

# *artmeetsfashion*



Eine Ausstellung von [nurjungekunst.de](http://nurjungekunst.de)  
im Zollgewölbe der Praterinsel, München  
20.-22. März 2009

**Katalog/DVD zur Ausstellung**

## Inhaltsverzeichnis Katalog:

Wolfgang Ullrich - Seitenwechsel. Zu den neuen Allianzen der Kunst	S. 2
Kat Schütz - Who is afraid of Art and Fashion	S. 3
Gerd Stern - A la Mode	S. 13
Stefanie Staby - artmeetsfashion	S. 14
Kurzbiographien der beteiligten Künstler nurjungekunst.de	S. 20
Impressum	S. 29
Sponsoren	S. 30

### Inhalt DVD:

- Aufnahmen aller in der Ausstellung gezeigten Arbeiten mit der jeweiligen Katalogbeschreibung.
- Dokumentation der KunstModePerformance der AMD am Eröffnungsabend.
- Wir danken Holger Menzel für die Filmaufnahmen und deren Produktion.
- Wir danken Emma Brown von der AMD für ihren bemerkenswerten Einsatz und die Koordination der KunstModePerformance.

Wolfgang Ullrich

### Seitenwechsel. Zu den neuen Allianzen der Kunst

Innerhalb weniger Jahre hat sich in der bildenden Kunst eine Kehrtwendung vollzogen, deren Folgen erst allmählich absehbar werden. War es seit der Romantik und verstärkt im Zeitalter der Avantgarden eine Selbstverständlichkeit, die Kunst als kritisch-oppositionelle Instanz zur Gesellschaft sehen, als Sand im Getriebe der Mächtigen oder auch als Ort einer idealen Gegenwelt, so ist sie mittlerweile ganz unverhohlen zum begehrten Accessoire einer Celebrity- und VIP-Gesellschaft geworden. Sie hat sich auf die Seite der Sieger der Gesellschaft geschlagen. – Ein paar Belege für diesen Seitenwechsel:

Mit ihren Themen und Motiven bestücken Künstler wie Richard Prince und Takashi Murakami Handtaschen, Flagshipstores und Laufstege. Exklusive Previews und limitierte Editionen machen ihre Events und Objekte erst recht zu Statussymbolen.

Andreas Gursky feiert auf seinen Fotos die Events der Reichen und Schönen. Zugleich bietet er ihnen idealisierte Vogelperspektiven, die totalen Überblick über das Ganze sowie die Details vermitteln und damit Macht- und Kontrollphantasien bestärken. Kaum ein anderer Künstler hat so viele Promis unter seinen Kunden wie er.

Damien Hirst verwandelt Auktionen in Orgien, bei denen die Reichen ihr Vermögen zur Schau stellen, ihren Hang zum Luxus hemmungs- und grenzenlos ausleben, ihre Potenz genießen können.

Jeff Koons stellt in den Königsgemächern von Versailles aus, so als könnte man sich heutzutage wieder als Hofkünstler bewerben und betätigen.

Das erinnert aber auch daran, dass die bildende Kunst bis zum 19. Jahrhundert ebenfalls meist den Reichen und Erfolgreichen diente: sie unterhielt, repräsentierte und weiter adelte. Daher wird es vermutlich bald sogar nur als historischer Sonderfall erscheinen, dass Künstler für ein paar Generationen im 19. und 20. Jahrhundert bestehenden Machtverhältnissen ablehnend gegenüberstanden und diese als unwahr, korrumpiert, entfremdet oder lau empfanden. Vielleicht wird man sich dann auch wundern und es für abstrus halten, dass der Kunst überhaupt die Möglichkeit zugetraut wurde, nicht bloß Kritik zu üben, sondern aktiv zu einer anderen, einer besseren, einer heilen Welt beizutragen – diese gar vorzubereiten und durchzusetzen. Die Zeit, in der sich Künstler selbst als Führer und Fürsten, als absolutistische Machthaber von ihres Genius Gnaden zu deklarieren suchten, sind also vorbei.

Das ist sowohl zu begrüßen als auch zu bedauern. So ist zu befürchten, dass die Kunst ihre Dynamik, ja einiges ihrer spezifischen Kraft verliert, wenn ihre Akteure nicht mehr mit dem hehren Anspruch antreten, die Verhältnisse umzustürzen. Andererseits bedeutet es eine Entlastung und Befreiung, dass die Kunst keine Sonderwege mehr beschreiten will, sondern sich in den Reigen anderer Sinnstifter und Freudenspende einordnet, ja vor Allianzen nicht zurückschreckt.

Auch die Ausstellung 'Art meets fashion' zeugt von der neuen Kooperationsbereitschaft der Kunst. Statt sich über die durchaus weltlichen Wege und Ziele der Mode zu erheben, gehen die beteiligten KünstlerInnen offen und vorurteilsfrei auf den neuen Partner zu. Leitend ist nicht ein Geist der Distanzierung, sondern die Hoffnung darauf, sich gegenseitig zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen.

Ob allerdings der 'point of no return' bereits überschritten ist oder ob die Finanzkrise die Reichen und Mächtigen so treffen wird, dass sie nicht mehr so viel für Kunst übrig haben, während zugleich die Sehnsucht nach gesellschaftlichen Alternativen wächst, wird sich erst in den nächsten Jahren entscheiden. Nicht auszuschließen ist jedenfalls, dass demnächst Rufe nach einer Kunst wieder lauter werden, die von ihr ähnlich viel erwarten wie zu Zeiten der Avantgarde.

Kat Schütz

### **Who is afraid of art and fashion?**

Schlaglichter auf die aktuelle Beziehungsgeschichte von Kunst und Mode

Laufstege verwandeln sich in Kunstperformances, Schaufensterdekorationen gleichen Kunstinstallationen, Modelabels engagieren Künstler für ihre Kreationen, Künstler und Kunstförderer machen Werbung für Mode, Modekreationen und Modeschöpfer drängen in die Kunstmuseen und werden dort mit offenen Armen empfangen. Die Kunst- und die Modewelt gehen Hand in Hand durch die Straßen der Gesellschaft.

Es ist nicht ganz geklärt, ob die Mode der Kunst die Hand gereicht hat, es wird ihr des öfteren unterstellt, oder doch umgekehrt. Beide jedoch nahmen nicht ungern die jeweils andere Hand. Auch das Warum der Liaison wird diskutiert, aber nichts weiß man genau. "Maybe what was wrong with painting in the first place, was that girls couldn't carry it

around with them. Maybe what was wrong with fashion in the first place, was that it wasn't quite confusing or alienating enough." (Glenn O'Brien, purple fashion magazine, Ausgabe spring/summer 2008, S. 375). Bei genauerem Hinsehen gibt es jedoch Tatbestände, die diese Liaison begünstigen und auch verständlich machen.

### **Freiheit der Kunst**

Den historischen Ausgangspunkt nimmt die bekannte und viel diskutierte These der Freiheit der Kunst. Seit sie den "Herrendienst" und dem "Divertissement" (Theodor W. Adorno) den Rücken gekehrt hat, dient sie nichts und niemanden mehr, außer sich selber. Dieser Selbstverständlichkeitsverlust hat die Kunst zu noch nie dagewesenen Formen und Inhalten geführt, aber auch zu einer gewissen Orientierungslosigkeit und Frustration. Die Autonomie der Kunst war Wegbereiter der Auflösung definitiver Grenzen verschiedener Nachbardisziplinen, wie Architektur, Design, Literatur, Poesie oder auch Musik oder etwa die Mode. Es gibt diese eindeutigen Unterscheidungen seit den 1950er Jahren nicht mehr, Disziplinen gehen ineinander über. Und die Verbindung der bildenden Kunst mit der angewandten Kunst in Form der Mode (als zwei verschiedene Ausprägungen kreativer Betätigung) ist ein Fall von diversen.

### **Kunst bzw. Künstler als Marke**

Begünstigend kommt des weiteren die Entwicklung hinzu, dass der Begriff der Kunst zu einem Wertbegriff wurde (vgl. hierzu allg. Wolfgang Ullrich, Gesucht: Kunst!, Phantombild eines Jokers, Wagenbachverlag, 2007). Und dies ist als direkter Ausfluß aus der Freiheit der Kunst zu verstehen und seiner damit einhergehenden Unsicherheit, was denn nun Kunst noch sei. Begriffe sind zunächst eine willkommene Orientierungshilfe. „Die erste Orientierung wird uns vom Wort "Kunst" gegeben. Wir dürfen nie unterschätzen, was ein Wort uns sagen kann. Das Wort ist ja die Vorleistung des Denkens, die vor uns vollbracht wurde.“ (Hans-Georg Gadamer, Die Aktualität des Schönen, Reclam, 2006, S. 15). Dieses historische Vordenken, von dem Gadamer spricht, zusammen mit der herrschenden Unsicherheit mündet in einen Kunstbegriff, der eine Verkörperung von Idealen der Kunst ist. Die KUNST! wurde zur Marke. Doch das ist nicht alles. In unserer kommerziellen, künstlichen und mediengesteuerten Welt von Celebrities, Stars und Meinungsführern, werden nun die Künstler selbst zu Medienstars und schließlich zu Marken (vgl. hierzu allg. Isabelle Graw, Der große Preis - Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur, Dumont Verlag, 2008). Man liest dann beispielsweise

nur noch von einem "Hirst", der "(...) jetzt schon für 190 Dollar zu haben (ist)", da er eine Levi's Kollektion entworfen hat (Anke Schipp, Der neue Kunst-Stoff, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 4. Mai 2008, Nr. 18, S. 57). Und eine Jeans aus dieser Kollektion ist nun mal für 190 Dollar zu haben.

