



BMW Art Car #18 von Cao Fei, Augmented Reality still (Detail), BMW Art Car nach Vorbild des BMW M6 GT3, Courtesy: BMW AG und Studio Cao Fei



Cao Fei, BMW Art Car #18, Macau (CHN) 16.–19. November 2017, BMW Motorsport, FIA GT World Cup, Augusto Farfus



Cao Fei, BMW AG, Foto: © Myrzik und Jarisch

Cao Fei

ZEITALTER DER UNGEWISSHEIT

von Anneli Botz

Die Chinesin Cao Fei zählt zu den innovativsten Künstlern ihres Landes. In ihrem multimedialen Werk untersucht sie, wie Urbanität und Technologie ihr Land verändern. In ihren Videos, Fotografien und Installationen entwirft Fei virtuelle Utopien und erkundet das Lebensgefühl einer Jugend- und Subkultur in Zeiten des rapiden Wandels. In der internationalen Kunstwelt ist das Werk der 39-jährigen hoch angesehen; erst vergangenes Jahr widmete ihr das MoMA PS1 in New York eine groß angelegte Retrospektive. Nur in China will man Cao Fei nicht zeigen. Nun brachte ausgerechnet ein deutscher Konzern ihre Kunst nach Peking.

Anneli Botz: Frau Fei, in diesem Jahr haben Sie für BMW das 18. Art Car kreiert, dessen Enthüllung in Peking stattfand. Damit stehen Sie in prominenter Tradition: Andy Warhol, Jeff Koons, Roy Lichtenstein, John Baldessari – sie alle durften bislang ein Auto für den deutschen Automobilkonzern entwerfen. Bei vielen wurde der Wagen bunt, extrem, abstrakt. Der dänische Künstler Olafur Eliasson hat ihn sogar in eine Eisskulptur verwandelt. Ihr Auto hingegen ist schlichtweg schwarz.

Cao Fei: Das stimmt. Bei BMW war man regelrecht enttäuscht, als ich dort anrief und sagte, dass ich in Sachen Material hauptsächlich nur Carbon Schwarz brauchen würde.

Wurde Ihnen dennoch geholfen?

Das Team hat für mich herausgefunden, dass die Farbe schon vergeben war. Der Künstler Anish Kapoor hat sie sich vor nicht allzu langer Zeit patentieren lassen.

Handelt es sich dabei um dieses besondere Schwarz, das zu neunundneunzig Prozent Licht absorbiert?

Exakt. Und ich brauchte es eben aus genau diesem Grund. Das von mir konzipierte Auto wird erst in Kombination mit einem Video und einer App zum Kunstwerk. Sobald ein Besucher sein Mobiltelefon auf das Auto richtet, wird eine zusätzliche Dimension sichtbar. Das klappt aber nur, wenn das Auto kein Licht reflektiert und dies schafft wiederum nur das schwärzeste Schwarz. Ich musste mir dann eine passende Alternative suchen.

Zu Ihrer Installation gehört außerdem ein Video. „Unmanned“, zeigt einen jungen Mönch, der von einem Kloster in den Bergen durch die chinesische Landschaft in die Zivilisation wandert. Dort taucht er via Virtual Reality in eine künstlich erschaffene Welt ein, in eine digitale Dimension von Spiritualität. Begleitet wird der Kurzfilm von dem Song „Oh my Gosh“ des britischen DJs, Produzenten und Musikers Jamie XX. Ein dynamischer moderner Track, der das gesamte Video sehr kontrastreich erscheinen lässt.

So soll es sein, denn der Film zeigt die Divergenz von Tradition und Fortschritt. Der Song hat einen treibenden Rhythmus, ist extrem und beständig. Das passt zu der Reise des Mönchs. Gegen Ende entwickelt sich im Lied eine erhebende Stimmung, gleichzeitig sagt der Text aber immer wieder „Oh my Gosh“ – auf Deutsch eine umgangssprachliche Bezeichnung für „Oh mein Gott“ – was genau genommen den Ausdruck eines unheilvollen Gefühls impliziert. Die Bewegungen, die der Mönch ausführt, spiegeln einen reinigenden Gestus wieder, der wie eine Art Segnung funktioniert. In China ist es so, dass man einen Mönch kommen lässt, sobald man ein neues Haus oder Auto kauft. Dieser spricht dann einen Segen, um dem neuen Besitz Glück zuzusprechen und im traditionellen Sinne böse Geister fern zu halten. So auch die Übertragung auf das Art Car und die App. Im Kontext des Videos steht der Mönch, als spirituell Praktizierender, im Kontrast zu der Umgebung des modernen Fortschritts und der unaufhaltbaren Veränderung.

