

COM&COM

Marcus Gossolt / Johannes M. Hedinger

Werke
2003–2012



www.com-com.ch

Teil I

Kurzbiographie ⁰⁴

Teil II

Zum Werk von Com&Com ⁰⁶

Teil III

Ausgewählte Werke 2003–2012 ⁰⁸

Teil IV

Kathleen Bühler: The Making of Heroes
(zu den Werken 1997–2005) ³⁶

Teil V

Johannes M. Hedinger: Postironie
(zu den Werken 2005–2012) ⁴⁰

Teil VI

Biographie und Bibliographie ⁴⁸

Com&Com online:

Website: www.com-com.ch

Youtube: [/comcomvideo](https://www.youtube.com/channel/UCcomcomvideo)

Facebook: [/comcomart](https://www.facebook.com/comcomart)

Twitter: [@ComComArt](https://twitter.com/ComComArt)

Wikipedia: [wiki/Com&Com](https://de.wikipedia.org/wiki/Com&Com)

KURZBIOGRAPHIE COM&COM

Marcus Gossolt und Johannes M. Hedinger

Com&Com wurde 1997 von Marcus Gossolt und Johannes M. Hedinger gegründet. Sie leben in St.Gallen und Zürich und arbeiten in situ.

International bekannt wurde Com&Com 2001 mit dem von Harald Szeemann an die Biennale Venedig eingeladenen Filmprojekt «C-Files: Tell Saga» mit HR Giger, der Popsong «Side by Side» mit Dieter Meier (Yello) erreichte 2002 die Top Ten der Nationalcharts. Das kontrovers diskutierte Denkmal-Projekt «Mocmoc» mündete 2004 in einer Volksabstimmung und verbreitet sich seither global, ähnlich dem zur Wiedereröffnung des Cabaret Voltaire in Zürich lancierten Projektes «Gugusda» (seit 2005). Neben partizipatorischen Arbeiten im öffentlichen, sozialen und medialen Raum hat Com&Com in jüngster Zeit die Performance sowie die klassischen Medien (wieder-) entdeckt. Das aktuelle Kulturaustausch-Projekt «Bloch» (seit 2011) vereint Volkskultur und zeitgenössische Kunst und reist einmal um die ganze Erde.

Com&Com bestritt Einzelausstellungen im Kunsthaus Zürich (2000) und den Kunstwerken Berlin (2003), nahm an Gruppenausstellungen im ZKM Karlsruhe, Kunstmuseum Bern, Migros Museum Zürich sowie an 6 Biennalen teil. 2010 richtete das CentrePasquArt in Biel ihre erste Retrospektive aus.

Bis heute hat Com&Com an über 120 Ausstellungen in 19 Ländern teilgenommen, 23 Kurzfilme gedreht, 9 Bücher und 8 CDs veröffentlicht und ein Musical inszeniert. Auch das Kuratieren von Ausstellungen, regelmässige Dozenten- und Vortragstätigkeit, kreativwirtschaftliche Dienstleistungen und kunstwissenschaftliche Forschung gehören in das Repertoire von Com&Com.



Performance «Niveau (nulla dies sine linea)» Aktion mit Bazon Brock, Neue Pinakothek der Moderne München, 2010

ZUM WERK VON COM&COM

Stand zu Beginn das Label «Com&Com» noch für Commercial Communication, hat sich die Ausrichtung des Künstlerduos in den letzten Jahren gewandelt und weiterentwickelt. Das Werk von Com&Com lässt sich in vier Phasen einteilen:

I

Im Frühwerk (1997–2002) wurden Themen wie Heimat und Mythos, Werbung, Pop und das Starsystem multimedial parodiert und ironisch dekonstruiert. Als Techniken dienten Zitat, Appropriation, Sampling und Ready-Made, aber auch Persiflage, Fake oder Manipulation (Bsp. «C-Files: Tell Saga» (2000), «Side By Side» (2002), «Tell Star» (2002)).

II

In der folgenden Schaffensperiode (2003–2007) entwickelte Com&Com komplexe Kommunikationsprojekte, die mittels gezielter Partizipations-, Provokations- und Aufmerksamkeitsstrategien über den Kunstkontextes hinaus die gesamte Gesellschaft als Dialogpartner einband und Themen wie den erweiterten Kunstbegriff, Legendenbildung und Identitätskonstruktion durch Kunst zum Inhalt hatten. (Bsp: «Mocmoc» (2003–07), «Gugusdada» (2004–)). In diese Zeit fällt auch der Beginn der Lehr- und Vortragstätigkeit von Com&Com.

III

In der Übergangsphase (2005–2008) löst sich Com&Com von der Provokationskunst und beginnt sich neben Kollaborationsprojekten auch mit dem singulären und originären Kunstwerk zu beschäftigen. Inhaltlich kreisen diese Arbeiten um Themen wie Schönheit, Liebe, Leben und Sinnsuche. (Bsp: «The Big One» (2005–07), «Google Earth Art» (2008)).

IV

2009 hat Com&Com ganz mit der Ironie und Provokation gebrochen. Am Anfang steht programmatisch das postironische Manifest. Darin ruft Com&Com zur Wiederentdeckung der Schönheit im Alltag und Einfachen, zur Huldigung des Authentischen und zur Feier der Kreativität und Einzigartigkeit jedes einzelnen auf. Diese Neuausrichtung spiegelt sich sowohl in singulären Werken wie «Baum» (2010) oder «Ender» (2010), Diskussions- und Bildungsprojekten wie «Postirony» (2009–11) oder Kollaborations- und Partizipationsprojekte wie «Bloch» (2011–14) wider.



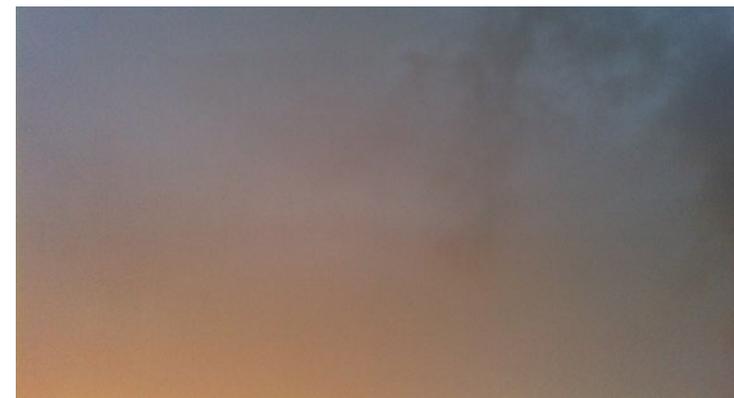
1: Side by Side (2002) / 2: Mocmoc & Mermer (2006) /
3: Google Earth Art, Switzerland (2008) / Bloch (2011–)

CLOUDS

2011-
Malerei

In ihrem zweiten grossen Malerei-Zyklus nimmt sich Com&Com dem Himmel und den Wolken über sich an. Aus hunderten von eigenen Himmel- und Wolkenfotografien, aufgenommen auf Ihren Reisen 2011 – vom Rheintal über Venedig bis Key West – wählte Com&Com 12 Himmelausschnitte aus, die in Zusammenarbeit mit Peter Kupka als grossformatige Airbrush-Malereien (Acryl auf Leinwand) umgesetzt wurden.

War bei Com&Com's ersten Malerei-Zyklus «The Big One» (2005-08) die Bildquelle noch ein fiktionales Filmbild, sind es nun neu die Natur, der Himmel und die Wolken über uns, die als emotionale, ephemere Bildmotive ausgewählt wurden. La réalité dépasse la fiction.



1: Clouds No. 11 (Trübbach) 2012 / 2: Clouds No. 10 (Sevelen) 2011 (Ausschnitt) /
3: Clouds No. 12 (Key West) 2012 (Ausschnitt)

Linke Seite:

- 1: Clouds No. 1 2011 (Installation Wengen)
- 2: Clouds No. X 2011 (Schloss Bellevue Berlin)

BLOCH

2011-

Reiseprojekt, Aktion, Kollaboration, Objekt,
Film, Website, Print, Skulptur

BLOCH ist ein globales, multidisziplinäres, partizipatives Projekt das zeitgenössische Kunst und Volkskultur miteinander verbindet, und Menschen, Traditionen und Bräuche aus verschiedenen Kulturen in Dialog bringt.

Bloch ist Teil eines alten Appenzeller Fastnachtsbrauches: Bloch ist der letzte Fichtenstamm des Winters, der am Ende der Fastnacht von 20 Männern von Urnäsch nach Herisau und wieder zurück gezogen wird.

Am Ende dieser eintägigen Prozession wird er auf dem Dorfplatz von Urnäsch an den Meistbietenden versteigert und anschliessend mit einem Fest gefeiert wird. In der Regel wird der Bloch von Einheimischen ersteigert, die daraus Schindeln oder Möbel machen. Nicht so dieses Jahr: Com&Com hat Bloch ersteigert und wird ihn nicht zu Schindeln verarbeiten oder mit ihm nur zwischen zwei Appenzeller Dörfern hin und her wandern. Nein, wir machen die Reise andersrum: es geht einmal um die ganze Welt.

Ziel ist es mindestens jeden Kontinent einmal mit Bloch zu besuchen und vor Ort mit Menschen zusammen jeweils eine neue Bloch-Prozession zu entwickeln, die auf lokalen Traditionen und Bräuchen basiert. Es soll nicht wie früher kulturimperialistisch ein fertiges Stück rund um den Globus geschickt werden, sondern einzig diesen Baum. Daran können sich dann neue Geschichten andocken, der ursprüngliche Brauch und Bedeutung sollen sich wandeln, werden mit fremden Kulturen und Menschen in Dialog treten, sich mischen, werden umgedeutet. An jeder Station wird etwas gänzlich Neues entstehen. 2012 wird Bloch aus Bern/Schweiz nach Deutschland (Berlin und Karlsruhe) reisen und von dort weiter nach Polen und China. Mit weiteren Stationen in Afrika, Amerika und Australien wird derzeit verhandelt.

Website

www.bloch23781.com



Bloch - a global art project CH, 2011-

Gesamtleitung: Com&Com (Marcus Gossolt, Johannes M. Hedinger),
St.Gallen/Zürich

Advisory Board: Simon Grand (Wissenschaft), Herbie Pfortmüller (Recht), Bernhard Bischoff, Thomas Zacharias (Bau), Li Zhenghua (China)

Produktion: Felix Lehner, Tim Koch, Jijia Zhang (alle Kunstgiesserei), Urban Schoob (Druck), Nicolas Brivio (Grafik)

Film: Fabian Kaiser (Kamera, Schnitt), Axel Kirchhoff (Kamera), Remi Blaser (Ton)

Website: Mitch Bekk

1: Bloch Aktion Urnäsch 2011 / 2: Bloch Auktion Urnäsch 2011 / 3: Bloch Container 2012

Linke Seite:

1: Bloch nach Auktion 2011 / 2: Drucken mit Bloch, Kunstgiesserei St.Gallen 2012

BAUM 1, 2

2010

Skulptur, Installation, Performance,
Fotografie, Video, Musik

Baum 1

Zu ihrer Retrospektive 2010 schuf Com&Com ein Natural Ready Made: ein im Raum schwebender, säuberlich ausgegrabener Apfelbaum samt all seiner Wurzeln. Dieses eindrückliche, einer zweiten Baumkrone ähnliche Geflecht, das sonst den Blicken verborgen bleibt, ermöglicht erst den Blick auf das Ganze. Getreu dem Ausstellungstitel (La réalité dépasse la fiction) feiert die als Schlusspunkt für den grossen Saal im Centre PasquArt geschaffene Skulptur die Natur, welche an erhabener Schlichtheit nicht zu übertreffen ist.

Performance «Deconstructing Tree»

Zur Finissage erfuhr die Skulptur eine Transformation: zu einem Oratorium von Mario Marchisella schnitten vier Baumpfleger den Baum in 100 Stücke, nummerierten die Teile mit Eisenplaketten und verteilten die Stücke an das Publikum.

Baum 2

Für eine Ausstellung im AUT Innsbruck wurde erneut ein Baum (Esche) samt Wurzeln ausgegraben und durch zwei Stockwerke der ursprünglichen Brauerei gezogen: im ersten Stock konnte die Krone, im Untergeschoss die Wurzeln betrachtet werden. Erstaunlicherweise behielt der Baum während der gesamten Ausstellung seine Blätter. In der Hälfte der Ausstellung erfuhr der Baum eine weitere Transformation, indem der die beiden Stockwerke verbindende Stamm entfernt wurde und daraus 2 Langbögen produziert wurden.

Performance «Reconstructing Tree»

Mit den beiden aus dem Stamm gefertigten Langbögen schoss Com&Com quer durch das Museum auf den aufgehängten Wurzelstock. Der Stamm schoss sich quasi selbst ins Herz und beschrieb damit einen weiteren Kreis. Der gestutzte Wurzelstrunk mitsamt den beiden Pfeilen bleibt als Relikt, Trophäe und Skulptur.



Baum

Dokumentarfilm, 2011, 55 min, DVD

Idee, Regie und Produktion:
Marcus Gossolt und
Johannes M. Hedinger (Com&Com)

Baum 1:

Kamera und Schnitt: Mitch Bekk
Musik: Mario Marchisella
Darsteller: Reto Gertsch, Marcus Gossolt,
Nicolas Greusing, Johannes M. Hedinger

Baum 2:

Kamera: Alexander Gastager,
Stefan Strappler
Schnitt: David Ferdigg,
Thomas Hillebrand
Darsteller: Marcus Gossolt,
Johannes M. Hedinger



1: Baum 1, Installation Biel, 2010 / 2+3: Baum 2, Installation Innsbruck, 2010

Linke Seite:

1: Performance «Deconstruction Tree» (2010)

2: Performance «Reconstruction Tree» (2010)

ENDER

2010

Skulptur, Objekt, Installation

Inspiziert durch den alten Appenzeller Volksbrauch der «Beechüe» (Beinkuh), geschnitzte Spielzeugtiere aus Ästen, entwickelt Com&Com einfache Skulpturenskizzen, die in einem zweiten Schritt in Keramik vergrössert vergrössert in Holz umgesetzt wurden. Dabei handelt es sich nicht einfach um Abgüsse, sondern jedes Objekt neu von Hand gefertigt. Der Name Ender ist der Jägersprache entliehen; dort wird ein Geweih nach der Anzahl der Enden bewertet. Dementsprechend heisst eine Ender-Skulptur je nach dem wie viele Enden sie hat, beispielsweise 5-Ender oder 7-Ender.

