

# Weisen zu reisen: Gedanken und Impressionen zu Mobilität und Beweglichkeit

Autor(en): **Fuchs, Simone / Freuler, Andri / Giacinto, Carolina de**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Tec21**

Band (Jahr): **127 (2001)**

Heft 23: **Mobilität**

PDF erstellt am: **22.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-80167>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Weisen zu reisen

Gedanken und Impressionen zu Mobilität und Beweglichkeit

**Die Künstlergruppe Airline, die ihre Arbeit als Inszenierung einer «Ästhetik des Fliegens» versteht, setzte sich in den letzten drei Jahren in zahlreichen Interventionen, Performances, Texten und Ausstellungen mit verschiedenen Aspekten von Mobilität und Bewegung auseinander, zuletzt in der Kunsthalle in Basel mit der Installation «Air-stream».**

**Zwischen Decke und Boden schwebend ermöglichte die Installation den Mutigeren unter den Besucherinnen und Besuchern, im fein in Licht und Klang gehüllten Zwischenraum der Kunsthalle zu «fliegen» – betreut von der Airline Crew.**

The most beautiful thing in Stockholm is Mc Donald.  
The most beautiful thing in Florence is Mc Donald.  
The most beautiful thing in Tokyo is Mc Donald.  
Peking and Moscow don't have anything beautiful yet.  
(Andy Warhol)

Der Mensch bewegt sich. Solange er lebt und selbst nach dem Tod, da vielleicht die Seele im Geburtenrad wandert oder ins Jenseits übersetzt – oder dann geht wenigstens der Körper auf die letzte Reise, zersetzt sich und zerfällt. Der Mensch bewegt sich, schwimmt im Mutterleib und fällt auf die Welt. Er kriecht voran, bis er gehen kann, und läuft, bis er das Rad entdeckt. Dann fährt er: Velo, Auto, Zug und Flugzeug und Raketen, zeichnet seine Spuren, seine Bahnen und Strukturen wie Gravuren auf die Erdoberfläche. Was wir sind, ist bloss Effekt von Bewegung – und was uns umgibt, ist Produkt unserer Bewegungen.

Bewegung, Logistik, Geschwindigkeit, Sinnlichkeit steht im Zentrum der künstlerischen Arbeit von Airline, was die Reflexion betrifft ebenso wie in der künstlerischen Umsetzung. Airline plädiert für eine kritische Auseinandersetzung und einen fantasievollen Umgang mit dem vermeintlich Gegebenen. Dafür übersetzen wir Gegebenheiten in andere Umstände und versuchen, neue Perspektiven zu eröffnen.

