

SOGAR DAS GELÄNDER IST KREATIV

Kathrin Bentele über Gili Tal bei gta Ausstellungen, Zürich



„Gili Tal: Mastering the Nikon D750“, ETH Zürich, 2019, Ausstellungsansicht

Dass der Easyjet-Tourismus kein kurzzeitiges Phänomen bleiben würde, hatten wir wohl alle befürchtet. Seine konkreten Auswirkungen auf die Innenstädte sogenannter sehenswürdiger europäischer – und mittlerweile nicht mehr europäischer – Metropolen waren in der jetzigen Drastik allerdings kaum vorstellbar. Die Mieten steigen ins Unendliche, Altstädte sind der Spekulation hoffnungslos ausgeliefert, Einwohner*innen werden verdrängt. Mit jenem neuen Markt entwickelte sich auch eine neue Bild- und Marketingsprache, die die britische Künstlerin Gili Tal in ihren Arbeiten kritisch hinterfragt.

Viel ist über die Verwertung einer Idee von Kultur und der Betonung von Einzigartigkeit, Partikularität und (lokaler) Distinktion für neoliberale Interessen geschrieben worden¹, und es liegt nahe zu fragen, wie das von intensivem touristischem Stadtmarketing beansprucht wird – von „I Love Berlin“- oder „I Love London“-Slogans bis hin zu Immobilien- und Privateigentum-Agenturen, die mit dem kreativ-multikulturellen Geist einer Nachbarschaft werben. Dass der urbane Raum besonders anfällig dafür ist, über das kapitalistische Narrativ gekämmt zu werden, zeigt sich vielleicht immer dann, wenn Urbanisierungsprojekte als Aushängeschilder von Progression und Revitalisierung propagiert werden, sich aber letztlich als

Verdrängung und tiefe Entfremdung langjähriger Anwohner*innen herausstellen. Einer der Gedanken, die man David Harveys *Rebel Cities* (2012) entnehmen kann, ist, dass solche Ummünzung meist von einer disneyfizierten Erzählung aufgefangen wird, die sich an jene richtet, die in dem neuen urbanen Gewebe Gehör finden sollen.² To bowdlerize, um den englischen Begriff zu nehmen, von dem Oliver Corinos Begleittext in Gili Tals Ausstellung „Mastering The Nikon D750“ handelt, meint eine verharmlosende und bereinigte Fiktion, die das Original überschreibt. Benannt nach dem englischen Geschwisterpaar Thomas und Henrietta Bowdler, die 1807/1818 aus Shakespeares Stücken alle Wörter entfernten oder umformulierten, die sie für Kinderohren zu explizit fanden, spricht aus dieser infantilisierenden Fiktion nicht ohne (ideologischen) Selbstzweck eine Stimme mit erhobenem Zeigefinger: „from which the pupil may derive instruction as well as pleasure.“³

Der Titel von Tals Einzelausstellung bei gta Ausstellungen suggeriert eine Idee von (fotografischer) Beherrschung und Kontrolle, was die Frage aufwirft, auf welcher Seite des Narrativs wir (und die Künstlerin) damit landen. Im gta Ausstellungsraum und auf die umliegenden, langen Korridore des Architekturdepartments der ETH verteilt stehen 13 riesige Plakatwände (5 x 1,4 m und 7,5 x 1,4 m) mit Fotografien urbaner Infrastruktur, die Tal in den letzten Jahren vor allem in London aufgenommen hat. Tals mutmaßliche fotografische Meisterschaft besteht vielleicht darin, sich eine (Amateur-)Bildökonomie hyperbolisch anzueignen, die so ähnlich in den Marketingetagen von Tourismus-, Kulturerbe-, Privateigentum- und Immobilienindustrien zur Vermarktung von Nachbarschaften, und

Businessdistrikten kultiviert wird. Fotografiert in London-Southbank und im restrukturierten Londoner Queen Elizabeth Olympic Park – ein experimentelles Laboratorium für Architekt*innen und Landschaftsgärtner*innen, was in benachbarten Quartieren die Mieten in die Höhe getrieben hat –, zeigen die Bilder die symbolische Überfrachtung an sich absolut banaler Parkbänke, Shopping-Arkaden, Handläufe, Springbrunnen, Spielplätze, Treppenaufgänge, Wickeltisch-Piktogramme oder Blumenmärkte auf ihrem Weg, in Lifestyle-Assets umgemünzt zu werden. Die Mittel, demonstriert Tal, sind denkbar simpel: ein gekippter Kamerawinkel, der Dynamik suggerieren, und ein Zoom, der irgendeine Besonderheit andeuten soll; oder eine Perspektive, die etwas Triumphales extrahieren will. Überall ist spürbar, auch wenn diese Bilder spontan, authentisch und en passant daherkommen, dass sich hier eine Entfremdung der fotografierten Objekte von ihrem alltäglichen Gebrauchswert vollzieht, die sie in emphatische Tauschwerte im zeitgenössischen Work/Play-Kontinuum umwandelt. Mit anderen Worten: Es geht um die befremdende, fingierte, aber ultimativ reale Transformation eines (öffentlichen) Guts von Gebrauchswert in Tauschwert. Der Metall-Handlauf einer Treppe in *Every Spot Has Hidden Mystical Depths* (2018) zum Beispiel: ein banales Gemeingut, als Infrastruktur oft unsichtbar, das so fotografiert ist, dass sein schwungvoller Auslauf das Bild dominiert und sich darauf alles Narrative überträgt, was eigentlich die beiden treppensteigenden Frauen im Bildhintergrund verkörpern und in besagter Matrix als „After Work Cocktails“, „London Weekend Trip“ oder „Poké Bowl Lunch Break“ lanciert werden könnte; mehr narrative Schlüssel jedenfalls gibt das Bild nicht her. Oder das sich in



„Gili Tal: Mastering the Nikon D750“, ETH Zürich, 2019, Ausstellungsansicht

den stahlblauen Himmel emporschwingende metallene Klettergerüst auf einem Spielplatz in *Secret Spots* (2018): Hier reproduziert sich der Quartierspielplatz viel mehr als Bild sozialen Aufstiegs, als dass es ums Spielen ginge.

