



AT&T, 1997



Entre 1995 et 1997, il y avait une discothèque, un « club », dans l'Invalidenstraße, à Berlin Mitte. Dans la vitrine vide au rez-de-chaussée d'une maison inhabitée scintillait le sigle bleu de la marque Panasonic, comme si, après la faillite d'un magasin de hi-fi, quelqu'un avait oublié d'éteindre l'enseigne lumineuse. Il fallait d'abord traverser deux pièces noires comme un four, non chauffées, où, le plus souvent, quelques personnes passaient un moment à discuter, et dont les visages seuls s'éclairaient parfois à la lueur des briquets, pour ensuite, en suivant la musique qui retentissait de plus en plus fort, bifurquer à gauche et arriver dans la chambre frigorifique d'une ancienne boucherie. À l'endroit où pendaient autrefois des moitiés de porcs, on avait alors disposé un long comptoir. Comme boisson standard, de la bière en bouteilles, bon marché, comme musique standard, de la techno radicalement minimaliste, ultra-sèche, haletante. Dans un espace réservé au repos, le lounge, le public pouvait se caler confortablement dans des fauteuils en cuir noir aux accoudoirs en faux bois marron, et regarder sur une série d'écrans : des loops conçus à partir de logos d'entreprises, comme AT & T ou Mastercard, qui se décomposaient en motifs abstraits pour ensuite se recomposer ; ou qui se succédaient à une vitesse vertigineuse, sur fond noir. La musique et les images étaient comparables à deux trains qui avancent sur des rails parallèles. Par brefs instants, l'action respective des trains avait l'air d'être coordonnée, comme si le temps se figeait dans leurs vitres, puis les trains filaient, asynchrones, l'un dépassant l'autre. Ainsi, fallait-il simplement se décider dans lequel des deux trains sauter.

Les loops avaient été créés par Daniel Pflumm, qui était aussi l'initiateur du Panasonic. Auparavant, il avait déjà fondé le club Elektro (1992–1994), ensuite l'INIT-Bar (1998–2000). Avec Klaus Kotai et Gabriele « Mo » Loschelder, il dirige le label et le projet Elektro Music Department (EMD), dont il a également conçu les pochettes CD, les vidéo-clips et le merchandising. Comme musicien, Daniel Pflumm a lui-même enregistré deux CD avec Kotai (In Hope for the Best, 1999, et The Costumers, 2000). Kotai + Mo, quant à eux, produisent des tracks que Pflumm utilise pour accompagner les vidéos qu'il expose, sous forme d'installation, dans des lieux réservés à l'art. Toutes ces activités

There was a dance club once, between 1995 and 1997, on Invalidenstraße in Berlin Mitte. In a display window on the empty ground floor of an empty house, the Panasonic brand graphic glowed with its blue letters as if someone had forgotten to switch off the neon sign when a hi-fi shop had closed for bankruptcy. First you passed through two pitch-dark, unheated rooms in which a few people would hang out to talk, their faces occasionally lit up by the glow from a lighter, then, following the music as it grew increasingly louder, you would turn to the left and enter the white-tiled cold-storage room of a former butcher's shop. Where sides of pork once dangled, a long counter had been installed. The standard drink was cheap bottled beer, the standard music, driving, extremely spare minimalist techno. In the lounge area, you could sink into black leather sofas with brown fake-wood trim and watch a series of screens featuring film loops of corporate logos like AT&T or Mastercard. These logos would disintegrate into abstract patterns then merge once again, or flash off and on alternately at a furious pace against a black background. The music and images were like two trains running on parallel tracks. For brief moments it seemed as if they were marking the same beat with one another and time were caught in their windows, then they would whisk by out of synch, one racing ahead of the other. You only had to decide which of the two trains to jump on.

The film loops were created by Daniel Pflumm, who was also the owner of "Panasonic." He had previously founded the club Elektro (1992–1994) and later INIT-Bar (1998–2000). With Klaus Kotai and Gabriele "Mo" Loschelder, he had also set up the Elektro Music Department (EMD) project and label, designing their CD covers, music videos and merchandising as well. A musician himself, Pflumm has brought out two CDs with Kotai (In Hope for the Best, 1999, and The Costumers, 2000). Kotai + Mo produce tracks, moreover, which Pflumm uses for the videos he shows at various art venues, presenting them in the form of installations. All of these activities do not simply run parallel to one another, nor blend into one another at random.

Viewed in purely visual terms, Pflumm's videos can be quickly classified. He is devel-

Von 1995 bis 1997 gab es in der Invalidenstraße, Berlin Mitte, einen Dance Club. In der leeren Schaufensterauslage im Erdgeschoss eines leer stehenden Wohnhauses glimmte blau der Schriftzug der Marke "Panasonic", als habe jemand nach Konkurs eines HiFi-Geschäftes vergessen, die Leuchtreklame auszuschalten. Man kam erst durch zwei stockfinstere, ungeheizte Räume, in denen sich meist ein paar Leute zu Gesprächen aufhielten, die Gesichter nur gelegentlich von Feuerzeugen erhellt, um dann, lauter werdender Musik folgend, nach links abzubiegen, in den weiß gekachelten Kühlraum einer ehemaligen Metzgerei. Dort wo einst Schweinehälften baumelten, war nun ein langer Tresen eingepasst. Standardgetränk war billiges Flaschenbier, Standardmusik ultratrockener, treibender Minimal Techno. Im Lounge-Bereich konnte man sich in schwarze Ledersofas mit braunem Holzimitat sinken lassen und auf eine Reihe von Monitoren blicken: Loops aus Firmenlogos wie AT & T oder Mastercard, die sich in abstrakte Muster zerlegten und wieder zusammensetzten; oder rasend schnell ineinander ablösten, vor schwarzem Hintergrund. Musik und Bilder waren wie zwei Züge, die auf parallel liegenden Gleisen fahren: für kurze Momente schien es, als wären sie aufeinander getaktet, als fange sich die Zeit in ihren Fenstern, dann wieder wischten sie asynchron aneinander vorbei. Man musste sich nur noch entscheiden, auf welchen Zug man springt.

