



8
2024

VERANSTALTUNGEN IN DER ACC GALERIE

ACC Galerie Weimar | Burgplatz 1+2 | 99423 Weimar
fon +49(0) 3643 – 85 12 61 | www.acc-weimar.de

Fr 16.8. | 20:00

Ausstellungseröffnung:
Impossible is Nothing! Threads & Tits (DE) | The Yes Men (US)

So 25.8. | 17:00

Galeriekonzert #10:
Jardin d'Hiver | Claire Besson (git/voc) und Ladislav Pazdera (git)

ACC

IMPOSSIBLE IS NOTHING!

Threads & Tits (DE) | The Yes Men (US)

17.8. bis 27.10.2024



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Kampagne, Modell: Saeed Asodsanyabi, H&M (Hair & Make up): Una Ryu, Fotograf: Axl Jansen, 2023.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Kampagne, Modelle: Anne Wencelides, Albena Raszuhn, Saeed Asodsanyabi, Yvonne Sembene, H&M: Una Ryu, Foto: Axl Jansen, 2023.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Pokey Slider, Foto: Axl Jansen, 2023.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Runway Show, Modelle: Marcela Majchrzak, Milena Lorek, Albena Raszuhn, Yvonne Sembene, H&M: Una Ryu, Joanna Ageborn, Foto: Jelly Luise, 2023.

Realitywear timed toilet ticket

For many Adidas garment workers, bathroom breaks are harshly controlled.

To live their reality, redeem this ticket with any toilet monitor to initiate 30 seconds of use per 4-hour period (45 seconds if pregnant).

Honor the heroes who must hold it.

Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Toilettenkarte, Design: Cristian Fleming, 2023.

Fr 16.8.2024 | 20:00 **Eröffnung**

17.8. bis 27.10.2024 **Ausstellung**

Impossible is Nothing! Threads & Tits (DE) | The Yes Men (US)

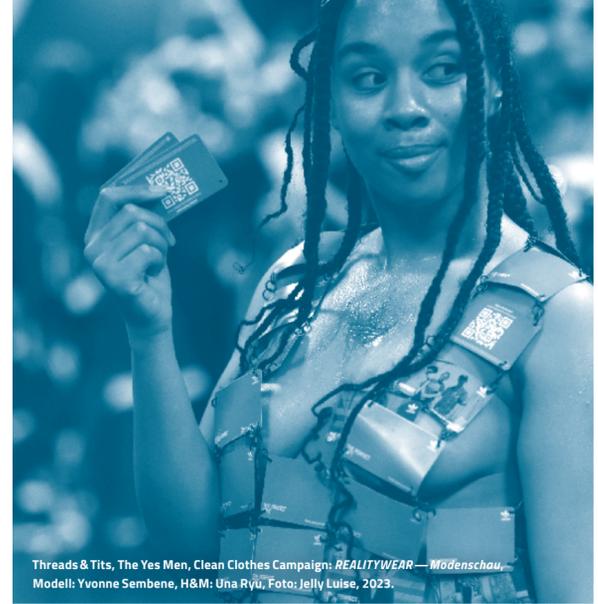
Förderung: Kulturstiftung des Freistaats Thüringen | Thüringer Staatskanzlei — Abteilung Kultur und Kunst | Stadt Weimar | Förderkreis der ACC Galerie Weimar.

Thüringen

ACC: «Die Straßen sind unsere Pinsel, die Plätze unsere Paletten»: Wladimir Majakowskis über 100 Jahre alter berühmter Ausspruch klingt verheißungsvoll bei gleichzeitig immer stärker eingeschränkten und überwachten öffentlichen Räumen. Welche Strategien wendet Ihr an, um diesen Widerspruch zu überwinden? **Threads & Tits:** Wir interessieren uns auf jeden Fall, so wie Wladimir Majakowski, mehr für Straßen und Plätze als für Pinsel und Paletten. Dass Überwachung im öffentlichen Raum eine zunehmende und wachsende Tendenz ist, gibt uns einen besonderen Anlass, öffentlichen Raum als politisch wahrzunehmen und dies mittels künstlerischer Strategien zu adressieren. Mit den sich ändernden Mitteln der Überwachung (CCTV) ändern sich auch die Möglichkeiten des Protests dagegen. Kameras und die Technologie oder Menschen dahinter müssen als Akteur*innen bei Aktionen mitgedacht werden. Dass öffentlicher Raum detailliert dokumentiert wird, hat zur Folge, dass auch Kunst im öffentlichen Raum gut dokumentiert wird. Perspektivwechsel wie diese können ermächtigend sein, denn man kann so Überwachung als künstlerisches Medium wahrnehmen und sie als Dokumentation der eigenen Arbeit verstehen. Wir spielen mit Gegebenheiten, Perspektiven und hinterfragen Realitäten — so auch die Realitäten stetig wachsender Securitysektoren in den reichen Ländern.

