
SUPERMARKET OF THE DEAD

Brandopfer in China und der Kult des globalisierten Konsums

Eine Ausstellung von Wolfgang Scheppé für die
STAATLICHEN KUNSTSAMMLUNGEN DRESDEN

冥間超市



STAATLICHE
KUNSTSAMMLUNGEN
DRESDEN

www.skd.museum

Proposition III.

Dresden, Residenzschloss, 14. März - 10. Mai 2015



„Die Vorstellung ist beendet. Das Publikum erhebt sich. Es ist Zeit, den Mantel überzuziehen und nach Hause zu gehen. Die Besucher drehen sich um: kein Mantel mehr und kein Zuhause.“

RAOUL VANEIGEM

**Handbuch der Lebenskunst für die jungen Generationen, 1967,
nach Wassili Wassiljewitsch Rosanow**

Papiernachbildung eines Ford Model-T. Beijing

Fotografie: Sidney D.Gamble (1890–1968), 1917–1919 (394-2263). Duke University, Durham

SUPERMARKET OF THE DEAD

Brandopfer in China und der Kult des globalisierten Konsums

Eine Ausstellung von Wolfgang Scheppe für die
STAATLICHEN KUNSTSAMMLUNGEN DRESDEN

Eine der ältesten Formen chinesischen Volksglaubens erweist sich als lebendiger Brauch, der überall in der Kultur Chinas praktiziert wird: Brandopfer papierener Nachbildungen von Geld und Gütern, die im Akt des Verbrennes Ahnen, Göttern und Geistern übergeben werden, um sie günstig zu stimmen oder ihre Nöte zu lindern, denn die chinesische Jenseitsvorstellung verbürgt eine Spiegelung der diesseitigen Welt und die Geister der verstorbenen Verwandten sind als empfindungsfähige Wesen gedacht.

Diese Papiermodelle haben sich in jüngster Zeit von der Nachahmung traditioneller Erzeugnisse zu Abbildungen des westlichen Warenhauses gewandelt, denn man will den Angehörigen in der Nachwelt eben jene Güter zukommen lassen, die man selbst begehrt. So entstand eine Gegenwelt aus Papier, in der die globalisierten Fetische des Markenkonsums, *Gucci*-Taschen, *Prada*-Schuhe, *Louis Vuitton*-Koffer, *Chanel*-Accessoires, die je jüngsten Mobiltelefone und Computer von *Apple*, aber auch *Coca-Cola*-Dosen, *Heineken*-Bierflaschen, Fast-Food von *McDonald's*, und lebensgroße Autos der heute sogenannten Premiumhersteller den Flammen übergeben werden, um sie ins Schattenreich des Todes zu überweisen.

Ein *Supermarket of the Dead* in der Festetage im Residenzschloss in Dresden zeigt diesen gleichermaßen vertrauten wie verfremdeten Warenberg. Sein Anblick gewährt wesentliche Einsichten: Man erkennt die mit dem totalen Weltmarkt erreichte weltweite Verbindlichkeit der westlichen Verehrung von Markennamen und Luxusgütern. Man sieht, wie schnell sich die chinesische Gesellschaft an einer globalen Ordnung der Bedürfnisse ausgerichtet hat und sie zugleich mit einem mindestens 1300 Jahre alten Ritual verknüpft. Und man wird hingewiesen auf den quasi-sakralen Fetischismus im eigenen Konsum namhafter Markenprodukte, deren Nutzen nicht im Gebrauch, sondern in der ideellen Teilhabe an einem System von Bedeutung besteht – einem magischen Verhältnis also. Brandopfer und Markengeltung eint die Logik der Repräsentationsmagie, in der man der Befriedigung seiner Bedürfnisse nur mehr stellvertretend im Bild genügt.

Den zeitgenössischen Exponaten, die in der Form der Warenauslage eines abstrahierten Supermarkts gezeigt werden, stehen in der Ausstellung seltene historische Beispiele von diesen dem Feueropfer dienenden Papiermodellen aus den Depots der Völkerkundemuseen in Leipzig und Dresden gegenüber, in denen die lange Tradition des Kults anschaulich wird.

In der Ausstellung wird auch die Sammlung der Hongkonger Künstlerin Rosanna Wei-han Li präsentiert, die über mehrere Jahrzehnte hinweg viele hundert Papierfaksimiles von Schuhen zusammentrug, an denen sich die jüngere Entwicklung der Simulakra für die Ahnenverehrung ablesen lässt.

One of the oldest Chinese folk beliefs proves to be a living tradition, one still practised widely throughout Chinese culture. Paper replicas of money and goods are ritually burned as offerings to win the favour of ancestors, gods and spirits and mitigate their needs, as the afterlife is thought to mirror the real world and the spirits of departed relatives are considered sentient beings.

In more recent years, the paper models have undergone a transformation in which emulations of traditional objects have been supplanted by replicas of consumer products found in western department stores. The living want to provide their relatives in the hereafter with the same goods that they themselves desire. This has led to an alternative universe made of paper in which nearly all the globalised fetishes of brand consumption – *Gucci* bags, *Prada* shoes, *Louis Vuitton* suitcases, *Chanel* accessories, mobile phones, *Apple* computers and even *Heineken* beer cans and life-size cars – are committed to the flames as a tribute to the ancestors.

