

*Du*

**Auf der Suche nach dem Orient**  
*Das Gesicht von 1001 Nacht bei Tageslicht*

Juri Steiner – Michael Schindhelm – Peter Scholl-Latour – Lee Miller – Samuel Keller – Karim Ben Khelifa – Shirin Neshat – Halil Altindere – Rawi Hage



## I. THEMA



**8 Literatur – Rawi Hage: *Als ob es kein Morgen gäbe***  
 Rawi Hage erlebte den libanesischen Bürgerkrieg am eigenen Leib – und hat ihn zu einem beeindruckenden Roman verarbeitet. Seine Sprache bannt die Leser wie die Bomben, die um seine zwei Helden einschlagen. Das Buch wurde mit dem weltweit höchstdotierten Preis für ein Einzelwerk, dem IMPAC-Award, ausgezeichnet. Ein Vorabdruck der deutschen Ausgabe.

*Literatur – Rawi Hage*

**8 *Als ob es kein Morgen gäbe***

*Reportage – Georg Ossenbach*

**16 *Wüstenbilder***

Die Ausstellung «Focus Orient» in Sharjah bringt die bedeutende Sammlung Walther in jenen Kulturkreis zurück, dem sie entstammt.

*Kunstmarkt – Gespräch mit Her Highness Sheikha Hoor bint Sultan bin Mohammed Al Qasimi und Brigitte Schenk*

**26 «Der Trend hat erst seinen Anfang gefunden!»**

Die Sharjah Biennale ist wegweisend für die kulturelle Entwicklung in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

*Wissenschaft – Andreas Pflitsch*

**30 *Kreidestriche gegen unsere Furchtsamkeit***

Der Mythos «Orient» ist noch immer tief im europäischen Denken verwurzelt und bietet Hilfen für unsere kulturelle Selbstdefinition.

*Essay – Michael Schindhelm*

**34 *Das Paradies der Kulturspringer***

Dubai arbeitet mit Hochdruck daran, zur Kulturdestination zu werden, und wird so zum Labor für neue Möglichkeiten des Zusammenlebens. Auch für uns.

*Ausstellung – Juri Steiner*

**40 *Ich war noch nie in Kairouan***



**40 Ausstellung – Juri Steiner: *Ich war noch nie in Kairouan***  
 Im Werk Paul Klees verdichten sich die Beziehungen zwischen Orient und Okzident. Welche Formen und Denkräume, welche Unverständnisse prägen unsere gegenseitige Wahrnehmung? Wie soll der Westen mit der Kunstproduktion aus dem Nahen und Mittleren Osten umgehen? Zur Thematisierung dieser Fragen begibt sich das Zentrum Paul Klee zuerst auf die Suche nach dem Orient.

*Kunstgeschichte – Michael M. Thoss*

**48 *Die Wiederkehr des Ornaments***

Künstler aus dem Nahen und Fernen Osten machen das Ornament zum Bestandteil der globalisierten Bildsprache. Die Kunst im Westen erhält neue Referenzpunkte.

*Ausstellungspraxis – Almut Sh. Bruckstein Çoruh*

**52 *Ein Bildatlas zu Moderne und Islam***

Wie lässt sich das Verhältnis von Ost und West, Europa und Islam, Tradition und Moderne im Medium der Künste neu verorten? Reflexionen einer Kuratorin.

*Fotografie – Andrea Gnam*

**60 *Blickwechsel – Zeitgenössische iranische Fotografie***

In der iranischen Gesellschaft hat der Blick eine besondere Bedeutung für die Kommunikation. Eine junge Generation von Fotografen interpretiert diesen auf eigene Weise.

*Kulturförderung – Anna Bürkli*

**66 *Generation Kairo***

Seit 1988 unterhält die Kulturstiftung Pro Helvetia ein Verbindungsbüro in Kairo – und macht die spannendsten Erfahrungen, zwischen Begeisterung und Verwirrung.

