Zeitschrift: Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern

Herausgeber: Parkett

Band: - (2011)

Heft: 88: Collaborations Sturtevant, Andro Wekua, Kerstin Brätsch, Paul Chan

Artikel: Kerstin Brätsch : kecke Schale, komplexer Kern = alluring appearance, complex core

Autor: Ruf, Beatrix / Flett, Ishbel

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-679722

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

BEATRIX RUF

Kecke Schale, komplexer Kern

So umwoben waren wir wohl noch nie, keine Informationsaneignung, kein Genuss, keine geistige oder körperliche Betätigung, keine Arbeit oder Freizeit ohne Werbebanner, Sideclick, Pop-up, Umhüllung mit Marken, Konsummöglichkeiten, Customizing und Identitätsprojektionen. Egal welches Medium wir nutzen, egal in welcher Realität oder Virtualität wir uns bewegen, egal welche Wahl wir treffen, eine allgegenwärtige, und nebenbei meist schlecht gestaltete, Buntheit verspricht uns ein «So soll es sein», «Das willst Du», «Das kannst Du haben», «Das bist Du» als reale Möglichkeit. Realität und Fiktion, Unerreichbares und Erwerbbares, Vorher und Nachher, Vergangenheit und Zukunft, Mangelhaftes und Perfektes scheinen darin zu verschmelzen und das Unvereinbare dieser Kategorien wird in Bild- und Text-Collagen mit Absicht, aber ohne erkennbaren Geschmack oder Stil zusammengezwungen.

Kerstin Brätsch agiert in ihrer Kunst mit einer ähnlich präsenten Buntheit der Mittel und Referenzen: Mit der Anlehnung an die Warenhaftigkeit von Bildern und durch einen Prozess kontinuierlicher Variation wird die Aufmerksamkeit für ihre grossflächigen Kunst-Banner immer wieder reaktiviert. Diese ungewöhnlich grossen Papiergemälde (meist 300 x 200 cm) und die überlangen bemalten Mylarfolien sind entweder auf schrillen Plexiglasplatten in den Raum gestellt, an der Wand verankert wie Werbefahnen oder sie sind mit mörderisch starken Magneten auf das Glas eigentlicher «Kunstrahmen» montiert oder hängen drapiert wie Stoffe auf diversen Trägermaterialien im Raum.

Die Arbeiten von Kerstin Brätsch basieren auf der Kreativität eines medial forcierten Kollektiven, das die Gleichzeitigkeit der Originale mit den unüberschaubaren Parallelexistenzen von Reproduktionen und der medialen Verbreitung von Bildern als gegeben akzeptiert und uns diesen Realitätszustand in ihren Werken kritisch erlebbar macht. In einem von der Künstlerin verfassten 103 Punkte umfassenden *Psychischen Atlas* heissen Punkt 22 «Malerei ist performativer Realismus (Ich bekenne, ich zweifle)», Punkt 30 «Ein Raum mit Theaterrequisiten und gleichzeitig eine V.I.P. Lounge», 58 «Gedankenformen/Emma Kunz» und 59 «Picabia».

Brätschs Gemälde sind von vielen Historien, Geschichten, Originalen durchzogen: der Romantik, der Frühmoderne, dem Deutschen Expressionismus,

BEATRIX RUF ist Direktorin der Kunsthalle Zürich.

KERSTIN BRÄTSCH for DAS INSTITUT, Broadwaybrätsch Corporate Abstraction, 2010, Art Basel Statements, installation view / Installationsansicht.

dem Abstrakten Expressionismus, aber auch Francis Picabia spielt eine Rolle, die Malerei der 50er-Jahre und Martin Kippenberger, Sigmar Polke, Albert Oehlen, die 80er-Jahre insgesamt – Okkultismus, Esoterik und Warentrash. Generationskollegen wie Josh Smith und Seth Price, deren malerische und mediale Arbeiten Themen des Originals, der Handschrift, des medialen Vertriebs und der dadurch veränderten Bedeutungsproduktion berühren, klingen mit – und selbstverständlich ist die Werbeästhetik roter Faden, durchdringendes Element und Leitidee ihrer auf das Display und die Präsentationsform reflektierenden Installationen.