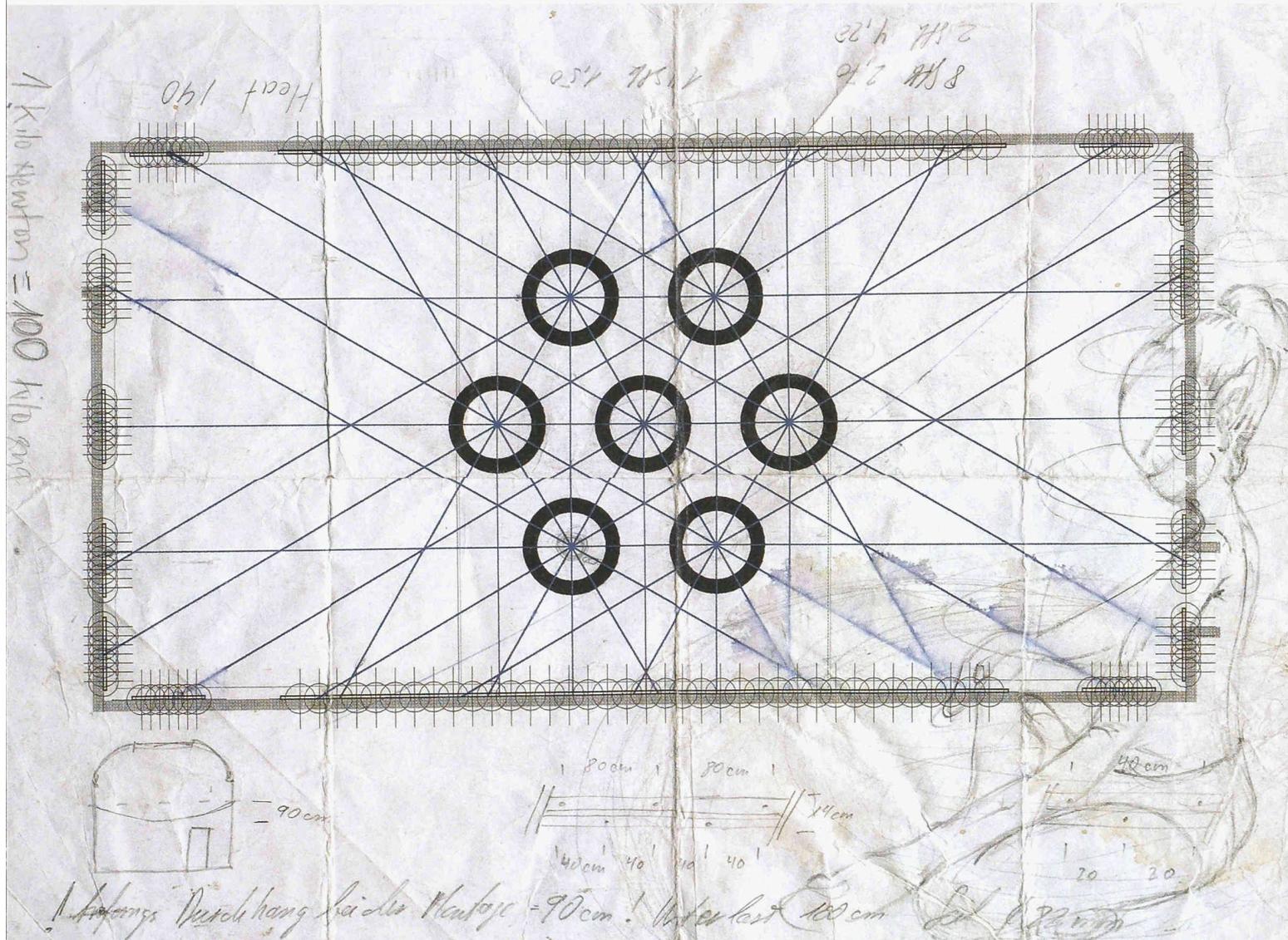
## Macht und Geschwindigkeit

Alle haben eine Vorstellung davon, was Globalisierung bedeutet. Betrachten wir sie unter dem Aspekt der Geschwindigkeit, so ist die Globalisierung ein Effekt der zunehmenden Beschleunigung, nicht nur der Transport- und Fortbewegungsmittel, sondern vor

allem auch des Informationsaustauschs. Wenn Mobilität voraussetzt, sich orientieren zu können, und Logistik in erster Linie mit Organisation zu tun hat, so ist Globalisierung erst möglich mittels all jener (mehr oder weniger) neuen Medien, von der Telegrafie bis zum Internet, die den Austausch von Information in Echtzeit ermöglichen. So prägt Geschwindigkeit unseren Alltag mehr, als wir uns denken mögen, sei es durch die Möglichkeiten des Transportwesens (das die Mobilität von Gütern und Personen garantiert), sei es durch den Informationsaustausch mittels elektronischer Medien. Sie schafft in unserer Lebenswelt Tatsachen: Städte, Dörfer und Landschaften werden weitgehend geprägt durch und gebaut nach dem Verkehr, wobei nicht so sehr die transportierten Waren oder Personen oder Informationen selbst relevant sind, sondern einzig deren Zirkulation und die Geschwindigkeit, in der diese möglich ist. Geschwindigkeit ist Macht, und wer sie kontrolliert, hat alle strategischen Vorteile auf seiner Seite. Deshalb besteht ein starkes Interesse, die Zirkulation von Waren und Daten immer weiter zu beschleunigen und den Fluss zu kontrollieren.