*Film – Walter Ruggie*

**72 *Von Bildern hinter erträumten Welten***

Zur Moderne des Orients gehört das Kino. Werke aus verschiedenen Ländern vermitteln einen Einblick in die Vielfalt des aktuellen Filmschaffens.

## II. HORIZONTE



**104** *Fotografie – Andrea Gnam: Im Schatten der Geschichte*  
Lee Miller (1907–1977) war weit mehr als das schöne Modell und die kapriziöse Assistentin von Man Ray. Das surrealistische Paris und die Zusammenarbeit mit Man Ray prägten sie als eigenständige Fotografin. Ihre Berufung und ihr Trauma erfuhr sie im Zweiten Weltkrieg als Kriegskorrespondentin für *Vogue* bei der US-Armee. Ihre Künstlerporträts und kühnen Kompositionen ziehen erneut die Aufmerksamkeit auf sich.

*Musik – Thomas Burkhalter*

**76** *Sinn aus dem Chaos schöpfen*

Die neuen Sounds der arabischen Welt bieten innovative Interpretationen für «Authentizität» und «Lokalität» – etwa durch Geräusche und akustische Erinnerungen.

*Analyse – Gespräch mit Peter Scholl-Latour*

**82** *«Die wahnwitzige Vorstellung, wir Weissen seien die Mehrheit ...»*

Eine Tour d'Horizon zu den wichtigsten politischen Brennpunkten des Orients, die erklärt, warum der Westen die arabische Welt immer wieder falsch einschätzt.

*Fotoreportage – Karim Ben Khelifa*

**88** *Der Bin-Laden-Effekt*

Seit 9/11 stehen die Muslime in den USA unter Generalverdacht. Wie aber leben sie? Überraschende Blicke auf eine Gemeinschaft, der sich immer mehr US-Bürger anschliessen.

II.

*Postcard from Brasil – Christopher Patrick Peterka*

**100** *Spurensuche in der Abwesenheit*

In São Paulo verändert sich die Welt schnell und drastisch; hier schlägt das wirtschaftliche und kulturelle Herz eines ganzen Kontinents. Jetzt hat São Paulo sich entschieden, die Werbung und die Kunst abzuschaffen – zumindest so, wie wir sie bislang kennen.

## III. SÉLECTION



**115** *Film, Ausstellung – Gus van Sant, Gerhard Richter*  
Die Begeisterung in den USA für «Milk», den Film von Gus van Sant über die 1970er-Jahre-Schwulenikone Harvey Milk, ist sowohl Kommentar zur Ära Bush wie auch Ausdruck der Sehnsucht nach einem Wertewandel und gesellschaftlicher Öffnung. Und Samuel Keller empfiehlt gleich zwei Ausstellungen von Gerhard Richter, einem der bedeutendsten und einflussreichsten Künstler der Gegenwart.

*Fotografie – Andrea Gnam*

**104** *Im Schatten der Geschichte: Lee Miller*

III.

**114** *David Signer: Sign of the Times*

**115** *Samuel Kellers Ausstellungstipps*

**116** *Film zur Zeitenwende: «Milk» von Gus van Sant*

**117** *Lesetipp*

**118** *Matthias Hartmanns Theatertipps*

**119** *Update*

**120** *Impressum*



Optische Stille: Irritierende Abwesenheit von Werbung in São Paulo

## *Spurensuche in der Abwesenheit*

Die Welt verändert sich schnell und drastisch. In São Paulo, der grössten Stadt der Südhemisphäre, tritt dies deutlicher zutage als anderswo. Hier schlägt das wirtschaftliche und kulturelle Herz eines ganzen Kontinents. Sein neuester Schlag: Innert zweier Jahre hat sich São Paulo entschieden, die Werbung und die Kunst abzuschaffen – zumindest so, wie wir sie bislang kennen.

