

Die Kunst zu banalisieren

10.06.2007 | 18:07 | PATRICIA KÄFER (Die Presse)

Luxemburg. Die Kulturhauptstadt 2007 trumpft mit der großartigen, großräumigen Ausstellung „All we need“ auf.

Stellen Sie sich vor, jeder Mensch entspricht einem Reiskorn. Eine Installation des Kunstprojekts Stan's Cafe vergleicht die Menge an Reiskörnern, die bezeichnet, wie viele Esser täglich bei McDonald's einkehren, mit jener Menge, die ausdrückt, wie viele Südamerikaner von weniger als einem Dollar pro Tag leben: Die beiden Haufen sind annähernd gleich groß.

Sie befinden sich – unter vielen weiteren Reisbergen – im vierten Stock einer stillgelegten Gebläsehalle in Belval, nahe Luxemburg-Stadt. Bis 1997 wurde hier Luft für die Hochöfen der benachbarten Stahlproduktion erhitzt, heute ist die gigantische Halle Spielfläche der Kulturhauptstadt 2007. „All we need“ zeigt die Ausstellung: Alles, was wir brauchen, zählt sie auf, ideelle Werte von eins bis zehn – und reflektiert gleichzeitig diese Bedürfnisse („needs“), die allen Menschen gemein sind. Der chilenische Ökonom Manfred Max-Neef, Träger des alternativen Nobelpreises, hat neun solcher humaner Grundbedürfnisse definiert – abseits Maslows Pyramide, ganz ohne Hierarchie.

„Steh' auf!“ als Erlösung

Dazu zählt er Lebenserhaltung („survive“), Freizeit („relax“), Zuwendung („love“), Freiheit („choose“), Schutz und Fürsorge („help“), Identität („belong“), Verstehen und Wissen („understand“), Kreativität („create“). Das Bedürfnis nach Transzendenz („dream“) wurde für die Ausstellung hinzugefügt. Wie ein Kreuzweg der Menschheit endet sie in einer erlösenden Station, die Hoffnung gibt: Partizipation („stand up“).

Auf fünf Ebenen, die zum Teil nur einen Teil des Grundrisses beanspruchen und deshalb der Halle ihre Weite lassen, hat man die Ausstellung eingefügt. Der in dem Gebäude stationierte Auto-Abschleppplatz wurde in die Schau integriert: Schließlich sind die zurückgelassenen PKW Relikte der Konsumgesellschaft, ihren Besitzern nicht wertvoll genug, sie von weit außerhalb der Stadt wieder abzuholen. „Heute kamen gerade noch zwei dazu“, erzählt der junge Mann, der durch die Ausstellung führt. Von wegen fern der Stadt: Für Touristen am besten mit dem Zug (alle 20Minuten, Fahrtdauer ca. 30Minuten) erreichbar, ist „All we need“ das absolute Highlight von Luxemburg 2007. Ihr Grundkonzept hat übrigens Heller Enterprises aus Zürich erstellt – das Unternehmen Martin Hellers, künstlerischer Leiter der Kulturhauptstadt 2009: Linz.

Neben dem Thema Konsum ist Migration ein zweiter Schwerpunkt. Das Großherzogtum ist stark multikulturell geprägt, ein buntes Abbild ist ihm die Ausstellung „Retour de Babel“ – ebenfalls in einem aufgelassenen Industriegebäude des Stahlproduzenten Arcelo, den mittlerweile der indische Konkurrent Mittal geschluckt hat.

„Mir wëlle bleiwe wat mer sinn“

Zehn Kuben verstellen die Halle, jeder von ihnen enthält fünf Familien- oder Einzelporträts – die Menschen (darunter auch Victor Hugo) wurden lebensgroß im persönlichen Umfeld fotografiert. Voraussetzung, in die Serie aufgenommen zu werden: Der Kandidat muss im Laufe seines Lebens Station in Luxemburg gemacht haben. In Diagrammen wird dann das Curriculum Vitae der Ein-, Aus- und Herumwanderer veranschaulicht. Die fast schon zu angenehme Botschaft: Migration hat Mehrwert. Der aus der luxemburgischen Mundartdichtung stammende Satz „Mir wëlle bleiwe wat mer sinn“ kehrt sich in dem Zusammenhang ins Ironische.

Da ist zum Beispiel Abbas Rafii, geboren in Rafsandjan. Er studierte in Leoben, heuerte dann bei Goodyear in Luxemburg an. Oder Ana Claudia Shilinglaw, deren Leben sie von São Paolo über

Luxemburg, London, Paris und Madrid schließlich wieder retour nach Luxemburg führte. Robert Garcia, Generalkoordinator der Kulturhauptstadt (siehe auch untenstehendes Interview) will mit „Retour de Babel“ nicht Gutmenschentum markieren, sondern Migrationsbewegungen banalisieren: „Die Flucht der Luxemburger war stets ökonomisch motiviert. Das ist banal gegenüber politischer Verfolgung.“

("Die Presse", Print-Ausgabe, 11.06.2007)

© DiePresse.com