

Presse-Information  
19. Februar 2021

## **Pauline Curnier Jardin: „Fat to Ashes“.**

Preis der Nationalgalerie zeigt Einzelausstellung nach Lockdown-Ende im Hamburger Bahnhof Berlin mit BMW als exklusivem Partner.

**München/Berlin.** Fleisch, Haut, Wachs, Konfetti, Blut, Gedärme, Düfte, Sinne, Rauch, Ritus, Alkohol, Exzess, Berührung, Gesang, Fett und Asche: Das sind mitunter die weichen, rauen, sanften, derben Materialien, mit denen die Künstlerin Pauline Curnier Jardin in ihrer Arbeit hantiert. Die Gewinnerin des Preis der Nationalgalerie 2019 präsentiert in der historischen Halle des Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart – Berlin die anlässlich ihrer ersten institutionellen Einzelausstellung in Deutschland entstandene Videoinstallation „Fat to Ashes“. Gezeigt wird die Ausstellung ab der **Wiedereröffnung der Berliner Museen** bis zum **19. September 2021**. BMW fördert den Preis der Nationalgalerie seit 15 Jahren als exklusiver Partner.

„**Fat to Ashes**“ verbindet drei filmische Momentaufnahmen: ein religiöses Fest zu Ehren der heiligen Agatha, die Schlachtung eines Schweins und den Kölner Karneval. Der Ausstellungstitel verweist auf eine Woche der Ausschweifung vom sogenannten „Fat Thursday“, oder „giovedì grasso“, bzw. Weiberfastnacht oder Fettdonnerstag im Deutschen, bis zum Aschermittwoch als Tag der Ernüchterung und Beginn der Fastenzeit nach christlichem Kalenderjahr. Jardin zeigt diese drei Handlungsräume als Orte der Transgression und der Verwandlung, in denen aus kultischen Bräuchen bis in die Gegenwart eine gesellschaftliche Funktion des Zusammentreffens, der performativen Zurschaustellung und der exaltierten Loslösung geltender Normen fortgeführt wird.

Eine italienische Süßspeise etwa, die der Form einer Brust nachempfunden ist, wird an dem Festtag zum Gedenken des Martyriums der heiligen Agatha verspeist. Die Schlachtung des Schweins geschieht abseits industrialisierter Massentierhaltung auf einem traditionellen, ländlichen Hof. Die Bilder vom Kölner Karneval wiederum sind voller Leben. Im Rückblick auf das Karnevalgeschehen lesen sich die Feierlichkeiten wie eine letzte große kollektive Ausschweifung bevor wenig später, wie die heutigen Betrachter\*innen des Videos wissen, Covid zum bundesweiten Lockdown führen wird. Ein raumgreifendes Amphitheater umfasst die Videoinstallation als Zentrum des Spektakels und so sind Wandlung, Prozession und praktizierte Performance im ritualisierten Exzess die inhaltlichen als auch formalen Attribute von Pauline Curnier Jardins „Fat to Ashes“.

Zur Ausstellung erscheint ein Katalog in Deutsch und Englisch, mit Beiträgen von Pauline Curnier Jardin, Sara Giannini, Ana Teixeira Pinto, Kristina Schrei und Giovanna Zapperi, herausgegeben vom Verlag der Buchhandlung Walther König.

Der Preis der Nationalgalerie wurde 2000 durch die Freunde der Nationalgalerie ins Leben gerufen. Die Auszeichnung fördert junge, wichtige Positionen der Gegenwart, die bereits Einfluss und Bedeutung in der Kunstwelt erlangt haben und beinhaltet eine Einzelausstellung sowie eine dazugehörige Publikation. Teilnahmeberechtigt sind Künstler\*innen aller Nationen, die gegenwärtig in Deutschland arbeiten und jünger als 40 Jahre sind. Bisherige Preisträger\*innen

waren unter anderem Monica Bonvicini (2005), Cyprien Gaillard (2011), Anne Imhof (2015) und Agnieszka Polska (2017).

Coronabedingt kann sich die geplante Laufzeit der Ausstellung kurzfristig ändern. Aktuelle Informationen erhalten Sie unter [www.smb.museum](http://www.smb.museum)

Weitere Informationen zur Ausstellung sowie Pressebilder finden Sie im Pressebereich der Webseiten [www.preisdernationalgalerie.de](http://www.preisdernationalgalerie.de) und <https://www.smb.museum/presse/>

[www.smb.museum/hbf](http://www.smb.museum/hbf)  
[www.preisdernationalgalerie.de](http://www.preisdernationalgalerie.de)  
#preisdernationalgalerie

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

Prof. Dr. Thomas Girst  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kulturengagement  
Telefon: +49-89-382-24753  
E-Mail: [Thomas.Girst@bmwgroup.com](mailto:Thomas.Girst@bmwgroup.com)

Internet: [www.press.bmwgroup.com/deutschland](http://www.press.bmwgroup.com/deutschland)  
E-Mail: [presse@bmwgroup.com](mailto:presse@bmwgroup.com)

**Das kulturelle Engagement der BMW Group**

Staatsoper für alle Gerhard Richter **CORPORATE CITIZENSHIP** Kochi-Muziris Biennale  
BMW Art Cars Berlin Biennale Ólafur Eliasson Art Basel Max Hooper Schneider  
BMW Art Journey **INTERKULTURELLER DIALOG** Art D'Égypte Cao Fei Esther Mahlangu  
Zaha Hadid Les Rencontres d'Arles Jeff Koons Acute Art Tate Modern **KONTINUITÄT**  
BMW Open Work by Frieze **PARTNERSCHAFT** Andy Warhol BMW Guggenheim Lab  
Samson Young Bayerische Staatsoper BMW Welt Jazz Award **KREATIVE FREIHEIT**  
**INTERAKTION** Bolshoi Theater Kyotographie Garage Museum of Contemporary Art  
Premio de Pintura Paris Photo Lu Yang Art Dubai **NACHHALTIGKEIT** Tefaf Teatro alla Scala  
BMW Classics Jenny Holzer BMW Art Guide by Independent Collectors Leelee Chan Artsy

Warum Kultur? Warum nicht! Kultur ist reich an Erkenntnis, ein Hort der Schönheit und der Tiefe, der Sinnstiftung und der Anteilnahme. Ein inspirierender Zufluchtsort. Im besten Fall ergreifend, bisweilen verstörend. Als Corporate Citizen nimmt die BMW Group soziale Verantwortung wahr und engagiert sich seit 50 Jahren in hunderten kulturellen Initiativen weltweit, sowohl in der Kunst als auch in den Bereichen Musik & Sound, in der Architektur wie im Design. Kreativer Freiheit setzen wir keine Grenzen – diese Haltung ist unser Auftrag. Sie ist Garant für bahnbrechende Kunstwerke genauso wie für wichtige Innovationen in einem erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen.

Weitere Informationen: [www.bmwgroup.com/kultur](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick)

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture>  
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture/>  
@BMWGroupCulture  
#BMWGroupCulture

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>