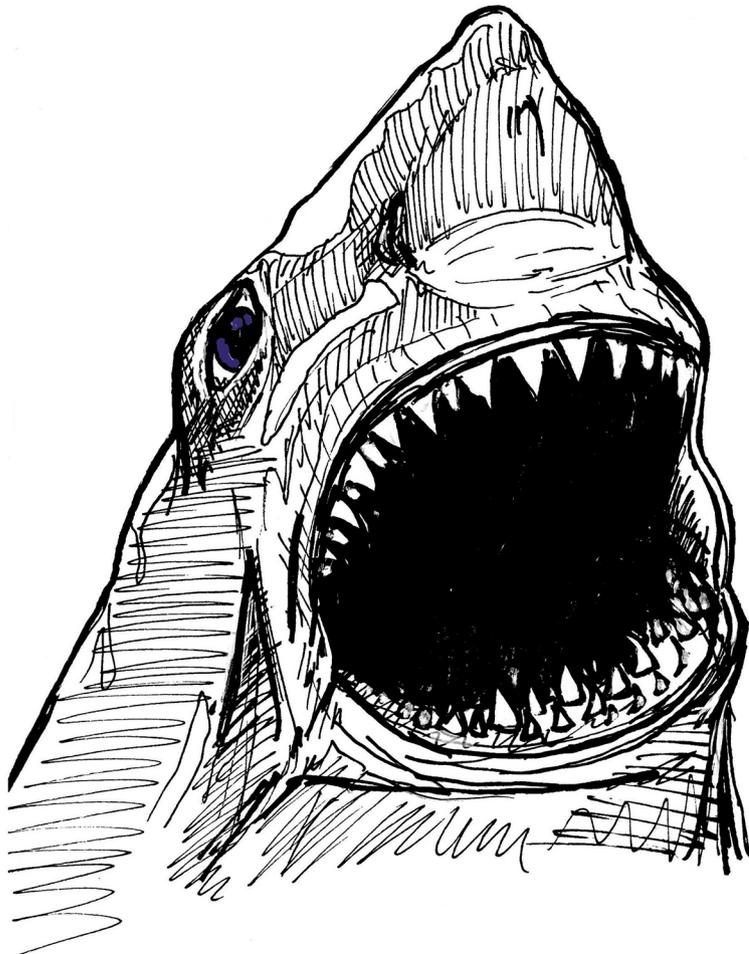


# 107 social club

## fishing for compliments

Vernissage  
am 25. März 2017  
um 18:00 Uhr  
Kulturwerkstatt Westend  
Bremen

Einleitende Worte von  
Prof. Michael Dörner



Interdisziplinäres Projekt des Masterstudiengangs Kunst und Theater im Sozialen (M.A./M.f.A.) der Hochschule für Künste im Sozialen, Ottersberg unter der Leitung von Prof. Michael Dörner und Hans-Joachim Reich.

Teilnehmende Studierende:

Corinna Claus	Susanne Maus-Hermes
Ilia Damianov	Yuko Miyata
Ran Ding	Laszlo Monse
Julien Fettkötter	Manuela Nitsche
Franziska Friederich	Sonja Nydegger
Sandra Folkers	Winnie Römer
Valeska Fuchs	Nicole Tews
Ute E. Herwig	Lisa-Marie Traxler
Katharina Korf	Anna Peldszus

## 107 Social Club – fishing for compliments

Interdisziplinäres Projekt des Masterstudiengangs Kunst und Theater im Sozialen an der HKS Ottersberg - 2016 / 2017

107 Social Club – der Name bezieht sich auf die Hausnummer der HKS Ottersberg. Als Hochschule für Künste im Sozialen ist sie ein Sammelpunkt für Künstler und Künstlerinnen mit sozialem Engagement. Das diesjährige Interdisziplinäre Projekt zielt darauf ab, unsere eigene künstlerische Arbeit in Bezug auf gesellschaftliche Konventionen zu hinterfragen. Was bedeutet es Teil eines „Social Clubs“ zu sein? Welchen Platz haben Komplimente in diesem Kontext?

Zu Beginn des interdisziplinären Projekts fokussierten sich die Studierenden die Begrifflichkeit des Kompliments zu erforschen.