Die Kunst und der Künstler als Marke. Und mit Marken ist die Modewelt bestens vertraut. Wird die Modewelt nicht fast ausschließlich von Marken geführt? Und wie einfach ist es da, eine Marke mit der anderen Marke zu vereinen, um gestärkt aus dieser Verbindung herauszukommen?!

### **Partielle Rückbesinnung auf Schönheit**

Der dritte und letzte Punkt, der die Liaison von Kunst und Mode begünstigt, ist die Schönheit. Die Schönheit, die wieder in Künstler Munde ist, nachdem sie zuvor als oberflächlich und dekorhaft abgelehnt wurde, und nachdem die Kunst das absolute und fundamentale Postulat einer "kompromißlosen Reinheit" (Ad Reinhardt) überwunden hat. Wir stellen fest, "(...) dass Schönheit allgegenwärtig und dem Bedürfnis nach Schönheit in vielen Bereichen des Alltags und der Kunst größer denn je ist." (Martin Seidel, „Kunst und Schönheit – eine schwierige Liaison“, in: Kunstforum Bd. 191, Schönheit I, S. 41). Kunstzeitschriften und Kunstausstellungen widmen sich ihr. Die Schönheit, die leichtfertig auch mit dem Phänomen des Ästhetischen gleichgesetzt wird, die man heute anerkennt als mehrdimensional, heterogen und wandelbar. Die Schönheit, die heute nach Wolfgang Iser (vgl. allg. Wolfgang Iser, Grenzgänge der Ästhetik, Reclam, 1996) gar durch eine Überanstrengung in einen Ästhetikboom mündet. Die Schönheit, die in ihrer Steigerung zum Erhabenen wird (Kant). Die Schönheit, die "(...) wie eine Bürgschaft ist, daß aller Unordnung des Wirklichen, in all ihren Unvollkommenheiten, Bosheiten, Schiefheiten, Einseitigkeiten, verhängnisvollen Verwirrungen dennoch das Wahre nicht unerreichbar in der Ferne liegt, sondern uns begegnet. Es ist die ontologische Funktion des Schönen, den Abgrund zwischen dem Idealen und dem Wirklichen zu schließen." (Hans-Georg Gadamer, Die Aktualität des Schönen, Reclam, 2006, S.20). Doch auch ein alltäglicher Begriff der Schönheit, der von großen Teilen unserer Gesellschaft unhinterfragt getragen wird, erkennt die Schönheit als zur Kunst als auch zur Mode zugehörig an. Und so begünstigt auch eine erneute Hinwendung zur Schönheit und all seinen Auswüchsen die Liaison von Kunst und Mode.

### **Der Symbolwert der Kunst**

Doch dass Mode und Kunst zusammenhängen, ist an sich nicht neu. Theodor Adorno hat schon in den 1970er Jahren in seiner ästhetischen Theorie davon gesprochen, die Geschichten der Pop Art um Andy Warhol und Halston sind keinem mehr unbekannt. Und viel früher schon gab es diese Liaison amoureux. Marc Jacobs, der Stardesigner von Louis Vuitton, nahm dies als Inspiration für die eigene Kunst-Mode-Liaison: "(...) I always thought back to the time of Schiaparelli and Chanel and Cocteau, when all these creative people seemed to be doing things together. They were influenced by work of Pablo Picasso or Salvador Dali, and fashion and art had a dance, you know?" (Marc Jacobs im Interview mit Glenn O'Brien, INTERVIEW, Ausgabe June/July 2008, S.72)

Neu in der aktuellen Kunst-Mode-Diskussion ist hingegen der Aspekt, dass, wie bereits erwähnt, die Mode durch die Kunst einen Mehrwert erreichen möchte (vgl. hierzu auch Interview mit Chris Dercon, ARTINVESTOR, 01/2008, S.73), einen zusätzlichen Wert für ihre Marken. Es ist dies der "Symbolwert", den Kunstwerke als "symbolische Güter" besitzen. "Der Symbolwert drückt jene schwer dingfest zu machende, symbolische Bedeutung aus, die sich aus unterschiedlichen Faktoren – Singularität, kunsthistorische Zuschreibung, Etabliertheit des Künstlers, Originalitätsverheißung, Versprechen auf Dauer, Autonomiepostulat oder intellektuellen Anspruch – zusammensetzt." (Isabelle Graw, Der große Preis - Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur, Dumont Verlag, 2008, S. 32). Und diesen Symbolwert mit all seinen Facetten möchte sich die Mode zu eigen machen, von ihm profitieren.

Die Mode würde gerne als Kunst gesehen.

Die Kunst hingegen sperrt sich einem vice versa. Sie will bei aller erkämpften Freiheit keinesfalls als Mode gelten. Sie beharrt darauf, Werte der Ewigkeit und Unvergänglichkeit zu besitzen. Die Kunst bewahrt bei aller Liebe Abstand, auch wenn sie in ihrer Freiheit mit der Mode anbandelt. Die Kunst hat eine Vorreiterrolle, gute Kunst ist stets Avantgarde, die herausfordert, neue Sichtweisen zu etablieren versucht, die schließlich nach generationenlanger Kunsterfahrung in unseren Alltag, in unsere Kultur diffundiert. Und in diesen Alltag gehört auch die Mode. "ARTISTS DRIVE THE BUS" (Brief des Künstlers Gregory Amenoff, Letters to a young artist, Dart Publishing LLC., NY, 2008, S. 19), die Mode folgt. Die Kunst entscheidet über eine an sie herangetragene Kooperation, die sie bei Abnutzung ebenso schnell wieder aufkündigt, wie sie sie vielleicht eingegangen ist.

## Absichtsfälle in der Liaison

Man kann also ein Absichtsfälle in dieser Freundschaft ausmachen. Von Seiten der Kunst hören wir eine eher zweigeteilt-kritische Meinung.

Der Philosoph Hans-Georg Gadamer schrieb schon in den 1970er Jahren, um die Frage nach der Kunst zu beantworten: "(...) Designer können selbstverständlich bedeutende Künstler sein, aber sie haben ihrer eigenen Funktion nach eine dienende Aufgabe." (H-G. Gadamer, Die Aktualität des Schönen, Reclam, 2006, S. 26). Das Dienen hat ja, wie wir wissen, die Kunst schon lange hinter sich gelassen.

"Ein Modedesigner muß eine Menge Ideen haben, immer wieder etwas Neues für die kommende Saison entwerfen. Beim Künstler ist das anders. Hier geht es immer um dieselbe Frage, nicht ob Rosa oder Blau angesagt sind, sondern um eine Grundfrage des Lebens, und auf die wird immer wieder eine neue Antwort gesucht."

(Deutschland hat mich seit jeher fasziniert, Interview mit dem Künstler C. Boltanski, Die Welt, Samstag, 10. Mai 2008, S.31).

Oder auch Jessica Morgan von der Tate Modern, London, gibt zu bedenken, dass es negative Assoziationen sind, wenn die Vergänglichkeit und das Temporäre der Mode auf die Kunst überschwappen. Und sie warnt davor, die Person des Künstlers als Kunstwerk zu behandeln. (Glenn Waldron zitiert Jessica Morgan, Artist Relations, in: Wallpaper, März 2008, S. 108). Und doch ist diese Warnung schon lange in den Wind geschlagen worden. Der Künstler und sein Name sind schon lange zur Marke geworden. Der Künstlername im Sinne einer Marke ist Synonym für das Gesamtwerk und bürgt für Qualität und Preis. Und so läßt sich auch feststellen, dass Künstler "(...) heute nicht mehr nur für ihre Arbeit im engeren Sinne, sondern auch für Bedeutungsproduktion, Selbstinszenierung und Vermarktung verantwortlich" sind (Isabelle Graw, Der große Preis - Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur, Dumont Verlag, 2008, S. 110). Künstler werden in unserer Celebrity Kultur zu Stars, die ihr privates Leben, ihre Kreativitätsmethoden und Ateliers der Öffentlichkeit zugänglich machen. Und so kann man weiter konstatieren: "Brands mutated into superstars, superstars into brands, and art and fashion, which have been in cahoots at least since the advent of Pop Art, entered into – and maintain – an increasingly close relationship." (Kornelia Imesch, The art of appropriation in three "takes", in: Art&branding, Hrsg.: Hans-Jörg Heusser und Kornelia Imesch, Swiss Institute of Art Research, Zürich, 2006, S. 198f.)

Kritik aus Künstlerkreisen hagelte es auch für die beidseitig lukrative Zusammenarbeit des Künstlers Takashi Murakami und Louis Vuitton, die schließlich in einer Retrospektive im Museum of Contemporary Art in Los Angeles ihren Höhepunkt fand: Ein Louis-Vuitton-Shop war als Herzstück in die Ausstellung integriert. MONOPOL schrieb: "Der Künstler John Baldessari lästerte über die "Blockbustershow" (zur Eröffnung erschienen Tom Ford, Cindy Crawford, Naomi Campbell; Kanye West gab ein Konzert), die New York Times titelte, dies sei die „Herbstkollektion“ eines Künstlers, und nannte Takashi Murakami den "Heath Ledger des Kunstbetriebs" (Sebastian Frenzel, Die Welt ist flach, MONOPOL, 9/2008, S.52/53).