Von Daniel Pflumm stammten die Loops, und er war auch der Betreiber des Panasonic. Zuvor hatte er bereits das Elektro gemacht (1992–94), danach die INIT-Bar (1998–2000). Er bildet mit Klaus Kotai und Gabriele „Mo“ Loschelder das Label und Musikprojekt Elektro Music Department (EMD), dessen Plattenhüllen, Video-Clips und Merchandising er auch gestaltet. Pflumm hat selbst als Musiker mit Kotai zwei Platten veröffentlicht ("In Hope for the Best", 1999, und "The Costumers", 2000). Kotai + Mo wiederum produzieren Tracks, die Pflumm bei jenen Videos einsetzt, die er als Installation in Kunsträumen zeigt. All diese Aktivitäten laufen nicht einfach nur parallel, noch gehen sie planlos ineinander über.

Betrachtet man Pflumms Videos rein visuell, ist die Einordnung schnell geleistet: er entwickelt die Pop Art und ihre von der Minimal



ne sont pas simplement réalisées en parallèle, elles ne se relaient pas non plus sans transition, sans réflexion préalable.

Quand on regarde les vidéos de Pflumm sous un angle purement visuel, il est relativement aisé de les classer. A travers les techniques numériques, il développe une sorte de Pop Art abstrait, influencé par le minimalisme, à partir de supports médiatiques des marques déposées. Chez lui, les Brillo-Boxes de Warhol, répliques fidèles d'un banal paquet de lessive américaine, deviennent le loop continu d'une pastille lave-vaisselle, provenant d'une publicité télévisée, en train de se dissoudre en pétillant (NEU, 1999). Mais au lieu de célébrer le logo et de le laisser intact, Pflumm s'impose une gamme de possibles distanciations : de la mutation en un logo de club (Panasonic) ou en un titre de CD (CNN), en passant par la défocalisation et décomposition numérique, jusqu'à la totale suppression de la typographie, de telle sorte que ne subsiste que l'enveloppe vide de la forme graphique qui l'entoure. La reproduction sous forme de sérigraphie (Warhol) ou le montage analogue d'enregistrements par magnétophone (la bande sonore, en boucle, créée en 1965 par Peter Röhr à partir de ces publicités radiophoniques allemandes pour produits nettoyants, marquées par une hygiène obsessionnelle) sont ici remplacés par la manipulation minimaliste par ordinateur.

L'extension insistante de l'histoire de l'art vers une « science de l'image », mais aussi la création d'un secteur universitaire appelé « culture visuelle » sont les simples indices, pourtant éloquents, du traitement de l'acoustique comme un aspect culturel secondaire. Après la lecture de nombreux ouvrages scientifiques qui étudient les latences psycho-sociologiques et idéologiques d'œuvres cinématographiques, de séries télévisées, de vidéos musicales et de clips publicitaires, on a parfois l'impression que tous ces artefacts culturels se passeraient presque complètement – hormis le dialogue – de bande-son. À l'inverse, les experts reconnus de la musique pop – journalistes comme universitaires – ont beaucoup de choses à dire sur les paroles qui accompagnent les morceaux de musique et sur l'environnement sociologique des musiciens et du public, maîtres peu ou rien du tout sur l'esthétique du son. Si Daniel Pflumm agrmente ses vidéos de

oping through digital techniques a form of Pop Art along with its minimalist-influenced abstraction of brand and mass-media supports. From Warhol's Brillo Boxes, that to-scale replica of a popular box of steel wool for scrubbing pots and pans, springs Pflumm's seamless video loop of a fizzing dishwashing tablet shown in the process of dissolving in a TV ad (NEU, 1999). But instead of celebrating the logo and leaving it intact, Pflumm allows himself a palette of possible defamiliarisations, from its conversion into a club logo (Panasonic) or the title of a CD (CNN), to a computer-generated defocalization and deconstruction, to the complete removal even of the typography so that only the empty envelope of the surrounding graphic remains. In place of silkscreen reproduction (Warhol) or an analogous tape-recorded montage (Peter Röhr's 1965 soundtrack loop of obsessively hygienic German radio ads for various cleaners), we have Pflumm's minimalist reworking by computer.

The emphatic extension of art history towards a "science of the image," along with the establishment of "visual culture" as an academic field, clearly suggests that acoustics is treated as a secondary cultural phenomenon. Reading a great number of essays that examine the psychosocial and ideological latencies in commercial films, music videos, television series and commercials, sometimes you get the impression that all these cultural artifacts, apart from the dialog, could almost do without a soundtrack altogether. On the other hand, recognized pop-music experts – both journalists and academics – naturally have all kinds of things to say about song lyrics and the sociology of the musicians and their public, but very little if anything about the esthetics of sound itself.

A throbbing track playing in one of Pflumm's videos is more than just a flavorful ingredient, however. It is not enough to treat his involvement with music as merely the social, pop-culture background of the images. In this respect, Pflumm sets music and image in an overly specified relationship that is adjusted to the immediate context. Where people are moving around dancing and letting go to loud music in dim light (the reddish black of dance clubs), Pflumm will do something different from where peo-

Art beeinflusste Abstraktion der Medien- und Markenoberflächen unter digitalen Bedingungen weiter. Aus Warhol's Brillo-Boxes, den maßstabsgetreuen Replica einer gängigen amerikanischen Topfreiniger-Packung wird der nahtlose Loop einer sich sprudelnd auflösenden Geschirrspül-Tablette aus der Fernsehwerbung ("NEU", 1999). Anstatt das Logo allerdings zu zelebrieren und in Takt zu lassen, behält Pflumm sich eine Palette möglicher Verfremdungen vor: von der Umfunktionierung zum Club-Logo (Panasonic) oder Plattentitel (CNN) über die computergestützte Defokussierung und Zerlegung bis hin zur völligen Entfernung der Typographie, so dass nur die Leere Hülle der sie umgebenden Graphik bleibt. An die Stelle der Reproduktion als Siebdruck (Warhol) oder analoger Tonband-Montage (Peter Röhrs 1965'er Tonschlaufen aus deutscher, wahnhaft hygienischer Radio-Werbung für Reiniger) tritt die minimalistische Bearbeitung im Computer.

