

Installation#17

‘the lovely years’

José Pozo

Qubik
Kunst und Kommunikation

Eine Frage zur Realität.

„**The lovely years**“ ist eine Hommage an unsere westliche und wohlständige Gesellschaft. Mit „unsere Gesellschaft“ bezeichne ich die europäische Lebensweise sowie noch mehr den Lebensstil in den USA.

„**The lovely years**“ sind durch den goldenen Rasenmäher verkörpert. Der goldene Rasenmäher bedeutet die aktuelle Zeit, die aktuelle Situation, die absolute Konsumgesellschaft, die Suche nach dem Glück.

Die **Konsumgesellschaft** wäre dann eine Wohlstandsgesellschaft ohne Versorgungslücken für die Mehrheit der Menschen, wo sich die allgemeine Verfügbarkeit ehemals exklusiver Güter vorteilhaft auswirkt. Besonders im Sinne des Geltungskonsums kann der Mensch sich in so einem Modell darstellen, von anderen differenzieren. (*Norbert Bolz, Das Konsumistische Manifest, 2002*)

Besitz ist etwas wertvolles. Das Gold symbolisiert den höchsten Wert in unserer Zeit. Was natürlich heute wichtiger ist für unsere Wirtschaft und für die ganze Weltpolitik, ist das andere Gold, das schwarze Gold, das Erdöl. Wie das Goldene Kalb als Götzenbild, rivalisiert die einfache und bescheidene Maschine, der Rasenmäher mit den anderen großen Götzen unseres Konsums, mit Autos, Schmuck, Pelzen, Kleidern, Fernsehen, Handys, Laptops, etc. Aussehen ist das Prinzip unserer moderne Gesellschaft.

„**The lovely years**“ stellt eine ganz enge Beziehung zwischen Gerät und Besitzer dar. Der Rasenmäher schildert die Muße, die Freizeit, das nichts zu tun. Dieses kleine Motorrad - manche sehen aus wie ein Formel-1-Wagen - ist ein kleines Beispiel des massiven Konsums. Fast jeder wünscht sich einen großen Garten und die Möglichkeit, ihn jedes Wochenende zu pflegen und zu behüten bis in alle Ewigkeit. Mähen und Gießen, sind zwei von den liebsten Unterhaltungen unserer bequemen modernen Gesellschaft.

Ganze Einkaufszentren sind für genau solche Aktivitäten geplant. Meistens befinden sich diese in der Peripherie der Städte, in der Vorstadt, am Stadtrand. In den letzten Jahren ist hier eine irrationale Menge von Einkaufszentren gebaut worden. Am Wochenende fahren Tausende Leute zu diesen Geschäften um etwas zu haben, das letzte Angebot ist schon ausverkauft worden.

„**The lovely years**“. Einen positiver Titel, der allerdings einen ironischen und kritischen Hintergrund hat. Wie die Leute einfach Geld ausgeben. Wie in einem Goldrausch, laufen intelligente Personen fast schon ferngesteuert, um Sachen zu sammeln. Dabei sind die Keller und die Dachzimmer der meisten Familien voll von Dingen, die sie nie mehr brauchen.

„**The lovely years**“ stellt eigentlich eine Frage. Ist dieses Konsumverhalten nur eine komische und unkontrollierbare Art, unsere persönlichen Probleme zu ignorieren?

José Pozo

www.urbanfarm.at

www.myspace.com/josepozo