Caterina Riva und Joshua Simon formulieren in ihrer Einleitung zum Dialog «Die Sprache der Dinge» im Showroom in diesem Dezember in London:

Als Karl Marx im Kapital den Warenfetischismus beschrieb, führte er aus, dass der Ware jenseits ihres Handels- und Nützlichkeitswertes ein dritter Wert eigen ist: «Eine Ware scheint auf den ersten Blick ein selbstverständliches,

triviales Ding. Ihre Analyse ergibt, dass sie ein sehr vertracktes Ding ist, voll metaphysischer Spitzfindigkeit und theologischer Mucken.» (Das Kapital, Der Fetischcharakter der Ware und sein Geheimnis) In den seither vergangenen hundertfünfzig Jahren ist die Ware zu einem historischen Subjekt in der Gegenwartskultur geworden. Fast jedes Objekt betritt die Welt als Ware und als solches fühlt es sich in ihr sehr zu Hause (man denke zum Beispiel an IKEA ...). Durch verschiedene Strategien der Komposition, Appropriation und Re-Kontextualisierung unterschiedlicher Waren versuchen Künstler heutzutage Kunst zu machen und zu verstehen. Von einer Assemblage von Produkten bis zu einem abstrakten Gemälde, könnte man argumentieren, dass einige Waren Kunstobjekte sind, aber alle Kunstobjekte schlussendlich Waren: Die Ware geht nicht nur der Warenhaftigkeit des Kunstwerks im Kunstmarkt voraus, sondern dem Kunstwerk selbst. Es ist das Material alller Materialien. Es ist die fundamentale Technik jeder Technik, das Medium aller Medien.[1)]

Metaphysische Spitzfindigkeiten und theologische Mucken durchdringen auch das Werk Kerstin Brätschs. Die so offensichtlich im Warensinn durchdeklarierte Präsentation und Distribution der Arbeiten bietet Testfälle für Vermutungen, Erwartungen, Möglichkeiten, Spekulationen erweiterter Werte der Kunst an.

Zusammen mit Adele Röder hat sie folgerichtig 2007 die nicht minder aufgeputzt genannte Firma DAS INSTITUT gegründet. Eine Import/Export Agency, die in einem unauflösbaren Hinein und Hinaus von Original und Variation, Individualisierung und Multiplikation, Authentifizierung und Analyse

KERSTIN BRÄTSCH, left COME BYE – GHOST; right GIVE ME STRENGTH – GHOST, New Images – Unisex Series; exhibition view "Buybrätschwörstghosts" at Hermes und der Pfau, Stuttgart, 2009 / links KOMM AUF WIEDERSEHEN – GEIST, rechts GIB MIR KRAFT – GEIST, Ausstellungsansicht. (PHOTO: BERNHARD KAHRMANN)

KERSTIN BRÄTSCH for DAS INSTITUT,
GIVE ME STRENGTH, 2009,
New Images – Unisex Series, oil on paper, 72 x 110" /
GIB MIR KRAFT, Öl auf Papier, 182,9 x 279,4 cm.

von Identität, der Verwertung der Bildmotive beider Künstlerinnen dient.

Brätsch und Röder produzieren mit/für/durch DAS INSTITUT sowohl individuelle wie kollaborative Arbeiten. Ihre Bilder durchwandern im INSTITUT multiple Variationen von Erscheinungsformen, sie werden zu Stoffmustern, Strickmode, Modekollektionen, Diaprojektionen, Piktogrammen, Bühnensets, Indexlisten und Gebrauchsgegenständen, zu Aufklebern und Abziehbildern, zu Büchern und Kunstausstellungen (I) und was es sonst noch so zum Vertrieb geben kann. Geister und Parasiten der Kunst in allen möglichen Erscheinungsformen, alles «zertifiziert» durch einen Firmennamen. Die grandiose Namensgebung federt die Wägbarkeiten individuell-subjektiver Äusserungen ab, sie steht für alle Forschungs- und Bildungsanstalten der Erkenntnis- und Güterwelt – entlarvt sich aber auch selbst polemisch, humorvoll und kritisch als strategisches Schachzug- und Versicherungsmodell.