Wir leben in einer Welt aus Fake News und Alternative Facts, wer noch herausfinden möchte, ob eine Nachricht wahrhaft und echt oder gefälscht und manipuliert ist, muss schon genauer hinschauen. Simuliert wird allerorten. Im Prinzip wurden die Fake News von The Yes Men inzwischen von der realen Wirtschaft, Politik und von den Medien übernommen, wenn man an Dieseldiesel, Claas Reliouis und Donald Trump denkt. Was produktiv für die Kunst sein kann, kann im Leben schon wieder unkonstruktiv sein. Wie kommt Ihr damit zurecht? Wir bemühen uns um positive, produktive Sichtweisen — die Möglichkeitsräume öffnen, so auch beim Thema «Fake News». «Fake News»- und «Alternative Facts»- sind auch in Narrative eingebogen. Die Erzählung, man könne nichts mehr glauben und hätte als Individuum gar nicht die Möglichkeit, sich genügend zu informieren, wirkt lähmend und nimmt Menschen Handlungsmöglichkeiten. Andererseits kann das Label «Fake News» auch ermächtigend sein, weil es erlaubt, ein Phänomen zu benennen. Eines unserer Lieblingsthemen ist «Narrative Literacy» — das heißt Narrative Bildung. Wir fragen, was für Interessen hinter der Art und Weise stehen, wie Geschichten erzählt und geframed werden und hinterfragen unsere eigenen Realitätskonzeptionen und Normalitätsannahmen dahinter. Mit Perspektiven und Realitäten zu spielen ist auch hier wieder unser Modus Operandi. Etwas doof und nervig zu finden, ist leider meist nicht hilfreich und wir versuchen uns mehr mit den Dingen aufzuhalten, die uns Spaß machen, die wir interessant finden, die Ideen in uns auslösen ...

In Euren Aktionen und Arbeiten im öffentlichen Raum geht es ja eher darum, mittels bestimmter Aktionen unser Bewusstsein gegenüber Missständen in der Welt zu ändern, Korrekturvorschläge zu machen, Menschen dafür zu gewinnen, selbst politische Handlungsräume zu schaffen. Ist da eine Ausstellung in einem ersten Stock eines historischen Einzeldenkmals in einer musealen, geschichtsträchtigen Kleinstadt nicht eher kontraproduktiv und fehlt am Platz? Es gibt mehrere Ebenen in unserer Arbeit. Zum einen die Aktionskunst, die energetisierend und aufregend ist, im besten Fall Schlagzeilen macht und Aufmerksamkeit erfährt. Zum anderen Bildungsarbeit, in der wir Strategien zur Veränderung vermitteln und andere Menschen dazu ermutigen, selbst aktiv zu werden. Diese strategische Ausrichtung ist von Theorien des Wandels inspiriert. Durch Aktionskunst schaffen wir kleine Realutopien, die Inspiration für Veränderung geben und für uns als Energiebooster wirken. Beispielsweise die Erzählung, dass eine Textilarbeiterin aus Kambodscha Co-CEO des globalen Konzerns Adidas wird. Eine Realutopie, die der Konzern Wirklichkeit werden lassen könnte und das Publikum daran erinnert, dass das unsere Realität sein könnte und im Publikum Begehren danach auslöst. Diese Energiekicks brauchen wir für langsamen institutionellen Wandel, für den wir versuchen, möglichst viele Menschen zu motivieren. Die Bildungsarbeit soll niedrigschwellig vermitteln, auch ins Machen zu kommen, und ist mit kreativen Utopien, die wir als Wegweiser sehen, unterfüttert. Angesichts der anstehenden Wahlen in Thüringen wollen wir Menschen zum Aktivwerden motivieren, um eine wegweisende Utopie zu spinnen — in Weimar könnte sich intergenerational eingessenes Bürgertum mit jungen Kunststudis zusammennutzen und Aktionen gegen Rechts auf Social Media und im öffentlichen Raum starten. Weimar wird zur kreativen, disruptiven Metropole, die ihresgleichen in puncto aktive Zivilgesellschaft sucht.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Modenschau, Modell: Yvonne Sembene, H&M: Una Ryu, Foto: Jelly Luise, 2023.