Die emphatische Ausweitung der Kunstgeschichte zur "Bildwissenschaft", aber auch die Einrichtung der akademischen Sparte "Visual Culture" liefern nur die offensichtlichsten Begriffe dafür, dass das Akustische als kultureller Nebenaspekt behandelt wird. Nach Lektüre vieler Abhandlungen, die Kinofilme, Fernsehserien, Musikvideos oder Werbeclips auf ihre psycho-sozialen und ideologischen Latenzen hin untersuchen, kann man zuweilen den Eindruck bekommen, all diese kulturellen Artefakte kämen – abgesehen vom Dialog – fast gänzlich ohne Tonspur aus. Umgekehrt fällt aber auch ausgewiesenen Pop-Experten – Journalisten wie Akademikern – zwar allerhand zu Songtexten, zur Soziologie von Musiker und Publikum ein, aber wenig oder gar nichts zur Sound-Ästhetik selbst.

Es ist mehr als nur eine würzende Zutat, wenn in Daniel Pflumms Videos ein pulsierender Track läuft. Es genügt nicht, seine Involvierung in Musik nur als den popkulturellen, sozialen Hintergrund der Bilder zu behandeln. Dazu setzt er Musik und Bild zu spezifisch ins Verhältnis, abgestimmt auf den jeweiligen Kontext. Dort, wo Leute sich tanzend und ausgelassen zu lauter Musik im schummrigen Licht bewegen (im Schwarzrot der Dance-Clubs) macht er dies anders als dort, wo Leute sich konzentriert und kontrolliert zwischen hell ausgeleuchteten Kunst-

tracks qui forcent la cadence, ce n'est pas pour leur donner plus de saveur. Il ne suffit pas de considérer son implication dans la musique comme l'arrière-plan « pop-culturel » et social des images, parce que sa mise en relation de la musique et de l'image est bien trop spécifique, toujours adaptée au contexte. Quand des gens évoluent en dansant et en se lâchant sur une musique forte, dans une lumière feutrée (l'atmosphère noir-rouge des clubs), il choisit d'autres moyens d'expression que lorsque des gens évoluent de manière concentrée et contrôlée parmi des œuvres d'art sous une lumière éclatante (dans un white cube) ; enfin, il en choisit encore d'autres quand des gens sont assis, immobiles, en face d'écrans (de télévision ou d'ordinateur, chez eux). Chez Pflumm, le rapport entre image et son constitue le premier membre d'une équation proportionnelle, dont le second est composé de la relation entre espace et corps (donc la personne qui reçoit, à savoir le consommateur) – ce qui donne : « image : son = espace : corps ». Il décline cette équation comme une suite d'expérimentations interrompues, selon le contexte défini.

Cela paraît très abstrait. Rendons donc les choses plus concrètes. Allons voir les sites sur lesquels Pflumm intervient : le club, la galerie, la télévision, Internet. De mon appartement, cinq minutes à pied suffisent pour rejoindre la maison de l'Invalidenstraße. Six ans après la fermeture du Panasonic, cette maison est toujours inoccupée, les ouvertures du rez-de-chaussée ont été murées, les vitres des fenêtres des étages, cassées. Sur le trajet qui y mène, en longeant la Chausseestraße, Berlin montre ses désirs et ses blessures comme un ratelier avec des dents en or et des dents manquantes : je passe devant le terrain d'une usine désaffectée, devant des villas bourgeoises richement rénovées, devant une affiche publicitaire pour Vittel, sur laquelle on voit un DJ, avec l'annonce "ses mains posées sur la platine d'un tourne-disque, et à côté, le slogan « toujours dans le bon tempo ». À l'endroit où se dressait à l'époque de la RDA le Stadion der Weltjugend (le stade célebrant la jeunesse mondiale), on avait envisagé de construire, après la chute du Mur, dix mille logements. Le stade avait été rasé, alors que le projet tombait à l'eau. C'est pour cette raison que se trouve aujourd'hui,

ple are moving around concentrated and restrained between brightly lit works of art (in the white cube of the museum or gallery), and finally something else again when people are seated, immobile and staring at a screen (at home before the television or the computer). The relationship between image and sound in Pflumm's work is but one side of a proportional equation, the other being the relationship between space and the body (i.e. the perceiving and acting recipient, or the consumer) – so that roughly: "image : sound = space : body." Pflumm is working this equation out, like a regular series of experiments, with regards to the respective contexts.

This all sounds very abstract. Let's make things more concrete. Let's turn to the places for which Pflumm produces his work, i.e., the club, gallery, television and Internet. My apartment is only five minutes on foot from the house on Invalidenstraße. Six years after Panasonic closed, the house is still empty, with the ground floor still temporarily walled up and broken panes in the upper floors. Along Chausseestraße on the way to the former club, Berlin shows its desires and realities like a set of teeth with gaps and gold. I walk by the decrepit yard of a factory, extensively renovated middleclass houses and a billboard ad for Vittel featuring a DJ with one hand on a turntable, next to which the slogan reads "always in the mood." Where the Stadion der Weltjugend (the World Youth Stadium) once stood in the days of the GDR, they had been planning, after the Wall had come down, to build ten thousand apartments; the stadium had already been razed when the project went bust. Which is why these grounds and their patchy grass are now "Nike Park" – the sportswear manufacturer organizes soccer and basketball tournaments several times a year there.

In the days of Elektro and Panasonic, from the early to the mid-1990s, capitalism's conquest of the former East and particularly the Mitte neighborhood seemed a matter of only a few years. Alexanderplatz with its socialist-modern facades and television tower was soon planted with the large neon signs of global brands like the harbingers of a new era. The appropriation of a name like Panasonic for a club that was nestled in an empty building that capital – or so it seemed

werden bewegen (im White Cube); und schließlich wieder anders dort, wo Leute, sitzend und still verharrend, auf Bildschirme starren (zu Hause vor Fernsehen oder Computer). Die Relation zwischen Bild und Ton ist bei Pflumm die eine Seite einer proportionalen Gleichung, auf deren anderer Seite das Verhältnis von Raum und Körper (also dem wahrnehmenden und agierenden Rezipienten bzw. Konsumenten) steht – also ungefähr so: "Bild : Ton = Raum : Körper". Diese Gleichung spielt er wie eine fortlaufende Versuchsreihe in den jeweiligen Kontexten durch.

