

MARTIN BRAND
Match

ULF AMINDE
Täter und Opfer

SOCIAL DIVIDE

Die sowohl global als auch national größer werdende Schere zwischen Arm und Reich gehört zu den Folgerschichtungen des globalen Neoliberalismus. Auch im Umfeld von Fußball sind die sozialen Spannungen bemerkbar. Diese soziokulturelle Heterogenisierung wird im abschließenden Themenfeld SOCIAL DIVIDE dokumentiert. The growing divide between rich and poor on both global and national levels is one of consequences of global neoliberalism. One can observe the resulting social tensions in the field of football as well. The concluding thematic field of the SOCIAL DIVIDE documents the growing antagonisms of this socio-spatial heterogeneity.*

RASSIM®
Corrections

EVA HERTZSCH/ADAM PAGE
Pipa Family

WERTSCHÖPFUNG/ADDED VALUE

Fußball ist nicht nur ein Kulturgut, sondern vor allem eine Dienstleistung, die global produziert und konsumiert wird und deren Wertschöpfung ebenfalls global erfolgt. Das Themenfeld WERTSCHÖPFUNG fasst verschiedene Perspektiven der daraus resultierenden Wertschöpfungsketten als Einführung in die Ausstellung zusammen.*

Football is not only a cultural value, but primarily a service, produced and consumed on a global scale, thus also generating value globally. The thematic field of ADDED VALUE compiles various perspectives of the resulting value generation chains, acting as an introduction into the exhibition.**

MIGRATION

Seit seiner frühen Professionalisierung zu Beginn des 20. Jahrhunderts spiegelt Fußball aktuelle Tendenzen globaler Migrationsprozesse wider: Arbeitsmigration, Anwerbung und gezielte Markterweiterung durch Beschäftigungspolitik und Ethnomarketing. Im Themenfeld MIGRATION werden diese Wanderungsbewegungen nachgezeichnet und die resultierenden Transnationalisierungseffekte dargestellt.*

Since its early professionalization during the early 20th century, football has reflected contemporary tendencies in the processes of global migration, including the migration of labor, recruiting, and targeted market expansion through employment policy or ethno-marketing. The thematic field of MIGRATION traces these migratory movements and represents the transnationalizations that arise as a result.**

ETTA GERDES/JENS SUNDHEIM
Gerald Asamoah, Nationalspieler

MIEKE GERRITZEN
Beautiful World

LUTHER BLISSETT
Three-Sided Football

INGEBORG LÜSCHER
Fusion

**URSULA BIEMANN/
ANGELA SANDERS**
Europlex

BUREAU D'ETUDES
Governing by Networks

URSULA BIEMANN
Black Sea Files

VERFLECHUNG/INTERCONNECTION

Ein Kennzeichen der unter dem Begriff „Globalisierung“ diskutierten sozioökonomischen Entwicklungen ist die weltumspannende Verflechtung ökonomischer Prozesse. Im Themenfeld VERFLECHUNG wird aufgezeigt, in wie weit Fußball Teil eines weltumspannenden ökonomischen und medialen Netzwerkes ist.*

One of the earmarks of the socio-economic developments discussed under the general theme of "globalization" includes the world-wide interconnection of economic processes. The thematic field of INTERCONNECTION shows in how far football is part of world-wide economic and medial network.**

GLANZ UND GLOBALISIERUNG: FUSSBALL, MEDIEN UND KUNST GLAMOUR AND GLOBALIZATION: FOOTBALL, MEDIA AND ART

HARTWARE MEDIENKUNSTVEREIN IN DER PHOENIX HALLE DORTMUND
5. MAI – 16. JULI 2006

ÖMER ALI KAZMA
What Remains

KULTURELLE IDENTITÄT/CULTURAL IDENTITY

Fußball ist heute nicht zuletzt durch seine mediale Omnipräsenz Symbol für eine globale Kultur – das WM Finale 2002 sahen weltweit 2 Milliarden Menschen. Fußball ist Träger und Verstärker lokaler, regionaler und nationaler Identitäten. Wie diese kulturellen Bilder durch Globalisierung recodiert und mit welchen politischen oder marketingstrategischen Inhalten sie belegt werden, wird im Themenfeld KULTURELLE IDENTITÄT untersucht.*

Today, football has become a symbol for global culture, last but not least due its omnipresence in the media. For example, the World Cup final of 2002 was watched by 2 billion people all over the world. Football carries and amplifies local, regional, and national identities. The thematic field of CULTURAL IDENTITY examines how globalization recodes these cultural images, endowing with them with new political and marketing-strategic meanings.**

OIOOIOIIIOIOIIIOI.ORG
Nikeplatz

THE YES MEN
Acceptable Risk Calculator

*Aus: Fanshop der Globalisierung, ein Projekt von Bundeszentrale für politische Bildung und raumtaktik, 2006
*From: Fanshop of Globalization, a project by Bundeszentrale für politische Bildung and raumtaktik, 2006

GLANZ UND GLOBALISIERUNG: FUSSBALL, MEDIEN UND KUNST GLAMOUR AND GLOBALIZATION: FOOTBALL, MEDIA AND ART

HARTWARE MEDIENKUNSTVEREIN IN DER PHOENIX HALLE DORTMUND

5. MAI – 16. JULI 2006

Der Hartware MedienKunstVerein präsentiert vierzehn internationale MedienkünstlerInnen, die sich mit den fünf thematischen Schwerpunkten des parallel stattfindenden „Fanshops der Globalisierung“ auseinandersetzen und diese erweitern und vertiefen: (Arbeits-)Migration, Wertschöpfung, Verflechtung, Kulturelle Identität und Social Divide. So untersuchen Ursula Biemann/Angela Sanders und Etta Gerdes/Jens Sundheim neue Formen der transnationalen (Arbeits-)Migration, die maßgeblich durch die Globalisierung hervorgerufen werden. Während Mieke Gerritzen die „schöne Welt“ der Globalisierung als endlose Reihe bunter Verkaufsslogans zeigt, lässt Ingeborg Lüscher zwei Fußballmannschaften in eleganten Designeranzügen gegeneinander antreten. Wie in der Wirtschaft gewinnt nur derjenige, der es versteht, die Spielregeln zu durchbrechen, ohne sich dabei erwischt zu lassen. 2003 benannte die Gruppe 0100101110101101.org in einer spektakulären Aktion den historischen Wiener Karlsplatz in „Nikesquare“ um. Die Yes Men, die seit Jahren als „offizielle“ Vertreter der World Trade Organisation (WTO) und des Chemieunternehmens Dow Chemical auftreten, stellten 2005 begeisterten Managern den „Acceptable Risk Calculator“ vor und enthüllten dabei Gilda, das goldene Skelett. Eva Hertzsch & Adam Page führten 2001 als „Vertreter“ Leipzigs in den Austragungsorten der Fußball-WM in Japan und Korea teils erstaunliche Gespräche mit dortigen Fußball-Offiziellen. In einem monumentalen kartografischen Wandbild stellt die Gruppe Bureau d'Etudes die kapillaren Verflechtungen globaler (Medien-)Unternehmen dar und zeigt so das, was die Welt im Innersten zusammenhält. Mit dem Thema Kulturelle Identität setzt sich Ömer Ali Kazma in seiner Videoinstallation zu Galatasaray Istanbul auseinander. Die London Psychogeographical Association erklärt derweilen die Spielregeln des von Luther Blissett eingeführten dreiseitigen Fußballs. Weitere Arbeiten, die Fußball als gesellschaftliches Phänomen in Zentren und deren Rändern verhandeln, sind von Ulf Aminde, Martin Brand und RASSIM®. Während Brand und Aminde auf die sozialen Kontexte des Spiels fokussieren, verweist RASSIM® auf das Wohlstandsgefälle zwischen erster und zweiter Welt.

