

Sauber Glänzend Rein

Angezogen von dem gleißenden Licht betreten wir den Raum. Die Lichtquelle selbst - ungewöhnlich groß - markiert ein eigenes Territorium. Sie besteht aus 33 Lichtkästen (jeweils 64 x 64 cm), die -zusammengefügt wie Kacheln - ein Raumeck bilden. Ein eigener Raum im Raum, der aus Licht gebildet wird.

„Sauber Glänzend Rein“ ist unser erster Eindruck; ein Eindruck der durch die eingravierten Schriftzüge auf der Oberfläche der 'Kacheln' bestätigt wird. Diesen populistischen Slogan beanspruchen wir für jede sanitäre Einrichtung: In Bad und WC ist alles OK! In Frage gestellt wird die Sterilität jedoch durch Fotografien, die das helle Licht von zwölf der Lichtkästen brechen. Als Werbeaufnahmen für einen hygienischen Lebensraum würden diese Bilder nicht taugen. Man erkennt - entgegen der Erwartung - vom Menschen verlassene Orte: Städtelandschaften, in die Ferne fluchtende Eisenbahnschienen und Wege oder Gärten. Ohne wirkliches System angeordnet, strukturieren sie die gekachelte Wand, jedoch in ausgewogener Weise. Und wenngleich die Bilder einen Gegensatz zu den sterilen Lichtkästen bilden, wirken sie doch nicht bedrohlich. In sonntäglicher Ruhe wirkt die kleinbürgerliche Welt auch eher romantisch als trostlos. Es sind Orte, die offenbar in eine Art Dornröschenschlaf gefallen sind, doch schon am nächsten Morgen wird in ihnen wieder das Leben pulsieren. Ob Feldweg, Bushaltestelle, Eisenbahnlinie oder Baustelle, alle diese Orte verweisen auf den Menschen, jedoch ohne ihn, den Schöpfer und Nutzer selbst, zu zeigen. Die meisten dieser Orte sind Plätze der flüchtigen Begegnung zwischen Menschen, weniger Plätze des langen Verweilens. Einzig die Holzhütte eines Kinderspielplatzes mit der Rutsche erinnert an ein Gefühl der Geborgenheit, wie man es vielleicht nur als Kind haben kann. Vor den gespielten Gefahren suchten wir den Schutz in den schmutzigen Winkeln und Ecken unserer provisorischen Häuser, um aber dann gerne erneut auszubrechen. Auch heute noch geben uns diese Orte Sicherheit, nur müssen sie jetzt sauber, glänzend, rein sein.

Der an die Versprechen der Werbung gemahnende Slogan kollidiert nur scheinbar mit den Fotografien, denn ihre Aussage mündet in dem Bedürfnis nach Geborgenheit. Es ließe sich an dieser Stelle über die Wirkung der Werbung reflektieren, die allgegenwärtige Werbung, die durch ihre idealen Vorgaben nicht nur unser Verhältnis zum eigenen Körper prägt, sondern auch entscheidend unsere Vorstellungen von unserem Lebensraum. Die kleinbürgerliche Welt mag sich im Innern der Häuser nach diesen Vorstellungen richten, die Welt draußen folgt jedoch (noch) anderen Vorstellungen. Die Assoziationen, die der Slogan „Sauber Glänzend Rein“ von einer hygienischen, also kontrollierten Welt vermittelt, wird durch die Aufnahmen nicht bestätigt.

Dr. Christian Schoen