Das klingt jetzt sehr abstrakt. Machen wir es also konkreter. Gehen wir an die Orte, für die Pflumm produziert – den Club, die Galerie, den Fernseher, das Internet. Von meiner Wohnung ist es fünf Minuten zu Fuß zu dem Haus in der Invalidenstraße. Es steht sechs Jahre nach Schließung des "Panasonic" immer noch leer, im Paterne notdürftig zugemauert, mit eingeschlagenen Scheiben in den oberen Etagen. Auf dem Weg dorthin, die Chausseestraße hinunter, zeigt Berlin seine Wünsche und Wirklichkeiten wie ein Gebiss mit Goldzähnen und Lücken: ich komme vorbei an einem verfallenden Fabrikgelände, an aufwendig renovierten Bürgerhäusern, an einem Plakat von "Vittel", auf dem ein DJ mit der Hand am Plattenteller abgebildet ist, daneben der Slogan "immer gut aufgelegt". Dort, wo zu DDR-Zeiten das Stadion der Weltjugend stand, sollten nach dem Mauerfall 10000 Wohnungen entstehen; das Stadion war schon abgerissen, da platzte das Vorhaben: deshalb ist jetzt auf dem notdürftig begrünten Gelände der "Nike-Park" – der Sportartikelhersteller veranstaltet dort ein paar mal im Jahr Fußball- oder Basketballturniere.

Zu den Zeiten von "Elektro" und "Panasonic" Anfang bis Mitte der Neunziger schien die kapitalistische Eroberung des ehemaligen Ostens und besonders des Stadtteils Mitte eine Sache weniger Jahre. Am Alexanderplatz mit seinen sozialistisch-modernistischen Fassaden und dem Fernsehturm waren schon bald die großen Leuchtreklamen globaler Marken aufgepflanzt, als Vorbote einer neuen Ära. Die Aneignung eines Namens wie "Panasonic" für einen Club, der sich in die leer stehende Immobilie einnistete, in die schon bald – so schien es – das Kapital einziehen würde, war zu verstehen

sur ce terrain pauvrement gazonné, le « Nike-Park » – le fabricant d'articles de sport y organise plusieurs fois par an des tournois de football ou de basket. Au cours de la période de l'Elektro et du Panasonic, du début jusqu'à la fin des années quatre-vingt-dix, la conquête par le capitalisme de l'ex-Est, et surtout du quartier de Mitte, semblait l'affaire de seulement quelques années. Sur l'Alexanderplatz, avec ses façades d'une architecture marquée par le communisme et la tour émettrice de la télévision, on planta bientôt de grands panneaux publicitaires lumineux représentant les marques multinationales, comme les annonceurs d'une ère nouvelle. L'appropriation d'un nom comme Panasonic pour un club qui squattait un immeuble inoccupé dans lequel – semblait-il – le capital allait bientôt emménager, devait être comprise comme une anticipation, dans l'esprit suivant : « ce que vous pouvez faire, nous le pouvons depuis longtemps ». Non pas pour susciter une surenchère industrielle, avec son profit maximal, mais quand même comme une affirmation de la splendeur moderniste au cœur des ruines de la modernité – à des conditions particulières, évidemment.

Comme nous les avons denos jours, le grand boom ne s'est pas produit, l'économie n'a pas évolué – contre son gré, certes – dans les proportions que l'on attendait. La situation historique de Berlin après la chute du Mur a souligné cet idéal utopique du club basé sur l'idée de contre-culture, comme lieu éphémère, dans l'intervalle des temps, asynchrone quant au flux socio-économique habituels (bien entendu, la commercialisation de la culture « dance » a depuis longtemps gagné Berlin, voir la « Loveparade », mais comme le DJ viennois Richard Dorfmeister vient de le constater dans le Berliner Tagesspiegel, les pistes de danse de Berlin ne sont toujours pas, comme ailleurs depuis longtemps, encadrées de ce genre de panneaux publicitaires électroniques qui défilent dans les arènes de sport). Cette notion d'intervalle propre à un bon club, résistant au futurisme ou à la simple culture rétro, se reflète aussi dans l'idée de la nuit réussie qu'on peut y passer : peut-être avec trop peu de sommeil et trop d'alcool ou d'autres drogues, mais pleine de promesses de modes de vie autres, plus libres, de conversations stimulantes, de

– was about to flood must be understood then as a kind of anticipation in the sense of “what you can do, we have been able to do for a long time now” – not as competition with industry's maximization of profits, but rather as an assertion of modernist splendor amid the ruins of modernity while keeping control of the conditions.

As we now know, the great boom failed to show up, the economy – unintentionally – has proved out of step with expectations. Berlin's historical situation following the tearing down of the Wall underscores the utopian ideal of the subculture club as a temporary venue “in between eras,” one that is out of synch with regular socioeconomic trends (of course the commercialization of dance culture reached Berlin long ago, witness the city's “Loveparade,” although as the Viennese DJ Richard Dorfmeister recently pointed out in the Berliner Tagesspiegel, Berlin dance floors – long the case elsewhere – have still not come to look like the electronic “zipper” billboards in sports arenas). This “in between eras” of the good club, running counter to Futurism or the mere cult for all things retro, is also mirrored in the concept of a successful night that one might spend there – maybe with too little sleep and too much alcohol or other drugs, but full of the promise of other, freer ways to life: stimulating conversations, euphoric dances, maybe sex. With that wasted feeling and the emptiness of lasting unfulfilled promises of bliss included.

In the context of the Panasonic club, Pflumm locates his video loops precisely in the perspective of that dialectic between promise and emptiness, glamour and ruin. With the logos of credit cards and telecommunications firms – and the advertising messages of the flexible, satisfying exchange of information or merchandise that one associates with them – Pflumm simultaneously deconstructs the naïve dreams of the flexible, satisfying exchange that is supposed to take place in clubs. Bodies move about in the dim half-light to the same music and for a moment the constraints of identity seem insignificant – although naturally they do not disappear. The dream of sublime fusion is not fulfilled, not even in the relationship of image and sound. The visuals are deliberately not synchronized with the rhythm, as the case

als Vorwegnahme im Sinne eines “was ihr könnt, können wir schon lange”: nicht als Konkurrenz mit industrieller Profitmaximierung, aber doch als Behauptung von modernistischem Glanz inmitten der Ruinen der Moderne – zu eigenen Bedingungen.

