Supermärkten kaufen kann. Wer einen eigenen Garten hat, weiß, daß ungespritzte Äpfel oft ganz anders aussehen als dieses für den äußeren Schein gezüchtete Hochglanzobst.

Die nächste Gruppe, **die Sippe Isegrim**, hat sich ebenfalls mit Nahrung beschäftigt: mit Fastfood als extremstem Ernährungstrend. Es wurde „Tucken - Toast“ mit Hühnchenfleisch und Käse gebacken in durchsichtige Folie verpackt und appetitlich aufgebaut. Schon während der Kinderarbeit stand dieses „Menü“ nach der Art von Mc D. & Co. ganz oben auf der Beliebtheitsskala der Kinder beim Essen. Unsere Tucken-Toast vertraten symbolisch alles, was man an einem Stand stehend *schnell* in sich hineinfuttern kann. Man kauft Fastfood *schnell*, erwärmt es zum Teil *schnell* noch und ißt es ebenso *schnell*-, „fast“ eben. Auf Geschmack kommt es da nicht an.

Die **Sippe von Reineke Fuchs** hat Haargel hergestellt (aus Gelantine, Farb- und Duftstoffen so billig wie möglich) und in Tuben und Dosen präsentiert. Haargel ist zur Zeit der letzte Schrei unter der modebewußten Jugend; „ungestylt“ ist man geradezu „out“, mit „wetlook“ dagegen, bei dem das Haar trieft vor Gel, steht ein jeder obenan – wie die Haare.

Zu solch einer Frisur benötigt man schon ziemlich viel von der glitschigen Masse, die, nebenbei gesagt, reichlich Euro kostet. Die Industrie zieht so und mit ähnlichen Mitteln und Trends (Handys, Skater-, Rapper- und anderen Moden) Kindern und Jugendlichen das Geld aus den Taschen und läßt in aller – zivilisierten – Welt Kinder und Jugendliche gleich aussehen: globalisiert wie aus der Tube.

Die letzte unserer Kindergruppen, die um den **König der Tiere Nobel**, hat schließlich selbstgedichtete Lieder vertont und auf Kassetten aufgenommen. „Nobel“, die Band, traf sich, entsprechend den Vorbildern am Musikhimmel, zum Shooting, und die entstandenen Bilder



unserer Boygroup wurden schließlich die Cover der produzierten und ausgestellten Kassetten.

Musik für Teenager wird oft nur noch von ausgewählten, gecasteten und künstlich von Musikkonzernen zusammengebauten Gruppen gemacht. „Gewachsene“ Bands, die sich von sich aus zusammengefunden haben, und in denen nicht jedes Mitglied den idealtypischen Schönheitsidealen der Mode entspricht, gibt es da selten. Die Lieder dieser Musikbranche unterscheiden sich kaum, und wenn selbst da noch die Kreativität versagt, greift man auf alte Hits zurück, peppt sie für die Jugend auf und bringt sie neu heraus.

Die neue Mode des „Lifestyle“ umfaßt eine weitere Möglichkeit des Marktes, mit überflüssigen Produkten Geld zu machen. Kindern werden von Comicfiguren, wie es Diddl-Maus<sup>2</sup> und Sailormoon sind, Plüschtiere, Sticker und Schreibwaren angedreht. Erwachsene kaufen ähnlichen Kitsch und Krams, der jeglichen Sinn und Zweck entbehrt, zum Hinstellen oder Aufhängen. Deshalb kamen schließlich noch Kerzen, Porzellangeschirr, Vasen und andere „Staubfänger“ der Marke Fuchs auf einem gesonderten Regal in die Ausstellung; sie waren bei der letzten Verlosung des Sportvereins übriggeblieben.



So wie Nike und Adidas sich Sportler kaufen, die schließlich Symbole für ihre Marke werden, mußten auch wir nach Kultfiguren für unsere Marke Fuchs suchen. Die Pappmachétiere, die wir mit den Kindern seit dem Sommer gebaut hatten, boten sich dafür an. Die Kinderarbeit hatte schon vor einer Schülerfahrt<sup>3</sup>, die nach Flensburg führte, „Reineke Fuchs“ zum Thema gewählt<sup>4</sup>. Wir hielten uns an Goethes Fassung, haben Texte in Theaterstücke umgeschrieben, Lieder über Reineke, den Schelmen, gedichtet und schließlich die wichtigsten Tiere (oder besser Personen) der Fabel aus Pappmaché nachgebaut<sup>5</sup>. Ursprünglich wollten wir die Tiere in den Wald stellen. Doch da wir uns im Herbst wegen der Witterung und Feuchtigkeit dazu nicht entschließen konnten, kamen sie uns als Symbolfiguren für unsere Ausstellung gerade recht.