Was ist Ihre Vorstellung einer Zukunft Chinas und der chinesischen Gesellschaft?

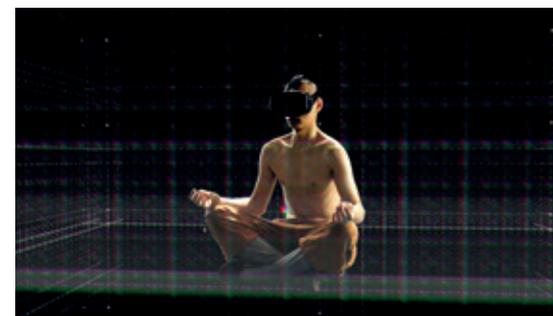
Zum Ende des Videos wird eine Mischung aus etwas Positivem und etwas Negativem vermittelt. Und das trifft in meinen Augen auch auf China zu. Ich denke, der Weg des Landes liegt im Ungewissen.

Sie haben dem Kurator Hans Ulrich Obrist die Zukunft Chinas einmal mit einem Plakat von der Zombie-Serie „The Walking Dead“ erklärt. Darauf ist vor dem Hintergrund einer amerikanischen Großstadt ein Highway zu sehen, dessen linke Spur mit Autos blockiert ist, die die Stadt verlassen wollen, während auf der rechten Spur ein einsamer Cowboy auf seinem Pferd zurück in die Metropole reitet. Dort wüten in der Serie wiederum die Zombies.

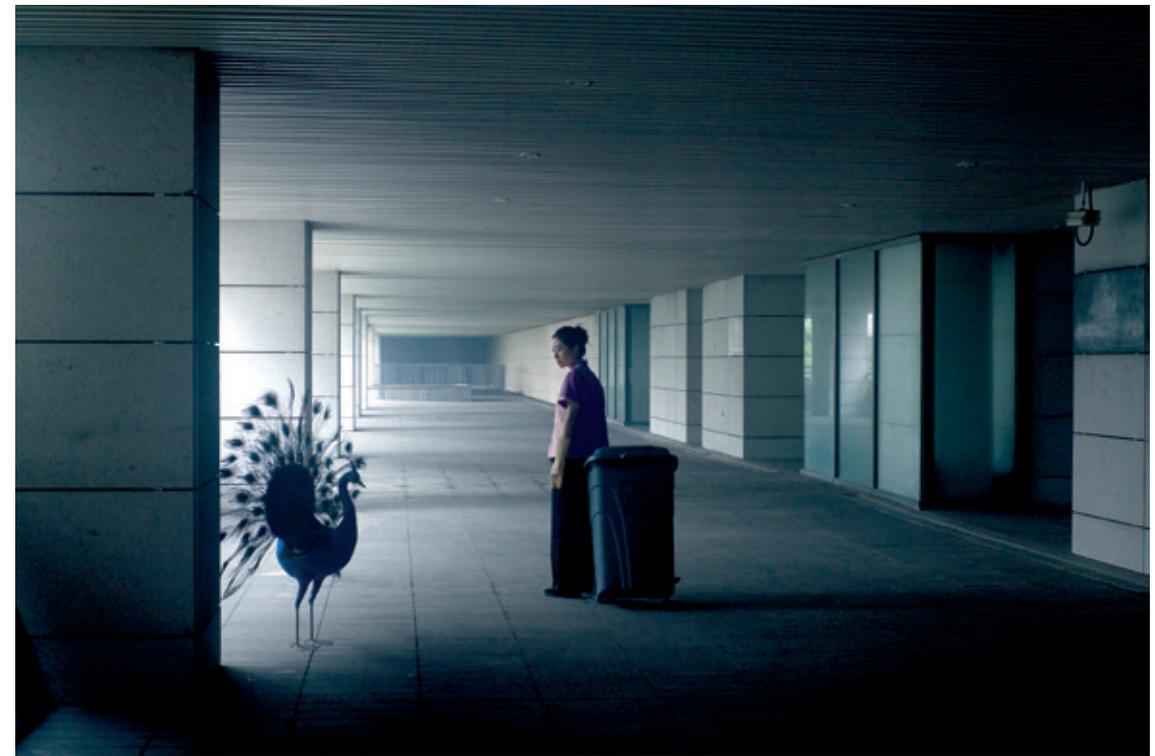
Das Gefühl, das ich mit diesem Vergleich beschreiben wollte, ist das einer unheilvollen Ahnung. Man weiß, da kommt etwas, kann aber nicht festmachen, was genau passieren wird. Die Atmosphäre ist unangenehm und bedrohlich, aber einen wirklichen Ausweg gibt es nicht. Man wandert im Nebel.

