

# NUTZEN STATT BESITZEN

Viele Dinge brauchen wir nur ab und zu. Das Ferienhaus, die Segelyacht, die Bohrmaschine. Den Rasenmäher, teure, weil zu selten genutzte Sportgeräte. Wirklich Spass machen sie nur, wenn wir sie in Betrieb nehmen. Doch unter dem Strich bereiten sie uns mehr Kopfweh als Freude, weil sie nach Unterhalt, Platz, Zuwendung verlangen und Ressourcen aller Art verschlingen. Abhilfe schafft ein einfaches, uraltes Prinzip: Teilen statt besitzen.

Geteilte Nutzung bringt Vorteile, vermitteln etwa Carsharing-Konzepte. Sie setzen dort an, wo der Unsinn des Besitzens offensichtlich wird: im Pendlerstau. Hätte jeder Pendler drei Mitfahrerinnen und Mitfahrer, käme er schneller ans Ziel. Nutzte er den öffentlichen Verkehr im Wissen darum, dass er für unabdingbare Fahrten jederzeit ein Auto mieten könnte, das um die Ecke steht, würde er sein Portemonnaie entlasten. Solche Angebote sind erfolgreich. Ebenso wie Fahrräder, die für wenige Minuten oder ganze Tage gemietet werden können – in der Stadt ist das Fahrrad immer noch das schnellste Verkehrsmittel. Installiert sind sie sogar in Städten wie Paris, das nicht gerade als Fahrradparadies gilt.

Dass die Nutzung durch geteilten, gemeinsamen oder zeitlich gestaffelten Gebrauch optimiert werden kann, zeigen auch komplexe Dinge wie Rechnerkapazitäten. Werden sie zu kurz benötigt, um deswegen ein milliometrautes Rechenzentrum aufzubauen, werden sie dank Cloud-computing verfügbar. Konzepte wie Desksharing oder Coworking nutzen die Tatsache, dass das Internet die Arbeit vom festen Büroarbeitsplatz befreit hat. Solche Konzepte bedienen mobile Selbständige, die nicht mehr brauchen als ein W-LAN und eine kurzzeitige Gemeinschaft, die zu nichts verpflichtet.

Unter dem Stichwort Service Design heissen solche Konzepte Preise ein, denn wie jedes System, das uns zu Diensten sein soll, muss es gestaltet werden. Je besser es konzipiert und umgesetzt ist, desto erfolgreicher wird es genutzt. Voraussetzung dafür ist eine Designhaltung, die sich nicht an besonderen Bedürfnissen ausrichtet, sondern Produkte, Prozesse und Dienstleistungen gestaltet, die allen offen stehen. Heiss: Idiotsicher in der Handhabung, leicht zugänglich und perfekt betreut. Nichts ärgerlicher als eine missverständliche Gebrauchsanweisung oder ein kaputtes Leihrad. Geteilte Nutzung bleibt eine konzeptuelle und gestalterische Herausforderung, und jedes schlecht gemachte Sharing-Konzept verhindert drei andere. Doch der Grund, dass sie sich nur punktuell durchsetzen, liegt anderswo. Teilen verlangt eine Disziplin, die uns abhandeln gekommen ist. Das Beste, was Design tun kann: uns lehren, dass Teilen sinnvoller als besitzen ist. Nicht mal so sehr, weil es uns von einer «Ökonomie der Aneignung» zu einer «Ökonomie der Grosszügigkeit» führen könnte, wie Peter Sloterdijk fordert. Auch nicht, weil es ökologisch sinnvoll ist oder uns in neue Gemeinschaften führt. Sondern ganz einfach deshalb, weil es uns entlastet.

# USERSHIP INSTEAD OF OWNERSHIP

There are many things we only use occasionally: the holiday home, the yacht, and the drill; the lawn-mower and extremely expensive sports equipment, because seldomly used. They are only really fun when we put them to use. But the bottom line is, they give us more headaches than pleasure because they require maintenance, space, attention, and consume resources of all kinds. One solution is the simple, age-old principle of sharing instead of owning.

Car sharing concepts, for example, convey that shared utilization brings advantages. They specify where the nonsense of possession becomes obvious: in the commuter traffic jam. If every commuter had three passengers with him, then they would all reach their destination faster. If he would use public transport, knowing that he could rent a car, parked around the corner, at any time for essential trips, he would relieve his wallet. Such propositions are successful. Likewise, bicycles that can be rented for a few minutes or entire days – in town a bicycle is still the fastest mode of transport. Bikes can even be found in cities such as Paris which is not exactly considered a bike paradise.