Da Geschwindigkeit kein Phänomen an sich ist, sondern eine Beziehung zwischen Phänomenen, muss man sie auf etwas beziehen, um sinnvoll darüber sprechen zu können. Gewöhnlich begreifen wir sie als Verhältnis zwischen Zeit, Raum und Körper. Mit der Verbesserung





Airstream: Hanfseil, Ziegenleder, Segeltuch (Baumwolle, Gummimilch, Juuteband, synthetischer Faden)

und Beschleunigung der Transportmedien verändert sich auch unser Bezug zu Zeit und Raum und damit die Rolle, die der Körper darin spielt. Dies wird besonders relevant bei den neuen Medien, die nicht wie die alten Transportmittel (Pferde, Eisenbahnen, Flugzeuge) mit relativen Geschwindigkeiten operieren, sondern auf der absoluten Lichtgeschwindigkeit basieren.

### **Körper und Geschwindigkeit**

Auf den kognitiven Landkarten vor unserem geistigen Auge besteht der erlebte Raum aus Orten und Zwischenräumen. Orte sind «etwas», behaftet mit Motiven, definiert als Ziele. Dagegen sind Zwischenräume leer, weil undefiniert, sind lediglich Distanz, die zu überwinden ist. Hat der Mensch Musse, so macht er einen Spaziergang. Dabei fallen Ort und Zwischenraum beinahe zusammen, der Weg ist das Ziel, und die Fortbewegung dient der Bewegung. Im Gegensatz dazu der Flug: hier geht es um ein bestimmtes Ziel, meist in grosser Distanz, das es möglichst schnell zu erreichen gilt. Relevant für die Reisenden ist lediglich die Ankunft, der Ort, der den Flug motiviert. Die Distanz, die wir fliegend zurücklegen, erleben wir nicht länger als räumliche, sondern zeitliche. Sieben Stunden bis New York. Sieben Stunden zwischen zwei Flughäfen. Fliegen ist ein Erlebnis von Punkt zu Punkt.

Um Distanzen zurückzulegen, braucht es Zeit. Je kürzer diese Zeit, desto grösser die Geschwindigkeit. Nun sind die Transportmedien, die wir erfunden haben, um den Raum schneller zu durchmessen, so beschaffen, dass sich der Körper zur Fortbewegung nicht mehr zu bewegen braucht. Ob im Flugzeug, im Auto, im Zug, während wir durch den Raum rasen, sitzen wir zumeist in einem seltsamen Zustand der Ruhe und Unbeweglichkeit. Der Körper – vollkommen statisch – erfährt seine Bewegung lediglich durch das Auge, durch eine in einem Fensterrahmen vorbeiziehende Landschaft, eine Art «Fern»-Sehen. Alle anderen Sinne hingegen haben mit dem durchquerten Raum nichts mehr zu tun. Zum Primat der Zeit über den Raum kommt das Primat der Optik über alle anderen Sinne.

Der Trend zur Optik verstärkt sich noch durch die neuen Medien, Fernsehen, Video und schliesslich die Übertragung digitaler Bilder durch den Computer. Die Bilder selbst werden so in zunehmendem Masse zum Vehikel von Information und Botschaft, liefern die gewünschte «Realität» ans Auge und entlasten den Körper von der Notwendigkeit der Bewegung. In Zukunft werden die Bilder vielleicht sogar die reale Mobilität

ersetzen, die nicht mehr nötig ist, weil sich alles durch Bilder vermittelt erleben lässt: Realtime. Die Bemerkung, dass bei dieser Art «Realität» etwas verloren geht, erscheint trivial. Wenn man aber die gegenwärtige Entwicklung und das Tempo, in dem sie sich vollzieht, ernst nimmt, so ist diese Bemerkung weniger trivial als unumgänglich. So sehr unsere Kultur auf die visuelle Wahrnehmung fixiert ist, so schnell werden sich Strukturen bilden, die aus dieser Tendenz Notwendigkeiten schaffen.