In gewisser Weise wollte ich die Hoffnungslosigkeit und Einsamkeit darstellen, mit der die Menschen unter diesem Nebel leben, ihre Isolation und ihre unerfüllten Wünsche.

Nebel scheint in Ihrer Arbeit ein wiederkehrendes Motiv zu sein. 2013 veröffentlichten Sie den Film „Haze and Fog“, was übersetzt „Dunst und Nebel“



BMW Art Car #18 von Cao Fei, *Unmanned*, Video, 4min51sec, Film still, Courtesy: BMW AG und Studio Cao Fei



Alle Bilder: Cao Fei, *Haze and Fog 04*, 2013, C-print, 70x105cm, Courtesy: die Künstlerin und Vitamin Creative Space



bedeutet. In dem fiktiven Spielfilm wird Peking zu einer Stadt, in der sich die Menschen nach und nach zu Zombies verwandeln. Die Putzfrau, der Postbote, die Prostituierte, sie alle werden zu Untoten. Eine weitere Parallele zu der amerikanischen Serie „Walking Dead“.

In Peking spielt die Umweltbelastung durch Smog eine große Rolle. Als ich eines Tages aus dem Fenster sah und kaum die Umgebung ausmachen konnte, empfand ich eine ähnlich apokalyptische Stimmung wie bei „The Walking Dead“. Vor allem aber bezieht sich „Haze and Fog“ auf einen Geisteszustand der Menschen in Peking; auf Art Schleier, der den Geist vernebelt. Um ihren Alltag zu meistern, verstecken sich die Menschen alltäglich hinter einer Maske. Dabei verlieren sie aber ihre Träume und existieren nur noch als Teil einer undefinierten Masse. In gewisser Weise wollte ich die Hoffnungslosigkeit und Einsamkeit darstellen, mit der die Menschen unter diesem Nebel leben, ihre Isolation und ihre unerfüllten Wünsche. Denn unabhängig von Status, Klasse, Geschlecht oder Alter, haben die Menschen doch alle sehr ähnliche Sehnsüchte. Dennoch geben sie diese nach und nach auf, wenn die Realität sie ihnen verweigert. Für mich ist so, als würden die Menschen infolgedessen

ihre Seelen verlieren – sie werden zu Zombies. Und das wird in „Haze and Fog“ dargestellt.

