

# Josephine Meckseper

## 21. Februar – 3. Mai 2009

Die Künstlerin Josephine Meckseper (\*1964 in Lilienthal, lebt und arbeitet in New York) thematisiert in ihrem Werk die Korrelation zwischen politischem Aktivismus einerseits und Konsumgütern sowie Werbemotiven andererseits. Die Collage-haften Arrangements rufen dabei paradoxe Bildwirkungen hervor, die unser heute gültiges, kapitalistisch orientiertes Wertesystem hinterfragen. In dieser ersten Einzelausstellung von Josephine Meckseper in der Schweiz zeigt das migros museum für gegenwartskunst eine Serie neuer Arbeiten der Künstlerin, die im Kontext einer Auseinandersetzung mit der Verquickung der Automobil- und Ölindustrie mit dem Irakkrieg entstanden ist.

In Installationen, Fotografien und Filmen arbeitet Meckseper seit Anfang der 1990er Jahre mit den Wechselwirkungen von Konsum und Politik. Den Produkten der glitzernden Warenwelt werden Artefakte eines politischen Aktivismus gegenübergestellt, wodurch eine irritierende Konstellation herbeigeführt wird: Schaufensterpuppen, die als Exponate einer konsumfreudigen Gesellschaft fungieren, erhalten Demonstrationsparolen auf Pappschildern umgehängt, oder Glamour-Accessoires und Klobürsten werden mit Bildern von Demonstrationen konfrontiert, die Meckseper fotografierte – um nur einige Beispiele für Mecksepers komplexe Arrangements zu nennen. Die vordergründig absurde Disposition zweier entgegengesetzter Welten in einem scheinbar nahtlosen Display verweist auf die Verschleifung politischer und ästhetischer Prinzipien in den Massenmedien. Meckseper arbeitet mit Symbolen, die ihr wie Metaphern zur Kritik an der spätkapitalistischen Gesellschaft dienen. Mecksepers Arrangements von Gegenständen stellen die Präsentationsformen der Schaufenster von Kaufhäusern nach und rekontextualisieren somit die präsentierten Objekte: Den Demo-Parolen wird eine neue Wertigkeit zugeschrieben – sie werden zu «einer Kampfansage an den Lähmungszustand des Selbstverständlichen unserer Welt».<sup>1</sup> In der Konfrontation normativer gesellschaftlicher Haltungen fordert Meckseper den Betrachter zur Befragung des eigenen Wertekodex auf.

Die im nationalen Interesse der USA legitimierten Kriege in strategisch wichtigen Ländern nimmt Josephine Meckseper zum Anlass für ihre jüngsten Arbeiten und befragt dabei die Wertesysteme der amerikanischen Gesellschaft. Die lebensgrossen Ölbohrtürme *Untitled (Oil Rig No. 1)* (2009) und *Untitled (Oil Rig No. 2)* (2009), aus ihrem ursprünglichen Kontext isoliert und in den Ausstellungsraum transferiert, dienen als Symbole für die US-amerikanische Wirtschaftsgeschichte. Der Abhängigkeit von Öl, auf der ein wichtiger Teil der ökonomischen Erfolgsgeschichte der USA basiert, folgt in der Übersteigerung unweigerlich die Dekadenz. Den Sinnbildern für industrielle Kraft, automobilen Fortschritt, Freiheit und Unabhängigkeit wird die Replik eines Bunkers, *Untitled (Bunker)* (2009), aus dem Zweiten Weltkrieg gegenübergestellt. Dieser orientiert sich an einem von Paul Virilio fotografierten Bunker, beschrieben in seinem Buch *Bunker Archeology*. Ebenfalls der Thematik des gesellschaftlichen und moralischen Verfalls widmet sich die Schaufensterinstallation *Fall of the Empire* (2008). Der auf den Niedergang des Römischen Reichs verweisende Werktitel deutet die zunehmende Degeneration der westlichen Konsumkultur an.

