

Kunst in die Produktion

Redesign Arbeiterclub wurde als Messestanddisplay entwickelt für:



Gezeigt wird ein ins Räumliche gekippter, dreidimensionaler (Verkaufs-)Prospekt, der einen berühmten Prototypen der sowjetischen Avantgarde der 20ziger Jahre des letzten Jahrhunderts, Alexander Rodtschenko's Arbeiterclub vorstellt.

Die Installation verarbeitet in der Art und Weise ihres durchgestylten Auftritts Methoden des Designs und will durchaus als Marketinginstrument wahrgenommen werden - eine Strategie, die künstlerischen Präsentationsweisen nur bedingt entspricht. Die Anordnung des Materials, seine farbliche Gestaltung und Montage spielt mit der Verführungskunst von Werbeflächen, gleichzeitig zitiert das Display Arbeitsweisen der Entstehungszeit des vermittelten Prototypen und nimmt den damals formulierten Anspruch "Kunst in die Produktion" wörtlich.

Eine Art Wandzeitung informiert anhand historischen Bild- und Textmaterials über das Phänomen Arbeiterclub, einer speziellen Form von Kultureinrichtung, bekannt in sozialistisch geprägten Gesellschaften, ein Modell wird präsentiert, Hinweise auf Kontaktmöglichkeiten liegen zur Mitnahme aus und es gibt ein Messecatering für die Standbesucher.

Somit handelt es sich um den Versuch, Interessenten zu finden, die bereit sind, sich für eine Wiederherstellung dieses Prototypen in aktualisierter Version und dessen Einbettung im zeitgenössischen Kulturbetrieb zu engagieren. Zielgruppe sind Ausstellungsinstitutionen wie Kunstvereine, Kunsthallen und Museen, Veranstalter von Biennalen und Kunstmessen, Galeristen und Künstler, die Projekte mit hohem theoretischen Vermittlungsansatz an ihr Publikum weitergeben wollen und dafür ein adäquates Ambiente benötigen.

Redesign Arbeiterclub bietet die Grundlage für die Ausarbeitung eines zeitgenössischen Kommunikationsmodells, das Ästhetik und Wissen im positiven Sinn "vermarktet". Zielsetzung ist also nicht die Anfertigung einer Kopie des Originals und dessen Präsentation in einem retrospektiven Ausstellungszusammenhang (sh. MOMA NEW YORK, KUNSTHALLE DÜSSELDORF 1998), sondern eine auf heutige Verhältnisse zugeschnittene Anwendbarkeit des im historischen Modell angelegten Nutzungskonzeptes (sh. auch 6. Werkleitzbiennale 2004), die sich an den Bedürfnissen kulturell arbeitender Institutionen ausrichtet, auch unter Berücksichtigung heutiger Anforderungen an Technikstandards.

BRIGITTE DUNKEL

Prototypisieren. Eine Messe für Theorie und Kunst

Bremen, Juli 2009, 272 Seiten

ISBN: 978-3-930924-14-1

Preis: 15 €

zu bestellen bei info@thealit.de

Eine erste Ausführung, der Inbegriff von etwas, das man sich vorstellt, ein Normalmaß, ein Testverfahren: das alles können Prototypen sein. Der Wortgeschichte folgend (gr. proto: vor), versteht man unter Prototypen oft "Vor-Bilder" oder "Vorlagen", auch die so genannten besten Beispiele. Prototypisieren kann als das Verfahren bezeichnet werden, das vor der Serienfertigung, also "vor dem Produkt" liegt, aber auch - und das ist thealits Anliegen - "vor der Theorie", "vor dem (Kunst)Werk". Prototypen sind eben auch Kunstwerk, Produkt und Theorie. Diese Möglichkeiten werden in einer Messe ausgestellt und gehandelt.

Herausgeberin(nen): Susanne Bauer, Ulrike Bergermann, Christine Hanke, Helene von Oldenburg, Claudia Reiche, Andrea Sick

Autorin(nen): Ilka Becker, Sandra Becker 01, Laura Beloff, Andrea B. Braidt, Doro Carl, Daemmstoffmafia, Daniela Dröscher, Brigitte Dunkel, Beate Engl, Sabine Falk, Sibylle Feucht, Christina Goestl, Shirin Homann-Saadat, Jokinen, Sabine Kullenberg, Verena Kuni, Christiane König, Petra Lange-Berndt, Ludwik-Fleck-Kreis, Mikki Muhr, Helene von Oldenburg, Irena Paskali, Tanja Paulitz, Rahel Puffert, Claudia Reiche, Therese Roth, Andrea Seier, Wantanee Siripattananuntakoon, Elke Suhr, Renate Wieser

Related Lab(s):

- Prototypisieren. Eine Messe für Theorie und Kunst (2008)