Neben Ausstellungen in Galerien und Museen (Kunsthhaus Zürich, CentrePasquart Biel) waren die Ender auch in der populären US-Fernsehserie «Gossip Girl» zu sehen (Season 4, Episode 1+2).

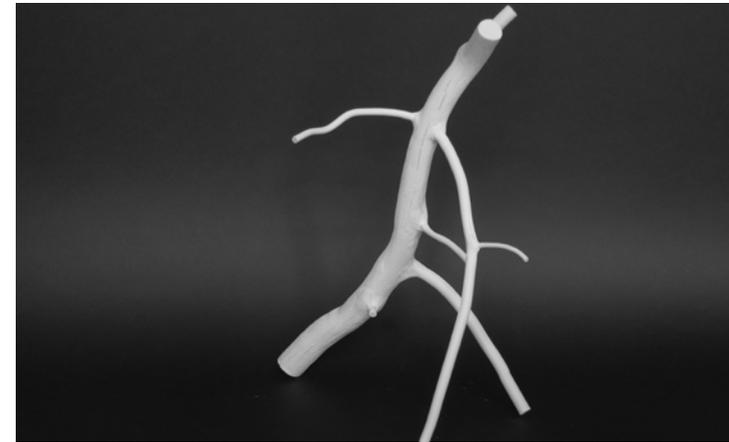


Ender
Skulptur, Objekt, Installation

Idee, Prototypen:
Marcus Gossolt und
Johannes M. Hedinger (Com&Com)

Produktionsleitung:
Jan Eugster (Produktion)

Produktion:
Marija Milin (Keramik)
Rade Markovic (Holz)



1: Ender No. 1, 2010 / 2: Installation Kunsthhaus Zürich 2010
3: Installation CentrePasquArt Biel 2010

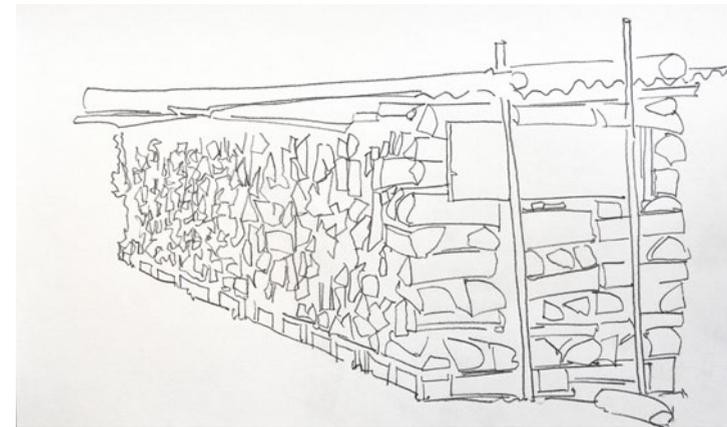
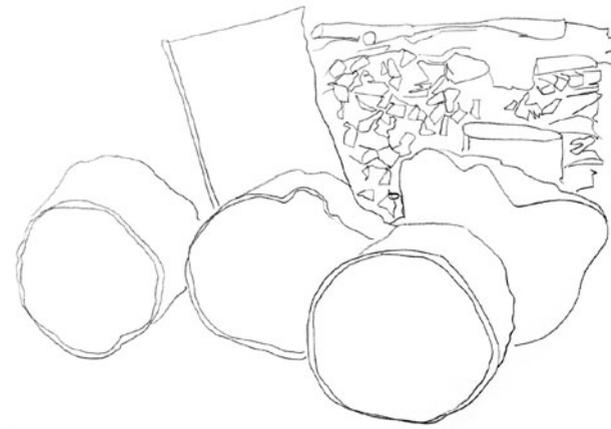
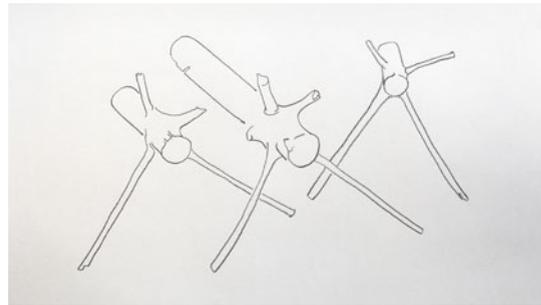
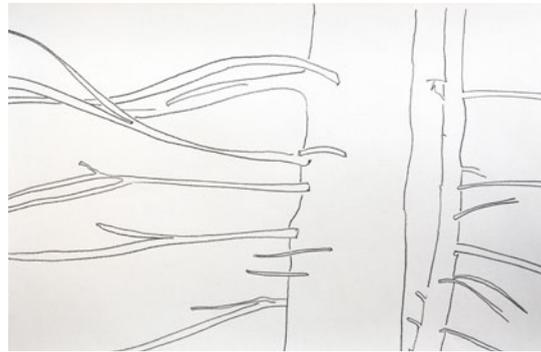
Linke Seite:
Ender No. 1, 2010 / 2: Ender in «Gossip Girl», Season 4, Episode 1 (2011)

ZEICHNUNG

2010-

Zeichnung

Im Zuge des Neuanfangs (siehe: Postironie, 2008) erkundet Com&Com in diesem ersten grossen Zeichnungsblock (50-teilig) die Themen Mensch, Natur, Volkskultur und Alltag. Nachdem sich Com&Com jahrelang hinter dem Werk und der kollektiven Produktion verbarg, wird nun erstmals die individuelle Handschrift sichtbar.



alle ©T, 2010, Bleistift auf Papier, 29,7 x 42 cm

LEXIKON

2010

Buch, Website, Foto, Text

Lexikon zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com

Dies ist kein herkömmliches Kunstlexikon. Im ersten Teil des «Lexikons zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com» sind 220 Artikel zu Begriffen versammelt, die in der zeitgenössischen Kunst eine zentrale Rolle spielen (von Adbusting und Authentizität über Globalisierung, Identität, Inszenierung, Kollaboration, Manipulation, Marketing, öffentlicher Raum, Partizipation, Provokation, Social Media, Strategie und Verführung bis Zukunft und Zweifel). Verfasst wurden diese Artikel von 160 Autoren, keineswegs nur Kunstwissenschaftler und Fachexperten, wie man es von einem klassischen Lexikon erwarten würde. So kommen neben Kunsthistorikern auch Philosophen, Soziologen, Juristen, Marketingexperten, Politiker, Historiker, Biologen, Pädagogen, Psychologen, Unternehmer, Künstler, Musiker und viele mehr zu Wort. Das führt zu überraschenden Verknüpfungen und vor allem auch zu überraschend erfrischenden Statements zu aktuellen Themen und Aspekten der zeitgenössischen Kunst. Gerade diese Erweiterung des Kunstdiskurses in Richtung Soziologie, Wirtschaft, Pop und Alltag ist denn auch charakteristisch für die gegenwärtigen Tendenzen in der Kunst.

Zweitens ist die Publikation aber auch ein umfassender Ausstellungs- und Oeuvrekatalog des Schweizer Künstlerduos Com&Com (Marcus Gossolt / Johannes M. Hedinger), das seit 14 Jahren zusammenarbeitet, und dessen Werk bei der Retrospektive «La réalité dépasse la fiction» im Kunsthaus CentrePasquArt in Biel/Bienne (CH) 2010 erstmals umfassend zu sehen war.

Neben dem 200 Seiten umfassenden Glossar zur zeitgenössischen Kunst und ausführlichen Werkbeschreibungen zu sämtlichen bisherigen Com&Com-Werken bietet das Buch ein Bildarchiv mit rund 1500 Abbildungen zur Arbeit des Künstlerduos und versammelt ausserdem 33 Essays, die das Werk von Com&Com analysieren und in den Rahmen der zeitgenössischen Kunst einordnen. Alle Teile des Buches sind untereinander mit Schlagworten und Verweisen verlinkt.

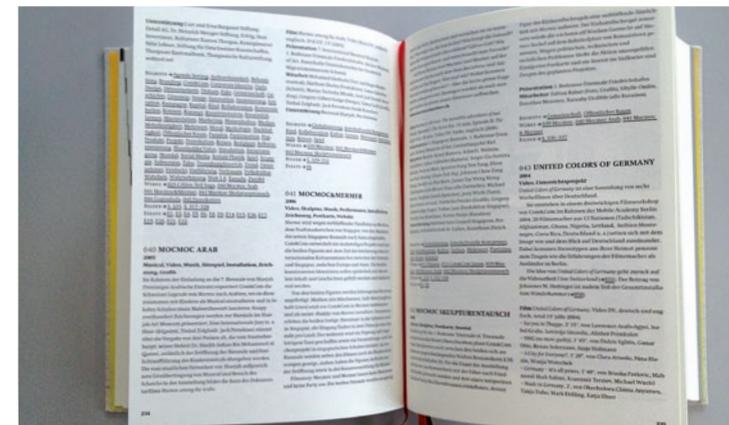
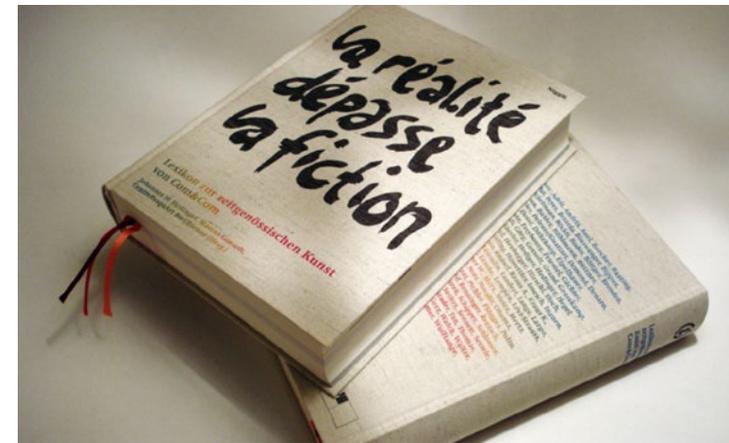
Mit Essays, Artikeln und Zitaten von: Jamila Adeli, Dirk Baecker, Timon Beyes, Tobia Bezzola, Daniel Binswanger, Elisabeth Bronfen, Kathleen Bühler, Dolores Denaro, Diedrich Diederichsen, Harald Falckenberg, Anselm Franke, Andreas Göldi, Marcy Goldberg, Walter Grasskamp, Peter Gross, Boris Groys, Jürgen Häusler, Vinzenz Hediger, Jens Hoffmann, Kornelia Imesch, Joan Jonas, Pius Knüsel, Tom Kummer, Markus Landert, Claude Lévi-Strauss, Franz Liebl, Torsten Meyer, Yana Milev, Sibylle Omlin, Karl-Josef Pazzini, Diana Porr, Ulf Poschardt, Hans Ullrich Reck, Suzann-Viola Renninger, Theresa Riess, Richard Sennett, David Signer, Bettina Steinbrügge, Oliviero Toscani, Wolfgang Ullrich, Friedrich von Borries, Slavoj Žižek u.v.a.

Website

www.com-com.ch

Lexikon zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com

La réalité dépasse la fiction.
628 Seiten, 1512 farbige Abbildungen,
54 schwarzweiss Abbildungen
17 x 23 cm, Hardcover, Leinen, deutsch
ISBN 978-3-7212-0-734-7
Niggli Verlag Sulgen/Zürich



1-3: aus dem Lexikon zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com

POSTIRONY

2008

Konzept, Text, Grafik, Malerei, Textil, Unterrichtsprojekt, Website, Blog

Com&Com hat Ende 2008 mit der Ironie und Provokation gebrochen. An den Anfang stellten sie programmatisch ein Manifest (first postironic manifesto). Darin ruft Com&Com zur Wiederentdeckung der Schönheit im Alltag und Einfachen, zur Huldigung des Authentischen und zur Feier der Kreativität und Einzigartigkeit jedes Einzelnen auf.

Zentrale Aspekte postironischer Werke und Aktionen sind Neugier, Nachhaltigkeit, Social Responsibility und Sinnstiftung.

Diese Neuausrichtung spiegelt sich sowohl in singulären Werken (Grafiken, T-Shirts, Texten (Dictum), Skulpturen (Ender) und Zeichnungen sowie in Kollaborations- und Partizipationsprojekten wie Making Ideas, Diskussions- und Bildungsprojekten wie dem Postirony-Blog oder Projektseminaren an der Universität Hamburg (2009) und Universität zu Köln (2011) wider.

Com&Com, einst selbst durch ironische Zitatwerke bekannt geworden, riefen für 2009 das Jahr der Postironie aus. Am Anfang steht programmatisch das postironische Manifest:

1. Wir leben im postironischen Zeitalter. Ironischer Zweifel ist nur noch zur Lebensart erhobene Unzufriedenheit.
2. Wir beginnen das Verfahren des Zweifels anzuzweifeln.
3. Wahrheiten sind nicht länger unbedingt, sondern vorübergehend, wie es dem augenblicklichen Zweck gerade dienlich ist.
4. Die Welt ist mehr als sie ist.

5. Das Alltägliche dient als Versuchsgelände für den menschlichen Geist.
6. Alles ist erfüllt von Zauber und Schönheit.
7. Schönheit kann uns dazu anregen, bessere Menschen zu werden.
8. Aus Schönheit kann Liebe erwachsen.
9. Aus der Liebe folgen Wahrheiten.
10. Wir stehen an der Schwelle zu einer wunderbaren Sache: Vor der Wiedergeburt unserer Selbsterschaffung. Postironie meint völlige Vorstellungs- und Gestaltungsfreiheit.