The Hartware MedienKunstVerein presents fourteen international media artists that deal with the five thematic chapters of the “Fanshop of Globalization” and that broaden these topics in specific ways: (labour) migration, added value, interconnection, cultural identity and social divide. Ursula Biemann/Angela Sanders and Etta Gerdes/Jens Sundheim research new forms of transnational (labour) migration caused by globalization. While Mieke Gerritzen shows the “beautiful world” of globalization as an endless series of colourful adverts and slogans, Ingeborg Lüscher makes two football teams face (and play against) each other in elegant designer suits. As in economy only those are on the winning team who break the rules of the game without getting caught. In 2003, in a spectacular action the artists'/activists' group 0100101110101101.org re-named the historical Karlsplatz in Vienna into “Nikesquare”. For several years now the Yes Men have appeared as the official representatives of the World Trade Organisation (WTO) and the company Dow Chemical. In 2004 they presented the „Acceptable Risk Calculator“ to enthusiastic managers and unveiled Gilda, the golden skeleton. In 2001 in their function as “representatives” of the city of Leipzig Eva Hertzsch and Adam Page travelled to the venues of the World Championship of Football in Japan and Korea and had interesting talks with local representatives. In a monumental cartographic image mounted on a wall the group Bureau d'Etudes dissects the capillary structures and entanglements of global media and telecommunications ownership, thus displaying what binds the world's innermost core together. In his video installation focussing on Galatasaray Istanbul Ömer Ali Kazma addresses the topic of cultural identity. The London Psychogeographical Association explains the rules of three-sided football which was introduced by the African football player Luther Blissett. Further works that deal with football as social phenomenon in centers and their fringes are by Ulf Aminde, Martin Brand and RASSIM®. While Brand and Aminde focus on the social contexts of the game, RASSIM®'s project points to the economic divide between first and Second World.

Inke Arns



Nikeplatz adressiert die zunehmende Überlagerung urbaner Architektur mit der Werbeästhetik kapitalistischer Warenproduktion, die immer aggressiver nach noch unbespielten Räumen sucht, um ihre Kauf-Mich!-Botschaften zu verbreiten. Während Werbestrategen für gewöhnlich in künstlerischen Strategien der Aufmerksamkeitsproduktion wildern, drehte die italienische Künstlergruppe 0100101110101101.org 2003 den Spieß um: Ihr Kunstprojekt behauptete die Umbenennung des in Wien zentral gelegenen Karlsplatzes in Nikeplatz, inklusive einer monumentalen Skulptur in Form des Nike-Swoosh. Nachdem Nike gegen die Künstlergruppe wegen Urheberrechtverletzung klagte und sich die Wiener Bürger bei der Stadt über die angebliche Umbenennung beschwerten, war klar, wer der lachende Dritte war: Die größte mediale Aufmerksamkeit erhielt 0100101110101101.org selbst – auf Kosten von Nike. Die Arbeit gewinnt in Dortmund angesichts des nach Signal-Iduna benannten Fußballstadions ihre ganz eigene Brisanz. FH

Nikeplatz addresses the increasing superimposition of urban architecture with the advertising aesthetic of capitalist commodity production, which becomes increasingly aggressive in its search for unoccupied spaces to spread its “Buy Me!” messages. While advertising strategies usually stripmine artistic strategies for producing attention, the Italian artist group 0100101110101101.org has reversed this equation: its art project claimed that Vienna’s central Karlsplatz was going to be renamed to Nikeplatz, and that it would build a monumental sculpture in the form of the Nike-Swoosh trademark. After the Nike group sued the artists for copyright infringement and the citizens of Vienna complained to the city government about the supposed changing of the name, it became clear who was about to have the last laugh: in the end, it was 0100101110101101.org who received the greatest medial attention, at Nike’s costs. In Dortmund, this piece becomes especially salient in light of the city’s football stadium, which was named after Signal-Iduna in December 2005, and will carry this name until 2011. FH



Ulf Aminde verschafft in seinen Sound- und Videoinstallationen Punks, Trinkern, Obdachlosen und Straßenmusikern eine Bühne, auf der sie zu Wort kommen. Über einen Zeitraum von fast einem Jahr hat Ulf Aminde Ostberliner Alkoholiker beim samstäglichen Fußballspiel mit der Kamera begleitet. Sie trafen sich regelmäßig morgens um 7:30 Uhr, obwohl die Spieler meistens schon viel getrunken hatten. Auf der rechten Projektion ist ein neunminütiger Film zu sehen, der ein „Best of“ der Männer beim Fußballspiel zeigt. Diese oftmals dynamischen, manchmal auch ungelenken Bewegungen hat Ulf Aminde aus den Aufnahmen eines Jahres zusammen geschnitten. Auf der linken Projektion sehen wir das Leben jenseits des Fußballspiels: die Männer beim Reden, Rauchen und Trinken am Fußballplatz. Die Jahreszeiten ändern sich, das Ritual bleibt gleich. Ebenso die Begegnungen des Künstlers mit seinen Protagonisten: Um Vertrauen aufzubauen, waren regelmäßige Begegnungen absolut notwendig (und wurden von den Spielern auch gefordert). Entstanden ist so eine eindringliche Parabel auf das gesellschaftliche Spiel, das Gewinner und Verlierer hat, Täter und Opfer.

In his audio- and video-installations, Ulf Aminde supplies punks, drunks, homeless people, and buskers with a stage on which they can have their say. Over the course of nearly a year, the artist and his camera accompanied alcoholics from East Berlin to their regular football matches. Though most of the players had already had plenty to drink, they met regularly at 7:30 every Saturday morning. The projection on the right shows a 9-minute film that presents the “best of” these men playing football in dynamic, often also clumsy movements, cut together from material filmed over the course of a year. The left projection depicts the players’ lives outside of their football games: the men talk, smoke, and drink on the football field. Though the seasons change, the ritual remains the same, as do the artist’s meetings with his protagonists: to build trust, regular meetings were an absolute necessity (and were actually demanded by the players). As a result, Ulf Aminde has created a moving parable of the social game, which has its losers and its winners, its perpetrators and its victims.