*Text und Bilder* Christopher Patrick Peterka

Mit Dolce, Gabbana, Emporio und Donna teile ich Gate 32 am Flughafen Malpensa, Mailand. Elegant gewandt und luxuriös parfümiert blicken sie alle lasziv auf mich herab. Dem Gegenlicht, in dem sie fotografiert sind, fehlt allerdings sein lebendiger Glanz. Trotz all der illustren Gesellschaft bin ich allein unterwegs in die Zukunft. Alitalia bringt mich mitten in der Nacht mit fünf Stunden Verspätung über den Atlantik. Nein, dieses Mal fliege ich nicht nach New York. Guarulhos ist das Ziel. Gelernt habe ich das auch erst während des Landeanflugs.

Eigentlich wollte ich nach São Paulo, der bevölkerungsreichsten Stadt der Südhalbkugel um in diesem Wahnsinn urbaner

Dichte zu lernen, welche Bedeutung das Kürzel BRIC<sup>1</sup> jenseits der Finanzwelt für Kunst und Kommunikation hat. Und lande nun in Guarulhos. Immerhin ist diese Gemeinde mit «nur» 1,3 Millionen Einwohnern noch Teil der Agglomeration von São Paulo, und vermutlich komme ich von dort doch an mein Ziel. Während der Flieger langsam in die subtropischen Quellwolken über der brasilianischen Küste eintaucht, denke ich an mögliche Szenarien: Offenbarungen in Sachen Fortschritt und Innovation? Mord und Totschlag in einer «City of God» oder einfach die grosse Überraschung? Drei Tage liegen vor mir. Sechs Gespräche mit mir bislang unbekanntem Grössen der paulistanischen Kunst- und Kulturszene.

Wir docken an. Vor einem halben Jahr hatte ich entschieden, heute hier sein zu wollen, denn irgendetwas Bedeutsames muss im Gange sein. Politik und Kunst hatten sich in Form von zwei dicht aufeinanderfolgenden Entschlüssen zur Abschaffung bis dato völliger Selbstverständlichkeiten entschieden. Der erste Streich: Der Stadtrat entscheidet 2007 gegen nur eine Stimme, dass sämtliche Werbung im öffentlichen Raum in allen 96 Stadtteilen verboten wird. Und dieses «Clean City Law» wird tatsächlich rigoros umgesetzt. Der zweite Streich: Ivo Mesquita und Ana Paula Cohen, Chefkuratoren der 28. Bienal de São Paulo, setzen eine harsche Abkehr vom traditionellen Konzept einer Kunst-Biennale durch. Die Hallen des unverwechselbar Niemeyer'schen Pavillons<sup>2</sup> Ciccillo Matarazzo im Parque Ibirapuera bleiben leer.

Keine Werbung in der Stadt mehr. Keine Kunst auf der zweitältesten Biennale der Welt mehr. Sind die Paulistaner verrückt geworden? Oder zeichnen sich hier die Oberflächenlinien einer tieferen Strömung ab? Ich erhoffe Antworten von meinen Gesprächspartnern. Für heute stehen Besuche bei Gustavo Piqueira, 35 Jahre, und Jorge Wilhelm, 81 Jahre, an. Zwei Männer, die wenig eint. Der erste führt die grösste unabhängige Designagentur der Stadt und liebt die Zerstörung. Der zweite war bis 2005 Chefurbanist der Stadt und liebt es zu bauen.

## Neue Wirklichkeiten

Der Weg führt im Taxi über die Stadtgrenze von Guarulhos nach São Paulo. Mitten im Verkehrsinfarkt hinter streng verschlossenen Fahrzeugtüren, erlebe ich mein erstes blaues Wunder. Standen bis vor wenigen Minuten noch die üblichen Riesenplakate links und rechts des Highways, sind jetzt nur noch ein paar letzte Säulen und Rahmen übrig. Durch die Rasteraufhängungen der Billboards im Ruhestand knallt brasilianisch blauer Himmel.