Jedes der Tiere hat schon in der Fabel charakteristische Züge, und die wurden, passend in einem kurzen prägnanten Spruch auf die Markenkritik unserer Ausstellung zugeschnitten, auf den Glasvitrinen angebracht.

---

<sup>2</sup> Die Diddl-Maus hat in Läden wie Karstadt schon eine eigene kleine Abteilung, um die man, wenn man zur Schreibwarenabteilung gelangen will, nicht herumkommt. Effektiver können Kinder nicht verführt werden.

<sup>3</sup> vgl. Text „Fuchs-Rap in Flensburg“

<sup>4</sup> vgl. Text „Versammlung am Hofe“

<sup>5</sup> vgl. Text „Tierfiguren aus Pappmaché“

*Reineke – Fuchs unter Füchsen – schlau und verschlagen, listig und geil –  
Kannte die Sprüche. Vortrefflich lockt er die Männer und Frauen ins Netz.*

*Kratzfuß, Tochter Hennings, des Hahns, – die beste der Hennen –  
Legte viel Eier ins Nest und wußte klüglich zu scharren.*

(der einzige Spruch von Goethe selbst)<sup>6</sup>

*Isegrimms Wünsche sind stark:       - Mayo und Ketchup und Pommes  
  - Pommes und Mayo und Ketchup  
  - Ketchup und Pommes und Mayo*

*Gieremund, schön und betörend, bauchnabelfrei und gepierct, Wolfes Gemahlin.  
Verführte verführte den Fuchs, klagt ihn nun selber der Lusttat: oh Mißbrauch!*

*Henning – mit Gel in den Haaren, die sich zum Kamme gespreizt:  
Krähend stolziert er im Nest, in dem er als Weltherrscher krächzet.*

*Nobel ganz vornehm und cool – Löwe – Beherrscher der Jugend –  
Star unter Sternen am Himmel: Millionen verdient er – für nichts.*

*„Sehgenau – Merkgenau – Weißgenau“ – genau so:  
Drei Krähen am Fenster – picken und hacken ins Auge.*

*Grimmbart – he Alter! Du Dachs! Grimmig mit Bart und mit Worten;  
Hilfst du dem Fuchse zu Recht oder bist du ein Anwalt des Bösen?*

Die Glasvitrinen hatten in einer Blitzaktion viele Mitglieder des Vereins unter Anleitung unseres „Haus-“ Schreiners hergestellt. Dabei wurden weder Mühen noch Kosten gescheut, so daß passend zur Ausstellungseröffnung jede Vitrine eines der in der Kinderarbeit hergestellten Pappmachétiere beherbergte und präsentierte.

Trotz aller Bemühungen, unsere Fuchsausstellung der von Nike in Manhattan nachzugestalten, gibt es einen ganz *prägnanten Unterschied* zwischen beiden: Die Kinder der Kinderarbeit haben mit Mühe die Produkte unserer Ausstellung in experimenteller Arbeitsweise *selbst* hergestellt. Sie haben auf eine ungezwungenere Art, als es in der Schule üblich ist, Lernen gelernt, mit Spaß und viel mehr Möglichkeiten, sich selbst zu erproben. Im Umgang mit den ungewohnten Materialien Draht, Pappmaché, Gelatine, etc. sind ihre Hände geschickter geworden; ihr Körper hat sich verändert. Dazu haben sie die Seite der Produktion kennengelernt und ausprobiert. Das bedeutet, daß sie ihre hergestellten Gegenstände mit

---

<sup>6</sup> aus: Johann Wolfgang Goethe, Reineke Fuchs. Reclam Universal Bibliothek Nr. 61, Stuttgart 1996, Vers 264 f

wissenderen Augen sehen, weil sie deren Entstehungsprozess miterlebt haben, und bewerten sie anders als die Produkte der Konsumwelt, die sie nur als ausgestellte Waren in den Läden wahrnehmen. Für die Kinder ist deshalb der Prozeß der Herstellung der Tiere viel wichtiger als deren Ausstellung. Das Kennenlernen dieses Produktionsprozesses, seine körperliche Erfahrung, ist ein Teil des Kampfes um die Kinder, sie nicht der Waren- und Markenwelt schutzlos auszuliefern.<sup>7</sup> Die umspinnt und umgarnt alle Menschen mit ihrer bunten, alles übertönenden Werbung. Insbesondere den Kindern wird es schwer gemacht, sich davon zu befreien oder sich gar nicht erst auf Werbung einzulassen.

Diesem Teil der Ausstellung setzten wir Anspruchsvolleres entgegen, etwas, was in unserer Zeit kaum noch Wertschätzung erfährt: Kunstwerke und unsere Arbeiten, die in den Kursen mit Guram Nemsadze<sup>8</sup> als mögliche Vorarbeiten zur Kunst entstanden waren. In einem gesonderten Raum wurden die Kunstwerke des Künstlers in einer Vernissage präsentiert und Guram führte seine Besucher durch den Raum.