Das Video *Black Sea Files* geht auf zwei verschiedenen Ebenen den Folgen der Globalisierung mit den Mitteln der Feldforschung, der journalistischen Recherche nach. Auf der ersten Ebene folgt die Künstlerin der neu gebauten kaspischen Erdölpipeline von Baku (Aserbaidschan) über Tbilisi (Georgien) nach Ceyhan (Türkei) am Mittelmeer, die unter Umgehung von – aus Investorensicht – unsicheren Regionen geplant wurde. Sie spricht mit den Prostituierten, die mit den Bauarbeiterkolonnen mitziehen, mit denen, die ihr Land nicht wie die Nachbarn an den Bauherren verkaufen konnten, und mit den Ölarbeitern, die die Ölpumpen am Laufen halten. Biemann lenkt den Blick auf die kleinen, persönlichen Geschichten, um über die Effekte der Globalisierung zu sprechen. Sie fragt nach den geographischen und sozialen Veränderungen, die durch Kapital-Investitionen entstehen, wobei sie es bewusst umgeht, eine lineare Erzählung zu konstruieren. Der Vielschichtigkeit der Veränderungsprozesse nähert sie sich durch das Einziehen einer zweiten Ebene an, in der sie ihre eigene investigative Forschungstätigkeit als Künstlerin reflektiert und hinterfragt. „Wie widersteht man dem ultimativen Bild, das das ganze Drama schlagartig festhält?“ FH

The video *Black Sea Files* explores the consequences of globalization through the means of field work and journalistic research on two different levels. On the first level, the artist follows the newly constructed Caspian oil pipeline from Baku (Azerbaijan) via Tbilisi (Georgia) to Ceyhan (Turkey) at the Mediterranean. This new pipeline was planned to circumvent regions that were deemed unsafe by its investors. She talks to the prostitutes who travel with the construction workers' camps, with those who were unable to sell their land to the pipeline's owners, and with the oil workers who keep the oil pumps running. In doing so, Biemann draws attention to the small, personal stories in order to talk about globalization. She questions the geographical and social changes that capital investments engender, consciously avoiding the construction of any linear narrative throughout. She also approaches the many layers of these processes of change by introducing a second level, in which she reflects upon her own investigative activity as an artist, calling it into question. "How does one resist creating an ultimate image to capture the entire drama in one blow?" FH



1 Die spanische Exklave Melilla erlangte im Jahr 2005 traurige Berühmtheit, als afrikanische Migranten die mit Zäunen, Nachtsichtgeräten, Bewegungsmeldern und Kameras gesicherten Grenzzäune zu überwinden, um nach Europa zu gelangen. Dabei kam es Ende September/Anfang Oktober 2005 vermehrt zu Todesfällen. Marokko schob Flüchtlinge ab, die an den Grenzanlagen von Melilla gescheitert waren. Dabei wurde Marokko von internationalen Hilfsorganisationen beschuldigt. Flüchtlinge in der Wüste ausgesetzt zu haben. Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Melilla>

2 The Spanish enclave Melilla came to sad fame in 2005 when African migrants tried to overcome the six-meter tall Melilla border fence, which is armed with detection wires, tear gas dispensers, radar, and day/night vision cameras. In October 2005, over 700 sub-Saharan migrants tried to enter Spanish territory from the Moroccan border. Many of them were shot in the back by the Moroccan Gendarmerie. Amnesty International and Médécins Sans Frontières have accused the Moroccan government of dumping over 500 refugees in the Sahara Desert without food or water supplies. Cf. <http://en.wikipedia.org/wiki/Melilla>

URSULA BIEMANN *1955, Zürich, lebt/lives in Zürich
 ANGELA SANDERS *1974, Zürich, lebt/lives in Zürich

EUROPLEX

VIDEO, DVD, 20 MIN., CH 2003; WANDBILD/WALL CHART, 3,5 x 8 M, 2003

Europlex untersucht die grenzüberschreitenden ökonomischen Aktivitäten im nordmarokkanischen Grenzgebiet zu Europa und macht deren Akteure sichtbar. In drei Kapiteln werden Situationen und Praktiken dokumentiert, die auf spezifische Weise die Grenze zwischen Afrika und Europa „bewohnen“. Im ersten Kapitel folgt die Kamera marokkanischen Schmugglerinnen am Grenzübergang zwischen Marokko und Ceuta, der spanischen Exklave auf marokkanischem Territorium.¹ Die ökonomische Logik der Grenze schreibt sich hier auf spezifische Weise in den mobilen weiblichen Körper ein. Der zweite Teil widmet sich marokkanischen Haushälterinnen, die in Ceuta in spanischen Haushalten arbeiten. Da Marokko und Spanien in verschiedenen Zeitzonen liegen, werden diese Frauen durch ihre ständigen Grenzgänge zu Zeitreisenden. Das dritte Kapitel dokumentiert junge marokkanische Frauen, die für Firmen wie Boratex, Sotema, Europlex oder Sotradex in der nationalen Rechtsprechung entzogenen Zone Nordafrikas für den europäischen Markt produzieren. Alle diese Fluchtlinien über territoriale Grenzen hinweg bilden eine vielschichtige kulturelle und ökonomische Grenzzone zwischen Europa und Afrika. 1A

Europlex examines and renders visible the actors of cross-border economic activities in Northern Morocco's frontier with Europe. Three chapters document situations and practices that all "live on" the boundary between Africa and Europe in specific ways. In the first chapter, the camera follows Moroccan smugglers at the checkpoint between Morocco and Ceuta, the Spanish enclave in the Northern Maghreb.² Here, the border's economic logic inscribes itself into the mobile female body in a highly specific form. The second part is dedicated to Moroccan housekeepers who work in Spanish homes in Ceuta. Since Morocco and Spain are located in different time zones, these women become time travelers in their frequent trips across the border. The third chapter documents young Moroccan women who produce for the European market in companies like Boratex, Sotema, Europlex, or Sotradex in the North African zone that lies beyond any national jurisdiction. All these lines of flight above and beyond territorial boundaries give rise to a many-layered no man's land between Europe and Africa. 1A