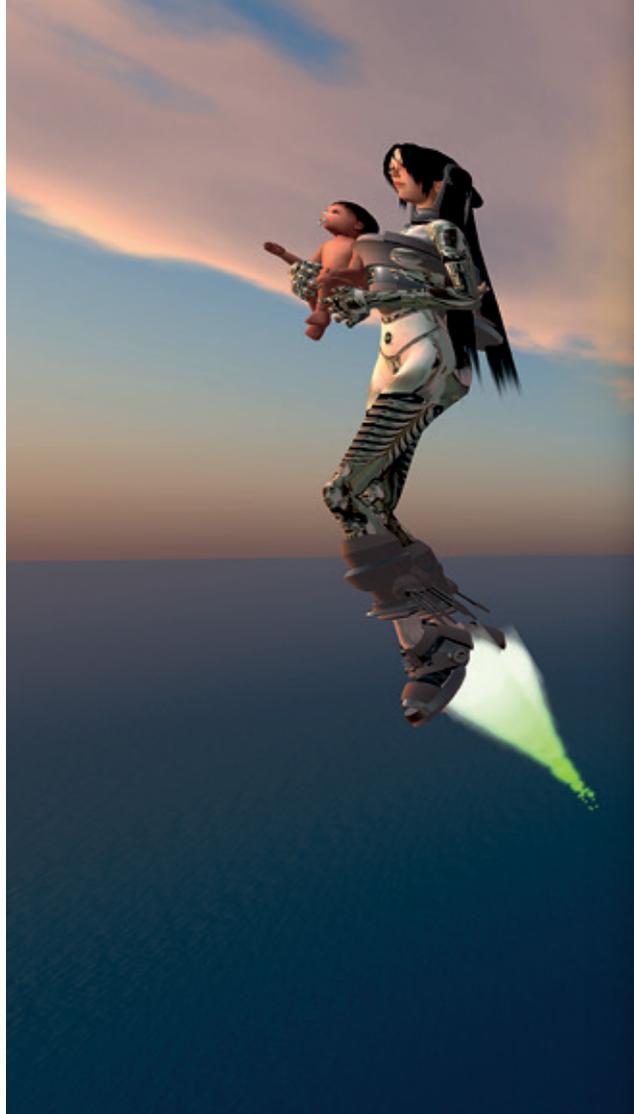
Die doch etwas morbiden Filmsequenzen unterlegten sie mit Tangomusik. Dadurch entsteht eine Atmosphäre, die sowohl von Humor als auch Schwermut geprägt ist.

Es sollte eine zugleich melancholische, aber auch skurrile Stimmung entstehen. Die einzelnen Szenen sind lang und die Kameraeinstellungen ruhig, dabei braucht es eine Musik, die die Bilder trägt. Es sollte ein befremdlicher Kontrast entstehen. Im Film leben Zombies und Menschen teilweise ganz unerkannt nebeneinander her. Unsere Realität ist in meinen Augen vielfach nicht minder absurd.

Wenn ein Pulk an Menschen vor Ihrem Art Car steht und jeder einzelne sein Handy in die Luft reckt, erinnert das durchaus ebenfalls an Zombie-Apokalypse.

Meine Arbeit ist an erster Stelle ja auch eine Beobachtung der Realität. (lacht)
Was denken Sie über Sexualität in der chinesischen Gesellschaft?

Ich denke, dass wir heutzutage auch hier in China in einem recht breitgefächerten Konzept von Sexualität leben. Auf der anderen Seite war die Gala



zur Enthüllung des BMW Art Cars, im Minsheng Art Museum, mal wieder ein gutes Beispiel für das Gegenteil. Von allen sieben Beteiligten, die auf der Bühne standen, war ich die einzige Frau. Selbst das Auto ist ja sehr männlich.

Von China ausgehend werden Sie oft als die stärkste zeitgenössische weibliche Künstlerin Chinas gehandelt. Haben Sie das Gefühl, auf diesen Zusatz reduziert zu werden, eine „weibliche Künstlerin“ zu sein? Man könnte ja auch einfach allgemein sagen „sie zählt zu den stärksten Künstlern des Landes.“

In der westlichen Welt ist es tatsächlich so, dass eine erfolgreiche Künstlerin von den Medien nicht zwangsläufig als weiblich bestimmt wird. In China wird der Einfluss des Mannes jedoch immer noch sehr hochgehalten. Das hat zum einen mit der Jahrtausendalten Tradition zu tun, und zeigt zum anderen das mangelnde Selbstbewusstsein vieler Männer

in der heutigen chinesischen Gesellschaft. Hat eine Frau wie ich dann als Künstlerin Erfolg, heftet man ihr gerne ein Label an. So kann man sie leichter klassifizieren und in Relation setzen.

Ihr Ehemann Lim Tzay Chuen ist selbst erfolgreicher Künstler, hat aber kein Problem damit, hinter Ihrer Karriere zurück zu stehen.

Das ist richtig. Aber mein Mann kommt aus Singapur und da denkt man wieder ganz anders als in China.

Im Kern bedeutet Freiheit für mich, Kunst machen zu können und mich ausdrücken zu dürfen. Ich denke, kreative Freiheit ist für fast jeden Künstler das größte Gut.

Was bedeutet Ihnen Freiheit?

Im Kern bedeutet Freiheit für mich, Kunst machen zu können und mich ausdrücken zu dürfen. Ich denke, kreative Freiheit ist für fast jeden Künstler das größte Gut.

