

guide

top of experience

oder

die Kunst der Erlebniswelt

Kunstpanorama, Kunsthalle Luzern

26.4. – 25.5.2008

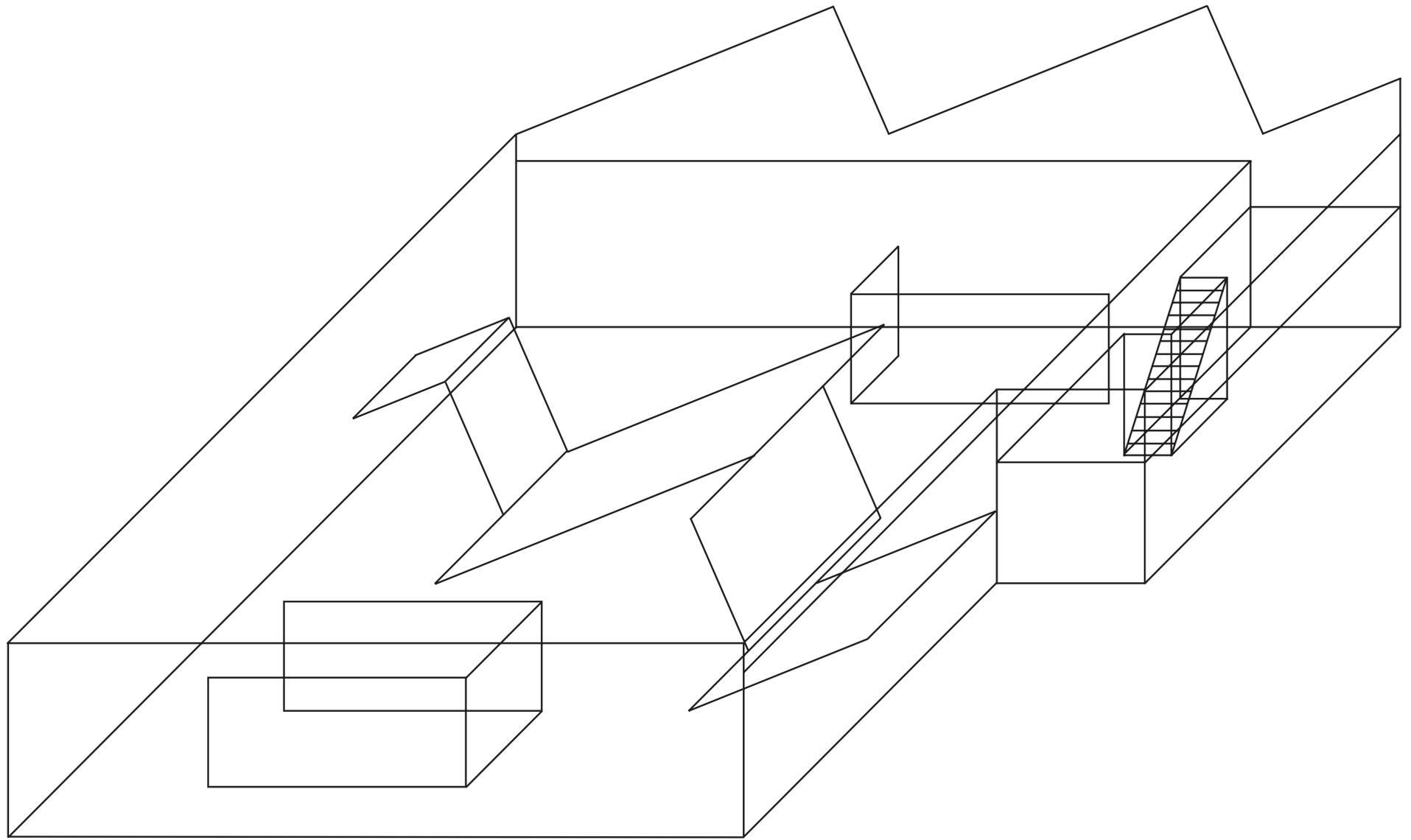
Die Ausstellung ›Top of Experience oder die Kunst der Erlebniswelt‹ setzt sich mit der Kunst und Kultur touristischer Erlebniswelten und ihren unterschiedlichen Akteuren auseinander. Sie entstand im Rahmen eines Forschungsprojekts an der Hochschule Luzern - Design & Kunst zum Thema ›Kunst & Tourismus – Produktions- und Rezeptionsbedingungen zeitgenössischer Kunst in touristischen Erlebnisräumen‹.

Der touristische Raum – hier auch exemplarisch für den globalisierten alltagskulturellen Raum einer Erlebnisgesellschaft verstanden – mit seinem transitorischen Charakter, seinen temporären sozialen Strukturen und seiner auf Erlebnisse und ausseralltägliche Erfahrungen hin optimierten Ökonomie stellt im Hinblick auf Kulturproduktion einen äusserst zeitgemässen gesellschaftlichen Ort dar. Vom Panorama der Berge bis zur Innenarchitektur der Wellness-Resorts, von der Pflege lokaler Folklore bis zur Organisation von Mega-Sportevents; touristische Destinationen sind immer von unzähligen Formen der Inszenierung, der Vor- und Nachstellung und Performanz gekennzeichnet. In der Kultur der Erlebniswelt wird die Welt zur Ausstellung. In dieser Sphäre des Ausseralltäglichen – und dazu zählt längst nicht mehr nur der touristische Raum – gelten spezifische populärkulturelle Regeln, die von unterschiedlichen Akteuren gemeinsam entwickelt werden; nur zum Teil von professionellen GestalterInnen und selten von KünstlerInnen. Vieles ist von pragmatischen oder funktionalen Überlegungen geprägt, wird mimetisch nachgestellt, umgedeutet, angeeignet oder mit viel Engagement von Laien ›gebastelt‹. Dabei haben die Akteure längst eigenständige ›Kunstformen‹ hervorgebracht, die nicht mehr zwischen Populär- und Hochkultur unterscheiden.

Das Verhältnis zwischen Tourismus und Kunst wird im Moment wesentlich von zwei Faktoren geprägt: Einerseits von einer Wiedererweckung des Interesses der Tourismusindustrie an Kunst, Design und Architektur als Möglichkeit der Qualitätssteigerung und Angebotsdiversifizierung, um neue Märkte zu erschliessen oder bestehende Destinationen aufzuwerten. Dabei gilt das Interesse von Touristikern (und ihren Investoren) entweder etablierten Formen von Kultur, z.B. der Architektur weltbekannter Architekten oder publikumswirksamen Auftritten von Stars, oder das Kulturangebot wird unter Ausnutzung lokaler Ressourcen und Kontakte selber hergestellt. Umgekehrt ist eine anhaltende Faszination des Kunst- und Kulturbetriebes am Tourismus und an den Erscheinungen und Praktiken der Tourismusindustrie auszumachen, die allerdings oft dazu führt, dass touristische Bedürfnisse und touristische Attraktionen abgewertet bzw. der Unterschied zwischen angeblich nicht ernst zu nehmenden Formen der Alltags- und Laienkultur – wie sie im Tourismus häufig anzutreffen sind – und ›wirklicher‹ Kunst immer wieder in distinktiver Absicht neu bekräftigt wird. Diese als gesichert betrachteten Bewertungen der Eliten gilt es zu relativieren.

Durch die Gegenüberstellung von Arbeiten aus der professionellen künstlerischen Produktion und kunstnahen Gestaltungs- und Ausdrucksformen werden in der Ausstellung die ästhetischen und diskursiven Überschneidungen von Alltagskultur und Kunst ausgelotet. Wir gehen davon aus, dass eine angemessene Würdigung oder Kritik von kulturellen und künstlerischen Ausdrucksformen, die im Umfeld von

Erlebniswelten entstehen, nur auf der Basis einer differenzierten Auseinandersetzung mit den dahinter stehenden Akteuren möglich ist. Unter Akteuren verstehen wir Personen, Gremien oder Organisationen, die Projekte initiieren, organisieren, inhaltlich und formal prägen oder mitunter auch verunmöglichen. Aber auch das potentielle Publikum, etwa die Gäste einer spezifischen Destination oder die Verbraucher von Erlebnisangeboten sind Teil der Akteurskonstellation. Durch die Analyse unterschiedlicher Motive und Erwartungen, die die Akteure mit ›ihrem‹ Projekt in Verbindung bringen, lässt sich im Grunde erst erkennen, welche Bedeutung, Wirkung oder Funktion spezifische Ausdrucksformen haben – wie radikal oder banal sie im gegebenen Kontext sind. Eine ›Würdigung‹ der jeweils vorgefundenen kulturellen Leistung muss daher situativ erfolgen.