LUTHER BLISSETT kollektiver Name/collective name

DREISEITIGES FUSSBALL/THREE-SIDED FOOTBALL

GRÜNDUNGSMANIFEST, SCHEMATISCHE DARSTELLUNG DES SPIELFELDES,

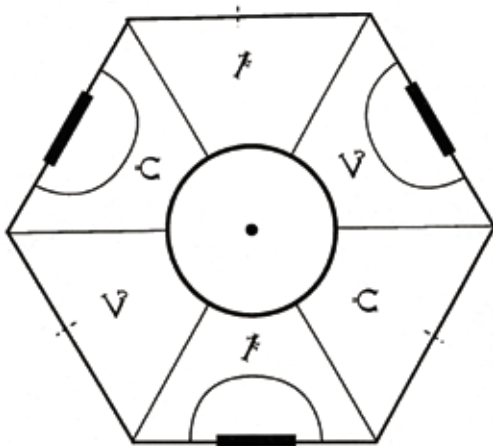
AUSSCHNITT AUS RADIOINTERVIEW, 1994 – 1996

FOUNDING MANIFESTO, SCHEMATIC DRAWING OF THE PITCH,

EXCERPT FROM RADIO INTERVIEW, 1994 – 1996

Dreiseitiges Fußball wird seit Beginn der 1990er Jahre von der neoistischen Luther Blissett Three-Sided Football League propagiert. Das erste Spiel wurde von der London Psychogeographical Association (LPA) organisiert und fand während der Glasgow Anarchist Summer School 1993 statt. Es handelt sich um ein Spiel, das mit drei Teams auf einem sechseckigen Spielfeld gespielt wird. Es gewinnt nicht diejenige Mannschaft, die die meisten Tore schießt, sondern diejenige, die am wenigsten Tore kassiert. Das Spiel unterläuft die bipolare und auf Konfrontation ausgerichtete Struktur konventionellen Fußballs, welche als Symbol des Klassenkampfes gesehen wird. Das Konzept des dreiseitigen Fußballs geht angeblich auf den dänischen Maler Asger Jorn (1914 – 1973)³ zurück, der damit seinen Begriff der Trialektik veranschaulichen wollte, eine Abwandlung der binär strukturierten Marxschen Dialektik. Eng verbunden mit dreiseitigem Fußball ist auch der multiple Name Luther Blissett.⁴ Dieser bezieht sich auf den Fußballprofi Luther Blissett, der als erster schwarzer Fußballerspieler Italiens für den A.C. Mailand spielte. Beim britischen Verein Watford soll Blissett in den frühen 1980er Jahren eine Jugendliga des dreiseitigen Fußball organisiert haben. Dreiseitiges Fußball wurde bereits in England, Schottland, Italien, Serbien und Österreich gespielt. 1A

The Neoist Luther Blissett Three-Side Football League has been propagating three-sided football since the early 1990s. The first game was organized by the London Psychogeographical Association (LPA) and was played during the Glasgow Anarchist Summer School of 1993. It involved a game played with three teams on a hexagonal pitch. The winner is not the team with the most goals, but the team that scores less goals than the others. The game subverts the bipolar, confrontational structure of conventional football, which is understood as a symbol of class struggle. Apparently, the game was invented by the Danish painter Asger Jorn (1914-1973)⁵ who wanted to use it to illustrate his concept of trialectics, a variation on the binary structure of Marxist dialectics. The multiple name⁶ Luther Blissett is also closely connected to the game. The name refers to the football pro Luther Blissett, the first person of color to play in Italy for the A.C. Milan, who supposedly organized a youth league of three-sided football at the British club Watford in the early 1980s. By now, three-sided football has been played in England, Scotland, Italy, Serbia, and Austria. 1A



aus: Richard Essex/London Psychogeographical Association (LPA), Luther Blissett Three-Sided Football League, Gründungsmanifest, veröffentlicht in: Fatuous Times, 1994

Pitch laid out for the teams F, C and V

³ In den späten 1940er Jahren war Asger Jorn Mitbegründer der Gruppe COBRA („Copenhagen, Brussels, Amsterdam“) und des Mouvement International pour un Bauhaus Imaginiste. Von 1957 – 1961 nahm er an der Situationistische Internationale teil.
⁴ Andere multiple Namen sind Monty Canisn und Karen Eliot. Jeder kann diesen Namen annehmen: Luther Blissett sind viele, und sie sind zugleich an verschiedenen Orten. Multiple Namen wurden in künstlerischen Subkulturen seit den 1970er Jahren verwendet, wie z. B. Mail Art und Neoisms.

⁵ In the late 1940s, Asger Jorn co-founded the COBRA group (“Copenhagen, Brussels, Amsterdam“) and the Mouvement International pour un Bauhaus Imaginiste. From 1957 to 1961, he took part in the Situationist International.
⁶ Other multiple names include Monty Canisn and Karen Eliot. Anyone can take this name: Luther Blissett is a name for many people who can be in many places all at once. Multiple names have been used by artistic subcultures such as mail art or Neoisms since the 1970s.

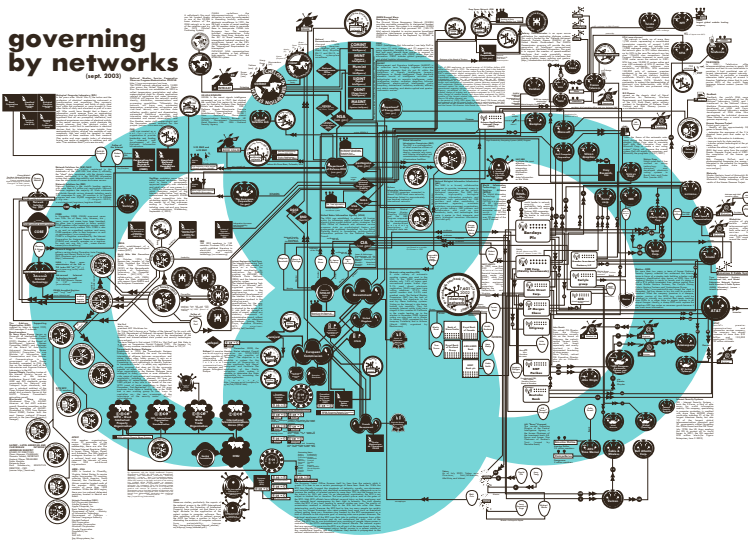
Im Rahmen von Internetrecherchen ist der Bochumer Videokünstler Martin Brand auf drei Videoaufnahmen gestoßen, die aus verschiedenen Perspektiven das gleiche Geschehen dokumentieren: Eine verabredete „Schlacht“ zwischen Hooligangruppen auf freiem Feld in den 1980ern. Die mehrfach kopierten Videoaufnahmen, die schon jahrelang einzeln in der Szene kursierten, wurden anhand der Tonspur durch den Künstler miteinander synchronisiert. Dass diese „Schlacht“ durch mehrere Akteure semi-professionell dokumentiert wurde, verweist laut Brand auf „die hohe Bedeutung des Wunsches nach der ultimativen – durch den Einsatz von Medien ermöglichten – Bestätigung der eigenen Existenz.“ Durch die vielfachen Kopiervorgänge und die zusätzliche Videokomprimierung für das Internet sinkt die Qualität der Aufnahmen derart, dass Details verschwimmen und analoge und digitale Artefakte die Bildstruktur bestimmen. Die Videos führen ein unerwartetes ästhetisches Eigenleben, wobei Aggression und rohe Gewalt umso mehr über die Audioebene erfahrbar werden. FH