Solche Bilder kennt man aus den Medien, wenngleich die unmittelbare Wahrnehmung der verschwundenen Werbung umso deutlicher macht, wie fundamental sich die Entscheidung der Stadtoberen auf die neue Wirklichkeit dieser Stadt auswirkt. Meine Wahrnehmung justiert sich zu neuen Beobachtungen. Zieht die stationäre Werbung nicht mehr mittels grosser Bilder und Typografien die Aufmerksamkeit auf sich, so tun es nun die letzten verbliebenen Flächen, die nicht unter das Gesetz einer Gebietskörperschaft fallen: die rollenden Lastwagen. Ihre Flanken wirken wie tausendfach verstärkt auf mein Bewusstsein. Ob Firmenname oder Motiv – das Verhältnis von schmutziger Planenästhetik zu glamourösen Citylight-Plakaten kehrt sich hier um. In São Paulo werden die Karten neu gemischt. Während die Werber sich in den bundesstaatlich geeigneten Untergrund verabschieden müssen, wo sie in U-Bahnen weiter werben dürfen, scheint das Licht oberirdisch auf

ein ruhigeres, zeitloseres São Paulo. Diese neue urbane Wirklichkeit bietet einen grossen Spielplatz zum Beispiel für Architekten, Gärtner und Lichtdesigner. Ihre Künste sind gefragter denn je, um aus den Ruinen der Werbung neue Zier und Landschaft zu gestalten. Tony de Marco – nach eigenen Angaben Foto-, Typo- und Pornograf, und einer der wohl aktivsten und interessantesten paulistanischen Künstler, führt mich bei einem authentischen Caipirinha tiefer in die neue DNA seiner Stadt ein.

Es sei nun endlich so, dass nach dem Verschwinden all der grauenvoll und lieblos gestalteten Werbeplakate wieder ein Dialog der Codes zwischen Individuen – und nicht Unternehmen – entstehe. Selbst kleinste künstlerische Eingriffe in das Stadtbild geraten unmittelbar zu Wirkung, da sie sich in einem prägefrieren Raum entfalten können. Denn es ist eine weitere Konsequenz des «Clean City Law», dass auch sämtliche Graffiti, Veranstaltungsplakate und Abrisszettel an Laternenmasten den strengen Blicken der Ordnungsmacht zum Opfer fallen. Sie streicht bis zu einer Höhe von zwei Metern über dem Asphalt in Grau, was nicht Privateigentum ist.

Ich bitte den Künstler um eine Führung zu einem seiner Tatorte. An einer schlecht beleuchteten Strassenecke im Viertel Vila Madelena beweisen de Marcos «Dust-Graffiti» eindrücklich, was er unter neuen Ausdrucksformen versteht. Statt mit Spraydosen und Lack montiert de Marco nur mit handelsüblichem Gips oder Mörtel grossformatige Bilder an Mauern und Wände. Dabei nutzt er Material in der Farbe der Wand selbst. Das Bild ist also unmittelbar nach seiner Entstehung zunächst nicht zu sehen. Doch in der Multimillionenmetropole in den Subtropen setzt sich schon bald mehr und mehr Staub auf den stückartigen Linien ab. Dadurch hebt sich sukzessiv die Blüte des Kunstwerks von der Wand ab. Und diese Bilder werden geduldet? Ja, so de Marco, er male in der Regel sogar bei Tageslicht und bekomme regelmässig Aufwartungen der Polizei. Er zeige dann einfach ein Foto «seines Freundes» Gilberto Kassabi bei dessen Besuch von de Marcos Ausstellung «São Paulo No Logo» im ROJO artspace. Danach werde er höflich in Ruhe gelassen und seine Arbeit sogar bewacht. Kein Wunder: Gilberto Kassabi ist amtierender Bürgermeister von São Paulo und verantwortlich für die ursprüngliche Initiative des Werbebanns.

