

## Presseerklärung:

**Nic Hess**

***Dont sorry***

**Ausstellungsdauer: 05.09. - 24.10.2009**

**Eröffnung am 04.09.2009 von 18.00 - 22.00 Uhr**

Philipp Figge  
Dr. Philipp von Rosen  
Aachener Str. 65  
D - 50674 Köln  
T. 0049 - 221 - 27 05 68 40  
F. 0049 - 221 - 27 05 68 49  
info@figgevonrosen.com  
www.figgevonrosen.com

Am Freitag den 4. September 2009 um 18.00 Uhr eröffnen wir unsere zweite Ausstellung des Schweizer Künstlers Nic Hess (\*1968, lebt in Los Angeles und Zürich). Nach Einzelausstellungen im Kunstmuseum Winterthur (2002), im Münchener Haus der Kunst (2004), in der venezianischen Fondazione Bevilacqua (2006), im Museo de Zapopan, Guadalajara, Mexico (2007) hat er zuletzt großformatige Wandinstallationen im Hammer Museum in Los Angeles und in Schloß Ringenberg geschaffen.

Hess' raumgreifende Installation verwandelt die Galerieräume auf allen Ebenen in ein komplexes Zeichengefüge mit Bezug zum heutigen China und den damit verbundenen Klischees. So nimmt Hess eine 13 m lange Reproduktion einer Tuschzeichnung des chinesischen Künstlers Hongkuan Liu (\*1938), die das alte, vorrevolutionäre Peking zeigt, und collagiert auf diese Darstellung Klarsichtfolien, die mit von ihm selbst geschossenen Fotografien aus Peking bedruckt sind. Die alte Stadt und die neue Stadt verschmelzen, das alte wird vom neuen verdrängt und die Rücksichtslosigkeit des Neuen findet ihren Spiegel in der Rigorosität, mit der der Künstler die alte Zeichnung überarbeitet. Gleichzeitig entstehen nicht nur inhaltlich, sondern eben auch räumlich verschiedene Ebenen.

Eine weitere Arbeit besteht aus einem Kasten in dem 19 chinesische Mineralwasserflaschen hinterleuchtet sind, die Hess während seines Aufenthalts in der Yunnan-Provinz gesammelt hat. Ihm war die Vielzahl verschiedener Etiketten, folglich auch Marken und Logos, für Mineralwasser, also für ein einfaches Produkt innerhalb nur einer Provinz aufgefallen. Aufschriften wie "Purified Drinking Water", "Yunnan Top Brand" oder "Fresh Drinking Mineral Water" auf den Etiketten suggerieren globale Lesbarkeit, die in keinem Verhältnis zu der Regionalität des Produktes steht.

Der Rhythmus der Ausstellung – eine lange, schon am Eingang der Galerie einsetzende Linie, die in den Leuchtkasten übergeht und dort ihren ersten Haltepunkt hat – wird fortgesetzt mit einem Relief, das aus zahllosen chinesischen Zigarettenschachteln besteht. Sie sind in Form eines nach unten zeigenden Winkels – Marlboro läßt grüßen – angeordnet und verweisen überdies auf die chinesische Mauer und deren endlosen Treppauf, Treppab. Nationales Kulturgut und chinesische Naturwunder werden inflationär in der Gestaltung der Schachteln verwendet und damit für kommerzielle Zwecke mißbraucht. Für den (nicht-chinesischen) Besucher unserer Ausstellung wird durch die (ästhetische, geradezu minimalistische) Form die kulturelle Differenz zwischen dem Signifikat (was bedeuten die Zeichen auf den Schachteln) und seinem Signifikanten (formale Aspekte der Schachteln) verdeutlicht. Denn wir kennen und verstehen die Signifikanten natürlich nicht.

Hess ist einem breiteren Publikum dadurch bekannt geworden, daß er in seinen Installationen auf Räume eingeht und diese mit seinen sogenannten Wandzeichnungen (zuletzt – wie gesagt – in Los Angeles im Hammer Museum und in Schloß Ringenberg) in neue, fast architektonisch veränderte Gebilde transformiert. Darüber geht er jetzt hinaus, indem er nicht mehr mit Klebband zeichnet (und damit abbildet), sondern Gegenstände mit

**FIGGE / ROSEN**

FIGGE VON ROSEN GALERIE

neuen Inhalten auflädt. Mit diesen skulpturalen Elementen greift er wiederum in die Architektur des Galerieraumes und seinen strukturierenden Elementen ein. So "stützt" sich (visuell) ein durch den Raum stossender schwarzer Balken auf das Treppengeländer und findet seine Fortsetzung in einem nach oben deutenden Klebestreifen, der die Dynamik des Balkens aufgreift und in einem Rechteck münden läßt.

Dieses Rechteck gehört eigentlich zu dem Basketball-Korb, der allerdings nach rechts verrückt ist und nicht einem Ball als Ziel, sondern einer rot-weiß-blauen Plane als Aufhängung dient. Solche Planen finden sich auf fast jeder Baustelle in China, sie dienen den Wanderarbeitern als Behausung und werden offensichtlich quasi-monopolistisch überall dort vertrieben, wo etwas abzudecken ist. Der Bauboom Chinas, die rasante radikalkapitalistische wirtschaftliche Entwicklung finden hier eine bildliche Metapher, genauso wie sich Mao Tsetung und die Vermarktung seines Mythos' in einem Zitat eines Warhol-Gemäldes in Form einer Schlafmaske und in einem à la Mao-Bibel (allerdings in blau) gestalteten, leeren Notizbuch finden.

Die räumliche Dynamik der Installation setzt sich in der Plane, die in den unteren Galerieraum fällt, und in den dort hängenden Wimpeln fort. Ursprünglich dienen solche Wimpel in Tibet der Niederschrift von Gebeten und Mantras, sie sollen positive Energien aussenden, ihre Farben symbolisieren Naturelemente. Die (in Tibet) komplex kodierte Zeichen werden von Chinesen abgewandelt in Plastikflaggen und so für Eröffnungen jeglicher Art (z.B. Versicherungsagentur, Autosalon, Restaurant) genutzt, ihre kulturell-religiöse Bedeutung geht verloren. Hess führt eine große Zahl solcher Wimpel so durch den Raum, daß dieser verengt wird und in seiner eigentlichen Form nicht mehr erlebt werden kann.

In einer Wandzeichnung aus vertikalen Strichen in Kohle spielt Hess darauf an, daß eine Volkszählung in China im Zweifel kaum möglich sein wird. Er integriert in diese weitere Referenz an die in China vorherrschende Masse das Logo der chinesischen Telekom-Gesellschaft CHINA UNICOM. Es besteht aus einem tibetischen Zeichen für Unendlichkeit, das von dem Telekomunternehmen usurpiert und für seine Marketingzwecke durch Romantisierung und Stereotypisierung verwendet wird.

Für weitere Informationen und/oder mehr Bildmaterial wenden Sie sich bitte an die Galerie.