HEY DU KUNST, HEY KERSTIN BRÄTSCH – die Titel der Arbeiten und das, was die Künstlerin an Text in ihren Werken zur Sprache bringt, setzen das absichtsvoll Aufreizende und das immer haarscharf an der Bedeutungsfrage schlingernde Werben der Arbeiten in grandioser Ambivalenz ins Bild: New-Images-UNISEX-SERIES; PSYCHICS SERIES; ÄTSCH BRÄTSCH; MR. EYE GIVES YOU A DEAL; MADE IN CHINA; WER ICH WIRKLICH BIN, JA HALLO?, HELLO, YES HELLO!; DOUBLE DEBO; GIB MIR KRAFT; ARE YOU GAME?; FÜRST FÜRST SERIES; BUYBRÄTSCHWÖRST; DI WHY RELAX! SWISS SPA CAVA SERIES; GENRES, PERHAPS, OR TACTICS, MAYBE?, STARS AND STRIPES SERIES; LA TECHNIQUE DE BRÄTSCH SERIES; BROADWAY-BRÄTSCH_CORPORATE ABSTRACTION (II); KERSTIN KOPY KOMMERZIAL; WHO'S KERSTIN BRÄTSCH?, WHEN YOU SEE ME AGAIN IT WON'T BE ME ... Pompöse Fragen an die Identität, pompöse Erwartungsansprüche der Kunst, pompös benutzerfreundliche Produktionen. (III)

Bei Kerstin Brätsch und bei DAS INSTITUT ist die Erscheinungsform eines Kunstwerks immer eine Möglichkeit von vielen, Identität eine von vielen möglichen und sogar das Authentizität verheissende handgemalte Original der technikvirtuosen Kerstin Brätsch kann zahlreiche «Geister» evozieren und produzieren.

2009 hat Brätsch in zwei zeitgleichen Ausstellungen die Originale und die Geister gezeigt: In der Pariser Galerie Balice Hertling fand «BUYBRÄTSCHWÖRST» statt und in der Stuttgarter Galerie Hermes und der Pfau sah man sämtliche Exponate der Pariser Ausstellung als Variationen, Mutationen und Übertragungen unter dem Titel «BUYBRÄTSCHWÖRSTGHOSTS». Auch DAS INSTITUT hat seine Geister produziert und in Stuttgart die Schwarzweiss-Kopien der farbigen

Hefte präsentiert, die in der Galerie Balice Hertling Kerstin Brätschs Ausstellung dokumentierten.

Kerstin Brätsch und Adele Röder bemühen mit ihrem INSTITUT absichtsvoll etwas ausgeleierte Vorstellungs- und Erwartungsbereiche und gelangen so zu möglichen neuen Spannungsmodellen. Dies tun sie nicht im Sinne einer Erweiterung künstlerischer Aktivitäten und Formulierungen aus der Kunst hinein in die Welt, das Design, den Gebrauch, so wie es etwa in den 90er-Jahren als Erweiterung der Produktions- und Bedeutungsbedingungen der Kunst realisiert und thematisiert wurde. Stattdessen geht es ihnen um Problematisierungen der Authentifizierung von Kunst in einer durchkommodifizierten Weltoberfläche, um Performanzen von Dingen und ihren Bedeutungen, um mögliche Instrumente zur Abstraktion, aber auch um das, was Kunst, Mode, und Design im Rahmen einer Produktwelt insgesamt an Modellen, Information und Sinnübertragungen leisten können – sie nennen das für die Vorgehensweise des INSTITUTS: Design, Werbung, Distribution.