Olafur Eliasson hat ebenso eine kritische Meinung: "Ich habe keinen Zweifel daran, dass die Brand-Industrie schädlich ist", aber er möchte, "(...) dass die Kunst zum Teil der alltäglichen Welt wird", und so muss er mit diesen brand-dominierten Industrien zusammenarbeiten. "Wir können keinen Idealraum und keine Freizone schaffen, wo das verboten ist. Wir müssen nur verantwortungsvoll damit umgehen." (Holger Liebs interviewt O. Eliasson, Museen sind Schlaftabletten, SZ am Wochenende, 18./19. August 2007, S. 13).

Und die Künstlerin Vanessa Beecroft, die wie Murakami mit Louis Vuitton eine Kooperation einging, spricht offen von einer Instrumentalisierung durch den Luxuskonzern, die sie aber akzeptiert, da sie es in ihrer Kunst mag, benutzt zu werden (vgl. Eva Karcher, Interview, Vanessa Beecroft über Zwang, Süddeutsche Zeitung, Wochenende 21./22. Juli 2007, S. 166).

## Gegenseitige Instrumentalisierung und Inspiration

Wie auch immer: Die Liaison besteht trotz aller Kritik. Denn so wie die Mode die Kunst instrumentalisiert, sich einen symbolischen Mehrwert erhofft, so bedient sich die Kunst auf der anderen Seite der Mode als Ideenlieferant. Die glamouröse Welt der Mode stellt freizügig triviale oder tiefblickende, soziale, religiöse, historische und zutiefst menschliche Themen, Wünsche und Visionen zur Verfügung. Die Mode ist eine dankbare Oberfläche, an der sich die Kunst reiben kann. Die Mode liefert der Kunst einen ganz eigenen, visuellen Ansatz, die Gesellschaft und ihre Konventionen, ihre Auswüchse und Peinlichkeiten zu hinterfragen, sie zu überhöhen, sie zu karikieren, mit ihnen zu spielen. Und die Umsetzung ist dabei in Form und Inhalt höchst unterschiedlich, wie auch die Ausstellung 'artmeetsfashion' zeigt.

## Das dekorative Moment von Kunst und Mode

Im Spiel der gegenseitigen Inspiration und Instrumentalisierung ist auch das dekorative Moment von Relevanz. Auch wenn sich die Kunst der Dekoration im Sinne eines eindimensionalen, oberflächigen Zugangs, sperrt, so kann sie sich eines dekorativen Charakters trotzdem nicht verwehren. Das Dekor hat dabei tiefere Funktionen als allgemein angenommen. "Das Wesen der Dekoration besteht eben darin, daß sie jene zweiseitige Vermittlung leistet, die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich zu ziehen, seinen Geschmack zu befriedigen, und doch auch wieder ihn von sich wegzuweisen in das größere Ganze des Lebenszusammenhangs, den sie begleitet." (Hans-Georg Gadamer, Hermeneutik I, Wahrheit und Methode, Tübingen, 1990, S. 163). Die Mode übernimmt nun ganze Kunstwerke als Dekor und bannt sie als Druck auf Kleider. Hermès brachte beispielsweise im Juni 2008 eine streng limitierte Version seines weltbekannten Seidencarrés auf den Markt, das die typischen Farbvierecke von Josef Albers trägt. Miuccia Prada hat sich in der PRADA-Sommerkollektion 2008 von einem Künstlerduo namens 2x4 ein psychedelisches Feenmärchen-Kunstwerk entwerfen lassen. Doch nebensächlich, ob es sich um 2x4 oder Piet Mondrian handelt: "Ein in Mode oder Möbeldekor übernommenes Muster von Piet Mondrian ist, selbst wenn es genau kopiert sein sollte, kein Muster Mondrians mehr, da gerade das, was es als Kunst ausweisen sollte und worin seine Neuheit bestehen mochte, nur bemerkt werden kann, solange es auch als Kunst wahrgenommen wird." (Wolfgang Ullrich, Tiefer hängen, Wagenbachverlag, 2004, S.45). Und die Wahrnehmung ist hier eindeutig: Sie sieht ein Modestück, kombiniert mit der Erinnerung an ein Kunstwerk, das dieses Modestück, gebannt auf Stoff, trägt. Die Mode bleibt damit auf der Ebene der Geschmacksbefriedigung hängen, nachdem sie zuvor die Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat. Die Mode hat einen weiteren Verweis nicht zu bieten, Kunst schon. Die Schönheit der Kunst ist verschieden von der Schönheit der Mode, der Übertrag eines intellektuellen Anspruchs ist zu kurz geraten.

Dolce&Gabbana gehen noch weiter und benutzen das dekorative Moment auf zweifache Weise: Sie haben blumiges Dekor (von Künstlern?) per Hand auftragen lassen, so dass jedes Kleid (Sommerkollektion 2008) ein Unikat ist, in einer Auflage von nur hundert produziert und zertifiziert. Ein geschickter Schachzug: Auflage und Zertifikat sind Begriffe aus der Welt der Kunst. Sie verheißen Einmaligkeit, Seltenheitswert und unmittelbare Beziehung zum Meister des Werkes (vgl. hierzu Isabelle Graw, Der große Preis - Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur, Dumont Verlag, 2008,

## Originalität versus Aura

Und diese Begriffe verweisen gleichzeitig auf die Frage der Originalität. Mode erweckt nicht die Erwartung, Original zu sein. Kunst hingegen erweckt diese Erwartung schon. Doch Kunst in Zeiten der technischen und maschinellen Reproduzierbarkeit ist nicht mehr automatisch original. Walter Benjamin hat in diesem Zusammenhang vom Verlust der Aura eines Kunstwerkes gesprochen. "Die Aura entsteht aus der Einmaligkeit und Unwiederholbarkeit des Erlebten, einer Wirklichkeit, die nur an diesem Ort, zu dieser Zeit erfahren werden kann, die nicht festgehalten und mitgenommen werden kann und in diesem Sinn auch in der Nähe ewig fern, weil ungreifbar, bleibt." (Michael Hauskeller, Was ist Kunst?, beck'sche Reihe, 2005, S. 70). Oder ist die sogenannte Aura etwas, was nur in unserer Vorstellung existiert? Ist es nicht nur der Glaube an die fast übersinnliche Wirkung namens Aura? Was wäre denn, wenn ein Kunstkäufer im festen, aber fälschlichen Glauben wäre, er besitze ein Original, und er würde dieses Original lieben und von seiner einmaligen Ausstrahlung überzeugt sein. Er würde doch erst dann eine veränderte Wirkung seines Kunstwerkes feststellen, seine Liebe zu ihm ändern, wenn er von dem Betrug erführe. Oder nicht? Ist die Aura einfach nur ein hoffnungslos überschätztes Phänomen?

Reicht der Glaube an die Kunst also, dass Kunst Kunst ist? Und wenn es so wäre, könnte der Glaube auch bewirken, dass Mode Kunst ist? Ein Glaube, der dann durch Auflage und Zertifikat gestützt wird?

## Der Glaube und schließlich der Beweis

Der Glaube, dass Mode wie Kunst sein kann, wird aber noch anders geschürt: Modelabels und ihre Chefdesigner werben Künstler direkt an, für sie Mode zu entwerfen. So hat Tracey Emin für Longchamp eine Tasche entworfen, Damien Hirst hat für Levi's Jeans designt, und Louis Vuitton hat im Frühjahr 2008 die Nurse Paintings-Serie des Künstlers Richard Prince auf den Catwalk übertragen und die Models als Krankenschwestern laufen lassen, in der Hand die von Richard Prince entworfene Louis Vuitton-Tasche. Künstler machen Kunst, Künstler machen Mode. Nach einer mathematischen Operation der Gleichsetzung dieser zwei Gleichungen mit einer gleichen Variablen bedeutet dies: Kunst ist Mode. Wer kann schon den Gegenbeweis antreten?

Manche Designer werden auch zu Kuratoren. So Hedi Slimane, seit mehreren Jahren Chefdesigner von DIOR Homme. Er kuratierte im Sommer 2007 seine erste Kunstaussstellung für die Berliner Galerie Arndt&Partner, "Sweet Birth of Youth". Er zeigt auch eigene Arbeiten.

Überhaupt sind Designer des öfteren gleichzeitig Künstler. So auch Karl Lagerfeld. Er fotografiert und designt, wechselt virtuos von Kunst zu Mode und wieder zurück. Und das mit Erfolg. Ist das nicht Beweis genug? Das New Yorker Künstler-Designer-Duo Ruben und Isabel Toledo vereinen den Gegensatz in sich, indem sie privat wie beruflich zusammenarbeiten, sich gegenseitig inspirieren – sozusagen ein lebender Beweis der Mode-Kunst-Liaison.

### **Der Markt als Ziel der Kunst**

Vielleicht geht es aber bei der Kunst einfach nur darum, ein Stück des Marktes abzubekommen, den die Mode beherrscht. Denn:

“It (fashion) has always been, to a greater extent than art or literature, more linked to an economically valued production system – fashion is, after all, and not insignificantly, about making money.” (Elizabeth Currid, *The Warhol Factory*, Princeton Verlag, 2007, S. 21).

