



KUNST

## Anwesend – und doch abwesend

Das Atelier seiner Frau in Stuttgart ließ er fast zwei Jahrzehnte unberührt. Zu schmerzhaft war es für Richard Lampert, sich mit dem Nachlass der Malerin Sabine Reuter zu befassen. Nun aber war es an der Zeit, und Richard Lampert hatte auch plötzlich Zeit, sich ihrem Vermächtnis zu widmen. Denn er verkaufte 2023 nach 30 Jahren sein Unternehmen, die Marke Richard Lampert, die zum Beispiel Möbel von Designern wie Egon Eiermann, Herbert Hirche und Ernst Moeckl, aber auch von zeitgenössischen Gestaltern wie Tilla Goldberg, Marco Dessì und Steffen Kehrle im Programm hat. Die Marke existiert fort, auch ohne ihren Namensgeber. Richard Lampert selbst hat seit seinem Rückzug vor drei Jahren eine zweite Heimat gefunden, er pendelt zwischen Stuttgart und Wien hin und her.

Dem bislang unberührten Vermächtnis von Sabine Reuter hat sich Max Dax gemeinsam mit Lampert gewidmet. Der Publizist, zeitweise Chefredakteur der Musik- und Kulturzeitschrift „Spex“, hatte schon 2019 die Ausstellung „Hyper! A Journey into Art and Music“ in



Aus dem Nachlass, der mehr als 1000 Kunstwerke umfasst: Zwei Keramiken, ohne Titel, die etwa 1985 (links) und 1990 entstanden

den Deichtorhallen Hamburg kuratiert. Nun wurde er gefragt, ob er für die von der Stadt Wien ausgeschriebene Reihe „curated by“ in der Christine-König-Galerie als Gastkurator eine Ausstellung über Sabine Reuter zusammenstellen würde. Er habe zugesagt, sagt Dax, weil ihn schon beim ersten Besuch ihres Ateliers ein starkes Gefühl übermannt habe, für das es im Portugiesischen den wunderschönen Begriff „saudade“ gebe. Das Wort, das vor allem im portugiesischen Volksgesang, dem Fado, mitschwingt, bedeutet eigentlich „Sehnsucht“. Max Dax übersetzt es aber mit der Formulierung: „Anwesenheit einer Abwesenheit“.



Wiederbegegnung: Sabine Reuter starb 2005 im Alter von nur 51 Jahren.

„Ich hielt mich einen ganzen Nachmittag im aufgeräumten Chaos von Sabine Reuters Atelier auf und zog ein Gemälde nach dem anderen aus ihren Aufbewahrungsorten, öffnete Fotoalben und Planschränke, gefüllt mit Zeichnungen. Ich sah unvollendete Bilder und die unangetasteten Rohstoffe, aus denen sie ihre Bilder gebaut hat: Farben, Lacke, Gipsabgüsse, Zeitungsausschnitte. Mir eröffnete sich ein Universum aus Gesten und Proportionen, ein Verständnis von Malerei, das auf Versmaßen und auf Rhythmus zu beruhen schien.“

Max Dax wählte aus dem Nachlass von Sabine Reuter, die 2005 im Alter von nur 51 Jahren gestorben war, an die 30 Kunstwerke aus, die nun in Wien in der Christine-König-Galerie zu sehen sind. Titel der Ausstellung: „Presence of an Absence“ – „Anwesenheit einer Abwesenheit“. Die Schau verstehe sich weniger als nachträgliche kunsthistorische Einordnung Sabine Reuters, „denn als frische Wiederbegegnung mit einem überraschend die heutige Zeit vorausahnenden Werk, das lange aus dem öffentlichen Blick verschwunden war“. Zur Ausstellung, die noch bis zum 14. November in Wien zu sehen ist, ist ein von Max Dax und Richard Lampert herausgegebenes, 80 Seiten umfassendes Buch mit Atelieransichten und zahlreichen Werkabbildungen erschienen. *Peter-Philipp Schmitt*