Website

www.postirony.com



T-Shirt Edition «Post-Irony», 2009

1 WE ARE LIVING IN A POST-IRONIC AGE. IRONIC DOUBT IS JUST DISSATISFACTION ELEVATED INTO A LIFESTYLE. 2 WE HAVE BEGUN TO HAVE DOUBTS ABOUT THE PROCESS OF DOUBTING. 3 TRUTH IS NO LONGER UNCONDITIONAL, BUT RATHER CHANGES TO FIT THE DEMANDS OF THE MOMENT. 4 THE WORLD IS MORE THAN WHAT IT IS. 5 EVERYDAY LIFE PROVIDES A PROVING GROUND FOR THE HUMAN SPIRIT. 6 EVERYTHING IS FILLED WITH MAGIC & BEAUTY. 7 BEAUTY CAN INSPIRE US TO BECOME BETTER PEOPLE. 8 BEAUTY CAN GROW INTO LOVE. 9 OUT OF LOVE, TRUTH CAN EMERGE. 10 WE ARE STANDING AT THE VERGE OF SOMETHING WONDROUS: THE REBIRTH OF OUR SELF-CREATION. POST-IRONY MEANS TOTAL IMAGINATIVE AND CREATIVE FREEDOM.

«first post-ironic manifesto»
by Com&Com (Marcus Gossolt / Johannes M. Hedinger) 2008

www.postirony.com

MAKING IDEAS

2009

Projekt, Aktion/Partizipation,
Website, Film, Installation

Ein Kunstprojekt zur Förderung und Realisierung von Ideen.

MAKING IDEAS gründet auf der Annahme, dass es unzählige Menschen mit vielen wunderbaren, aber noch nicht realisierten Ideen gibt. Ziel dieses mehrjährig angelegten, künstlerischen Nonprofit-Projektes ist, diese Ideen aufzuspüren, zu sammeln und einige davon zu realisieren.

Alle Menschen - explizit auch «Nichtkünstler» - sind eingeladen, ihre Projektideen einzureichen und zu präsentieren. Keine Idee ist zu verrückt, um nicht angehört und diskutiert zu werden. Die Teilnahme erfolgt über eine Anmeldung via Website oder das Rücksenden von Postkarten.

Zentrales Medium von MAKING IDEAS ist eine mehrsprachige Website, die gleichzeitig als Eingabe-, Präsentations-, Auswahl- und Dokumentationsplattform dient. Hier sind alle Projektideen als Text und additional als Bild, Ton, Video abrufbar.

Aus dem Pool der laufend eingereichten Ideen wählt Com&Com regelmässig einige Ideen zur näheren Betrachtung aus und besucht deren Autoren. Von diesen Begegnungen werden kurze Videoportraits angefertigt, die die jeweiligen Ideen noch besser vorstellen. Aus dieser Vorauswahl werden schliesslich die umzusetzenden Ideen ausgewählt. Auswahlkriterien sind Kreativität, Authentizität, Emotionalität, Nachhaltigkeit aber auch Realisierbarkeit

Mit Hilfe ihrer Netzwerke und beteiligten Institutionen unterstützt Com&Com die ausgewählten Autoren in den Bereichen Planung, Projektrealisation, Fundraising, PR, Präsentation und Dokumentation.

Die Rechte der einzelnen Ideen und Projekte verbleiben dabei stets bei den jeweiligen Autoren.

MAKING IDEAS wird neben dieser Website auch im Rahmen von Ausstellungen, Festivals, Symposien o.ä. vorgestellt. Erste Präsentationsorte waren das Tina-B Festivals in Prag (CZ, Okt. 2009), das Centre Pasquart in Biel (CH, Jan 2010), die Motorenhalle in Dresden (D, April 2010), die Psychiatrische Klinik Wil (CH, Juni 2010) und die Emil Filla Gallery in Ústí nad Labem (CZ, Sept. 2010).

Website

www.makingideas.net



1-3: Werke und Dokumentation der Zusammenarbeit mit Patienten der Psych. Klinik Wil

GOOGLE EARTH ART

2008

Film, Animation, Text, Musik

In Zusammenarbeit mit Google Schweiz entwickelte Com&Com unter Anwendung der Technologie und Ästhetik von Google Earth das künstlerische Projekt «Google Earth Art».

In der ersten Manifestation «Google Earth Art, Switzerland (2008)» hat Com&Com ein komplett in Google Earth programmiertes Video geschaffen, das einen virtuellen Flug durch das 3D-Modell der Schweizer Alpenwelt zeigt. Der Flug führt an einem ebenfalls in Google Earth programmierten virtuellen Textarbeit von Com&Com vorbei: auf dem Gipfel des Berner Rosenhorns prangt der Schriftzug: «It's so superficial, but it's true».

In Zukunft sollen weitere Flugvideos und Medientransfers in traditionelle Bildträger/Medien erfolgen (Malerei, Skulptur).

Bei «Google Earth Art» werden Themen verhandelt wie die Repräsentation bzw. Konstruktion von Realität im virtuellen Raum, Fragen von Kartographie und Abbildung der Welt. Com&Com betreibt virtuelle Landart im grösstmöglichen Virtual Public Space.

«Eine virtuelle Reise durch die mythisch-auratische, auf Authentizität, Unendlichkeit und schweizerische Identität rekurrierende Bergwelt.»

Kornelia Imesch, Katalog «Shifting Identities», Kunsthaus Zürich, 2008



Google Earth Art, Switzerland
CH, 5 Min., 2008

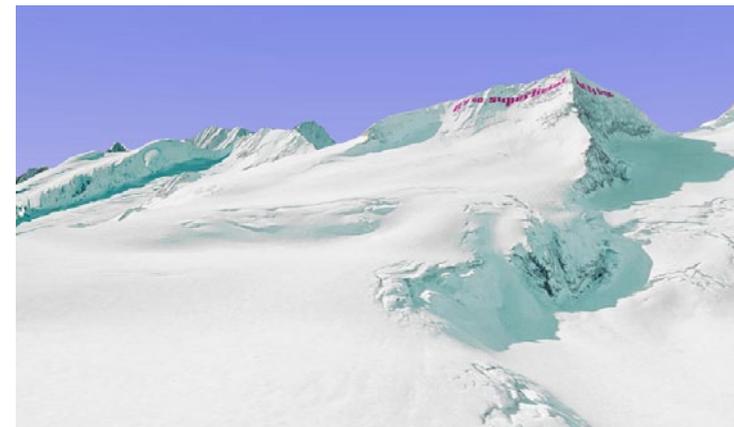
Produktion:
Com&Com und Kunsthaus Zürich

Regie und Programmierung:
Johannes M. Hedinger und
Marcus Gossolt (Com&Com)

Musik:
Mario Marchisella

Schnitt:
Marco Leisi

Visual effects:
Tom Bürgin



Stills aus «Google Earth Art, Switzerland», 2008

THE BIG ONE

2005-07

Film, Musik, Fotografie, Malerei, Print, Website

«The Big One» ist transmediales Kunstprojekt aus Film, Fotografie, Malerei, Musik und Installation. Das Projekt führt einen ästhetischen Dialog zwischen Bild, Raum, Ton und Bewegung, sowie zwischen Abstraktion und Realität.

Film

Anna (Yangzom Brauen, Aeon Flux) hat eben ihre geliebte Tante beerdigt, während man in Kalifornien wieder einmal auf das grosse Beben wartet. Noch ohne Ziel begibt sich Anna in ihrem alten Cabrio auf eine Reise durch die Wüste. Unterwegs trifft sie auf eine Reihe von skurrilen Figuren, etwa zwei tanzende Glittergirls, eine verrückte Joggerin oder ein singender Herzensbrecher. Auch kriegt Anna in ihrem Auto wiederholt imaginären Besuch von Freunden und ihrer Familie. Zunehmend beginnen sich die Zeit- und Wahrnehmungsebenen, Erinnerungen und Aktuelles zu vermischen und die Fahrt wird mehr und mehr zu einer Reise in Annas Inneres.

«The Big One» ist kein Film über das grosse Erdbeben, sondern ein Roadmovie über das Leben, die Liebe und die grossen Fragen: Wer bin ich, woher komme ich und wohin gehe ich? Am Schluss steht die Erkenntnis, dass alles, was ist, Stoff ist für das, was wird.

Malerei/Fotografie/Installation

«The Big One» besteht aus ca. 80% realen Filmbildern und ca. 20% abstrakten digitalen Animationen, die teils auch mit den realistischen Filmaufnahmen verschmelzen. Farben und Formen der Animationen generieren sich jeweils aus den vorangegangenen

Realfilmszene und dessen Aussage.

Nach der Fertigstellung des Filmes, wurde dieser wieder in Einzelbilder zerlegt. Der Film bildet die Ausgangslage und Grundmaterial für neue Arbeiten in verschiedenen Medien. So entstanden auf der Basis von Filmstills grossformatige, von Hand gefertigte abstrakte Gemälde, sowie eine Foto-Edition aus Überblendungen von realen und Abstrakten Filmstills. Bei Installationen und Ausstellungen wird der Raum teils mit dem Soundtrack des Filmes beschallt.

Website

www.thebigone.ch



The Big One

USA/CH, 25 Min., 2005, Englisch
Regie und Produktion:
Johannes M. Hedinger und
Marcus Gossolt (Com&Com)
Drehbuch: Johannes M. Hedinger
Kamera und Schnitt: Simon Baechler
Musik: Mario Marchisella
Darsteller: Yangzom Brauen, Selene
Luna, Pearl Harbour, Matt Lowe, Jack
Barley, Courtenay Kellen Taylor, Mau-
reen Kellen Taylor, Ronny Novick



Still- und Making Of-Fotos aus «The Big One», Film, 2005



The Big One - Fading Print, I, III, II, 2007



The Big One, Paintings, Acryl auf Leinwand, 224x126 cm und 126x70cm
1+2: Installation CentrePasquArt Biel 2010,
3: Installation Galerie Bernhard Bischoff 2007

GUGUSDADA

2004 – 2007

Aktion, Film, Musik, Fotografie, Multiple, Installation, Website

Aktion

Zur Wiedereröffnung des Cabaret Voltaire im Herbst 2004 suchte Com&Com ein Elternpaar, das seinem künftigen Kind den Namen DADA geben wollte und dafür mit 10'000 CHF entschädigt wurde. Unter sieben Bewerber wurde schliesslich eine Familie aus Winterthur ausgewählt. Das umstrittene Projekt verursachte heftige Reaktionen in den Medien und Bevölkerung. Auch die Unicef schaltete sich in die Diskussion ein, was zum Eklat mit dem Hauptsponsor des Cabaret Voltaire, der Swatch-Group führte. Dennoch entwickelte sich Dada Kim Osarimen Izevbigie (*6.2.2005) prächig und vertrat das Cabaret Voltaire in seinem ersten Lebensjahr als Botschafter. Dada zeugt als das wohl erste menschliche Ready Made der Kunstgeschichte von der Wiedergeburt des Dadaismus.

Website

www.gugusdada.ch

«Mit seiner ersten öffentlichen Aktion zeigt das cabaret Voltaire sich fest entschlossen, Steuergelder an ein Paar zu verschleudern, das bereit ist, sein Baby mit dem Namen Dada zu beflecken. Die Folgen des Dada-Babys für die Kunstgeschichte wären nicht zu unterschätzen. Ein lebendes Readymade würde Duchamps Kloschüssel endgültig alt aussehen lassen.»

SonntagsZeitung, 24. Oktober 2004

«Wenn im Februar 2005 in Zürich ein Kind von Com&Com auf den Namen 'Dada' getauft wird braucht man sich um die Nachfolgere-

gelung im Cabaret Voltaire vielleicht tatsächlich nur mehr kleine Sorgen zu machen.»

NZZ, 15. Dezember, 2004

«Das grenzüberschreitende Projekt wirft kunst- und werberechtliche Fragen auf. Im Zentrum der Diskussion steht vor allem eine Frage: was darf Kunst – und wann werden die Grenzen des guten Geschmacks überschritten?»

Persönlich, Januar 2005

«Guguseli Dada! Willkommen auf dieser Welt. Und viel Glück mit diesem Namen.»

Blick, 17. Februar 2005

GUGUS...DADA!

GUGUSDADA. Vol.1. The Rebirth of Dada.

2006, 80 Min., DVD
Deutsch, Englisch

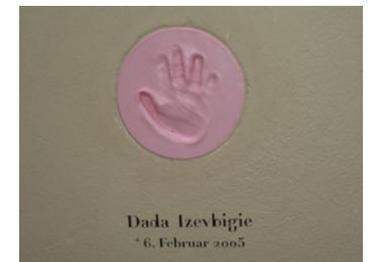
Idee und Produktion:
Johannes M. Hedinger und
Marcus Gossolt (Com&Com)

Kamera und Schnitt:
Andreas Göldi

Interviews:
Suzann-Viola Renninger

Musik:
Marius Tschirky

Darsteller:
Dada Kim Osarimen Izevbigie,
Com&Com, Nick Hayek, Chris Izevbigie,
Eva Laportella, Elmar Ledergerber u.a.



Kampagne und Fotos aus dem Projekt «Gugusdada», 2004–2007

MOCMOC

2003 – 2007

Aktion, Skulptur, Installation, Filme, Musik, Multiple, Installation, Zeichnung, Website

Einer Legende zufolge soll die pokémonartige Kreatur «Mocmoc» auf dem Bahnhofplatz in Romanshorn mit ihrem Horn das Städtchen vor einer verheerenden Feuersbrunst gerettet haben. Die erst in jüngster Zeit erfundene Legende und das dazugehörige «Heilsbild» sind Bestandteil eines Projektes der Schweizer Konzept- und Multimedia-künstler Com&Com. Mit ihrem 2003 eingeweihten Polyester-Zwitterwesen, dessen Name ein Anagramm des Künstlerlabels ist, ironisiert das Duo die Gattung der traditionellen repräsentativen Denkmalskulptur im öffentlichen Raum respektive adaptiert sie der heutigen Disney-Ästhetik entsprechend. «Mocmoc» avancierte schnell zum Liebling der (Schul-)Kinder, die über verschiedene Aktionen gezielt angesprochen wurden, entzweite jedoch die erwachsene Bevölkerung. Das konzeptionell vielschichtige Projekt, das über Provokation, Instrumentalisierung und Partizipationsstrategien als postmoderner Städte-Brand implementiert wurde und insofern auf die sozioökonomische und politische Komplexität von Branding-Prozessen verweist, führte zu einem Diskurs über Sinn, Problematiken und Grenzen von Kunst in der heutigen (Medien-) Öffentlichkeit. «Mocmoc» ist auf unterschiedliche Zugangs- und Rezeptionsweisen sowie Nutzungsmöglichkeiten hin konzipiert. Dazu gehört beispielsweise der Aufbau des Werks als Marketing- und Merchandising-Instrument mit einer Angebotspalette, die von T-Shirts über Hörspiel-CDs bis hin zu Kunstmultiples reicht. «Mocmoc» ist ausgestattet mit einem Fanclub und einer Homepage. Seine Entstehung und Rezeption ist nachgezeichnet und reflektiert

in einer wissenschaftlichen Publikation und einem Dokumentarfilm. Als Kulturbotschafter von Romanshorn gastiert es seit 2003 in zahlreichen Ausstellungen – darunter die 7. Biennale von Sharjah (Vereinigte Arabische Emirate, 2005) –, und es wurde an die 1. Kunstbiennale von Singapur (2006) eingeladen, wo es auf das stadtstaatliche Wahrzeichen Merlion traf.