Die Kunst fährt hier zweigleisig. Sie hat zum einen in den letzten Jahren begonnen, die Verkaufsstrategien und die Marktform der Modeindustrie zu kopieren, indem sie ihre Galerien als coole Flagshipstores konzipierte und Kunstmessen auf der ganzen Welt einrichtete. “Dafür ist der vormalig einzelhändlerisch organisierte “Kunstbetrieb” zu einer Industrie mutiert, die anderen Kulturindustrien, wie der Film- oder Modeindustrie, immer ähnlicher wird.” (Isabelle Graw, *Der große Preis - Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur*, Dumontverlag, 2008, S. 153).

Zum anderen läßt es sich die Kunst gerne gefallen, dass einige Modelabels ihr Geld für eigene Artfoundations ausgeben, eine Einflußnahme in Kauf nehmend. Die bekannteste ist sicherlich die PRADA Fondazione in Mailand, die zeitgenössischen Künstlern ein wirklich wunderbares Forum bietet. Aber auch LA COLLEZIONE MARAMOTTI, die Kunstsammlung der Gründerfamilie von Max Mara, ist zu nennen. Oder FURLA, ein traditionsreiches Unternehmen bekannt für Taschen und Kleinlederwaren aus Bologna, das jährlich den Kunstpreis “Premio Furla per l’Arte” an junge Künstler vergibt. Salvatore Ferragamo hat in Chelsea, NY, gleich eine eigene Galerie eröffnet, einfach überhalb seines Flagshipstores auf der 5th Avenue. Das Kunstengagement von Hugo Boss kennt man sowieso und die Liste ließe sich noch weiterführen.

Mode drängt auch direkt ins Kunst-Museum. Komplette Ausstellungen widmen sich als Retrospektive einem einzigen Designer. Der Designer Giorgio Armani stellt im New Yorker Guggenheim Museum aus, Christian Lacroix im Frühjahr 2008 im Pariser Musée des arts décoratifs,

Martin Margiela im März 2009 im Münchner Haus der Kunst. Doch die Museen danken es, denn die Modeausstellungen sind nicht nur Publikumsmagneten, meist werden sie auch von den Labels direkt gesponsort. Die Museen können mit ersehnten Geldeinkünften rechnen.

Mode gibt ihr Geld also an die Kunst weiter. Und es geht einmal mehr um den erhofften Mehrwert durch den Sinntransfer von Kunst zu Mode, durch die museale Adellung der Mode. Mode im Museums- bzw. Kunstkontext wird zu einem historischen Zeitdokument. Ab diesem Augenblick wird sie jedoch ihrer Lebendigkeit beraubt, verändert sich grundlegend.

Zugegeben: mit respektvollem Abstand betrachten wir sie nun und der Respekt der Betrachtung geht weit über die von ihr repräsentierte Hülle hinaus. Und doch: Die Mode hatte doch zum Zeitpunkt ihrer Entstehung nie wirklich den Willen, ausschließlich Kunst zu sein. Sie würde es gerne zusätzlich sein, sozusagen als Sahnehäubchen, als das Tüpfelchen auf dem “Mode-i”. Ist das möglich? Wer entscheidet? Liegt es im Auge des Betrachters? Ist es der Kontext? Der Wille?

### **Die Verführung und der Wille hinter allem**

Die Liaison von Kunst und Mode verführt des öfteren, das eine mit dem anderen zu verwechseln oder gar gleichzusetzen. Wenn Künstler Designer werden, Designer Künstler, wenn Mode in Kunstmuseen gezeigt wird und Kunstwerke im Modekontext, dann verliert man die Übersicht. Grenzen fließen.

Und doch muß immer wieder konstatiert werden: Kunst und Mode sind grundverschieden.

Bei Mode geht es um das Verhüllen. Mode schenkt uns ein Kleid, um unser Selbst zu schützen, es zu verstellen, je nach Bedarf, Lust und Laune. Sie ist Ver-Kleidung. Mode will getragen werden, gelebt, berührt. Und so ist sie vergänglich. Der Träger, die Trägerin ist für die Mode absolut nötig. Erst er/sie macht die Mode durch seinen/ihren Körper zu dem, was sie ist. Ein tragbarer, erlebbarer Traum, der ohne die Bewegung, ohne den Hauch des lebendigen Körpers zum Tode verurteilt ist. Mode dient dem Körper. Anders die Kunst.

“Die Kunst existiert aus sich heraus, sie muß nicht in die Welt hinausgetragen werden, sie hat ihre Werte in sich beschlossen. Sie braucht nur den Betrachter, und der kann sie solange und sooft betrachten, wie er will. Nie wird sie sich abnutzen (...).” (Hanno Rauterberg, *Und das ist Kunst?!*, Fischerverlag, 2007, S. 150). Kunst braucht diesen Träger tatsächlich nicht. Sie braucht keinen Körper. Sie ist

für sich allein. Sie ist frei und dient nicht. Berührt werden will sie schon gar nicht. "(...) Schönheit ist ihre höchste Bestimmung. Not erfand die Kleider, und was hat Not mit der Kunst zu tun?" (G.E. Lessing, Laokoon, Reclam, 2006, S. 53). Bei Kunst geht es um das Enthüllen. Das Selbst, das Leben, die Wahrheit sollen enthüllt und erfahren werden.

Verhüllen versus Enthüllen. Gegensätzlicher kann es nicht.

So belassen wir es zum Schluß bei einem versöhnenden Zitat:

"Art is art. Fashion is fashion. Art will never be fashion. Fashion will never be art. But that doesn't mean they can't fuck. Or fight. Or both! Who wouldn't pay to watch that?"

(Glenn O'Brien, purple fashion magazine, Spring/Summer 2008, Vol. III, Issue 9, S. 375)

### **A LA MODE** – von Gerd Stern, New York 1/3/09

when we all scream  
for ice cream show pie  
on the runway catwalks  
as if wow were meow  
jiggling without bustenhalters  
under metallic sparklings  
silvered stiletto stalkers  
sheathed blumenform silkies  
big up bash for fash flash  
hopping hippity transparence  
scenes of backbeat funk  
heavy duty de sign duds  
would be abusers follie  
deliver dumbluck prophecies

like all jeans are not blue  
if when red's dead  
white's never black

Gerd Stern ist 1927 in Saarbrücken geboren, 1936 Emmigration in die USA, lebt und arbeitet in New Jersey und Jamaica.

Er ist Poet, Multimedia- und Lebenskünstler, Mit-Gründer der Künstlergruppe USCO, verbunden mit den Beatniks Allen Ginsberg und Carl Solomon, Woodstockmultimedia-Verantwortlicher, Playboy-Journalist, Harvard-Referent

### **Artmeetsfashion** – von Stefanie Staby

„Kunst muss, will sie sich nicht ausverkaufen, der Mode widerstehen, aber auch sie innervieren, um nicht gegen den Weltlauf, ihren eigenen Sachgehalt, sich blind zu machen.“

Theodor W. Adorno

Mode ist ein umfassendes, soziales Phänomen, dem sich die Kunst nicht entziehen kann. Sie integriert kulturell verfügbare Zeichen und Codes und nähert sich der Kunst. Zeigte die scheinbar beiläufige Darstellung von Mode, Kleidung und Schmuck in der Kunst früher den Status eines Porträtierten, befreite sie sich von dieser eindimensionalen Funktion und wandelte sich zur emanzipierten Größe. Mit der zu Beginn des 20. Jahrhunderts einsetzenden Entwicklung zur Erweiterung des Kunstbegriffs und der Entauratisierung des Kunstwerks durch seine technische Reproduzierbarkeit begann die Kunst ihre Grenzen zu überschreiten und sich der Mode anzunähern.

Elsa Schiaparelli ließ in Kooperation mit Salvador Dali Anzüge fertigen, Jean Cocteau zeichnete Kleider von Coco Chanel. Die Künstler des russischen Konstruktivismus, des Bauhaus, des italienischen Futurismus, sie alle begannen sich mit dem Thema Kleidung und seinem teils skulpturalen Charakter auseinanderzusetzen. Andy Warhol fertigte später Papierkleider und Sylvie Fleury, "Enkelin" dieser Entwicklung geht so weit, Schuhe, die mit Mustern von Piet Mondrian geschmückt sind, auf Podeste, die mit den ikonographischen „Markenzeichen“ solch anerkannter Künstler wie Jackson Pollock oder Josef Albers versehen sind, zu stellen.

Diese vielfältigen Ausdrucksformen zum Thema Mode in der Kunst wurden allerdings bis dato selten in Gruppenausstellungen gezeigt. Diese Lücke wollen wir mit 'artmeetsfashion' ein Stück weit schließen, indem wir eine Reihe spannender junger, aber auch zum Teil bereits international anerkannter Positionen zu diesem Thema zeigen. Überwiegend widmeten bis dato Museen einzelnen Designern große Schauen, wie im Moment auch aktuell das Haus der Kunst in München dem Designer Martin Margiela. 2008 zeigte das Metropolitan Museum New York "Superheroes: Fashion and Fantasy" mit Kreationen internationaler Designer wie Thierry Mugler, Jean Paul Gaultier oder Alexander McQueen. Aus diesem Grund zeigt 'artmeetsfashion' Arbeiten, in denen sich ein Vielzahl von Künstlern und nur wenige Designer mit dem Thema Mode auseinandersetzen.

