

PARADOXIEN DES KUNSTWETTBEWERB ÖFFENTLICHEN KUNST IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Präambel



Ziel des Wettbewerbs ist es, als Vorbereitung für das Kulturhauptstadtjahr 2010 im Ruhrgebiet neue künstlerische Formen für veränderte öffentliche Räume zu initiieren, die die Wahrnehmung der Stadtnutzer (als Fahrende, als Konsumenten und als Telekommunizierende) berücksichtigen und bestenfalls auf Partizipation mit der Bevölkerung ausgerichtet sind.

Heute ist es kaum noch möglich, von **dem** öffentlichen Raum an sich zu sprechen. Denn wir beobachten eine zunehmende Unterteilung in verschiedene Teilöffentlichkeiten und ein Ineinanderschieben von privatem und öffentlichem Raum. Diese Veränderungen bringen uns dazu, uns mit einer anderen Wahrnehmung der öffentlichen Sphären zu beschäftigen und nach den Möglichkeiten der Kunst zu fragen, sich in diesem krisenhaften, paradoxen und immer wieder neu zurückeroberten Raum zu bewegen. Denn gerade mit diesen Suchbewegungen nach dem Status der Öffentlichkeit hält die Kunst das „Öffentliche“ am Leben.

Für das Ruhrgebiet, das im Jahr 2010 Kulturhauptstadt Europas sein wird, spitzen sich eine Reihe von Fragestellungen der Kunst im öffentlichen Raum zu: Für eine polyzentrische Stadtlandschaft sind die Dimensionen, Aufgaben und Funktionen einer Kunst im öffentlichen Raum neu zu denken. Um das Publikum der sich entwickelnden, neu entstehenden öffentlichen Räume zu adressieren, gilt es, Orte ins Visier zu nehmen, die bisher aus dem künstlerischen Betätigungsfeld weitgehend ausgegrenzt waren, wie z.B. die Shopping Malls.

Für eine dezentrale Städteagglomeration wie dem Ruhrgebiet geht es darum, neben traditionellen Orten des Austauschs auch die Orte des Transfers und Durchgangs wie Straßen und Autobahnen als öffentlich relevante Orte anzunehmen.

Der öffentliche Raum bezeichnet immer weniger ein klar umgrenztes Territorium mit fixen Grenzen. Übergänge zwischen privat und öffentlich werden mit der Mobiltelefonie ebenso fließend wie die Übergänge zwischen städtischem Raum und digitalem Raum der Daten. Gerade für eine polyzentrische Region wie dem Ruhrgebiet ist das Entstehen dieses neuartigen kulturellen Raums, der Kommunikation über weite Distanzen ermöglicht, eine Chance, regionale Bezüge vor dem Hintergrund globaler Entwicklungen herzustellen.

Der Wettbewerb „Paradoxien des Öffentlichen“ wird von der Stadt Duisburg und der Duisburg Marketing GmbH ausgelobt – gefördert durch die Kulturstiftung des Bundes, den Ministerpräsidenten des Landes Nordrhein-Westfalen, die Initiative StadtBauKultur NRW und Vodafone. Mitveranstalter ist die RUHR.2010-Kulturhauptstadt Europas.

Aufgabe

Aufgabe ist es, künstlerische Arbeiten zu entwickeln, die sich mit den ästhetischen und gesellschaftlichen Bedingungen der drei folgenden öffentlichen Räume auseinandersetzen:

1. Konsumräume:

Shopping Malls und Passagen

In Konsumräumen, wie Einkaufszentren, Shopping Malls und Passagen, entwickeln sich neue soziale Formen. Es entstehen semiöffentliche Räume – Stadträume, die öffentlich nutzbar sind, sich im privaten Eigentum befinden und sich mit allen Mitteln die Insignien der Öffentlichkeit einverleiben.

Es gilt, künstlerische Formen für die speziellen Bedingungen dieser Räume zu entwerfen, die den Betrachter als Konsumenten mit seinen Erwartungen, Bedürfnissen und Bewegungsformen ins Kalkül ziehen.