Kornelia Imesch

Websites

www.mocmoc.ch

www.mocmocmermer.com



«Paris hat den Eiffelturm, New York die Freiheitsstatue und Romanshorn hat den Mocmoc.»

Max Brunner, Gemeindeammann Romanshorn, anlässlich der Enthüllung, 20. September 2003

«Willkommen in Entenhausen. Achtung Kunst! Die Romanshorer sind in Aufruhr, weil sich die Stadt ein Denkmal setzte.»

Neue Zürcher Zeitung, 16. November 2003

«Vogelgrippe in Romanshorn?»

Tagblatt, Ausgabe Thurgau, 7. Februar 2004



Aktionen, Fotos und Materialien rund um das Projekt «Mocmoc», 2003–2007 sowie Ausschnitte aus dem Dokumentarfilm «Mocmoc – Das ungeliebte Denkmal», 2004



Mocmoc, das ungeliebte Denkmal
45 Min., 2004
Deutsch, Englisch

Der irrwitzige Kunststreit rund um die Skulptur «Mocmoc» der Künstlergruppe Com&Com spaltete nicht nur die Bodenseegemeinde Romanshorn, sondern auch weite Teile der Schweizer Kulturlandschaft. Schliesslich musste gar eine Volksabstimmung über den weiteren Verbleib des Denkmals entscheiden. Aus gegen 400 Medienberichten, dutzenden Interviews und verschiedenem Archivmaterial ist ein erstaunlicher und charmanter Dokumentarfilm nicht nur über «Mocmoc», sondern auch zu allgemeinen Fragen und Problemstellungen der zeitgenössischen Kunst im öffentlichen Raum entstanden.

Regie: Andreas Göldi, Johannes M. Hedinger und Marcus Gossolt (Com&Com)
Kamera und Schnitt: Andreas Göldi
Musik: Marius Tschirky
Darsteller: Marcus Gossolt, Johannes M. Hedinger, Markus Landert, Sibylle Omlin, Wolfgang Ullrich
Produktion: Com&Com, Andreas Göldi



Mocmoc bei den Arabern
13 Min., 2005
Deutsch, Englisch, Arabisch

Das Maskottchen «Mocmoc» sorgte auch auf der 7. Biennale von Sharjah (VAE) für Aufsehen. Die Initianten des neuartigen Public Art Projektes, das Künstlerduo Com&Com, brachten die Schweizer Legende von «Mocmoc» nach Arabien, wo sie diese zusammen mit Kindern als Theater einstudierten und in lokalen Schulen einen Malwettbewerb lancierten. Die vielfältigen Resultate wurden im Rahmen der Biennale präsentiert und vom Staatsoberhaupt, seiner Hoheit Dr. Sheikh Sultan Bin Mohammed Al Qasimi ausgezeichnet. Der vom staatlichen Fernsehen von Sharjah aufgezeichnete Dokumentarfilm zeigt das Staatsoberhaupt beim Besuch der Biennale und der «Mocmoc»-Events.

Regie: Johannes M. Hedinger und Marcus Gossolt (Com&Com)
Drehbuch: Johannes M. Hedinger
Kamera: Sharjah TV
Schnitt: Lukas Gähwiler
Musik: Marius Tschirky
Darsteller: Sheikh Sultan Bin Mohammed Al Qasimi
Produktion: Com&Com, Sharjah Biennale



Mocmoc & Mermer
The incredible adventures of two friends
2 Folgen, 31 + 34 Min., 2006
Englisch

«Mocmoc» und «Mermer» lassen kein Abenteuer und keine Party aus. Sie gehen Segeln, Skifahren, Fliegen, Golfen, Tanzen oder Shoppen, wandern durch die Alpen, erforschen den Jungle und geniessen das Meer, besuchen Museen, Konzerte, Kirchen und Nightclubs. Die beiden Freunde streifen neugierig durch die Welt, beobachten diese und versuchen sie zu verstehen. Was zeigt uns die Geschichte? was bringt die Zukunft? Kann die Wissenschaft alles erklären? gibt es Gott? wie macht man gute Kunst und wieso braucht man Freunde? Auf all ihren Reisen sind «Mocmoc» und Mermer auf der konstanten Suche nach dem Sinn des Lebens und der Antwort auf die Fragen: Wer sind wir? Woher kommen wir und wohin gehen wir? Aber die letzte grosse Frage bleibt unbeantwortet. Deswegen werden werden sie auch morgen wieder zu einem neuen Abenteuer aufbrechen.

Regie: Johannes M. Hedinger und Marcus Gossolt (Com&Com)
Drehbuch: Johannes M. Hedinger
Kamera: Marcus Gossolt, Lukas Gähwiler und Martin Anner
Schnitt: Martin Anner und Johannes M. Hedinger
Musik: Sergio Gio Fertitta
Darsteller: Martin Anner, Severin Müri, Ignatius Pang Yew Yang, Elson Soo Wai Cheong, Diane Toh Siqi, Johnson Chew Zong Sheng, Freddy Lai Hoe Boon, James Tay Weng Kiong, Christopher Goh Khooon Xian
Produktion: Com&Com, Singapore Biennale



Ausschnitte aus «Mocmoc & Mermer», 2006, Folge 1 & 2

KATHLEEN BÜHLER
THE MAKING OF HEROES

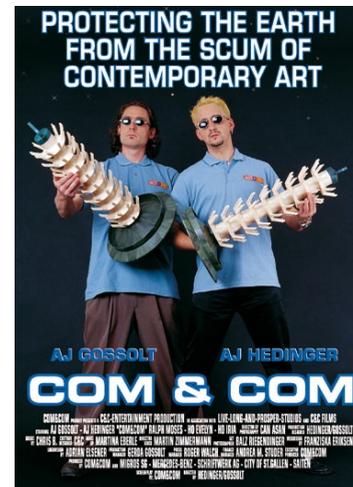
Zu den Werken von Com&Com 1997–2005

Die Werke des seit 1997 erfolgreichen Künstlerduos Com&Com galten bislang als Paradebeispiele für gelungene Selbstpromotion sowie Überblendung von Kunst und Massenkultur. Darüber hinaus lässt sich jedoch eine differenzierte Auseinandersetzung mit dem Topos des Helden und dem populären Bedürfnis nach Retter- und Heilsfiguren darin nachzeichnen. In der Folge wird eine Auswahl von Werken auf ihren Bezug zum Heldenpos untersucht und vor diesem Hintergrund neu interpretiert.

Das Wort «Held» stammt aus dem Indogermanischen und meint zunächst den Antreiber der Herde auf der Weide. Da der Hirt der Urzeit seine Herde gegen menschliche und tierische Räuber unter Einsatz seines Lebens verteidigen musste, konnte das Wort zur Bezeichnung des mutigen und seiner Aufgabe bewussten Kämpfers werden. Aus dem Aufgabenbereich der Urzeit erwuchs dem Helden der verallgemeinernde Symbolwert eines Kämpfers für die Ordnung gegen die Mächte des Chaos jeder Art. Er wird zum Heros, zum Schützer des Landes und der Kultur schlechthin.

Der Held als jemand, der aussergewöhnliche Leistungen erbringt, ist verwandt mit der Vorstellung des Genies; einem Begriff, der aus der Zusammenziehung des lateinischen «genius» (Schutzgeist) und «ingenium» (Talent) entstand, und der die Fähigkeit eines Menschen, etwas Originäres und Vorbildliches zu schaffen, bzw. eine Person mit ebensolchen Fähigkeiten bezeichnet. Im Zentrum der künstlerischen Produktion steht die schöpferische Subjektivität und diese gilt als genial, weil sie sich als originelle Schaffenskraft nicht an vorgegebene Regeln hält. Im heutigen Sprachgebrauch hingegen bedeutet Genie eine umgangssprachliche Wertung und bezeichnet das ungewöhnliche Talent im Gegensatz zum erlernten Können.

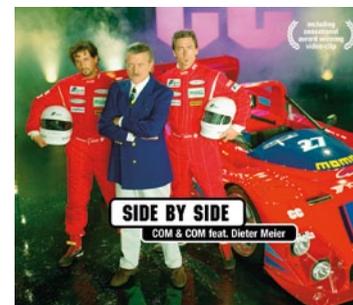
Es sind gerade solche bürgerliche Kategorien der Ästhetik und Vorstellungen von genialen Künstlersubjekten, welche des Künstlerpaar Com&Com seit Jahren auf die Schippe nimmt und in ihrem fröhlichen Crossover von Stilen, Sparten und Gattungen sowie in ihrer Aneignung von Werbestrategien aus der Unterhaltungsindustrie persifliert. Der Künstler als Held im Kampf für hohe zivilisatorische Leistungen, eifrig Werte produzierend, die sich nicht in finanziellen aufwiegen lassen, im Widerstreit zu unfairen Kritikern und neidischen, minder begabten Kollegen, ist ein Klischee, dem Com&Com eifrig Nahrung gibt, indem sie sich unablässig in neuen Rollen inszenieren, um die Ernsthaftigkeit und moralische Wertung



«Protecting the Earth», 1997
Collection Com&Com



«C-Files: Tell Saga», 2000, Video, 4'30"
Sammlung Schweizerisches Landesmuseum

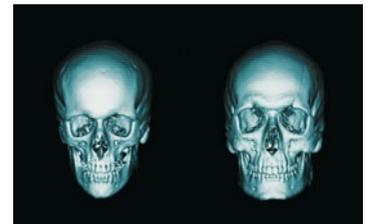


«Side by Side», 2002, Video, 4'30"
Kunstmuseum Thurgau Kartause Ittingen

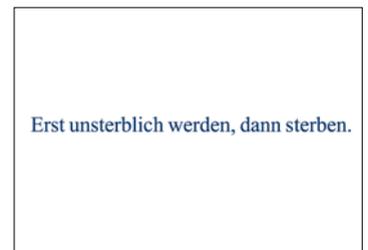
des Topos gleichzeitig zu unterwandern und nicht zuletzt zur genau gegenteiligen Aussage zu führen. Sie schlüpfen in die Figuren von Fernseh-Helden und kämpfen als Agenten gegen Ausserirdische und zeitverirrte mythologische Heldenfiguren (C-Files: Tell Saga, 2000), sie inszenieren sich als Autorenn-Piloten, denen stets der tragische Tod auf der Rennbahn droht (Side by Side, 2002); sie stehen engelsgleich mit dem Blick auf die Unendlichkeit gerichtet über den Niedrigkeiten des Alltags (Angels, 2003). Sie bekleiden jedoch auch die Rolle des mythischen Odysseus (The Odyssey, 2001) im zeitgemässeren Gewand der Rettungsschwimmer der Fernsehserie «Baywatch» und sehen sich wahlweise als Zorro (1999) oder Batman genauso wie als Singsternen Britney Spears («Oops! We did it again», Camel, 2000). Sie unterscheiden dabei nicht zwischen High und Low, Bildender Kunst und Unterhaltung und scheren sich wenig um die Logik der Geschlechter, sondern bedienen sich aus dem Bilderfundus von Helden- und Starfiguren, die im Zeitalter von Neuen Medien, globaler Unterhaltungsindustrie und Internet präsent und verfügbar sind. Nicht zuletzt geschieht dies alles mit ironisch-kritischem Blick auf das zeitgenössische Kunstsystem und in spöttisch-distanzierter Vereinnahmung seiner erfolgreichen Brandingstrategien. Dabei kommt es vor allem in den Plakat- und Postkartenaktionen oberflächlich zu einem steten, koketten Flirt mit den Zuschauererwartungen und dem Vorwissen des Betrachters. Com&Com decken letztlich das unhaltbare Klischee der moralischen und kulturellen Überlegenheit von Kunst in Abgrenzung zur ihrem Warencharakter auf, ohne dabei wohlgemerkt auf das Preisniveau des Kunstmarktes und das Prestige des Künstlers zu verzichten. Wie im Heldenmythos verweisen auch Com&Com auf ihre künstlerischen Ahnväter. Wenn sie das Filmplakat von «Protecting the Earth» (1997) verballhornen, indem sie sich in Anspielung an Marcel Duchamp bewaffnet mit zwei Flaschentrocknern zeigen, dann stellen sie sich durch die Nachahmung der Posen von Will Smith und Tommy Lee Jones auf die Ebene von Helden und konstruieren sich gleich selbst einen ins Mythische gesteigerten, quasi-göttlichen Stammvater: Marcel Duchamp, auf den sich die Geschichte der Gegenwartskunst als Gründervater beruft und der mit seinen Ready-mades gerade den Inbegriff des nachmodernen Genies verkörpert, indem seine Objekte keinen Regeln folgen, sondern aus dem Kontext heraus zum Kunstwerk erklärt werden. Für den Betrachter, der den Seitenhieb auf den Kunstmarkt und vor allem die eigene Veräppelung nicht erkennt, hilft der Slogan weiter, der besagt «Com&Com protecting the earth from the scum of contemporary art» (Com&Com, welche die Erde vor dem Abschaum zeitgenössischer Kunst beschützen). Com&Com beweisen Gespür im Umgang mit dem eigenen Heldenstatus als kämpferische Künstler und schälen in ihren Werken unterschiedliche



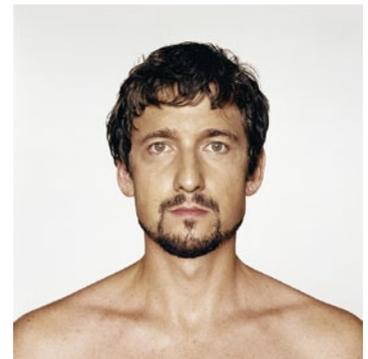
Angels, 2003, Leuchtkasten
Collection Com&Com



Skulls of the Artists, 2001, 3D-Laser-Print,
Chromlackierung, Collection Tabea Guhl



Dictum Nr. 40, 2001, Wallpainting
Collection Com&Com

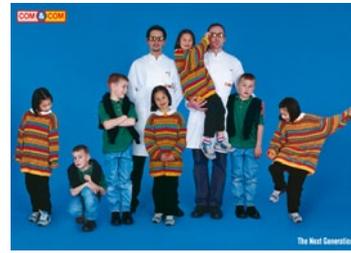


Portrait of the artists, 2005, C-Print
Collection Com&Com

Aspekte des Heldendaseins heraus. So zelebrieren sie die Abkehr vom Irdischen und ihre Auseinandersetzung mit Vergänglichkeit (Skulls of the Artists, 2001), indem sie mit Aufnahmen ihrer Schädel im Computertomographie-Verfahren einerseits augenzwinkernd dem Geheimnis ihrer Genialität auf der Spur sind und andererseits in der Tradition des klassischen «memento mori» auf das hinweisen, was am Schluss ihrer Karriere von ihnen übrig bleiben wird.

