

Renaissance Augsburg – start again

Natalija Ribovic kreiert
nachhaltige Designprodukte.





Unisex-Kniestrümpfe mit eingestrickten Texten



Natalia Ribovic ist Augsburg eng verbunden.



Rathaustasche und -shirt: Das Druckmotiv vorne wird auf der Rückseite ergänzt

Die international agierende Künstlerin Natalija Ribovic mit Wahlheimat Augsburg kreierte die beliebten „Rathausbags“ aus der Gewebe-Plane, hinter der 2016 die Westfassade des Augsburger Rathauses saniert wurde und entwickelte die Ideen und Designs für die diversen Merchandise-Artikel der Regio Augsburg Tourismus GmbH, die es seit 2023 zu kaufen gibt.

Text Hannelore Eberhardt-Arntzen • **Fotos** Regio Augsburg/Ribovic

Wer sich mit Natalija Ribovic unterhält, dem wird schnell klar, dass es der Künstlerin, die 2007 den Kunstförderpreis der Stadt Augsburg im Bereich Bildende Kunst erhalten hat, in Ausführung ihres Auftrags durch die Regio Augsburg Tourismus GmbH nicht nur vordergründig um die Schaffung ansprechender Souvenirartikel ging, sondern dass hinter ihren Ideen eine ganzheitliche Auffassung von der Welt und der Natur steckt. Den Menschen versteht sie als Mittler zwischen Natur und Technik, zerbrechlich und ausgeliefert, jedoch auch ausgleichend und versöhnend durch die Gabe seiner künstlerischen Fähigkeiten. Dementsprechend vielfältig und ausdrucksstark ist ihr Schaffen. Ihre Kunstwerke sind als Konzeptkunst mit erzählerischem Rahmen zu verstehen. Bevor sie die Strahlkraft Augsburgs mit der Designlinie „Renaissance Augsburg – start again“ stärkte, war sie schon einmal mit einer Installation in der Stadt vertreten und zwar im Jahr 2015 mit einer temporären Installation im Festsaal des Schaezlerpalais. Ihr „Silverio Rabbit“, eine monumentale Hasen-Figur, neun mal fünf Meter groß, bestehend aus einer dehnbaren PVC-Folie mit einer Außenhaut als verchromter Folie, in der sich das umgebende Rokoko-Ambiente spiegelte. So großformatig die Hasenfigur auch war, so reflektierte sie doch zeitgenössisch und leichtfüßig den historischen Saal und trat mit ihm in Interaktion.

Überhaupt spielt der Hase in Natalija Ribovics Kunst eine tragende Rolle und zieht sich fast wie ein roter Faden durch ihr Werk. Erstmals in Erscheinung trat er während ihres mehrjährigen Auslandsaufenthalts in Japan. Dort versuchte sie, mit einer Fabel, in der schwarze und rote Hasen eine tragende Rolle spielen, die Nation Japan für einen besseren Umgang mit der Natur zu sensibilisieren. Am Ende teilt sich der schwarze Hase in sieben Hasen (7 Nature Usagi, Usagi = jap. Hase), wobei jeder Hase für einen anderen Energietyp steht: Windenergie, Solarenergie, Wasserkraft etc. In dieser Geschichte geht es also um eine Energiewende. Dabei steht der Hase als Symbol für Technologie, da er im übertragenen Sinn „schnell in der Produktion“ ist. Mit ihrer Fabel erreichte sie innerhalb von vier Jahren in Workshops bzw. Ausstellungen über 25.000 Kinder, von Hokkaido bis zu Oita, über die sie auch deren Familien ansprechen konnte.

Auf dieses Projekt war die Outdoor-Firma „The North Face“ aufmerksam geworden, die die Idee hinter der Fabel verstand und Natalija Ribovic beauftragte, mehrere nachhaltige Textilkollektionen für Sportarten, die die sieben Hasen jeweils verkörperten, zu entwerfen, unter dem Slogan „Everyone is an eARThist“ und mit der Icon-Familie „Hasenohren“. Erst die verheerende Katastrophe in Fukushima bewog die Künstlerin, nach Europa zurückzukehren. Sich selbst als Nomadin und Kosmopolitin bezeichnend verlegte sie ihren Haupt-