In the course of searching the Internet, the Bochum-based video artist Martin Brand has come across three video clips that document the same course of events from different perspectives. They provide insight into an arranged “battle” between rival groups of football hooligans on an open field in the 1980s. Copied again and again, these video recordings have been circulating in the football hooligan scene for years. The artist has synchronized these tapes, using their soundtracks. According to Brand, the fact that this “battle” was documented by several actors on a semi-professional level shows “the high significance of the wish for the ultimate confirmation of one’s own existence, made possible through the use of media.” Due to multiple copying and additional compression for the web, the quality of these recordings has declined to the point at which their details have become blurred, with both analog and digital artifacts defining the image-structure. The videos lead an unexpected aesthetic life of their own, highlighting the aggression and raw violence that can be experienced through their audio-track. FH



Die französische Gruppe Bureau d'Etudes (dt. Studienbüro) produziert seit mehreren Jahren Kartografierungen gegenwärtiger politischer, sozialer und ökonomischer Systeme. Diese großformatigen visuellen Analysen des transnationalen Kapitalismus, die auf aufwändigen Recherchen basieren, werden meist in Form großformatiger Wandbilder präsentiert. Auf der 2003 entstandenen Karte *Governing by Networks* werden die wechselseitigen Beteiligungen und transnationalen Verflechtungen globaler Medienkonglomerate visualisiert. Indem sie darstellen, was normalerweise unsichtbar bleibt, und auf sinnvolle Weise zu einem Großen Ganzen verbinden, was normalerweise singular und ohne Zusammenhang bleibt, funktionieren diese Visualisierungen von Besitzverhältnissen wie „Resymbolisierungsmaschinen“. Damit bezeichnet das Bureau d'Etudes den widerständigen Prozess des Zusammenfügens und der Repräsentation dessen, was aufgrund seiner feinsten Verzästelungen und Kapillarstrukturen – nämlich der globale Kapitalismus – nicht mehr als ganzes wahrnehmbar ist. Bureau d'Etudes, zu deren konzeptuellen Vorläufern die Künstler Öyvind Fahlström (1928 – 1976) und Mark Lombardi (1951 – 2000) gehören, gelingt in ihrer visuellen Analyse gegenwärtiger Wirtschaftskonglomerate eine scharfe Diagnose der Gegenwart. IA

The French group Bureau d'Etudes has been producing mappings of contemporary political, social, and economic systems for several years. These large-format visual analyses of transnational capitalism are based on exhaustive research. They are usually presented in the form of large wall-charts. Made in 2003, the map *Governing by Networks* visualizes the reciprocal interests and transnational interpenetration of global media conglomerates. By depicting things that usually remain invisible and connecting singular elements that are normally disconnected from one another to a significant whole, these visualizations of property relations function as “resymbolization-machines.” This is the term Bureau d'Etudes gives to the resistant process of compiling and representation something whose finest branches and capillary structure – namely global capitalism – can no longer be perceived as a whole. In undertaking visual analyses of current business conglomerates, Bureau d'Etudes, whose conceptual predecessors include artists like Öyvind Fahlström (1928 – 1976) and Mark Lombardi (1951 – 2000), succeed in providing a sharp diagnosis of the present day. IA



ETTA GERDES *1974, Krefeld, lebt/lives in Dortmund
JENS SUNDHEIM *1970, Dortmund, lebt/lives in Dortmund
GERALD ASAMOAH, NATIONALSPIELER
C-INKJET AUF PLANE/ON TARP, 210 x 117 CM, D 2003

Der 1978 in Ghana geborene Gerald Asamoah ist der erste deutsche Fußballnationalspieler aus Afrika. „Blondie“, so sein Spitzname, kam im Alter von 12 Jahren nach Deutschland, spielt seit 1999 für Schalke 04 und wurde 2001 in die deutsche Fußballnationalmannschaft berufen. Lange hat der Fußballprofi mit sich selbst gerungen, bevor er die deutsche Staatsbürgerschaft annahm. Was seine Akzeptanz als Schwarzer im deutschen Nationaltrikot angeht, ist Asamoah gelassen: „Klar überlegt man schon mal, ob das alle gut finden. Vielleicht kapieren ja einige, dass es ganz normal ist, wenn ein Schwarzer für Deutschland spielt.“⁷ Genau damit beschäftigt sich die Fotoarbeit von Etta Gerdes und Jens Sundheim. Sie entstand 2003 für das Ausstellungsprojekt „Die Kunst Deutscher zu sein“, das vom Fachbereich Fotodesign der Fachhochschule Dortmund initiiert wurde.⁸ Das lebensgroße, auf LKW-Plane aufgezogene und leicht erhöht gehängte Portrait zeigt Gerald Asamoah in Zivil. Und hier beginnt ein Vexierspiel: Die, die ihn kennen, wissen, dass es sich um einen deutschen Fußballnationalspieler handelt. Diejenigen aber, die ihn nicht kennen, sehen in ihm nichts weiter als einen Afrikaner, der ebenso gut auch ein Asylbewerber sein könnte. Nichts läge ferner als die Idee, „so einer“ könnte einen deutschen Pass haben und auch noch für Deutschland stürmen. 1A

Born 1978 in Ghana, Gerald Asamoah is the first football player of African descent to play on the German national team. Nicknamed “Blondie”, he came to Germany at the age of 12 and has been playing for Schalke 04 since 1999. In 2001, he was called up to the German national team. This football pro hesitated for a long time before finally accepting German citizenship. Asamoah seems to take a laid back attitude as to the issue of being accepted as a person of color in the German national uniform: “Sure, one thinks about it once in a while: will everyone really think that it’s okay? Maybe some people will get it: it’s totally normal for a black man to play for Germany.”⁹ Printed on truck tarp and hung in a slightly raised position, this life-size portrait shows Gerald Asamoah in plain clothes. In this sense, the piece becomes a puzzle. Those who know him realize that he is one of the members of the German national team, while those who do not see him as just another African seeking asylum in Germany. Nothing seems more distant than the idea that “one of these people” could have a German passport and might be charging the pitch for Germany. 1A



⁷ Zitat entnommen aus: Björn Lindert: „Ich bin der Schwarzeste von allen!“ Über eine multikulturelle Fußballpersone, in: WDR online, 30. Mai 2001, http://www.wdr.de/online/news/gerald_asamoah/index.phtml

⁸ Das Projekt wurde u. a. auf den 7. Internationalen Fototagen in Marmheim (2004) gezeigt und tourt derzeit durch verschiedene Goethe-Institute weltweit.