Sie setzen sich aber auch mit dem Problem der Erbfolge auseinander, indem sie Klone propagieren und ihr eigenes begrenztes, irdisches Wirken künstlich dehnen (The Next Generation, 1999). Ausserdem bemühen sie sich, das Beste von sich beiden, in einer Art Überkünstler-Figur zusammenzuführen (Portrait of the Artists, 2005) und tangieren dabei die Grössenwahn-Ideen, die von Frankenstein über Nietzsche bis zu zeitgenössischen, obskuren Sekten reichen. Innerhalb der Spannbreite dieser Bedeutungsschichten des genialischen Künstlerheldens, versteht sich der Ausstellungsraum von Com&Com als Parcours verschiedener Auslegungen. Anhand der unterschiedlichen Werkgruppen, die in Ausschnitten zu sehen sind, werden die wechselnden und zum Teil widersprüchlichen Positionen des Künstlerduos zum Thema sichtbar. Das begleitende Merchandising wird so inszeniert, wie es sich für eine zeitgenössische Form von Heldenverehrung gehört, als Fanmaterial und scheinbar authentische Souvenirs, die ehrfürchtig als «Berührungsreliquie» in der Vitrine musealisiert und aufbewahrt werden, obwohl auch die vermeintlichen Blicke hinter die Kulissen nur wieder eine weitere Kulisse sichtbar machen. Weil es sich im Falle von Com&Com um ein höchst komplexes und selbstreferentielles Werk handelt, geben die Künstler auch selbst den Kommentar zu ihren Werkstationen in Form von gesammelten vollmundigen Merksprüchen zum Erfolgreich- und Künstlersein (Dictum, 1997–2005). Dabei steht es in keinem Widerspruch zu ihrem Status als Autoren, dass sie fremde Binsenwahrheiten als eigene Erkenntnisse ausgeben, da ihre künstlerische Leistung zu grossen Teilen in der kunstvollen Aneignung selbst besteht.

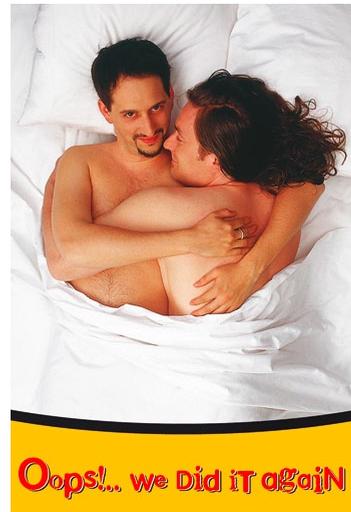
Text zur gleichnamigen Installation in der Ausstellung «Helden Heute» im CentrePasquArt, Biel, 2005



Next Generation, Family Poster, 1998



Barclay, Poster, 1999



Camel, Poster, 2000

**WE ARE
#1
SO WHY
TRY HARDER**

Dictum 39, 2001

«Postirony, the whole new era to come. And if I'm right, everybody wins.»

Alex Shakar, 2001

«Post-Irony means total imaginative and creative freedom.»

Com&Com, 2008

A: Postironie aus kunstwissenschaftlicher Perspektive

Die Zeit der Ironie ist abgelaufen. Wir sind müde geworden, ständig mit den Augen zu zwinkern, kunstvoll zu zweifeln und alles mindestens im zweiten Grad zu dekonstruieren. Nachdem die Ironie einen letzten Höhepunkt als spöttisches Schwert der Postmoderne erlebte, steht eine ironische Haltung heute eher dafür, Wahrheiten zu verschleiern, Problemen aus dem Weg zu gehen und jeden Schwachsinn damit zu rechtfertigen, dass es ja nicht ernst gemeint sei. Ironie verkommt mehr und mehr zu einer Art Haftungsausschluss oder Fluchtmanöver angesichts jeder denkbaren Verantwortung. Viele Menschen wollen heute (wieder) ungebrochen, direkt und positiv bejahend durchs Leben gehen, die Dinge sehen, wie sie sind, Nähe und Emotionalität zulassend Wahrheiten suchen und Verantwortung übernehmen. Mit dem distanzierenden Gestus der Ironie ist dies ernsthaft nicht machbar.

Von der Ironie zur Postironie

Bereits in den 90er Jahren kündigten sich verschiedene Ansätze einer möglichen Nach-Ironie an; so zum Beispiel 1993 in David Foster Wallaces Essay *E Unibus Pluram*, in dem er die postmoderne Literatur mit der US-Fernsehindustrie verglich. Beide hätten sich mittels selbstbezüglicher Ironie der Angreifbarkeit entzogen, denn wer sich über sich selbst lustig macht, könne nicht mehr ins Lächerliche gezogen werden: «Die Ironie tyrannisiert uns. Sie ist ebenso mächtig wie unbefriedigend geworden, weil sie sich stets alle Optionen offen hält.» Ausgerechnet der postmoderne Vollblutironiker Wallace träumte schon vor fast 20 Jahren von einer möglichen neuen Kultur des Post-Ironischen: «Die nächsten wirklichen literarischen ‚Rebellen‘ in diesem Land könnten als ein komischer Haufen von Anti-Rebellen auftreten, geborene Schaulustige, die sich erdreisten, vom ironischen Blick Abstand zu nehmen, und die kindliche Frechheit besitzen, unzweideutige Prinzipien gutzuheißen und auch umzusetzen. Die einfache, uralte und vollkommen unmodische menschliche Schwierigkeiten und Gefühle mit Ehrfurcht und der Kraft der Überzeugung behandeln.»

Als zweite Position sei Jedediah Purdys 1999 erschienenes Buch *For Common Things: Irony, Trust, and Commitment in America Today* erwähnt. Purdys Plädoyer für eine Repolitisierung der Öffentlichkeit, viel beachtet und oft als naiv gescholten, wurde vor allem als Generalangriff auf die ironische Kultur der USA gelesen, die den Rückzug aus der Öffentlichkeit zugunsten eines verantwortungslosen, allein individuell geführten Lebens fördere. Purdy kritisiert, dass wir eine Form von Ironie praktizieren, «die beharrlich jene Eigenschaften beargwöhnt, welche uns einen Mitmenschen ernst nehmen lassen: Integrität einer Persönlichkeit, Redlichkeit der Beweggründe. Wir hüten uns vor der Hoffnung, weil wir kaum sehen, was sie begründen könnte. An nichts wirklich zu glauben, besonders nicht an Menschen, erfüllt uns mit einem unbestimmten Stolz, und Überzeugungen zu haben, kann peinlich naiv wirken.» Während Foster Wal-

laces Essay im Grundton noch ironisch eingefärbt und uneigentlich bleibt, schreibt Purdy bereits eigentlich. Ohne doppelten Boden fordert er eine Art Rückkehr zur moralischen Integrität des Individuums, zu sozialer Verantwortung und gelebtem Umweltbewusstsein. Purdy formuliert Hoffnungen und geht damit das Risiko ein, dass diese enttäuscht werden und er als Autor als Spaßbremse da steht.

Erstmals eingeführt wurde der Terminus der ‚Postironie‘ dann von einem weiteren, ebenfalls aus den Vereinigten Staaten kommenden Autor. Alex Shakars im Trendscout- und Werbemilieu angesiedelter Debüt-Roman *The Savage Girl* (2001) bringt zwei interessante Kerngedanken hervor: die ‚Paradessenz‘ (jedem zu verkaufenden Produkt soll eine paradoxe Essenz inne wohnen, die zwei Dinge vereint, wonach der Konsument sich sehnt) und eben die ‚Postironie‘, die hier als dritte Phase der Konsumgesellschaft (nach der präironischen Phase der 50er und der ironischen der 80er und 90er Jahren) erklärt wird. Die Ironie sei inzwischen zum zentralen Stilmittel der Werbung degeneriert und habe so ihre oppositionelle Kraft verloren. Durch «ironischen Ernst» («Postirony is ironic earnestness») könne aber der Lähmung durch den allgegenwärtigen Zweifel begegnet werden. Nicht nur wird das Phänomen des Zweifels über Zweifel zum Zeitalter der Postironie extrapoliert, die Postironie selbst wird gar als neuer Trend und Marketingstrategie propagiert: «Postirony, the whole new era to come. And if I'm right, everybody wins.»

Wie schnell diese neue postironische Ära Wirklichkeit werden sollte, konnten weder Foster Wallace, Purdy noch Shakar voraussehen: Shakars Buch kam just an dem Tag auf den Markt, als in New York die Türme einstürzten und nichts mehr war wie zuvor. Nicht nur in den Vereinigten Staaten wurde unmittelbar nach den Terroranschlägen das endgültige «Ende der Ironie» ausgerufen.

Was ist Postironie?

Wikipedia bezeichnet den Begriff als «differenzierte Haltung zur Figur der Ironie. Analog zur Dekonstruktion der ‚großen Erzählungen‘ [...] der Moderne im Zuge postmoderner Diskurse, [...] setzt sich die Form der Postironie kritisch mit den Implikationen eines relativierten Wahrheitsbegriffes auseinander.» Postironie sei weder als Ruf nach prä-ironischer Einfachheit, noch als strikte Anti-Ironie misszuverstehen, vielmehr sei sie als sinnstiftende Empfehlung zu begreifen. Sie ist «eine verantwortungsbewusste Haltung, die Ironie ernst nimmt und diese unter den Bedingungen der Gegenwart wieder produktiv zu nutzen verspricht.» Eine ähnliche Lesart schlägt Sebastian Plönges in seinem Essay «Postironie als Entfaltung» vor, die weder den Postironiker ironisiert noch die großen Erzählungen von Vernunft, Wahrheit, Geschichte, Fortschritt oder Kunst reanimieren muss: «Das Problem, auf das die Postironie eine Antwort sein könnte, hört auf ein Problem zu sein, sobald man produktiv mit Paradoxien umzugehen lernt.» Das Aushalten von Kontingenzen sei die Stärke des Postironikers, «der somit eine freie und produktive Option zur Entfaltung der Ironie-Paradoxie anbietet. Er setzt alles auf eine Seite (ohne zu leugnen eine Wahl gehabt zu haben), er markiert seinen Präferenzwert, und das alles ist ihm nicht peinlich: Er trifft eine Unterscheidung und übernimmt die Verantwortung dafür.» Postironie ist also eine Haltung, ein Statement, eine Positionierung.

Postironie und Kunst

In den Diskurs der Bildenden Kunst wurde der Terminus der Postironie durch das Schweizer Künstlerduo Com&Com eingeführt. Mit dem first postironic Manifesto, propagierte Com&Com die Postironie als neue Vorstellungs- und Gestaltungsfreiheit und riefen in bunten Farben zur Wiederentdeckung der Schönheit, Huldigung des Authentischen und zur Feier der Kreativität und Einzigartigkeit auf.

Angesichts der Tatsache, das Com&Com mit satirisch-ironischen Videos, Installationen und Aktionen bekannt wurde, ist die anfängliche Skepsis nachvollziehbar. Das Manifest wurde teils als ein «rhetorisches Manöver und ironische Reaktion auf die faktische Institutionierung der Postironie» verstanden. Denn wenn

die Ironie erst mal im Spiel ist, wird man sie kaum wieder los. Dass die beiden Schweizer es aber ernst meinten, zeigen sowohl ihre künstlerischen Arbeiten der letzten drei Jahre, wie auch deren begleitenden Vermittlungs- und Unterrichtsprojekte an der Universität Hamburg (2009), der Zürcher Hochschule der Künste (2010), und der Universität Köln (2011), wo sie Lehrveranstaltungen und Seminare zur künstlerischen Praxis und Theorie der Postironie initiierten. Der seit 2009 bestehende Blog auf www.postirony.com brachte neben einer umfangreichen Materialsammlung zu postironischen Tendenzen in den Künsten auch weitere Definitionsversuche hervor.

In der Gruppenausstellung Neues Rheinland. Die postironische Generation zeigte das Museum Morsbroich in Leverkusen 2010 postironische Tendenzen in der westdeutschen Gegenwartskunst. Versammelt wurden rund 30 jüngere Positionen, die sich durch eine nachironische Haltung auszeichnen und eine «neue Hinwendung zu Ernsthaftigkeit, Engagement und Humor» entwickelten. Die Co-Kuratorin der Ausstellung, Stefanie Kreuzer, leitet in ihrem Katalogbeitrag die postironische Kunst als eine Abkehr vom Kunstbegriff der 80er Jahre her mit ihren künstlerischen Mitteln und Methoden wie Parodie, Zitat, Sampling, Fiktion und eben Ironie. «Hatte die Ironie in der Moderne und verstärkt in der Postmoderne das Problem von der Welt hin zum Diskurs, zu den Zeichen verschoben, so kehrt sich die Blickrichtung nun um.» Demnach bildet die Orientierung am Menschen das zentrale Moment dieser aktuellen Kunstproduktion. Körperlichkeit, Handgemachtes und innere Konstruktion sind also die Themen der Stunde. Beobachtungen, die auch die Kunsthistorikerin Noemi Smolik unterstützt: «Kneten und Formen, Zeichnen und Malen, Schneiden, Kleben und Binden kommen verstärkt vor. Keramik, diese verpönte Technik, haben plötzlich viele Künstler für sich entdeckt.» Kurator Markus Heinzemann meint im Vorwort: «Es gehört Mut dazu, das Material wieder ernst zu nehmen und scheinbar altmodische Materialien wie die Keramik wieder auszuprobieren, Scherenschnitte anzufertigen, die Pigmente für seine Farben selbst auszugraben und anzumischen oder einen Song von Udo Jürgens in seinen Filmen einzubauen – und das nicht ironisch zu meinen.»