Wie wir heute wissen, blieb der große Boom aus, die Ökonomie hat sich – unfreiwillig – als asynchron zu den Erwartungen erwiesen. Die historische Situation Berlins nach dem Mauerfall unterstrich das utopische Ideal des subkulturellen Clubs als temporärem Ort zwischen den Zeiten, asynchron zu den regulären Strömen der Sozioökonomie (natürlich hat die Kommerzialisierung der Dance-Kultur längst Berlin erreicht, siehe Loveparade, aber wie der Wiener DJ Richard Dorfmeister kürzlich im Berliner Tagesspiegel feststellte, sehen die Tanzflächen Berlins noch immer nicht, wie andernorts längst, wie Bandenwerbung in Sport-Arenen aus). Das “zwischen den Zeiten” eines guten Clubs, quer zu Futurismus oder bloßem Retro-Kult, spiegelt sich auch in der Vorstellung einer gelungenen Nacht, die man ihm verbringen könnte: vielleicht mit zu wenig Schlaf und zu viel Alkohol oder anderen Drogen, aber voller Verheißungen auf andere, freiere Arten zu leben: beflügelnde Gespräche, euphorisierendes Tanzen, vielleicht Sex. Die Kaputtheit und Leere unerfüllt bleibender Glücksversprechen mit eingerechnet.

Pflumm setzte seine Loops im Club-Kontext des “Panasonic” genau im Hinblick auf diese Dialektik von Versprechen und Leere, Glamour und Ruine ein. Mit den Logos von Kreditkarten und Telekommunikationsfirmen – und den Werbebotschaften von flexibilisiertem, befriedigendem Austausch von Informationen und Waren, die man mit ihnen verbindet – dekonstruierte er zugleich auch naive Träume von flexibilisiertem, befriedigendem Austausch im Club. Die Körper bewegen sich im schummrigen Halbdunkel zur gleichen Musik, und für Momente scheinen Identitätszwänge unwichtig zu sein – aber sie verschwinden natürlich nicht. Der Traum der sublimen Verschmelzung erfüllt sich nicht, auch nicht im Verhältnis von Bild und Ton: die Visuals sind ausdrücklich nicht auf den Rhythmus synchronisiert, wie das z.B. bei Konzerten von Kraftwerk der Fall ist. Die Bilder unterstreichen nicht etwa den sozialen Moment des gemeinsamen Tanzens

danses euphorisantes, peut-être de sexe... y compris le naufrage et le vide des espérances de bonheur toujours inassouvies.

Dans le contexte du club Panasonic, Pflumm a fait intervenir ses loops précisément dans la perspective de cette dialectique d'espérance et de vide, de glamour et de ruine. Avec les logos de cartes de crédit et d'entreprises de télécommunication – et avec les messages publicitaires que l'on y associe, prônant la mobilité et la satisfaction de l'échange d'informations et de marchandises –, il déconstruit aussi des rêves naïfs de mobilité et de satisfaction de l'échange dans le club même. Les corps évoluent dans une pénombre feutrée sur la même musique, et pour quelques instants, les contraintes identitaires semblent perdre de leur substance – mais évidemment, elles ne disparaîtront pas complètement. Le rêve de la fusion sublime ne se réalise pas, de même quant à la relation de l'image et du son : les visuels et le rythme ne sont délibérément pas synchronisés, comme c'est le cas, par exemple, lors des concerts du groupe Kraftwerk. Les images, justement, n'accroissent pas la dimension sociale de la danse et de l'écoute simultanée suivant la même cadence. Elles sont, en revanche, des points de focalisation qui permettent une « échappée », parfois nécessaire dans le contexte du club : au lieu de faire comme si tout le monde arrivait toujours et constamment à s'arranger avec tous et tout – en dansant, en flirtant, en bavardant, en partageant des drogues, etc. – elles offrent des moments de « splendide isolation » au milieu de l'agitation générale, d'une interiorisation enlevée comme au cours d'un rêve nocturne. Mais il ne s'agit pas là de la même chose qu'un chill-out, d'une relaxation brumeuse, ésotérique, comparable à la lecture d'un journal dans le métro, où un instrument médiatique procure au lecteur un espace privé au sein d'un lieu public ; il s'agit en revanche d'une « concentration dans l'absence », d'un déplacement de l'attention : dans ce cas de figure, de cette communication superficielle au club – au sens positif comme au sens négatif – vers cette iconographie superficielle propre aux entreprises de communication – également au sens positif comme au sens négatif. Ainsi, les vidéos offrent aussi clairement un lieu propice à la sensation de solitude – et la vie nocturne doit en effet pour une grande

would be, for example, at Kraftwerk concerts. The images, as it were, do not point up the social factor of dancing and listening as one to the same beat. On the contrary, they are focal points for an occasionally necessary drifting mental “downtime” in the context of the club. Instead of going along as if everybody always and at every moment got along with everyone else – dancing, flirting, chatting, sharing drugs and so on – they allow moments of splendid isolation, of a dreamy meditation amid all the commotion. This is not the same as some foggy, esoteric chill-out. Like reading a newspaper in the subway, where a public media instrument offers the reader a private zone in a public place, this involves an “absentminded concentration,” a shift of one's attention, in this case from the superficial – in both the good and bad sense – communication of the club, towards that superficial – again in both the good and bad sense of the term – iconography of businesses in the communications industry. Thus, these accessible videos clearly provide a space for a feeling of solitude – whereas nightlife owes its dynamics largely to those who are looking for something and don't want to go home alone.

The cool, pared-down sound esthetics of Elektro Music Department can forgo strings and stretches of synthesized sound. You find no acoustic veil, no fawning soundscape that might cushion the gaps between percussive elements. Mostly these spare rhythmic facades have a harmonious structure, although the beat may shift against itself as if there were asymmetrical syncopated cracks in those facades. Yet, from the sound range here – and by avoiding harmonic resolutions – the music has something that is libidinally charged, a pressing impatience, which places it more in the tradition of the group DAF from Düsseldorf or Cabaret Voltaire from Sheffield than Kraftwerk, the classics of electronic Apollonian funkiness.

