

Wolfgang Ullrich

Konsum als Selbsterkenntnis?

Eine Zitrone, deren Schale sich über den Rand eines Tellers hinaus fast parallel zur Falte eines Tischtuchs windet, während der Teller selbst etwas labil über die Tischkante ragt – das allein genügt, um eine ganze Tradition von Bildern aus dem stillebenverliebten 17. Jahrhundert wachzurufen. Diesmal ist es ein Foto, das ein solches Sujet zeigt und das zu einer Serie von Bildern gehört, die Stephanie Senge im Frühjahr 2004 fotografiert hat. Sollen hier holländische Stilleben nachgestellt werden? Und wozu?

Daß auf den Fotos zahlreiche, meist farbkraftige Gegenstände – eine Plastikgieskanne, ein in Zellophan verpacktes Messer oder Luftballons – auftauchen, die es in jenem 17. Jahrhundert noch nicht gab, könnte man als Argument gegen die Idee einer Nachstellung anführen. Allerdings ließe sich dann immer noch mutmaßen, diese Serie wolle eine aktualisierte Version des Bildgenres bieten, das den Kunstmarkt vor mehr als drei Jahrhunderten besonders befeuert hat. Sollte es Stephanie Senge also darum gegangen sein, mit der heutigen Dingwelt wieder etwas von der Augenlust zu erzeugen, die gerade Stilleben immer wieder weckten?

Abermals ist ein Zweifel angebracht. Vergleicht man nämlich Senges Fotografien mit einigen der alten Gemälde, dann fällt sofort auf, um wie viel stärker auf letzteren alles eigens in Szene gesetzt wurde: Aus dem Dunkel heraus tauchen plötzlich einige Gegenstände auf und präsentieren sich, je nach ihrer Oberfläche, strahlend, glänzend, funkelnd, leuchtend oder schimmernd. Überhaupt wurden die Materialitäten geradezu zelebriert, nicht zuletzt als Schwierigkeiten, an denen der Künstler stolz seine Professionalität unter Beweis stellen konnte, ähnlich wie heute ein Eiskunstläufer bei der Kür demonstriert, was er beherrscht. Es sind Bilder, die auf ihre Wirkung hin berechnet sind, theatralisch und kaum minder werbend als in unserer Zeit Illustrationen in einem Kochbuch oder auf einer Produktverpackung.

Dagegen spielen die Fotos Stephanie Senges viel weniger mit Licht und Schatten, sind auch nicht auf einige ausgewählte – üblicherweise statu strächtige – Gegenstände reduziert, sondern zeigen einfach einen langen Reigen an Sachen, der sich über die gesamte Bildfläche verteilt. Statt auf einer Bühne, auf der alles jeweils eines Effekts zuliebe auftritt, stehen Obst, Gefäße und Stoffe hier auch an einem konkreten und weltlichen Ort. Im Hintergrund sieht man manchmal sogar ein Stück Heizung, ein Fensterbrett oder eine Zimmertür, was erkennen läßt, daß Senge die Fotos in einem alltäglichen Wohnambiente gemacht hat. Was zuerst als inszeniert verdächtig worden sein mochte, erweist sich somit bei genauerer Betrachtung als Folge von Ausschnitten eines Zimmers, in dem, zugegeben, nicht gerade große Ordnung herrscht, das aber auch nichts enthält, was dort gar nicht hingehören würde. Es sind Dokumente eines konsumfreudigen, der Überfülle zugeneigten Lebensstils, den Senge auf diesen Fotos eingefangen hat.

Wer andere Arbeiten der Künstlerin kennt, ahnt vermutlich schon, daß es ihre eigene Wohnung war, in der die Stilleben-Serie entstanden ist - und daß sie dafür nicht erst mit viel Aufwand etwas umgestellt oder verändert hat. Vielmehr macht Senge keine Trennung zwischen einem privaten Lebensraum und von ihr eigens gestalteten - künstlerisch ambitionierten - Räumen; Formgefühl, Farbgespür und Raumempfinden lassen sich, so ihre Überzeugung, nicht einfach ein- oder ausschalten, sondern bestimmen in jedem Fall darüber, wie jemand sich oder anderes einrichtet.

So waren schon bei mehreren Projekten die eigenen vier Wände Gegenstand der Arbeit Stephanie Senges, und der Stil dieser Projekte unterschied sich auch nicht von dem, den ihre Installationen in öffentlichen Räumen besitzen. Einmal, 2003, erklärte sie sogar ihre Wohnung zur Installation, als sie sie nämlich komplett ausräumte und in der Münchner Kunstakademie originalgetreu wieder aufbaute - nur daß alles jetzt auf einem Sockel stand und damit als Skulptur ausgewiesen war. Schon etliche Jahre zuvor, 1999, drehte Senge ein vierstündiges Video in ihrer Wohnung, das sie selbst - unter dem Titel „Aufräumen“ - dabei zeigt, wie sie nach und nach Berge von Wäsche und Papier sichtet, etliches ausmistet und schließlich in einem ordentlichen Zimmer sitzt.

Bei den in ihrer Wohnung entstandenen Fotos ist die Unordnung keineswegs so groß wie zu Beginn jenes Videos, doch scheint Senge das Aufräumen auch nicht mehr als letztes Ziel zu begreifen. (Eine Aktion, bei der sie im Jahr 2001 bei verschiedenen Personen aufräumen ließ, nannte sie „Glücklich räumen“, was noch eine gewisse Sehnsucht nach Ordnung verriet.) Vielmehr schwelgen die Fotos in der Buntheit des Vielerlei, das da versammelt ist, und versuchen, beim Betrachter Freude und zumindest Wohlwollen angesichts des gewissen Durcheinander zu wecken, in dem etwa ein Laib Brot, ein Fläschchen mit Haarschampoo und einige Teebeutel in direkter Nachbarschaft liegen.