⁹ Cited in: Björn Lindert: “I’m blacker than anyone” [On a multicultural soccer premier, in: WDR online, May 30th 2001, http://www.wdr.de/online/news/gerald_asamoah/index.phtml]

MIEKE GERRITZEN *1962, Amsterdam, lebt/lives in Amsterdam

BEAUTIFUL WORLD

TYPO-FILM, 20 MIN, NL 2006

Wiederholung, Sampling und visuelles Branding sind die Techniken, mit denen die Grafikdesignerin Mieke Gerritzen in Zusammenarbeit mit dem Philosophen Henk Oesterling, dem Medientheoretiker Geert Lovink und dem Designer und Künstler Koert van Mensvoort ihren Typo-Film Beautiful World strukturiert hat. Die schiere Masse an durchgestalteten Zitaten und grafischen Icons, die auf den Betrachter einflutet, überfordert ihn bzw. sie und versetzt ihn/sie in einen quasi-psychedelischen Zustand. In sechs Kapiteln kommen u. a. Theodor W. Adorno, George Soros, Jeremy Rifkin, Gilles Deleuze, Slavoj Zizek und Saskia Sassen zu Wort, die von einem wilden, aber präzise abgestimmten Musikmix teilweise unterstützt, teilweise konterkariert werden. Thema von Beautiful World ist der intellektuelle Genuss, den die globalisierte Welt mit sich bringt und die gleichzeitige Gefahr, dass die vorhandenen Möglichkeiten des Zugangs zu Wissen und Kultur durch die fortschreitende Durchökonomisierung der Welt eingeschränkt oder gar beseitigt werden. FH

Repetition, sampling and visual branding are the techniques used by the graphic designer Mieke Gerritzen in collaboration with the philosopher Henk Oesterling, the media theorist Geert Lovink, and the designer and artist Koert van Mensvoort to structure her typo-film Beautiful World. The sheer mass of designed quotes and graphic icons that flood the spectator is simply overwhelming and places him or her into a quasi-psychedelic state of trance. The film's six chapters cite Theodor W. Adorno, George Soros, Jeremy Rifkin, Gilles Deleuze, Slavoj Zizek, and Saskia Sassen, among others. Their words are accompanied by a wild yet precisely coordinated music mix that both supports and counterpoints their thinking. Beautiful World addresses the theme of the intellectual pleasure that the globalized world entails. It also talks about the simultaneous danger that the present possibilities for access to knowledge and culture will be limited or even eliminated completely through the world's progressive commoditization. FH



EVA HERTZSCH *1965, Esslingen, lebt/lives in Dresden

ADAM PAGE *1966, Bedford, lebt/lives in Dresden

FIFA FAMILY

RAUMINSTALLATION, HÜTTE/KIOSK, COMIC, VIDEO, 15 MIN., D 2006

Bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2002 in Südkorea und Japan traten das Künstlerpaar Eva Hertzsch und Adam Page als „offizielle“ Botschafter und Künstler der Stadt Leipzig auf. Mit Hilfe eines Empfehlungsschreibens schmuggelten sie sich in die laufenden Vorbereitungen und trafen in zahlreichen Businessmeetings und Briefings auf lokale Entscheider, Sponsoren und Veranstalter in den 16 Austragungsstädten. Neben eigenen Informationen, die sie als Vertreter Leipzigs zu Fragen wie Hooligans, Gastronomie und Unterkunft gaben, nutzten sie die Möglichkeit, den Gastgebern Fragen zu stellen, die schnell auch unangenehm werden konnten. Sie interessierten sich dabei für das Eindringen der globalen Wirtschaft in gewachsene, lokale Strukturen, die massiven Eingriffe in die Landschaft durch den Bau von Sportkomplexen mit angeschlossener Shopping Mall und den Versuch, westliche „Standards“ an Hygiene, Ordnung und Höflichkeit vor Ort zu installieren. FH

The artist couple Eva Hertzsch and Adam Page participated in the planning of the FIFA World Cup, held in South Korea and Japan in 2002. Using a letter of recommendation that presented them as the “official” ambassadors of the city of Leipzig, the artists insinuated themselves into the Fifa Cup’s running preparations and traveled to the 16 host cities to meet with local decision makers, sponsors, and organizers in numerous business meetings and briefings. Aside from representing Leipzig and supplying information on questions such as hooligans, gastronomy, or accommodations, they also used the opportunity to ask their hosts questions that soon became very uncomfortable. In doing so, their interest focused on the intrusion of the global economy into organic, local structures, massive encroachments into the landscapes through the construction of athletic complexes with shopping malls included, and the attempt at installing Western “standards” of hygiene, order, and politeness on location. FH



In der Videoinstallation geht es um die Fußballmannschaft Galatasaray İstanbul und ihren Trainer Fatih Terim. Ömer Ali Kazma nahm die Fußballspieler in unterschiedlichsten Situationen auf: beim Herumblödeln im Mannschaftsraum in den Pausen des Fußballspiels, auf Reisen nach Moskau und zurück zum Heimspiel in İstanbul, beim Einlauf ins ausverkaufte Stadion, dazu Beifallstürme und Schimpfkanonaden der 40.000 Fans, lobende Worte und Schimpftiraden des Trainers. Die Arbeit wird auf einer Projektion und auf elf Monitoren gezeigt. Auf den Monitoren sieht man Szenen im Mannschaftsraum, Szenen, in denen es nur um Schuhwerk, Schienbeinschützer oder Stollen geht, die Reaktionen der Fans beim Schießen eines Tores, und immer wieder den Trainer und seine Schützlinge – kurz: eine Typologie des Fußballs. Die Projektion „zappt“ zwischen den einzelnen Monitoren hin und her, zeigt Ausschnitte dieser Situationen. What Remains zeigt die Spieler von Galatasaray İstanbul als das, was sie sind: als junge Männer, Kämpfer, die eine viel zu große Last auf ihren Schultern tragen müssen. „What Remains ist eines der faszinierendsten und beeindruckendsten Werke, die sich im letzten Jahrzehnt mit dem Thema Fußball beschäftigt haben.“¹⁰ (Vasif Kortun) ^{1A}

This video installation is about the football team Galatasaray İstanbul and its coach Fatih Terim. Ömer Ali Kazma filmed the football players in a great variety of situations: horsing around in the locker room, on a trip to Moscow, back in İstanbul for a home game, running into the stadium, stormy applause and cannonades of abuse by 40,000 fans, or words of praise and tirades from the coach. The piece is shown in one projection and on eleven monitors. The monitors show scenes from the locker room, scenes are all about shoes, shin guards, or cleats, the reactions of fans to scored goals, and, again and again, the coach and his fosterlings. In short, the films present a typology of football. The projection “zaps” back and forth between the various monitors and shows excerpts from all of these situations. What Remains shows the players of Galatasaray İstanbul as what they really are: young men, fighters who have to carry a burden that is far too heavy on their shoulders. “What Remains is one of the most fascinating and impressive pieces to deal with the theme of football in the last decade.”¹¹ (Vasif Kortun) ^{1A}