### **Interpretationen des Fliegens**

Vor diesem Hintergrund greift Airline einzelne Phänomene auf und setzt sie metaphorisch um. Im Zentrum steht dabei die Forschung nach der je eigenen Dauer und Geschwindigkeit verschiedener Wahrnehmungsarten, die nicht vorgegeben, sondern individuell zu entdecken sind. Ebenso legen wir Wert auf die Sensibilität all jener Sinne, die uns ausser dem visuellen Sinn zur Verfügung stehen, sowie auf eine spielerische Poesie und eine Ästhetik des Natürlichen. Wenn wir fliegen, nehmen wir unsere Fortbewegung wahr als «Sprung» von Ort zu Ort. Es kostet uns weder Zeit noch Wissen noch Wahrnehmung, eigene Energie oder Ähnliches, uns mit dem auseinander zu setzen, was wir «überspringen». Und dennoch erfahren wir, wenn wir in Paris ein Flugzeug besteigen, welches wir in New York wieder verlassen, jenen Zwischenraum und sein gesamtes Potenzial auf einmal: indem wir uns in einer vollkommen anderen Situation befinden, in einem anderen Land, auf einem anderen Kontinent, wo die Leute andere Sprachen, Sitten, Mentalitäten haben. Allerdings brauchen wir, um die Erfahrung eines solchen «Sprungs» zu machen, nicht eigens ein Flugzeug zu besteigen. Ein ähnliches Phänomen kann sprachlich erlebt werden, etwa indem wir uns metaphorisch ausdrücken. Ähnlich wie beim Flug ergibt sich das Charakteristische der Metapher aus dem leeren Zwischenraum, dem Sprung von einer Sphäre in die andere. Metaphern geben unseren Erfahrungen eine Form, ein Bild, das die Zuordnung der Erfahrung und Emotionen steuert. Insofern ist Airlines Arbeit metaphorisch zu verstehen.