Schlägt man im Duden nach bedeutet das Wort „Kompliment“: „lobende, schmeichelhafte Äußerung, die jemand an eine Person richtet, um ihr etwas Angenehmes, Erfreuliches zu sagen (und ihr zu gefallen)“.

Diese Definition impliziert den Gedanken, dass die Rolle des Kompliments mehrere Perspektiven hat. Gerade der in Klammern stehende Nachsatz „(und ihr zu gefallen)“ deutet an, dass Komplimente nicht ausschließlich zur Freude eines Anderen gemacht werden sondern ein gewisses Eigeninteresse verfolgt werden kann. Demnach kann ein Kompliment so gelesen werden, dass es die Absicht hat, dem Gegenüber zu gefallen, sich mit jemandem gut zu stellen oder Erfolg im Berufsleben zu erreichen. Eine andere Perspektive wiederum zeigt sich in dem bewussten „Fischen nach Komplimenten“. Es wird versucht sich in einer bestimmten Art und Weise zu verhalten, in der Hoffnung, die Aufmerksamkeit und das Lob der Mitmenschen zu erhalten. Wie ein Hai, der nach einer Rose schnappt.

So vielschichtig und komplex die Gedanken zur Thematik „107 social club – fishing for compliments“ sind, so unterschiedlich sind auch die künstlerischen Umsetzungen der einzelnen Projektteilnehmenden. Vom Film über die Fotografie, bis hin zum Performativen stellen sich die Studierenden unter anderem folgende Fragen:

Sind wir uns unseres sozialen Verhaltens bewusst? Was bedeutet es zu schenken? Warum machen wir anderen Menschen Komplimente? Gibt es eigentlich einen Punkt an dem Komplimente grenzwertig werden? Kann man sich Komplimente kaufen?

Wie entstehen soziale Gruppierungen und womit grenzen sie sich von ihrer Umgebung ab? Was bedeutet es, Teil eines sozialen Netzwerks wie facebook, Instagram und Co. zu sein? Was ist unsere Motivation unseren privaten Alltag bis ins Detail zu teilen?

Die Ergebnisse der künstlerischen Auseinandersetzung werden am 25.03.2017 in der Kulturwerkstatt im Westend ab 18 Uhr öffentlich gezeigt.

