

GALERIE

Hauptstadtrevier

17.04.2015 – 30.05.2015

Eine Ausstellung von Ilja Karilampi

Kuratiert von Bonaventure Soh Bejeng Ndikung und Solvej Helweg Ovesen

Hauptstadtrevier. Eine bunte Mischung aus Arbeitern, Studenten, Arbeitslosen, Künstlern, Musikern und Händlern bahnt sich tagein, tagaus ihren Weg durch den Wedding Berlins. Die Straßen hier sind Tag und Nacht belebt. Am Leopoldplatz in Wedding, wo jeden Tag dieselben Leute ihr Bier in der Sonne trinken, befindet sich die Galerie Wedding im 1928 erbauten Rathaus. Aufgrund der Glasfassade der Galerie ist das Innere des Ausstellungsraums definiert durch das Außen, das Geschehen auf der Straße. Die Ausstellungen – insbesondere diese – sollen das Publikum auch außerhalb der Galerie ansprechen und sich mit der Geschäftigkeit des Straßenraums vermischen. In diesem Kontext verortet sich die Einzelausstellung des in Berlin lebenden schwedischen Künstlers, Radiomoderators und DJs Ilja Karilampi.

Fast wie ein Detektiv wühlt sich Karilampi bei Tag und bei Nacht durch das moderne Berlin mit seinen verschiedenen Bezirken, von Wedding über Kreuzberg bis nach Schönefeld, immer bemüht um die Entzifferung oder die Schaffung von dichten, surrealen, fast unheimlichen Konstellationen urbaner Grafik. Eine sehr flüchtige Sprache, die uns gleichzeitig einbindet, die uns emotional und mental lenkt, ohne dass wir es bemerken. Berlin blickt wie wohl jede andere Stadt oder gar Nation zurück auf eine lange Reihe von Versuchen, sich selbst zu vermarkten, zu »branden«.

Karilampi untersucht diese Stadtbilder, als wären sie Tatorte, grafische Codes, die es zu entziffern, oder Kriminalfälle, die es zu lösen gilt. Er beobachtet Stile, Tags, die buchstäblich unsere Erinnerung taggen, Graffiti-Statements, die es zu übersetzen gilt, Hinweisschilder, Straßenschilder und überall eine Vielzahl von Marken, die wahrgenommen werden wollen. Karilampi begibt sich auf die Suche nach Mustern und ungewöhnlichen Konstellationen und implementiert sie popästhetisch in seine visuellen Kunstwerke.

Aufgewachsen mit Popmusik und Krimiserien, fühlt er sich zu Berlins Außenbezirken genauso hingezogen wie zum Zentrum mit seinen großen Fassaden. Der Künstler hat diese Ausstellung nach der populären Berliner Krimi-TV-Serie »Heiter bis tödlich – Hauptstadtrevier« benannt.

»Diese Detektivsache ist vielleicht ein romantischer Lebensstil, aber auch ein Bruch mit den Erwartungen – ich mag meine Freunde, die Rollenklischees aufbrechen oder gar ablehnen. Ich bin verrückt nach Undercover-Cop-Filmen aus NYC und interessiere mich für die Rolle von Detektiven in unserer Gesellschaft. Ich habe von diesem pensionierten Polizisten in Schweden gehört, der Kunst sammelt. Er hat in seiner Sammlung auch eine Glasscheibe von einer Bank, in die Räuber bei einem Überfall mit der Maschinenpistole ein Smiley geschossen haben!«

(Ilja Karilampi, 2014)

Als Hauptbestandteil der Ausstellung füllt Karilampi die breite Fensterfront der Galerie Wedding mit seiner großen Sammlung von Symbolen und Marken, die er in den letzten Jahren in Berlin gesammelt hat. Sie sind auf Silberfolie aufgetragen, um sichtbar und unsichtbar zur Straße hin zu schimmern.

Solvej Helweg Ovesen

Kuratorin von POW,
Galerie Wedding – Raum für
zeitgenössische Kunst,
Berlin, März, 2015

Übersetzung
von Saskia Köbschall

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Das Kunstwerk im Fenster heißt **Thinking of the Bundestag (New York, Ghana, Fischerinsel, Gate 57)** und besteht aus ineinander verdrehten Berliner Wappen mit dem Bären und seiner selbstreflexiven Entwicklung – zusammen mit Logos und anderen selbstgestalteten Grafiken. Die Sammlung erweist sich als ein biografischer Streifzug durch die Stadt und besteht aus einer Reihe von Bildern, mit denen der Künstler sich identifiziert oder vertraut fühlt.