## Zerstören und Schaffen

Im Designstudio Rex von Gustavo Piqueira frage ich, ob sich hinter der Entscheidung für ein solch neues Stadtbild mehr verbirgt als ein Beweis politischer Durchsetzungskraft. Der junge Familienvater und Designer antwortet, «create and destroy» sei vielleicht die treffendste Beschreibung für den kulturgenetischen Code der Paulistaner. Der Geschichte der Stadt sei seit jeher inhärent, in hoher Geschwindigkeit neue Trends aufzunehmen und mit starker Radikalität umzusetzen. Dass dabei aufgrund fehlender Bürgerbeteiligungsprozesse oder traditionell weniger langfristig gedachter Umsetzungspraxis oft auch bestehende Strukturen zerstört würden, habe oft geholfen, frische Einflüsse möglich zu machen und eine

<sup>1</sup> BRIC steht für Brasilien, Russland, Indien und China – Staaten mit einer Zuwachsrates der Wirtschaftsleistung von 5 bis 10 Prozent (EU: 2 Prozent).

<sup>2</sup> Oscar Ribeiro de Almeida Niemeyer Soares Filho (geb. 1907) gilt als Wegbereiter der modernen Architektur Brasiliens. Er entwarf die Hauptstadt Brasília, die zum Weltkulturerbe erklärt wurde.



Reine Leere: Ausstellungsraum der Biennale im Pavillon Cicillo Matarazzo



Biennale ohne Publikum: Installation

souveräne Flexibilität im Handeln zu erhalten. Statt ewiger Diskussionen werden in der Stadt einfach Tatsachen geschaffen. Sei es ein hochgeschossiges Bauvorhaben in einem Park oder die Installation eines grossen Kulturspektakels zur Belebung des historischen Zentrums – mit allen Vor- und Nachteilen für die Beteiligten.

Das führe auch zum gegenwärtigen Hip-Status der Stadt im Wettkampf der Metropolen um den Rangplatz bei den schicksten Reiseführern wie *Wallpaper* oder *Louis Vuitton*. Die Diversität der Einwohner, deren geistige Beweglichkeit und ihr international deutlich stärkerer Ausdruck in bildender Kunst, Musik oder den nüchternen Kennzahlen der Wirtschaft katapultieren Brasilien und dessen Herz São Paulo in die Top Ten der globalen Hotspots. Doch hier wird Gustavo kritisch. Es sei nicht gut für die Stadt, dass sie dermassen im Fokus der Öffentlichkeit stehe. Zu viele junge Menschen gäben sich jetzt bequem dem Trittbrettfahren hin. «Street-artist» oder «Chef de Cuisine» seien die neuen Traumjobs in den bürgerlichen Vierteln. Und deren Qualität sei doch eher mittelmässig. Also mehr Mittelmass als echte Innovation und scharfes, frisches Gedankengut? Der Designer bleibt Optimist: Es sei eine Frage der Zeit. Nach dem ersten «Hit» in Form der mutigen Entscheidung, sich einer fossilen Werbeform zu entledigen, brauche es jetzt eine Reifezeit, bis die Stadt sich wirklich zu einem globalen Impulsgeber mit Streckenfrequenz wandeln könne.

Niemand in São Paulo scheint indes zu glauben, dass die Werbung zurückkommt. Die Menschen lieben ihre neue Stadt. Und offenbar macht die frohe Botschaft schon die Runde. Auch im norwegischen Bergen, in verschiedenen nordamerikanischen Städten und selbst in Paris gibt es vergleichbare Bemühungen und erste Entscheidungen, den öffentlichen Raum von der Werbung zu befreien.

## Why repeat?

«Befreiung» ist dann auch das Stichwort für meinen Besuch beim Direktor der 28. Bial de São Paulo, Ivo Mesquita. Schliesslich

möchte ich wissen, was er sich dabei denkt, unter dem Motto «In Living Contact» eine Biennale ohne Kunstwerke zu veranstalten. An einem heissen Vormittag bringt mich der Taxifahrer, dem ich nur das Stichwort «Bial» geben musste, zum imposanten Cicillo Matarazzo. Vorbei an freundlichem Sicherheitspersonal, rein in einen Lastenaufzug. Schmucklos und praktisch geht es hinter der Fassade zu. Hinter Mesquitas Schreibtisch baut sich einem Dschungel ähnlich der Park auf. Er scheint nahezu ins Gebäude zu wachsen, dessen Hausherr schwitzend und mit einer fast brennenden Präsenz ungefragt damit beginnt, sich zu erklären. «Why repeat?» ist einer seiner goldenen Schlüssel zum wenige Meter entfernten Geschehen, wo sich dramatisch weniger Besucher der Biennale widmen als in den Jahren zuvor.

