

Berge im Kühlschrank

Die angedeuteten Rück-Bezüge zeigen, daß «Bergmalerei» heute immer auch Kunst über Kunst ist. Dies trifft in besonderem Maße auf diejenigen Künstlerinnen und Künstler zu, die die Tradition des Sujets mit ihren bedeutenden Höhepunkten und ihrem Absinken in Massenproduktion, Klischee und Kitsch – und damit zugleich auch seine Rezeption – in ihren Arbeiten mitreflektieren oder sogar zu deren eigentlichem Ausgangspunkt und Gegenstand machen. Dies kann ironisch geschehen – es gibt mancherlei Witziges in dieser Ausstellung zu sehen, doch fällt die Auseinandersetzung selten eindimensional aus.

In der Ironie schwingt zumeist Kritik mit, manchmal aber auch Affirmation und allemal Poesie, selbst dann, wenn es sich seitens der Künstler um eine ernsthafte, fast wissenschaftliche Untersuchung über das Entstehen und die Rezeption von «Ikonen» handelt. In diesem Zusammenhang war uns auch die Behandlung des Themas «Der Berg in der Werbung» wichtig, das an anderer Stelle ausführlicher behandelt wird.³ Denn in der Werbung feiern all jene Konnotationen fröhliche Urstände, die sich seit der Entdeckung der Berge als eigenständigem Bildmotiv mit diesen verbinden

als Erinnerung, Sehnsucht und Herausforderung – unverfälschte Natur, Kraft, Freiheit, Klarheit, Frische, Erhabenheit – kurz, ein Zipfel vom verlorenen Paradies, Aspekte jedenfalls, die bis heute für die populäre Beliebtheit des Motivs und deren Folgen verantwortlich sind. Die These müßte noch genauer überprüft werden, aber es scheint, daß nach und neben dem Sex das Bergthema das derzeit in der Werbung am meisten strapazierte Motiv ist.

Die in Köln lebende Künstlerin Nik Kern (geb. 1967) hat sich auf den Weg gemacht, das Bergmotiv der Almsana-Milchprodukte in der Wirklichkeit wiederzufinden. Sie schnitt den Berg aus und montierte die so entstandene Maske direkt vor das Objektiv der Kamera. Erstaunlicherweise fand sie das real existierende Vorbild – die zunächst aussichtslos erscheinende

Suche wurde in einem originellen Video dokumentiert. Neben anderen Videos der Künstlerin, die allesamt unser durch Postkarten, Kalender, Fototapeten, Werbung und Film mitgeprägtes Berg-Bild zum Gegenstand haben, gibt es in der Ausstellung ein Objekt, das einen geöffneten Kühlschrank zeigt. Er wurde ausschließlich mit Alpenprodukten bestückt – besser gesagt: mit Nahrungsmitteln, deren Verpackung wirksam werbend auf die Alpen verweist.



NIK KERN

Die Suche nach dem Almsana Massiv 2001

Die schöne Bergwelt

ist das Bild auf meinem Joghurtbecher

Die schöne Bergwelt

ist die Landschaft meiner Modelleisenbahn

Annäherungen der schönen Bergwelt

an die wirkliche Welt

Alpenparadies Supermarkt

Wir leben in einer Welt, in der nicht urwüchsige Bergbauern die Nahrung herstellen, sondern eine riesige profitorientierte Industrie. Da wir das wissen, wächst in uns eine allgemeine Chemophobie und das Verlangen nach echten Naturprodukten. Wenn schon die Nahrung nicht naturbelassen ist, muß wenigstens die Verpackung eine Portion Naturidylle enthalten. Hierfür werden besonders gerne die alpinen Landschaften zitiert, denn es herrscht die kollektive Vorstellung, daß sich im Schutz der Berge Urformen und altbäuerliche Traditionen erhalten haben.

Käse, Joghurt, Schokolade, Quellwasser – im Supermarkt finden wir ein regelrechtes Alpenparadies. Fühlen wir uns ausgelaugt in der verschmutzten Stadt, brauchen wir nur den Kühlschrank zu öffnen und in die heile Bergwelt eintauchen. Die nicht selbst erlebte Natur setzt sich so stark in den Köpfen durch, daß sie auch beim tatsächlichen Betreten der Natur ihrem Bild nicht entkommen kann. Der Mensch wird in der Natur immer das Bild suchen und finden, das er erwartet.

Die Suche nach dem Original wurde zum Thema meiner Arbeiten. Eine Rückwärtsbewegung, die vom Abbild ausgehend das Vorbild sucht, erscheint mir als tragisch-logische Richtung eines Städters.

Die Suche nach dem Almsana Massiv

(Videoarbeit, 5 min)

Als Vorlage dient das Bergmotiv der Almsana-Milchprodukte, der Berg wird herausgeschnitten und die entstan-

dene Maske direkt vor das Objektiv der Kamera montiert. In einer Kamerafahrt von der Stadt bis ins Hochgebirge wandern die Landschaften durch die Schablone. Jeder Berg versucht, die Form des Almsanabergs anzunehmen. Eine absurde, aussichtslose Suche. Es kommt jedoch zu einer überraschenden Wendung: Die Bergdarstellung ist tatsächlich das Nachbild eines existierenden Vorbilds – dem Berg Schreckhorn.

Das Bergeversetzen

(*Mountain Mover*, 16mm Kurzfilm, 7 min)

Ein Mann macht sich auf. Mit seinem Landschaftsmodell im Schlepptau, ist er auf der Suche nach der Landschaft, die seinem Modell Modell gestanden hat: eine schöne Bergwelt, die idyllische, paradiesische, überschaubare Welt, in die er als Kind eintrat, und in der er sein halbes Leben lang lebte. Auf seiner Reise wird das Bergmodell durch die verschiedensten Landschaftskulissen gezogen. Dabei ähnelt die echte Landschaft der künstlichen so sehr, daß man auch ihre Natürlichkeit in Frage stellt. Trotzdem wandert es sich nicht so leicht durch die Berge wie durch eine Filmkulisse. Es tauchen allerhand Hindernisse auf, die heile Welt gerät zunehmend in Gefahr. Das Vorhaben endet in einer Tragödie: Die künstlichen Berge stürzen ab und zerschellen an der wirklichen Natur.

Nik Kern

Biographische Daten

1967 geboren in München; 1988–91 Studium der Literaturwissenschaft in Stuttgart; 1993–98 Studium an der Ecole des Beaux-Arts, Montpellier; 1999–2002 Postgraduierten-Studium an der Kunsthochschule für Medien Köln; lebt und arbeitet in Köln.

Literatur

Nik Kern : KUNSTBERG : NATURBILD, Patatorama, Glutautomat, MEATING and other works, o.J.