That usage by shared, conjoint or time-staggered use can be optimised, is also demonstrated by complex things such as computer capacity. If it is only to be used for too short a while to build a million-dollar data centre, it is still available thanks to cloud computing. Concepts such as desk-sharing and co-working utilise the fact that the internet has liberated work from a defined office workstation. The self-employed, which need nothing more than a W-LAN and a short-term community, which commits to nothing, make use of such concepts.

Under the heading of Service Design, such concepts reap the rewards, for like every system, which should be of service to us, it has to be designed.

The better designed and implemented, the more successfully it will be used. This requires a design attitude that does not cater towards special needs but is one that creates products, processes and services open to all – meaning: fool proof to use, easily accessible and perfectly cared for. There is nothing more aggravating than an unclear instruction manual or a broken rental bike.

Shared use remains a conceptual and creative challenge and every poorly conceived sharing concept impedes three others. But the reason why they are only selectively successful lies elsewhere. Sharing requires discipline which has been lost. The best thing that design can do: teach us that sharing is more expedient than possession. Not because it could lead us from an “economy of appropriation” to an “economy of generosity”, as Peter Sloterdijk demands. Also not because it makes sense ecologically or leads us to new communities; but just simply because it disburdens us.

TEXT: NOËLLE PIA

# POP ART HEUTE?



DAVIDE CASCIO, PIN-UPS COSMOGONY, DODECAEDRO, 2007, COLLAGE ON PAPER, 42 X 29.7 CM

COLLECTION MUSEO CANTONALE D'ARTE LUGANO

Das Verhältnis von Kunst und Populärkultur ist ungleich komplexer geworden, als das in der Nachkriegszeit der Fall war. Es stellt sich die Frage, wie sich Pop überhaupt noch manifestieren kann oder woran sich das Erbe der Pop Art in der zeitgenössischen Kunst festmachen lässt? Anlass zu dieser Fragestellung gab die zurzeit noch in Vorbereitung stehende Ausstellung *Daive Cascio und Peter Stämpfli: James Bond & Pin Ups* im Kunstmuseum Thun. Die Ausstellung mit Davide Cascio (\*1976) und Peter Stämpfli (\*1937) verbindet zwei Künstler-Generationen, die beide der Pop Art auf eigene Weise verpflichtet sind. Nach einer aufwühlenden Begegnung mit dem abstrakten Expressionismus in der Ausstellung *New American Painting* (1958) in der Kunsthalle Basel beschliesst Peter Stämpfli, seinen Horizont zu erweitern und wandert nach Paris aus. Dort versucht er sich für kurze Zeit in der neu entdeckten Malsprache, wendet sich jedoch schon bald von der Abstraktion ab, die er

grösserte Ausschnitte, etwa von einer Hand, die eine Zigarette hält (*La Cigarette*, 1964) oder isolierte Objekte, wie eine Tomate (*Tomate*, 1964) auf monochromem Grund. Die Gegenstände oder Körperausschnitte sind mal flächiger, mal dreidimensionaler ausgearbeitet und ähnlich der Werbefotografie durch die Reduktion zugespitzt auf eine maximale Bildwirkung. Im Gegensatz zur Werbefotografie kommt es in Stämpflis Malerei jedoch zu einer Entfetischisierung des Objekts; dieses wird nicht als attraktives Konsumprodukt inszeniert. In der malarischen Übersetzung der fotografischen Vorlage bleiben eher spröde, gegeneinander klar abgegrenzte Flächen zurück, die zwar einen eindeutigen gegenständlichen Bezug haben, aber immer auch auf die Gemachtheit und Komponiertheit des Bildes verweisen.

Das Interesse an einer bildnerischen Gratwanderung zwischen einem erkennbaren Motiv und der autonomen abstrakten Gesamtstruktur hat sich in

stellungsraum (*Royal*, 1971). Ab den 1980er Jahren werden sie von immer stärker abstrahierten geometrischen Studien der Reliefstruktur des Reifens abgelöst. Stämpfli wandte, im Gegensatz zu anderen Pop Art Künstlern, nur in seltenen Fällen mechanische Reproduktion an. Er blieb dem Handwerk in Malerei, Zeichnung und Skulptur bis heute verpflichtet. Mit der Abbildung von Autoreifen und dessen Abdruck – dem Druckverfahren ähnelnd – führt er indirekt eine mechanische Bewegung in sein Schaffen ein.