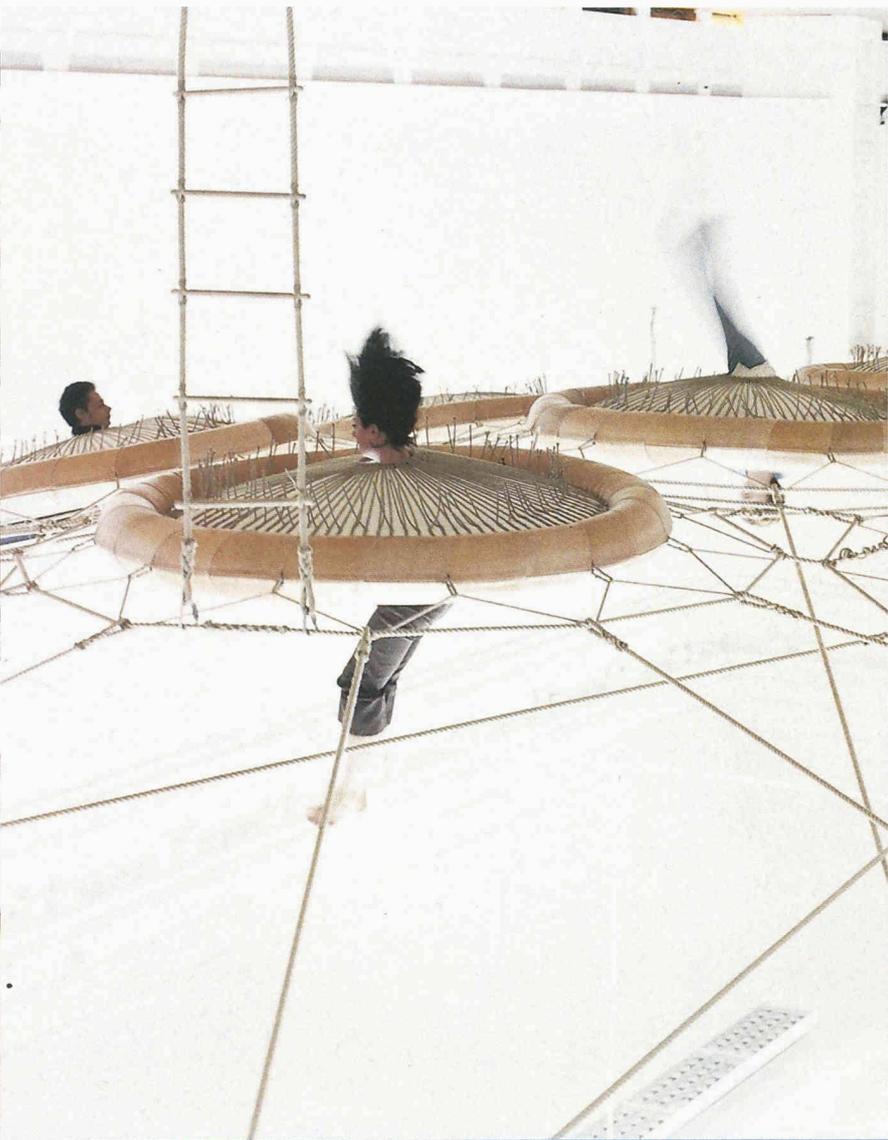
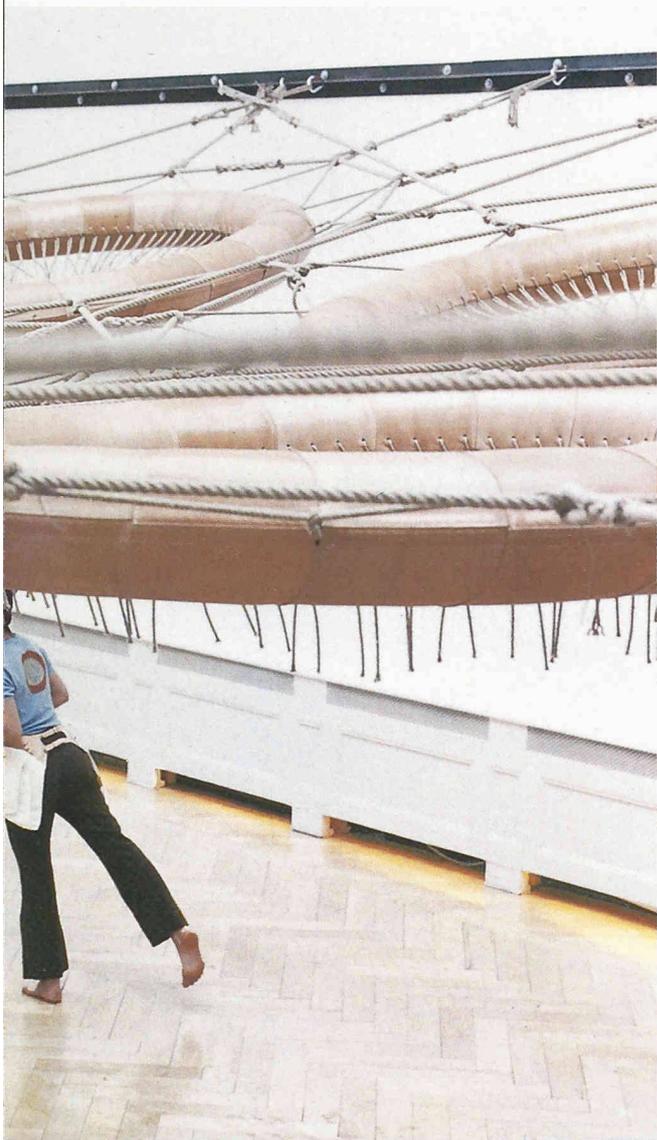
---

