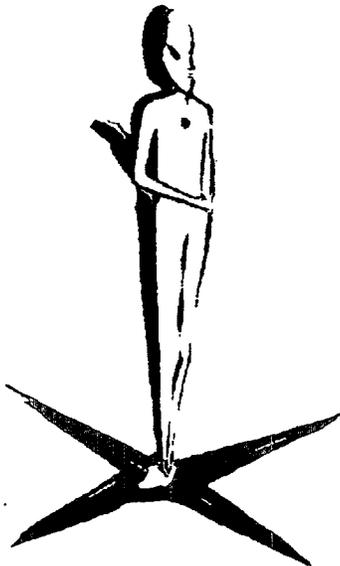


Die Kunst am Boden

David Hockney entschied sich für tanzende Chiffren, Enzo Cucchi entwarf ein mythisches Menschenbild, Jiri Georg Dokoupil galaktische Visionen: Erstmals haben 20 international erfolgreiche Maler, Bildhauer, Architekten und Designer Teppiche gestaltet. Die expressionistischen, surrealen oder auch abstrakten Kunststücke (Format 2 x 3 Meter) zeigen die Vorwerk-Teppichwerke jetzt in einer Ausstellung in den Hamburger Deichtorhallen (vom 29. November bis zum 1. Dezember). Gehandelt werden die Designer-Stücke wie andere Tep-

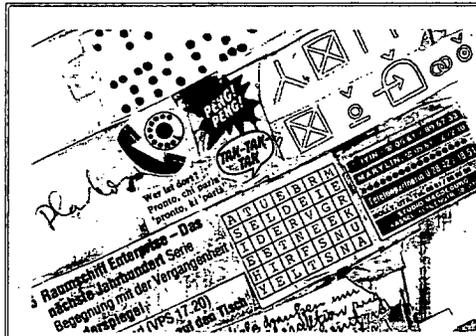


Cucchi-Motiv

piche auch: Es ist nicht eben billig, aber doch für viele erschwinglich, endlich einmal die moderne Kunst mit Füßen zu treten.

24 Stunden Wortprogramm

Jetzt wird nur noch geredet: Interviews, Kommentare, Korrespondentenberichte plätschern auf den Wellen des Berliner „Inforadio“ – ein 24stündiger Nachrichtenfluß, den keine Musik aufhält, allein die Werbespots mit ihren Musikfetzen schieben sich als Melodieninseln



Deventer-Kunstwerk

Die Kunst in der Höhe

Sie stehen groß und grau in der Landschaft herum, sie sehen langweilig und verwechselbar aus, und demnächst werden sie auch noch überflüssig. Wenn die Post das gesamte Telefonnetz unter die Erde verlegt und die Verkabelung der TV-Kunden abgeschlossen ist, dann bleibt den deutschen Fernseh- und Fernmeldetürmen nur noch eine Existenzberechtigung: Sie stützen jene Drehrestaurants in schwindliger Höhe, die ohne Turm herunterfallen würden. In Mannheim aber gibt es Leute, die sich mit diesem Sinnverlust nicht abfinden können. Helmut Benze, der „Direktor Kommunikation“ des Mannheimer Dudenverlags, will Zeichen in die Landschaft setzen und hält den örtlichen Fernsehturm für das geeignete Objekt. Im Auftrag Benzes hat der Kasseler Fassadenkünstler Friedel Deventer ein Werk entworfen, ein 380 Meter langes und acht Meter breites Band soll sich am Turm hinaufwinden; es soll die Geschichte der Kommunikation (unter besonderer Berück-



Benze mit Turm-Modell

sichtigung des Dudenverlags) erzählen – vom altakkadischen Zauberspruch bis hin zu den Höhepunkten des modernen Schrifttums: Fernsehprogramm und Sex-Anzeigen und eine Briefmarke mit dem Konterfei von Konrad Duden. Einen Teil der Kosten für die Turm-Verschönerung will Duden selber tragen, für den Rest haben sich auch schon Sponsoren gefunden. Mannheims Oberbürgermeister ist im Prinzip für das Projekt, muß aber auf das Kunstwerk noch warten, bis die Telekom – der 90 Prozent des Turms gehören – ihre Zustimmung gegeben hat. Die Postler zögern noch. Sie fürchten, daß das Beispiel Schule macht und Kunstfreunde noch weitere Türme verschönern wollen.

in den Redestrom. Seit vergangener Freitag macht der Hauptstadt-Sender auf 101,3 Megahertz ein reines Wortprogramm. Nach „Bayern 5 aktuell“ (SPIEGEL 19/1991) versucht sich nun ein zweiter Kanal als „CNN des Radios“; allerdings mit dem Unterschied, daß der Berliner Privatfunk die Hälfte der Zeit mit lokalen Nachrichten wie Stauberichten, Trendmeldungen von der Mitwohnbörse und Veranstaltungstips füllt. Im 30-Minuten-Rhythmus informiert der Sender außerdem über Politik, Sport, Wetter und Börse, zu wichtigen Pressekonferenzen gibt es Live-Schaltungen. Weil reine Wortprogramme eigentlich zu teuer für einen Privatsender sind, spart das Inforadio am Personal und protzt mit Technik: Die Einspielungen werden nicht

auf Tonbänder oder Kassetten aufgenommen, sondern im Computer gespeichert. Fällt allerdings – wie drei Tage vor Sendebeginn geschehen – der Zentralrechner aus, wird aus dem High-Tech-Sender improvisierter, altmodischer Rundfunk. Kommt das Konzept bei den Berlinern an, können München, Frankfurt und Hamburg mit Filialen rechnen.

Auf Turnschuh und Tod

Einen Kampf auf Turnschuh und Tod liefern sich in südamerikanischen Großstädten besitzende und besitzlose Jugendliche. Allein in São Paulo wurden in den vergangenen Monaten drei Teenager ermordet, weil sie teure Marken-Turnschuhe, Ruck-

säcke oder Uhren trugen. Mit solchen Attributen gehe er „glatt für Mittelklasse oder sogar für reich durch“, meinte ein Fabrikarbeiter, der für seine Sneakers einen halben Monatslohn hingelättert hatte. Bei einem Überfall war er bereit, seine Brieftasche rauszurücken, doch als die Diebe seine Schuhe wollten, stellte er sich stur und zahlte mit dem Leben. Für den Ersatz der Statussymbole bieten Hersteller wie Nike, Reebok oder All Star bereits Versicherungen an, die beim Kauf abgeschlossen werden können. Auf ihr Leben müssen die Besitzer selber achten. Besorgte Firmen warnen davor, übertriebene Opfer zu bringen: Turnschuhe seien dazu da, das Leben zu verschönern, aber es lohne sich nicht, „für sie zu sterben“.