

Hvorfor er biler så kedelige?

Bilen er et af de mest gennemdesignede objekter, der findes. Alligevel ligner de alle sammen hinanden. Det synes i hvert fald kunstneren og verdensstjernen, Olafur Eliasson, der er ved at designe en bil for BMW.



Olafur Eliasson i Island.

Af Kitt Andersen

Olafur Eliassons studie i Berlin har siden juni måned haft en kubeformet tilbygning ude på græsset bag lagerbygningen. Den ligner en forstørret eskimohytte, men hensigten er ikke at holde kulden ude og varmen inde. Når værkstedet tages i brug, er temperaturen i rummet på minus syv grader

– konstant. Ellers går arbejdet med at designe BMWs bil tabt. For den bliver lavet af is!

Under M/S' besøg ligger arbejdet for en periode stille her ude i kæmpefryseren. Der står kun det lysegrå karosseri af en BMW H2R brintbil med hjul, fjedre, sæder og rat tilbage. Da Eliasson startede på projektet, fik han ellers leveret en komplet bil, nu mangler skærme, døre, indtræk og instrumentbord – alt er fjernet. Og isen, der efterfølgende har dækket skroget, er også for længst smeltet bort. Men bilen er stadigvæk også kun under konstruktion og skal ikke stå færdig før i foråret 2007.

Siden 1975 er forskellige kunstnere blevet hyret til at male en BMW. Bl.a. Andy Warhol og Roy Lichtenstein, der på hver sin måde overførte popkunsten til et nyt objekt. Først i 1999 begyndte det kunstneriske arbejde med bilerne at bevæge sig væk fra kun at være rent maleri. Med Jenny Holzer kom der ord på en Le Mans Roadster – »Protect me from what I want«, stod der med store kromfarvede versaler hen over bilen.

Nu, syv år senere, er tiden en anden, og det er Eliassons arbejdsmetode også. Han har ikke malet siden akademiet og har aldrig i et projekt taget udgangspunkt i en fast defineret form, men er altid startet med indholdet. Grundlæggende synes han desuden, at det er bemærkelsesværdigt, så kedelige biler generelt er, når det kommer til design. Ikke fordi han interesserer sig specielt meget for biler, han betragter sig selv som meget almindelig på det felt.

»Jeg kan godt lide biler. Jeg er ikke hysterisk fascineret fan af dem, og jeg ved godt, at det lyder frygtelig kedeligt, men egentlig tror jeg, at jeg er meget gennemsnitlig vedrørende biler. Det er noget, jeg følger med i, men ikke noget, jeg synes, er specielt interessant. Jeg synes selvfølgelig, det er sjovt at køre i en sportsvogn, men jeg har en BMW. Det havde jeg nu også før, jeg startede på projektet. Husk, jeg har boet i Tyskland. Hvis jeg havde boet i Danmark, havde jeg nok ikke haft en,« siger Olafur Eliasson, der det sidste års tid har boet i en villa i Hellerup, men stadig pendler frem og tilbage til studiet i Berlin.

MEN SELV OM HAN rent faktisk bor i Danmark, er det ikke ensbetydende med, at han er nem at lave en aftale med. Han er en verdensstjerne med alt, hvad det indebærer: Muligheden for selv at vælge, hvad han vil deltage i, en sekretær til at styre kalenderen og lave aftaler og

hele tiden på en rejse i forbindelse med et projekt. Med andre ord, en travl mand, der ellers gerne fortæller om sit arbejde, men hvor tiden er en betydelig faktor, der ofte resulterer i telefoninterviews, med mindre man lige kommer fra Magasinet The New Yorker, der i et år har fulgt ham i hans arbejde og på hans rejser.

Men ikke kun tiden er afgørende. Han vælger også fra, når det kommer til, hvem han vil tale med. Som hovedregel stiller han ikke op til interviews i modeblade for at fortælle om, hvem han er. Han vil have et fagligt indhold og bryder sig ikke om den her rockstjernestatus, hvor kunstneren skygger for værket, der derefter bliver tolket gennem hans person.

Nu er det heller ikke, fordi han behøver at anstrenge sig for at gøre reklame for sig selv og sin kunst – det skal andre nok gøre for ham. Senest modtog han herhjemme i september Kronprinsparrets Kulturpris, der blev overrakt i Operaen, hvor også hans smukke lysekroner hænger.

Men både prisen og lamperne er kun en meget lille flig af den store virksomhed, Olafur Eliasson efterhånden har bygget op. Som noget ganske atypisk for en dansk kunstner, har han pt. 25-30 mennesker ansat, og når man ser på de igangværende projekters omfang, forstår man udmærket, at det kræver mere end en sekretær at holde styr på.