Kunst wird wie die Mode zunehmend zu einem Medium der Ich-Konstruktion und der gesellschaftlichen wie sozialen Verortung.



Lifestyle, Luxus und Glamour werden zu bestimmenden Leitbildern, die in Allianz mit einer dominanten und überbordenden Medienwelt zur Projektionsfläche der Identitätssuche werden. Bei 'artmeetsfashion' zeigen wir künstlerische Arbeiten, die sich auf der Grenze von Kunst und Mode bewegen, überwiegend aus der Perspektive der bildenden Kunst, aber auch aus der Sicht von Design, Mode und Architektur.

Für die Modeindustrie ist die Kunstszene aus verschiedenen Gründen interessant. Für den globalen Art-Fashion Chic ist die Kunst Inspirationsquelle und Bedeutungsträger zugleich. Die Strategie der Modewelt zielt darauf ab, einen Transfer von Reflexion und Intellekt zu erreichen, um eine qualitative Steigerung ihres Images zu bewirken. Diese könnte sie mit ihren Konsumartikeln und Werbekampagnen alleine nicht erreichen. Ein Imagetransfer von der assoziierten Kunst mit ihrem intellektuellen Potential, mit ihrer manchmal kritischen, immer reflektierten Haltung zur Bedeutung einer Modemarke soll im Sinne der Marketingstrategie stattfinden.

Die Einmaligkeit von Kunst, im Gegensatz zur Massenproduktion der Mode macht sie zum besonderen Unikat, wenn es sich denn um ein Original und nicht um eine Edition handelt. Und selbst letztere ist nur in begrenztem Rahmen verfügbar. Auch diese Strategie macht sich die Mode mit begrenzten Stückzahlen im Luxusbereich zu Eigen. Neben dem wichtigen Abgrenzungskriterium der Einmaligkeit ist auch die Funktionsfreiheit der Kunst ein Faszinosum für den zweckgebundenen Modemarkt, dem es nachzueifern versucht. Aber nicht nur vom kulturellen Status anerkannter Künstler versucht die Modeindustrie zu profitieren, auch in der Gestaltung und Formgebung von Modeentwürfen läßt sie sich von der vom Diktum der Funktionalität befreiten Kunst inspirieren – nicht immer zum Wohl der potentiellen Trägerin, die sich eher mit Objekten, als mit Kleidungsstücken konfrontiert sieht.

"Der Kauf bestimmter Kleidungsstücke ist, wie früher die Lektüre eines bestimmten Schriftstellers, eine Form der Weltanschauung geworden. In dem, was ich kaufe, drückt sich aus, was ich denke, beziehungsweise: In dem, was ich kaufe, drückt sich aus, was die Leute denken sollen, was ich kaufe. (...) Es ist wahnsinnig, aber wir glauben das wirklich, dass wir mit den richtigen Marken unsere Klasse demonstrieren."

Florian Illies

Der Grenzgang zwischen dem Zwang zur Funktionalität und der Umsetzung, die nur der Ästhetik folgen kann, macht den besonderen

Reiz künstlerisch gestalteter Kleidung aus. Dies zeigte sich schon bei Designern wie Rei Kawakubo und Issey Miyake und wird heute von künstlerisch arbeitenden Designern wie Martin Margiela und Hussein Chalayan fortgeführt. Der Zwang, sich immer wieder neu zu erfinden, erzeugt Dynamik, aber kann die Qualität der Innovation dem Tempo der Industrie folgen? Manche Designer wie Hedi Slimane oder Helmut Lang lösen sich aus diesem Kreislauf und erarbeiten Kunstwerke ohne jede Verbindung zu Kleidung oder kuratieren Ausstellungen.

"Ich stelle mir vor, wie die Zukunft aussehen könnte, ästhetisch wie psychologisch. Das ist schwer, denn man muss immer in der Vergangenheit anfangen. Ich möchte das Rad der Mode weiter drehen, denn die Mode, die ich sehe, bringt mich nicht mehr zum Denken, sie bringt mich nicht zum Träumen."

Raf Simons

Für die Kunst dagegen wird Mode zum Material. Sie macht die Erscheinungsformen, Strukturen, Funktionen und Prinzipien der Mode zu einem Gegenstand der künstlerischen Auseinandersetzung. Dabei wird die Funktion von Mode kritisch hinterfragt, teils wird sie neuen Gestaltungsformen zugeführt. Die Rolle von Kleidung als nonverbales Statement nach außen, aber auch in der eigenen Empfindung und Körperlichkeit wird thematisiert. Die zunehmende Vereinnahmung der Kunst durch die Mode evoziert verschiedenste ironische bis kritische künstlerische Arbeiten zu diesem Thema. Die Kunst bedient sich unvoreingenommen und ohne Berührungsängste beim Formvokabular der Mode. Handwerkliche Techniken, ursprünglich aus der schieren Notwendigkeit von Bekleidung geboren, verfeinerten sich im Laufe der Zeit bis hin zur industriellen Massenproduktion. Die parallele Befreiung der Frau im Zuge von Technisierung und Emanzipation wurde zum wichtigen Teil feministischer Kunst in den 1970ern und 1980ern. Künstlerinnen wie Martha Rosler oder Rosemarie Trockel analysierten die Mode unter gesellschaftlichen, politischen und geschlechtsspezifischen Aspekten. Mechanismen von Entfremdung und Unterdrückung durch Mode wurden zum Thema.

In diese kritische Bezugnahme auf den gesellschaftspolitischen und soziologischen Aspekt von Kleidung reihen sich zahlreiche Werke bei 'artmeetsfashion' in die Tradition feministischer Kunst ein. So zeigt Silke Witzsch mit ihren Fotos die vielschichtige Symbolkraft von Kleidung in dramatischer Weise. Kleidungsstücke ermordeter Frauen werden wie ein Mahnmal an Straßenampeln gehängt und Passanten an die brutale

Wirklichkeit in sozialen Brennpunkten amerikanischer Großstädte erinnert. Ein wichtiger Punkt in ihrer Arbeit ist die Frage nach Identität und deren Verortung. Auf die Suche nach Identitätsstiftung durch Kleidung innerhalb gemeinschaftlicher Prozesse begibt sich Birthe Blauth auf subtile Weise in ihrem eigens für artmeetsfashion entwickelten Projekt. Kleidung wird als persönliches Statement thematisiert, das sich gesellschaftlicher Codes bedient. Einerseits will der Einzelne sich individuell durch seine Kleiderwahl gestalten, diese darf aber nicht zu weit von gesellschaftlichen Codes abweichen, wenn er damit die Zugehörigkeit zu einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe ausdrücken will. Diese Reflexion über Individualität und Ideal, verkörpert durch Kleidung, spiegelt sich auf spannende Weise in ihrer Arbeit.

„Die Kleidung überhaupt, abgesehen von künstlerischen Zwecken, findet ihren Grund einesteils in dem Bedürfnis, sich vor den Einflüssen der Witterung zu schützen....Anderenteils ist es das Gefühl der Schamhaftigkeit, welche den Menschen antreibt, sich mit Kleidern zu bedecken. Der Mensch nun, der sich seiner höheren Bestimmung, Geist zu sein, bewusst wird, muss das nur Animalische als eine Unangemessenheit ansehen und vornehmlich die Teile seines Körpers, (...) welche bloß tierischen Funktionen dienen oder nur auf das Äußere als solches deuten und keine direkt geistige Bestimmung und keinen geistigen Ausdruck haben, als eine Unangemessenheit gegen das höhere Innere zu verbergen streben.“

Georg Wilhelm Friedrich Hegel

Katja Ramsauer, aufgewachsen in verschiedenen europäischen und asiatischen Ländern, begegnete seit ihrer Kindheit verschiedenen, religiös und kulturell motivierten Kleiderordnungen. Die vielfältige Konfrontation mit aufgezwungenen Formen von Kleidung in patriarchalischen Gesellschaften mündeten in eine bewußte und kontroverse Auseinandersetzung mit diesem Thema auf gesellschaftlicher, aber auch persönlicher Ebene. Mit Dornen und Stacheldraht bewehrte Kopfbedeckungen lassen schmerzhaft Erfahrungen erahnen, Bustiers aus Kabeln und Draht den formalen Zwang von Kleidung nachempfinden.

Patricia Lincke zeigt in ihrem Objekt „Neunkirchen“ einen kunstvoll gefalteten Tschador. Dieser besteht aber nicht aus dem blickdichten, dunklen Stoff, der üblicherweise für diese Kleidungsstücke gewählt wird, sondern aus einer für das Fenster des deutschen Kleinbürgers typischen, halbtransparenten Synthetikgardine. Die Funktion des Tschador, die Frau vor begehrlichen Blicken zu schützen, wird durch die Transparenz des

Stoffes ad absurdum geführt. Gleichzeitig entsteht durch die Verwendung des Gardinenstoffs eine Verbindung zum Klischee der „deutschen Gemütlichkeit“, hinter der sich Engstirnigkeit und Spießertum verbergen. Die Symbolik des Tschador, Zeichen für die Unterdrückung der islamischen Frau in einem patriarchalischen System und der Bezug zum deutschen Kleinbürger durch die Wahl des Stoffes verweisen wechselseitig auf überkommenes, reaktionäres Denken.