You always get the impression that you are hearing a sort of negative aural space between the elements making up the beat, a space that must first be physically filled up. Rather than yielding a kind of transcendence, an acoustic promise of salvation, the music works as a modernist structure that allows you to fill it with life, and yet makes you stumble onto existing emptiness. Just a few streets further along from the

und Hörens zum gleichen Takt. Sie sind im Gegenteil Fokussierpunkte für ein im Club-Kontext bisweilen notwendiges “Wegdriften”: anstatt so zu tun, als ob immer und ständig alle mit allen gut klarkommen – tanzend, flirtend, tratschend, Drogen-teilend usw. – erlauben sie mitten im Trubel Momente der ‘splendid isolation’, einer nachträumerischen Insichgekehrtheit. Das ist aber nicht das Gleiche wie vernebelter, esoterischer Chill-Out. Wie beim Zeitung lesen in der U-Bahn, wo ein Instrument medialer Öffentlichkeit dem Lesenden eine Zone der Privatheit an einem öffentlichen Ort verschafft, geht es im Gegenteil um ‘abwesende Konzentration’, eine Verschiebung der Aufmerksamkeit: in diesem Fall von der – im guten wie schlechten Sinne – oberflächlichen Kommunikation im Club auf die – ebenfalls im guten wie schlechten Sinne – oberflächliche Ikonographie der Kommunikations-Konzerte. Damit geben die Videos zugleich offen dem Gefühl der Einsamkeit einen Ort – und das Nachtleben verdankt nun mal seine Dynamik zum großen Teil den Suchenden, die nicht alleine nach Hause gehen wollen.

Die kühle, reduzierte Sound-Ästhetik von Elektro Music Department kommt ganz ohne Strings oder Synthie-Flächen aus. Da ist kein akustischer Schleier, keine einschmeichelnde Soundscape, die die Leere zwischen den perkussiven Elementen abfedern würde. Meist haben diese kargen Rhythmus-Fassaden eine ebenmäßige Struktur, aber es kann sein, dass sich die Taktung gegeneinander verschiebt, als wären asymmetrische, synkopische Sprünge in diesen Fassaden. Dabei hat die Musik vom Klangspektrum her – und durch die Vermeidung von harmonischen Auflösungen – etwas libidinös aufgeladenes, eine drängende Ungeduld, die sie eher in die Traditionslinie von DAF aus Düsseldorf oder Cabaret Voltaire aus Sheffield stellt als in die von Kraftwerk, den Klassikern elektronisch-apolinischer Funkyness. Man glaubt immer, eine Art negativen auralen Raums zwischen den Beat-Elementen zu hören, den es erst körperlich zu füllen gilt. Anstatt also eine Art Transzendenz, ein akustisches Heilsversprechen zu liefern, wirkt die Musik wie eine modernistische Struktur, die es einem zwar offen lässt, sie mit Leben zu füllen – einen aber auch auf die bestehende Leere stößt.

Nur ein paar Straßen weiter von dem leer stehenden Haus in der Invalidenstraße,

part sa dynamique à ceux qui sont en quête de quelque chose, de quelqu'un.

Cette esthétique sonore, froide et réduite d'Elektro Music Department n'a nul besoin de plages de guitare, ni de synthétiseur. Il n'y a pas de voile acoustique, pas de strate sonore sirupeuse qui pourraient amortir le vide entre les éléments de percussion. Le plus souvent, ces façades rythmiques austères possèdent une structure harmonieusement uniforme, mais il arrive que les composantes de la rythmique se décalent les unes par rapport aux autres, comme si ces façades présentaient des fissures asymétriques, syncopées. Or, en ce qui concerne la gamme sonore, et puisqu'elle évite les résolutions harmoniques, cette musique véhicule quelque chose comme une charge libidineuse, une impatience pressante, qui la situe davantage dans la lignée du groupe DAF, de Düsseldorf, ou de Cabaret Voltaire, de Sheffield qu'en celle de Kraftwerk, ces classiques du funk électronique modéré.

On a toujours l'impression d'entendre une sorte d'espace négatif « oral » entre les éléments qui marquent le rythme, espace qu'il s'agit d'abord de remplir. Au lieu, donc, d'opérer une sorte de transcendance, une promesse de salut, la musique produit l'effet d'une structure moderniste qui nous autorise certes à la remplir de vie, mais qui nous confronte aussi au vide existant.

À quelques rues seulement de la maison inoccupée de l'Invalidenstraße, se trouve, dans la Philippstraße, la galerie Neu. L'ancienne écurie de l'hôpital de la Charité a été transformée en un white cube pour ainsi dire exemplaire, aux dimensions d'un pavillon : sols gris, murs blancs et réguliers, deux troüées en verre, allant du sol au plafond, dégageant une vue sur la Charité. En 1999, Pflumm assure la première exposition dans cette nouvelle galerie. Il s'adapte totalement à ces données contextuelles et les met en scène comme le « lancement » d'une entreprise. Il crée alors un logo – lettres blanches sur fond rouge – qui n'orne pas seulement le papier à en-tête, mais qui est aussi fixé sous forme de boîte lumineuse sur le toit, comme sur une station d'essence ou une filiale de supermarché. À l'intérieur, dans l'espace d'exposition à proprement parler, passe une vidéo. L'écran est encastré dans le mur du fond de telle sorte que la

empty house on Invalidenstraße stands Galerie Neu, on Philippstraße. The former stables of the Charité hospital were transformed into a pavilion-size "white cube" that is quite simply exemplary: gray floors, symmetrical white walls, two ample floor-to-ceiling picture windows that look onto the Charité grounds. In 1999, Pflumm mounted the first show in this new exhibition space. He completely adapted himself to the reality of the context, arranging the venue as if he were launching a business. He designed a logo with white letters on a red background that not only graces the gallery's letterhead, but also figures as a neon sign mounted on the roof, as on a gas station or the branch of a supermarket chain. Inside, in the actual exhibition space, a video was playing. The monitor was so inserted at the rear of the gallery that the screen's surface was flush with the white wall, as if it were an isolated panel painting hanging in the spotless white cube emptied of all other objects. The video, entitled NEU (1999), presents a series of images, a toothbrush from a TV commercial along with the gallery's logo, effervescent tablets for washing dishes or cleaning false teeth, fizzing away like futuristic wonder weapons in expensive animated commercials, and cheese holes and chocolate bars for children bending and stretching like aliens just before cell division; between these images delighted male and female voices of advertisements exclaim "Neu!" (new). In another sequence, we see first – so fresh and so clean! – a spotless steel-blue sky crossed by a solitary contrail, after which the two gallery owners, Thilo Wermke and Alexander Schröder, sober as the Gilbert & George and decked out in conservative yet elegant suits, appear in the lower left corner of the screen like an animated logo. They are seen, half cool, half comic, dancing to the beat. As actors they take an active part in the ironic exorcism of the bohemian jet-set trash, like literally miniature Richard Bransons (the vain egocentric founder of Virgin and its various enterprises). Thus the gallery economy, middling at best, is short-circuited by the glamorous signs of big money, that pool that indeed supplies us with collectors and privately funded patronage.