Ansichtssache	10
Bilderwolke	11
Die Leichtigkeit des Seins	12
Frühstückspension Dertnig	13
Grosse Fluchten	14
Happening in White	15
Hyper-Crans	17
Ich als Safari	18
Kulturgut	19
Kunst aus Schwemmholz	20
Kunst im Raum	21
Kunstverein Aquarellhappening	23
Masterminds	25
Mega Buster III	27
MocMoc	28
Mount of India	30
No-Go* oder The Exorcist Revisited	32
Purple Yeahh	33
Real World Tagging	35
Red Bull	36
REINSWOOD	37
The Palm Trilogy	38
Viewpoint	39
Vögel	40
Wellness Erfrischungskabine	41
Weiland	42

Ansichtssache

Videoinstallation 2008
Angela Sanders in Zusammenarbeit mit dem
Forschungsteam Kunst & Tourismus

Aus kultureller Perspektive werden touristische Attraktionen oft als Inbegriff kommodifizierter oder kommerzialisierter Kultur aufgefasst und kritisiert. Dem Tourismus wird unterstellt, eine ausschliesslich auf ökonomische Verwertung ausgerichtete Maschinerie zu sein. Was dabei kaum beachtet und wenig respektiert wird, ist die eigendynamische und komplexe alltagskulturelle Realität, die touristische Räume und ihre Akteure auszeichnet und wie die angebliche, mit dem Prozess der Globalisierung einhergehende Entterritorialisierung und kulturelle Homogenisierung sich durch die Verschiebung sozialräumlicher Verhältnisse in den kulturellen Mikromillieus gerade ins Gegenteil verkehren kann. Globale Strömungen sind in der Masse relevant, in der sie lokal aufgegriffen und interpretiert werden.

Obschon die politischen Motive seiner Entstehung und die künstlerische Ambition des Bildhauers den TouristInnen in der Regel unbekannt sind, zählt das Löwendenkmal zu den meistfotografierten Sujets der Schweiz. Das Denkmal wird für sie zum Träger anderer Bedeutungen, die sie selbst auf den Löwen projizieren.

In Interviews mit Vertretern aus Kunst, Kultur- und Eventindustrie und dem Tourismus über ihr Verständnis von Kunst und ihre Haltung zu Tourismus stösst man je nach Herkunft, Hintergrund und Professionalisierungsgrad der Akteure auf ganz unterschiedliche Sichtweisen entlang derer Qualitätskriterien ausgehandelt werden.

Angela Sanders (1974) ist Ethnologin, Videomacherin und Projektmanagerin und lebt in Zürich.

Video:

Löwendenkmal Luzern, Freitag, 4.4.2008,

Audio:

Zitate aus Interviews mit VertreterInnen aus Kunst, Kultur- und Eventindustrie und dem Tourismus über ihr Verständnis von Kunst und ihre Haltung zu Tourismus.

Sprecher: Fabienne Hadorn und Buddy Casino

Bilderwolke

Bilderwand 2008
Nika Spalinger in Zusammenarbeit mit dem
Forschungsteam Kunst & Tourismus

Die Formate von ›Kunst‹ und ›Kultureinsätzen‹ im touristischen Raum sind sehr unterschiedlich, die Grenzen zwischen Kunst, Event und Marketing oft fließend. Die unterschiedlichen Erwartungshaltungen der involvierten Akteure und deren Beziehungen untereinander lassen direkte Vergleiche zwischen verschiedenen Projekten problematisch erscheinen. Denn hier werden traditionelle Wertmassstäbe auf den Kopf gestellt: Was im Museum als gute Kunst wahrgenommen wird, stärkt im Garten des Hotels den Ruf des Hauses und sorgt für die nötige Distinktion. Das Spektakel auf dem Berg mag zwar von mittelmässiger künstlerischer Qualität sein, kann aber stattdessen eine umso wichtigere Rolle für den Zusammenhalt und die Motivation lokaler Akteure spielen. Im aktuellen ›Kulturkampf‹ rund um den touristischen Raum stehen in der Regel urbane, akademische Eliten lokalen Akteuren gegenüber. Den Eliten fällt es oft schwer, die Kultur des touristischen Raums ernst zu nehmen und zum Beispiel Improvisation als eine andere, den Umständen angemessene Form der Professionalität zu verstehen.

Die Tendenz, den Einsatz von ›Spitzen-Architektur‹ und ›Welt-Kunst‹ als einzigen Weg zur kulturellen Aufwertung von touristischen Destinationen und Angeboten zu sehen, ist allerdings im doppelten Sinne restaurativ. Einerseits wird dabei ein im Kunstkontext bereits ausgiebig kritizierter und dekonstruierter Kunst- und Kulturbegriff erneut ins Spiel gebracht, demnach die Bedeutung von Kunst-Werken absolut sei. Andererseits wird damit eine Refeudalisierung des Tourismus vorangetrieben, womit parallel zur Verknappung von ›guter Arbeit für alle‹ nun auch mit der Verknappung von ›angemessener Freizeit für jedermann‹ spekuliert wird.

Nika Spalinger (1958) ist Künstlerin und Dozentin an der HSLU - Design & Kunst und lebt in Zürich.

Die Leichtigkeit des Seins

Aufblasbares Objekt 2008

Luft & Laune

Die Firma Luft & Laune in Zürich ist auf das Design, die Planung und die Produktion von aufblasbaren Objekten spezialisiert. Zelte, Luftobjekte und aufblasbare Markenartikel, egal ob als begehbare Räume oder als animierte Formen sind gleichsam zu prägenden visuellen Zeichen für Freizeitwelt und Sport geworden. Ihr Vorteil: Sie sind klein im Gewicht, aber gross in der Wirkung; ein unerlässliches Merkmal in der Welt schnell wechselnder Events! Luft & Laune produziert aber auch immer mehr aufblasbare Objekte für anspruchsvolle kulturelle Anlässe – in Zusammenarbeit mit KünstlerInnen oder für Theaterproduktionen. Modulare Raumsysteme aus Plastik, transparente Bubbles und softe bunte Formen sind Erfindungen aus den späten 1960er und 1970er Jahren. Im Kontext von Popart und Kulturrevolution experimentierten Architekten und Designer mit neuen Formen und Materialien auf der Suche nach progressiven, mobilen Settings für Arbeiten und Wohnen. So können die zeitgenössische Inflatables, die Pinguine im Kinder-Skipark, die überdimensionierte Red Bull Dose am Rande der Halbpipeline, die Iglus, Kletterberge oder Hüpfburgen am Strand und die Skirampe in der Shoppingmall auch als pragmatische Aneignung früherer Utopien verstanden werden. Denn Freizeit und ausseralltägliche Erlebnisse finden überall statt.

Luft & Laune GmbH Zürich sind Urs Meier, Sonja Schmocker, Matthias Gassmann und Christian Rüegg.

www.luftundlaune.ch

Frühstückspension Dertnig

Fotoserie 2005

Carola Dertnig

Eine Fotoserie zeigt die Betreiberin einer Frühstückspension in jenen halböffentlichen vier Wänden, die sie über Jahrzehnte hinweg mit ihren Gästen teilte. Die seit den 1950er Jahren fast unveränderten Räume der ehemaligen Frühstückspension der Grossmutter, die als selbständige Unternehmerin einen wichtigen Aspekt des alpinen Nachkriegstourismus repräsentierte, stellen zugleich Bruchstellen des Privaten wie auch des touristisch Öffentlichen dar. Gabriele Dertnig und ihre Kinder mussten aus den ihnen zugedachten Schlaf- und Kinderzimmern ausziehen, um diese bei Bedarf den Gästen zur Verfügung stellen zu können. Selbst Wohnzimmer und Küche musste die Familie mit ihren Gästen teilen. Es dauerte bis in die 1970er Jahre, bis ein Zubau als Frühstücks- und Aufenthaltsraum errichtet wurde, so dass die ›gute Stube‹ tatsächlich wieder zum privaten Rückzugsraum, zur Hinterbühne des Dienstleistungsalltags werden konnte. Bis 1993 wurde das kleine Häuschen von der mittlerweile 83-jährigen Frau ganz alleine als Pension geführt, dann war die Wirtin für die ›Hospitalisierungstätigkeit‹ an Anderen zu betagt – ebenso wie ihre Stammgäste für eine jährliche Individualreise nach Tirol. Das Ende dieser traditionell weiblichen Einnahmequelle durch die strukturelle Veränderung der Tourismusindustrie nahm Carola Dertnig zum Anlass für ein dreiteiliges ›Porträt‹ das den Titel ›Die Seefeld Trilogie‹ trägt und neben den Fotos das Video ›Love-Age‹ und ein Modell vom ›Haus Jennewein‹ umfasst. Ähnlich wie die Frühstückspension ihrer Grossmutter musste auch das von Siegfried Mazagg in der Tradition der Moderne erbaute Objekt vor einigen Jahren einem riesigen Apartmenthaus im Tiroler Stil weichen. Den allzu nostalgischen Blick auf diese nachhaltigen Veränderungen bricht die 86-jährige Grossmutter selbst: Sie habe geträumt, erzählt sie im Video ›Love-Age‹ über sich selbst lachend, ein hübscher, junger Mann habe sie geküsst. Carola Dertnig untersucht in der Seefeld Trilogie jene Prozesse, die durch den Tourismus in Gang gesetzt und jeweils von widersprüchlichen kollektiven und privaten Utopien durchquert werden.

Carola Dertnig (1963) ist Künstlerin und lebt in Wien.