Und, geht das in China? Wie gehen Sie mit dem Thema Zensur um?

Das ist eigentlich so, wie mit dem Art Car Projekt von BMW. Man erhält von außen Limitierungen und versucht diese Grenzen möglichst unauffällig zu überschreiten oder zu umgehen. Wenn man in China von Zensur spricht, ist es allerdings nicht so, dass die Grenzen hier offiziell vorgeben werden. Die Kunst liegt tatsächlich darin, eine unsichtbare rote Linie zu erkennen und diese dann möglichst elegant zu umschiffen. Diese Fähigkeit ist eine Art chinesische Philosophie, die wir über viele Generationen hinweg kultiviert haben.

In Ihrer Arbeit „RMB City“ von 2008 haben Sie den aktuellen Wandel Chinas thematisiert, allerdings in einer Welt, welche die Grenzen zwischen virtueller und realer Wirklichkeit auszuloten sucht.

Genau, RMB City ist eine Welt, die sich ursprünglich an dem Computerspiel Second Life orientiert. Ich habe hier einen virtuellen Raum kreiert, der den urbanen Wandel untersucht und als eine Art Labor gesellschaftliche Ausprägungen wie Kunst, Design, Architektur, das Kino, Politik und Ökonomie beleuchtet. RMB City entwickelt sich stetig weiter und ist an ein internationales Netzwerk von führenden Kunsteinrichtungen und diversen Projekträumen angeschlossen. Man kann es als eine Art avantgardistisches Model der urbanen Planung verstehen, in dem die Grenzen von vergangenem und zukünftigen, von virtuellem und realem verschmelzen, während die Verbindung zu China und der kosmopolitischen Welt klar bestehen bleiben. Wie bei Second Life hat der Spieler einen Avatar, in meinem Fall heißt die Hauptdarstellerin China



Cao Fei, *Tussle*, aus der Serie *Cosplayers*, 2004, C-print, 75 x 100cm, Courtesy: die Künstlerin und Vitamin Creative Space



Cao Fei, *La Town: Center Plaza*, 2014, C-print, 80x120cm, Courtesy: die Künstlerin und Vitamin Creative Space



Cao Fei, *Whose Utopia: My Future is Not a Dream 03*, 2006, C-print, 120x150cm, Courtesy: die Künstlerin und Vitamin Creative Space

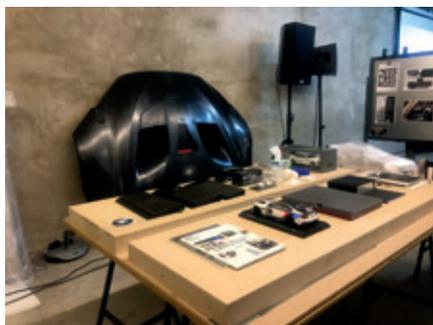


Cao Fei, *Whose Utopia: My Future is Not a Dream 02*, 2006, C-print, 120x150cm, Courtesy: die Künstlerin und Vitamin Creative Space





Alle Bilder: Studio Cao Fei, Foto: © Anneli Botz



Tracey. Schon im Avatar selbst ist die Möglichkeit zur Veränderung angesiedelt. Er ermöglicht uns, in andere Welten einzutauchen, andere Körper auszuprobieren, in verschiedenen Sozialformen zu bestehen.

Der Avatar ermöglicht uns, in andere Welten einzutauchen, andere Körper auszuprobieren, in verschiedenen Sozialformen zu bestehen.

Rein äußerlich orientiert sich die Ästhetik von „RMB City“ und ihrer Protagonisten sehr an dem Genre der Cosplayer, einer Art realem Kostümspiel, dessen Vorlage aus der japanischen Comic Kultur stammt.

In 2004 habe ich „COSplayers“ gedreht, einen surrealistischen Film, in dem Jugendliche, als japanische Manga-Charaktere verkleidet, miteinander kämpfen und interagieren. Der Film sollte die Diskrepanz der Teenager verdeutlichen, die die meiste Zeit in der virtuellen Welt, in einem Computerspiel verbringen und Schwierigkeit haben, sich im realen Leben verstanden und integriert zu fühlen. Sobald sie dann aber auch in der Wirklichkeit in ihre Kostüme steigen, ist das Leben leichter zu ertragen. Sie nehmen körperlich die Rolle ihres jeweiligen Spielcharakters an, werden zu einer Märchenprinzessin, einem Fabelwesen oder einem Ritter. Darin finden sie ihre Identität, ihr Selbstverständnis.