Zusammengeschnittenes Material aus Fernsehwerbefilmen für Automobilfirmen, vertont mit einem nachhaltig durchdringenden Industrial Noise Song von Boyd Rice mit der Textzeile «Do you want – total war!», dekonstruieren im Video *0% Down* (2008) die suggestive Bildsprache der Werbestrategen. Autos werden in der Wüste von Militärjets eskortiert, und Flugzeugdüsen stählen die Karosserie. Vorwärtsdrang, Unverwundbarkeit und militärische Faszination stehen für eine kämpferische und willensstarke Nation – eine kriegsaffirmative Ästhetik einer Krieg führenden Nation. Diese Arbeit synthetisiert eine Serie von Werken Mecksepers, indem sie die Verbindung der US-amerikanischen Interessen am Rohstoff Öl, der immensen Abhängigkeit der Automobilindustrie und den im Nahen Osten geführten Kriegen zusammenbringt. In einem Interview lobt ihr Künstlerkollege Liam Gillick diese Arbeit als «die eleganteste und schnittigste Korruption zeitgenössischer Kultur, die er je gesehen hat».<sup>2</sup> Die Collagen begehrlicher Autotypen wie *Dodge Viper*, *Honda NSX GT* oder *Ford Mustang* (alle 2008) befragen die Wirkungsweise von Werbung. Die vorgefundenen Plakate wurden auf industrielle Leinwände gezogen und in transparente Verpackungsfolien eingeschweisst, um eine serielle Produktionsform zu suggerieren. Das Statussymbol Auto, auf sechs polierte Chromfelgen

<sup>1</sup> Interview mit der Künstlerin aus dem Jahr 2007 auf <http://www.artnet.de/magazine/features/quest/quest09-20-07.asp>.

<sup>2</sup> Liam Gillick im Interview mit Josephine Meckseper, [www.interviewmagazine.com/art/josephine-meckseper](http://www.interviewmagazine.com/art/josephine-meckseper).

reduziert und auf einem Spiegelpodest ausgestellt, führt in der Arbeit **Negative Horizon** (2008) die Absurdität des Fetischcharakters eines Warendisplays vor Augen. Die Felgen werden zum Sinnbild für einen gesellschaftlichen Mehrwert und verlieren ihre Gebrauchsfunktion. Diese Anordnung führt zu einer ästhetischen Sublimierung der Warengegenstände.

**President's Day** (2007), eine Leinwand mit schwarzen Rechtecken und weissen Linien, mutet wie ein konstruktivistisches Gemälde an. Die Aufteilung ist das Resultat einer Untersuchung über das ökonomische Organisationsprinzip von Zeitschriftenlayouts, in denen Anzeigenspalten der Neutralisation der redaktionellen Gliederung einer Zeitungsseite dienen. Wie in von Meckseper untersuchten Artikeln in der *New York Times* über die Opfer im Irak, die dort neben Werbung zu Luxusartikeln gesetzt werden. Ebenfalls in Schwarzweiss gehalten sind die Wandarbeiten **Untitled (Black and White Wall)** und **Untitled (American Flag)** (beide 2009). Die Künstlerin hat die Elemente der US-Flagge adaptiert und widerspiegelt damit die vereinfachte Sichtweise der für die Aussenpolitik Verantwortlichen unter der George-Bush-Regierung.

In **Ten High** (2008) arrangiert Meckseper verschiedene Objekte, die für den Zerfall des amerikanischen Neoliberalismus stehen. Auf einem schwarz glänzenden Podest vor einem Hintergrund aus dem gleichen Material stehen drei kopflose silberne Schaufensterpuppen. Die eine verweist mit ihrem Schild «Going out of business, SALE» auf die sich zum Zeitpunkt der Entstehung des Werks abzeichnende Rezession. Die mit christlichen Symbolen dekorierte Krawatte um den Hals der zweiten Puppe nimmt Bezug auf die erzkonservative und bibeltreue Bevölkerung im Mittleren Westen. Daneben steht die dritte Schaufensterpuppe mit einem Veteranen-T-Shirt. Die zusätzlichen Objekte im Arrangement – die Gehhilfe, die Bibel, die Fahne, der Aschenbecher und eine Whiskey-Flasche – kommentieren das Schicksal von Kriegsveteranen, die – zurückgekehrt – oft in tiefer Armut leben, während sie vom amerikanischen Staat für die nationale Glorifizierung missbraucht werden. Das Dispositiv wird so zum Abbild eines Moralkodex. In der Arbeit **Thank a Vet** (2008) stehen Ölkannister, Klobürste mit dazugehörigem Teppich, Strumpfbeine und eine Büste mit einem «Thank a Vet»-Shirt, einem Souvenir-Shirt von Kriegsveteranen.