Aber wirkt der Rekurs auf soviel ehrliches Handwerk und althergebrachte Technik nicht vielleicht selbst etwas hausbacken und abgestanden? Wo bleibt der aktuelle Bezug zur Politik und zum Leben von Heute, der der Postironie auch inne wohnt? Die Auswahl der in Leverkusen gezeigten Arbeiten lässt vermuten, die Kuratoren setzten Postironie mit neuer Innerlichkeit gleich. Alexandra Bircken zeigte einen Quilt, Jan Albers verlegte Rohre, Ulrike Möschel hängt eine weiße Kinderschaukel an einem seidenen Faden auf und in der Videoskulptur von Eli Cortiñas sang Judy Garland treffend: «There's no place like home». Michael Kohler vom Art Kunstmagazin summiert denn auch nachvollziehbar: «Während die Welt gerade Kapriolen schlägt, dominieren Heim und Handwerk die Kunst: Das klingt beinahe nach der guten alten Biedermeierzeit.»

Der Kunstkritiker Jörg Heiser steckt in seinem Katalogbeitrag den Begriff der Postironie etwas breiter ab und sieht erste Vorläufer bereits in der amerikanischen Camp-Bewegung («Camp ist Postironie avant la lettre»). Für Heiser ist Postironie nicht mehr etwas Komisches, das um einen ernst gemeinten Kern kreise, «sondern etwas zutiefst Ernstes, das den Beigeschmack zulässt, dass es auch lustig gemeint sein könnte.» In der Postironie gehe es um die gesellschaftliche Durchsetzung eines «dialektischen Verständnisses davon, was ‚echt‘ und was ‚künstlich‘, was authentisch und was ironisch in der gegenwärtigen Überlagerung von Medienwirklichkeiten heißt.» Doch mindestens solange dem «Post-» weiterhin die «Ironie» anhängt (und nicht etwa durch ein neues künstlerisches Konzept ersetzt wird), muss eine Unterscheidung über die erwähnte Dialektik hinaus führen: Postironie ist eine Haltung, die es nicht mehr nötig hat, sich an der Unterscheidung von echt / künstlich abzuarbeiten, egal ob ernst oder ironisch.

B: Postironie aus künstlerischer Perspektive

Im zweiten Teil soll nun vertiefter auf die jüngsten Arbeiten des Schweizer Künstlerduos Com&Com und ihren ‚Postironic Turn‘ eingegangen werden. Dazu wechsle ich in die erste Person, da ich selbst Teil dieses Duos bin.

Com&Com

Zusammen mit Marcus Gossolt gründete ich 1997 in St. Gallen Com&Com (ursprünglich eine Abkürzung für «Commercial Communication») als fiktive Firma, mit dem zunächst einmaligen Ziel, eine Kaffeefahrt rund um den Bodensee zu veranstalten. Aus diesem temporären Appropriations- und Sozialkunstexperiment wurden 14 Jahre, in denen sich Com&Com immer wieder neu erfinden musste. In den ersten Jahren produzierten wir praktisch keine physischen Werke, sondern hauptsächlich Kommunikations- und Strategieprojekte, die sich inhaltlich um Themen wie Heimat, Mythos, Werbung, Pop und das Starsystem drehten, die wir multimedial parodierten und dekonstruierten (zum Beispiel C-Files: Tell Saga (2000), Side by Side (2002)). Neben den Techniken wie Sampling, Fake und Fiktion war die Ironie das alles verbindende Gleitmittel.

Mit der Erweiterung in den sozialen und öffentlichen Raum (ab 2003) wurde die Ironie mit reichlich Aufmerksamkeits- und Provokationsstrategien angereichert (zum Beispiel Mocmoc [2003–2008], Gugusda [2004–2011]). Skandale, Presse, Aufmerksamkeit, Ausstellungen, und eine starke Marke waren der Lohn. Erfolge, die aber zunehmend die kreative Weiterentwicklung blockierten und Erwartungen kanalierten. Wir begannen nach Auswegen aus dieser zwar florierenden, aber uneigentlichen Welt zu suchen. Sogar ein Namenswechsel stand zur Debatte. Doch wir entschieden uns letztendlich gegen den schnellen Labeltod und wählten den steinigere Weg des Re-Brandings: gleicher Namen mit neuem Inhalt. Die Vergangenheit funkte zwar ab und an noch dazwischen, rückblickend können wir aber feststellen, dass die ironische Hypothek doch nicht derart erdrückend war, um uns neue Wege zu verbauen. So entdeckten wir für uns das originäre Kunstwerk neu, den Thrill, ohne doppeltes konzeptionelles Netz zu arbeiten, sowie eine Narration jenseits der Dekonstruktion (zum Beispiel The Big One (2005), Google Earth Art (2008)). Das war neu, geheimnisvoll und wie bei einer Droge, wollten wir mehr davon.

Das postironische Manifest

Am Stephanstag 2008 schritten wir zur Tat und malten das langsam gereifte Kunstverständnis auf ein Stück Papier. Ein Pilz (= Com&Com mit all seinen Ideen und Kompetenzen), wirft seine Keime (= Werke) auf den Nährboden (= Rezipient / Gesellschaft), die, wenn gut und wahr, sich zu einer nachhaltigen Kolonie (= komplexes Werk, Wirkung und Identität) entwickelt und ihrerseits zum Sporenwurf ansetzt. Über dem Pilz strahlen die Fixsterne Authentizität, Schönheit (Magie), Emotionalität (Liebe) und Wahrheit, umgeben von der Atmosphäre (= Sinn). Natürlich haben waren wir erst auch peinlich berührt und haben herzlich gelacht. Aber da war was! Als nächstes verfassten wir dann zum Jahresende das first postironic manifesto und stellten es online:

1. Wir leben im postironischen Zeitalter. Ironischer Zweifel ist nur noch zur Lebensart erhobene Unzufriedenheit.
2. Wir beginnen das Verfahren des Zweifelns anzuzweifeln.
3. Wahrheiten sind nicht länger unbedingt, sondern vorübergehend, wie es dem augenblicklichen Zweck gerade dienlich ist.

4. Die Welt ist mehr als sie ist.
5. Das Alltägliche dient als Versuchsgelände für den menschlichen Geist.
6. Alles ist erfüllt von Zauber und Schönheit.
7. Schönheit kann uns dazu anregen, bessere Menschen zu werden.
8. Aus Schönheit kann Liebe erwachsen.
9. Aus der Liebe folgen Wahrheiten.
10. Wir stehen an der Schwelle zu einer wunderbaren Sache: vor der Wiedergeburt unserer Selbsterschaffung. Postironie meint völlige Vorstellungs- und Gestaltungsfreiheit.

Als wir damit die postironische Ära ausriefen, glaubte uns natürlich erst einmal niemand, dass wir diese Gedanken auch nur ansatzweise ernst meinen könnten. Zu oft haben wir mit früheren Arbeiten genussvoll das Gegenteil propagiert. Auch die ästhetische Umsetzung (Manifesttafel in Regenbogenfarben) ließ den nicht ganz unbegründeten Verdacht zu, dies könnte eine bloße Fortsetzung unserer Appropriations- und Dekonstruktionsstrategien mit anderen Mitteln sein. Doch da mussten wir durch! Ein Blogbeitrag von 2009 spiegelt die damalige Stimmung: «Wir sind es müde geworden, immer den Agent-Provocateur, den Betriebskaspar und die Superironiker zu geben. Das stetige Dekonstruieren, Brechen und Zweifeln 3. Grades kotzt uns an. [...] wir wollen lieber mal was Schönes, Bejahendes, Emotionales machen.»

Für uns ist ‚Postironie‘ eine Befreiung, eine komplette Neupositionierung und Neuausrichtung unseres Kunstbegriffs, Werkes und unserer Ziele, ein Paradigmenwechsel. Erleichternd für die innere wie äußere Wahrnehmung kam hinzu, dass das Kunsthaus CentrePasquArt in Biel uns zur selben Zeit eine erste Überblicksausstellung einrichtete samt begleitendem Œuvre-Katalog. Unter dem programmatischen Titel *La réalité dépasse la fiction* wurden nicht nur erstmals vierzehn Jahre Com&Com wissenschaftlich aufgearbeitet und in die jüngere Kunstgeschichte eingeordnet, die Ausstellung machte auch wiederkehrende Themen und Brüche sichtbar. Selbst der Wandel zur Postironie ließ sich dadurch als eine überraschend konsequente Entwicklung nachvollziehen.

Zu den postironischen Arbeiten von Com&Com

Die postironische Neuausrichtung manifestiert sich seit 2009 im gesamten Output von Com&Com, sowohl in einzelnen Kunstwerken als auch in Performances, Aktionen, Partizipations- und Kollaborationsprojekten und Lehrveranstaltungen. Nachdem wir uns jahrelang hinter dem Werk und der kollektiven und industriellen Produktion verbergen konnten, nahmen wir nun selbst den Stift, Pinsel oder Messer in die Hand. Computer und Photoshop wird es zwar weiterhin in unserem Werk geben, neu kam nun aber die persönliche Handschrift hinzu. In *Zeichnungen* (2010) begannen wir den Alltag, die Natur und Brauchtumsmotive zu untersuchen, die später teils in Skulpturen und Aktionen wiederkehren sollten. Auch in der Malerei widmeten wir uns – nach Motiven aus der fiktionalen Welt des Filmes (*The Big One*, 2005–08) – fortan Bildern aus der realen Welt: in der Serie *Clouds* (2011) zeigen wir in großformatigen Airbrush-Bildern den Himmel über uns, so wie wir ihn wahrnehmen.

Das Interesse an den eigenen Wurzeln führte uns zur Volkskultur. Inspiriert durch den alten Appenzeller Volksbrauch der «Beechü» (= Beinkuh, eine Art geschnitztes Artbrut Tier aus Ästen), schufen wir die figurativen Skulpturengruppe *Ender* (2010) und setzen sie in Keramik oder vergrößert in Holz um. Das Schnitzen als spielerisches, skizzenartiges Arbeiten nutzten wir seitdem verschiedentlich. Auf einem Symposium ließen wir mal eine ganze Gruppe prominenter Akademiker wild drauflos schnitzen – mit höchst interessanten Resultaten. Die Arbeit mit Holz brachte uns unweigerlich zum Baum und dem Wunsch, das sichtbar zu machen, was man sonst nicht sehen kann: die Wurzeln, die Basis, das Fundament. Mit

Baum (2010) und Baum 2 (2010) haben wir in einem komplizierten Ausgrabungsprozess zwei Bäume samt Wurzeln frei gelegt und als Skulpturen im ‚White Cube‘ präsentiert. Damit erlangten wir ein für unser Werk bislang ungekanntes Grad an Ergriffenheit und Erhabenheit sowie die Einlösung des Manifestes: Postironie ist das Zulassen von Emotionen und Mut zum Pathos und großen Gefühlen, Postironie ist eine staunende Betrachtung des Realen, des Einfachen und des Zaubers im Alltag. Postironie ist die Feier des Lebens, der Natur und der Schönheit.

Neben der Natur wurde zunehmend auch der eigene Körper wichtig und im Rahmen mehrerer Performances getestet. In *Deconstructing Tree* (2010) zerlegten wir den ausgegrabenen Baum in einer musikalisch untermalten Abschiedszeremonie rituell mit Motorsägen. Die einzelnen Teile versahen wir mit nummerierten Plaketten und verteilten sie an das anwesende Publikum – auf dass der Baum nach seinem Leben in der Natur und in der Kunst einen weiteren Zyklus im Leben aufnehmen möge. In *Reconstructing Tree* (2010) haben wir dagegen bereits während der Ausstellung den Baumstamm entfernt und daraus zwei Langbögen und Pfeile geschnitzt. In einer Performance zum Ende der Ausstellung schossen wir damit im Museum auf den aufgestellten Wurzelstock. Der Baum schoss sich selbst ins Herz.

Verschiedene Modelle der Kollaboration, Partizipation und Experiment lösten Praxen der früheren ironischen Arbeiten wie Fake, Hacking, Manipulation und Verführung ab. In der Zusammenarbeit mit Bazon Brock gingen wir eine Verbindung von Theorie (Brock) und künstlerischer Praxis (Com&Com) ein. In der Performance *Niveau (nulla dies sine linea)* (2010) versuchten wir auf Trampolinen springend in drei Meter Höhe eine möglichst gerade Linie quer durch die Neue Pinakothek in München zu ziehen, während Brock einen Vortrag zur Zukunft des Designs hielt. Mit dem Online-Partizipationsprojekt *Making Ideas* (seit 2009) schufen wir eine Vermittlungsplattform zur Förderung und Realisierung von Ideen. In einer Offline-Version führten wir das Konzept auch mit einer Gruppe von Patienten einer psychiatrischen Klinik in Wil / St.Gallen durch. So hat sich mit der postironischen Haltung unsere weitere Vermittlungs- und Unterrichtsarbeit verändert. Wir konzipieren verstärkt kollaborativen Formate, sowohl im realen wie auch virtuellen Raum: gemeinsame Blogprojekte, Ausstellungen, Vortragszyklen, Exkursionen oder Wanderungen.

Das jüngste, eben gestartete Partizipationsprojekt *BLOCH* (2011) ist ein multidisziplinäres Reise-Projekt, das zeitgenössische Kunst und Volkskultur verknüpft. Ausgangspunkt ist der Ostschweizer Fastnachtbrauch ‚Bloch‘, bei dem in einer ganztägigen Prozession zwanzig Männer einen zwei Tonnen schweren Fichtenstamm (= Bloch) zwischen zwei Dörfern hin- und zurückziehen. Am Ende wird der Stamm an den Meistbietenden versteigert, was man mit einem ausgelassenen Fest feiert. 2011 hat Com&Com diesen Fichtenstamm erworben, verarbeitet ihn aber nicht wie sonst üblich zu Schindeln, Möbeln oder Brennholz, sondern schickt ihn erneut auf Reisen – nicht mehr nur ins Nachbardorf, sondern einmal um die Welt. In mehreren Etappen besucht *BLOCH* verschiedene Länder, Kulturkreise und Menschen, tritt mit ihnen in Dialog. In einer gemeinsamen Prozession und diversen Aktionen rund um den Stamm werden kulturellen Austausch und Global Culture aktiv praktiziert und das herkömmliche Verständnis von Tradition und Brauchtum erweitert. Derzeit bereiten wir *BLOCH* für seine große Reise vor, die im Frühjahr 2012 über mehrere Stationen in Europa (Schweden, Deutschland, Polen) nach China führen wird.