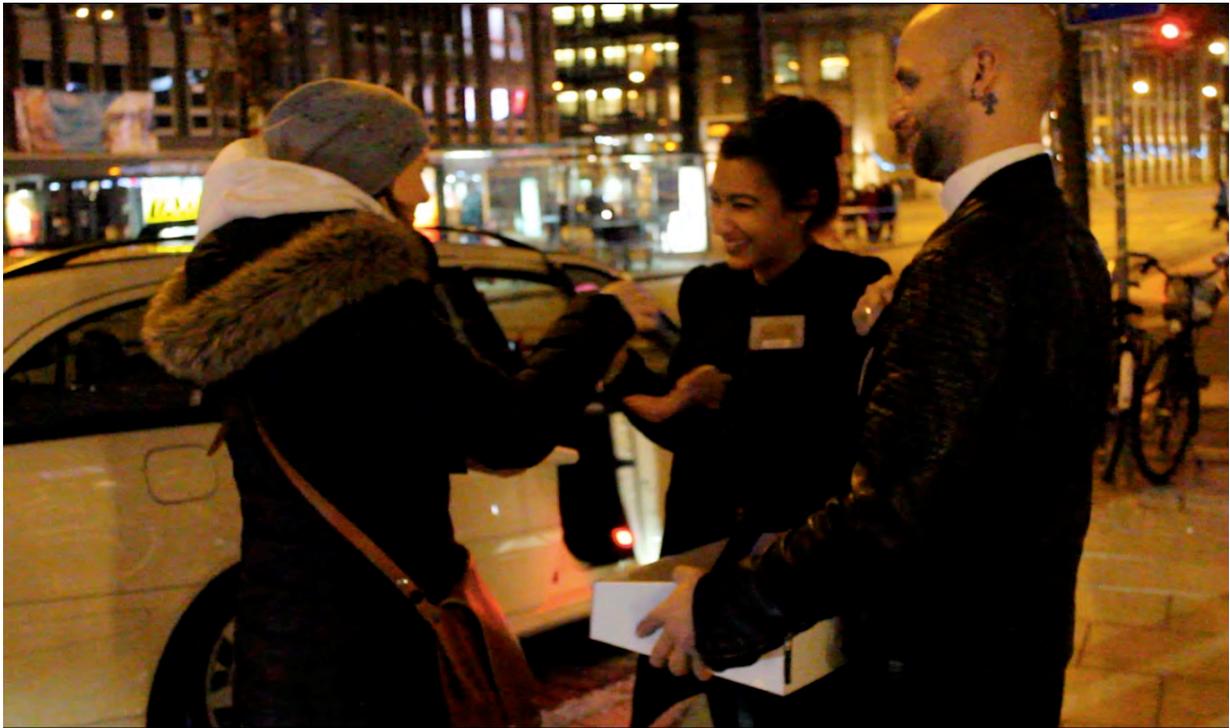
## CompliCards by C&C

Corinna Claus, Julien Fettkötter, Susanne Maus-Hermes

CompliCards oder die persönlichen Komplimentenkarten sind als künstlerische Performance entwickelt worden. Hierbei stand der öffentliche Verkauf der CompliCards im Fokus der künstlerischen Aktion. Das übergeordnete Ziel hierbei ist in der Aufforderung zur Partizipation der Passanten zu sehen.

Die Komplimente sind in Form von Kreditkarten in drei Kategorien (Einfache-, Super- und Super-komplimente zum Weiterverschenken) angeboten worden.

Durchgeführt und filmisch dokumentiert wurde die Performance im Kontext des Bremer Weihnachtsmarktes. Basierend auf den dokumentarischen Mitschnitten sind zwei Filme (35-minütiger Film mit Ton, 45-minütiger Film ohne Gesprächsmitschnitte) zur Präsentation erstellt worden.



Filmstill, Performance am 11.12.2016 – 16:00 – 19:00 Uhr, An der Schlachte, Bremen

## Durch die Blume...

Ran Ding, Yuko Miyata, Sonja Nydegger, Anna Peldzsus, Nicole Tews

Blumen sind seit jeher ein beliebtes Mittel der zwischenmenschlichen Kommunikation. Sei es eine Liebeserklärung in Form einer Rose, ein erzwungenes Mitbringsel für die ungeliebte Schwiegermutter, ein Geburtstagsstrauß oder ein Grabgesteck – Mit Blumen lassen sich viele Sprachen sprechen.



Ausgehend von der Blumensprache, die Lady Mary Wortley Montagu Anfang des 18. Jahrhunderts in Istanbul entdeckte und dann nach Europa brachte, entwickelte sich unter jungen Liebenden ein ausgeklügeltes System der nonverbalen Kommunikation durch das Überreichen von einzelnen Blumen oder Blumensträußen. Hier hatte jede Blume, ihr Alter und ihre Farbe, ihre feststehende Bedeutung. Durch Sträuße mit unterschiedlichen Blumen, konnten individuelle Feinheiten zum Ausdruck gebracht werden.

An die Blumensprache Montagues anknüpfend entwickelten wir einen „Blumenladen“, in dem man Blumen, samt Beipackzettel mit ihrer Bedeutung, erwerben kann. Mit dem Kauf einer Blume ist der Käufer jedoch verpflichtet, diese am Abend der Projektpräsentation einem Besucher der Präsentation zu überreichen. Doch einige Blumen haben eine zweifelhafte Bedeutung...