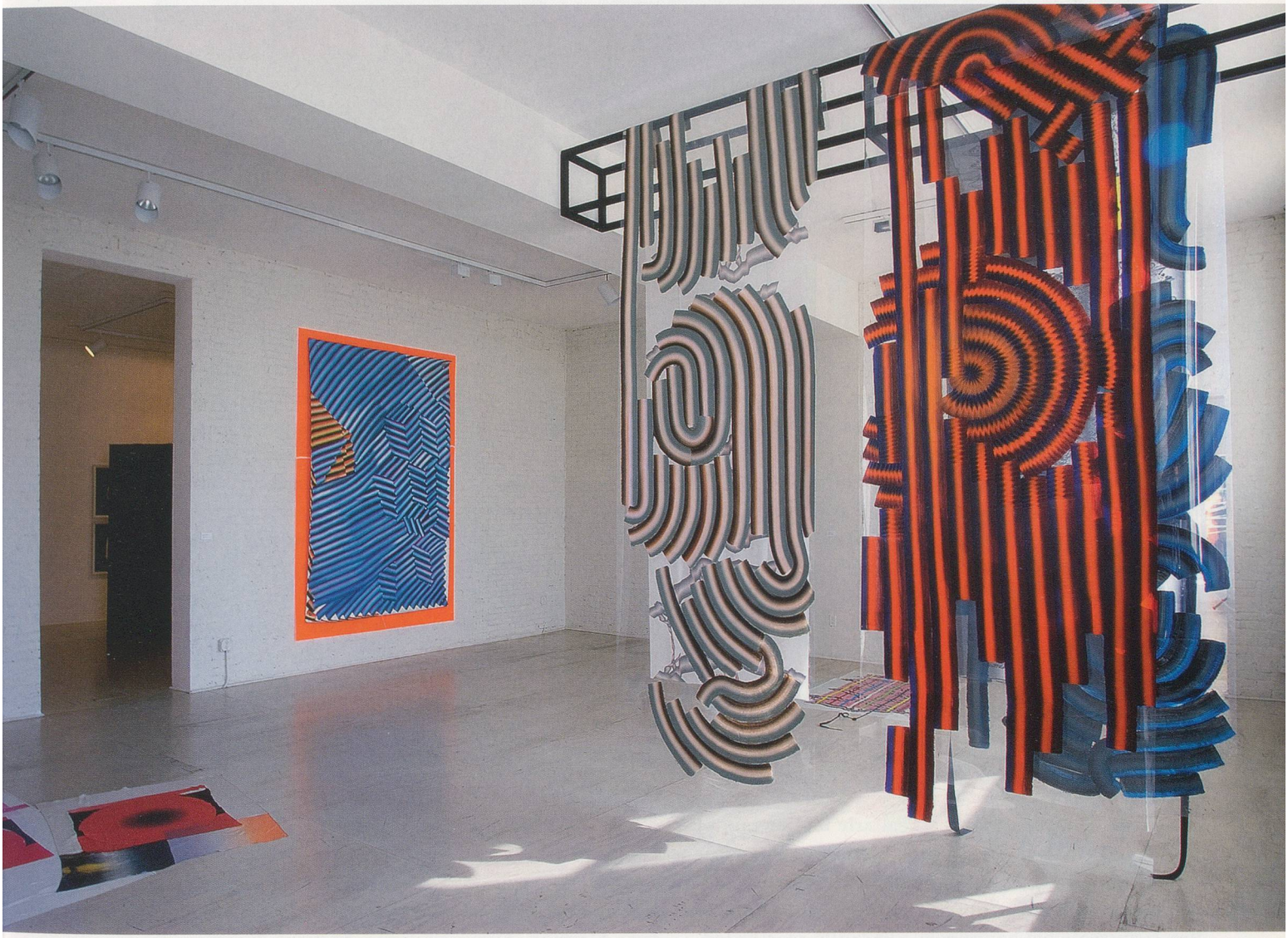
I: In zwei Ausstellungen «Thus! Unit # 1-3» im Ausstellungsraum New Jerseyy in Basel und «Thus! Unit # 4» in der Ausstellung Greater New York, P.S.1 in New York (beide 2010) spielen die Künstlerinnen das gesamte Repertoire ihrer Zusammenarbeit durch: «Originale» von Kerstin Brätsch finden ihre digitalen Doppelgänger als Textilien von Räder und erscheinen wiederum von Brätsch gemalt in Variationen als «authentische» Papiergemälde an der Wand. Bildmotive von Adele Röder sind als Stoffdrucke am Boden auf den Ingredenzien der Präsentationsformen von Malerei ausgelegt (Holzrahmenelemente und Glas etwa), aber sie kommen auch als Stoffe, Kleider, Gebrauchsobjekte vor. Ineinanderverwobene Motive beider Künstlerinnen, hängen als Drapagen von Prints auf Werbefolien von Stangen wie auch weitere Stoffdrucke von Röder und handgemalte Mylargeister-Brätscher-Bilder. Für die Ausstellungen haben die beiden Künstlerinnen auch eine Werbekampagne entwickelt, in der beide vor ihren Arbeiten zu sehen sind, beide halten eine Schrifttafel hoch, auf denen die Initialen der Firma «DI», DAS INSTITUT, eher als «ID», Identity gelesen werden kann.

