

BADEKAPPENGESELLSCHAFT



KATJA WUNDERLING, Beitrag
zum Projekt

„Art meets Economy“ nennt Ursula Pahnke-Felder eine Projektreihe. Alltagsgegenstände, die als Symbol der Konsum- und Warenwelt wahrgenommen werden und typisch für „das gerade abgeschlossene Jahrhundert“ sind, erfahren eine künstlerische Neudeutung und Neubearbeitung. Bei den bisherigen Projekten standen T-Shirts und Einkaufstüten im Mittelpunkt. Unlängst lud die Initiatorin Künstlerkollegen ein, Badekappen und Duschhauben neu zu gestalten. Venlo (Mai 2006) und Krefeld (Juli/August 2006)

waren bisherige Stationen der Wanderausstellung „The-bathing-cap-society“. Infos: www.virtuelle-galerie.de.

Quelle: KUNSTFORUM • Nr. 182 • Oktober/November 2006