Heute wird Mode aber auch zur Ausdrucksform und zum Instrument von Identitätssteuerung. Sie wird zunehmend akzeptiert als Bereich weiblicher oder männlicher Selbstverwirklichung, als Ideenfundus und Formvokabular für die Kunst. Unter veränderten Vorzeichen entwickeln Künstler Aneignungsstrategien, handwerkliche Techniken kommen wieder zum Einsatz und werden von Künstlern wie Isi Kunath, Nigin Beck oder Julie Cockburn auf vielfältigste Weise in ihren Werken umgesetzt.

„In meiner Welt geht es um die Gegenwart, um das Leben, wie es jetzt passiert. Wie man Macht gebraucht und mißbraucht. Ich denke über die Bedeutung von Nationen und Staaten nach und darüber, wie Geschichte uns beeinflusst – auf all diese Dinge reagiere ich mit meiner Arbeit.“

Hussein Chalayan

Zum Fetisch- und Kultobjekt wird Mode bei Sylvie Fleury. Schuhe, Tüten, und Kleidungsstücke bekannter Designer werden wortwörtlich und im übertragenen Sinn auf das Podest der bildenden Kunst „gehoben“. Sie setzt unmittelbar auf die Semantik der Mode, auf die allgemeine Lesbarkeit ihrer Zeichen, indem sie ihre Objekte und Performances streng in der Formensprache der Mode hält. Diese Strategie der Fetischisierung unterstreicht auch Izima Kaoru durch eine besondere Dramaturgie seiner Fotografien. Er inszeniert an ausgewählten Orten Designerstücke an ätherischen Asiatinnen, und schafft damit konstruierte Szenarien zwischen Ästhetik, Schönheit und Grauen.

Poetisch und sinnlich nähern sich Künstlerinnen wie Masayo Oda mit ihren Skulpturen aus Glasfäden oder Charlotte Vögele mit ihren aus Naturmaterialien gefertigten Schuhen und Hemden dem Thema. Auch Jasmin Khezri/Irma zeigt mit filigranen Tusch- und Bleistiftzeichnungen eine zarte, delikate Seite von Mode. Als Stilikone weiß sie trotz ihrer scheinbaren Naivität und Fragilität, wie sie wirkt und bedient sich bewußt der „Codes“ der Mode. Teile aktueller Mode-Kollektionen werden in den Zeichnungen verwendet, so dass sie immer auch ein Zeichen der Zeit sind.

Stefanie Senge, Stephan Wischnewski und Ina Ettlinger schlagen in ihren Arbeiten eine Brücke zwischen Kunst, Konsum- und Alltagskultur. Profane Kleidungsstücke werden ikonographisch auf die Kunstgeschichte bezogen, aus Alltagskleidung scheinbar organische Skulpturen geschaffen, oder mit den persönlichen Gegenständen und Kleidungsstücken einer Person den Spuren eines Konsumentenlebens nachgegangen.

In formalem Sinne nähert sich Susanne Thiemann dem Menschen, seiner Körperlichkeit und seiner Bekleidung in organisch anmutenden, geflochtenen Formen. In ihrer Einfarbigkeit bilden sie einen konzentrierten, klaren Gegenpol zur beliebigen und wechselvollen Farb- und Formgebung der Mode. Auch Tatjana Busch, der strengen Tradition des Bauhaus verpflichtet, führt den Betrachter zurück zu klaren Formen. Durch die Biegung der von ihr mit graphischen Mustern versehenen Aluminiumplatten entstehen trotz ihres harten, metallischen Ursprungs, scheinbar weiche, schwebende Formen, die die Leichtigkeit eines flatternden Tuches annehmen können.

“Im Gegensatz zu den vermittelten oder ökonomischen Gesellschaftsprozessen bewahrt die Mode so etwas wie eine radikale Sozialität, und zwar nicht auf der Ebene des psychologischen Austausches von Inhalten, sondern auf der unmittelbaren Ebene des Teilhabens an den Zeichen.”

Jean Baudrillard

Die Annäherung von Kunst und Mode ist also nicht nur ein zeitgenössisches Phänomen, sondern erneuert sich immer wieder aus einer historischen Tradition heraus. Es mag ein neuer Höhepunkt dieser wechselvollen Beziehung erreicht sein, die sich aus der Sehnsucht von globaler Masse nach individueller Inspiration und Abgrenzung speist. Beide Seiten profitieren wechselseitig mit inhaltlichem und formalen Input, kreativem und kritischem Potential. Doch wird letzten Endes die Mode immer der Kunst folgen und versuchen von ihr zu profitieren, auch wenn diese selbst, obwohl ihre Protagonisten es nicht gerne hören, Moden unterworfen ist. Mode wird immer fasziniert sein von der geistigen und funktionalen Ungebundenheit freier, nicht angewandter Kunst; Kunst, die keinem Zweck unterworfen ist und sich frei entfalten kann. Die Kunst dagegen ist immer wieder fasziniert von der Mode, kann sie mit kritischer Distanz analysieren, persiflieren, kommentieren oder auch einfach spielerisch und sinnlich mit ihr umgehen.

## Kurzbiographien der beteiligten Künstler:

### **NIGIN BECK** geb. 1984 in München

- 2003 Studium Kunstgeschichte/Philosophie/Orientalistik
- 2005 Studium visuelle Kommunikation Prof. Joseph Kosuth, Akademie der Bild. Künste München
- 2007 Wechsel in die Klasse von Prof. Olaf Metzler
- 2008 Umzug nach Berlin
- 2009 Einzelausstellung 'Mitgift' bei der Galerie Françoise Heitsch, München

### **BIRTHE BLAUTH** geb. 1959 in München

- Promotion in Sinologie, Ethnologie und europäischer Kunstgeschichte an der LMU München
- 2007 Kunst aus dem Koffer, Rotes Haus und Goetheinstitut Sofia/Bulgarien  
Zitiert, Gedok in der Großen Rathausgalerie, Landshut real, sortiert, fingiert, Linhof-Galerie München  
The Dark Side of Beauty, nurjungekunst.de, schütz & staby, München
- 2008 Medium Zeichnung, Große Kunstausstellung, Haus der Kunst München  
Kunst im Karree, Gedok München  
Triangular Drawings, Cincinnati: Xavier University Gallery  
Triangular Drawings, Liuzhou/Nanning: Liuzhou Gallery

### **TATJANA BUSCH** geb. 1962 in München

- 1992 Akademie der Bild. Künste München, Klasse von Weizsäcker
- 2003-05 Akademie der Bild. Künste München, Besuche Klasse Sean Scully
- 2006 Aufladung, Entladung, 3. Ellwanger Kunstausstellung, Schloss Ellwangen
- 2006 Jahresausstellung, FMDK, Haus der Kunst, München  
Technologiezentrum, Jennersdorf, Burgenland
- 2007 Neuer Kunstsalon, Haus der Kunst, München
- 2007 Haus der Kunst Preis  
Galerie der Bayerischen Landesbank, München
- 2008 Collectors Exhibition, Stefanie Hoener, Cannes

**JULIE COCKBURN** geb. 1966 in London

- 1993-96 Central St Martins School of Art and Design.  
 2007 ArtSway Open07, Sway, Hampshire (Shortlisted)  
 Jerwood Drawing Prize, Jerwood Space, London,  
 Seen from the Wings of a Butterfly,  
 Kunsthallen Brænderigården, Viborg  
 2008 Space Now!, Space Gallery, London (curated by Caroline Douglas)  
 The Golden Record, Collective Gallery, Edinburgh  
 Book Things and Word Works, Eagle Gallery, London  
 What The Eye Doesn't See, Seven Seven Contemporary, London  
 2009 On the Fractured Stage of the Book, Eagle Gallery, London

**MAXIMILIAN DOERR** geb. 1979 in München

- 2002-07 Central St. Martins School London / MA – Fashion Menswear  
 2004 Kostas Murkudis, Berlin / Design assistant - research, pattern  
 cutting, design  
 2005 Hussein Chalayan, London / Design assistant - Design  
 development, fabric selection  
 2007 Stella McCartney, London / Freelance menswear Project – design  
 2007 Death, Nog Gallery, London  
 2007 Short listed Puma, Design a New Shoe  
 2007-09 Jil Sander, Milan / Menswear Designteam  
 2008 Delebrity, Teapot Galerie, Köln  
 Transgressive Body - Berlin

**INA ETTLINGER** geb. 1969 in München

- 1996-03 Studium an der Akademie der Bildenden Künste München, Diplom  
 2007 Förderpreis der Landeshauptstadt München für Bildende Kunst  
 2008 Debütantenpreis des Bayer. Staatsministeriums für  
 Wissenschaft, Forschung und Kunst  
 2005 4x1, Liebenweinturm, Burghausen  
 Invasionswetterlage, Kunsthof Zürich  
 2007 Lebensstil- Stilleben, 18 m, Galerie für Zahlenwerte, Berlin  
 Förderpreise 2007, lothringer dreizehn, München  
 2008 Begegnungen, Alpineum, Produzentengalerie, Luzern  
 Teilchenspaziergang, Debütanten 2008, Pasinger Fabrik,  
 München