Grosse Fluchten

Installation 2008

Jochen Becker / metroZones

Vor 2001 traten im Hindukusch die Deutschen nicht als ›Schutzmacht‹ auf, sondern kamen vor allem als durchreisende Touristen Richtung Nepal. Afghanistan wurde zum beliebten Tramper-Ziel auf dem Hippie-Trail nach Goa oder in den Himalaya. »Der billigste Trip nach Indien, Afghanistan & Nepal« prangt es auf der Tasche eines Jeans-Hinterns auf dem Cover des handlichen Reiseführers von Robert Treichler – Auflage 1978 15000 Exemplare. »Schon mit 3,5 Dollar pro Tag könne man im Iran auskommen, für Afghanistan reichten täglich 1,5 Dollar, wenn man Billigstunterkünfte nehme und auf ›Genussmittel‹ verzichte.«

Seit dem Ausbruch einer Kette von Bürgerkriegen 1979 leben im ehemaligen Touristenziel Afghanistan mehr Vertriebene und MigrantInnen als in irgendeinem andern Land. In den letzten dreissig Jahren haben schätzungsweise 5,5 Millionen Menschen das Land verlassen. Flüchtlinge kaufen im Gegensatz zu den Abenteuerreisenden und Backpackern aus Europa keine Alternativ-Reiseführer, sondern vertrauen sich dem Insiderwissen und den Erfahrungen von Gewährsleuten an, die sie gegen hohes Entgelt und Risiko von einem Punkt zum anderen bringen.

Michael Winterbottoms Spielfilm »In this World« (2002) begleitete zwei afghanische Jugendliche auf ihrer Flucht. Jamal und Enayat lebten von 1979 bis 2001 im pakistanischen Camp Shamshatoo am Rande von Peshawar. Die beiden Jungs wollen in die USA. Ihr Reiseverlauf wird sie über die Grenze in den Iran, durch Teheran, in die Berge der Region Kurdistan und weiter über die Türkei in einem Container Richtung Italien führen, durch das französische Lager Sangatte und schließlich versteckt unter einem LKW durch den Euro-Tunnel nach London. »Alles, was sie während der Dreharbeiten erlebten, war eine reale Erfahrung.« Den beiden die Reise in den Westen zu ermöglichen, war laut Regisseur die größte Herausforderung der Dreharbeiten. Die Einreise der Filmcrew nach Pakistan wiederum erfolgte mit Hilfe britischer Pässe und Touristenvisa; der Flug kostete pro Kopf 800 Pfund.

Jochen Becker (1962) arbeitet als Kurator, Dozent und Kritiker in Berlin.

Audio:

Otto Sander liest Theodor Fontane: ›Das Trauerspiel von Afghanistan‹

Happening in White

Film 18' 1969

Gunter Sachs

»Happening in White war eine Idee. Langsames schnell machen und Schnelles langsam. Aber Ideen sind selten genau durchdacht. Auch meine. Ohne es zu ahnen, hatte ich mich mit sensibler Technik, darunter drei Hochgeschwindigkeits-Kameras, auf eine künstlerische Pioniertat eingelassen. Die Super-Zeitlupengeräte waren die Primadonnen unseres Films. Geschaffen waren sie, um die Geschosslaufbahnen von Überschalljägern mit über 10000 Bildern pro Sekunde aufzuzeichnen. Was in einer Sekunde Realität geschah, dehnten sie auf 40 Sekunden Irrealität. Dazu mussten die Diven mit Fingerspitzen angefasst werden und sie liefen nur zwischen 18 und 20 Grad Celsius. Die Temperaturen auf den Bergen und Gletschern aber schwankten zwischen 8 und 20 Grad minus. Ihr Lichtverzehr war unersättlich und ausgerechnet jener Februar 1968 war im Engadin der sonnenärmste je. Bei Lichtmangel streikten die Ballerinas prinzipiell. Wir bewunderten sie – aber sie nervten. Wir kämpften und fluchten uns durch den Winter und als kein Schnee mehr da war, drehten wir immer noch. Und trotzdem war es einer meiner schönsten Winter – vor 40 Jahren.« (G. Sachs)

Auf die Frage, was die wichtigste Entscheidung in seinem Leben gewesen sei, antwortet Gunter Sachs in einem Interview der FAZ (14.11.2007): »Ich glaube, das war – finanziell betrachtet – der Verkauf der Firma.« Gunter Sachs hat 1976 den vom Vater übernommenen Anteil am Unternehmen Fichtel & Sachs in Schweinfurt verkauft und sich damit seine Existenz als ›Playboy‹ zusätzlich abgesichert. Den Höhepunkt seiner diesbezüglichen Karriere markiert 1966 die Ehe mit der französischen Filmschauspielerin Brigitte Bardot. Seit 1969 ist er mit seiner schwedischen Frau Mirja Larsson verheiratet. Als Sachs 1969 in das Turmappartement des Palace Hotel in St. Moritz einzieht, lässt er Tom Wesselmann, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Arman, César, Yves Klein und Allen Jones freien Lauf bei der Gestaltung des Interieurs. Wesselmann lieferte Gemälde, Warhol Porträts von Sachs und dessen ehemaliger Frau Brigitte Bardot und Lichtenstein sorgte für den Bettüberwurf. 1972 gewinnt Sachs mit seinem Film ›Happening in White‹ den ersten Preis des Internationalen Olympischen Komitees. Im selben Jahr veranstaltet er in seiner Hamburger Galerie an der Milchstraße Andy Warhols erste Ausstellung in Europa. 1973 gründet er in St. Moritz den Dracula-Club. 1997 veröffentlicht er einen Bestseller über Astrologie und 2005 seine Autobiographie ›Mein Leben‹.

Die ursprüngliche Fassung von ›Happening in White‹ ist 47' lang und war eigentlich als Werbefilm für Lufthansa geplant. Dafür fiel der Film eine Spur zu experimentell aus, hatte aber stattdessen das Potential, ein neues Film-Genre zu prägen, das von Bogners ›Fire and Ice‹ bis zu den aktuellen Clips der Snowboard-Szene reicht. Eine ganze Reihe seiner Protagonisten haben selbst Sport- und Freizeit-Kulturgeschichte geschrieben, etwa Ludwig Leitner, Roger Staub und Art Furrer. Die Musik zum Film stammt vom Komponisten Peter Thomas, der auch Soundtracks für die Serie ›Raumpatrouille‹ geschrieben hat.

Gunter Sachs (1932) ist Filmemacher, Fotograf, Galerist, Kunstsammler und Industrieller und lebt unter anderem in St. Moritz.

Buch und Regie: Gunter Sachs

Produktion: Meredian Lichtenstein

Kamera: Konrad Kotowski, Atze Glanert,
Gunter Sachs, Harry Pommerening

Assistent: Peter Trainin

Darsteller: Tom Leroy, Hermann Göllner,
Ludwig Leitner, Roger Staub, Nino Bibia,
Arthur Furrer, Sonja Pfersdorf, Günther
Matzdorf

Sprecher: Christian Marschall, Siegfried
Rauch, Frances le Towt

Schnitt: Eva Maria Tittes

Musik: Peter Thomas

Drehorte: St. Moritz und Umgebung,
Hawaii, u.a.

www.gunter-sachs.de

www.mdbk.de

Hyper-Crans

Architekturmodelle 2007

Graber Pulver Gastdozentur ETH Zürich

Auf einer der landschaftlich attraktivsten Sonnenterrassen der Schweiz, hoch über dem Wallis gelegen, entwickelte sich seit Beginn des letzten Jahrhunderts das neu gegründete Resort Crans-Montana. Das rasante und unkontrollierte Wachstum der 1960er Jahre führte zu einer sehr dispersen Baustruktur. Dabei entstanden aber auch bemerkenswerte Gebäudetypen, welche die Faszination für die Alpen frei von dem historischen ›Ballast‹ des Heimatschutzes zum Ausdruck brachten. Diese kühnen Visionen wichen in den letzten Jahrzehnten einem trostlosen ›internationalen‹ Chalet-Stil, der weder die eindrucksvolle Holzbautradition des Wallis fortsetzte, noch die kraftvollen Hybride der 1960er Jahre weiter entwickelte. Vom Golfplatz in Crans führt eine Hauptachse nach Osten, die sämtliche wichtigen Verkehrsknoten, die Bergbahnen, grossen Hotels, Kliniken, Sportanlagen und Einkaufszonen horizontal verbindet und bei der Talstation der Seilbahn von Aminona endet. Einen Schwerpunkt an diesem ›Strip‹ (Venturi / Scott / Brown) bildet die Endstation des Funiculaire, das Crans-Montana mit dem im Talboden gelegenen Sièrre verbindet. Die Entwicklung einer neuen Identität für diesen Ankunftsort war während einem Semester Thema der Gastdozentur Graber Pulver an der Architekturabteilung der ETH Zürich. Ziel der Entwurfsübung mit Studierenden war es auszuloten, wie im spezifischen Kontext von Crans-Montana alpine Urbanität einen adäquaten architektonischen Ausdruck und Massstab finden könnte.

Die ausgestellten Modelle stammen von den

Studierenden: Daniel Abraha, Katrin

Gimmel, Mathis Keller, Nino Sopelsa und
Daniel C. Suter

Gastdozentur Graber Pulver: Marco Graber
/ Thomas Pulver

Assistierende: Kord Büning-Pfaue, Manuel
Gysel, Sibylle Küpfer, Jonas Ringli,
Franziska Schneider

www.arch.ethz.ch/darch/entwurf/

graber-pulver

www.graberpulver.ch

Ich als Safari

Eine szenische Lesung als Videofilm
37' 2008
Tim Zulauf / KMUProduktionen
in Kooperation mit dem Theaterhaus
Gessnerallee Zürich

Ein Safari-Aufenthalt am Lake Naivasha in Kenia endete abrupt. Die Campleiter mussten befreundete Gäste ausfliegen, deren Interviews zu Arbeitsbedingungen auf einer benachbarten Rosenfarm unkontrollierbare Folgen hatten. In einer Hütte im Engadiner Gletschergebiet verknüpft die Gruppe nun ihre Grenzerfahrung als Reisende in Kenia mit den heimischen Arbeitsumfeldern zu einer aussergewöhnlichen Propaganda-Aktion. Wissenschaftliche und touristische Infrastrukturen werden zweckentfremdet, der ETH-Glaziologe, die Touristikerinnen und eine leitende Mitarbeiterin vom Fluglinien-Catering Gate Gourmet spannen zusammen.