ESSEN

## Eine Seltsamkeit, die nur to go zu erwerben ist

Dass wir, die Deutschen, in ganz unterschiedlichen Realitäten leben, mit ganz unterschiedlichem Empfinden, was denn nun gut oder schlecht ist, was verfassungsfeindlich oder -treu, das zeigt sich nicht nur an der Wahlurne. Nein, es zeigt sich auch im Stadtbild, und zwar seit Wochen. Die Rede ist von dem seltsamen Schlag junger Menschen, die völlig unbeirrt in langen Schlangen anstehen – und dabei sogar Baustellen-Bagger behindern, wie sich jüngst in der Frankfurter Innenstadt beobachten ließ. Diese jungen Leute stehen an für durchsichtige Plastik-Wegwerfbecher, deren Inhalt von Weitem aussieht, als hätte er schon einmal einen Magen von innen gesehen. Die Cafés, die diese ominösen Becher verkaufen, verdienen diese Bezeichnung eigentlich nicht, die Seltsamkeit lässt sich nur to go erwerben.

Was ist das nur wieder, mögen Menschen aus generationsbedingt anderen Realitäten denken. Kostet ein solcher Becher schon in der schmuckärmsten Variante wirklich fast zehn Euro? Und was zur Hölle ist da drin?

In einem Zeitalter, in dem die Dubai-Schokolade eines großen Schokoladenherstellers einst für 14,99 Euro zahlreiche Abnehmer fand, in dem in New York ein Roggen-sauerteigbrot für 60 Dollar über den Tisch geht, und in dem die Inflation als stetiges Totschlagargument für abwegige Preisentwicklungen parat steht, muss man sagen:

Ja, der Preis für einen Becher ist meist – je nach Extra-Zutaten und Größe – zweistellig. Sein Inhalt dagegen ist überhaupt nicht neu: Bowls mit pürierter Açaí-Beere gibt es hierzulande schon seit Jahren in hippen Frühstück-



Wirklich fast zehn Euro? Ja, ein Açaí-Becher ist teuer. Aber die Kosten des Hochgenusses an der Berger Straße in Frankfurt sind nichts gegen Dubai-Schokolade.

cafés, nur eben in tatsächlichen Müslischüsseln, hübsch garniert mit Bananen und Haferflocken, nicht bloß mit Papplöffel auf die Hand.

Nun aber, gemäß dem Trend zur Individualisierung, kann man sich die „Bowl“ im Milchshake-Format mit unzähligen Toppings very unique zusammenstellen. Da gibt es Chia-Kokos-Pudding, Banana Pudding, Kakaonibs, Lotus-Cheesecake, Lotus-Krümel, Kondensmilch, Mango Smash, Müsli, Pistaziensauce, Nougatcreme, Kiwis, Banane, Erdbeeren und so weiter. Diese Zutaten werden in dem Becher abwechselnd mit dem gefrorenen Açaí-Püree geschichtet. Die als „Superfood“ vermarktete süd-amerikanische Beere ist zwar gesund, aber sie ist nicht zwangsläufig gesünder als eine herkömmliche Blaubeere.

Um die Açaí-Gierigen in ihrem Paralleluniversum zu verstehen, sollte man es buchstäblich betreten. Und siehe da: Völlig unbegründet ist dieser Hype nicht. Der milde, erdige Geschmack der Açaí-Beere verträgt sich sehr gut mit der knalligen Süße von Pistazien- und Lotuskeks-Sauce (wenn schon, dann natürlich zwei Saucen!). Das knusprige Müsli und der sämige Chia-Pudding, ebenfalls: ein wahres Konsistenz-Festival! Der Preis wird da folgerichtig achselzuckend zur Kenntnis genommen. Dass solch ein vermeintlicher Luxus sich auch im Preis widerspiegeln muss, unabhängig vom tatsächlichen Wert, war in der Welt des Konsums schon immer eine Binse.

Wir machen uns jedoch Sorgen angesichts der Fülle an Açaí-vertreibenden Läden, jetzt, wo die dunkle Jahreszeit angebrochen ist. So ein Becher schmeckt gut bei Sonne, wenn einem nach Eiscreme-ähnlichem Genuss ist. Womöglich erwarten uns bald ganz andere Kreationen – und auf dem Weihnachtsmarkt wird uns Açaí-Glühwein angeboten. *Kim Maurus*