Udover BMW-projektet er han på nuværende tidspunkt bl.a. ved at færdiggøre en større opgave for Louis Vuitton, hvor han har lavet udsmykningen »Eye See You«, der blev afsløret i torsdags i New York og i 360 butikker i resten af verden på onsdag. Indtægterne herfra går ubeskåret til hjælpearbejde i Etiopien. Han er sammen med Henning

Larsens tegnestue i gang med et 25.000 m² stort koncert- og kongrescenter i Reykjavik på Island. Han har netop færdiggjort en udsmykningsopgave for Sønderjyllands ny viden- og kulturcenter, Alsion, i Sønderborg, og sideløbende kører uafhængige projekter, der på et tidspunkt vil havne i en ny installation eller en ny arkitektur- eller udsmykningsopgave.

Og så er der lige det store interview med The New Yorker, hvor der skal læses korrektur og vælges billeder. Nogle prøvetryk, der skal tjekkes... Og den netop overståede auktion til fordel for hjælpearbejde i Etiopien, hvor kunstnere har doneret værker til formålet, og hvor hver krone går

ubeskåret til fonden 121.Ethiopia.org, der blev stiftet for et år siden af Eliasson og hans kone, Marianne Krogh Jensen, der er kunsthistoriker.

Og her er måske den eneste lille flig, der afslører noget mere privat om mennesket bag alle projekterne. For to år siden adopterede parret en dreng fra Etiopien og skal i den kommende uge af sted igen for at hente en lille pige. Og helt i tråd med hans ønske om ikke at stå i vejen for folks oplevelse af hans værker, har han heller ikke villet fremhæve sig selv og sit engagement i forhold til Etiopien og fonden. Han vil ikke pådutte andre mennesker hans personlige præferencer. Men han synes de begår en stor fejl, hvis de ikke engagerer sig i hjælpearbejde.

MEN UANSET MÅLET, synes engagementet at være lige stærkt, hvad enten det gælder hjælpearbejde eller samarbejdet med et stort internationalt firma. For BMW-projektets vedkommende er det så ikke lige den drengede fascination af rå motorkraft og lækkert design, der er interessant. Det er – som med de fleste af Olafur Eliassons projekter – relationen til det omgivende samfund, og det at gå på opdagelse inden for et felt, der er nyt.

»Der er to ting ved projektet, der interesserer mig. Den ene ting er, at projektet lægger op til at beskæftige sig med vedvarende energi, verdens ressourcer, global opvarmning og alle sådan nogle ting. Det er et område, der har interesseret mig i meget lang tid. Det andet er det rent formgivningsmæssige. Design har i en lang række sammenhænge tabt sin relation til omgivelserne. Det er kommet til at handle om objekter, som ikke betyder noget eller henviser til et indhold. Hver form handler bare om sin egen skønhed. Design er blevet et markedsprojekt, og det har tabt – jeg ved ikke, om man skal sige visioner – men så sine sociale relationer,« siger Eliasson, der netop i arbejdet med bilen ser en mulighed for at forene det visionære design med miljømæssig bevidsthed.

Men der er én ting, som han har gjort sig meget klart i samarbejdet med den store internationale koncern, og det er den klassiske overvejelse i forbindelse med de kommercielle og kunstneriske interesser indvirkning på hinanden. For hans eget vedkommende går overvejelserne på, hvordan han inden for den ramme, han har fået stukket ud, skal komme med et klart kunstnerisk standpunkt. Her handler det ikke blot om at være Rasmus Modsat og i direkte opposition. For Olafur Eliasson ligger det kritiske i at være åben over for, at andre mennesker kan relatere og engagere sig selv i

projektet. Og så synes han ikke, at der er nogen grund til at være naiv. BMW gør det her for sin egen skyld – ikke for kunstnerens skyld!

»Men man kan også lave et mere præcist projekt ved at acceptere, at det ikke handler om et typisk kunstværk. Det skal selvfølgelig være

kunst, men det er i højere grad et samarbejde, for man kan ikke lade som om, at man ikke får et BMW-logo påklistret. Det er helt klart. Ligesom den artikel, du skriver, og nævner BMW så og så mange gange, det er der jo ingen tvivl om, at BMW bliver glade for. Og det synes jeg godt, man kan skrive, for det tror jeg ikke, at folk tænker over... jo, det gør de nu nok,« siger Eliasson.