Wenn Tals Fotografien auch eine Form von dominanter Lifestyle-Hoheit propagieren, die in allen Ecken und Enden von städtischer Infrastruktur die Potenzialität für ein maximal großartiges Leben angelegt sieht, so fragt ihre Präsentation auf den imposanten Plakatstellwänden umgekehrt nach dem konsumistischen Pakt der Betrachtenden, die das „Wow“-Moment und die Stadt als Sehnsuchtsbild mitproduzieren. Denn es gibt noch einen anderen Aspekt in diesem düsteren Euphemismus, und er hat zu tun mit emotionaler oder imaginativer Arbeit oder damit, was Werber und Privateigentum-Agenten längst wissen: „Emotion Is an Unlimited Resource“ – wahrscheinlich die einzige auf diesem Planeten (und der Titel einer Gruppenausstellung in der

Stadtgalerie Bern mit Gili Tal im selben Jahr).

Insofern sich die Arbeit vom *Time Out Magazine* (und von anderen) auf phrasenhafte Andeutungen wie „Eat your way around Borough Market“, „Smell the Roses at Regent’s Park“, „Pretend you’re a parcel on the Mail Rail“ oder „Hang out with the plants at Sky Garden“ limitiert, muss jemand anderes (wir?) die Arbeit machen, darin ein Gefühl von einer gewissen Signifikanz zu sehen. Genauso anstrengend muss es sein, die empathische Kluft zu füllen, die sich zwischen einem an sich eigenschaftslosen Laternenpfahl oder einem Garagentor und ihrer vulgären Überfrachtung als Markierungen minimalistischen Wohnens in Liegenschaft-Werbungen auftut. Die Bilder geben wenig und fragen umgekehrt nach viel; die einzige Seele, die aus ihnen spricht, ist in jedem Fall unsere.

Es hätte deshalb etwas Zynisches, nicht nach dem Blick zu fragen, der diese Fiktion mit Leben füllt. Die in der Begleitbroschüre klein

abgedruckten und mit „Time Out“-mäßigen Hinweisen wie „Eat this“, „Things To Do“, „Attractions“ und „See This“ versehenen 72 Fotografien lesen sich parallel als ein Kommentar auf die endlose Austauschbarkeit und Allgegenwärtigkeit (Unsichtbarkeit) ein und derselben Werbefotografie. In der Masse und im Instagram-Raster angeordnet, werden die Bilder so nichtssagend, oder umgekehrt, könnten sie für praktisch alles eintreten, sodass ihr Versprechen von lokaler Distinktion zynisch wirkt. Dem gegenüber stehen Tals riesige Plakatprints auch noch für eine andere Logik. Zwar sprechen die Titel dieser Arbeiten von derselben ermüdenden austauschbaren Großartigkeit (z. B. *Awesome Events in October, For Starry Nights [Floor 1], Even the Rooftops Are Creative* oder *The Refreshing One*), die Prints sind aber massiv in der Länge verzerrt und produzieren so etwas wie ein psychotisches „Woow“. Oder anders: Insofern Tals Verzerrung Wertausdehnung durchspielt, dehnen diese Bilder den Blick aus, und darin gibt es vielleicht Momente von so etwas wie Sehnsucht oder zumindest einem Innehalten; die blühende Hanfpflanze vor einem Apartmentblock in *This Weekend (Floor 1)* (2019) oder die glückseligen Kinderfiguren in einem Springbrunnen in *The Breathtaking One* (2018).

Die Frage nach der konsumistischen Kooperation relativiert sich insofern, als dass die Plakatwände als plumpe und brachiale architektonische Körper oft schräg im Weg stehen. Tals Architektur Fotografien fügen sich so auch auf der Ebene von architektonischer Infrastruktur in die Räume des gta ein. Abgesehen davon, dass sie urbane Architektur bildlich zurückspielen an den Ort, an dem sie weit weg von der Stadt gelehrt und theoretisiert wird, lesen sich die raumdefinierenden Plakatwände auch als ein Kommentar auf

den sehr direktiven Charakter von Architektur in einer Matrix aus urbanem Entrepreneurialismus⁴, der unmittelbar Einfluss darauf nimmt, für welchen Blick Städte, Quartiere und Science Cities designt werden.

„Gili Tal: Mastering The Nikon D750“, gta Ausstellungen, ETH Zürich, 16. Oktober bis 11. Dezember 2019.

Anmerkungen

- 1 Vgl. Wolfgang Fritz Haug, *Commodity Aesthetics*, Working Papers Series, Department of Comparative American Cultures, Washington State University, 2000, S. 13; Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt/M. 1982 (Original 1979); David Harvey, *Rebel Cities: From The Right to the City to the Urban Revolution*, New York 2013.
- 2 Vgl. Harvey, *Rebel Cities*, S. 67–112.
- 3 Aus einer Werbung für Thomas Bowdler's *The Family Shakespeare*, in: *The Times*, 10. August 1819, S. 4.
- 4 Vgl. Keller Easterling, *Extrastatecraft: The Power of Infrastructure Space*, New York 2016, S. 13.