

# Vertauschte Buchstaben und Nähte

Unter dem Namen «Panisch Real», ein Anagramm der Wörter «Chanel Paris», kreieren zwei Ostschweizerinnen Kunst zum Anziehen.

Diana Hagmann-Bula

«Lachen» steht in grossen silbrigen Buchstaben auf dem Shirt. Die Ausserrhoder Künstlerin Vera Marke und die St. Galler Modedesignerin Ly-Ling Vilaysane tun es bei diesem Treffen oft. Sie kennen sich seit vielen Jahren. Nun haben sie zum ersten Mal zusammengearbeitet. «Eine Bereicherung» sei das gewesen, sind sie sich einig. Sie seien beide Perfektionistinnen, hätten sich blind vertrauen können. «Ich bin noch nie so tief eingetaucht in die Kunstwelt», sagt Vilaysane. Und Marke fügt hinzu: «Ich weiss jetzt, wie eine Kollektion entsteht und welche Referenzen Mode hat.»

Was entsteht, wenn sich eine Künstlerin und eine Modedesignerin zusammentun? Tragbare Kunst. Und so ist das Shirt, das die beiden gerade anhaben, nicht nur eine simple Aufforderung, fröhlich zu sein. Das wäre auch verfehlt in einer schwierigen Zeit. Wie ein Deckel drückten die Nachrichten jeweils auf ihren Tag, sagt Marke.

## Furchtbar passende, aktuelle Anagramme

Am Anfang der Kollektion steht ihre Lust auf Verschiebungen. Anagramme – also durch Umstellungen von Buchstaben innerhalb eines Wortes neu entstandene, sinnvolle Begriffe – mit Goldrahmen, mehreren Schichten Ölmalerei, zuoberst der Schriftzug. Am Anfang der Kollektion steht aber auch Ly-Ling Vilaysanes Begeisterung für Chanel, Karl Lagerfeld und dafür, was der Designer aus der Marke gemacht hat. Ein Chanel-Jäckchen sieht einfach aus, ist aber sehr anspruchsvoll, was das Handwerk betrifft. Im Saum



Vera Marke und Ly-Ling Vilaysane bedrucken Shirts mit verdrehtem Chanel-Logo. Im Bild zu sehen: No. 4, die Neuheit.

Bild: Tobias Garcia

würden kleine Gewichte eingearbeitet, damit er schön falle, weiss die Modedesignerin. Die Kreationen ihres Labels Aéthérée hat sie einst in 27 Boutiquen auf drei Kontinenten verkauft. Bis zu dreizehn Messen besuchte sie jährlich. Heute, zwei Jahre nach der Geburt ihrer Tochter, sind es noch eine Handvoll.

«Lachen» heisst eigentlich «Chanel», nur eben in anderer Buchstabenreihenfolge. «Plötzlich wird aus etwas Luxuriösem etwas anderes. Manchmal tut es sogar weh», sagt Marke. Etwa wenn aus Chanel Noir «Non

Charlie» entsteht. Und an den Terroranschlag im Jahr 2015 auf die französische Satirezeitschrift «Charlie Hebdo» erinnert, bei dem elf Menschen ums Leben kamen. «Die Menschen reagieren zurückhaltend und kaufen es selten», sagt Marke.

«Non Charlie» ist No.3 der Kollektion. Das Label heisst «Panisch Real». Der Name stellt eine weitere Umkehrung von Chanel Paris dar. «Ein furchtbar passender Name für diese Zeit. Hatten wir nicht beabsichtigt», sagt Marke. «Lachen» ist No.4 (für Frauen) und No.5 (für Män-

ner), beide kosten 180 Franken, sind auf 99 Stück limitiert, wie die anderen Modelle. Es wird am 26. März im Kunstprojekthaus von Vera Marke in Hundwil vorgestellt.