Die Biennale habe ihre in den 1950er-Jahren formulierte Aufgabe, die Bedeutung von Kunst für São Paulo und Brasilien aufzuwerten und ihren internationalen Anspruch zu manifestieren, längst erfüllt. Die ewige Wiederholung der immer gleichen Rituale sei nicht weiter zielführend. Es sei im Gegenteil sogar so, erklärt der Kurator, dass die starke Rhetorik, die sich rund um die Institution herausgebildet habe, der Möglichkeit, politische, kulturelle und ethische Fragen zu diskutieren, aktiv schade.

Mit dieser Position Mesquitas tritt auch die Friktion innerhalb der Fundação Bial de São Paulo, der Institution hinter der Biennale, offen zutage. Noch am Abend zuvor hatte ich mit Blick über die Dächer der Stadt den Worten eines der gewichtigsten Beiräte der Fundação, dem Architekten Jorge Wilhelm, gelauscht. Wilhelm ist, das bestätigen alle Gesprächspartner, eine wichtige Grösse in der Stadt. Seit seiner Flucht 1940 aus Italien hat er sich über diverse Stationen zu einer allseits respektierten und gehörten Persönlichkeit entwickelt.

Der lebenserfahrene Mann entbehrt jedes Verständnisses für Mesquitas Vorgehen. Statt sich wirklich auf eine inhaltliche Debatte des überraschenden Ansatzes der Chefkuratoren einzulassen, schenkt er lieber ein Glas argentinischen Rotwein nach. Mesquita

sei der Einzige gewesen, der sich überhaupt an die Aufgabe gewagt habe, in wenigen Monaten eine Biennale auf die Beine zu stellen. Das verdiene Respekt und Anerkennung. Er denke allerdings nicht, dass die Abkehr von der Ausstellung nachhaltige Effekte erzielen werde. Mesquita mache eine hervorragende Arbeit an der Pinacotheca do Estado de São Paulo – und er sei froh, wenn er sich wieder darauf konzentriere.

Ich frage Mesquita persönlich nach der neuen Herausforderung, derer er sich hier und heute widmen will. Der Chefkurator antwortet mit einer Tirade. Seine These: Wir leben in einer Zeit, in der wir das Ende der Systeme miterleben. Unsere Annahmen über die Funktionsweise und Stabilität des Weltklimas, der weltweiten Finanzmärkte oder der Globalisierung entpuppten sich alle als falsch. Doch den gegenwärtig geforderten Wandel empfinden die meisten Menschen trotz aller rationalen Erkenntnis des Scheiterns schlicht als zu anstrengend. «Why change» laute die Parole in der Regel. Alles bleibt, wie es immer war. Und genau hier grenzt sich Mesquita mit seiner Biennale ab. «No Walls!», «No Guides!», «No White Cube!» schmettert er in das Grossraumbüro, in dem er ein erstaunlich junges Team um sich versammelt hat. Dem «Change» habe er sich verschrieben – lange bevor Barack Obama mit einer ähnlichen Predigt das Bekenntnis zum Wandel populär gemacht hat.