Han vil nu alligevel godt rose BMW for, at de tør kaste sig ud i noget så underligt som kunst og for at kunne se kvaliteten i kunstens mere kritiske tilgang til bilen. Men Art Cars er blot ét projekt ud af flere forskellige angående designprocesser, hvor der er involveret masser af videnskabsfolk og penge. Og på lang sigt er de med til at skabe ny viden og evt. revurdere designsproget. For selv om Eliasson synes, at BMW er en af de mere vellykkede biler på markedet, så er der stadig masser af ting, der kan gøres endnu bedre.

På den anden side har han også været nødt til at stille sig selv spørgsmålet om, hvad han kan bruge BMW til.

»Jeg har fået adgang til BMWs computere, jeg har adgang til BMWs modelværksteder, jeg har adgang til deres lysstudier og deres lydstudier. Jeg har været steder hos BMW, hvor ikke engang nogle af deres egne folk kommer. De har simpelthen haft så stor tillid til mig, og hvad jeg ville bruge det til. Jeg har haft umådelig meget glæde af at kunne bruge deres værksteder, som om det var mine egne. Og det har for så vidt oftest været vældig interessant. Der er ikke en skrue i en bil, som ikke er vendt og drejet 100 gange inden, den bliver sat i. Der er få objekter i vort samfund, der er så gennemdesignet. Hvilket så strengt taget er overraskende i betragtning af, at de ikke ser bedre ud, end de gør. Alt andet lige, så er designet ikke lavet for at opnå det optimale. Der er tale om design af det optimale inden for en økonomisk ramme. Man er også nødt til at gøre op med den dominerende tendens, at tidløst design er bedre. Idéen om tidløst design er frygteligt enerverende. At noget skulle være smukt uden at tage tiden i betragtning, det er selvfølgelig en modernistisk idé, som sådan

nogen som Kjærholm har opfundet. De troede på velfærdssamfundet som værende en utopi. Når man havde fundet løsningen, så ophørte tiden, og så ville man bare være lykkelig altid.«

HVORFOR BILER SER UD, som de gør, har Olafur Eliasson ikke kunnet finde noget entydigt svar på. Han har kigget tilbage i historien, men har ikke fundet nogen speciel grund. Den er tilsyneladende blot resultatet af en historisk udvikling, hvor form og funktion er smeltet sammen inden for en økonomisk ramme og er endt med at afspejle den tid, den nu engang er opstået i.

Og for en kunstner som Eliasson er det faktum selvfølgelig en stor kilde til undren.

»Hvorfor er bilen aldrig gået ind og har været med til at skabe sin egen tid? Været holdningsformidlende eller holdningsskabende? Det kan jeg godt svare på. Det er fordi, der selvfølgelig ikke er lige så mange penge i det. Men når man taler om design, taler man også om spørgsmålet om identitet og ens rolle i et samfund. Autonom formgivning, autonom kunst, autonom arkitektur interesserer jo ikke mig. Jeg synes, at udfordringen er at kunne integrere tiden og en sameksistens i objektet. Så måske er det forældelsesprocessen og forgængeligheden – det tidslige, der er det interessante.«

Og så er der hele den grønne globale bølge, der, som så ofte før med nye tendenser, endnu ikke er skyllet ind over Danmark.

Men ifølge Olafur Eliasson er det f.eks. i USA ikke længere ualmindeligt at investere i en bil, der koster mere, men forurener mindre. Ikke som et modefænomen for at imponere naboen, men fordi man simpelthen har det bedre med ikke at forurene og for at vise, at man er i stand til at tage et personligt ansvar. Hviket ligger fint i tråd med et af Eliassons gennemgående temaer: Engagement har konsekvenser – det være sig politisk, følelsesmæssigt eller blot i dagligdagens små gøremål.

Konsekvenserne for BMW af dette engagement har resulteret i en fortløbende udvikling af en brintbil, der på lang sigt vil betyde store ressourcemæssige besparelser suppleret med en kæmpe miljømæssig gevinst, da brugen af brint kun efterlader vand. Konsekvensen for Eliasson af, at flere og flere engagerer sig, er, at hans værker i langt højere grad end

tidligere sandsynligvis vil blive betragtet ikke bare som skønhedsobjekter, men som projekter, der også skal ses i relation til den den tid og den virkelighed, de er skabt i.

Men den danske langsommelighed til at følge med udviklingen og det stigende miljømæssige engagement er kun én side af sagen. Den anden – set fra det kunstneriske synspunkt – er, at den danske velfærdsmodel i al sin humanistiske tilgang til livet også har svært ved at integrere forskelligheden. I modsætning til i Tyskland, hvor Eliasson har boet over ti år, er der ikke – de historiske kendsgerninger til trods – nogen angst for at integrere kunsten som en del af samfundet.