The video is accompanied by a steadily clicking top-hat-and-kick routine, a pared-down funky synthesizer line and a pulsating driving bass. The music evokes a continuous

befindet sich, in der Philippstraße, die Galerie Neu. Der ehemalige Pferdestall des Charité-Krankenhauses wurde zu einem geradezu exemplarischen White Cube im Pavillon-Format ausgebaut. Grauer Boden, weiße, ebene Wände, zwei von Boden bis Decke reichende Glas-Durchblicke auf das Charité-Gelände. 1999 bestritt Pflumm die erste Ausstellung im neuen Galerieraum. Er stellte sich komplett auf diese kontextuelle Gegebenheit ein und inszenierte sie wie den "Relaunch" einer Firma. Er entwarf ein Logo – weiße Schrift auf rotem Grund – das nicht nur auf dem Briefpapier prangt, sondern auch als Leuchtkasten auf dem Dach angebracht ist wie auf einer Tankstelle oder einer Supermarktfiliale. Innen, im eigentlichen Ausstellungsraum, lief ein Video. Der Monitor war so in die Rückfront eingelassen, dass die Bildschirm-Oberfläche genau mit der weißen Wand abschloss, als handle es sich um ein einzelnes Tafelbild im makellosen, Objekt-entleerten White Cube. Das Video "NEU" (1999) zeigt eine Zahnbürste aus der Fernsehwerbung mit dem Galerie-Logo, Geschirrspül- und Gebissreiniger-tabletten sprudeln wie futuristische Wunderwaffen in aufwendigen Werbeanimationen, Kinderschokoriegel und Käselöcher wölben und dehnen sich wie Aliens kurz vor der Zellteilung. Dazwischen exklamieren männliche und weibliche Werbestimmen entzückt "neu!". In einer weiteren Sequenz sehen wir zunächst – so fresh and so clean! – einen makellos stahlblauen Himmel, den nur ein einziger Kondensstreifen durchzieht, bevor die beiden Galeristen Thilo Wermke und Alexander Schröder, Gilbert-&-George-mäßig in konservativ eleganten Anzügen steckend, in der linken unteren Bildecke wie ein animiertes Logo erscheinen: sie tanzen halb cool, halb komödiantisch zum Beat. Als Darsteller nehmen sie so aktiv Teil an der ironischen Beschwörung des bohemischen Jet-Set-Trash, als Richard Bransons (dem eitel-egozentrischen Gründer der "Virgin"-Unternehmensgruppe) im wörtlichen Mini-Format. Die allenfalls mittelständische Ökonomie einer Galerie wird so kurz geschlossen mit den Glamour-Signalen des Großen Geldes, aus dessen Pool sich ja auch Sammler und privatwirtschaftliche Kunstförderung speisen.

Das Video ist unterlegt von stetig tickender Hi-Hat und Kick, eine reduzierten, funky Syn-

surface de l'écran se trouve exactement sur le même plan que le mur blanc, comme s'il s'agissait d'un tableau isolé dans ce white cube immaculé, dépourvu de tout objet. La vidéo intitulée NEU (1999) exhibe une brosse à dents issue de la publicité télévisuelle, associée au logo de la galerie, puis des pastilles de lave-vaisselle et de nettoyage de dentier pétillent comme des armes futuristes miraculeuses dans des spots sophistiqués ; des barres chocolatées pour enfants et des trous de fromage se gonflent et s'étièrent comme des « Aliens » juste avant la division cellulaire. Par intermittence, des messages publicitaires prononcés par des voix d'hommes et de femmes s'exclament, ravies : « Nouveauté ! » Au cours d'une autre séquence, nous voyons d'abord – so fresh and so clean ! – un ciel bleu acier immaculé, traversé par la seule traînée blanche d'un avion, avant que les deux galeristes Thilo Wermke et Alexander Schröder, vêtus, à la Gilbert & George, de costumes élégants, mais déshabillés, n'apparaissent en bas, à l'angle gauche, comme un logo animé : ils dansent, mi-décontractés mi-extravagants, sur les temps forts de rythmes soutenus. Devenus acteurs eux-mêmes, ils participent activement à l'évocation ironique de la jet-set trash bohémienne, comme autant de Richard Branson (le fondateur vaniteux et égocentrique de Virgin) littéralement en miniature. La structure économique tout au plus moyenne d'une galerie est ainsi mise en circuit avec les emblèmes du glamour et du brassage de l'argent roi, d'où l'on puise aussi des collectionneurs et les fonds privés du mécénat.

La bande-son de la vidéo est caractérisée par les crépitements réguliers du hi-hat et des kicks, une ligne de synthétiseur réduite, funky, et une basse aux pulsations essouffées. La musique signale en même temps un renvoi continu à l'avenir de cette « nouveauté », comme une immobilité figée dans un présent absolu. Par intervalles et à la fin, s'y ajoute un thème de synthétiseur aux sons aigus, qui ressemble légèrement à une citation réduite du célèbre motif mélodique de Dans le hall du roi de la montagne, d'Edvard Grieg. Parce qu'il est vrai que la galerie est célébrée et que le signal explicite « nouveauté » est ironiquement connecté au signal implicite « succès », mais, d'autre

deferral towards the future of "the new" and, concurrently, an astonished persistence in an absolute present. Intermittently and at the very end a trilling synthesizer theme crops up that sounds a little like a simplified quote from Edvard Grieg's famous melodic theme from "In the Hall of the Mountain King." The effect of a cool technological loftiness is further reinforced. On the one hand then, the gallery is being celebrated and the explicit signal "new" ironically short-circuited by the implicit signal "success." On the other, the gallery owners' dance clearly suggests that the body and movement in the gallery's space possess a completely different status than in a club. Their hedonistic twitches and jerks seem (in a productive way) "inappropriate" in the gallery's white cube. There viewers, along with the exhibits, are also on display, placed in a bleak light that sharply outlines their forms. Rather than becoming blurred as in clubs, at least potentially, in the farcical intoxication of a successful evening, the usual distinctions clearly stand out. Dancing becomes performance, more explicitly so than would ever be possible in a club. The movements in themselves look as if they come in quotation marks. Clubs thrive on unplanned fleeting moments between music, people and space that cannot be prolonged or historicized – the reason why the temporary outlook of more or less clandestine "venues" is also a typical expression of that. By way of contrast, the white cube of the art venue gives the illusion of a freezing of time to enable you to explore, as in the lab, esthetic and contextual characteristics. It is as if these different types of space are symbolized in the abandoned building on Invalidenstraße and the new, clear space of Neu. (That Pflumm has recently opened, in the premises of a tiny shop just a few steps down from Galerie Neu, a "pre-night spot" called Galerie Antik of all things can surely be read as an additional send-up and comic rebuke of all that.)