Post-Post-Ironie

Und bevor jemand fragt «what’s next?» Wir wissen es nicht. Gut möglich, dass Postironie schon bald einen neuen Namen trägt – welchen, ist gar nicht so entscheidend, solange dabei Kunst entsteht, die etwas bewirkt. Was von der Postironie jedoch mit Sicherheit bleiben wird, ist die Hoffnung auf Wandel und auf eine bessere Welt, frei von Sarkasmus und Zynismus. Damit verbunden ist die Einladung, das reiche Leben und dessen Schönheiten und Wahrheiten zu entdecken, in dem man neugierig ist, auf einander zugeht

und zusammen nach kreativen Lösungen sucht. Und was ebenfalls bleibt, ist die Haltung, Fragen und Probleme frontal anzugehen, Verantwortung zu übernehmen, den Mut zur Utopie und zu schönen Ideen zu haben und keine Angst vor Scheitern, Peinlichkeiten und großen Gefühlen. Denn dann gewinnt am Ende wirklich jeder.

Erstmals erschienen in: Kunstforum International Bd. 123, 2012

la réalité
dépasse
la fiction

Dictum 182, 2010

BIOGRAFIE COM&COM

Marcus Gossolt / Johannes M. Hedinger

Com&Com wurde 1997 von Marcus Gossolt und Johannes M. Hedinger gegründet. Sie leben in Zürich, St. Gallen und Amsterdam und arbeiten in situ.

Marcus Gossolt, *1969 in St. Gallen

Studium der Architektur und Kunst an der HGK Basel und Kunst- und Medienwissenschaften an der KHM Köln. Seit 2005 Projektagentur Alltag für visuelle und strategische Kommunikation.

Johannes M. Hedinger, *1971 in St. Gallen

Studium der Kunst an der Hochschule der Künste Zürich und an der UCLA Los Angeles, Studium der Kunstgeschichte, Cultural Studies, Filmwissenschaft und Germanistik an der Universität Zürich und an der Humboldt-Universität Berlin. Doktorand an der philosophischen Fakultät der Universität Lausanne. Seit 2006 Dozent an der Hochschule der Künste Zürich, sowie seit 2010 an der Universität zu Köln.

Einzelausstellungen (*=Katalog)

- 2012 Galerie Bernhard Bischoff & Partner, *Clouds*, Bern (CH)
Stadtgalerie Bern, *Bloch*, (CH)
Lagerhaus (Architektur Forum Ostschweiz), *Baumarbeiten*, St. Gallen (CH)
- 2011 Loop Festival / Galerie Bischoff & Partner, *Google Earth Art*, Switzerland, Barcelona (E)
- 2010 Kunsthaus CentrePasquArt, *La réalité dépasse la fiction*,
Biel Bienne (CH)*
Galerie Bernhard Bischoff & Partner, *Beauty Is The New Punk*, Bern (CH)
AUT, *Making Identities*, Innsbruck (A)*
- 2008 Galerie Bernhard Bischoff & Partner, *New Works*, Bern (CH)
- 2007 Galerie Olaf Stüber, *The Big One*, Berlin (D)
Galerie Bernhard Bischoff & Partner, *The Big One*, Bern (CH)
- 2004 Cabaret Voltaire, Zürich (CH)*
Galerie Olaf Stüber, Berlin (D)*
- 2003 KW Kunst-Werke, Berlin (D)*
Kunstmuseum des Kt. Thurgau, Kartause Ittingen, Warth (CH)*
- 2002 Galerie Urs Meile, Luzern (CH)*
Galerie Bob Gysin, Zürich (CH)*
- 2001 Govett Brewster Art Gallery, New Plymouth (NZL)*
Shed im Eisenwerk, Frauenfeld (CH)*
- 2000 Kunsthaus Zürich, Zürich (CH)*
- 1999 Raum für aktuelle Kunst, Luzern (CH)*
Gallery Scott Thatcher, New York (USA)*
- 1998 Galerie Sima, Nürnberg (D)*

Gruppenausstellungen (*=Katalog)

- 2012 Swiss Art Awards 2012, *Art Basel*, Messe Basel, Basel (CH)
Kunsthaus Grenchen, *Dancing toward the essence*, Grenchen (CH)
Helmhaus, Grösser als Zürich. *Kunst in Aussersihl*, Zürich (CH)*
Deutschvilla Strobl, *Kultur Zürich Ausser Sihl*, Salzburg (A)
Helmhaus, *Kultur Zürich Ausser Sihl*, Zürich (CH)*
- 2011 ZKM Karlsruhe, *The Global Contemporary*.
Kunstwelten nach 1989, Karlsruhe (D)*
4. Moscow Biennale of Contemporary Art, *Rewriting Worlds: Dada Moscow*, Moskau (RU)*
Pratt Manhattan Gallery, *Resonance: Looking for Mr. McLuhan*, New York (USA)
Garage, Center for Contemporary Culture, *Dada Festival*, Moskau (RU)
Cabaret Voltaire, *Merzworld*, Zürich (CH)
Kunsthaus Dresden – Städtische Galerie für Gegenwartskunst, *Is that true? Possibilities of (Non-)Knowledge*, Dresden(D)
Galerie Bernhard Bischoff & Partner, *X Years*, Bern (CH)
EWZ, *Nullpunkt*, Zürich (CH)*
Malzfabrik, *Kultur Zürich Ausser Sihl – Ein Schmelzriegel*, Berlin (D)*
Fonderie Kugler, 3:57, Genf (CH)
Galerie Sima, *25 Jahre*, Nürnberg (D)
- 2010 Kunsthaus Zürich, *Metamorphose.. heutel*, Zürich (CH)*
St. Moritz Design Gallery, *St. Moritz Art Master*, St. Moritz (CH)*
Kunsthalle Gwangju, *etoy.ART-COLLECTION*, Gwangju (KR)*
Emil Filla Gallery, *The Artist in the (art) society*, Ústí nad Labem (CZ)*
Motorenhalle, *The Artist in the (art) society*, Dresden (D)
Psychiatrische Klinik Wil, *Ideen Machen*, Wil (CH)
Kiosk, Zürich (CH)
- 2009 Kalmar Museum of Art, *The Social Critique 1993–2005*, Kalmar (S)
Whitesquare Gallery, *Beauty Is The New Punk*, Las Vegas (USA)
Tina B. the prague contemporary art festival, Prague (CZ)*
Kunstmuseum St. Gallen, *Heimspiel 09*, St. Gallen (CH)
Kunst 09, *ZKB Kunstpreis 2009*, Galerie Bernhard Bischoff & Partner, Zürich (CH)*
Kulturzentrum Konstanz, *Fotografie und Literatur*, Konstanz (D)*
VFO (Verein für Originalgrafik), Zürich (CH)
PROGR, *videokunst.ch*, Bern (CH)
Autobau, Romanshorn (CH)
- 2008 ZKM Karlsruhe, *Vertrautes Terrain – aktuelle Kunst in/über Deutschland*, Karlsruhe (D)*
Kunsthaus Zürich, *Shifting Identities – (Swiss) art now*, Zürich (CH)*
1. Bodensee-Triennale, *Nothing to declare*, Friedrichshafen (D)*
Palais Liechtenstein, *Nah am Berg*, Feldkirch (A)
Kunspanorama Kunsthalle Luzern, *Top of Experience*, Luzern (CH)*
Loop Festival Barcelona, *Schweizer Videokunst*, Barcelona (E)
Substitut, *Zu Gast bei Verlierern*, Berlin (D)
Galerie/Museum Baviera, *Kultur Zürich Ausser Sihl*, Zürich (CH)*

- Filmhaus Kulturzentrum K4, *Out of the Darkness*, Nürnberg (D)
 Stellwerk im Kulturbahnhof Kassel, www.cc-space.de, Kassel (D)
- 2007 Kunsthaus Zürich, Videolounge, Zürich (CH)
 Deutsches Hygiene Museum, *Six Feet Under*, Dresden (D)*
 Galerie Stampa, Videokunst, Basel (CH)
 Espace Michel Journiac – Centre Saint Charles Paris, *(Im)-Postures*, Paris (F)*
 VFO (Verein für Originalgrafik), Zürich (CH)
 GL Strand, *100 Tage – 100 Videos*, Kopenhagen (DK)*
- 2006 1. Singapore Biennale, Singapur (SG)*
 Kunstmuseum Bern, *Six Feet Under*, Bern (CH)*
 Neue Kunst Halle St.Gallen, *Heimspiel 06*, St.Gallen (CH)
 CentrePasquArt, *Branding*, Biel Bienne (CH)*
 Kunstmuseum Thun, *Musée Coco*, Thun (CH)*
 European Media Art Festival, *Smart Art*, Osnabrück (D)*
 Heidelberger Kunstverein, *100 Tage – 100 Videos*, Heidelberg (D)*
- 2005 Sharjah International Biennial 7, United Arab Emirates (UAE)*
 CentrePasquArt, *Helden Heute – heros a jamais*, Biel (CH)*
 Galerie Bernhard Bischoff & Partner, (...), Bern (CH)
 Kunsthalle Zürich, *Bekanntmachungen – der Strich*, Zürich (CH)
 Baustelle Schweiz, Migrationsmuseum Schweiz, Toni Areal, Zürich (CH)*
transit.davos, Davos (CH)
 The Third Line Gallery Dubai, *Heal the world*, Dubai (UAE)
 Les Complices, Musée CoCo, Zürich (CH)*
 Les Complices, Boutique, Zürich (CH)
 PROGR, videokunst.ch, Bern (CH)
- 2004 Centre d'Art Contemporain, *Ethnic Marketing*, Genf (CH)
 Forum der Schweizer Geschichte, *Tell bitte melden*, Schwyz, (CH)
 Joao Ferreira Gallery, *Children of Paradise*, Cape Town (SA)*
 Kunst.Voralberg, *Materialmagazin, Nachschub*, Feldkirch (A)*
 Messe Basel, Swiss Art Award, Basel (CH)
 Art Bodensee, Dornbirn (A)
- 2003 Kasseler Kunstverein, *Fridericianum, Solo Mortale*, Kassel (D)*
 Kunstmuseum St.Gallen, *Heimspiel*, St.Gallen (CH)
 Saint-Gervais Genève, *10. BIM, Biennale de l'image en Mouvement*, Genf (CH)*
 Zurich Development Centre, *Fashion*, Zürich (CH)
 Lista Center, Degersheim (CH)
 Kontainer Gallery, *the Agreement*, Los Angeles (USA)
 MAK Center, Garage Project, *Plugged & Haunted*, Los Angeles (USA)
 UCLA art department, Warner Studios, Los Angeles (USA)
 Kunstmuseum St.Gallen, *Out of the dark*, St.Gallen (CH)
 Kunstmuseum des Kt. Thurgau, Kartause Ittingen, *Boxenstopp*, Warth (CH)
- 2002 BIG Torino, 2. International Biennial of Young Art, *Big Social Game*, Turin (I)*
 EXPO.02, Arteplage Biel, *Geld und Wert - das letzte Tabu*, Biel (CH)*
- CCA Center of Contemporary Art, *Matrix of Collaboration*, Kiew (UA)
 Kunstmuseum des Kt. Thurgau, Kartause Ittingen, *Int. Fotografie*, Warth (CH)*
 Messe Basel, Eidgenöss. Kunststipendium, Basel (CH)
 Kunstmuseum St.Gallen, *Salon*, St.Gallen (CH)
- 2001 49. Biennale di Venezia, *Plateau of Humankind*, Venedig (I)*
 Migros Museum für Gegenwartskunst, *M Family*, Zürich (CH)*
 Galerie Barbara Thumm, *Firemousegod*, Berlin (D)
 Galerie Bob van Orsouw, *Zurich - Urban Diary*, Zürich (CH)
 Albrecht Dürer Gesellschaft, *Kunst & Sport*, Kunstverein Nürnberg (D)
 Kunst- und Medienzentrum Adlershof, *if we were kings*, Berlin (D)
 Art Frankfurt, *Art-Kino*, Frankfurt a.M. (D)*
 Messe Basel, Eidgenöss. Kunststipendium, Basel (CH)
 Galerie Bob Gysin, *Diplomausstellung HGK SBK*, Zürich (CH)*
- 2000 Kunstmuseum St.Gallen, *Ostschweizer Kunstschaffen*, St.Gallen (CH)
 Galerie Barbara Thumm, *No Vacancies*, Berlin (D)*
 Akademie der Künste/ Berlin Pavillon, *Z 2000*, Berlin (D)*
 M Art, Helsingborg (S)
 Galerie Brigitte Weiss und Art Magazin, *Girls*, Zürich (CH), Kuration
 Schmidt Invest Nürnberg, *Kunst + jetzt*, Nürnberg (D)
 Kunstszene Zürich, Hürlimann Areal, Zürich (CH)
 Kunst 2000, Int. Messe für Gegenwartskunst, Zürich (CH)
 Messe Basel, *Eidgenöss. Kunststipendium*, Basel (CH)
- 1999 O.K, Zentrum für Gegenwartskunst, *Sozialmaschine Geld*, Linz (A)*
 Swiss Institute New York, *Xposition*, New York (USA)
 Linienstrasse 155, *art pleasure 1*, Berlin (D)
 Heuwaage Basel, *Ebene E*, Basel (CH)*
 Messe Basel, *Eidgenöss. Kunststipendium*, Basel (CH)
 Raum für aktuelle Kunst, Luzern (CH)
- 1998 Kunstmuseum St.Gallen, *Kunst-Salon*, St.Gallen (CH)
 Kunstverein Nürnberg, Albrecht Dürer Gesellschaft, Nürnberg (D)
 Galerie Gaxotte, Porrentruy (CH)
 GSMBA/visarte Ostschweiz, St.Gallen (CH)
 Messe Basel, *Kiefer-Hablitzel-Stipendium*, Basel (CH)
- 1997 Kunstmuseum St.Gallen, *Ostschweizer Kunstschaffen*, St.Gallen (CH)
- Performance, Aktion**
- 2012 BLOCH, Aktion, Bern, PROGR
 BLOCH, Aktion, Berlin, Denkerei
 BLOCH, Aktion, Karlsruhe, ZKM/Profibürger
- 2011 BLOCH, Urnäsch, 7.3.2011, 8h
 GUGUSDADA 2 (Aktion), März 2011 – Okt 2011, Biennale Moskau und Garage Moskau
- 2010 *Reconstructing Tree* (Performance), AUT Innsbruck, 16.12.2010, 4 min