Marken sind Karilampis »Rohmaterial«, wie es beispielsweise dem Sozialpsychologen und Kommunikationstheoretikern Jonathan E. Schroeder zufolge die Campbell's-Dosen für Andy Warhol waren. In seinem Essay »The Artist and the Brand« beschreibt Schroeder den engen Zusammenhang zwischen den Kompetenzen eines bildenden Künstlers und den Fertigkeiten, die für die Schaffung und Interpretation einer Marke nötig sind: »Die Verwendung des »Branding« durch Künstler trägt dazu bei, kulturelle Bedeutungen und Assoziationen zu artikulieren, die Marken ausmachen. Die Markenmanager haben keine vollständige Kontrolle über die Bedeutung der Marke, deshalb sollte es nicht überraschen, dass Künstler Ahnung von »Branding« haben, geht es doch dabei hauptsächlich um die Schaffung emotionaler Verbindungen und um Bildmanagement.«¹

Die Frage lautet: Warum hat Karilampi ausgerechnet diese Marken oder Symbole für die Ausstellung **Hauptstadtrevier** ausgesucht?

»Ich kann sie nicht wirklich Marken nennen – sie sind eher Nichtmarken –, da ich sie als Bilder benutze und ihre Tradition als Symbole oder Repräsentationen verwende. Im Hinblick auf die Motive mit einer starken Verankerung in der bildlichen Darstellung und deren Bedeutung für Berlin als Stadt – ich glaube, ein Gefühl dafür zu haben, wie spielerisch ein solches Symbol entstehen und sich über die Jahrhunderte verändern kann. Das nassen Bären aus dem 14. Jahrhundert (in den Berliner Wappen) haben etwas Archaisches – ähnlich wie der tanzende Bär von heute (...) Es kann eine Menge schiefgehen, wenn der Staat oder die Stadt eine Kampagne für ein Symbol initiiert (...).«

City-Branding, das zentrale Thema, ist ein Marketing-Mechanismus, der darauf abzielt, das Ansehen der Stadt oder der Nation zu verbessern, insbesondere in Bezug auf ökonomisches Wachstum. City- oder Nation-Branding ist in erster Linie etwas Gestalterisches, was den lokalen mit dem internationalen Handel verbindet, den Tourismus fördert und einen Weg für die Stadtverwaltung darstellt, „die kulturelle Identität zu bekräftigen“, wie Karen Fiss, Professorin für Visual Studies, schreibt.² Die Grafiken im Schaufenster der Galerie dienen dazu, diese uns vertrauten lokalen Marken zu immaterialisieren und eine Showdown-Präsenz für sie zu schaffen, frei schwebend und unabhängig von ihren Produkten oder einem Zielpublikum, als verfeinerte Bildsprache, die Teil unseres Lebens ist.

Innerhalb der Galerie führt der Künstler dieses Thema weiter aus; er präsentiert Schaufensterpuppen in Sweatshirts und einen alten Parka mit aufgestickten Marken, **Plainclothes Po-seurs**. Hier benutzt der Künstler das »Medium« Straßenkleidung, die er dann zeitaufwendig und gewissenhaft mit handgestickten Labeln gestaltet. Die Arbeiten an der Wand wiederum spielen mit der Deutschlandkarte sowie verlorenen und gefundenen Visitenkarten. Der Boden wird aufgeteilt durch schwere weiße Metallketten, welche die Umrisse eines verlorenen Objekts oder einer kommenden Aktivität markieren – **Veckans brott**, was auf Schwedisch »Verbrechen der Woche« bedeutet. Sie kreieren die sich verändernde Inszenierung für die verschiedenen Musikevents im Laufe der Ausstellung.

1 Vgl. Jonathan E. Schroeder: »The artist and the brand«, S. 1300 (www.emeralinsight.com/0309-0566).

2 Vgl. Karen Fiss: »Design in a Global Context« in: Design Issues (MIT Press, Cambridge, Mass.), 25 (2009), Nr. 3, S.3.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Downtown Ilja

Karilampi moderiert die wöchentliche Radiosendung **Downtown Ilja** im Berlin Community Radio. Die Übertragung von **Downtown Ilja** live aus der Galerie Wedding ist eine der wichtigen Aktivitäten des Ausstellungsprogramms. »Thematische Shows mit Gesprächen über Musik und über die Songs selbst – vom schwedischen Viking-Trance-Rap über Two Step aus den 90ern bis zu R'n'B, Instrumentals und anderen Clubhits aus den Charts«, so lautet die offizielle Beschreibung des **Downtown Ilja**-Radiomixes. Die Präsenz ausgewählter aktueller Musik in der Ausstellung eröffnet die Möglichkeit eines Dialogs zwischen Popmusik und Kunst. Das ist wichtig für die Arbeit des Künstlers.

Downtown Ilja wird Konzerte und Gespräche mit Leuten aus der Nachbarschaft veranstalten, welche an der Schnittstelle zwischen bildender Kunst und progressiver Popmusik arbeiten. Die Musiker/-innen, die Karilampi inspirieren, sind Faze Miyake (GB), der Instrumental-Dub-Musik macht und dem Karilampi seine letzte Show in Stockholm widmete, Madi Banja (SE), den er als »Dr Alban-Future sounding trance RnB« bezeichnet, Poliens (SE) mit »inventive deephouse« und Giggs (GB) mit »Grime«.