Die szenische Lesung ›Ich als Safari‹ verfolgt einen Ideenstrom zwischen Rosen und Gletschern, auf dem die Engagiertheit von sechs Leuten zusammen und auseinander treibt. Die Erzählung dreht sich dabei um eine Verschiebung zwischen zwei Tourismusdestinationen und zwei Ereignisstrukturen. Wahlweise bietet sich die afrikanisch oder die schweizerische Episode als Schlüssel zur Lesart des Geschehens an.

Tim Zulauf (1973) ist freier Autor und Theaterregisseur und lebt in Zürich.

Text und Regie: Tim Zulauf /
KMUProduktionen

Schauspiel: Ragna Guderian, Agnes
Lampkin, Ursula Reiter, Andreas Storm,
Samuel Streiff und Wanda Wylowa

Kamera und Ton: Franziska Koch und Eva
von Wartburg

Schnittkonzept: Franziska Koch und Tim
Zulauf

www.zulauf.it

Kulturgut

Plakatierungsaktion 2008
Nina Sidow

Plakate für Diavorträge über ferne Länder tauchten Ende der 1990er Jahre in dem von Baustellen und Provisorien geprägten Berlin besonders häufig auf. Sie sind uns aber auch aus ländlichen Regionen vertraut, wo an Scheunentoren unter dem Titel ›Faszination Anden‹ oder ›Grossartiges Sibirien‹ für eine kostengünstige und abendfüllende ›Reise‹ in ferne Erdteile geworben wird. Die Orte an denen die Plakate auftauchen, stehen oft in einem starken Kontrast zu der in den Diavorträgen beschworenen Schönheit der bereisten Länder. Dieser Umstand wurde für Nina Sidow zum Ausgangspunkt ihres Projekts ›Kulturgut‹. Der erste Teil der Arbeit bestand aus der fotografischen Dokumentation von Plakaten im Stadtbild Berlins. Daraus entstand die Idee einer ›Rückführung‹ und Weiterentwicklung dieses spezifischen Kulturtransfers: Stellvertretend wählte sie ein Foto aus und liess davon ein eigenes Plakat drucken. Es zeigt ein an einem Stromverteilerkasten in Berlin hängendes Plakat, das mit den Pyramiden von Gizeh für einen Diavortrag über Ägypten wirbt. Zu sehen sind außerdem Elemente von Graffiti und im Hintergrund erkennt man verschwommen den Giebel eines Berliner Museums. Das obere Drittel ist ausgefüllt mit dem arabischen Schriftzug ›Berlin‹. Ungefähr 500 Stück davon wurden von Nina Sidow auf einer einmonatigen Reise in Ägypten plakatiert.

Die Produktion von Diavorträgen ist auch heute noch eine weitverbreitete Praxis von oft selbständigen Fotografen, die sich so im Jahresrhythmus immer neue Abenteuertrips finanzieren. Neben der technisch immer aufwändiger und perfekter werdenden Show werden in der Pause passend zum Sujet auch schon mal landestypische Spezialitäten serviert. Im Internet findet man zahlreiche Links zu einzelnen Fotografen und Plattformen, auf denen sie sich organisieren.

Nina Sidow (1968) ist Künstlerin und lebt und arbeitet in Berlin.

Siehe z.B.:

www.diavortraege.ch

www.peter-gebhard.de

www.diashow-afrika.at

Kunst aus Schwemmholz

Mobile und Plakat 2005 / 2008
Dorfgemeinschaft Engelberg

Im August 2005 setzt ein schweres Hochwasser ganze Dorfteile des Ferienorts Engelberg unter Wasser, zerstört Geschäfte, Restaurants, Hotellobbys und Wellness-Anlagen, die oft erst kurz zuvor in den Untergeschossen eingebaut wurden. Schliesslich reisst die Engelberger Aa alle Zufahrtsverbindungen ins Hochtal weg. Bis eine Notstrasse errichtet werden kann, ist der Ort für Wochen von der Aussenwelt abgeschnitten und nur noch zu Fuss oder per Helikopter erreichbar. Im Herbst lud die Dorfgemeinschaft Engelberg alle Hotels, Geschäfte, Schulen und Privatpersonen ein, aus dem reichlich vorhandenen Schwemmholz Dekorationen und Kunst für Schaufenster und Eingangshallen zu kreieren und so zur Verarbeitung des gemeinsam Erlebten beizutragen. Schwemmholz-Dekorationen waren in diesem Jahr auch das Motto für die Adventdekoration. Die schönsten Dekorationen und Skulpturen wurden schliesslich prämiert. Die Dorfgemeinschaft Engelberg ist eine Vereinigung von engagierten EinwohnerInnen von Engelberg und Umgebung und wurde kurz vor dem Unwetter neu gegründet. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, den Zusammenhalt im Dorf zu stärken und Aktivitäten zu fördern, die das Zusammenleben von Einheimischen und Gästen gleichermassen bereichern und den Dorfkern beleben und wieder attraktiver machen sollten. Ein weiteres Ziel der Dorfgemeinschaft ist, das Bewusstsein für zeitgemässe ›lokale‹ Kultur und die ›stilleren‹ Qualitäten des Dorfes zu stärken.

Das ausgestellte Mobile von Erika Manetsch dekoriert in Engelberg den Eingang von ›Quattro Sport‹.
Das Plakat zeigt weitere Kreationen, darunter auch die zwei erst prämierten.

Kunst im Raum

Installation 2008
Kunstkontakt

Aus einer Initiative zur Förderung zeitgenössischer KünstlerInnen und zur Vermittlung ihres Schaffens wurde im Frühjahr 2001 die Kunstkontakt GesbR in Dornbirn, die heutige Kunstkontakt GmbH gegründet. Das Unternehmen entwickelt künstlerische Konzepte für Hotels, Unternehmen und Gesundheitseinrichtungen und ist mittlerweile zum Spezialisten für besondere, konzeptorientierte Gesamtlösungen für die Gebäudeausstattung mit Kunst geworden. Vom ersten Workshop über die Aufnahme von Räumen und Bedürfnissen, die Werkauswahl und die Produktion bis zur Hängung und Montage werden alle Schritte der Ausstattung durch Kunstkontakt betreut und koordiniert. Kunstkontakt beauftragt KünstlerInnen spezielle Raumlösungen zu schaffen, vermittelt Originale oder hochwertige Drucke, veranstaltet Wettbewerbe zur Werkauswahl und hat ein Internet Portal mit mehr als 260 KünstlerInnen und über 6000 Werken aufgebaut. Räume durch Kunst zur Wirkung zu bringen, stellt die ambitionierte Maxime aller Aktivitäten des Unternehmens dar. Die ursprüngliche Idee der Kunstkontakt Sammlung hat sich dabei zu einer der größten Web Sammlungen für zeitgenössische Kunst entwickelt. Sie eröffnet KünstlerInnen aller Stilrichtungen im zeitgenössischen Bereich eine offene und freie Plattform zur Präsentation ihrer Arbeiten im Internet. Getragen wird das Unternehmen mittlerweile von den beide Hauptgesellschaftern Thomas Häusle und Heinz Mathis.

Thomas Häusle (1962) ist Gesellschafter und Geschäftsleiter der Kunstkontakt GmbH, Gründungspräsident des Vorarlberger Kunstvereins Magazin 4 und Präsident der Kunsthalle Wien und lebt in Dornbirn. Heinz Mathis (1955) gründete und führte während Jahrzehnten ein Fachgeschäft für den Künstler- und Grafikbedarf, ist Mitbegründer der Initiative Kunst.Raum.Dornbirn. für bildende und gestaltende Kunst sowie der Kunstkontakt GmbH und lebt in Dornbirn.