**SYLVIE FLEURY** geb. 1961 in Genf

- 2007 Stardust ou la dernière frontière, MAC/VAL, Vitry-sur-Seine,  
 Frankreich  
 Dangerous Beauty, The Chelsea Art Museum, New York  
 Yes to all, FMAC, Genf  
 Save the date, Pleins Phares, Musée Nationale, Mulhouse, France  
 2008 Hagiohygienicism , MAMCO, Genf  
 L'Argent, Le Plateau, FRAC, Ile de France, Paris  
 The Last Marquise, Kasteel van Gaasbeek, Brüssel  
 Blanca Li, Te voy a enseñar a bailar, Museo de Arte  
 Contemporaneo de Castilla y Leon  
 2009 Paillettes et Dépendances ou la fascination du néant,  
 MAMCO, Genf

**ISABEL HAASE** geb. 1975 in Wien

- 1998-05 Studium der Bildhauerei an der Akademie der Bild. Künste  
 München  
 2001 Erasmusstipendium Facultad de Bellas Artes,  
 Santa Cruz, Teneriffa  
 2007 Stipendium für Cité Internationale des Arts, Paris  
 2008 Katalogförderung mit Einzelausstellung, Gedok  
 2006 Skulpturale Handlungen, Galerie der Künstler, München  
 Offen, Atelierhaus Baumstraße, München  
 2007 Skulptural Narration, Palanga und Litauen  
 Zimmer frei, Hotel Mariandl, München  
 2008 Underdox Salon, Werkstattkino, München  
 Teilchenspaziergang, Pasinger Fabrik, München

**BARBARA HATTRUP** geb. 1957 in Nordkirchen

- 2001 Studium Textilgestaltung Universität Paderborn bei  
 Prof. Dorothea Reese-Heim  
 2004-06 RE-ART One, Ausstellung im ehemaligen Recyclingwerk in  
 Ihlienworth, Umweltbundesamt in Dessau, Sitz Vereinte Nationen  
 Nairobi, Kenia  
 2005 Die Farbe Blau, Hedera & Bux, Schloss Neuhaus  
 2006 Ein Hauch von Fernost, Hedera & Bux, Schloss Neuhaus  
 2007 Purpur, Pomp und Putten, Hedera & Bux, Schloss Neuhaus  
 2006-08 Laufsteg der Reizverschlüsse, Paderborn, München,  
 Koblenz, Regensburg  
 2008 Stoffe zum Träumen, Handwerksforum Hannover

**TANJA HEMM** geb. 1965 in Bayreuth

Musikalische Ausbildung, mehrere Instrumente. Lebte und arbeitete in den USA, Neuseeland und Australien, heute Nürnberg.

- 1994 Universität Erlangen-Nürnberg M.A. amerikanische Literatur/  
Medienwissenschaften  
Schule für Dichtung/Wien (Anne Waldman/Sainkho Namtchylak)  
Roy Hart Theatre/Malerargues (Ian Magilton)
- 1989-99 Tätigkeit als freie Autorin (Radiofeature, Literatur und Hörspiel)
- 2002 Seitdem ortsbezogene Klanginstallationen im öffentlichen  
und privaten Raum
- 2008 Sound artist of the year, beim Sound Symposium XIV St. John's,  
Neufundland, Kanada.
- 2008/09 Im Auftrag der Stadt Schweinfurt entsteht sukzessive das  
akustische Leisystem 'Brunnenweg' aus 7 Stationen.

**JÜRGEN HINTERLEITHNER** geb. 1965 in Erlangen

- 1987-91 Studium Kommunikationsdesign an der FH Nürnberg
- 2004-08 Training Townshipbewohner BEE-Initiative Südafrika
- 2005 Ansichtssache, in Forchheim
- 2006/07 Fotoprojekte in Kapstadt („Trainees“), Bangkok, Slowenien
- 2006 neighbourhood, Museumswinkel, Erlangen
- 2007 Klasse 5, in Forchheim
- 2008 Families, FIMA, Nürnberg
- 2009 Best Suits + Most Wanted, Bayreuth

**IRMA /JASMIN KHEZRI** geb. 1967 in London

Parsons School of Design Los Angeles / Fine Arts degree  
Art Director German „Marie Claire“ u. Jetzt Magazin,  
Süddeutsche Zeitung

- Magazine und Buchtitel: Tatler (UK), Marie Claire (Deutschland),  
Glamour (Frankreich + Deutschland), Elle, Süddeutsche Zeitung  
(Deutschland), Cosmopolitan (Japan), Marie Claire (Japan),  
Elle Deco (Deutschland), Mods (Frankreich), Sports for Women,  
Condé Nast (USA), Heyne Verlag (Deutschland), Cosmopolitan  
(USA), Vogue (Japan)
- Anzeigen: De Beers (Italien), Celine (Paris), Ford (Frankreich), Glamour  
(Deutschland), Henkel (France), Carrefour (France), Sanssouci  
(Japan), Ciba Vision (Japan), Shiseido (Japan), Marui (Japan),  
Shibuya 109 (Japan),

Ausstellungen: New York (2004), Paris / Le Samaritain (2003),  
München (2001)

**IZIMA KAORU** geb. 1954 in Kyoto

- 2005 Haben wir den Ozean verloren?, Inszenierte Fotografie,  
Städtische Galerie Gladbeck  
Characters, Scene I and II, Silvermine Guild Arts Center,  
New Canaan
- 2006 Six Feet Under, Kunstmuseum Bern  
Berlin-Tokyo/Tokyo-Berlin, Neue Nationalgalerie Berlin  
Erblätterte Identitäten, Stadthaus Ulm
- 2007 Garten Eden, Kunsthalle Emden  
Der Kontrakt des Fotografen, Museum Schloss Morsbroich,  
Leverkusen
- 2008 Six Feet Under, Hygiene Museum Dresden

**RYO KAWASAKI** geb. 1979 in Nagano, Japan

- 2005-08 Akademie der Bildenden Künste München, Klasse Prof. Andreas  
v. Weizsäcker
- 2006 OPEN SOURCE, raum 500 (München)
- 2006-08 Jahresausstellungen Akademie der Bildenden Künste, München
- 2007 Monte Sole Projekt, Bologna/München  
21. Klartext Ausstellung, München  
Restaurant Alois Dallmayr, München  
made in munich, nurjungekunst.de, schütz & staby, München
- 2008 Atelier 7, Atelierausstellung, München

**ISI KUNATH** geb. 1963 in Mainsche/Niedersachsen

- 1997 Gerrit Rietveld Akademie, Amsterdam, DAAD Stipendium
- 1998 Kunst im öffentlichen Raum, Aufbaustudium,  
Akademie der Bild. Künste Nürnberg
- 2000 Stipendium Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst,  
München
- 2002 Debütantenpreis, Ministerium für Wissenschaft, Forschung und  
Kunst, München
- 2009 Artist in Residence, Villa Waldberta, München
- 2007 Fremd Gehen, Goethe Institut, Shanghai  
What if the Nightingale fell in Love with the Lark,  
Public Art Project, Prag

- 2008 Under cover, Galerie de Meerse, Hoofddorp, NL  
Send your Love away, Public Art Project, Kunsträume Bayern
- 2009 Shooting through my thoughtlessness, Galerie de Meerse, Hoofddorp, NL  
Hunting for superstition, Pasinger Fabrik, München

**PATRICIA LINCKE** geb. 1963 in Stuttgart

- Merz Akademie / Stuttgart  
Atelier bei Platform3, gefördert vom Kulturreferat der Landeshauptstadt München
- 2008 artelagunaprize, Fondazione Benetton, Treviso, Italien, Spezialpreis für Skulptur
- 2007 Offene Geschlossenheit Juli, ARRI Film & TV, München
- 2008 Verdeutsch, Studio Holterhoff, Köln  
Schläfer, Kleine Künstlergalerie Dachau
- 2009 German Gemütlichkeit Galleria Bianconi Mailand, Italien  
Heimat, Orangerie, München

**MASAYO ODA** geb. 1974 in Fuji, Japan

- 1998-09 Studium Glas bei Prof. Ludwig Gosewitz an der Akademie der Bild. Künste München
- 2002 Glas / Keramik bei Professor Norbert Prangenberg (Meisterschülerin)
- 2008 Diplom mit Auszeichnung und Graf Ingram von Königsdorff-Gedächtnispreis
- 2006 Glasmuseum Alter Hof Herding, Ernsting Stiftung  
Coburger Glaspreis 2006, Kunstsammlungen der Veste Coburg
- 2007 Frau, Galerie Filser & Gräf, München  
Brustbild, Städtische Galerie im Cordonhaus, Cham  
Strasbourg Capitale du verre 2007
- 2008 Oder hat mich der Esel im Galopp verloren, Klasse Prangenberg, KunstWerk Köln

**KATJA RAMSAUER** geb. 1978 in Deggendorf

- 1995-03 Berufsausbildung und Tätigkeit als Dachdeckermeisterin
- 2004 Akademie der Bild. Künste München, Studium der Bildhauerei bei Prof. Olaf Metzel und Bühnenbild/Kostüm bei Prof. Enzo Toffolutti
- 2005 Klasse Metzel, Annapril, München.

