

06.18

& Stiftung Sponsoring

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing

We buy things
with money
to impress people

We don't need
we don't have
we don't like.



Social Profit Organisationen:
Vermögen neu gestalten

Rote Seiten: Gemeinschaft stiften

Herausgeber: DSZ – Deutsches Stiftungszentrum GmbH, Erich Steinsdörfer
Institut für Stiftungsberatung Dr. Mecking & Weger GmbH, Dr. Christoph Mecking
www.stiftung-sponsoring.de

ESV ERICH
SCHMIDT
VERLAG



Katharina Arndt: Tyler

von Hermann Büchner (Berlin)

In diesem Teil der Vorstellung von Werken aus dem Bestand der auf Kunst zum Thema Geld spezialisierten Sammlung des Berliner Anwalts Dr. Stefan Haupt geht es um eine Arbeit, die anstelle der Darstellung oder Adaption von Währung den Umgang mit selbiger zum Thema hat.

In der mit farbigen Lackstiften und Acryl auf schwarzer Lackfolie ausgeführten Zeichnung tritt dem Betrachter das mit flottem Strich gegebene Porträt eines jungen Mannes entgegen, flankiert von einer handgeschriebenen Inschrift, welche mit der Steigerung in die absolute Verneinung das Kaufverhalten abstrakt und drastisch konterkariert. „Wir kaufen Dinge, die wir nicht brauchen, mit Geld, das wir nicht haben, um Leute, die wir nicht mögen, zu beeindrucken“, heißt es da. Man muss etwas tiefer loten, um den Inhalt und die Bezugnahme zum Thema Geld zu entschlüsseln. Die Künstlerin bietet eine Lesehilfe an:

Tyler ist der Protagonist aus dem Film „Fightclub“, einer satirischen Auseinandersetzung mit dem in westlichen Gesellschaften vorherrschenden Konsumismus. Ich habe Tyler als Motiv für meine Zeichnung gewählt, weil er als Figur ein Kondensat unseres an Oberflächlichkeiten orientierten Lebens ist. Mit der Heilssuche im Konsum scheitert er kläglich. Er kann nicht schlafen, ist orientierungslos und des Lebens überdrüssig. Als Befreiungsschlag sprengt ein Teil seiner multiplen Persönlichkeit alle Kreditkarteninstitute in die Luft. Die Finanzwelt versinkt im Chaos und alle Zähler sind auf Null gestellt.

Die Zeichnung stellt das Moment der absoluten Übernächtigung und des Überdrusses dar, kombiniert mit dem Zitat ‚We buy things, we don’t need, with money, we don’t have, to impress people, we don’t like‘. Die Illustration der Entfremdung wird verstärkt durch die unnatürliche Farbwahl, sein Gesicht ist blau, sein Haar grün. Das Zeichenmaterial des glänzenden Lackstifts auf schwarzer Lackfolie versinnbildlicht das Thema der Oberfläche und der Oberflächlichkeit. Der Glanz will Aufmerksamkeit und täuscht doch nur, denn das Material ist schnell, vergänglich, Plastik, stretchy und repräsentiert das 21. Jahrhundert jenseits jeglicher Nachhaltigkeit.

„Tyler“ war 2018 ein Blickfang in Ausstellungen der Sammlung Haupt in Berlin und Hall/Tirol und zog Besucher an, die Grenze cooler Unnahbarkeit zu überwinden.

Katharina Arndt (geboren 1977 in Oschatz, lebt und arbeitet in Berlin) reflektiert in ihrer künstlerischen Arbeit das Leben des konsumorientierten Menschen in Westeuropa. Inhaltliche Schwerpunkte sind die ironische Auseinandersetzung mit Themen wie Geschlechterrollen, Konsumverhalten oder Selbstoptimierung.



Tyler, 2016, Lackstift und Acryl auf Lackfolie, 40x50 cm
Foto: Hermann Büchner, Berlin

Ihre Bild- und Textwelten stammen aus der Alltagskultur wie z. B. Hollywoodfilmen oder Werbeslogans. Sie setzt diese in großformatigen Zeichnungen und Text-Objekten um.

Die Arbeitsmaterialien sind Lackfolie, Neonstifte, LEDs, Strass, Acrylglas... Die Werkstoffe an sich sind kühl, modern und schick und repräsentieren als Medien das 21. Jhd. Ihre starke Ästhetik und präzise Oberfläche verkörpern die sprichwörtliche Oberflächlichkeit und gleichzeitige Schönheit der makellosen, funkelnden Konsum- und Medienwelt.

Beispiele für Ihre Textarbeiten – und zugleich die ersten Werke zum Thema Geld von Katharina Arndt – sind die Objekte „BUY NOW“, „shop online“, „CLICK HERE“ von 2013. Es handelt es sich um eine Serie von Wandobjekten, inspiriert von Online-Buttons, die zum Kaufen auffordern. Die eigentlich digitalen, dem Nutzer von internetfähigen Geräten bestens vertrauten Elemente werden in die analoge Welt überführt bzw. – wenn man so will – zurückübersetzt und verdinglicht, durch die Übergröße erhöht, durch das Material veredelt und durch den Kitsch der Strasssteine ironisiert. Das digitale Gut wird materialisiert, verewigt und greifbar gemacht. Online Einkaufen als Symbol für die Allgegenwart der Konsumwelt: man kann es von jedem Ort aus, zu jedem Zeitpunkt tun: Konsumieren als Identitätskonstrukt – immer verfügbar. ■

Weitere Informationen im Internet

zur Künstlerin: www.katharina-arndt.com

zur Sammlung Haupt: www.sammlung-haupt.de