www.kunstkontakt.at



5 Raumbilder:

Prints auf Textil 150 x 200 cm

1 Spa & Wellness Center, Solebad, Druck
auf feuchtraumresistenten Kunststoff

2 Hotel, Rezeption, Makro aus bestehendem
Kunstwerk auf Folie gedruckt und rückseitig
auf Glas kaschiert

3 Hotel, Atrium, Original Strukturbild in
Mischtechnik, Quarzsand auf
Kunststoffbahnen

4 Hotel, Spa Ruheraum, Bewegungsstudie,
Druck auf Leinwand

5 Büro, Geschäftsführungsbüro, digitale
Themencollage rückseitig auf Glas gedruckt
abständig gehängt

Kunstverein Aquarellhappening

Installation 2008

Christian Stock

Das Aquarellhappening Tux findet seit 2000 jedes Jahr im Sommer statt. Gegründet wurde es vom Künstler Christian Stock (geboren in Tux, Wohnsitz in Wien), organisiert wird es mit Hilfe seiner Kollegin Olivia Gürtler (geboren in Mayrhofen, Wohnsitz in Glasgow) und dem Kollegen Christoph Grubauer (geboren in Brasilien, aufgewachsen in Tux, Wohnsitz in Wien). Der Anlass war als Sommerfrischeübung für KünstlerInnen gedacht, die ihre gewohnten städtischen Wege kurzzeitig verlassen und in den Bergen in ungewohnter Gegend künstlerisch fortsetzen. KünstlerInnen aus den Großstädten Europas verbringen bis zu 14 Tagen in Tux. Untergebracht in Hotels und Pensionen untersuchen sie malend, zeichnend, fotografierend, filmend, schreibend kulturelle Gegebenheiten vor Ort. Dazu zählen der Tourismus, die Architektur, die Landschaft. Während den Sommermonaten findet auf Wegen, Gipfeln und in Gasthöfen gelegentlich auch Austausch zwischen KünstlerInnen, Einheimischen und Gästen statt. Mitte September gibt es dafür einen offiziellen Termin. Im Mehlerhaus, dem Tuxer Kulturerbe und Kulturhaus, einem 350 Jahre alten Bauernhaus, werden die Ergebnisse in Büchern oder Mappen auf Tischen präsentiert. Jede Künstlerin, jeder Künstler, die/der zu einem Aquarellhappening eingeladen wurde, hinterlässt eine Arbeit, die im Besitz des Kunstvereins Aquarellhappening bleibt. Christian Stock und seine MitorganisatorInnen sind zwar in der alpinen Tourismus-Region des Zillertals aufgewachsen, leben aber schon seit Jahren als professionelle KünstlerInnen in unterschiedlichen Städten. Mithilfe des Projektes vermitteln sie KollegInnen aus ihrem urbanen Lebensumfeld Arbeitsaufenthalte in ihrer ursprünglichen Heimat, wo diese bei befreundeten Hoteliers untergebracht werden. Zum anderen ermöglicht das Projekt auch den BetreiberInnen selbst, trotz ihres dislozierten Lebensmittelpunktes im Heimatort eine soziale Funktion aufrecht zu erhalten.

Christian Stock (1961) ist Künstler und lebt und arbeitet in Wien.

→

Wand:

- Konzept des Aquarellhappenings
- miseenscene, Foto 50 x 70 cm,
Christian Stock
- Einladungen der letzten 8 Jahre
(Fotos: Nadine Blanchard, Christian
Stock, Ingo Vetter, Simon Wachsmuth
und Erwin Wurm)

Podest:

Tux und Der Standard, Aquarellbuch 2004,
Christian Stock

Tisch:

Hintertux August 2003, Texte von Martin
Fritz

Video:

Künstler überqueren die österreichischen
Alpen, nach Heinrich Reinholds
gleichnamigem Gemälde von 1818

Video 2006, Simon Wachsmuth

Darsteller: Markus Bertsch und Till
Sadlowski

Masterminds

Viewingstation 2007 / 2008

Nicole Wangler in Zusammenarbeit mit den
Forschungsteam Kunst & Tourismus

Eine angemessene Würdigung oder Kritik von kulturellen und künstlerischen Ausdrucksformen, die im Umfeld von Tourismus und Erlebniswelten entstehen, ist praktisch nur auf der Basis einer differenzierten Auseinandersetzung mit den dahinter stehenden Akteuren möglich. Vier Videofeatures bieten je einen kurzen Einblick in die Produktionsbedingungen signifikanter Projekte mit sehr unterschiedlichen Akteurskonstellationen und lassen die zentralen Akteure und die Subkulturen, die hinter diesen Projekten stehen, selbst zu Wort kommen.

Nicole Wangler (1970) ist Kamerafrau und Filmemacherin und lebt in Sihlbrugg.

Feature 1:

Klangwelt Toggenburg, 12'38''

KlangWelt Toggenburg ist ein Projekt, das sich rund um die traditionelle Gesangs- und Musik-Kultur zwischen Säntis und Churfürsten dreht. Neben einem Klangweg für Familien bietet KlangWelt Toggenburg regelmässig Klangkurse an, veranstaltet jährlich ein Festival und plant nun die Realisation eines Klanghauses. Hinter dem Projekt steht ein lokaler Verein von Vertretern aus Tourismus, Gemeinde und der lokalen Musikszene.

Feature 2:

Môtiers 2007 – Art en plein Air, 8'23''

Die Ausstellung wird im Abstand von 3 – 10 Jahren organisiert und findet jeweils von Juni bis September in und rund um Môtiers statt. Initiant von Môtiers – Art en plein Air ist der pensionierte Sekundarlehrer und ehemalige Grossratpräsident des Kantons Neuenburg Pierre-André Delachaux. Zusammen mit seiner Frau hat er die Vision einer eigenen Kunstaussstellung nach und nach verwirklicht.

→

Feature 3:

Hannibal, 9'53''

Hannibal ist ein jährlich wiederkehrendes Volksschauspiel bei welchem fast 500 Personen aus Sölden mitwirken. Vor der Kulisse des Rettenbachgletschers wird die Alpenüberquerung des karthagischen Feldherrn Hannibal im Jahre 218 v. Chr. dargestellt. Initianten und wichtigste Akteure sind der aus Sölden stammende Skilehrer und Organisator Ernst Lorenzi, der Söldener Tourismus- und Bergbahndirektor und Hotelsbesitzer Jack Falkner, der in Salzburg lebende Regisseur Hubert Lepka und der Besitzer von Red Bull Didi Mateschitz.

Feature 4:

Kunstkontakt, 13'31''

Die Firma Kunstkontakt GmbH aus Dornbirn entstand aus einer Initiative zur Förderung zeitgenössischer KünstlerInnen und zur Vermittlung ihres Schaffens. Sie hat sich heute auf die Konzeption und Realisation von Kunstausstattungen für Hotels, Firmen und öffentliche Bauten spezialisiert. Gegründet wurde Kunstkontakt 2001 von Emilio Bietti und Heinz Mathis, Geschäftsleiter ist Thomas Häusle.

Mega Buster III – Modell für eine soziale Skulptur im öffentlichen Raum der Stadt Luzern

Installation 2008

Interpixel (Philippe Sablonier und Eva-Maria Würth)

Interpixel entwirft für Luzern ein Monument, das die symbolische Bedeutung des Löwenplatzes zwischen dem Löwendenkmal und dem Bourbaki Panorama als ›Zone des Friedens‹ stärken soll. Das Monument ist als begehbare Skulptur, als Ort der Begegnung und touristische Attraktion gedacht. Sie fügt sich in die Reihe der Luzerner Wehrtürme, will aber im Gegensatz zu diesen nicht Macht und Abwehr demonstrieren, sondern öffentlicher Anziehungspunkt sein. Die Idee zur Schaffung der Skulptur nimmt ihren Anfang im Jahr 2006, als Eva-Maria Würth und Philippe Sablonier aus Anlass des 125-Jahr-Jubiläums des Bourbaki-Panorama-Bildes in Luzern das Kunstprojekt ›Mega Buster‹ lancierten, mit dem sie die gesellschaftspolitische Frage zu Kriegsspielzeug, Medienkonsum und Jugendgewalt aufgriffen. In Anlehnung an die historische Entwaffnungsszene des Panorama-Bildes ›entwaffneten‹ sie in einer aufwändigen Kunstaktion heutige Waffenkammern: die Schweizer Kinderzimmer. Sie tourten quer durchs Land und suchten das Gespräch mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen und überzeugten sie, ihre Spielzeugwaffen abzugeben und sich damit am Kunstprojekt zu beteiligen. Das eingesammelte ›Kriegsgut‹ verbauten sie zu einer Installation im Kunstpanorama. Zum Abschluss der Ausstellung verschrotteten sie es in einem öffentlichen Schauprozess mit einem Bulldozer auf dem Löwenplatz, an dem Ort, an dem die Skulptur zu stehen kommen soll. Der Waffenschrott wird das Fundament zur Skulptur bilden.

Seit dem Jahr 2000 entwickelt das Künstlerduo Interpixel Strategien, mit denen die gesellschaftliche Wahrnehmung von Wirklichkeit hinterfragt und mit dem am Diskurs beteiligten Publikum neu gestaltet wird.

www.interpixel.com

MocMoc

Installation 2008

COM & COM (Johannes M. Hedinger und
Marcus Gossolt)

Im Rahmen eines Wettbewerbs für die Neugestaltung des Bahnhofplatzes Romanshorn wurde 2003 nach einem Identität stiftenden Kunstwerk für das Städtchen am Bodensee gesucht. Das Künstlerduo COM & COM bekam für seinen Vorschlag, eine zum Ortsnamen passende Legende samt dazugehörigem Fabelwesen zu kreieren, den Zuschlag. Die bunte Figur MocMoc mit dem pochenden Herz wurde von breiten Kreisen der Bevölkerung und vor allem von Kindern geliebt. Sie inspirierte die Confiserie Köppel zur Kreation neuer Spezialitäten und wurde sogar von lokalen Vereinen als Fasnachtsujet angeeignet. Bis herauskam, dass die angeblich wiederentdeckte Gründungs-Legende von einem Fabelwesen aus dem See, das Roman sein Horn zur Verfügung stellte, damit er die Bevölkerung warnen konnte, von den Künstlern frei erfunden war. Der Kunststreit rund um MocMoc spaltet seitdem nicht nur die Gemeinde Romanshorn, sondern auch Kunstkreise. So wird z.B. diskutiert, ob Kunst provozieren müsse, um überhaupt noch wahrgenommen zu werden und ob Provokation ein legitimes Mittel sei, unsere Gesellschaft zu verändern oder bloss eine strategische und verkaufsfördernde Massnahme. Schliesslich musste in gutschweizerischer Manier eine Volksabstimmung über den weiteren Verbleib des Denkmals entscheiden.