NIVEAU (Performance), in Kollaboration mit Bazon Brock, Pinakothek der Moderne, München, 28.9.2010, 15min
 HochZeit von Com&Merz. Ein Widerruf des 20. Jahrhundert (Performance), in Kollaboration mit Bazon Brock, Cabaret Voltaire Zürich, 16.5.2010, 60 min
 Quizshow zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com (Aktion), Cabaret Voltaire Zürich, 4.5.2010, 60 min
 Deconstructing Tree (Performance), CentrePasquart, Biel, 14.3.2010, 50 min, in Kollaboration mit Mario Marchisella, Reto Gertsch und Nicolas Greusing
 Necessaire (Aktion), Samsposion St. Moritz Art Masters, St.Moritz, 3./4.9.2010, 2 Tage
 Kiosk (Aktion), Zürich, in Kollaboration mit San Keller

2004/05 *Gugusdada-Kampagne* (Aktion), Okt 2004 – Feb 2005, Cabaret Voltaire, Zürich
 2003 *Mocmoc Kinderfest* (Aktion), Romanshorn, 20.9.2003
 1999 *Sperm of the artists* (Performance), o.T. Raum für Aktuelle Kunst, Luzern
 1998 *Com&Com Japan* (Performance), 3h, Zürich
 1998 *Next Generation* (Performance), 2h, Art Basel und Galerie Sima, Nürnberg
 1998 *Tomato Can* (Performance), 2h, GSMBA St.Gallen und o.T. Raum für Aktuelle Kunst, Luzern
 1997 *Mercedes A-Klasse* (Aktion), 9h, 13.9.1997, Bodensee

Film, Video

2011 *Bloch – Prologue*, Video HD, 8.10 min.
Reconstructing Tree (Dokumentarfilm Performance AUT), Video HD, 2 min
 2010 *«La réalité dépasse la fiction»* (Dokumentarfilm Ausstellung), Video HD, deutsch, 60'
«Deconstructing Tree» (Dokumentarfilm Performance), Video HD, ca. 50' +5'
Quizshow (Dokumentation Aktion Cabaret Voltaire), Video, in Produktion
Making Ideas #07, Video DV, schweizerdeutsch, D+E UT, 4'22''
Making Ideas #06, Video DV, schweizerdeutsch, D+E UT, 4'15''
Making Ideas #05, Video DV, schweizerdeutsch, D+E UT, 4'16''
Making Ideas #04, Video DV, schweizerdeutsch, D+E UT, 3'13''
Making Ideas #03, Video DV, D+E UT, 5'20''
Making Ideas #02, Video DV, D+E UT, 4'26''
 2009 *Making Ideas #01*, Video DV, schweizerdeutsch, D+E UT, 7'22''
 2008 *Google Earth Art, Switzerland* (Animation), 5'
 2007 *Gugusdada* (Dokumentarfilm), Video DV, schweizerdeutsch, D+E UT, 13', in Kollaboration mit Andreas Göldi, Suzann-Viola Renninger
 2006 *Mocmoc&Mermer*, Episode I: The Secret Key (Kurzfilm), Video DV, englisch, 31'
Mocmoc&Mermer, Episode II: The Right Way (Kurzfilm), Video DV, englisch, 34'
D'Schwiz (Making of), Video DV, schweizerdeutsch, französisch, italienisch, rätoromanisch, 5'15''
Claim To Greatness (Animation), Digital, 1' (nur Produktion)
 2005 *The Big One* (Kurzfilm) 16mm/Digi-Beta, englisch, 25'
Mocmoc Arab (Dokumentarfilm), Video DV, arabisch, englisch, D+E UT, 13'
 2004 *Mocmoc*, das ungeliebte Denkmal (Dokumentarfilm), Video DV, schweizerdeutsch, D+E

UT, 45', in Kollaboration mit Andreas Göldi
United Colors of Germany (6 Werbespots), Video DV, deutsch und englisch, total 15' (nur Produktion)
 2002 *I love Switzerland* (Werbespot), Video Digi Beta, deutsch, E UT, 1'40''
Side By Side (Musikclip), 35 mm, englisch, 4'40''
 2000 *C-Files: Tell Saga. Trailer (Trailer)*, Video Beta SP, deutsch, E UT, 3'
C-Files: Tell Saga. Making Of (Making Of), Video Beta SP, deutsch, 15'
 1999 *C-Files: Tell Saga. Episode # 3* (Videoinstallation), DV, 9'

Musik, Musical, Hörspiel

2010 *Baum* (Soundtrack), ca. 60', in Kollaboration mit Mario Marchisella
 2008 *Google Earth Art* (Soundtrack), 5', in Kollaboration mit Mario Marchisella
 2006 *Mocmoc & Mermer* (Song), englisch, 3'15'', in Kollaboration mit Sergio Fertitta
D'Schwiz, La Suisse, La Svizzera, La Svizra (Volkslied und CD), schweizerdeutsch, französisch, italienisch, rätoromanisch, total 21', in Kollaboration mit Marius Tschirky
 2005 *The Big One* (Soundtrack und Songs), englisch, total 25', in Kollaboration mit Mario Marchisella
Motivation Speech (Hörspiel und Audioinstallation), schweizerdeutsch, 2'
Mocmoc Arab (Song und CD), arabisch, 32'16'', in Kollaboration mit Marius Tschirky
Mocmoc (Kindermusical Sharjah), arabisch, 90', in Kollaboration mit Mohamed Ghobashi
 2004 *Gugusdada, GUGUS...DADA!*, feat. Marius und die Dadaisten (Song und CD), schweizerdeutsch, total 11'53'', in Kollaboration mit Marius Tschirky
 2003 *Mocmoc*, die Legende (Songs und Hörspiel), schweizerdeutsch, 35'51'', in Kollaboration mit Roman Riklin und Marius Tschirky
 2002 *Tell Star* (Musical), Luzerner Theater, deutsch und englisch, 2,5 Stunden
Side By Side (Song und CD), englisch, total 21'18'', in Kollaboration mit Dieter Meier, Manuel Stagars, Sergio Fertitta
 1999 *C-Files: Tell Saga, Mystery* (Soundtrack für Trailer, Making Of und Installation), total 15'54'', in Kollaboration mit Manuel Stagars
The Christmas Sale (Musikkassette), englisch, total 15'51'', in Kollaboration mit FLAP

Monografien, Künstlerbücher

Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt (Hrsg.), *Lexikon zur Zeitgenössischen Kunst. La réalité dépasse la fiction* (Oeuvre-Katalog), mit Essays von Tobia Bezzola, Daniel Binswanger, Konrad Bitterli, Christoph Blase, Elisabeth Bronfen, Kathleen Bühler, Dolores Denaro, Thomas Feuerstein, Anselm Franke, Bruno Glaus, Marcy Goldberg, Andreas Göldi, Peter Gross, Vinzenz Hediger, Caspar Hirschi, Kornelia Imesch, Tom Kummer, Markus Landert, Franz Liebl, Philipp Meier, Torsten Meyer, Karl-Josef Pazzini, Diana Porr, Suzann-Viola Renninger, David Signer, Wolfgang Ullrich, Roger Walch und 220 Artikeln von 166 Autoren, Sulgen/Zürich 2010, 628 Seiten.

Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt (Hrsg.), *Kunst, öffentlicher Raum, Identität. Mocmoc, das ungeliebte Denkmal* (Katalog/Projektdokumentation), mit Texten von Gion Mathias Cavelty, Bruno Glaus, Andreas Göldi, Walter Grasskamp, Peter Gross, Boris Groys, Klaus Heid, Caspar Hirschi, Karolina Jeftic, Martina Koch, Markus Landert, Gerd Löhrer, Philipp Meier, Sibylle Omlin, Karl-Josef Pazzini, Toni Schönenberger, Wolfgang Ullrich, Wolfgang Welsch, Nicole Wydler, Sulgen/Zürich 2004, 296 Seiten.

Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt (Hrsg.), *We Love You* (Katalog/Künstlerpublikation, 2 Bände (1. Band Glitterexpedition, 2. Band Selected Works and Essays), mit Texten von Tobia Bezzola, Paolo Bianchi, Barbara Liebster, Daniel Binswanger, Christoph Blase, Elisabeth Bronfen, Com&Com, Anselm Franke, Boris Groys, Vinzenz Hediger, Tom Kummer, Hans-Ulrich Obrist, Karl-Josef Pazzini, Hans-Ulrich Reck, David Signer, Ute Tischler, Sulgen/Zürich 2002, 208 Seiten.

Tell Star (Theaterprogramm/Künstlerpublikation) mit Texten von Barbara Mundel, Ann-Marie Arioli, Johannes M. Hedinger, Luzern 2002, 32 Seiten.

C-Files: Tell Saga – Das Buch zum Film (Künstlerbuch), mit einem Text von Johannes M. Hedinger, Zürich 2001 (2. Auflage), 160 Seiten.

Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt (Hrsg.), *The Odyssey* (Künstlerbuch, Engl. Reprint), Zürich 2001, 32 Seiten.

Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt (Hrsg.), *The Book of Com&Com* (Katalog), mit Texten von Daniel Baumann, Daniel Binswanger, Konrad Bitterli, Com&Com, Thomas Feuerstein, Andreas Göldi, Gerhard Mack, Roger Walch u.a., Zürich 1999/2000 (2. Auflage), 64 Seiten.

Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt (Hrsg.), *Die Odyssee* (Künstlerbuch), Zürich 1998, 32 Seiten.

Kollaborationsprojekte, Workshops, Symposien, Kuratation

2011 *Postirony*, Lehrveranstaltung/Workshop
Universität Köln

2009/10 *Cultural Hacking*, Lehrveranstaltung/Workshop
Universität Köln, ZHdK Zürich

2009– *Making Ideas*, Website und Langzeit-Ideen und
Kollaborationsprojekt

2009– *Postirony*, Blog und Lehrveranstaltung/Workshop, Universität Hamburg, ZHdK Zürich

2008 *cc-space*, Lehrveranstaltung Reformschule und
Stellwerk im Kulturbahnhof Kassel

2006 *D'Schwiz*, Volksliedprojekt für «swixx», Pro Helvetia

2004/05 *Provokation*, Symposium/Filmreihe, Cabaret Voltaire, Zürich

2004 *United Colors of Germany*, Lehrveranstaltung/
Workshop Mobile Akademie, Berlin

2003/07 *Mocmoc*, Partizipationsprojekt in Romanshorn,
Sharjah und Singapur

2000 *Girls, Girls, Girls*, Galerie Brigitte Weiss und
Galerie Art Magazin, Zürich

Preise, Awards, Stipendien

2010 Förderpreis der Stadt St.Gallen
Unterstützungsbeitrag von Pro Helvetia, Sophie und Karl Binding Stiftung,
Ursula WirzStiftung, Stiftung

Erna und Curt Burgauer, Walter Bechtler Stiftung,

Fredy und Regula Lienhard-Stiftung, Stadt St.Gallen, Kanton St.Gallen

2006 Filmpreis agent-provocateur, Zürich

2004 sitemapping.ch, Swiss Media Award, Bundesamt für Kultur

2002 Kunststipendium des Kanton Zürich, 1. Rang Bahnhofplatzgestaltung Romanshorn

2001 Anerkennungsbeitrag für Biennaleteilnahme, Bundesamt für Kultur

1998 Kiefer-Hablitzel-Stipendium, Werkzeitbeitrag der Stadt St.Gallen

Sammlungen

Sammlung Kunsthaus Zürich, CH

Sammlung Schweizerisches Landesmuseum, Zürich, CH

Sammlung Hauser und Wirth, Henau, CH

Sammlung Kunstmuseum St.Gallen, CH

Sammlung Kunstmuseum des Kt. Thurgau, Kartause Ittingen, Warth, CH

Sammlung Kanton Zürich, CH

Sammlung Kanton St.Gallen, CH

Sammlung Schweizerische Landesbibliothek Bern, CH

Sammlung Zurich Versicherung, Zürich, CH

Sammlung Lista Office, Degersheim, CH

Sammlung Autobau, Romanshorn, CH

Sammlung Schmidt Invest, Nürnberg, D

Sammlung Carola und Günther Ketterer -Ertle, Bern, CH

Sammlung Andreas Göldi, Boston, USA

Sammlung Barbara Thumm, Berlin, D

Sammlung Martin Schibli, Helsingborg, S

Sammlung Frank Bodin, Zollikon, CH

Sammlung Alex & Corinne Wassmer, Muri, CH

Sammlung Marlies Kornfeld, Bern, CH

Sammlung Daphnée Büchler-Hahnloser, CH

Sammlung Beat Brechbühl, Bern, CH

Sammlung Bruno Glaus, Uznach, CH

Sammlung Christa Gebert, Rapperswil, CH

Sammlung Ruedi Bossi, Zürich, CH
Sammlung Karl Heinz Pichler, Zürich, CH
Sammlung Bernhard Bischoff, Thun, CH
Sammlung Kathleen Bühler, Zürich, CH
Etoy. Art Collection, Zürich, CH

Internet

www.com-com.ch	seit 1997
www.bloch23781.com	seit 2011
www.postirony.com	seit 2009
www.makingideas.net	seit 2009
www.mocmoc.ch	seit 2003
www.mocmocmermer.com	seit 2006
www.gugusdada.net	seit 2011
www.gugusdada.ch	seit 2004
www.thebigone.ch	seit 2005
www.provokation.ch	seit 2004
www.side-by-side.ch	seit 2002
www.tell-star.ch	seit 2002