Das Schaufenster der Verbraucherzentrale, eine Institution des deutschen Konsumentenschutzes, war der ursprüngliche Ausstellungsort der gleichnamigen Installation **Verbraucherzentrale** (2008). Die unabhängige und gemeinnützige Organisation informiert und vertritt die Interessen der Verbraucher gegenüber den Firmen. Unter diesem Vorzeichen werden die ausgestellten Objekte hinterfragt. Im Kontrast dazu stehen die Demonstranten auf den Fotografien für ihre Rechte ein. Das Video **March for Peace, Justice and Democracy, 04/29/06, New York City**, (2007) ist als Antwort auf die politischen Verhältnisse in Mecksepers Wahlheimat entstanden. Die Aufnahme einer Demonstration zur Meinungsfreiheit benutzte die Künstlerin, um aufzuzeigen, wie sehr in den letzten Jahren unter George W. Bush und seit dem 11. September 2001 die Meinungsfreiheit sowohl einer staatlichen als auch einer freiwilligen Zensur unterworfen war. Anti-Kriegs-Demonstrationen wurden oft nicht bewilligt, und Zeitungen wie die *New York Times* übten keine Kritik am Kriegsgeschehen in Afghanistan oder im Irak. Vor dem Hintergrund der grössten Shoppingmall der USA in Minneapolis mit über 500 Geschäften, Funparks, Kinos, Nightclubs, Restaurants und zahlreichen Hotels entstand die Arbeit **Mall of America** (2009). Im gigantischen Freizeit- und Konsumtempel befindet sich neben Boutiquen und Vergnügungsparks auch ein Militärrekrutierungsbüro. Die Künstlerin weist auf die gefährliche Durchmischung von Konsumwelt und Politik hin. Die Mall als kapitalistischer Palast verspricht eine schöne Warenwelt. Die Sequenzen, auf denen Shops und Flaneure zu sehen sind, wurden mit Farbfiltern sanft in den Farben der amerikanischen Flagge eingefärbt, während die Filmausschnitte über das Rekrutierungsbüro ungefiltert die Konsumwelt kontrastieren. Der Spaziergang durch die Mall wird durch die Farbgebung, die Verlangsamung der Bildspur und elektronische Soundfragmente verfremdet, die den Effekt eines unangenehmen Traums hervorrufen.

Die in New York lebende deutsche Künstlerin ist in einem politisch engagierten Umfeld aufgewachsen. Nach der Ausbildung an der Universität der Künste in Berlin wechselt sie ans California Institute of the Arts im kalifornischen Valencia, wo sie nach Ausbruch des Golfkriegs mit zunehmendem Patriotismus und den Rodney King Riots konfrontiert wird. Diese politisch aufgeladene Stimmung greift Meckseper auf und macht sie zur Triebfeder ihrer Arbeit. In den folgenden Jahren nimmt sie an bedeutenden Gruppenausstellungen in renommierten Häusern wie dem Whitney Museum of American Art, New York (2006), der Royal Academy of Arts, London (2006), und der Tate Modern, London (2006), teil und realisiert Einzelausstellungen im Kunstmuseum Stuttgart (2007), im MoMA, New York, mit Mikhael Subotzky (2008), und in der Bremer Gesellschaft für Aktuelle Kunst (2008).

**KATALOG:** Anlässlich der Ausstellung wird bei JRP|Ringier in Zusammenarbeit mit der Ausstellungshalle zeitgenössische Kunst Münster und der Blaffer Gallery sowie dem Art Museum of the University of Houston im Juni 2009 ein Katalog erscheinen. Mit Textbeiträgen von Heike Munder, Rachel Hooper und Sylvère Lotringer im Gespräch mit Paul Virilio.

**ÖFFENTLICHE FÜHRUNGEN:** Sonntag, 22. Februar, 15. März, 5. und 19. April, 3. Mai, um 15 Uhr, sowie Donnerstag, 5. März und 30. April, um 18.30 Uhr.

**FAMILIENFÜHRUNG:** Sonntag, 29. März, um 13.30 Uhr. Die Führung dauert 1,5 Stunden und ist inhaltlich auf Familien ausgerichtet. Innerhalb der Führung wird auch praktisch gearbeitet.

**SCHULKLASSEN-WORKSHOPS:** Zur Ausstellung von Josephine Meckseper bietet das Museum in Zusammenarbeit mit schule & kultur der Bildungsdirektion Kanton Zürich museumspädagogische Workshops für Schulklassen an. Weitere Informationen sowie Anmeldung unter: [www.schuleundkultur.ch](http://www.schuleundkultur.ch)

**ÖFFNUNGSZEITEN:** Di / Mi / Fr 12–18, Do 12–20, Sa / So 11–17 Uhr.  
Der Eintritt ins Museum ist donnerstags von 17–20 Uhr kostenlos.

**FEIERTAGE:** Am 1. Mai ist das Museum von 11–17 Uhr geöffnet.

migros museum für gegenwartskunst  
Limmatstrasse 270  
8005 Zürich

T. +41 44 277 20 50  
[info@migrosmuseum.ch](mailto:info@migrosmuseum.ch)

F. +41 44 277 62 86  
[www.migrosmuseum.ch](http://www.migrosmuseum.ch)

Das migros museum für gegenwartskunst ist eine Institution des Migros-Kulturprozent.  
[www.kulturprozent.ch](http://www.kulturprozent.ch)