So 25.8. | 17:00 **Galeriekonzert #10**

Jardin d'Hiver | Claire Besson (git/voc) und Ladislav Pazdera (git)

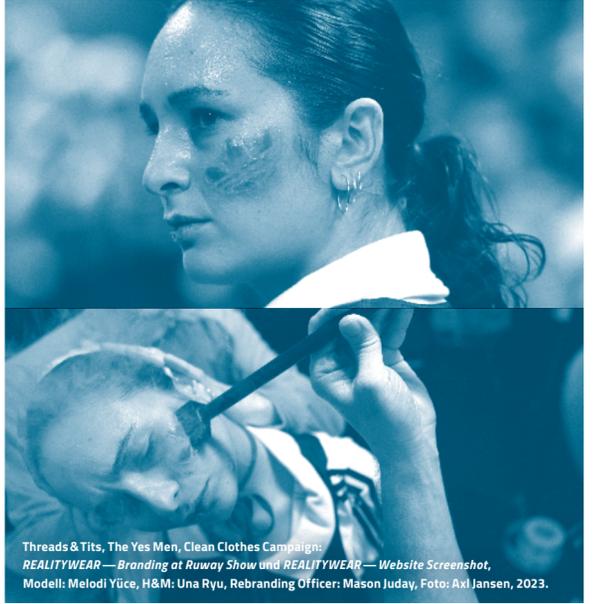
Die französische Gitarristin und Sängerin **Claire Besson** und der tschechische Gitarrist **Ladislav Pazdera** haben sich instrumental ganz der Akustikgitarre verschrieben und gehören zu jener Generation von Musikerinnen und Musikern, die ohne Genre Grenzen aufgewachsen sind. Das Repertoire umfasst farbenreiche Eckenkompositionen und Interpretationen von Wohlbelanntem, darunter Werke von Egberto Gismonti, Chick Corea oder Baden Powell/Vinicius de Moraes. Beide kommen aus der fantastischen Gitarrienschniede der Dresdner Musikhochschule. Beide fanden in zahlreichen Solokonzerten den eigenen Ausdruck — nun touren sie gemeinsam mit ihrem Duoprogramm durch Europa. Claire singt in ihrer Muttersprache, auf Portugiesisch und Italienisch. Sie erspielte sich mehrere erste Plätze bei internationalen Gitarrenwettbewerben und gilt als eine der ausdrucksvollsten Gitarristinnen der Szene. Ladislav ist «one of the finest young European guitarists...» (Don Ross) und beide sind «eine unvergleichlich angenehme Mischung aus Worldmusic, Jazz und Fingerstyle». **Eintritt: 15 €, erm. 9 € | Vvk: Tourist-Information WE/EF/J**

Mit Verlaub, die Kombination, die wir uns in Eurer Ausstellung vergegenwärtigen — zwei junge Frauen und zwei ältere Männer agieren gemeinsam — ist für die Kunstwelt eher ungewöhnlich, da wird das ACC plötzlich zum Mehrgenerationenhaus. Wie habt Ihr, Threads & Tits und The Yes Men, Euch gefunden, woran habt Ihr gemerkt, dass eine Zusammenarbeit fruchtbar sein könnte und wird es weitere Projekte geben, die aus einer Zusammenarbeit der beiden Teams resultieren? Das Konzept Mehrgenerationenhaus ist absolut zukunftsfähig! Frischer Wind trifft auf Erfahrung. Außerdem decken wir als Team das Privilegienspektrum hübsch ab und nutzen das, um Dinge zum Besseren zu wenden. Ältere, weiße Männer, die ungehindert die meisten Bühnen besteigen können und denen fast automatisch Respekt entgegengebracht wird. Junge Frauen, denen blind vertraut wird und die als absolut harmlos wahrgenommen werden.