Interessant im Fall von MocMoc ist der Umstand, dass hier das Kunstwerk seinen autonomen Status nicht mehr länger aufrechterhalten kann sondern zum Gegenstand von Aushandlung und Aneignung durch ganz unterschiedliche Akteure wird. Der Konflikt dreht sich in Romanshorn deshalb auch um die Frage der Definitionsmacht. Während die Künstler – und der Kunstbetrieb, der hinter ihnen steht – nur im Moment des Bruchs glaubwürdig vorführen können, dass sich Kunst von anderen (banaleren) Erscheinungen des Alltags durch ein ganz spezifisches Selbstverhältnis ihrer Akteure unterscheidet, fühlen sich normale DorfbewohnerInnen, die sich von MocMoc unterhalten und zu eigenen Träumen verführen liessen, genau dadurch plötzlich bewertet und vorgeführt.

Johannes M. Hedinger (1971) und Marcus Gossolt (1969) sind Künstler und Medienaktivisten und leben in Zürich und St. Gallen.

→

Video:

>10vor10<-Beitrag vom 10.2.2004,
Schweizer Fernsehen

Vitrine:

Spezialitäten der Confiserie Köppel

Romanshorn:

- MocMoc mit feiner Pralinék nusperfüllung und Grand Cru Schokolade (3-er Verpackung Fr. 9.90 / 6-er Verpackung Fr. 18.90)
- Grosse Auswahl an Comictorten mit vielen beliebten Sujets wie z.B. MocMoc oder Spongebob (Comictorten gross Fr. 85.00 / Comictorte klein Fr. 65.00)

www.com-com.ch

www.mocmoc.ch

koeppel.mono-hq.com

Mount of India

Video und Hörstelle 2007 / 2008

Flavia Caviezel

Das Photostudio Titlis in der Bergstation der Titlisbahn stellt eine Art ›Mikrokosmos‹ dar, in dem sich die Dynamik interkultureller Aushandlungsprozesse vielfältig äussert: TouristInnen und DienstleisterInnen treffen hautnah aufeinander, wenn die Gäste für die Fotografie vor einer Titlis-Tapete mit alpiner Kleidung und verschiedenen Accessoires ausgestattet werden. Während dieser Vorbereitungen für die (Selbst-)Inszenierung werden Fremd- und Selbstbilder verhandelt. Das Fotosetting widerspiegelt Imaginationen ruralen alpinen Lebens, ausgestaltet durch verschiedene Versatzstücke (Kleider, Accessoires) und angeordnet in einer künstlichen Landschaft, die durch einen Berg repräsentiert wird, der stellvertretend für den alpinen Raum steht – den Titlis als Imaginationen- und Sehnsuchtslandschaft.

2006 haben insgesamt 284000 InderInnen die Schweiz besucht, davon rund 45000 den Titlis. Als Reisedestination ist die Schweiz für die indische Oberschicht kein Novum. Seit der Unabhängigkeit 1947 reisen regelmässig InderInnen hierher. Neu ist jedoch das massive Wachstum Ende der 1990er Jahre mit jährlichen Zuwachsraten gegen 30 Prozent. In Prospekten indischer Reiseveranstalter wird der Titlis »Mount of India« genannt und, wie die Schweiz allgemein, als Symbol für Schönheit der Natur mit schneebedeckten Bergen, pastoraler Landschaft, klarem Wasser und reiner Luft angepriesen. Die in der Ausstellung gezeigten Bild- und Tonsequenzen sind grösstenteils Ausschnitte der DVD ›Mount of India‹, die im Forschungsprojekt ›Und plötzlich China!‹ der ZHdK entstanden ist.

Flavia Caviezel (1964) ist Visuelle Ethnologin und Videastin und lebt in Zürich.

Konzeption, Kamera, Ton und Schnitt:

Flavia Caviezel

ProtagonistInnen: Team Photostudio Titlis

(Tony+Fränzi Camenzind, Romiglia Eckert,

Pia Infanger, Verena Mathis), Indische

Reisende (u.a. J. Poornima, P.S.+Hema

Sridhara Krishnan, Vinod Ajmera, Priti

Gokani, V.+Vasantha Viswanathan,

Ashok+Heer Chhabria), Gabriela Faber.

Produktion: Institut für Theorie ith /

Zürcher Hochschule der Künste

→

Dank an alle gefilmten und befragten ProtagonistInnen, den Mitarbeitenden von Hotel Terrace und Titlis Rotair (André Küttel, Rayo Choksi, Alex Wang, Tom Gessler, Josefa Portmann, Gianni Theler), Nilufer Mistry (SOTC), dem Forschungsteam ›Und plötzlich China! Das Setting Schweiz im globalisierten Tourismus‹ (Peter Spillmann, Marion von Osten, Angela Sanders, Nika Spalinger, Michael Zinganel), dem Talmuseum Engelberg (Nicole Eller), Beat Christen, Wendelin Odermatt, Franz Reichle, Anisha Imhasly, Urs Keller und Pierre-Emmanuel Jaques.

Hörstelle:

Track 1 5'45"': Tony Camenzind, Betreiber Photostudio Titlis

Track 2 3'40"': J. Poornima, P.S.+Hema Sridhara Krishnan, Vinod Ajmera, Priti Gokani, indische Reisende

Track 3 3'10"': Gabriela Faber, Hotelierstochter Engelberg

No-Go* oder The Exorcist revisited

Installation 2008

Bettina Allamoda

Modernes Eventmarketing trifft Truppenunterhaltung und macht auch nicht vor Kriegsschauplätzen halt. Im Gegenteil: 2004 machte Nik Gurander eine eher zufällige Entdeckung. Abgestellt, um mit einer Gruppe von Soldaten eine archäologische Fundstätte im irakischen Hatra zu bewachen, hatte der Kapitän der US-Armee während seines Dienstes den Film ›Der Exorzist‹ in seinen Portable DVD-Player eingelegt. Überrascht stellte er fest, dass er sich genau an dem Originalschauplatz befand, an dem Regisseur William Friedkin 1973 die Anfangssequenz seines Horrorklassikers gedreht hatte, in der die Skulptur eines archaischen Dämons ausgegraben und so das Böse freigesetzt wird. Aus dieser Koinzidenz entstand eine unternehmerische Idee: Mit Unterstützung des Pentagon wurden Gelder bereitgestellt, um den ›Exorcist Theme Park‹ im Irak aufzubauen. Bettina Allamoda hat für die Ausstellung dieses bemerkenswerte Zusammentreffen von archäologischen Originalen, Hollywood und Kriegsschauplatz in der Form eines Themenpark-Displays und Wegweisers zur Mediatisierung von Archäologie, Kriegsalltag und Tourismus umgesetzt.

Bettina Allamoda (1964) ist Künstlerin und lebt in Berlin.

Purple Yeahh – a 16mm snowboard freedom collage

Video ca. 40' 2007

Yeahh Productions (Daryl Hefti und Martin

Luchsinger)

»Yeahh, we've had epic days, good shots and amazing terrain the whole week, but here's a little something, that could happen too. One of the two of our crews, consisting of Iker Fernandez, Gary Greenshields, Severin de Courten, Filmer Tom Elliott and Photog Antxon had two good Kickers ready to ride, but both got rain during the night, so the landing was a very wet wet wetness. Oh... and let us introduce our new Yeahh Filmer Tom Elliott: Spot on guy, good attitude and motivation. Here's a chill out moment after realising, the hike up might be only worth to get a nice panorama.«

Was geschieht, wenn Snowboarder auch Malen, Fotografieren, Musizieren und darüber auch noch gleich einen Film drehen? In Purple Yeahh werden die üblichen Aufnahmen von Jumps und Rides mit kurzen Sequenzen verschiedener Formen der Kulturproduktion, mit denen sich die Protagonisten in ihrem sonstigen ›Alltag‹ beschäftigen zusammen geschnitten. So entsteht ein experimentelles, kollektives Selbst-Porträt von Akteuren der Independent Snowboard-Szene. Der Freestylecharakter des 35-minütigen Films wird durch die Wahl der Technik noch unterstrichen, gedreht wurde mit einer **16mm Kamera**.

Yeahh Productions ist das Label des Filmemachers Daryl Hefti (1982) und des Filmproduzenten Martin Luchsinger (1975), beide leben in Zürich.

