

Arbeit 1

Digitalfotografie von Helge H. Paulsen 2008

Anmerkungen zur Arbeit: *Made in Germany*

Die Fotoarbeit *Made in Germany* ist in zwei Feldern verortet, dem kulturellen und dem soziologischen. Der soziologische Ansatz beschäftigt sich mit der Herkunft der dargestellten Person und was wir unter dem Begriff der Herkunft verstehen. Die gezeigte junge Muslime, also verwurzelt in einer islamischen Tradition, wurde 1980 in Hannover geboren, ist somit *Made in Germany*. Dennoch besitzt sie einen türkischen Pass und einen deutschen Hochschulabschluss. Der Titel *Made in Germany* ist hier in Anlehnung an das als Gütesiegel eingeführte *Made in Germany*, wie es auch auf dem Flyer zu lesen ist, zu verstehen. Was bedeutet *Made in Germany* heute, wenn man es von einem reinen Produkt- und Qualitätsmaß löst? Besser, ist nicht gerade das Hybride aus zwei Kulturen das, was das alt gewordene *Made in Germany* wieder attraktiver machen kann? Sollten wir diese Möglichkeiten nicht besser nutzen? Bildung wäre hier die entscheidende Einflussgröße. Die junge Dame hält den Flyer so vor ihr Gesicht, dass ihr Sichtfeld so eingeschränkt wird, wie es bei einer Frau ist, die eine Burka trägt. Dieser Hinweis auf fremdartige, männlich dominierte Auslegungen des Korans soll zeigen, welche Möglichkeiten wir in Deutschland haben, unseren Blick zu erweitern. Durch z.B. Kunst (der gezeigte Flyer verweist auf eine 2007 in Hannover stattgefundene zeitgenössische Kunstaussstellung), denn leider sind Menschen mit Migrationshintergrund immer noch unterrepräsentiert in unseren Kunstinstitutionen. Aber dieser kulturelle Austausch sollte als Dialog verstanden werden, der uns auch eine faszinierende islamische Kultur näherbringen kann. Die Fotoarbeit *Made in Germany* fordert somit ein neues Verständnis des Slogans *Made in Germany* ein, eine neue Positionierung der Metapher *Germany*, die sich stetig wandelt.

H.H.Paulsen