- 2006 Kardinal Wendel Haus, Katholische Akademie, München
- 2007 Jahresausstellung der Klasse Olaf Metzel
- 2007 Jahresausstellung von Bühnenbild und Kostüm der Klasse Enzo Toffolutti

**BETTINA RHEIMS** geb. 1952 in Paris

- 1994 Grand Prix de la Photographie Cité de Paris
- 2002 Chevalier de la Legion d'Honneur durch Jaques Chirac
- 2005 Retrospektive KunstHaus Wien, NRW Forum Düsseldorf und Botan. Museum Brüssel
- 2006 Retrospektive Kunsthal Rotterdam, Haus der Fotografie Moskau, Musée d'art Contemporain, Lyon
- 2007 Heroines, Kestner Gesellschaft, Hannover
- 2008 Can you find Happiness, C/O Berlin, Berlin

**STEPHANIE SENGE** geb. 1972 in München

- 1996–03 Studium Bildhauerei bei Prof. Olaf Metzel, Akademie der Bild. Künste, München
- 2008 Atelierstipendium Museumsquartier Wien
- 2007 Der glückliche Konsument, Rathausgalerie, München  
Asketen des Luxus, Rathausgalerie, München  
Alles im grünen Bereich, Künstlerhaus Dortmund  
Drap-Art, CCCB - u. FAD - Museum, Barcelona
- 2008 Ike – 100 Yen Shop, Kunstmuseum Wolfsburg  
Kunstraum München (Einzelausstellung, Von der Wertschätzung)  
Der starke Konsument, ZKM, Karlsruhe  
Mode und Verzweiflung, Museumsquartier/Freiraum, Wien

**SUSANNE THIEMANN** geb. 1955 in Kiel

- 2003-07 Internationale Sommerakademie für Bildende Kunst Salzburg bei Frida Baranek (New York), Nancy Davidson (New York), Julie Hayward (Wien)
- 2007 Eine Gabe ist eine Aufgabe, Sartori & Berger Speicher, Kiel  
Sculptures, Galerie Bernd Klüser, München  
Intervention In Weiss, Asamkirche, München  
Skulpturen, Eva Felten, Hittenkirchen/Chiemsee  
Raumspiele, Seidl-Villa mit Anne Wodtcke, München
- 2008/10 Love, Love, Love, Martos Gallery, New York, USA  
ISCP, Open Studios, New York, mit Studienaufenthalt

**CHARLOTTE VÖGELE** geb. 1951 in Ummendorf

- 2005 Kunstsalon 2005, Haus der Kunst, München  
Gärten, Galerie Markt Bruckmühl, Bruckmühl  
Sommerfrische, Kunstverein Murnau
- 2006 Rosenmuseum, Bad Nauheim
- 2007 Galerie Seidlstrasse, Murnau
- 2008 Hüllen, Häute und Hybriden, Museum für Alltagskultur, Peine
- 2009 Kunst im Kaufhaus, Karstadt Braunschweig

**STEFAN WISCHNEWSKI** geb.1974 in Neumünster

- 2007 Bayerischer Kunstförderpreis
- 2006 Atelierstipendium, Künstlerhaus Lukas, Ahrenshoop
- 2005-04 DAAD-Stipendium Schweden u. Stipend. Schleswig-  
Holsteinisches-Künstlerhaus Eckernförde
- 2007 Performative Installation, Kasseler Kunstverein  
Törn, Kunstraum Lodypop, Basel
- 2008 SCULPT-O-MANIA, Stadtgalerie Kiel  
Hinter dem Horizont geht es weiter, OSRAM Galerie, München
- 2009 sculptural narration, BM Suma Contemporary Art Center,  
Istanbul

**SILKE WITZSCH** geb. 1967 in Kempten

- 1989-96 Studium an der Akademie der Bild. Künste München
- 1995 Department für öffentliche Erscheinungen  
(www.department-online.de)
- 2006/07 Lehrauftrag und künstlerische Mitarbeiterin  
Studiengang Medienkunst, Hochschule für Grafik und  
Buchkunst Leipzig
- 2007 ortstermine 2007, Erinnerung in Bewegung, München
- 2008 Mixed Narrations, Hacettepe University Art Museum, Ankara  
Gewebeproben II, Galerie Christa Burger, München  
Sample #1, Deutscher Künstlerbund, Berlin  
Zahlreiche Ausstellungen, Stipendien und Preise.

**MARTINA ZIEGENTHALER** geb. 1969 in Bayreuth

- 1993–99 Studium an der Akademie der bildenden Künste Nürnberg
- 1997–99 Stipendium der Studienstiftung des deutschen Volkes
- 2007 Lehrauftrag an der Fachhochschule Hof, Abt. Münchberg,  
Schwerpunkt Mode

- 2005 Jeder Pfad hat seine Pflanze, Galerie raum2, Mannheim,  
zusammen mit Ulrike Tillmann
- 2007 Festtage Galerie Kunstraum Sutter-Kress, Erlangen  
Kunst in 4030 Kulturraum Röthelheimpark, Erlangen  
Jahresgaben Badischer Kunstverein Karlsruhe
- 2008 UNDER COVER Galerie de Meerse, Hoofddorp, NL,  
zusammen mit Isi Kunath

**Kurzbiographien der beteiligten Designer/Architekten:****GABRIELE BLACHNIK** geb. 1954 in Würzburg

Studium an der Meisterschule für Mode in München.  
Erfolgreiche Couture und Prêt-a-Porter-Kollektionen mit einem Team  
von 30 Mitarbeitern in der Boutique in der Marstallstrasse in München

**EMMA BROWN** geb. 1973 in London

Modedesign-Studium und Diplom an der Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften in Hamburg.

Arbeitet seit 6 Jahren als freiberufliche Modedesignerin im Bereich  
DOB und ACC., sowie als Dozentin für Modedesign an der AMD München.

2006 Gründung Emma Brown Acc.

**ZAHA HADID** geb. 1950 in England

1972-77 Architekturstudium und Diplom mit Auszeichnung. Seitdem  
selbstständige Architektin mit zahlreichen Lehraufträgen  
u.a. an der Harvard Graduate School of Design und  
der Columbia University, New York  
Zahlreiche Preise und Auszeichnungen, u.a. 1984 Pritzker  
Architektur Preis

Große Ausstellungen u.a:

- 2006 Zaha Hadid, Guggenheim Museum, New York
- 2007 Global Cities, Tate Modern, London  
Airs de Paris, Centre Pompidou, Paris
- 2008 Museums in the 21th Century, Louisiana Museum of Art,  
Humlebaek

## Die Initiatoren

**Dr. Stefanie Staby** (1966) arbeitete nach dem Studium der Kunstgeschichte an der Ludwig-Maximilians-Universität erst in der Sammlung Goetz in München, dann am Museum of Modern Art in New York.

Neben der Arbeit an ihrer Promotion war sie für verschiedene Galerien tätig, zuletzt für die Galerie Tanit, München.

Seit dem Jahr 2005 kuratiert und betreut sie selbstständig verschiedene Ausstellungen.

**Kat Schütz** (1969) studierte an der Ludwig-Maximilians-Universität in München Betriebswirtschaftslehre. Anschließend war sie im Bereich Marketing tätig und danach zeitweilig im Immobilienmanagement selbstständig.

Seit dem Jahr 2000 fördert sie mit verschiedenen Kunst-Projekten, wie art/s/hopping oder dem Kunsthaus KH23L, junge Künstler, unterstützt die GEDOK und ist Gründungsmitglied des ZONTA-Clubs Friedensengel.

**nurjungekunst.de** startete im Mai 2006 mit der ersten Ausstellung „made in munich“. Im November 2007 folgte „The dark side of beauty“.

## Das Ausstellungskonzept

- Dem ungestillten Interesse an junger, noch nicht etablierter Kunst begegnen.
- Junge Kunst zeigen, die ohne didaktischen Ballast berührt.
- Junge Kunst in immer wieder neuen Räumen zeigen.
- Junge Kunst aus dem starren Korsett von Institutionen holen.
- Jungen Künstlern die Möglichkeit geben, sich in der Öffentlichkeit auszuprobieren.
- Für junge, noch unbekanntere, aber hochwertige Kunst ein Sprungbrett sein.
- Junge Künstler mit Kunstliebhabern direkt zusammenbringen.
- Ein Netzwerk junger Kunst etablieren.

## Impressum:

Dieser Katalog erscheint anlässlich der Ausstellung 'artmeetsfashion' im Zollgewölbe der Praterinsel in München, 20.-22. März 2009.

## Ausstellung:

Konzept und Realisation: Kat Schütz und Stefanie Staby  
Sponsoring/Organisation: Stephanie Kaak

## Katalog/DVD:

Redaktion: Stephanie Kaak  
Texte: alle Rechte liegen bei den Autoren und nurjungekunst.de  
© Film: Holger Menzel und nurjungekunst.de  
Filmproduktion: Holger Menzel, Hollberg Media Productions  
Graphische Gestaltung: Cordula Balde  
Gesamtherstellung: ZIS Ludwigsburg GmbH  
März 2009

## Sponsoren:

Wir danken der LGT ganz besonders für die Förderung dieser Ausstellung.



Desweiteren danken wir Jaguar/Avalon Premium Cars für die freundliche Unterstützung der Ausstellung. Wir danken dem Restaurant Brenner, Champagne Ruinart und Garibaldi für die großzügige Ausrichtung des Eröffnungsabends.

