

„Fanshop der Globalisierung“

Ausstellung über Fußball, Raum und Ökonomie reist durch Deutschland

Im Fußball regiert die Globalisierung. Fußball ist Teil einer globalen Wertschöpfungskette, bedient weltweite mediale Netzwerke und produziert milliarden schwere Markenimages. Und auch Arbeitsmigration und die Folgen globaler sozialer Ungleichheit finden sich im Fußball wieder.

Einen „Fanshop der Globalisierung“ schicken die Bundeszentrale für politische Bildung/bpb und die Berliner Agentur raumtaktik deshalb von Mai bis Juli auf Deutschlandreise. Der 12 Meter lange Seecontainer — Inbegriff des globalen Warentransports — ist mit Fußballtrikots aus aller Welt beladen. Die sind allerdings von fünf jungen Modedesignern zerschnitten, umgestaltet und zweckentfremdet worden. Das Trikot der französischen Weltmeister von 1998 wird zur Kluft für verummte Demonstranten, der Trainingsanzug des DFB zum afrikanischen Hochzeitskleid, und das schwarze Schiedsrichtertrikot verwandelt sich in ein Business-Outfit für die Geschäftsfrau.

So erzählt jedes der 25 ausgestellten Kleidungsstücke eine Geschichte über Globalisierung – stets an Beispielen aus der Welt des Fußballs: vom weltumspannenden TV-Rechtehandel, der Entführung von Fußballerfamilien in Südamerika, den Marketingstrategien des FC Bayern München in China, David Beckhams Marktwert als Popidol bis hin zu den Fußballcamps an der Elfenbeinküste.

Begleitend werden dem Besucher in großformatigen Kartierungen Hintergründe der Globalisierung vermittelt: Fakten über die weltweite Verteilung von Containerhäfen und Internetanschlüssen, Statistiken über Analphabetismus, Kindersterblichkeit und Nationaleinkommen, aber auch Informationen über internationale Pizza-Ketten und unterschiedliche Pizza-Beläge.

Nachts wird die Rückwand des Containers zum Bildschirm, auf dem Making-of-Videos aus den Ateliers und Sweatshops der Modedesigner zu sehen sind.

Der „Fanshop der Globalisierung“ ist vom 4. Mai bis 14. Juli 2006 unterwegs. Die Stationen sind Dortmund, Köln, Frankfurt, Stuttgart, München, Leipzig, Hannover, Hamburg und zum Finale Berlin.

Der Eintritt in den Fanshop ist frei.

Zur Ausstellung erscheint das Kartenspiel „Schwarzer Peter der Globalisierung“, das für 1 € im Fanshop und bei der Bundeszentrale für politische Bildung erhältlich ist.

Der Fanshop der Globalisierung eröffnet am Donnerstag, 4. Mai 2006, 19:00 Uhr im Hartware Medienkunstverein in Dortmund, Phoenix Halle, Hochofenstraße / Ecke Rombergstraße, Dortmund-Hörde zeitgleich mit der Ausstellung "Glanz und Globalisierung".

Zur Eröffnung spricht Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung.

Informationen:

raumtaktik – Agentur für räumliche Aufklärung und Intervention
Dr. Friedrich von Borries/Matthias Böttger
Tel +49 (0)30 62 73 57 49

raumtaktik@raumtaktik.de
www.raumtaktik.de/fanshop

Bundeszentrale für politische Bildung
Arne Busse
Tel +49 (0)18 88 515-571
busse@bpb.de
www.bpb.de

Pressekontakt raumtaktik:

raumtaktik
Astrid Herbold
Adalbertstr. 93
10999 Berlin

Tel +49 (0)30 61 65 87 05
Fax +49 (0)941 5992-146
presse@raumtaktik.de

Pressekontakt bpb:

Bundeszentrale für politische Bildung
Pressearbeit
Adenauerallee 86
53113 Bonn

Tel +49 (0)18 88 515-284
Fax +49 (0)18 88 515-293
presse@bpb.de
www.bpb.de/presse



Ausstellungsstationen des „Fanshops der Globalisierung“:

04.05. – 09.05.2006	Dortmund HartwareMedienKunstVerein
11.05. – 15.05.2006	Köln Deutsches Sport & Olympia Museum
17.05. – 23.05.2006	Frankfurt Museum für Kommunikation
01.06. – 06.06.2006	Stuttgart Württembergischer Kunstverein
08.06. – 14.06.2006	München Kunstverein München
15.06. – 20.06.2006	Leipzig Museum der bildenden Künste
22.06. – 27.06.2006	Hannover schauspielhannover
29.06. – 04.07.2006	Hamburg Hamburger Kunsthalle
05.07. – 11.07.2006	Berlin Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz

Bildnachweis

Fotograf: Piet Truhlar, www.truhlar.de

Modedesigner: „MigrationC3“: substratdesign; „VerflechtungA3“: urban speed; „Social DivideE3“:
Florinda Schnitzel