Für das Radioprogramm wählt Karilampi Künstler/-innen aus, die Musik und Kunst zusammenbringen, so zum Beispiel Nuzia (DE), ein Rapper/Sänger mit ghanaischen Wurzeln, TCF (DE/NO), ein norwegischer Musiker und Performer, der »algorithmic techno« produziert, und Dan Bodan (DE/CA), ein Künstler, der »crooner dance music« macht. Während des Gallery Weekend Berlin (01. – 03.05.) wird es Radiosendungen, Diskussionen und DJ-Sets mit Berliner Künstlern und Musikern geben. Auf die Frage, warum das Radioprogramm und die Musikstile relevant seien, antwortet Karilampi:

»Wie bei anderen Dingen auch sind Erneuerung und Veränderung das Wichtigste, und ich fühle mich zu moderner, progressiver Musik generell hingezogen. Techno kann manchmal konservativ sein, weil die deutsche Szene nur Vinyl oder eine bestimmte Art von Partys zulässt und alles, was wegen der Klangqualität oder dem Format nicht berücksichtigt wird, ignoriert.«

Techno und wie er bei Partys gespielt wird schließt manchmal feinere progressive und internationale elektronische Musikstile wie Grime, Hip-Hop und Soul aus. Das sind Stile, die zum Beispiel von nichtwestlichen Musikern und Traditionen geprägt sind, die aber auch die Bevölkerung in Wedding widerspiegeln könnten. Was also ist die Korrelation zwischen Popmusik und Kunst, die hier wichtig ist? Popmusik, oder wie auch immer man diese Musik nennen will, ist Teil unserer Sozialisation heutzutage, zumindest der unter Sechzigjährigen. Wie die amerikanische Kulturkritikerin Bell Hooks es ausdrückt: »Ob wir über Rasse sprechen, über Geschlecht oder Klasse, Popkultur ist der Ort der Erziehung, wo es was zu lernen gibt.«³

In diesem Sinne kann auch Karilampis Videoarbeit aus dem Jahr 2011 **h00dumentary** gesehen werden, die ebenfalls in der Ausstellung gezeigt wird. Sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie der Künstler eine Popkultur-Ikone wie »Dr Dre« benutzt, um über Themen wie sozialen Wohnungsbau oder Klassenunterschiede zu sprechen. Der Titel **h00dumentary** suggeriert ein neues Filmgenre, zwischen Dokumentarfilm über eine Nachbarschaft (»hood«) und einem »mockumentary« über »Dr Dre«, der als Architekt eines Sozialwohnungsbaus ausgegeben wird.

³ Bell Hooks: »On Cultural Criticism«, Media Education Foundation, www.mediaed.com, 2005, S. 2 (www.mediaed.com)

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Popmusik ist auch eines der ersten und wohl prägendsten kulturellen Formate, in denen Unterschiede jongliert werden, ein Genre, das die Idee des »Post-Other« schon seit Jahrzehnten praktiziert. Verpackt als ein »apolitisches«, rein ästhetisches Format, jenseits jeglicher Machtstrukturen, gewinnt Popmusik Zugang zu den Massen und schafft es trotzdem, uns alle auf individueller Ebene anzusprechen. Und so entsteht kultureller Fortschritt.

Der Berliner Popmusik-Theoretiker Diedrich Diederichsen behauptet, dass das Verlangen nach ästhetischem und kulturellem Fortschritt und unorthodoxer Kreativität starke Überschneidungen zwischen Popmusik und zeitgenössischer Kunst schaffe. In seinem neuesten Buch, „Über Pop-Musik“, 2014, argumentiert er zum Beispiel, dass die Ziele, die bildender Kunst und Popmusik gemeinsam seien, in dem ästhetischen Wert von Unvollkommenheit (geschaffen aus Fragmenten) und der Entwicklung von progressiven Konzepten liegen.⁴

Für Karilampi ist es vielleicht der musikalische Einfluss, auf einer Sub- und Metaebene, der in seiner Arbeit zum Ausdruck kommt, indem er die Stadt erforscht, sich von Clubs und Neonlichtern für seine Kunstinstallationen inspirieren lässt. Das Licht – zum Beispiel Schwarzlicht – und Leuchtfarben sind elementare Bestandteile seiner künstlerischen Arbeit. In **Hauptstadtrevier** benutzt er Stroboskoplichter, um die Ausstellung auch nachts „offen zu halten“. Vom späten Abend bis zum frühen Morgen wird die Ausstellung alle paar Sekunden erhellt und so zu einer unheimlichen Bühne oder einem Pop-up-Bereich, der rhythmisch aus der Dunkelheit auftaucht.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

⁴ Vgl. Diedrich Diederichsen: »Über Pop-Musik«, Köln 2014, S.346