## No party but work

Fernanda Dinamarco Feitosa, Direktorin der SP ARTE, der einzigen Messe für zeitgenössische Kunst in São Paulo, rauft sich die Haare über die ihrer Ansicht nach «abstrusen» Ideen Mesquitas. Die Kennerin des brasilianischen Kunstmarktes attestiert dem Kurator der Biennale kein gutes Zeugnis. «Desolat» sei die Situation der Museen, in denen nicht einmal genug Mittel vorhanden seien, um noch Licht und Wachpersonal zu bezahlen. So wurden im Dezember 2007 zwei Gemälde im Wert von siebzig Millionen Euro aus dem Museu de Arte de São Paulo gestohlen – das «Portrait de Suzanne Bloch» von Pablo Picasso und «O Lavrador de Cafe» von Candido Portinari.

Die Polizei konnte die Bilder in der Zwischenzeit zwar ausfindig machen und zurückbringen, aber dieses dramatische Beispiel belege, dass genau die Errungenschaften fehlten, auf denen Mesquita seine Argumentation für die Leere aufbaue: eine starke, differenzierte und belastbare Kunstszenen mit einem reifen Bewusstsein, eine geübte Kultur des Sammelns und Förderns. In dieser Situation eine Biennale ohne Beteiligung lokaler Künstler zu veranstalten, sei ein grosser Fehler. Feitosa kämpft nüchtern und ohne Miami-Glamour für ihren Markt. Das Ziel ihrer Messe: «... no party but work!»

Beim Gang durch die drei Stockwerke des Biennale-Pavillons mache ich mir ein eigenes Bild. Funktioniert Mesquitas Idee der Abwesenheit von Kunst? Öffnet sie einen Raum zum Denken und Fühlen über neue Möglichkeiten, neue Rollen? Was ich erlebe, reicht nicht. Der grosse Gewinner hier heisst Oscar Niemeyer. Seine

Architektur ist in ganzer Pracht zu begutachten, schliesslich ist der Pavillon nahezu leer. Doch wo steckt die Biennale? Wollte sie tatsächlich anecken, anstossen und anrühren – sie hätte mutiger sein müssen. Die Kunstwerke zu verabschieden und einen leeren Raum übrig zu lassen, ist nicht genug. Zu schön ist der Blick aus diesem Kontinuum durch den Park in die Stadt, zu erfahren im alltäglichen Umgang miteinander sind die Paulistaner mit diesem Gebäude. Zu wenig Sprengstoff und eine zu schwache szenografische Schlussfolgerung findet man vor.

Die Biennale kann aus strukturellen Gründen diesen auch monströsen Ort nicht verlassen, das habe ich von Mesquita gelernt. Doch dann hätte er vielleicht den Ort selbst stärker verwandeln sollen. So sind in der Abwesenheit zu wenig Spuren zu lesen. Und die wenigen Fussabdrücke chaotischen Kinderspiels, die sich auf dem Estrich finden, verschwinden soeben unter tatkräftigen Feudelschwüngen einer Reinigungskraft. Immerhin, die konsequente Umsetzung einer eigenen Zeitautorität wird deutlich spürbar: Alle Uhren im Gebäude stehen still. Zeit, das eigene Tempo zu bestimmen.

## Keine Angst vor dem Wandel

Ich blicke aus dem Flugzeugfenster. Alles andere als trivial scheinen die Vorgänge zu sein, die hier vor sich gehen. Kluge, erfahrene, streitbare und ambitionierte Menschen mit Sinn für den Gehalt zwischen den Zeilen haben mir gezeigt, dass sich in Südamerikas potentestem Staat nicht nur ein Bewusstsein für mögliche Antworten auf die Fragen unserer Tage abzeichnet, sondern auch der Wille existiert, dieses in die Tat umzusetzen. Wo wir in Europa auf ähnliche zeitgeschichtliche Phänomene stossen und dann häufig in der Reflexion verharren, marschieren die Vertreter Südamerikas – eines «neuen Amerika» vielleicht – munter drauflos.

