

Objektyp: **Miscellaneous**

Zeitschrift: **Tec21**

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

Heft 35: **Abwassersanierung Zürich Nord**

PDF erstellt am: **22.05.2024**

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.

Illusion und Wirklichkeit

(sda/pd/km) Das Museum für Kommunikation in Bern und das Historische Museum Baden präsentieren zwei Ausstellungen, die gegensätzlicher nicht sein könnten: «Happy – Das Versprechen der Werbung» zeigt normierte Glücksbilder der Werbung und hinterfragt gleichzeitig unsere eigenen Vorstellungen vom Glück. «Das Liegengelassene» versammelt Fundstücke aus stillgelegten Schweizer Industriebetrieben, zusammengetragen vom Künstler Hendri Krüsi, der sie als Fragmente einer andern Welt interpretiert. Vom Fabrikarbeiteralltag zum Lifestyle unserer konsumgesättigten Zeit: ein Gang durch verschiedene Epochen, von der harten Wirklichkeit zur soften Illusion.

«Happy» zeigt eine Auswahl aktueller Glücksbilder aus den Jahren 2000 und 2001. In der Ausstellung sind die Sujets und Werbespots auf das Bild reduziert, Slogans und Logos fehlen. So wird deutlich, welche allgemeinen Vorstellungen von Glück unsere Gesellschaft prägen. Doch: Bestimmen diese Bilder auch unser privates Glück? Und können sich globalisierte Glücksvorstellungen gegen lokal und kulturell geprägte Sehnsüchte durchsetzen? Diesen und anderen Fragen geht «Happy» nach. Grundlage des Projektes

ist eine wissenschaftliche Studie, die vom Meinungsforschungsinstitut Link durchgeführt wurde.

Damit präsentiert die Ausstellung den Jetzt-Zustand helvetischen Glücksbefindens in Form einer Bestandesaufnahme. Einen Kontrapunkt zur Kern-

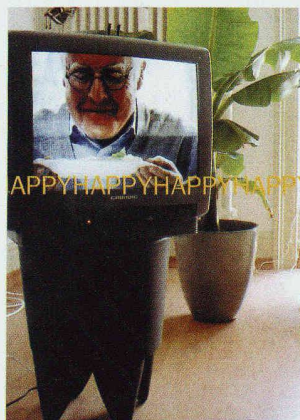
ausstellung bildet «Happy Propaganda», wo politisch geprägte Glücksvorstellungen aus Kuba mittels einer Auswahl an Plakaten gezeigt werden.

Einen historischen Blick auf die Werbung schliesslich gewährt «Happy History» am Beispiel der Autowerbung. Dabei fällt auf, dass früher das Produkt und seine Vorzüge in den Vordergrund gerückt wurden, heute jedoch Lifestyle-Welten und Produktidentifikation kreiert werden, um

die Produkte in unserer Überfluggesellschaft abzusetzen.



Im Auftrag des Museums haben zudem Kunstschaffende Filme zum Thema «Glück» gefertigt. Diese freien Vorstellungen von Happiness werden in Fernseh- und Kinospots gezeigt und tra-



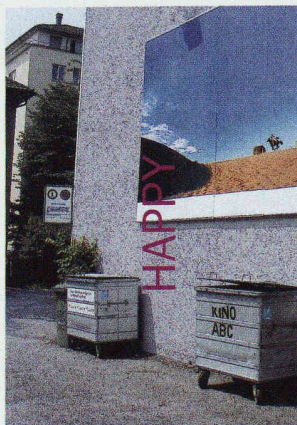
gen so die Ausstellung in den öffentlichen Raum. Auch die von Link begonnene Umfrage beim Publikum wird fortgeführt –