Starring: Cheryl Maas, Tonton Holland,

Tyler Chorton, Iker Fernandez, Steve

Gruber, Morgan le Faucheur, Alex

Schmaltz, Friedl Kolar, Beckna, Danny

Wheeler, Severin de Courten, Daniel

Rietmann, Chris Kröll, Tato Chiala

Gast: Frederik Kalbermatten

Regie: Daryl Hefti, Martin Luchsinger, Paul

Watt

Kamera: Daryl Hefti

Schnitt: Jessie Fischer

Design und Artwork: Christina

Neuenschwander

Musik: Konie, Michael Staron Gruber,

M. Schori

DVD authoring: Tazio Cavegn



Special effects: Alex Post

Produktionsleitung: Martin Luchsinger

Schauplätze: Trysil, Whistler, Crans-

Montana, Ischgl, Auron, Mayrhofen, Brig

(VS), Stoos, Riksgränsen, Arlberg, Cervino,

Andermatt, Avoriaz, Sestriere

www.yeahhproductions.com

Real World Tagging

Interaktives Informationssystem 2007

Dominik Stocker und Max Spielmann,

Institut HyperWerk

Im Zentrum der Arbeit steht die Entwicklung eines Werkzeuges zur Co-Produktion und Distribution nicht mehr zentral kontrollierter Erzählungen über frei wählbare Orte. Das Informationssystem Real World Tagging existiert vorerst als Prototyp unter der Bezeichnung ›FRITSH‹ und entstand im Rahmen einer Diplomarbeit im Institut Hyperwerk an der Fachhochschule Nordwestschweiz / Hochschule für Gestaltung und Kunst. Die auf Mobiltelefon und Internet basierende Applikation erlaubt es, zu einem beliebigen Ort persönliche Berichte und Kommentare in Form von Text, Bild und kurzen Videosequenzen zu hinterlegen, die von späteren BesucherInnen – z.B. als Alternative zu offiziellen Informationen oder Reiseführer – vor Ort wieder abgerufen werden können. ›FRITSH‹ ermöglicht so einen ortsbezogenen, zeitunabhängigen Austausch unter Gleichgesinnten. ›FRITSH‹ wurde im August 2007 in der UNESCO Welterberegion Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn in Zusammenarbeit mit dem International Scout Centre Kandersteg getestet. Es wurde überprüft, ob und wie eine internationale Gruppe von Jugendlichen mit ähnlichen Interessen die Möglichkeit nutzt, ortsspezifische Informationen zu sammeln, zu hinterlegen und auszutauschen. Das Projekt lieferte erste Erkenntnisse über Community-Mechanismen und deren Bedeutung für die Konzeption und Erlebbarkeit von touristischen Attraktionen und ›Themenparks‹ wie z.B. eines Welt-Naturerbegebietes.

<http://www.realworldtagging.org>

Prototyp selber testen:

- Web-Browser des Handys starten.
- <http://fritsh.com> besuchen.
- Erlebnisse vor Ort mit andern austauschen.

Red Bull

Kühlschrank

Red Bull AG (Schweiz)

»Wahr ist, dass die Idee Red Bull in Österreich auf den Markt zu bringen 1984 entstand. Dass alles, was für uns heute selbstverständlich ist, in langen drei Jahren mit viel Liebe zum Detail erarbeitet worden ist. So entstand die Positionierung ›Red Bull belebt Geist und Körper‹ und der geflügelte Satz ›Red Bull verleiht Flügel.« So die Selbstdarstellung der Geschichte auf Red Bulls mit Flash aufwendig gestalteter Website. Tatsache ist, dass der Energydrink Red Bull seit 1994 kontinuierlich nach Deutschland und Europa, nach Nord- und Südamerika, Australien und Asien expandiert und dass die Red Bull Erfolgsgeschichte als Schulbuchstory im Bereich der Vermarktung von Lifestyle-Produkten fest zum Lehrplan fast aller Betriebswirtschaftsstudiengänge auf Hochschulen und Universitäten zählt. Ein Teil des Erfolgs hängt damit zusammen, dass Red Bull konsequent auf Eventmarketing setzt und laufend neue Fun-Sport-Ereignisse initiiert oder sponsert. Dazu gehören Events wie ›Natural Thrill‹, ›Crashed Ice‹, ›Feuertaufe‹, ›Triathlon für Helden‹, festivalartige Veranstaltungen wie ›Airborne‹, ›Red Bull Art of Motion‹ oder ›Red Bull Access all Areas‹, wo geschickt Motive aus Street Art, Graffiti, Snowboard-Szene und Freestyle zu ständig neuen ›sub‹-kulturell anmutenden Formaten aufgemischt werden. Red Bull gibt unter dem Titel ›7skymagazine‹ das einschlägige Magazin für Funsport und Events gleich selbst heraus. Der ›Red Bull Illume Image Quest‹ 2006 ist der erste je durchgeführte internationale Fotowettbewerb für Action- und Adventure-Sport-Fotografie. Seit 2003 betreibt Red Bull aus »Liebe zur Fliegerei und zur Kunst« mit dem Hangar-7 auf dem Flughafen Salzburg für die Flugzeugsammlung des Patrons sogar ein eigenes Museum, »ein Platz der Phantasie und der Begegnung, ein erhebender Ort«. Ein daran angeschlossenes Kunstprogramm unter dem Name ›HangART-7‹ hat es sich zum Ziel gemacht, »kontinuierlich junge Talente und ihre Karrieren zu fördern« und wird von der ehemaligen Bundeskuratorin Lioba Reddeker kuratiert.

www.redbull.ch

www.7skymagazine.ch

www.redbullillumine.com

REINSWOOD

Installation 2008

Oliver Hangl

Ausgangspunkt für die mehrteilige Arbeit ›REINSWOOD‹ von Oliver Hangl bildete die Einladung zu einem Projekt für Kunst im öffentlichen Raum in einem 900 Seelen-Ort, der von den üblichen Problemen einer Gemeinde in der ländlichen Peripherie gekennzeichnet ist – aber auch von ungewöhnlichen kulturellen Aktivitäten. Der Ort realisiert aus eigener Initiative seit einigen Jahren regelmässig aufwändige Theaterproduktionen. Möglich ist das nur dank des stets nebenberuflichen Engagements einiger lokaler Akteure und deren künstlerischen und organisatorischen Talenten. Oliver Hangl erklärte deshalb Reinsberg kurzerhand zum ›Künstlerort‹ und damit zur Bühne, auf der sich kollektive und individuelle Selbstdarstellung manifestieren können. In Anlehnung an Hollywood schlug er als erstes vor, einen fünf Meter hohen und 30 Meter langen Schriftzug ›REINSBERG‹ in den Hügel über dem Dorf zu stellen. Als zweites veranstaltete er ein Foto-Shooting auf dem Kirchenplatz, bei dem die Bewohner von professionellen Stylisten und ›Makeup-Artists‹ eingekleidet und geschminkt wurden. Die spielerische Neudefinierung von Reinsberg als Ort eines permanenten Imagetransfers findet seinen Abschluß in Oliver Hangels Komposition einer eigenen Dorfhymne. Durch die Arbeit vor Ort entwickelten sich persönliche Beziehungen. Die vorerst nicht vollständig finanzierte Realisierung des Schriftzugs am Hügel haben die Akteure vor Ort am Ende selber in die Hand genommen und derzeit wird eine nächtliche Beleuchtung installiert. Als Vorbereitung für die ca. 20-minütige Lecture-Performance zur Eröffnung der Ausstellung kehrte er kürzlich nochmals nach Reinsberg zurück.

Oliver Hangl (1968) ist Künstler und lebt in Wien.

www.ollivood.com/reinswood.html

The Palm Trilogy

Promotionsvideos der Firma Nakheel

»The Ruler of Dubai drew a sketch of a palm tree, realising its fronds would provide more beach frontage than a traditional circular island. From this insight, the idea of The Palm was born and the trilogy of islands envisioned.« So die Legende zur Erfindung des Palmenprojekts, wie sie auf der firmeneigenen Webseite erzählt wird. Der Herrscher von Dubai ist gleichzeitig Premier Minister und Vizepräsident der Arabischen Emirate und heisst Mohammed bin Rashid Al Maktoum. Er gilt als grosszügiger Wohltäter und Spender und neben Investitionen in die Bildung »stiftete« er auch das Unternehmen Nakheel, das in den letzten Jahren mit seinen Tourismusprojekten weltweit Furore gemacht hat. Ziel des Palmenprojekts ist es, Dubais Problem der »Küstenknappheit« zu lösen. Schon vor 20 Jahren wurde die Küstenlinie Dubais neu gestaltet. Damals entstand der grösste von Menschen geschaffene Hafen. Nun werden vor der Küste die grössten je geschaffenen Inseln aufgeschüttet, spektakulär vor allem auf Grund ihrer Zeichenhaftigkeit. Neben den drei Palmen entsteht auch »The World«, 300 neue Inseln, die zusammen die Umrise einer Weltkarte bilden. Wenn die Projekte »The Palm Trilogy«, »The World« und »Waterfront« abgeschlossen sind, wird die Küstenlinie von Dubai mehr als 600 Meilen länger sein. Nakheel ist im Bereich der Entwicklung von Ferienresorts, Marinas und Freizeitanlagen global tätig. Neben den Projekten in Dubai betreibt Nakheel weltweit bereits mehrere Luxushotels beispielsweise das »Mandarin Oriental« in New York oder das »One & Only Palmilla« in Los Cabos in Mexiko. Zur »Philosophie« des Unternehmens heisst es auf der Website weiter: »Nakheel is more than a company – it is a belief.«

Touristische Infrastrukturprojekte in Dubai:

