

## Monochrom

# Nix kaufen, viel sparen ?

## Projektbeschreibung

Ausgehend vom Kauf Nix Tag (**Internationaler Buy Nothing Day**) lädt Günther Friesinger/monochrom jährlich KünstlerInnen und TheoretikerInnen ein sich mit ihren Arbeiten am Projekt/ Ausstellung: Nix kaufen, viel sparen ? zu beteiligen.

Der jährliche Projektzeitraum (29.11 – 31.12) wurde gewählt um einen Widerpart zur vom Konsum geprägten Weihnachtszeit zu schaffen und RezipientInnen einzuladen über die Projektthematik zu reflektieren.

### „Nix Kaufen, viel sparen ?“

"Repräsentation durch künstlerisch-ästhetische Strategien" oder Aktivisten setzen Künstler ein, Künstler setzen Aktivisten ein, Firmen setzen Kunsthäuser ein, Kunsthäuser setzen alle ein. Die einmonatige Ausstellung lädt KünstlerInnen und KünstlerInnengruppen ein, um Videos, Rauminstallationen, Audioinstallationen, Bildern, Fotos und Netzkunst zu zeigen, sowie Vorträge über den Einsatz von ästhetischen Strategien in Bereichen außerhalb und innerhalb der Kunst zu halten.



Die verstärkten Forderungen nach Repräsentation seitens der Förderer und Sponsoren haben in den letzten Jahren zu erregten Diskussionen geführt und einen großen Einfluss auf die Kunst ausgeübt. Das Ergebnis ist ein zweiseitiges Schwert: Einerseits wurde Kunst in bestimmte Image-Kampagnen integriert und zum leicht konsumierbaren Produkt der Massenkultur. Die sogenannte 'creative class', eine ökonomisch erfolgreiche Gruppe von Individualisten der 'business class', bedient sich künstlerischer Strategien zur Umsetzung ihrer Ziele. Andererseits ließen sich viele Künstler in ihrer künstlerischen Praxis durch Werbeästhetik und -strategien inspirieren. Auf diese Weise entstanden sehr innovative Arbeiten: Vom künstlerischen Umgang mit Radio-Jingles in den 60er Jahren bis hin zu heutigen Aktivisten der Anti-Globalisierungsszene, die erfolgreiche Werbekampagnen einfallsreich für ihre Zwecke instrumentalisieren.

All diese Aktivitäten, ob nun Video-, Audio-, Bild-, Foto oder Netzkunst finden vielleicht am ehesten unter dem Synonym des Culture-Jamming zusammen.

Culture-Jamming ist universelle Sprache.

Es kombiniert spielerisch Theater und Konzept-Kunst, nutzt die Medien mit einer Prise Subversion.

Eine der Ausformungen ist das Adbusting selbst - das Verzieren von Werbebotschaften! Um unter der Bevölkerung ein Bewusstsein für die Freiheit des Blickes und gegen "optische Umweltverschmutzung"

zu entwickeln, treten Kritiker mit Ihren Attacken aktiv gegen die Einnahme von öffentlichem Raum durch Werbebotschaften ein. Mit dem Ziel der Sinnentfremdung und Antiwerbung werden besonders Plakate übermalt oder überklebt. Die magischsten Momente stellen sich ein, wenn durch die Manipulation der verdeckte Sinn der ursprünglichen Werbebotschaft entschlüsselt wird. Eine einseitige Kritik an derzeitigen Konzepten zur Kulturförderung ist nicht beabsichtigt. Vielmehr soll der visuelle Eindruck des 'überzogenen' Ausstellungsgebäudes eine rege Auseinandersetzung hervorrufen.

## ***monochrom:***

monochrom is an internationally acclaimed art-technology-philosophy group (founded in 1993) having its seat in Vienna, Austria. Its offices are located at Museumsquartier/Vienna.

The group works with different media and art formats.

Recurring topics: contemporary art, left activism, performance, theater, film, media theory, humour, postmodernism, deconstruction, alternate history, fake, cultural studies, culture jamming, hacktivism, copyleft, blog.

The monochrom group publishes the book and magazine series *monochrom* in German language.

Web info on some monochrom projects:

<http://www.monochrom.at/> (German)

<http://www.monochrom.at/english/> (English)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Monochrom> (monochrom Wikipedia Entry)