II: Auch bei BROADWAYBRÄTSCH_CORPORATE ABSTRACTION, Kerstin Brätsch für DAS INSTITUT, gezeigt in den Art Statements der Art Basel (2010), dekliniert Kerstin Brätsch Präsentationsformen der Kunst mit Vermarktungsmodellen und Mode. Ihre Präsentation bestand aus einer grossen Gruppe von sieben Papiergemälden, die gestapelt präsentiert wurden, im jeweiligen Wechsel, sodass jeweils drei Bilder sichtbar waren, die grossformatigen Papiere waren wie immer mit Magneten auf die Vorderseite der Gläser in massiven Holzrahmen fixiert. Die gemalten Bilder enthielten Motive zahlreicher früherer Gemälde Brätschs, in einer grandiosen Mischung entstand ein Remix von eigenen Arbeiten und Evokationen von abstrakten Werken der Kunstgeschichte. In der täglichen Neumischung der Bilder zueinander wurde zudem eine Ausstellungssituation als permanenter Remix von Bildern in erweiterter Form geschaffen (Punkt 22. «Malerei ist performativer Realismus (Ich bekenne, ich zweifle)»). DAS INSTITUT hatte Werbeposter mit einem Motivmix beider Künstlerinnen und Stoffdrucke hergestellt, die als Wandposter (DAS INSTITUT, 2010)und als Hemden der Galeristen (Adele Röder für DAS INSTITUT, 2010) ebenso im permanenten Wandel die Gesamtinstallation in einen beschleunigten Zirkus der Begriffsdeflationen verwandelte: Was ist die Kunst? Wer vermarktet? Wer performt? Wo ist das Original? Who is Kerstin Brätsch?

III: In ihrer neuesten Werkgruppe nehmen die beiden Künstlerinnen sich selbst als Material und machen das, was man ein photographisches «Porträt» nennen könnte. Mit Malerei, Modeaccessoires, mit Drucken, Stoffen und anderen Produktionen von DAS INSTITUT und individuellen Arbeiten der beiden Künstlerinnen schaffen sie ein graphisches, alles verwebendes Gesamtprodukt Mensch.

1) «The Language of Things», in The Showroom, 4. Dezember 2010, ein Gespräch mit Luigi Fassi, Stefano Harney, Julia Mortiz, Andrea Phillips und Joshua Simon. http://www.theshowroom.org/programme.html?id=101,355

DAS INSTITUT, "Greater New York," exhibition view PS 1, New York, 2010 / Ausstellungsansicht.
(PHOTO: LUKAS KNIPSCHER)



BEATRIX RUF

Alluring Appearance, Complex Core

Never have we been so wantonly wooed. No quest for information, be it for business or pleasure, work or leisure, comes without a banner ad, a sideclick, a pop-up, a barrage of brand names and consumer temptations, customization and projected identities. No matter what medium we use, real or virtual, no matter what choice we make, there is an omnipresent and often shoddily designed parade of all things bright and shiny telling us how life could be, how much we want this or that, how readily something is within our grasp, that we can be whoever we want to be, or are told we want to be. Reality and fiction, the unattainable and the obtainable, before and after, past and future, inadequacy and perfection all seem to fuse in collages of text and image, forcibly uniting the incompatible, with great purpose, but with no discernible taste or style.

Kerstin Brätsch deploys a similarly motley mix of media and references in her art. Exploiting the status of the visual image as a marketable commodity, and using a process of continuous variation, the allure of her large-scale art banners is constantly reactivated. These extraordinarily large paper paintings (most of them 300 x 200 cm) and extra-long sheets of painted mylar are either installed on the floor of the gallery, on strident Plexiglas panels, anchored to the wall like advertising banners, mounted with super-strong magnets on the glass panes of bona-fide "art frames," or draped like swathes of fabric over a variety of objects in the gallery space.

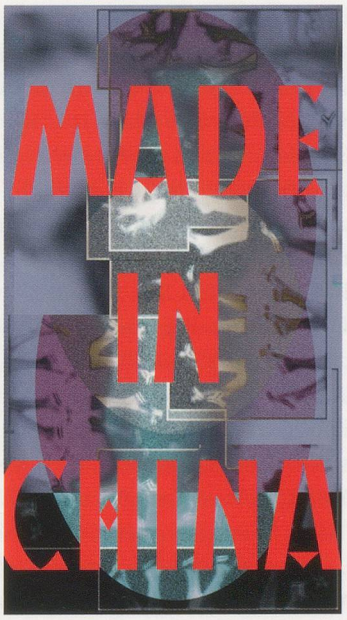
Kerstin Brätsch's works draw upon the creativity of a media-driven collectivity that accepts, as given, the simultaneity of the original with the inevitable parallel existence of reproductions and the media dissemination of images, and they reveal this state of reality to us both critically and tangibly. In her 103-point *Psychischer Atlas* (Psychic Atlas), the artist lists Point 22 as "Painting is performative realism. (I declare that I doubt)," Point 30 as "A theatre-requisite room and a V.I.P. Lounge at the same time," Point 58 as "Thought Forms/Emma Kunz," and Point 59 as "Picabia."

