

# Schön verdorben

## Stephanie Senge macht Kunst aus Lebensmitteln

VON ANNA PATACZEK

„Wissen Sie, was Sie da kaufen?“, fragen die ungläubigen Augen der Kassiererin. Die Kundin hat soeben eine ganze Handvoll süßer Stangen der Durian-Frucht auf den Tresen des Berliner Asia-Ladens kultern lassen. Ein Obst, die hierzulande auch Stinkfrucht heißt. Im nächsten Geschäft, einem iranischen Laden, packt Stephanie Senge dann plötzlich ein Buch aus und blättert darin. Auf dem Titel steht: „Blumen- und Staudenführer“.

Die Künstlerin aus München kauft nicht für ihr nächstes Abendessen ein, sondern für ihre Ausstellung „Frühblüher“ in der Galerie 18m. Aus den Lebensmitteln werden Blumen: Stephanie Senge baut sie aus festem Draht und Modellbau-Kleber zusammen, nach Vorbildern aus der Natur. Sie geht durch die Reihen von indischen Teigfladen, japanischen Reismudeln und persischen Gewürzpasten. Sie ist auf der Suche nach knalligen Farben oder besonders originellen Logos. Alles liegt schön verpackt in den Regalen, bunt und um die Käufer buhlend, so wie Blumen um Bienen werben. Der Bildhauerin gefällt diese Parallele genauso gut wie das Spiel mit der Vergänglichkeit: Je nachdem, zu welchem Zeitpunkt man die Ausstellung besucht, sind die Lebensmittelskulpturen noch frisch oder verblühen bereits. Die Künstlerin behandelt sie auch dann noch wie Blumen, wenn es um deren Wert als Kunstobjekte geht: Schnell verblühende Exemplare wie die verderbliche „Schinkenwurst-Rose“ kosten 50 Euro, haltbare wie die Spaghetti-Glockenblume liegen bei 180 Euro.

Dreizehn Blüten stehen in einem großen Raum, der eigentlich auch ein Wohnzimmer sein könnte. Denn die Galerie 18m versteckt sich in der Privatwohnung von Julie August. Wer zu Besuch in den zweiten Stock des Schöneberger Mietshauses kommt, der sieht nicht nur Kunst, sondern erhascht auch Blicke auf Dinge des Alltags. Auf Schuhregal, Küchenherd, Pinnwand. Von hier aus ist Stephanie Senge zu ihren Touren durch Berlins Multi-Kulti-Läden aufgebrochen.

Allein schon das Einkaufen, sagt sie, sei ein bildhauerischer Akt. „Wenn ich eine Dose aus dem Regal nehme, entsteht dort ein Loch.“ Stephanie Senge, geboren 1972, ist eine starke Frau mit rotblonden Haaren, rotem Lippenstift und einer roten Mütze. Darauf steht: „Der starke Konsument“. Sie ist keine von denen, die McDonalds verteufeln und nur im Bio-Laden einkaufen. „Die sind nicht mein Ding“, sagt sie. Ihr geht es um die Wertschätzung von Konsumgütern. Und um Verantwortung gegenüber Massenartikeln. Beides erreicht sie mit ihrer Kunst. In Fußgängerzonen veranstaltet sie Hap-

penings, die sie Konsumprozeptionen nennt. Wie im vergangenen Jahr in Karlsruhe am Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM), als Senge lebensgroße Figuren umherziehen ließ, die unterschiedliche Konsumententypen verkörpern sollten: die Gierigen, die Überforderten, die Wütenden und die Lustvollen. 2006 zeigte sie in der Galerie 18m unter dem Titel „100 Yen - Frisches aus Japan“ Ikebanas.



**Ikebana extrem.** Stephanie Senge mit einer ihrer Skulpturen. Foto: Kitty Kleist-Heinrich

Ein sogenanntes Hochzeitsrikka, eine beinahe deckenhohe Variante des Ikebanas, steht auch dieses Mal in Schöneberg (12000 €). Allerdings gehorcht Stephanie Senge auch hier nur bedingt der Tradition. Die hohe Kunst des asiatischen Blumengestecks hat die Künstlerin zwar vor Jahren in Japan erlernt, die strengen ästhetischen Regeln jedoch für sich abgewandelt. Statt edler Blüten steckt sie lieber Artikel aus japanischen Billigläden zusammen. Eine größere Inszenierung und somit auch Wertschätzung können Staubwedel oder Spülbürste wohl nicht widerfahren.

— Galerie 18m, Akazienstr. 30; heute und am 30.4. jeweils ab 18 Uhr & nach Vereinbarung. Während des Gallery Weekend (1.-3.5.): jeweils von 14-17 Uhr.