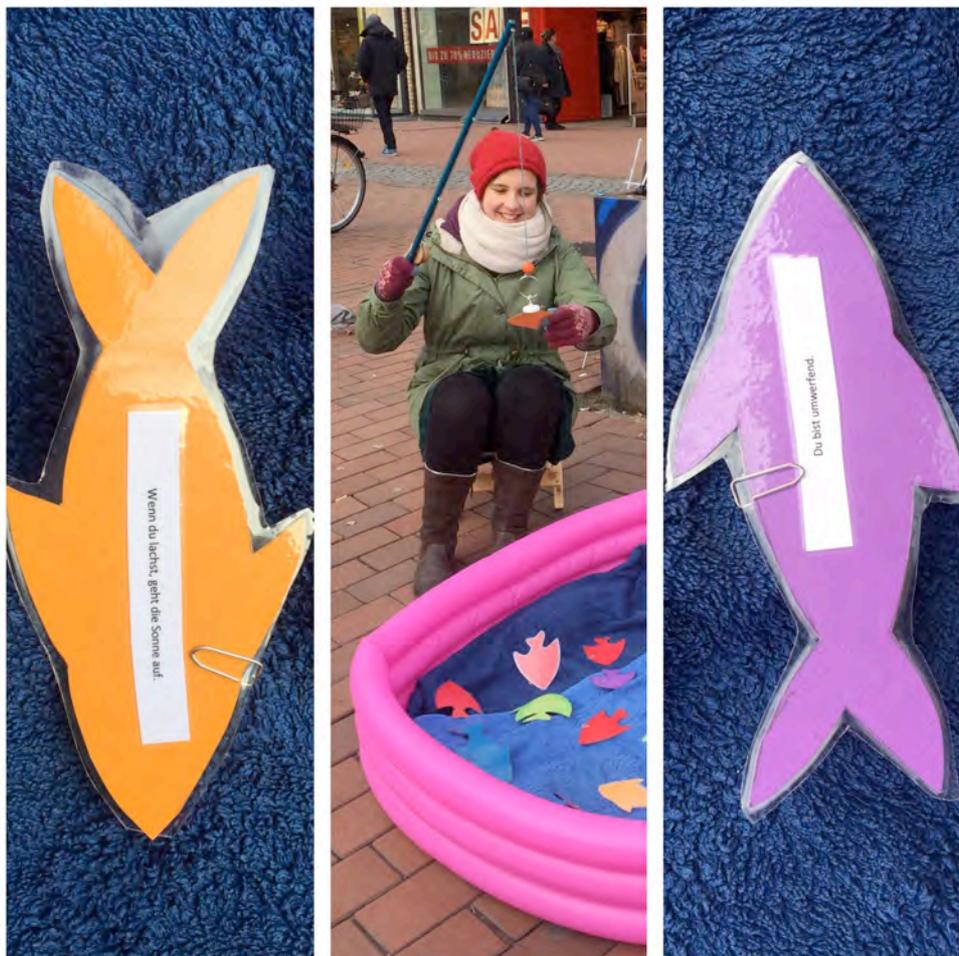
## fish it.

Franziska Friederich, Lisa Marie Traxler

Die Frage was "fishing for compliments" bedeutet, beschäftigte uns zu Beginn des Projektes. Wir haben festgestellt, dass der Ausdruck für uns negativ besetzt ist, da dieser meist mit "nach Komplimenten haschen", oder "nicht genug Bestätigung bekommen" gleichgesetzt wird. Da Komplimente aber eigentlich etwas Schönes sind und wir die positive Seite von "fishing for compliments" beleuchten wollten, haben wir uns für eine wortwörtliche Umsetzung entschieden. So entstand unser Projekt und folgende Fragen:

Wie reagieren Menschen auf spontane, positive Komplimente? Bedienen sie sich wenn sie sich welche angeln können? Nehmen Sie sich im Alltag Zeit für Komplimente?

Versuchsaufbau: eine belebte Hamburger Fußgängerzone, ein Planschbecken, eine Angel, viele Pappkartonfische mit aufgeklebten Komplimenten und die Aufforderung "fishing for compliments".



Performance am 18.01.2017 – 11:00 – 14:00 Uhr  
Ottensener Hauptstraße, Hamburg

# Fishing for com(pli)ments

Valeska Fuchs

Ausgangspunkt für das Projekt *Fishing for com(pli)ments* war der Gedanke das soziale Netzwerk *FACEBOOK* als modernen „social club“ zu verstehen. Einen virtuellen Ort, in dem sich zahlreiche Menschen „begegnen“, präsentieren und austauschen. Mit dem Auftreten der modernen sozialen Plattformen wie *FACEBOOK* oder *INSTAGRAMM* entwickelte sich auch zunehmend der Trend des „Postens“ (Veröffentlichen) von sogenannten Selfies (Selbstportraits). Durch die „Like-“ und „Kommentarfunktion“ innerhalb der sozialen Netzwerke haben die User außerdem die Möglichkeit Fotos positiv oder negativ zu kommentieren/bewerten. Aus diesem Zusammenhang heraus stellt sich nun die Frage, wie Komplimente in der heutigen medialen Welt verteilt werden und ob soziale Netzwerke durch die Darstellung der eigenen Person und des eigenen Lebens den Drang nach Aufmerksamkeit und Bestätigung unterstreichen.