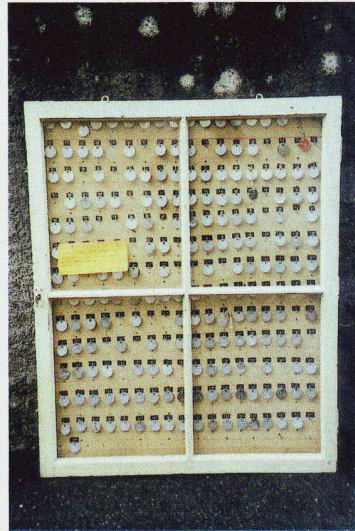
allerdings in spielerischer Form. Auf der Website «Superhappy» (www.superhappy.ch) kann man seine persönliche Glücksbotschaft in einem virtuellen Supermarkt anbieten und monatlich Traumpreise gewinnen. Die Website wird täglich aktuelle Umfrageergebnisse direkt in die «Happy-Lounge» des Museums einspeisen. Virtuelle wie reale Besucherinnen und Besucher werden auf diese Weise aktiver Teil der Ausstellung.

Informationen

Museum für Kommunikation
Helvetiastrasse 16
3000 Bern 6
031 357 55 55, www.mfk.ch
Di-So 10-17 h
Diverse Führungen und Begleitveranstaltungen

Ausstellungsdauer: vom 9. September 2001 bis 28. Juli 2002





«Kleidermarken, Werkzeugmarken – alles Nummern, streng gehütet, der Disziplinierung dienend. Die einen hatten mehr, die anderen weniger Mühe damit.» (Peter Montalta)

Oben: Die Tafeln hingen weit oben an einer Hallenwand und dienten vermutlich der Ortsbezeichnung innerhalb des Raums.

Rechts: Kleidermarken im Austausch für das «Übergewändli» (Bilder: Hendri Krüsi)

«Röhren, Rohrstücke, Wegstücke, Entscheidungen, Trennungen, Vereinigungen, Abzweigungen. Möglichkeiten. This way – that way.» (Hendri Krüsi)

Seit 1998 erforscht Hendri Krüsi Hallen stillgelegter Fabriken und behändigt dort alles, was von Angestellten und Geschäftsleitungen zurückgelassen wurde. Er bewahrt seine Funde davor, vergessen zu werden, und interpretiert sie als Fragmente einer anderen Welt.

Wie Museumsleiterin Barbara Welter schreibt, ist die ursprüngliche Funktion vieler Gegenstände von Laien nicht mehr zu erkennen. Statt dessen scheinen sich die Fundstücke, herausgelöst aus einer Fabrikhalle und dem Produktionsprozess, in Kunst oder mythische Kultobjekte zu verwandeln. Andererseits geben manche Gegenstände Einblicke in eine industrielle Arbeitswelt, die viele von uns nicht mehr aus eigener Erfahrung kennen. So werden an der Ausstellung beispielsweise auch so genannte Portal-Bücher gezeigt, in denen

der Pförtner der Firma Sulzer das Kommen und Gehen der Belegschaft festgehalten hat: In einem Buch von 1940 bringt eine Frau ihrem Mann das Militäraufgebot, oder ein Vater meldet seine Tochter krank. Jemand bringt Setzlinge zum Tauschen, ein anderer ein Suppenhuhn...

Die Fundstücke werden auf vier verschiedene Arten präsentiert und vom Künstler Hendri Krüsi, von Barbara Welter und dem Museumstechniker und -gestalter Peter Montalta (der sich an seine Lehre als Maschinenmechaniker erinnert) kommentiert.

«Von den Ausländerinnen und Ausländern, damals noch vorwiegend Frauen und Männer aus Jugoslawien und Italien, ging eine fürsorgliche Wärme aus. Es gab immer etwas zu erzählen und viel zu lachen.» (Peter Montalta)

Die Objets trouvés sind als Zeugnisse einer industriellen Arbeitscharakteristik zu sehen, als Dokumente einer jeweiligen Firmengeschichte, als mysteriöse Fragmente oder auch als Kunstobjekte.



«Zum Selbstverständnis eines Fabrikarbeiters gehörte: «Die im Büro händ sowieso kei Ahnig.» Ob wir eine Ahnung hatten?» (Peter Montalta)

Informationen

Historisches Museum Baden
Landvogteischloss
Wettingerstrasse 1, 5400 Baden
056 222 75 74
Di–Fr 13–17 h, Sa/So 10–17 h
Führungen auf Anfrage

Die Ausstellung dauert bis am 14. Oktober.