## Kunst braucht keine Etiketten

Warum 99 Stück? «Weil es eine schöne Zahl ist. Nicht ganz hundert», sagt Marke. Ausserdem bediene man sich damit eines Mittels aus der Kunstwelt, in der Bilder limitiert sind. Noch ein weiteres Shirt, No.5, planen Marke und Vilaysane. Dann ist

Schluss, weil der berühmteste Duft von Chanel so heisst. Dabei würden den beiden noch viele Anagramme einfallen, welche die Modewelt auf den Kopf stellen. «Vera vertauscht Buchstaben, ich verschiebe die Nähte», sagt Vilaysane. Bei No.4 etwa liegt die Naht vorne statt auf der Seite. Diese tragbare Kunst hat eine weitere Botschaft, eine eher unbeabsichtigte. Durch ihre Machart kritisiert sie Fast Fashion. Die Shirts sind fast schon unmodisch und dadurch zeitlos. Vilaysane sagt: «Ob wir sie in zwei Monaten oder zwei

Jahren herausgeben, spielt keine Rolle. Wir haben keinen Stress wie ein Grossteil der Modebranche.» Die dicke, qualitativ hochwertige Baumwolle kommt aus Portugal, genäht werden die Oberteile in einer kleinen Firma in Deutschland, die wegen Corona ums Überleben kämpft. Etiketten findet man bei «Panisch Real» nicht. «Sie kratzen und gucken ungewollt heraus», sagt Marke. Angaben zu Grösse, Material und Pflege sind auf der hübschen Box aus Karton. «Das funktioniert nur, weil die Kollektion ein Kunstprojekt ist. Sonst bräuchte es Etiketten für die Verzollung.»

Aber auch die Kunstwelt verändert sich, sagt Marke. Es gebe immer weniger Galerien. «Die klassischen Vertriebskanäle fallen weg. Kunstschaffende gehen nun Kollaborationen mit anderen Künstlerinnen und Künstlern ein. Wie in der Mode.» Neben vielen Gemeinsamkeiten haben die beiden auch grosse Unterschiede entdeckt. «Ein Bild ist fertig, wenn es sagt, dass es fertig ist», meint Marke. Abgabetermine wie Ly-Ling Vilaysane kennt sie nicht. Auch denke sie nicht an den Konsumenten. «Ich verwende kein Orange, weil es den Leuten gefallen wird, sondern weil die Farbe in das Bildkonzept passt.» Dieses Vergleichen ist ebenfalls Austausch, reflektiert die eigene Arbeit. Darauf verzichten wollen die beiden nach Abschluss von «Panisch Real» nicht.

## Hinweis

Präsentation des Shirts No.4 und No.5 von «Panisch Real» und Eröffnung des Kunstprojekthaus von Vera Marke: 26. März, 10 bis 17 Uhr, Haus Dorf 10, Hundwil, [www.panischreal.ch](http://www.panischreal.ch)

Analyse zur kommunikativen Auszeit am Theater St. Gallen

## Neustart ohne Gefühl für Takt und Timing

Samstagabend im St. Galler Theaterprovisorium; Premiere des Opernklassikers «La Traviata»: Trotz hoher Coronafallzahlen, auch im Ensemble, wird vor nahezu vollem Haus gespielt. Am Ende gibt es Standing Ovations, ausgiebigen Applaus, gewürzt mit vereinzelt Buhrufen für die Regie, was einem spannenden Theaterabend nicht schadet. Alles läuft offensichtlich gut, dies unter schwierigen Bedingungen – gibt es irgendein Problem bei Konzert und Theater St. Gallen?

Kurz zuvor schlugen die Wogen hoch: Knapp zwei Wochen vor der «Traviata»-Premiere wurde die neue Organisationsstruktur des künftigen Vierpartenhauses publik gemacht. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfuhren davon eine Stunde vor den Medien. Noch eine Stunde früher informierte Konzertdirektor Florian Scheiber das Sinfonie-

orchester darüber, dass er nicht Teil des achtköpfigen «kollaborativen Verantwortungskreises» um den designierten Gesamtdirektor Jan Henric Bogen, jetzt und auch nach 2023 Leiter der Sparte Oper, sein würde. Scheibers Funktion als Programmgestalter der Sparte Konzert und als erfahrener Orchestermanager soll aufgesplittet werden. Verteilt auf einerseits Chefdirigent Modestas Pitrenas, dessen Rolle man «stärken und sichtbar machen» möchte, und andererseits ein Orchesterbüro, dessen Besetzung noch unklar ist. Unklar – wie viele Details.