- The Palm Jebel Ali (in Planung)
- The Palm Jumeirah (weitgehend realisiert)
- The Palm Deira (in Planung)
- The World (in Bau)
- Waterfront (in Planung)
- Dubailand (im Bau)

www.nakheel.com

www.thepalm.ae

www.theworld.ae

www.dubailand.ae

Viewpoint

Installation 2008

Michael Zinganel in Zusammenarbeit mit dem Forschungsteam Kunst & Tourismus

Es herrscht heute weitgehendes Einverständnis über die strukturierende Funktion des Blickes und der Bildproduktion für touristische Erwartungen, Erfahrungen und Erinnerungen. Tourismus kann dabei als Konsum von Zeichen und Bildern verstanden werden, wobei die bereisten und besuchten Orte laufend mit den schon vorher bekannten Ansichten aus den Medien, den Bildern von Freunden oder der Reiseliteratur abgeglichen werden. Das weit verbreitete Ritual des selber Fotografierens oder des sich vor der Sehenswürdigkeit Fotografieren Lassens kann aber auch als Akt der Aneignung von neuen Orten und Rollen verstanden werden. Tatsächlich zeichnen sich Erlebnisräume auch dadurch aus, dass sie immer wieder neue und überraschende Bühnen bieten, die es den Beteiligten ermöglichen, temporär in neue mitunter auch ungewöhnliche Rollen zu schlüpfen und so ausseralltägliche Erfahrungen zu erleben. Diese Praxis ist aber immer auch ein performativer Akt. Die Auswahl der Motive und Standorte sind Teil einer Selbstinszenierung, die geschossenen Bilder wandern in Alben oder Slideshows und werden zum visuellen Anker für Erzählungen über die Reise. Die Reisenden sind daher keineswegs passiv; sie produzieren gewissermassen Skripte und strukturieren ihre Reise so, dass sie Erfolg versprechende Bilder für die Erzählungen für ihre jeweiligen Zielgruppe mit nach Hause bringen können.

Michael Zinganel (1960) ist Architekturtheoretiker, Künstler und Kurator und lebt in Wien und Graz.

Fotostudio:

Eine Auswahl von typischen Arbeitskleidern aus dem touristischen Backstage-Bereich steht für das eigene Fotoshooting zur Verfügung.

Vögel

Foto Einladungskarte und Plakat
Peter Spillmann in Zusammenarbeit mit
dem Forschungsteam Kunst & Tourismus

Dean MacCannell, Autor von ›The Tourist‹, einem der theoretischen Standardwerke der Tourismusforschung, verwies in einem Referat auf die bemerkenswerte Tatsache, dass trotz allen Anstrengungen der Tourismusindustrie, uns immer neue und immer exklusivere Attraktionen zu verkaufen, Vögel immer noch eines der von TouristenInnen am meisten fotografierten Sujets sind. Am Ende ihres Ausflugs sitzen die erschöpften TouristenInnen auf einer Bank in einer Anlage neben dem Parkplatz oder auf der Promenade irgendeines berühmten Badeortes oder auf einer antiken Stufe irgendeines Weltkulturerbes und beobachten Tauben, Möwen, Schwäne oder Enten. Sie verfüttern ihnen ihr vom Frühstücksbuffet aufgehobenes und nun trocken gewordenes Brötchen und schiessen zwei drei Fotos, bevor sie mit allen andern zusammen wieder in den Bus einsteigen müssen. Vögel sind immer da, die kleine Attraktion am Rande, die sich den Kindern, den PensionistenInnen und den sprach- und ortskundigen Fremden gleichermaßen erschliesst, die ohne historisches oder kulturgeschichtliches Vorwissen emotional begeistert – ein fast ideales Spektakel also.

Peter Spillmann (1961) ist Künstler, Kulturarbeiter und Ausstellungsmacher und lebt in Berlin und Zürich.

Wellness Erfrischungskabine

Installation 2008
Gustavo Nanez in Kooperation mit dem
Forschungsteam Kunst & Tourismus

Wellness ist im Tourismus der Jahrtausendwende der Metatrend schlechthin. In den immer raffinierter werdenden Wellnesszonen und Wellnessanlagen von Hotels und Spas werden die aus der Medizin und Hygiene stammenden Technologien mit kulturellen Inszenierungen kombiniert und so ›besondere Orte‹ für Regeneration und Kontemplation geschaffen. Aber im Gegensatz zu den 1970er Jahren, als Bäder und Sportanlagen für die Massen gebaut wurden, scheint heute zu gelten: je exklusiver desto besser.

Erholung vom Arbeitsalltag stellt sich im Postfordismus nicht mehr ausschliesslich durch ein gemeinsames Natur- oder Sporterlebnis ein. Aufwändige Infrastrukturen, individuell angepasste, exotische Heilverfahren, raffinierte Details in der Gestaltung, ein ausgefeiltes Marketing und eine Menge unsichtbarer reproduktiver Arbeit im Hintergrund sind notwendig, um die gewünschten Effekte zu erzielen. Die Wellnessanlagen von heute sind auf Subjekte ausgerichtet, die ihre Kurzferienzeit gezielt für die Stressbewältigung und Selbstoptimierung zu nutzen wissen und sich diese auch leisten können und wollen. Die vom Tourismus ausgehende Wellness-Welle ist aber auch ein Beispiel dafür, wie Tourismuskultur Styles und Designs prägt, auf unseren Alltag und in unsere Wohnung hinein wirkt und sogar unser Verhalten beeinflusst.

Gustavo Nanez (1963) ist Musiker, Theatermacher und Performer und lebt in Zürich.

Weiland

Skulptur und Pressewand 2005 / 2008

Heinz Julen

Die ausgestellte Skulptur gehört zu der Serie ›Bergwürfel‹. Heinz Julen schreibt dazu: »Ich habe mich in dieser Arbeit mit dem Berg auseinandergesetzt. Anstatt ihn im klassischen Sinne zu malen, hab ich in den 1990er Jahren Würfel aus Zinkblech gebaut, welche ich von verschiedenen Gipfeln warf. Unten habe ich diese eingesammelt und fast dokumentarisch samt Plan und Erklärungen hinter Plexiglas geschützt ausgestellt. Der Berg hat sein eigenes Portrait von sich geschaffen. Im Würfel erkennen wir die Energie des Berges, der Berg hinterlässt seine Spuren.« Heinz Julen fühlt sich als Initiator und Inszenator verantwortlich für die Wirkung seiner Ideen und den Verlauf seiner Projekte. Andererseits sucht er den Moment, in dem er sich aus aktuellen Prozessen zurückziehen und alles ›abwerfen‹ kann: »Dieser Abwurf ist für mich immer ein unglaublicher Moment.« Die letzte Generation Würfel nennt Heinz Julen ›Weiland‹. Sie wurden vor dem Abwurf bunt bemalt und innen mit Steinen gefüllt, was zur Folge hat, dass die Würfel beim Absturz total zerfetzt werden. Die Teile setzt Heinz Julen dann wieder zu einer Plastik oder Skulptur zusammen. Mit seiner ›Bergwürfel‹-Arbeit bezieht er sich bewusst auf die amerikanische Pop-Art, das Format des Spektakels; Blech, Farben und Zertrümmerung erinnern an Stella oder Chamberlin. Einer breiteren Öffentlichkeit ist Heinz Julen allerdings durch seine architektonischen Projekte bekannt, z.B. ›Into the Hotel‹, einem eigenwillig gestalteten Hotel in Zermatt mit einer Bar mit mobilem Cheminée und einer Turmsuite mit Panoramabad, das kurz nach der Eröffnung wegen einem emotionalen Zerwürfnis zwischen ihm und seinen Geldgebern wieder geschlossen werden musste. Aktuell sorgt er mit einem Projekt auf dem kleinen Matterhorn international für Aufsehen. Im Zusammenhang mit dem Medienrummel rund um die ›Into the Hotel‹-Geschichte meint Heinz Julen, die Arbeit an den ›Bergwürfeln‹ sei für ihn fast zur Metapher geworden. »Plötzlich nimmt ein Projekt einen für mich nicht mehr kontrollierbaren Weg. Aus den liegen gebliebenen Teilen versuche ich dann erneut eine Situation zu schaffen, mit der ich leben kann.«

Heinz Julen (1964) ist Künstler, Designer und Architekt und lebt in Zermatt.

www.heinzjulen.com

Die Ausstellung entstand im Rahmen des
Forschungsprojekts ›Kunst & Tourismus‹
der Hochschule Luzern - Design & Kunst.

Konzept, Szenografie und Organisation:

Peter Spillmann, Michael Zinganel, Angela
Sanders

Grafik: Michel Steiner

Planung, Baukoordination und Technik:

Andrea Capella

Forschung: Ines Fischer-Gull, Angela

Sanders, Nika Spalinger, Peter Spillmann,
Nicole Wangler, Michael Zinganel

Die Ausstellung wird gefördert von:

Hochschule Luzern - Design & Kunst und
ifa Institut für Auslandsbeziehungen e.V.
Stuttgart

Mit freundlicher Unterstützung von:

Svenska Cellulosa Aktiebolaget SCA
Oftringen, SPILAG AG Laufen, Red Bull
AG Baar, Luft & Laune GmbH Zürich,
Geistlich Ligamenta AG Schlieren, Rudolf
Geiser AG Langenthal, Konditorei Köppel
Romanshorn

Dank an: Videowerkstatt Hochschule

Luzern, Shedhalle Zürich, Labor k3000
Zürich

**HOCHSCHULE
LUZERN**

ifa  **Institut für Auslands-
beziehungen e.V.**

www.hslu.ch/design-kunst

www.kunstpanorama.ch