Peter Stämpfli hat als einer von wenigen Schweizern als Pop Art Künstler internationale Anerkennung gewonnen. Typischerweise nennt auch er die Allgegenwart massenmedial reproduzierter Bilder als einen Auslöser für seine Bildfindungen. Während uns heute die starke Präsenz massenmedialer Bilder gar nicht mehr auffällt, hat sie in den 1950er und 1960er Jahren zu einer neuen Wahrnehmung des öffentlichen Raums geführt, die von den Künstlern nicht länger ignoriert wer-

*Noëlle Pia studierte Kunstgeschichte, Soziologie und Filmwissenschaft an den Universitäten Basel und Zürich. Danach arbeitete sie als wissenschaftliche Assistentin am Kunstmuseum Thun.*

nicht mehr für zeitgemäss hält. Danach macht er sich auf die Suche nach einer geeigneten Art und Weise, die Figuration wieder in die Malerei einzuführen. Ein wichtiger Impuls in diesem Prozess sind die grossen Werbeplakate in der Pariser Metro. Seine Aufgeschlossenheit neuen Strömungen gegenüber führt schliesslich dazu, dass er 1962 auf die englische und amerikanische Pop Art aufmerksam wird. Unter diesem Einfluss beginnt Stämpfli, sich alltäglichen Gegenständen zuzuwenden. Seine grossformatigen Leinwände aus jener Zeit zeigen ver-

den konnte und in irgendeiner Form verarbeitet werden musste. Dies führte dazu, dass in die vermeintlich autonome Sphäre der modernistischen Hochkultur eine gegenständliche, populärkulturelle Sprache Einzug hielt. Gegenüber dieser kommerziellen Massenbildwelt entwickelte die Pop Art eine enigmatische Haltung, indem sie sich ihre Bildsprache aneignete, ohne jedoch eine klare Stellung zu beziehen. Damit gelang es, in einer Art mehrwertigen Logik zu operieren. Historisch betrachtet war die Pop Art demnach eine Reaktion auf die

Massenkonsumentkultur der Nachkriegszeit. Heute sehen wir uns zwar einer noch nie gekannten ökonomischen Durchdringung beinahe jeglicher Lebensbereiche gegenüber, doch kann eine eigentliche Massenkultur darin nicht mehr festgemacht werden. Denn seit dem Zerfall des Realsozialismus sind auch die sowjetischen und amerikanischen Konstruktionen von Massenutopien überflüssig geworden und es ist unklar, was an die Stelle der zerfallenen Traumwelten der Industrialisierung, der Massenkultur und des Fortschrittsglaubens getreten ist. Die Digitalisierung und damit das Internet haben allenfalls eine fragmentierte und globalisierte Kultur hervorgebracht: es gibt weltweite Anhänger des Zen-Buddhismus, des Hard Rock, der zeitgenössischen Kunst. Doch diese Communities bilden keine eigentlichen Massen oder bringen Bilder hervor, die Massen anziehen. Auch gibt es keine kulturellen Hierarchien mehr zwischen den verschiedenen globalen (virtuellen) Communities, denn zumindest symbolisch ist allen alles zugänglich. Auf der anderen Seite ist die Popkultur auch in den akademischen Diskurs eingeflossen.

Bedeutet das nun, übertragen auf die zeitgenössische Kunst, die ja ihrerseits eine enorme Popularisierung erfahren hat, dass zwischen High und Low gar nicht mehr unterschieden

werden kann? Bettina Funcke entwickelt in ihrem Buch *Pop oder Populär. Kunst zwischen High und Low* eine mögliche Antwort auf diese Frage: Im Gegensatz zur Populärkultur, die sich strategisch grundsätzlich an jeden richtet, entwickle die Kunst ihre Positionen aus der Ambivalenz zwischen den kulturellen Diskursen der vergangenen Jahrhunderte, aus denen sie hervorging, und die sie ständig auf ihre aktuelle Relevanz hin befragt, sowie der Gegenwart einer zutiefst einflussreichen Populärkultur. Funcke entwickelt also für den Ort der künstlerischen Praxis ein Dazwischen.

Auch Davide Cascio arbeitet im Spannungsfeld zwischen den kulturellen Diskursen der Vergangenheit und einem Jetzt, das von einer fragmentierten und stark enthierarchisierten Kultur geprägt ist. Im Zentrum seiner Reflexion stehen Theorien utopischer und alternativer Gesellschaftsentwürfe. In der Werksreihe *E.N.* etwa setzt sich Cascio mit dem *Esprit Nouveau Pavillon* auseinander, den Le Corbusier 1925 an der *Exposition Internationale des Arts Décoratifs* in Paris als ein idealistisches Gesamtkunstwerk von Funktionalität und Form in Bezug auf das moderne Wohnen propagierte. In verschiedenen Versionen der Werksreihe setzt Cascio die Buchstaben E und N emblematisch und in Analogie zur Beschriftung des Pavillons ein. Die

Buchstaben erscheinen zum einen in der Form einer modularen, an die Minimal Art gemahnenden Holzskulptur, zum anderen in der Form einer Tapete, collagiert aus Wohn- und anderen Magazinen der 1960er Jahre. Die Buchstaben dienen quasi als Ausgangspunkt für ein assoziatives Verweben verschiedener Diskurse, die vom Gedankengut Le Corbusiers ausgehen und weiter über Mode- und Stilfragen sowie die Kunstgeschichte führen. In ihrer Verflechtung beginnen sich die verschiedenen Diskurse gegenseitig zu kommentieren und imitieren damit auch ihre tatsächliche Verwobenheit und gegenseitige Beeinflussung.