Sicher ist nur: Neben Florian Scheiber werden auch Schauspielregisseur Jonas Knecht und Tanzchef Kinsun Chan einen neuen Job suchen müssen und mit ihnen etliche Ensemblemitglieder. Das mag normal sein im Theaterbetrieb; in St. Gallen aber muss ein so radikaler Neustart gut aufge-

gleist, erklärt und kommuniziert werden. Man lässt hier für gewöhnlich die Dinge reifen, sich entwickeln. Man redet miteinander; viele Künstlerinnen und Künstler haben das als gedeihliches Klima für Qualität geschätzt. Dieses Gespräch ist offenbar durch das Tempo des Organisationsumbaus vernachlässigt worden. Mag es auch intern (inzwischen reger genutzte) Mitarbeitersprechstunden und Arbeitsgruppen zu den neuen Werten Nachhaltigkeit, Diversität und Partizipation geben – eine klug geführte öffentliche Debatte gibt es nicht. Sie wäre sicher nötig.

Nun hängt der Haussegel schief in der Tonhalle und im Theater. Die Öffentlichkeit soll davon nicht erfahren, wie schon im Vorfeld der Reorganisation. Transparenz und klare Kommunikation gehörten in der Vergangenheit nicht zu den Stärken des Verwaltungsrats. Es lagen also grosse Hoffnun-

gen auf dem im November zum künftigen Gesamtdirektor ernannten Jan Henric Bogen. Nach seinen Pluspunkten gefragt, erklärte er im Interview mit dieser Zeitung: «Ich kommuniziere gerne, gut und klar.» Zuletzt sah es ein wenig anders aus. Die Begründung seines Umbaus mit der «künstlerischen Halbwertszeit» passt nicht zu den Werten, für die er eintritt, namentlich Nachhaltigkeit. Die Gespräche mit dem Chefdirigenten sind offensichtlich noch nicht abgeschlossen. Von diesem könnte man lernen, ehrlich und transparent, vor allem floskelfrei das Wort zu ergreifen und Missverständnisse zu klären.

Die intransparente Kommunikation fing schon mit vagen Begriffen für Bogens Position an. Nie wurde der gesuchte Nachfolger für den bislang als «Geschäftsführender Direktor» amtierenden Werner Signer Generalintendant genannt.

Was Bogen de facto sein wird. Nach den jüngsten Entwicklungen, der ungeschickten Rhetorik und den empörten Reaktionen darauf war der Verwaltungsratspräsident nur noch zur schriftlichen Beantwortung von Fragen bereit; nun soll mehrere Wochen lang Funkstille herrschen. Dabei müssten die Verantwortlichen, wenn ihnen die Zukunft des Theaters am Herzen liegt, beherzt aus der Defensive kommen und auf die Betroffenen der Änderungen zugehen. Ihre Ziele gut vermitteln – und zuhören. Wo nicht geredet wird, gedeihen Gerüchte.

Zu den Betroffenen gehört auch die Öffentlichkeit: das Publikum, das die grösste Kulturinstitution der Region Ostschweiz und Bodensee bislang mit Wohlwollen und Interesse getragen hat. Ganz abgesehen davon, dass das Theater zu einem nicht unerheblichen Teil mit öffentlichen Subventionen

unterstützt wird, selbst wenn der Eigenfinanzierungsanteil hoch ist. Umso wichtiger wird auch in Zukunft sein, nicht mit dem Rücken zum Publikum und ohne Gespür für die Bedürfnisse vor Ort zu spielen. «Bedürfnisse erkennen» wird im Departement von Regierungsrätin und VR-Vizepräsidentin Laura Bucher grossgeschrieben, ebenso «Teilhabe und Chancen ermöglichen». Es wäre nun ihre Aufgabe und die der anderen politischen Vertreter, den Worten Taten folgen zu lassen. Um dem Theater und der neuen Leitung aus den hausgemachten Negativschlagzeilen zu helfen.



Bettina Kugler  
bettina.kugler@chmedia.ch