Sie steuern in eine Zukunft mit neuen Spielregeln, die sie selbst nicht immer zu kennen scheinen. Dabei machen sie Fehler, und Missverständnisse entstehen; doch der Dialog findet in einer handfesten Wirklichkeit statt. Das Experiment des Weglassens ist hierfür ein starkes Beispiel. Die Ergebnisse werden vielleicht erst in ein paar Jahren verstanden – Mesquita rechnet mit zwei bis drei Biennalen, die nötig werden, bis man die 28. so gelesen haben wird, wie sie im Jahr 2008 intendiert war. Angst vor dem Wandel jedenfalls wird hier als Ratgeber nicht akzeptiert. Dafür sind die Interessen zu stark, die Neugier zu lebendig und die Möglichkeiten des ehemaligen Entwicklungslandes heute grösser als je zuvor. Wie steht es eigentlich um unsere Möglichkeiten? <

—

*Christopher Patrick Peterka (geb. 1978) ist Geschäftsführer des Thinktanks Gannaca mit Büros in Köln, New York und Shanghai. Er studierte Betriebswirtschaft, Politikwissenschaft, Soziologie und Medienwissenschaften in Köln und Düsseldorf. Sein erstes Unternehmen gründete Peterka mit 16 Jahren. Er reist viel um den Globus und verknüpft grosse Geister mit Talent, Sachverstand und Leidenschaft. Er ist Mitbetreiber des Institute for Applied Virtuality sowie Mentor im International Institute for Inspiration and Formation.*

# Das ist Du

- Du* bietet zehnmal im Jahr ein fundiertes Themenheft aus dem weiten Feld der Kultur.
- Du* nimmt aktuelle Zeitfragen auf und stellt neue Kontexte her.
- Du* stellt international bedeutende Kunstschaffende vor und lässt wichtige Newcomer zu Wort kommen.
- Du* gibt der Fotoreportage ihren Platz zurück.
- Du* zeigt, in welche Richtung sich die Welt verändert – durch die Brille der Kultur.
- Du* schafft Orientierung und trifft Meinungsführer auf Augenhöhe.
- Du* versteht sich als Trüffelschwein für das relevante Neue.
- Du* wird leidenschaftlich gesammelt.
- Du* bietet Emotionalität und Lesegenuss auf höchstem Niveau.
- Du* ist das Magazin für Kulturinteressierte und Menschen, die den Puls der Zeit verstehen müssen.

Das Kulturmagazin *Du* wurde 1941 gegründet und hat sich seither als bedeutende Stimme der Kultur in Europa einen festen Platz gesichert. Das Magazin entdeckt früh wichtige Themen und Strömungen des Zeitgeists, vermittelt die Sichtweisen bedeutender Kulturschaffender und versteht die Kultur als ein weites Feld, um aktuelle Veränderungen einzuordnen. Die anspruchsvolle *Du*-Leserschaft ist gebildet, kaufkräftig, urban, international orientiert, offen und einem gehobenen Lebensstil zugetan.



## Faxantwort an +41 (0) 55 220 81 77

Ich möchte *Du* lesen.

(Bitte ankreuzen)

- |   |                 |
|---|-----------------|
| <input type="checkbox"/> Einzelausgabe Ausgabe Februar 2009, <i>Auf der Suche nach dem Orient</i>                         | CHF 20.–/€ 12.– |
| <input type="checkbox"/> Schnupper-Abonnement, 3 Ausgaben<br>(Nur für Schweiz, Deutschland, Österreich und Liechtenstein) | CHF 40.–/€ 24.– |
| <input type="checkbox"/> Jahresabonnement Schweiz, Liechtenstein  | CHF 160.–       |
| <input type="checkbox"/> Jahresabonnement Deutschland, Österreich   | € 98.–          |
| <input type="checkbox"/> Jahresabonnement übriges Europa/ Übersee   | € 135.–         |

Andere Einzelheftbestellung und Informationen:  
 Telefon +41 (0) 55 220 81 90, Fax +41 (0) 55 220 81 77  
 abo@du-magazin.com, www.du-magazin.com

Name/Vorname \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Strasse/Nr. \_\_\_\_\_

PLZ/Ort/Land \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Datum/Unterschrift \_\_\_\_\_