Für die Kinder hatte es den Malkurs<sup>9</sup> gegeben, in dem vom Material „Farbe“ aus der Künstler bei den Kindern Interesse am Malen zu erwecken suchte. Alle dort entstandenen Bilder der Kinder wurden chronologisch geordnet und auf schwarzen Stoffbahnen befestigt in der Ausstellung präsentiert.

In zwei weiteren Kursen für Erwachsene hatte ebenfalls der Umgang mit dem Material Vorrang: der Holzkurs<sup>10</sup>, in dem mit unterschiedlichen Werkzeugen Baumpilze gefertigt wurden, und ein Metallkurs, in dem aus Kupferplatten Pferdeleiber getrieben wurden<sup>11</sup>. Die Pilze wurden schließlich an einem Baumstamm befestigt und dieser vor dem Sportheim aufgestellt. Dort haben sie einen dauernden Platz gefunden und werden von den Besuchern der Fußballspiele bemerkt und betrachtet. Die aus den Platten gefertigten „Kupferpferde“ hingen auf glattgeschliffenen Eichenbohlen im Ausstellungsraum. In einem sozialen Trainingskurs wurden außerdem dekorative Elemente aus Metall, die Guram entworfen hatte, hergestellt und vor dem Sportheim aufgehängt<sup>12</sup>.

Der dritte Kurs für Erwachsene galt der Gestaltung des Sportheims: die Bemalung einer großen Wand im Thekenraum<sup>13</sup>. Weil das Gemälde die Atmosphäre des Raumes mitbestimmen würde, wurde das Thema von vornherein festgelegt: einen Ausblick auf den Golf von



<sup>7</sup> vgl. Text „Kinderarbeit und Markenmacht“

<sup>8</sup> vgl. Text „Guram Nemsadze“

<sup>9</sup> vgl. Text „Kunstkurs für Kinder“

<sup>10</sup> vgl. Text „Ein Pilzbaum entsteht“

<sup>11</sup> vgl. Text „Kupferpferde“

<sup>12</sup> vgl. Text „Die Silhouette“

<sup>13</sup> vgl. Text „Wie unter Anleitung eines Künstlers ein Wandgemälde entsteht“

Korinth in der Nähe von Patras in Griechenland. Die genauere Gestaltung wurde dem Kurs überlassen und das fertige Bild gab schließlich bei der Eröffnung der Ausstellung einen schönen Rahmen für ein Klarinettenkonzert.

Lissy Mihály

### **Guram Nemsadze**

Der georgische Maler und Bildhauer Guram Nemsadze war vom 20. September bis 18. Dezember 2001 Gast des SJC Hövelriege. In dieser Zeit leitete er vier Kurse für Vereinsmitglieder: einen Metallkurs, einen Malkurs für Kinder, einen Holzkurs sowie einen Kurs, indem ein Wandgemälde entstehen sollte.

Außerdem fuhr Guram Nemsadze mit dem Verein in den Herbstferien nach Griechenland, wo der Malkurs für Kinder begann. Gelernt werden sollte während der

Kurse vor allem das handwerklich-künstlerische Gestalten sowie das kollektive Arbeiten.

Guram Nemsadze ist in Georgien 1943 in der Stadt Zugdidi geboren. Er hat von 1969 bis 1976 die Tbilisser Kunstakademie besucht und mit einem Diplom abgeschlossen.

Er ist freischaffender Maler und Bildhauer und veröffentlichte außerdem Gedichte und Geschichten, die in Georgien seit 1975 erschienen sind.

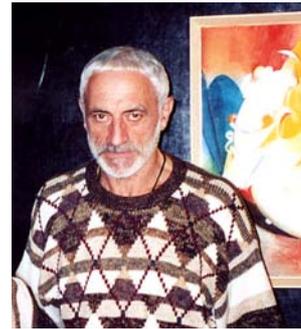
Besondere Ausstellungen fanden statt:

1988 in St. Petersburg

1989 in Berlin

1989 in München

1993 und 94 in Mainz



Kennengelernt haben wir Guram, als er eine Ausstellung in der Stadtbibliothek in Bielefeld- Brackwede hatte und in Stukenbrock bei Verwandten in einer Sammelunterkunft für Asylbewerber wohnte, woher viele Kinder kommen, die beim SJC Hövelriege Fußball spielen.

Bei einem Besuch im Sportheim zeigte uns Guram Fotografien seiner Plastiken und Bilder. Wir waren von der Farblichkeit seiner Bilder beeindruckt und so luden wir ihn ein, für einige Zeit unser Gast zu sein, um unserer bisherigen handwerklichen Arbeit eine neue künstlerische Dimension verleihen.