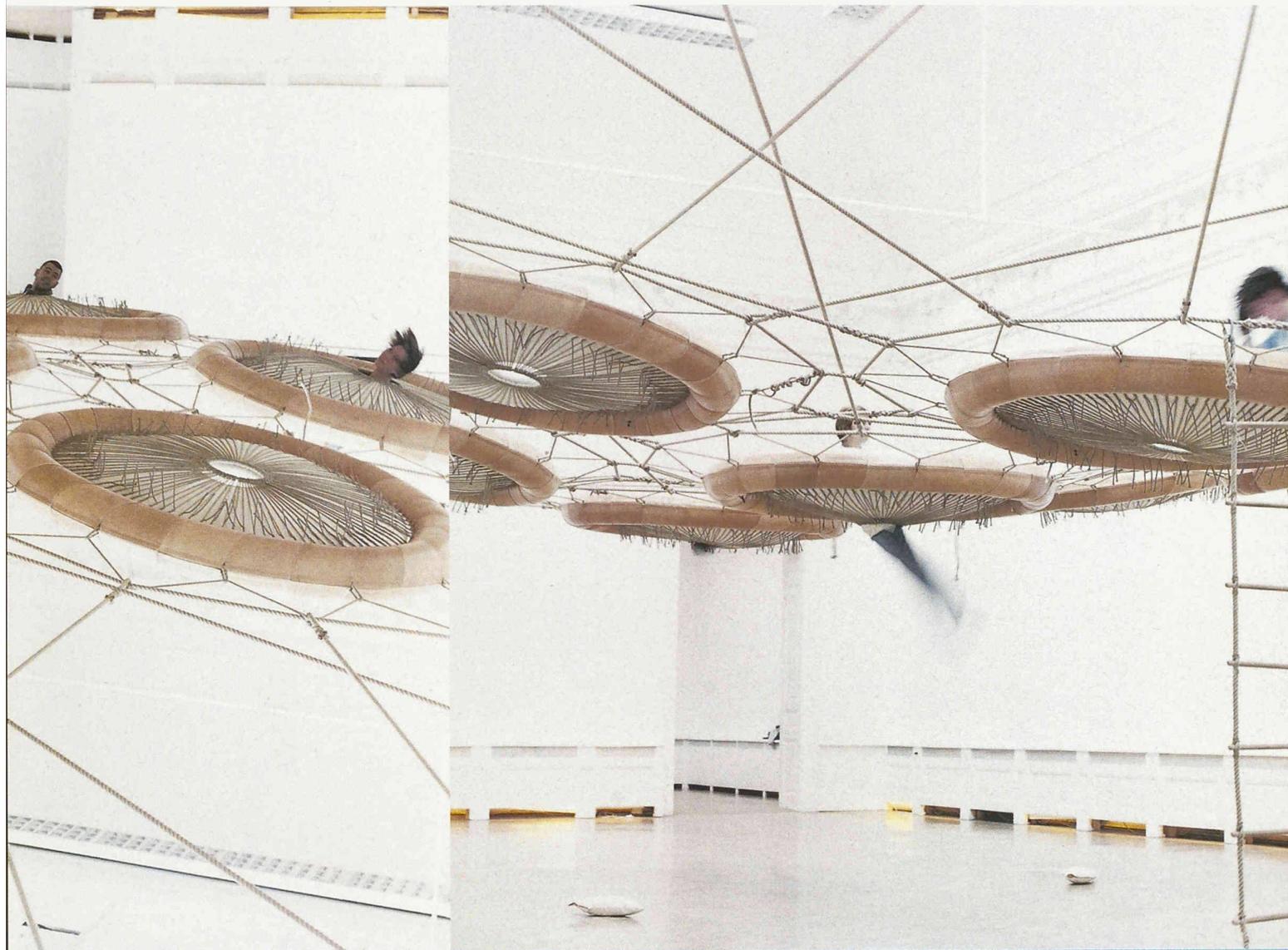
airline: Simone Fuchs, Andri Freuler, Carolina de Giacinto, petit prince, Samy Kramer, Jeanny Messerli  
Michèle Binswanger (Text), rb2b (Illustration/Gestaltung), Stefanie Degen Komafoto (Fotografie) E-Mail: [airline@access.ch](mailto:airline@access.ch), Web: [www.airline.li](http://www.airline.li)





Futon: Kokoslatex, Schurwolle, Baumwolle, Segeltuch, Ziegenleder, synthetischer Faden





Schürze: Segeltuch, Ziegenleder, synthetischer Faden, Metallschnalle, Metalldruckknöpfe





T-Shirt-Druck: Gummimilch, Aluminium-Flimmer, Textildruckfarbe