Ingeborg Lüscher lässt die Fußballmannschaften Grasshoppers Zürich und FC St. Gallen in eleganten, maßgeschneiderten Designeranzügen inklusive weißem Hemd und passender Krawatte gegeneinander antreten. Abhängig von Spielstand und -situation werden strategische Allianzen gebildet und neue Spielzüge vereinbart. Die Anzüge, die den Fußballspielern – grau die eine Mannschaft, dunkelblau die andere – das Aussehen von Wirtschaftsmanagern verleihen, verschmutzen und zerreißen während des Spiels zunehmend. Dietrich Roeschmann schreibt zu der Arbeit: „Fusion ist eine packende Allegorie auf den Kampf um Macht und Vorteil in unserer Gesellschaft. Es ist ein Kampf, der Fußballer und Wirtschaftsmanager eint. Beide müssen sich durchsetzen, beide müssen taktieren, und vor allem: beide müssen Tore schießen. Erfolg hat dabei erfahrungsgemäß nur derjenige, der es versteht, die Regeln des Spiels zu durchbrechen, ohne sich erwischen zu lassen. Wer keine Tricks beherrscht, der verliert. So einfach ist das. Und so brutal.“¹² IA

In Fusion, Ingeborg Lüscher arranges an unusual football match between Grasshoppers Zürich and FC St. Gallen, in which the players wear elegant, custom-tailored designer suits with white shirts and matching ties that make the players look like business executives. One team's suits are grey, while the other's are dark blue. Depending on the running score and the situation of the game, strategic alliances are formed and new tactics are formulated. In the course of the game, the suits become dirty and torn. As Dietrich Roeschmann writes, "Fusion is a gripping allegory of the struggle for power and advantage in our society. It is a struggle that football players and business executives have in common. Both need to prevail, to consider their tactics, and most importantly, both need to score goals. Experience shows that only those who know how to break the rules of the game can be successful without getting caught. Those who do not know any tricks will simply lose. It's that simple. And brutal too."¹³ IA



¹² Dietrich Roeschmann, in: *Rundlederwelten, Martin-Gropius-Bau, Berlin 2005 – 2006*, S. 132

¹³ Dietrich Roeschmann, in: *Rundlederwelten, Martin-Gropius-Bau, Berlin 2005-2006*, p. 132

In seinen Installationen und Videos entwickelte der bulgarische Künstler Rassim in den 1990er Jahren eine so genannte „Ego-Strategie“: Er beteiligte sich an Modenschauen, posierte für Modemagazine mit einer Liebeserklärung an seine Freundin, ließ sich mit einem Handy als dem neuen Status-Symbol fotografieren und präsentierte sich auf seiner Visitenkarte als „Rassim – Bulgare № 1“. In einem höchst radikalen Akt der Abwendung von der christlich-orthodoxen Tradition Bulgariens nahm Krassimir Krastev zudem den moslemischen Namen „Rassim“ an. Das Projekt Corrections wurde zwischen 1996 und 1998 durchgeführt. Ziel war es, radikale Korrekturen am eigenen Körper durchzuführen. Aus einem schwächlichen jungen Mann mit langen Haaren – dem Künstler selbst – wurde mit Hilfe von Krafttraining, Vitaminen und Aufbaupräparaten innerhalb von zwei Jahren ein muskelbepackter stiernackiger Bodybuilder. Finanziert wurde dieses Projekt pikanterweise von einer westeuropäischen Kunstinstitution: dem Fonds Regional d’Art Contemporain (FRAC) Languedoc Roussillon, der regionalen Stiftung für zeitgenössische Kunst in Montpellier, Frankreich. Das Streben nach einem bestimmten Schönheitsideal wird in diesem Projekt mit dem extremen ökonomischen Gefälle zwischen Ost und West in Verbindung gebracht, das zum Sinnbild der Beziehung zwischen erster und zweiter Welt wird. IA

Throughout the 1990s, the Bulgarian artist RASSIM® used installations and videos to develop what he called an “ego strategy”: he took part in fashion shows, posed for fashion magazines with a declaration of love to his girlfriend, had himself photographed with a mobile phone as a new status symbol, and presented himself as “Rassim – Number One in Bulgarian Art” on his business card. Moreover, in changing his name to the Muslim “Rassim”, the artist formerly known as Krassimir Krastev made a very radical gesture of turning away from Bulgaria’s Christian-Orthodox tradition. The project Corrections was realized between 1996 and 1998. Its goal was to undertake a radical correction of the artist’s own body. In the course of two years, the artist – a slender young man with long hair – employed weightlifting, vitamins, proteins, and amino acids to become a muscle-packed, fat necked body builder. Ironically, the project was financed by a Western art institution, the FRAC Languedoc Roussillon Fund for Contemporary Art in Montpellier, France. This project connects the wish to measure up to a certain ideal of beauty with the extreme economic differences between East and West, thus becoming a metaphor for the relation between the first and second world. IA



Die Künstler-Aktivist:innen The Yes Men treten seit 2001 als „offizielle“ Vertreter der Welthandelsorganisation (WTO) auf. Über gefakte Webseiten, die denen der WTO zum Verwechseln ähnlich sehen, sind die Yes Men wiederholt als deren offizielle Vertreter zu internationalen Konferenzen eingeladen worden. Ziel der Yes Men ist eine „Identitäts-Korrektur“: Sie wollen Unternehmen und Organisationen helfen, offen zu formulieren, was sonst meist nur implizit in Geschäftspraktiken zu finden ist. Seit 2002 korrigieren die Yes Men die Identität des Chemieunternehmens Dow Chemical. 2002 stellten sie eine gefakte Website ins Netz, auf der das Unternehmen erklärte, dass die Opfer des verheerenden Chemie-Unfalls von Bhopal (1984) und deren Angehörige leider nicht entschädigt werden könnten, da sie keine Aktionäre (!) seien. Daraufhin wurden die Yes Men im November 2004 zu einer Live-Sendung von BBC World eingeladen. Dort erklärte der Dow-Repräsentant „Jude Finisterra“, dass das Unternehmen sich zum 20-jährigen „Jubiläum“ des Unfalls nun doch entschlossen hätte, alle Opfer zu entschädigen.¹⁴ Das Unternehmen dementierte zwar umgehend, jedoch sank der Wert der Aktien bedenklich. 2005 sprach schließlich ein gewisser „Erastus Hamm“ von Dow Chemical auf einer „Global Risk Management“ Konferenz in London. Er stellte den begeistertsten Bankern den Acceptable Risk Calculator vor – ein Programm zur Errechnung akzeptabler Risiken. Hiermit können Unternehmen die Risiken bestimmen, die sie zu Gunsten ihres Profits in Kauf nehmen wollen. Anlässlich dieser Aktion, die mit versteckter Kamera aufgezeichnet wurde, enthüllten die Yes Men „Gilda“, das goldene Skelett. Begeisterte Manager ließen sich mit der goldenen „Leiche im Keller“ fotografieren und tauschten Visitenkarten mit dem Vertreter von Dow Chemical aus. IA