Die einzureichenden Arbeiten sollen sich mit dem konkreten Ort des Duisburger CityPalais beschäftigen, das nicht nur Shopping Mall ist, sondern neben Geschäften auch Restaurants, ein Spielcasino sowie das Veranstaltungs-, Konzert- und Kongresszentrum Mercatorhalle (den neuen Hauptspielort der Duisburger Philharmoniker) umfasst.

2. Transitorische Räume:

Straßen und Autobahnen

Wie wohl in kaum einer anderen Region Deutschlands prägen in der dezentralen Stadtlandschaft des Ruhrgebiets Straßen und Autobahnen die Wahrnehmungswirklichkeit der Menschen. In einer Gegend, die von drei mächtigen Autobahnen - der A 42, der A 40 und der A 2 - durchzogen wird, sind überall die Straße, der Durchgang und der Transit präsent.

Es gilt, für den Betrachter in Bewegung adäquate künstlerische Formen zu entwickeln.

Die einzureichenden Arbeiten sollen sich mit der besonderen Rolle der A 40 im Duisburger Raum beschäftigen. Sie können sich den konkreten örtlichen Gegebenheiten des Autobahnkreuzes Duisburg Kaiserberg, eines der größten Autobahnkreuze Europas, oder der besonderen Situation zwischen dem Autobahnkreuz Duisburg und der Abfahrt Duisburg-Häfen, die mit der A 59 und der Innenstadtverbindung Mercatorstraße, Kremer-Straße, Plessingstraße einen Zirkel bilden, beschäftigen.

3. Datenräume:

Mobile Technologien

Der öffentliche Raum wird immer mehr zu einem Raum der unsichtbaren Daten, der sich gerade in den letzten Jahren enorm ausweitet. Vor allem mobile digitale Medien, wie die Mobiltelefonie, verändern unser Verhalten im öffentlichen Stadtraum. Sie schaffen eine ganz eigene „Mixed-Reality“, in der sich die Wirklichkeitsebenen zwischen physischem Raum und Datenraum durchdringen.

Es gilt, künstlerische Formen zu entwickeln, die die Möglichkeiten der mobilen Technologien nutzen, um veränderte Kommunikations-, Interaktions- und Erzählweisen zu erproben, um damit einen neuen kulturellen Raum zu beschreiben.

Wettbewerbsart

Der Wettbewerb ist als einfacher einstufiger offener Wettbewerb ausgeschrieben. Der Wettbewerb ist nicht anonym. Die in dieser Auslobung formulierten Bedingungen sind einzuhalten.

Teilnahmeberechtigung

Teilnahmeberechtigt sind Künstler und Künstlergruppen aus den Bereichen bildende Kunst, Medienkunst, Performance, Architektur, Stadtforschung / Raumplanung, die ihr Studium abgeschlossen haben bzw. im Fall von Autodidakten ihren Beruf seit mindestens fünf Jahren ausüben.

Preisgericht

Fachpreisrichter/innen

Prof. Dr. Marie-Luise Angerer,

Rektorin der Kunsthochschule für Medien, Köln

Prof. Dr. Christoph Brockhaus,

Direktor der Stiftung Wilhelm Lehmbruck Museum, Duisburg

Dr. Söke Dinkla,

Künstlerische Leiterin des Kulturhauptstadtbüros Duisburg RUHR.2010

Prof. Dr. Raminta Jurenaite,

Kunstakademie Vilnius, Kuratorin und Kunstkritikerin

Prof. Christoph Schenker,

Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich, Leiter des Forschungsprojekts „Kunst und Öffentlichkeit“

Gerfried Stocker,

Direktor des Ars Electronica Centers und Künstlerischer Leiter der Ars Electronica, Linz

Prof. Dr. Ferdinand Ullrich,

Direktor der Kunsthalle Recklinghausen

Sachpreisrichter

Sigurd Trommer,

Vorstand Montag Stiftung Urbane Räume gAK, Bonn

Dr. Bernd Wiemann,

Head of Vodafone Group R & D (Research & Development), München

Jens Schönhorst,

Unternehmenssprecher der Landesentwicklungsgesellschaft (LEG) NRW, Düsseldorf

Vorprüfung

Bei Bedarf wird vom Auslober eine Vorauswahl-Kommission eingesetzt.