A Supermarket of the Dead installed on the Reception Floor of the Dresden Royal Palace showcases this mass of familiar yet alienated commodities. The presentation gives rise to significant insights. Confronted with evidence of the total world market for such goods, we are made aware of the universal primary of the West's veneration of brand names and luxury products. We see how quickly Chinese society has become oriented to a global order of needs while simultaneously linking it to a ritual going back at least 1300 years. And the exhibition also draws attention to the quasi-religious fetishism inherent in our own consumption of sought-after branded products whose usefulness lies not in their utility, but in the ideational participation in a system of meaning – and hence a theurgically charged relation. Burnt offerings and brand status are united by the logic of representational magic, in which needs are fulfilled vicariously through the image.

The contemporary exhibits, which are shown as a merchandise display within an abstracted supermarket, are juxtaposed in the exhibition with very rare historical examples of these paper models for burnt offerings from the depots of the ethnological museums in Leipzig and Dresden, illustrating the long tradition of this cult ritual.

The exhibition will also present the collection of the Hong Kong artist Rosanna Wei-han Li, who has amassed hundreds of paper facsimiles of shoes over the past decades, providing a clear reading of the recent developments in such simulacra for the purposes of ancestor worship.

The project has been made possible by the support of the Museum & Research Foundation. 9

Begleitprogramm *

SAMSTAG, 21.3.2015 · 11.4.2015 · 25.4.2015 · 9.5.2015
15.00 UHR · Öffentlicher Rundgang (3 € Teilnahmegebühr)

SAMSTAG, 21.3.2015, 13.00 UHR
Öffentlicher Rundgang mit Gebärdendolmetscher
(3 € Teilnahmegebühr, Anmeldung erforderlich)

DONNERSTAG, 26.3.2015, 16.30 UHR
Kunstgespräch
Petra Martin „Für Götter, Geister und Ahnen –
die chinesische Tradition der Papier-Opfergaben“

DONNERSTAG, 9.4.2015, 15.00 UHR
Rundgang in leichter Sprache für Menschen mit Lernschwierigkeiten
„Was die Toten brauchen – Handy, Essen, Kleidung –
alles aus Papier“ (3 € Teilnahmegebühr)

DONNERSTAG, 16.4.2015, 16.30 UHR
Kunstgespräch
Petra Martin „Von der Gucci-Tasche bis zum iPhone –
Markenwaren für die Ahnen“

MITTWOCH, 22.4.2015, 11.00 UHR
Kunstaberachtung für Senioren (3 € Teilnahmegebühr)

SAMSTAG, 2.5.2015, 11.00 UHR
Öffentlicher Rundgang, barrierefrei für Menschen mit Sehbehinderung
(3 € Teilnahmegebühr, Anmeldung erforderlich)

Vermittlungsangebot für Klassen 1 bis 7 Ethik, Geschichte, Kunst
„lieb und teuer – alles, was die Verstorbenen brauchen“
Beim gemeinsamen Rundgang durch die Ausstellung entdecken die
Schüler lauter Dinge des Alltags, vom Handy über Essen bis zum
Dreirad, allerdings ist alles aus Papier und Pappe. Diese Dinge werden
heute noch, einem alten chinesischen Brauch folgend, verbrannt um
die Ahnen, Geister und Götter günstig zu stimmen. (Anmeldung
erforderlich, Lehrerfortbildung am 25.3.15, 15.30 Uhr)

* Der Treffpunkt für alle Veranstaltungen ist im Kleinen Schlosshof, Information



Proposition III.
14. März - 10. Mai 2015
Dresden, Residenzschloss, Festetage

Eine Ausstellung von Wolfgang Scheppe für die
STAATLICHEN KUNSTSAMMLUNGEN DRESDEN

ÖFFNUNGSZEITEN · OPENING HOURS
täglich 10 bis 18 Uhr · daily 10 a.m. to 6 p.m.
Dienstag geschlossen · closed on Tuesdays

EINTRITT · ADMISSION
Residenzschloss, alle Museen und Sonderausstellungen, außer
Historisches Grünes Gewölbe · Dresden Palace, all museums and
special exhibitions except Historisches Grünes Gewölbe

12 €, ermäßigt 9 €, Gruppen (ab 10 Personen) 11 € p. P.
freier Eintritt für Kinder und Jugendliche unter 17 Jahren ·
12 €, reduced fee 9 €, Groups (10 and more) 11 € per person,
free admission for children under 17

INFORMATION UND ANMELDUNG VON FÜHRUNGEN ·
INFORMATION AND RESERVATION OF GUIDED TOURS

Tel.: +49 (0) 351-49 14 20 00
Fax: +49 (0) 351-49 14 20 01
besucherservice@skd.museum
www.skd.museum







„Die kapitalistische Produktion hat den Raum vereinheitlicht, der von keinen Außengesellschaften mehr begrenzt ist. Diese Vereinheitlichung ist zugleich ein extensiver und intensiver Prozeß der Banalisierung. So wie die Akkumulation der für den abstrakten Raum des Marktes in Serie produzierten Waren alle regionalen und gesetzlichen Schranken und alle korporativen Beschränkungen des Mittelalters, die die Qualität der handwerksmäßigen Produktion aufrechterhielten, brechen mußte, mußte sie auch die Autonomie und die Qualität der Orte auflösen. Diese Macht der Homogenisierung ist die schwere Artillerie, die alle chinesischen Mauern in den Grund geschossen hat.“

GUY DEBORD, *Die Gesellschaft des Spektakels*, 1967, S. 165