The Yes Men have been appearing as the “official” representatives of the World Trade Organization (WTO) since 2001. Using faked websites that are the spitting images of WTO sites, these artist-activists have received numerous invitations to appear as WTO representatives at international conferences. Their overall goal is “identity correction”: they want to help enterprises and organizations to openly articulate aspects implicit to their business practices. Since 2002, the Yes Men have also been correcting the identity of Dow Chemical. In 2002, they put a faked website online in which the corporation announced that it would not be able to provide compensation to the victims of the chemical accident that wreaked havoc on Bhopal in 1984, since neither the victims nor their families were shareholders (!). As a result, the Yes Men were invited to a live talk show on BBC World in November 2004, where the Dow-representative “Jude Finisterra” announced that the company had changed its mind, deciding to compensate all victims on occasion of the catastrophe’s 20th anniversary.¹⁵ The company denied this immediately, but the value of its stock went down considerably. In 2005, a certain “Erastus Hamm” spoke on behalf of Dow Chemical at a conference on “Global Risk Management” in London. Here, he presented a

computer program called the Acceptable Risk Calculator to an enthusiastic audience of bankers. Supposedly, the program was made to allow companies to fathom the risks they were willing to accept in favor of potential profits. On occasion of this action, which was recorded with a hidden camera, the Yes Men unveiled “Gilda”, the golden skeleton. Delighted, the executives and managers attending the conference posed for photographs with this golden “skeleton in the closet” and exchanged business cards with the representative of Dow Chemical. IA



GLANZ UND GLOBALISIERUNG: FUSSBALL, MEDIEN UND KUNST

HARTWARE MEDIENKUNSTVEREIN IN DER PHOENIX HALLE DORTMUND

5. MAI – 16. JULI 2006

EIN PROJEKT DES HARTWARE MEDIENKUNSTVEREINS
IM RAHMEN DES MEDIEN_KUNST_NETZ DORTMUND

KURATORIN UND KÜNSTLERISCHE LEITERIN HARTWARE MEDIENKUNSTVEREIN

Dr. Inke Arns

GESCHÄFTSFÜHRENDE LEITERIN HARTWARE MEDIENKUNSTVEREIN

Susanne Ackers

AUSSTELLUNGSARCHITEKTUR UND TECHNISCHE LEITUNG

Uwe Gorski

JUNIOR KURATOR

Francis Hunger

PRESEARBEIT

Roland Kentrup, Dortmund

LEIHGEBER

die Künstlerinnen und Künstler, Plattform Garanti Center for Contemporary Art, Istanbul

Die Kurzbiografien der KünstlerInnen finden sich auf der Website des HMKV.

Short CVs of the artists can be found on HMKV's website.

IMPRESSUM

Inke Arns, Hartware MedienKunstVerein (Hg.)

*Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung Glanz und Globalisierung: Fußball, Medien und Kunst,
Hartware MedienKunstVerein in der PHOENIX Halle Dortmund, 5. Mai – 16. Juli 2006*

Redaktion: Inke Arns

AutorInnen: Inke Arns ^{IA}, Francis Hunger ^{FH}

Übersetzungen: David Riff, Moskau (Kurztexte dt.– engl.)

Gestaltung: www.laborb.de

Typografie: Garamond Premier Pro [Adobe]

Papier: SoporSet 90 g/m² und 170 g/m²

Druck/Gesamtherstellung: basis druck, Duisburg

Printed in the EU.

© 2006 Autoren/Künstler © Hartware MedienKunstVerein

Alle Rechte vorbehalten.

Abdruck (auch auszugsweise) nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch den HMKV



ORT

Hartware MedienKunstVerein (HMKV) in der PHOENIX Halle Dortmund
Hochofenstr./Ecke Rombergstr., Dortmund-Hörde (keine Postadresse!)
Tel. 0231.40 80 279

ÖFFNUNGSZEITEN

während der Ausstellungen des HMKV Mi 11–17 Uhr, Do–So 11–20 Uhr

FÜHRUNGEN

Jeden Sonntag um 16 Uhr

EINTRITTSPREISE

4 €, ermäßigt 2 €



KONTAKT

Hartware MedienKunstVerein (Büro)
Dr. Inke Arns (künstlerische Leiterin)
Susanne Ackers (geschäftsführende Leiterin)
Güntherstr. 65
44143 Dortmund
Tel. 0231.823 106
Fax 0231.88 20 240
info@hmkv.de
www.hmkv.de

MIT GROSSZÜGIGER UNTERSTÜTZUNG DURCH



NRW.



Stadt Dortmund
Kulturbetriebe



Im Westen treffen sich die Besten



NRW.

Weltmeisterschaften 2006 in NRW



NRW
KULTUR
sekretariat
Wuppertal

AFAA – Bureau des Arts Plastiques/Französische Botschaft



IN KOOPERATION MIT

medien_kunst_netz dortmund

LEG

DANK

allen Künstlerinnen und Künstlern
Renaud Auguste-Dormeuil, Paris
Delia Bösch, Essen
Matthias Böttger, raumtaktik, Berlin
Dr. Friedrich von Borries, raumtaktik, Berlin
Arne Busse, Bundeszentrale für politische Bildung
Simon Busse, labor b, Dortmund
Florian Cramer, Berlin
Kurt Eichler, Kulturbüro Stadt Dortmund
Dr. Christian Esch, Direktor des NRW Kultursekretariats Wuppertal
Mickaël Faure, Bureau des Arts Plastiques, Berlin
Anne Pascale Frohn, Bureau des Arts Plastiques, Berlin
Sebastian Gröne, labor b, Dortmund
Theda Kluth, Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
Sonja Knauth, Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
Thomas Köner, Dortmund
Peter Landmann, WM-Beauftragter des Innenministerium des Landes Nordrhein-Westfalen
Dr. Gerhard Langemeyer, Oberbürgermeister der Stadt Dortmund
Alessandro Ludovico, Bari
Udo Mager, Geschäftsführer Wirtschaftsförderung Dortmund
Natasa Petresin, Paris
Björn Rüter, labor b, Dortmund
Erzen Shkolli, Peja
Jörg Stüdemann, Kulturdezernent der Stadt Dortmund
Christine Wollny-Riemann, dortmund-project
Thomas Wucherpennig, labor b, Dortmund