Stephanie Senge macht keine Unterschiede zwischen Altem und Neuem, Eßbarem und Haltbarem, Edlem und Trashigem, was aber nicht nur eine Gleichgültigkeit gegenüber herkömmlichen Ordnungsvorstellungen verriet, sondern auch von einer Haltung zeugt, die grundsätzlich jedem Ding gleich viel Aufmerksamkeit zukommen lassen will. Tatsächlich: Die Unordnung auf Senges Fotos ist nicht etwa Folge einer Nachlässigkeit, Bequemlichkeit oder Überforderung; vielmehr resultiert sie aus einem überdurchschnittlichen Maß an Neugier und vor allem aus dem Wunsch, sich mit allem zugleich zu beschäftigen, ja es jeweils in seiner Schönheit oder - auch skurriler und damit liebenswerter - Eigenheit zu würdigen und schließlich zu ‚echtem‘ persönlichen Eigentum erklären zu können.

Die Fotos zeigen also Ausschnitte einer Wohnung, in der jemand lebt, der die Verheißungen der modernen Konsumwelt ernst nimmt. So unterstellt die Werbung ja immer wieder, man könne heutzutage ein engeres, ja intimeres Verhältnis zu den Dingen entwickeln als früher, da diese nicht mehr nur primäre Bedürfnisse befriedigen würden, sondern so gestaltet seien, daß sie zum individuellen Charakter des Konsumenten passen. Die meisten Waren gibt es entsprechend in vielen Varianten, ja Wertkonservative können andere Schränke und Tassen, aber auch andere Schokoladen, Tees und Joghurts kaufen als Öko-Freaks oder Neoliberale. Natürlich steht hinter der Ausbildung solcher Plu-

ralität primär der Wunsch nach Kundenbindung; aber es ist nicht zu leugnen, daß es vielen Menschen allein wegen der Erfahrung, sich in dem, was sie kaufen, wiederfinden zu können, schwerer fällt, etwas wegzuerwerfen oder auch nur aus dem Weg zu räumen. Senges Fotoserie klärt darüber auf, welche hohen – gerade auch emotionalen – Stellenwert Konsumgüter für viele heutzutage besitzen, ja wie sehr diese zwar einerseits den privaten Raum bevölkern oder gar okkupieren, andererseits aber ebenso für eine Atmosphäre sorgen, in der man sich zuhause fühlen kann.

Ein Stilleben wird damit zum Porträt. Zumindest wer die Images der einzelnen Dinge kennt und wer die Codes der jeweiligen Produktästhetik zu verstehen vermag, erfährt viel über den Menschen, dem diese Dinge gehören. Während die Sachen auf einem holländischen Stilleben nur als Statussymbole fungierten und etwas über die gesellschaftliche Rolle der Person verrieten, die sich mit diesen Dingen identifizierte, geben heutige Dinge auch über die Mentalität, gar über den Charakter dessen Auskunft, der all das gekauft hat. So sehr das meiste inzwischen industriell gefertigt sein mag, weshalb ein voreingenommener kulturkritischer Blick die Dinge auf den Fotos von Senge nur als dekadent und schäbig gegenüber den guten, gediegenen, handgefertigten Sachen auf einem alten Stilleben empfinden mag, so sehr gilt doch umgekehrt, daß ein solches Foto viel Individuelleres zeigt, ja viel intimer werden kann als ein Gemälde aus dem 17. Jahrhundert mit all seinen Pokalen und Platten, Tulpen, Skorpionen und Muscheln.

Schon in einer ihrer ersten Arbeiten, noch als Studentin, ‚porträtierte‘ Senge einige Freunde, indem sie jeweils einen Einkauf für sie machte. In ein paar Tüten sammelten sich dann Produkte, die besonders zu einer Person paßten und sie zu charakterisieren vermochten. Wie stark jeder Mensch über die Art seines Konsums eine eigene Art von Dingkultur ausprägt, war aber auch Thema der Ausstellung „Hurra, wir ziehen zusammen!“, die Stephanie Senge 2003 im Münchner ‚mini salon‘ von Rüdiger Belter veranstaltete. Tatsächlich zog sie in dessen Wohnung mit ihren Sachen ein, und eine Fotoserie, die dabei entstand, zeigt sehr anschaulich, was es heutzutage heißen kann, wenn die Dinge von zwei Menschen plötzlich aufeinander treffen. Jedenfalls ist leicht zu unterscheiden, was dem einen und was der anderen gehört.

So führen die Arbeiten von Stephanie Senge immer wieder vor Augen, was es heißt, über Dinge – und gerade über Konsumprodukte – die eigene Identität zu stärken, auszuprägen, aber ebenso zu reflektieren. Vielleicht, so könnte ein aufmerksamer Betrachter von Senges Arbeiten überlegen, ist es sogar so, daß man sich über die Sachen, die man bevorzugt kauft, sogar erst wirklich kennenlernt? Sollte man sich dann zum ersten Rendezvous nicht am besten in einem großen Kaufhaus verabreden – und sich dort gegenseitig erzählen und zeigen, was man am liebsten hätte und was einem umgekehrt gar nicht gefällt? Konsum als Spiegel der Persönlichkeit, als Akt der Kommunikation, als fast intimer Einblick in die individuelle Konstitution – und schließlich als Selbsterkenntnis? So frivol das klingen mag, Stephanie Senge macht es in ihren Arbeiten eindrucksvoll vor.