In Deutschland bekannt für seine verdeckten Recherchen, für die er in verschiedenste Rollen schlüpfte, ist der Investigativjournalist Günter Wallraff. Ab 1983 arbeitete Wallraff zum Beispiel zwei Jahre lang als türkischer Gastarbeiter «Ali Levent Sinirlioglu» bei verschiedenen Unternehmen. Sein aus diesen Erfahrungen resultierendes Buch Ganz unten wurde in Deutschland bislang über fünf Millionen Mal verkauft und erschien in 38 Übersetzungen. Es ist damit das erfolgreichste deutsche Sachbuch seit 1945. Irgendwie fühlte ich mich angesichts Eurer Strategien und Praktiken an Wallraff erinnert. Sagt Euch der Name Wallraff etwas? Gibt es Parallelen zu Euch? Ja, der Name Wallraff sagt uns etwas. Wir haben erst jüngst gelesen, was er so über die Freilassung von Julian Assange zu sagen hat. Wallraff wird immer mal wieder vorgeworfen, er würde seine Rolle als Journalist mit jener des Aktivisten verwechseln. Und wir sehen es auf jeden Fall so wie Wallraff, dass es keine Neutralität gibt und Wissen immer situiert ist, um Donna Haraways Worte zu leihen. Kunst genauso wie Journalismus ist immer politisch. Uns machen Positionen, die ihre «Neutralität» behaupten, eher skeptisch und wir schauen dann genauer hin.

Adidas und Puma, zwei der weltweit größten Sportartikelhersteller, haben die Kleinstadt Herzogenaurach zum deutschlandweiten Anziehungspunkt für Sportartikel gemacht. Für die um ein Jahr auf 2021 verschobene Fußballeuropameisterschaft 2020 und für die Fußballeuropameisterschaft 2024 bezog die deutsche Fußballnationalmannschaft ihr Quartier in Herzogenaurach — sicherlich ein Zeichen der wirtschaftlichen Verbundenheit mit Adidas. Besteht denn Hoffnung, dass Adidas oder Puma jemals ihre arbeitsethischen Standards ändern werden? Gibt es dafür Anzeichen? Und spürt Ihr, dass sich nach Eurer Berliner Fashion Show im Januar 2023 irgendetwas am Konsumverhalten der breiten Masse — mit Sicherheit ein langwieriger Prozess — geändert hat? Wir besprechen in unseren Aktionen mittels «Adidas» ein systemisches Problem. Eine alltägliche Auswirkung ist, dass wir durch die Aktionen gegen Adidas mit Freunden und Familie viel ins Gespräch über Textilarbeiter*innenrechte kommen. Manche fühlen sich sogar unwohl, vor uns Kleidung von Adidas zu tragen. Für uns ist das produktiv, um über systemische Probleme ins Gespräch zu kommen. Wir leben ja alle in einer Welt, in der es aufgrund politischer Entscheidungen enorm schwer ist, fair zu konsumieren. Aktuell werden in imperialen Produktionsketten der Textilindustrie, aber auch der Technologieindustrie Mehrkosten und Verantwortungen weitergegeben. Beispielsweise tragen jene mit der geringsten Macht und leisesten Stimme, überwiegend weibliche Textilarbeiter*innen, das größte persönliche Risiko. Sie wurden während der Pandemie nicht bezahlt, weil Konzerne weniger verkauft und in Auftrag Gegebenes doch nicht abgenommen haben. Unerfreuliche Dinge wie Zerstörung von Natur oder riesige Abfallmengen werden weit weg in günstige Produktionsländer ausgelagert. Günstige Produktionsländer kann man auch beschreiben als Länder mit kaum oder keinen Menschenrechten und Umweltstandards. Dass diese Art des Konsumierens und Produzierens hegemoniale Normalität ist und Konzerne eher mit Status assoziiert werden als mit Ausbeutung, ist ein Misstand, gegen den wir arbeiten. Aber klar haben wir uns sehr mächtige Gegner ausgesucht. Das ist aber auch gerade das Interessante, denn Konzerne wie Adidas haben viel Handlungsmacht und können mit positivem Beispiel in Richtung neuer Wirtschaftsparadigmen gehen. Natürlich müsste man dazu das Nummer-Eins-Ziel — den Profit — Menschenrechten und dem Erhalt von Ökosystemen unterordnen. Das wäre aber absolut möglich. Aktuell nehmen Sportbekleidungs Giganten Proteste gegen ihre ausbeuterische und verschmutzende Überproduktion als Presse- und Imageprobleme wahr und betreiben PR-Arbeit, um «inklusive» oder «nachhaltig» zu erscheinen. Wir glauben, dass sich Konsument*innen auf Dauer nicht damit abspesen lassen.

