

# GEORG KARGL PERMANENT

PRESSEINFORMATION

*The Shop*

kuratiert von Rosa Rendl

AB, 4secco, Hulfe, Knuddi2000, Lonely Boys, Malumer, PMS, Rendl, VMT

Eröffnung:

Freitag, 5. Juni 2020, von 12–21 Uhr

Samstag, 6. Juni 2020, von 12–18 Uhr

Ausstellungsdauer: 5. Juni – 29. August 2020

## ***A shop as a show as a shop as a show***

*“Q: What is the relevance of fashion to art?”*

*A: Good art should not look at fashion but good fashion can look at art \*.”*

Kunst und Mode sind seit jeher miteinander verflochten, ähnlich wie zwei Schwestern, die sich vom Alter zu nahestehen, um zu verstehen, wer den Stil der anderen beeinflusst. Man könnte an die Zusammenarbeit von Coco Chanel und Pablo Picasso an einer Reihe von Kostümen und Bühnenbildern für das Balletts Russes in den 1920er Jahren denken oder vom endlosen Austausch der Designerin Elsa Schiapparelli in den 1930er und 1940er Jahren mit Salvador Dalí, Alberto Giacometti und Meret Oppenheim reden; Sonia Delaunay entwarf Kleidung und Textilien in Verbindung mit ihren lebendigen Kunstwerken; Yves Saint Laurent kehrte im Laufe seiner Karriere immer wieder zur Kunst zurück. Die Liste ist endlos.

*Muster skizzieren, die Taille messen*

Doch wie in jeder Liebesgeschichte gibt es zwei Seiten der Erzählung, in diesem Fall beeinflusst durch soziale, politische, wirtschaftliche und ästhetische Zeitbedingungen. Üblicherweise als bohemische Figuren dargestellt, die von der Finanzdynamik losgelöst sind, interessierten sich Künstler in den späten 1980er Jahren zunehmend für schnellere Formen des Tauscherts und die Exponiertheit, die Mode bieten kann. Kann der Kapitalismus ein befreiendes Instrument sein?

*Schneiden, einen Arm messen, die Länge abmessen*

Die 1990er Jahre waren geprägt durch einen starken Fokus auf Unabhängigkeit und Kollaborationen von Gleichgesinnten, wie z.B. Sarah Lucas und Tracey Emin mit ihrem ikonischen Ost-Londoner Projekt *The Shop*, das hauptsächlich billige Merchandising-Artikel verkaufte und als Community-Treffpunkt fungierte, oder Susan Cianciolo, die mit dekonstruierten DIY-Elementen in ihrem Studio in der New Yorker Innenstadt experimentierte. Das Kollektiv Bernadette Corporation wurde ursprünglich als eine fließende Identität, die sich spielerisch mit dem High-Fashion-System

# GEORG KARGL PERMANENT

auseinandersetzt, konzipiert. Bei den Catwalk-Shows wirkten Maskottchen in Bärenkostümen und einmal eine Gruppe von Cheerleadern mit. Die unkonventionelle Marke BLESS, die zwischen Paris und Berlin aktiv ist, dehnte die Idee der Mode auf Produkte und Accessoires, die als ein ganzheitlicher Lebensstil vorgestellt wurden, aus. Die 2000er Jahre waren eher durch das Ziel wirtschaftlicher Nachhaltigkeit in schnell gentrifizierenden, korporatisierten Städten gekennzeichnet, während die digitale Revolution, soziale Medien und die Finanzkrise von 2008 das Entstehen verteilter Existenzformen und prekärer Arbeitsbedingungen mit sich brachten. Welche Möglichkeiten gibt es, alternative Identitäten zu politisieren?

*Nacken, Schulterlinie, Rücken*

*The Shop* bei Georg Kargl PERMANENT, kuratiert von der Künstlerin Rosa Rendl, zeigt Arbeiten von Künstlern und Künstlerinnen, die sich mit Mode, Design und Merchandising beschäftigen. Im "Geiste" der Punk-Attitüde des gleichnamigen Ladens von Emin und Lucas will Rendl einen Community-Treffpunkt und eine Plattform für Gleichgesinnte schaffen und gleichzeitig die fließende Überschneidungen dieser Bereiche präsentieren. Die knalligen PMS (*Prämenstruelles Syndrom*)-T-Shirts der Künstlerin Marlie Mul hängen in der Nähe der von *Hulfe* entworfenen surrealen Körpererweiterungen, einem Projekt der Künstlerinnen Lilli Thießen und Daphne Ahlers. *Lonely Boys* - Rendls musikalisches, kollaboratives Alter Ego mit Ahlers - Merchandising-Artikel tauchen überall im Raum auf. Luftpolsterfolien und recycelte Verpackungen bilden die von der Künstlerin Schirin Charlot entwickelten experimentellen Einkaufstaschen von *Knuddi2000*, während Second-Hand- und Trachtenkleidung in unendlichen Cut-and-Paste-Rekonfigurationen von *4secco*, dem Joint Venture von Anna Hostek und Katharina Strak, zu neuen Artikeln werden. *VMT's (Vaginal Mystery Tour)* skulpturale Wearables, ein Gemeinschaftsprojekt der Künstlerinnen Seyoung Yoon und Joon Yeon Park, spielen mit Druckgrafiken, Popkultur und Objekten, während die absurden *Malumer*-Stücke der Künstlerin Luna Mae Heflin gleichzeitig Kleidung, Malerei und Skulpturen sind, und die bei ihrer Herstellung jede Form von Expertise und klassischer Schneiderei bereitwillig ignorieren. Die Bademodenkollektion von Rendl wird auf einer gemusterten Leinwand mit *AB*-Muster ausgestellt, eine Zusammenarbeit zwischen dem Künstler Adrian Buschman und dem historischen Textilunternehmen Backhausen. Die Ausstellung verstärkt das Netzwerk an Verbindungen zwischen den künstlerischen Positionen und wird zu einer Verkaufsplattform und einem Labor, um den aktuellen Status des Kunstobjekts zu testen. Peer-to-Peer, und mit einer Reihe von Künstlern/innen, die spielerisch mit ihren Arbeiten experimentieren, hat auch die Ausstellung eine doppelte Identität. A shop as a show as a shop as a show.

Text von Atilla Fattori Franchini