Versteht das chinesische Publikum diese Art eines Films genauso wie das westliche, oder gibt es da Unterschiede in der Rezeption?

Das westliche Publikum hat sehr schnell verstanden, dass es sich in diesem Film um den Generationswandel, um technologische Veränderung, die Urbanisierung und die darin bestehende und zuweilen verlorene Jugendkultur geht. Um ein Gefühl der Isolation und Orientierungslosigkeit. In China würde das nicht so leicht verstanden werden, da die Rezeption bis dato eine andere ist.

Es ist schon bezeichnend, dass erst ein ökonomisch einflussreicher Konzern eine Ausstellung meiner Kunst hier ermöglichen kann.

So wirklich austesten können Sie das unterschiedliche kulturelle Verständnis jedoch auch nicht. Obwohl Sie in Peking leben und kontinuierlich international ausstellen, wird Ihre Kunst in China kaum gezeigt.

Das stimmt leider, ja. Mein aktuelles Werk konnte ich überhaupt nur wegen der Kooperation mit BMW in Peking ausstellen. Es ist schon bezeichnend, dass

erst ein ökonomisch einflussreicher Konzern eine Ausstellung meiner Kunst hier ermöglichen kann. So werden Kollaborationen dieser Art zu einem alternativen Weg, meine Arbeit auch dem chinesischen Publikum zugänglich zu machen. Für mich ist das unheimlich wichtig, auch um in China eine mögliche Veränderung der Wahrnehmung verorten zu können. Ich denke, vor zehn, fünfzehn Jahren wäre es dem chinesischen Publikum noch wesentlich schwerer gefallen, meine Kunst nur ansatzweise zu verstehen. Aber durch den digitalen Wandel und die Öffnung des Landes scheint dies nun nach und nach möglich.

Kunst erhält hier verhältnismäßig wenig Aufmerksamkeit und wird von den meisten Chinesen als eine Elfenbeinturm-Disziplin angesehen.

Haben Sie das Gefühl, das Kunstverständnis ändert sich durch das Internet jetzt schneller?

Die Kunstszene in China ist recht klein, zumindest, was den akademischen Hintergrund angeht. Die Masse interessiert sich viel mehr für die Unterhaltungsbranche, die Technologie, die Finanzen und die Wirtschaft. Kunst erhält hier verhältnismäßig wenig Aufmerksamkeit und wird von den meisten Chinesen als eine Elfenbeinturm-Disziplin angesehen. Für das Gros der Chinesen ist die bildende Kunst etwas sehr entferntes. Bis sich da ein Habitus entwickelt, der zwischen religiöser und unreligiöser Kunst unterscheidet, wird es noch dauern.

CAO FEI

Cao Fei wurde 1978 in Guangzhou in China geboren. Dort besuchte sie die Guangzhou Academy of Fine Arts. 2006 zog sie nach Peking, wo sie bis heute lebt.

Cao Fei zählt zu den bekanntesten chinesischen Künstlern der heutigen Zeit. In ihrem umfassenden multimedialen und filmischen Werk vermischt sie Aspekte der Populärkultur mit surrealistischen Elementen und dokumentiert mit Video, Fotografie und virtueller Realität den rapiden und teils chaotischen Wandel innerhalb der chinesischen Gesellschaft. Ihr Werk wurde bereits auf diversen Biennalen gezeigt, darunter die Shanghai Biennale, die Moscow Biennale, die Taipei Biennale, die 15. & 17. Sydney Biennale, die Istanbul Biennale, und die 50., 52. & 56. Venedig Biennale. Im institutionellen Rahmen war Cao Feis Werk unter anderem in der Serpentine Gallery und der Tate Modern in London, dem New Museum und dem Guggenheim Museum in New York, sowie in der Fondation Louis Vuitton, dem Palais de Tokyo und dem Centre Pompidou in Paris zu sehen. Darüber hinaus widmete ihr das MoMA PS1 in New York 2016 eine umfassende Retrospektive. 2018 zeigt das K21 in Düsseldorf die erste große Show der Künstlerin in Deutschland. www.caofei.com