In dem performativen Selbstversuch wurde einen Monat lang jeden Tag ein sogenanntes Selfie von der eigenen Person und/oder dem Ausschnitt des Lebens gepostet, um folgende Fragen zu untersuchen: Wird das soziale Netzwerk Facebook als „social club“ genutzt, um Selbstbestätigung durch „Fishing for compliments“ zu erfahren? Wie verändert sich das eigene Verhalten, wenn Kommentare/Komplimente nachlassen? Werden die Selfies provokanter, um mehr „comments“ bzw. Komplimente zu erhaschen? Wie verändern sich die Kommentare/Komplimente der User bei dauerhafter täglicher Überflutung von Selfies?



## **Supercompliman**

Manuela Nitsche, Laszlo Monse, Winnie Römer und Katharina Korf

„Wenn du etwas bekommst, sagst du Danke.“ - „Wenn du etwas haben möchtest, sagst du bitte.“ - „Man geht erst bei grün über die Ampel.“ - „Alten Menschen bietet man in der Bahn seinen Sitzplatz an.“ - „Nach dem Essen räumt man alle Teller weg.“ - „Man hält anderen die Tür auf.“ - „Lasse anderen den Vortritt.“ - „Tu erst anderen etwas Gutes, dann dir selbst.“ - „Hilf, wo du nur kannst.“

Innerhalb des interdisziplinären Projekts „107 Socialclub – Fishing for compliments“ des Masterstudiengangs der HKS Ottersberg erschufen wir eine Superheldenfigur, den Supercompliman. Filmisch zeigen wir wie er seine Arbeit verrichtet, wie er in kurzen Sequenzen immer etwas Gutes tut und der Menschheit zur Seite steht. Der Supercompliman lebt davon anderen zu helfen und sich sozial richtig zu verhalten. Er gewinnt seine Energie dadurch, dass er Lob bekommt für seine Hilfe. Seine Lebenskraft steigt, wenn seine sozialen Handlungen funktionieren.

Die Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob der Supercompliman sozial handelt, um anderen etwas Gutes zu tun oder eben um sich selbst zu helfen. Sind die Menschen allgemein sozial, weil sie sich gern so fühlen und gern so gesehen werden? Definieren sie so ihr Leben?

Durch unbeholfene, überspitzte und vielleicht auch sinnlose Handlungen des gut sozialisierten Superhelden versucht der Film auf diese Thematik aufmerksam zu machen. Entgegen anderen Superhelden, die einzigartig und individuell in ihren Kräften sind, bewegt sich der Supercompliman im für alle Menschen Alltäglichen und lebt sein Helfersyndrom aus. Kann jeder in die Rolle des Superhelden schlüpfen?

Der Film wird in der Ausstellung in einem Merchandise Stand präsentiert. Hier gibt es wie von jeder Actionfigur vom Aufkleber bis zum Jutebeutel alles zu erwerben. Der Supercompliman wird publik gemacht.