Die nächste Landtagswahl in Thüringen findet am 1. September 2024 statt. Die AfD wird, wie es derzeit aussieht, stärkste Partei, allerdings will keine der anderen Parteien mit ihr koalieren. Eine Regierungsbildung wird 2024 in Thüringen äußerst schwierig. Verfolgt Ihr dieses Geschehen und wird Eure Ausstellung versuchen, auf die gegenwärtige politische Konstellation und Situation in Thüringen und Deutschland einzugehen? Wir nehmen die Ausstellung *Impossible is Nothing!* zum Anlass, um gezielt auf die Landtagswahlen in Thüringen zu reagieren. Nach der Europawahl waren wir erschüttert und super motiviert, ein Format zu entwickeln, das deradikalisiert und digitale Räume dafür nutzt. Während der Ausstellung kann man in die ACC Galerie Weimar kommen und sich demokratieistiftenden und zu einer aktiven Zivilgesellschaft beitragenden Content für die eigenen privaten WhatsApp-Gruppen abholen. Wir stellen «shared pics» zur Verfügung, die in klassischen Familienchats, Hobby- oder Vereinsgruppen geteilt werden können. Damit reagieren wir auf häufig geteilte, harmlos (erscheinende, aber unterschwellig demokratiefeindliche und rechtes Gedankengut transportierende Bilderwelten wie «Blumenvideos», über die wir ebenfalls informieren.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Branding at Runway Show und REALITYWEAR — Website Screenshot, Modell: Melodi Yüce, H&M: Una Ryu, Rebranding Officer: Mason Juday, Foto: Axl Jansen, 2023.

ACC — Autonomes Cultur Centrum Weimar

Galerie | Internat. Atelierprogramm | Veranstaltungen | Café-Restaurant

ACC Weimar e.V.
Burgplatz 1+2 | 99423 Weimar
(03642) 851261/-62 | info@acc-weimar.de | www.acc-weimar.de

Galerie | Internationales Atelierprogramm: Frank Motz
(03643) 851261 | (0179) 6674255 | galerie@acc-weimar.de | studioprogram@acc-weimar.de

Kulturprojekte | Veranstaltungen | Tickets: Ulrike Mönnig
(0176) 21328316 | kultur@acc-weimar.de

Café-Restaurant | Ferienwohnung und -zimmer: Anselm Graubner
(03643) 851161/-62 | (03643) 259238 | graubner@acc-weimar.de | www.acc-cafe.de

Büro: Karin Schmidt (03643) 851261 | FSJ Kultur: Pauline Borges

Geöffnet täglich 12:00 bis 18:00 | Fr + Sa bis 20:00 und nach Vereinbarung

Ausstellungsführungen nach Vereinbarung

Eintritt Galerie: 3 € | ermäßigt 2 €

Impressum

Herausgeberin: ACC Galerie Weimar.
Redaktion: Ulrike Mönnig, Frank Motz.
Abbildungen: Künstler*innen, Referent*innen.
Gestaltung | Satz: Carsten Wittig.
Druck: Druckerei Schöpfler GmbH, Weimar.

Änderungen vorbehalten!

Konsulat des Landes Arkadien
Burgplatz 1+2 | 99423 Weimar | contact@embassy-of-arcadia.de
Geöffnet tägl. 15 – 17 Uhr (außer an deutschen und arkadischen Feiertagen)



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Website Screenshot, Modell: Sovonnara, Foto: Keil Orion Troisi, 2023.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR, Modell: Milena Lorek, H&M: Una Ryu, Joanna Ageborn, Foto: Jelly Luise, 2023.



Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — Treffen Sie Co-CEOs: Adidas CEO Björn Gulden und Len Leng als Co-CEO Vay Ya Nak Phoon, 2023.

Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: REALITYWEAR — The Perfect Gift (Card) «Finally paying our workers», Len Leng als Co-CEO Vay Ya Nak Phoon, Design: Threads & Tits, 2023.

WWD
WORLDWIDE • 1027 171001 001 0000 **IMMERSIVE GA**

Adidas' New Chief Names Co-CEO to Ensure Ethical Manufacturing

Adidas' new Chief Executive Officer, Björn Gulden, has named Len Leng as his first Deputy CEO. Leng is a former Adidas employee who worked in the company's manufacturing operations in Vietnam. Leng is a former Adidas employee who worked in the company's manufacturing operations in Vietnam.

Threads & Tits, The Yes Men, Clean Clothes Campaign: **Ausgewählte Presse: WWD über REALITYWEAR, 2023.**