Brätsch's paintings are teeming with histories, stories and originals: Romanticism, Early Modernism, German Expressionism, Abstract Expressionism, and even Francis Picabia all play a role, as does the painting of the 1950s, and the 1980s in general, from Martin Kippenberger, Sigmar Polke, and Albert

BEATRIX RUF is the director of the Kunsthalle Zürich.

KERSTIN BRÄTSCH for DAS INSTITUT, MY PENIS HAS THE SHAPE OF MY HEART ON THE PILLOWS, 2009, painting and poster, exhibition view "Buybrätschwörst," Balice Hertling Paris / MEIN PENIS HAT DIE FORM MEINES HERZENS AUF DEM KISSEN, Gemälde und Plakat, Ausstellungsansicht.

DAS INSTITUT, WHO I REALLY AM, 2009, title poster, digital print on archival paper, 39 $^{3}/_{8}$ x 27 $^{1}/_{2}$" / WER ICH WIRKLICH BIN, Titelplakat, Digitaldruck auf Archivpapier, 100 cm x 70 cm.



DAS INSTITUT, MADE IN CHINA, 2009, title poster, digital print on archival paper, 39 $^{3}/_{8}$ x 27 $^{1}/_{2}$" / Titelplakat, Digitaldruck auf Archivpapier, 100 cm x 70 cm.

DAS INSTITUT, EAT AND DRINK VARIABLE FROM DI WHY RELAX!, 2009, Swiss Spa ca va Series, silkscreen on mylar, each 39 $^{3}/_{8}$ x 51 $^{1}/_{8}$" / ISS UND TRINK VARIABEL VON DI WARUM ENTSPANNUNG!, Siebdruck auf Mylarfolie, je 100 x 130cm.

DAS INSTITUT, QUIET PLEASE VARIABLE FROM DI WHY RELAX!, 2009, Swiss Spa ca va Series, silkscreen on mylar, each 39 $^{3}/_{8}$ x 51 $^{1}/_{8}$" / RUHE BITTE VARIABEL VON DI WARUM ENTSPANNUNG!, Siebdruck auf Mylarfolie, je 100 x 130cm.

Oehlen to the occult, the esoteric, and consumer trash. The work of her own contemporaries, such as Josh Smith and Seth Price, whose paintings and media-based works address issues relating to the original, the hand of the artist, media distribution, and the way these affect the production of meaning, are also referenced—and, needless to say, the aesthetics of advertising runs like a red thread throughout, a leitmotif permeating her installations reflecting on aspects of display and presentation.

Caterina Riva and Joshua Simon, in their introduction to the dialogue "The Language of Things" at the Showroom, London, in December 2010, state:

When Karl Marx described commodity fetishism in Capital (1867), he mentioned that beyond its exchange and use values, the commodity has a third implied quality, or as he put it: "A commodity appears, at first sight, a very trivial thing, and easily understood. Its analysis shows that it is, in reality, a very queer thing, abounding in metaphysical subtleties and theological niceties." Since the past 150 years the commodity has become the historical subject in contemporary culture. Almost every object enters the world today as a commodity and as such it feels most at home in this world (think of IKEA ...). Through various strategies of composition, appropriation and re-contextualization of different commodities, artists try to make and understand artworks today. From an assemblage of consumer products to an abstract painting, one could argue that some commodities are art objects, but all art objects are commodities. The commodity not only precedes the commodification of artworks in the art market, but it precedes the artwork itself. It is the material that is in all materials. It is the basic technique of every technique, the fundamental medium of all mediums.[1)]

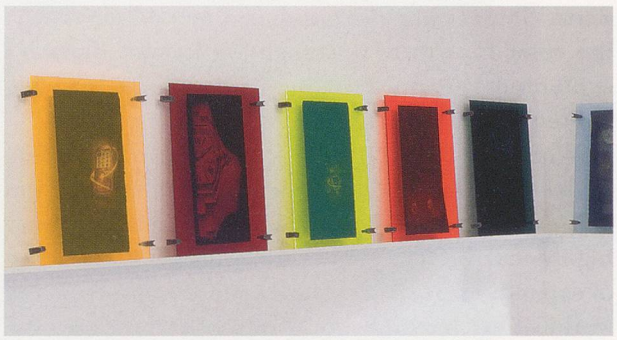
Metaphysical subtleties and theological niceties also permeate the work of Kerstin Brätsch. The presentation and distribution of her works are so obviously and explicitly informed by the spirit of commodification that they provide test cases for the assumptions, expectations, possibilities, and speculation relating to the expanded values of art.