»I Tyskland føler man faktisk, at man er inde i midten som kunstner, og det er jo skide lækkert, så føler man, at man er med. Mens man i Danmark kan føle sig sådan lidt – nåh, hold kæft mand, det er eddermugme noget underligt noget, du laver der. Og det kan godt være sådan en lille smule fremmedgørende – nej, det kan være mæg-fremmedgørende. Den danske model er meget bygget op om, at man passer godt ind i midterfeltet, hvor man er meget tolerant, og hvor der er en forholdsvis sund humanistisk tilgang til livet. Der er en masse store, store kvaliteter i Danmark, som er baseret på, at man er sådan nogenlunde inde i midterfeltet. Men når man kommer for tæt på kanten, så er der et uproportionelt forhold til, hvor meget uden for, man virker. Lige så snart, man ikke passer ind i den store middelklasse, kan man risikere at føle sig meget ekskluderet – helt afskrevet. Og det gælder ikke bare for kunstnere, det gælder for alt, der er lidt anderledes. Derfor har kunsten heller aldrig fået en central plads i samfundet. Men det kræver også, at der er nogen inde fra midten, der går ud og stiller sig på kanten og siger: »Det her, det støtter jeg!« Kunst har noget at tilbyde inde i midten, selv om den står ude på kanten. Og den tradition, den har man i Tyskland. I Danmark er alt meget bredt, men nu skal vi jo ikke glemme, at det er der også en masse kvaliteter ved, bare ikke når man er kunstner.«

HVOR PROJEKTET MED BMW egentlig ender henne, er svært at forudsige. Der bliver eksperimenteret med frosne balloner i en kummefryser og net, der i eskimohytten i baghaven oversprøjtes med vand. Der bliver hakket og savet i isen og mange forskellige fagfolk lige fra håndværker over arkitekter til videnskabsfolk involveres i den lange proces frem mod et færdigt resultat. Eller så færdigt, som det nu kan blive i

Olafur Eliassons hænder. For det er først i mødet med et publikum, at projektet giver mening.

»Jeg vil gerne tilskrive værket en stor grad af relativitet. Jeg er helt tilfreds med, at nogle mennesker synes, at det er noget værre bras, og at det gider de sgu ikke se på. Det er OK. Men jeg vil gerne undgå, at værket bliver omtalt som tidløst, for den slags står ikke til forhandling. Jeg vil jo vise, at alting står til forhandling. Hvis jeg så pludselig kommer ind som rockstjerne, og værket bliver formidlet som »en ægte Eliasson«, så kan det være kontraproduktivt for oplevelsen af værket. Det er derfor, jeg mener, at den personfetisch, der kører i design, arkitektur og kunstverdenen – nu skal jeg heller ikke overdrive – men den kan være skadelig for selve objektet. Jeg kan da godt se fidusen i, at den slags ikke fungerer for Britney Spears. Hun kan ikke sælge sin musik, hvis hun ikke selv bruger sit navn og sætter sig i forgrunden. Men det, synes jeg jo så på den anden side heller ikke, er kunst. Det er forretning. Men sådan har jeg det sådan set også med en række såkaldte kunstnere.«

Fakta: Olafur Eliasson

Født i 1967 i København af islandske forældre og uddannet fra Kunstakademiet i København i 1995.

I september måned i år modtog han Kronprinsparrets Kulturpris på 500.000 kr. Kronprins Frederik motiverede bl.a. valget således: »Olafur Eliasson er præget af de bedste dele af nordeuropæisk blandingskultur, af storheden i den islandske kultur og af en unik evne til hele tiden at søge dybere og dybere ind i de menneskelige sansers udtømmelige univers.«

Hans vel nok største udstilling, der er blevet set af over to millioner mennesker, er »The Weather Project« med en gigantisk sol, der blev vist på Tate Modern i London i 2003.

Han er repræsenteret på samlinger over hele verden: San Francisco Museum of Modern Art, Museum of Modern Art, New York, Solomon R. Guggenheim Museum, New York, Museum of Contemporary Art, Los Angeles, Centre Pompidou, Paris, Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Smithsonian Institution, Washington D.C., Tate Modern, London.

I 2007 har han sin første soloudstilling i USA på San Francisco Museum of Modern Art, der efterfølgende vises i New York.

<https://www.berlingske.dk/kultur/hvorfor-er-biler-saa-kedelige>