Cascios Formenvokabular speist sich aus verschiedenen kunsthistorischen Strömungen, so auch der Pop Art. Dies kommt vor allem in seinen, von konstruktivistischen Formelementen geprägten Collagen, etwa in der Arbeit *Pin Up Cosmogony* (2007) zur Geltung, in welcher er sich quasi beim Primärmaterial der Pop Art bedient, indem er auf Magazine aus den 1950er und 1960er Jahren zurückgreift. Verwiesen wird mit dieser Aneignung von kommerziellen Massenbildern aus der Zeit der Pop Art auch weniger auf eine Popkultur, die sich ohnehin nicht mehr als ein Ausserhalb festmachen lässt, als vielmehr auf einen Teil eines komplexen Verweissystems, auf eine Art Meta-Pop.



PETER STÄMPFLI, BRANDY, 1967, 188 X 133 CM

COLLECTION KUNSTMUSEUM THUN PHOTO BY MARIO TSCHABOLD

TEXT: NOËLLE PIA

# POP ART TODAY?

The relationship between art and popular culture has become much more complex than in the post-war period. The question how pop can manifest itself at all is raised or onto what the legacy of Pop Art can affix itself in contemporary art. The reason for raising this question is the exhibition: *Daive Cascio und Peter Stämpfli: James Bond & Pin Ups*, currently in preparation at the Kunstmuseum Thun. The exhibition with Davide Cascio (\*1976) and Peter Stämpfli (\*1937) connects two artist generations both indebted to Pop Art in their own way.

After a stirring encounter with Abstract Expressionism in the exhibition *New American Painting* (1958) in the Kunsthalle Basel, Peter Stämpfli decides to expand his horizons and emigrated to Paris. There, for a short while, he tries out the newly discovered art style, but soon turns away from abstraction which he no longer considers in keeping with the times.

Thereafter, he sets off to find an acceptable way of reintroducing figuration into painting. The large advertising posters in the Paris Metro give major impetus to the process. His openness to new currents finally leads him to become aware of English and American Pop Art in 1962.

Under their influence, Stämpfli starts turning to everyday objects. His large format canvases from that period depict enlarged sections, for example of a hand, holding a cigarette (*La Cigarette*, 1964), or isolated objects, such as a tomato (*Tomate*, 1964) on a monochrome base.

The objects or body parts are sometimes drawn two-dimensional, sometimes three-dimensional, and similar to commercial photography, are sharpened by means of reduction for a maximum

*Noëlle Pia studied art history, sociology and film studies at the universities of Basel and Zurich. She then worked as a research assistant at the Kunstmuseum Thun.*

visual impact. Unlike in promotional photography, the objects in Stämpfli's paintings are devoid of fetishism; they are not orchestrated as an attractive consumer product. In the pictorial translation of the photographic template rather brittle, well-defined areas of colour remain, albeit on distinct representational terms, and they always refer to the way the picture was composed.

The interest in a pictorial tightrope-walk between a recognizable motif and an autonomous and abstract overall structure has intensified in Stämpfli's work and still accompanies the artist to this day. Simultaneously interesting and very obstinate is the fact that Stämpfli has exclusively focused on the car tyre since 1969. This utterly profane template inspires the artist to an implemental diversity, which is fascinating in its scope. In the 1970s, it ranges from shaped canvases to monumental interventions, for example a thirty-metre long and two-metre wide car tyre track, made by a serigraphic process, through the exhibition room (*Royal*, 1971).

From the 1980s, they are replaced by successively more abstract geometric studies of the relief structure of the tyre. In contrast to other Pop Artists, Stämpfli only turned to mechanical reproduction in rare cases. He has remained committed to the craft of painting and drawing to this day. With the depiction of car tyres and their imprints – similar to the printing process – he indirectly introduces a mechanical movement into his work.

Peter Stämpfli is one of a few Swiss artists to have gained international recognition as a Pop Artist. Typically, he also mentions the ubiquity of images reproduced by the mass media as a trigger for finding his images. While today the strong presence of images of the mass media no longer attract attention, in the 1950s and 1960s it led to a new perception of public space, which could no longer be ignored by the artists and had to be processed in some sort of way. This meant that an objective, popular-cultural language made an entry into the supposedly autonomous sphere of modernistic high



PETER STÄMPFLI, CHAMPION DE LUXE, 1970, 190 X 520 CM

COLLECTION KUNSTMUSEUM THUN. PHOTO BY KUNSTMUSEUM THUN