In 2007, true to form, she and Adele Röder founded the suitably ostentatiously named company DAS INSTITUT as an import/export agency serving to promote the visual motifs of both artists in an inex-

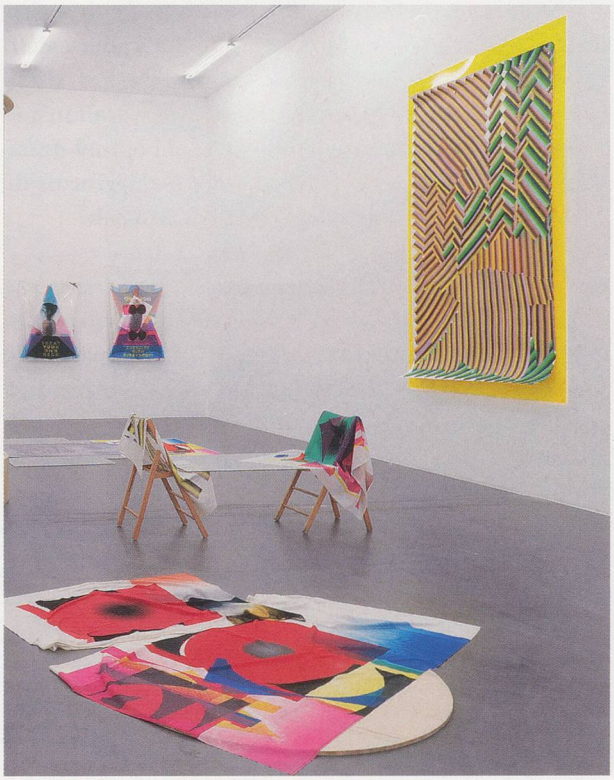
tricable to and fro of original and variation, individualization and multiplication, and authentication and analysis of identity.

Brätsch and Röder produce both individual and collaborative works with, for, and through DAS INSTITUT. Within DAS INSTITUT, their images undergo multiple variations of appearance and form, becoming textile patterns, knitwear, fashion collections, slide shows, pictograms, stage sets, index lists, functional everyday objects, stickers and transfers, books, and art exhibitions (I)—and indeed, just about anything else that might lend itself to distribution. The ghosts and parasites of art appear in every conceivable form, all duly certified, as it were, by a brand name. The grand title buffers the ponderables of individual subjective statements, standing as it does for all the research and educational institutes that populate the world of knowledge and commodities. At the same time, it is a strategic move and a form of insurance that is as polemical and critical as it is witty.

KERSTIN BRÄTSCH for DAS INSTITUT, UNTITLED, 2010, spraypaint, New York Times *advertisements, Plexiglas, metal clamps, each 19 $^{3}/_{3}$ x 27 $^{1}/_{2}$", exhibition view "Rien Rien!," Parc Saint Léger / OHNE TITEL, Sprühfarbe,* New York Times *Reklamen, Plexiglas, Metallklammern, je 50 x 70 cm, Ausstellungsansicht. (PHOTO: PARC SAINT LÉGER)*



DAS INSTITUT, "Non-Solo Show, Non-Group Show," Swiss Spa ca va, installation view / Installationsansicht, Kunsthalle Zürich, 2009. (PHOTO: STEFAN ALTENBURGER)



HEY DU KUNST, HEY KERSTIN BRÄTSCH—the titles of the works and what the artist expresses in them highlight, with grandiloquent ambiguity, the deliberate allure of the works and their oblique yet pertinent allusion to questions of meaning: UNISEX SERIES; PSYCHICS SERIES; ÄTSCH BRÄTSCH; EYE GIVES YOU A DEAL; MADE IN CHINA; WER ICH WIRKLICH BIN, JA HELLO, HELLO, YES HELLO; DR. DEBRO; GIB MIR KRAFT; ARE YOU GAME?; FÜRST FÜRST SERIES; BUY-BRÄTSCHWÖRST; DI WHY RELAX! SWISS SPA CAVA SERIES; GENRES, PERHAPS, OR TACTICS, MAYBE?; STARS AND STRIPES SERIES; LA TECHNIQUE DE BRÄTSCH SERIES; BROADWAYBRÄTSCH/CORPORATE ABSTRACTION (II); KERSTIN KOPY KOMMERZIAL; WHO'S KERSTIN BRÄTSCH?; WHEN YOU SEE ME AGAIN IT WON'T BE ME ... Pompous questioning of identity, pompous expectations of art, pompously user-friendly productions. (III)

In the oeuvre of Kerstin Brätsch and DAS INSTITUT the outward appearance of the artwork is invariably only one of many possibilities; its identity is one of many possible identities and even the promise of authenticity embodied in the hand-painted original by an artist as technically skilled as Kerstin Brätsch can invoke and produce many "ghosts."