Shirt „Venus“ und Kupfer-Trinkflasche

wohnsitz, nach den vielen Zwischenstationen während ihrer Studienjahre, darunter München, Mailand, Wien und eben Tokio sowie anderen Auslandsaufenthalten nach Augsburg, eine Stadt, die sie aufgrund zahlreicher Ausstellungen ja bereits kennen und lieben gelernt hatte. Vielleicht liegt das daran, dass Natalija Ribovics Geburtsort Novi Sad in Serbien (früher Jugoslawien) einiges mit Augsburg gemeinsam hat. Serbiens zweitgrößte Stadt blickt wie Augsburg auf eine bewegte Geschichte zurück. Auch mit dem Wasser ist sie (wie Augsburg) verbunden: Novi Sad ist die kleinste europäische Stadt an der Donau mit der größten Anzahl von Brücken. Und wer das Stadtwappen genau betrachtet, wird darauf eine Friedenstaube entdecken. In gewisser Weise lässt sich Novi Sad, ein Schmelztiegel der Kulturen und im Jahr 2022 europäische Kulturhauptstadt, als Friedensstadt bezeichnen – genau wie Augsburg. Man könnte also sagen, mit der Wahl Augsburgs als neue Heimat schließt sich für Natalija Ribovic ein Kreis. Im Jahr 2014 realisierte die vielseitige Künstlerin ihr nächstes Werk, das Buch „Sundance“ im Maga-

zinformaat. Dabei handelt es sich um ein experimentelles Buchprojekt. Der Band enthält scheinbar leere Seiten, doch die enthaltenen neunzehn Gedichte und Zeichnungen werden erst sichtbar, wenn man die Seiten dem UV-Licht aussetzt, dank Spezialpapier, Spezialfarbe und einer besonderen Drucktechnik. Dabei hat die Künstlerin eine metaphorische und eine physisch-poetische Verbindung geschaffen, ohne digitale oder elektronische Tricks oder Manipulationen zu verwenden, sondern nur mit einfachen und alten Mitteln.

Von der verblüffenden Vielseitigkeit Natalija Ribovics profitierte auch die Regio Augsburg Tourismus erstmals mit den wohl durchdachten „Rathausbags“ aus 1.200 qm bedruckter PVC-Mesh-Gewebeplane. Was 2016 die Renaissancefassade des Augsburger Rathauses während der Sanierung verhüllte, wurde kurzum im Zuge eines Inklusionsprojektes mit den Dominikus Ringeisen Werkstätten Ursberg in modische Accessoires verwandelt. Der jüngste Coup aus der Ideenschmiede Ribovics wirbt nun für die Renaissancestadt Augsburg. Die Epoche der Renaissance dachte Architektur und Kunst, Literatur und Technik kreativ und innovativ: Mittelpunkt war jetzt der Mensch. Es war eine machtvolle, geistige Strömung, die das Alte wegfegte und Platz für Neues machte. Unter dem Motto „Renaissance – start again“ wurde eine neue Mode- und Produktlinie für Augsburg entwickelt, die nicht zuletzt in den von der Regio betreuten Museumsshops an Elias Holl und „seine“ Renaissancebauten erinnern soll. Die Philosophie dahinter: Anstelle von Wegwerf-Mentalität und Billig-Produktion soll die Idee der Nachhaltigkeit und des „Fair Trade“ vermittelt werden. „Neues Bewusstsein und Sensibilisierung durch das Design- und Kunstprodukt – das waren Aspekte, die uns bei der Entwicklung der neuen Kunst-Designlinie ‚Renaissance – start again‘ geleitet haben“, so die Designerin Natalija Ribovic. „Bei der Produktauswahl haben wir uns an wichtigen Themen der Renaissancezeit in Augsburg orientiert: Reisen, Bildung, Textil- und Montanwirtschaft und auch die Trinkwasserversorgung.“ Dementsprechend umfasst die Linie Taschen, T-Shirts, Kleider, Socken, Strumpfhosen, Trockentücher, Kupfertrinkflaschen und Literatur. Soweit wie möglich wurden die Produkte in Augsburg und in der Region entwickelt und produziert. Erhältlich sind die Artikel in der Tourist-Info am Rathausplatz und teilweise in diversen Museumsshops.

Aktuell sind Werke von Natalija Ribovic in der Ausstellung „All about flowers – Blumen in der Kunst“ bis zum 6. Oktober in der Städtischen Galerie im Fruchtkasten im Kloster Ochsenhausen bei Ulm zu sehen. ◆

Informationen

www.augsburg-tourismus.de • www.natalijaribovic.com