Leistungen

Jede/r Teilnehmer/in darf für den Wettbewerb nur eine Arbeit einreichen. Sie/er ordnet diese einem der drei Bereiche des Öffentlichen zu: 1. Konsumräume (Shopping Malls, Passagen), 2. Transitorische Räume (Straßen, Autobahnen), 3. Datenräume (mobile Technologien).

Jede/r Teilnehmer/in stellt ihre/seine Arbeit in einem Konzept (Text: 2 Seiten DIN A4), einer technischen Beschreibung (Text: 1 Seite DIN A4) sowie bis zu 5 Visualisierungen (Bilder als Ausdruck oder Fotografie) dar.

Zusätzlich kann ein bis zu dreiminütiges Video (auf DVD gespeichert) und eine bis zu dreiminütige Audio CD eingereicht werden. (Bitte unbedingt verwendete Programme außen auf der CD angeben). Für die Lesbarkeit digitaler Medien zeichnet der/die Einreicher/in verantwortlich.

Jede/r Teilnehmer/in fügt ihrer/seiner Konzeption einen aussagekräftigen Lebenslauf (Text: bis zu 2 Seiten DIN A4) bei.

Jede/r Teilnehmer/in fügt das ausgefüllte und unterzeichnete Anmeldeformular mit Verfassererklärung bei.

Jede/r Teilnehmer/in erklärt sich mit der Ausstellung und Publikation der eingereichten Arbeiten einverstanden und stellt dafür druckfähiges Bildmaterial zur Verfügung.

Termine

Ein vorbereitendes Kolloquium findet am 31. August 2007 von 14.00 bis 17.00 Uhr statt.

Verbindliche Anmeldung bis zum 24. August 2007 bei
n.huelsmeier@stadt-duisburg.de oder unter 0203 283 6427.

Die Teilnahme ist freiwillig.

Rückfragen können bis zum 29. August 2007 in schriftlicher Form an den Auslober gestellt werden.
Ihre Beantwortung erfolgt bis zum 5. September 2007.

Einsendeschluss ist der 1. Oktober 2007, 16.00 Uhr.

Es gilt das Datum des Poststempels.

Das Preisgericht tagt Anfang November im stadtbauraum, Gelsenkirchen.

Die Benachrichtigung der Teilnehmer/innen erfolgt bis Ende November 2007.

Die Preisverleihung findet im Mai 2008 in der Stiftung Wilhelm Lehmbruck Museum, Duisburg statt.

Änderungen vorbehalten.

Preise

Das Preisgericht vergibt folgende Preise:

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. Preis: | 5.000 Euro |
| 2. Preis: | 3.000 Euro |
| 3. Preis: | 2.500 Euro |

Außerdem vergibt die Jury zwei Sonderpreise in Höhe von je 2.500 Euro für eine Künstlerin oder einen Künstler aus Nordrhein-Westfalen und aus Duisburg.

Ergebnis

Es ist beabsichtigt, drei der prämierten Arbeiten im Mai 2008 für begrenzte Zeit im Rahmen des Festivals „Duisburger Akzente – Kulturfestival des Landes Nordrhein-Westfalen“ zu realisieren.

Für die Realisierung der Arbeiten steht pro Arbeit ein Gesamtbudget von 15.000 Euro zur Verfügung.

Das Preisgericht spricht eine Empfehlung zur Realisierung der prämierten Arbeiten aus.

Die endgültige Entscheidung zur Realisierung obliegt dem Auslober.

Es erscheint eine Publikation.

Ort der Einreichung

Duisburg Marketing GmbH
Bereich Festivalbüro
Frau Dr. Söke Dinkla
Landfermannstr. 6
D-47051 Duisburg

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

gefördert durch die



in Zusammenarbeit mit