# #instamama

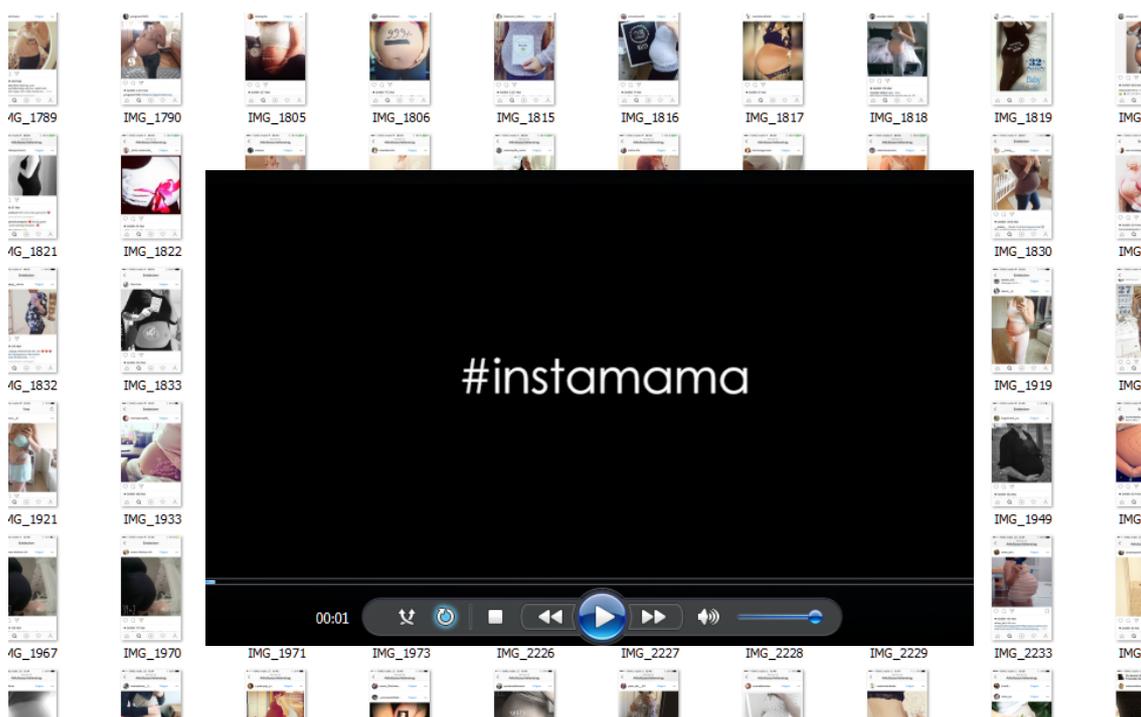
Ute Elisabeth Herwig, Sandra Folkers

Die SocialMedia Plattform Instagram wächst täglich um knapp 60 Millionen neue Bild- und Videobeiträge. Die möglichen, in sich standardisierten Interaktionen zu Themenbereichen wie Fitness, Kunst, Ernährung, Mode, Make up, Schwangerschaft/ Mama sein ähneln sich und überwältigen nicht nur durch ihre Anzahl: Vorhandenes mit "#" versehen, Kommentare posten, Herzen vergeben, in Beiträgen stöbern, Eigenes hochladen, Kommentare erhalten, selbst kommentieren, Herzen zählen /// Vorhandenes mit "#" versehen, Kommentare posten, Herze.....

Unter dem Hashtag #instamama sind am 16.12.2016 insgesamt 1.537.185 Beiträge öffentlich und von jedermann aufrufbar.

Die an W. Kendridges Arbeit anknüpfende Filmcollage offenbart dem Betrachter daraus willkürlich ausgewählte und aneinandergereihte Bildbeiträge mit Schwangerenbäuchen sowie die dazu abgegebenen und hier vertonten Kommentare in der für soziale Medien typischen Flüchtigkeit und dem Overflow an Informationen.

Durch ein kleines Guckloch in einem grellfarbigen Hohlkörper gewähren die Künstlerinnen einen optischen und akustischen Einblick in die aktuell zelebrierte (Nicht-mehr)-Intimität der Entstehung neuen Lebens, die zum *fishing for compliments* benutzt wird.



Vertonte Filmcollage – 1.56 Minuten

# Die Leeren des Kommunizierens

Ilia Damianov

In welchen Rahmen erfolgt Kommunikation? Sind wir diejenigen, die im Laufe der Kommunikation die Beginn- und Endpunkte, die Kommas und die Klammer bestimmen? Oder ergeben sie sich von selbst? Was sollen wir tun, wenn wir merken, dass Kommunikation sein Wesen verändert und uns nicht mehr nur Informationen, sondern auch die Leeren, die anstatt Satzzeichen entstehen, vermittelt? Die Performance von Ilia Damianov ist interaktiv und erforscht sowohl die Prinzipien der Kommunikation in ihrer wirksamen Unbestimmbarkeit, wie auch ihre Entfaltung im Raum

