



Statement Di 14.04.2009 12:48 via E-mail aus Douala:

„Die beklebten Autos erregen großes Aufsehen; man fragt um welche Werbung es sich handelt: Orange oder MTN, die beiden großen Mobilfunkanbieter, deren Werbebillboards überall in der Stadt präsent sind. Unsere Bilder werden eindeutig als Werbung identifiziert, obwohl die Fotos der Schlaglöcher ja kaum als Werbung Sinn machen. Ein gut gekleideter Mann mit schickem Auto fragt, ob wir es auch bekleben können. Ich frage, ob er ein Kunstwerk kaufen will; er sagt: wieso kaufen, es ist doch Werbung. Die Aktion scheint zu belegen, dass mit allem Werbung gemacht werden kann, dass die Bilder völlig austauschbar sind, dass es eher darum geht eine „andere Welt“, die der Werbung, zu evozieren. Obwohl die Fotomotive ja nicht gerade schön sind, werden sie auf den Autos als aufwertende Dekoration gesehen.

Parfum

Marche Central, lange, enge Gänge mit hunderten wenn nicht tausenden kleinen Geschäften über 3 Stockwerke. Parfum wird in Drogerien verkauft, die meisten haben nur eine kleine Auswahl. Ein Laden fällt durch sein großes Sortiment an Parfums auf. Eine Frau in schwarz mittleren Alters ist zunächst wenig kommunikativ, eher schlecht gelaunt. Sie will verkaufen und sonst gar nichts. Im Radio wird eine katholische Messe übertragen; man kommt über das Thema Religion ins Gespräch; es ist Karfreitag; sie sagt, dass die Osterwoche für sie sehr wichti, aber auch anstrengend ist; sie ist in einer evangelischen Gemeinde, die gerade eine neue Kirche gebaut hat; mit Spenden, denn sie bekommen nichts von der Kirche, wie etwa die Katholiken. Sie fragt nach unserer Religion und ob wir an Gott glauben... Unseren Wunsch sie zu ihren Parfums zu interviewen kann sie gar nicht verstehen. Sie beginnt aber davon zu sprechen, dass sie die echten, alten Parfums habe, zum Beispiel Nice, das echte Nice und daneben ein anderes Nice – da sieht man den Unterschied. Keine der vielen Parfum-Marken in den verstaubten Regalen habe ich jemals bewusst gesehen; es fehlen all die Marken, die in europäischen Parfümerien oder Duty-Free Shops verkauft werden. Mir fällt ein „Sexylia“ auf, es gibt nur eine Flasche; auf dem Karton steht: „Fabriqué au Cameroun“. Ich frage, ob es noch mehr Parfums gibt, die hier hergestellt werden. Sie sagt selbstverständlich; Weiße haben hier Parfum-Firmen gegründet; sie nennt ein paar Beispiele, dei sie in den Regalen hat, allerdings steht auf den Packungen meist Paris oder France. Sie sagt, was draufsteht sei ja etwas anderes. Wir versuchen mit unserem Anliegen weiterzukommen, sie sagt, sie wisse ja gar nicht, wer wir sind; Salifou gibt ihr seine Karte und erklärt, dass wir als Künstler uns gerne inspirieren lassen, zum Beispiel von ihren Parfums. Sie will sich unseren Wunsch im Laden zu fotografieren überlegen. Wir sagen, wir kommen nächste Woche wieder. Ich frage mich: Selbst wenn wir der Parfumladen Besitzerin unser Projekt ausführlich und ehrlich erklären, wird sie dazu nie einen Zugang haben. Wir benutzen ihre Welt für einen für sie fremden Kontext.“

Statement Sa 18.04.2009 13:11 via E-mail aus Douala:

„Nach langem hin und her konnten wir die Regale im Parfumladen fotografieren, die Regalfächer wirken auf den Fotos wie Bühnenräume. Für die Ausstellung in k-factory werden wir Papier mit den 12 verschiedenen Parfums, die wir gekauft haben bemalen und als „Bildlegende“ kleine Fotos der jeweiligen Parfum daneben montieren. Die Bilder werden vermutlich eher unsichtbar, dafür aber riechbar; sie werden kurz vor der Eröffnung gemalt und nur eher kurz existieren. Gestern abend in einer angeregten Diskussion mit Koko Komegne, Lionel Manga und Hervé Yamguen ging es wieder einmal um fundamentale und philosophische Fragen um Kunst und Künstlertum. Wie werden wir die philosophische, politische und soziale Dimension der Parfummalereien rechtfertigen?

Auch die Diskussionen um die beklebten Autos spitzen sich zu: Was bedeuten die Texte - macht „avant c'était avant“ überhaupt einen Sinn? Marilyn sagt dies sei ein in Kamerun gebräuchlicher Ausdruck; dann die Fragen nach der vermeintlichen Werbung: Kollegen von Salifous Cousin fragen, warum er von Orange kein Geld dafür bekommt, dass er Werbung für sie auf seinem Auto hat. Douala wird von Werbung, insbesondere der Mobilfunkanbieter Orange und MTN überschwemmt; überall Poster: A1 an Laternen und Strommasten, dann die Billboards und an den großen Kreuzungen die Megaposter auf gigantischen Dreiecksstrukturen. Wie kann man das ignorieren bzw. nicht verstehen, dass sich dieses Bomardement als omniprésente Bildsprache zur künstlerischen Bearbeitung geradezu aufdrängt: diese nichtssagenden Slogans mit dem urbanen Boden und seinen Brüchen und Öffnungen zu konfrontieren.“



MyVisit

Ralf Schmitt
Alte Schönhauser Straße 36/37
10119 Berlin
Germany

Phone: +49 (0)30 283 893 19
Fax: +49 (0)30 288 791 42
E-mail: Look@MyVisit.to
Web: www.MyVisit.to



CV Salifou Lindou

Salifou Lindou arbeitet als Künstler in den Medien Malerei, Skulptur, Installation und Video; er wurde 1965 in Fouban geboren und lebt in Douala. Er collagiert Visionen der Stadt als Maschinerie aus Blech, dessen Oberfläche zum Teil patiniert und verbrannt ist, in einigen Installationen mit Autos und Motorrädern aber auch blank geschliffen, silbern glänzt. Er ist Teil des 1998 gegründeten Künstlerkollektivs Cercle Kapsiki, das vor allem künstlerische Interventionen im öffentlichen Raum organisiert; darunter „Hors les Murs“ in Douala (1998) und „Scénographies Urbaines“ in Straßburg (2000), Douala (2002/2003) und Alexandria (2004).

CV Christian Hanussek

Christian Hanussek ist Künstler, Autor und Kurator; lebt in Berlin. 1953 in Frankfurt am Main geboren studierte er Malerei und Kunsttheorie an der Städelschule, Frankfurt und bei "ateliers'63", Haarlem, Niederlande. Seit den 70er Jahren entwickelte er eine raumgreifende, oft monumentale, figurative Malerei, die er in Installationen mit Film- bzw. Videoprojektionen kombiniert. Seit 2000 veröffentlichte er mehrere Texte über zeitgenössische Kunst in Afrika und leitete 2005/6 sein Projekt „Gleichzeitig in Afrika...“ für die Bundeszentrale für politische Bildung, das Ausstellungen, Seminare und Diskussionen umfasste.