In 2009, Brätsch mounted two simultaneous exhibitions featuring originals and their ghosts. All the works in her "BUYBRÄTSCHWÖRST" exhibition at the Balice Hertling gallery in Paris were presented in her "BUYBRÄTSCHWÖRSTGHOSTS" show at the Hermes und der Pfau exhibition space in Stuttgart in the form of variations, mutations, and transpositions. Ghosts were also produced by DAS INSTITUT: the color brochures documenting Kerstin Brätsch's exhibition at Balice Hertling in Paris were available in Stuttgart in the form of black-and-white copies.

With DAS INSTITUT, Kerstin Brätsch and Adele Röder trawl through hackneyed areas of imagination and expectation to dredge up potentially new and highly-charged forms. They do not do so in the sense of expanding artistic activities and formulae from the world of art into the world of design and use, the way artists did in the 90s, by creating or addressing, for instance, the conditions by which the production and meaning of art are expanded. Instead, they focus on the problems of the authentication of art in a thoroughly commodified world, on possible instruments of abstraction, and also on what art, fashion, and design are capable of achieving within the world of products in terms of creating models, spreading information, and conveying meaning. For the purposes of DAS INSTITUT, they describe this approach as design, advertising, and distribution.

I: In two exhibitions—"Thus! Unit # 1-3" at the New Jerseyy gallery in Basel and "Thus! Unit # 4" in the Greater New York exhibition at MoMA PS1 in New York (both 2010)—the artists play through the entire repertoire of their collaborative effort: originals by Kerstin Brätsch, computer-digitalized by *Räder*, appear in variations painted by *Brötsch* as "authentic" paper paintings on the wall, while motifs by Adele Röder are presented as textile prints on the floor, referencing the basic ingredients (such as wooden frames and glass) that are involved in the presentation of paintings, or taking the form of fabrics, clothing, or everyday objects. Interwoven motifs by both artists are hung from rails as draped prints on advertising banners, along with textile prints by Röder and hand-painted mylar ghosts of works by Brätsch. For the exhibitions, the two artists also developed an advertising campaign in which they can both be seen in front of their own works, holding up a sign on which the company initials DI (DAS INSTITUT) can be read as ID, in reference to identity.

II: In "Broadwaybrätsch/Corporate Abstraction," created for DAS INSTITUT and shown at Art Basel's Art Statements (2010), Brätsch used marketing models and fashion elements to systematically break down the presentational modes of art into their component parts. Her presentation consisted of a large group of nine paper paintings stacked in alternating order so that three different pictures were visible at any one time, and affixed to the front of the glass in solid wooden frames by her hallmark magnets. The paintings included motifs from several of Brätsch's earlier works, in a grandiose amalgam that formed a remix of her own oeuvre and evoked abstract works from art history. By changing the order of the paintings on a daily basis, she created an expanded form of exhibition involving a constant remix of images. Cf. Point 22: "Painting is performative realism (I declare that I doubt)." DAS INSTITUT had produced advertising posters featuring a mix of motifs by both artists and textile prints for shirts worn by the gallery staff. Together with the constantly changing images, these wall posters and shirts transformed the overall installation into an accelerated circus of conceptual deflation: What is art? Who markets it? Who performs it? Where is the original? Who is Kerstin Brätsch?

III: In their latest group of works, the two artists use themselves as material to create what might be described as a photographic "portrait." Using painting, fashion accessories, prints, fabrics, and other productions by DAS INSTITUT, as well as works by both artists, they create a graphic and all-inclusive image of the individual as product.

(Translation: Ishbel Flett)

1) "The Language of Things" in The Showroom, 4 December 2010, Conversation with Luigi Fassi, Stefano Harney, Julia Mortiz, Andrea Phillips, and Joshua Simon. http://www.theshowroom.org/programme.html?id=101,355

KERSTIN BRÄTSCH for DAS INSTITUT, MY LIFE AS FRAU COW WILL SHOW YOU HOW TO CHEW THE LEFT OVER GRASS ON THE FIELDS, 2009, Fürst Fürst Series, oil on paper, 110 x 72" / MEIN LEBEN ALS FRAU KUH WIRD DIR ZEIGEN WIE DAS AUF DEM FELD ÜBRIGGEBLIEBENE GRAS ZU KAUEN IST, Öl auf Papier, 279,4 x 182,9 cm.