



»Fangen Sie den Zuschauer ein, und bezaubern Sie ihn mit reflektierenden Oberflächen, die das Image zurückwerfen!«

wird. Wir haben nicht bloß eine visuelle Präsenz, sondern auch eine klangliche.

In Ihren Arbeiten manifestiert sich überdies eine modische Präsenz. Zeitgeist wird in frühen Arbeiten wie »Shopping Bags«, für die Sie Tüten nobler Marken in Galerien arrangierten, ebenso sichtbar wie in Ihren verchromten Evian-Flaschen. In den späten Neunzigerjahren trug man sie als Accessoires in den Metropolen mit sich. Dabei waren die Label der Wasserflaschen extrem wichtig. Spielen Sie darauf an?

Branding war tatsächlich ein großes Thema in den Neunzigern, aber natürlich handelt die Arbeit nicht allein davon, auch

wenn ich es liebe, mit Zeitgeist und Trends zu jonglieren. Inzwischen wirft Wasser jedoch ebenso politische und ökologische Fragen auf – die Evian-Flaschen handeln also vom Kontext, genau wie die Kunst sich prinzipiell stets im Kontext bewegt. Wenn ich das Material verändere, lasse ich die Objekte wie in einer Zeitkapsel zu einem anthropologischen Artefakt des Designs und gleichzeitig zu einem Lifestyle Luxury Statement werden.

Was interessiert Sie speziell daran?

Die Frage, welche Mechanismen dafür sorgen, dass etwas in oder out ist, richtig oder falsch, ob es relevant ist oder man es ignorieren kann. All diese Kriterien und



Dualitäten faszinieren mich. Glänzt der Luxus an der Oberfläche, wie in meinen verchromten Objekten? Ich spiele gern mit dem Fetischcharakter der Waren. Fangen Sie den Zuschauer ein, und bezaubern Sie ihn mit reflektierenden Oberflächen, die ganz wörtlich ihr eigenes Image und das der Welt zurückwerfen! Zugleich verkörpern sie aber auch den Glamour und die Macht einer Las-Vegas-Show.

Und wie passt eine Zwei-Euro-Flasche zur Hermès-Tasche für 4000 Euro, die Sie ja auch in Bronze gegossen haben?

Die erste Serie verchromter Bronzen von 1998 waren ein Paar hochhackige Slipper von Gucci, Nike-Turnschuhe, ein Schminkkoffer, ein Flakon Chanel No.5, eine Evian-Flasche und eine Kelly Bag von Hermès. Es ging mir dabei nicht allein um Luxus, sondern auch um einen neuen Lifestyle, der sich ankündigte, ein neues Gesundheitsbewusstsein. Meine Objekte reflektieren, wie die Gestalt der Dinge die Gestalt der Menschen verändert, und bis zu einem gewissen Grad geht es um die Abstraktion der Form. Aber auch um die Handlungen, die diese Objekte evolvieren. In meiner aktuellen Ausstellung zeige ich den Abguss eines Jane-Fonda-Steppers, der ein paar Jahrzehnte alt ist. Hier geht es längst nicht mehr um Mode. Sondern um den aktuellen Symbolwert. Meine Kunst thematisiert also nicht Stillstand, sondern Transformation und die transformative Kraft menschlicher Handlungen. Und sie stellt die Frage nach den Ritualen, die sich im Alltag wie in der Kunstwelt manifestieren.

Was zeigen Sie noch in ihrer aktuellen Ausstellung der Pariser Galerie Taddaeus Ropac?

Es gibt eine neue Installation, die Töne