In the white cube of the gallery, music has an entirely different function than in the club. It becomes a jingle. In radio and television, jingles refer to what is coming up, or are played over the pauses. In the club it is the images that work like jingles. They always lead you back to the music, like detour signs. With Pflumm's installations, within the context of art, the reverse is true,

thie-Linie und einem pulsierend vorantreibenden Bass. Die Musik signalisiert zugleich eine ständige Aufgeschobenheit in die Zukunft des "Neuen" wie ein erstauntes Verharren in totaler Gegenwart. Zwischendurch und am Ende kommt ein fiepsendes Synthie-Thema hinzu, das ein wenig wie eine reduziertes Zitat von Edward Griegs berühmtem Melodie-Thema aus "In der Halle des Bergkönigs" klingt. Dadurch wird der Effekt kalter, technologischer Erhabenheit noch verstärkt. Zwar wird einerseits die Galerie zelebriert und das explizite Signal "Neu" ironisch mit dem impliziten Signal "Erfolg" kurzgeschlossen. Andererseits wird aber zugleich deutlich, dass das Tanzen der Galeristen darauf anspielt, dass Körper und Bewegung im Galerieraum einen völlig anderen Status haben als im Club. Ihr hedonistisches Zucken wirkt im White Cube (auf produktive Weise) "unangebracht": dort werden mit den Exponaten auch die Betrachter ausgestellt, ins nüchterne, scharf kontrahierende Licht gerückt. Anstatt die habituellen Unterschiede wie im Club zumindest potentiell im burlesken Rausch einer gelungenen Nacht verschwimmen zu lassen, treten sie scharf hervor. Tanzen wird, ausdrücklicher als es je im Club der Fall sein könnte, Performance. Bewegungen wirken per se wie in Führungszeichen. Der Club lebt von ungeplanten, flüchtigen Momenten zwischen Musik, Leuten und Raum, die nicht verlängerbar oder historisierbar sind – deshalb ist auch das temporäre Behaupten von mehr oder weniger klandestinen "Orten" ein typischer Ausdruck dafür. Im Gegensatz dazu erzeugt der White Cube die Illusion eines Einfrierens der Zeit, um ästhetische und kontextuelle Beschaffenheiten wie im Labor untersuchen zu können. Es ist, als ob sich diese unterschiedlichen Raumtypen im verlassenen Gebäude in der Invalidenstraße und den neuen, klaren Räumen von Neu versinnbildlichen. (Dass Pflumm zuletzt nur wenige Schritte von der Galerie Neu entfernt einen prä-Nachleben-Treffpunkt in einem winzigen Ladenlokal aufgemacht hat, der ausgerechnet den Namen "Galerie Antik" trägt, lässt sich als weiteren parodistischen Verweis darauf verstehen.)

Im White Cube erhält die Musik eine ganz andere Funktion als im Club: sie wird zum Jingle. Jingles verweisen im Radio und Fernsehen auf das Nachfolgende oder überspielen Pausen. Im Club funktionieren die Bilder

part, on perçoit nettement que la danse des galeristes fait allusion à ce que le corps et le mouvement dans l'espace de la galerie revêtent un tout autre statut qu'au club. Leurs trémulations hédonistes paraissent « déplaçées » (d'une manière productive) dans le white cube : on y expose aussi, en même temps que des objets d'art, les spectateurs ; ces derniers se trouvent projetés dans une lumière neutre, très intense, qui découpe distinctement les contours. Au lieu d'atténuer, du moins potentiellement, les caractéristiques habituelles comme au club, dans l'ivresse burlesque d'une nuit réussie, ces caractéristiques sautent ici aux yeux. La danse devient alors une performance encore plus réelle qu'elle n'aurait été possible au club. D'eux-mêmes, les mouvements ont l'air placés entre guillemets. Le club se nourrit donc d'instantanés spontanés, éphémères, qui se produisent au contact de la musique, du public et de l'espace, et qui ne peuvent être prolongés ni historialisés – c'est aussi pourquoi l'existence passagère de « lieux » plus ou moins clandestins en est une expression typique. Le white cube, au contraire, crée l'illusion d'un gel du temps, afin de pouvoir explorer des aspects esthétiques et contextuels, comme dans un laboratoire. Il semble que ces différents types d'espaces s'expriment par des symboles dans l'immeuble abandonné de l'Invalidenstrasse et dans les espaces neufs et clairs de la galerie Neu. (On peut alors comprendre comme un clin d'œil parodique supplémentaire le fait que Pflumm ait récemment inauguré, à quelques pas de la galerie Neu, un lieu de rencontre « pré-nocturne » dans une minuscule boutique, qui porte justement le nom de galerie Antik.)

Dans le white cube, la musique prend une toute autre fonction que dans club : elle devient un jingle. À la radio et à la télévision, les jingles introduisent ce qui suit ou servent à camoufler les pauses. Au club, la fonction des images est semblable à celle des jingles : elles vous ramènent toujours, comme des panneaux de signalisation indiquant une déviation, à la musique. Quant aux installations de Pflumm dans le contexte de l'art, c'est l'inverse : la musique n'incite pas aux mouvements rythmiques, mais renvoie l'attention, tel un logo acoustique, à la concentration visuelle. Récemment, au cours de la dernière guerre du Golfe, j'ai été particulièrement frappé par cet effet d'étran-

i.e., the music doesn't fuel rhythmic movements but rather, like an acoustic logo, leads our attention back to our visual concentration. I was finally struck, during the latest Gulf war in particular, by that odd freezing effect that jingles often display. The cable TV of my apartment had been cut off because my landlord hadn't paid the fee; so other than the radio and newspapers, I could only get the news via the tiny black-and-white screen of an old Sony Watchman and a land-based transmitter for BBC World News. The image was often very bad, the sound tolerable. Like a mantra, into my ear the BBC station-break jingle would creep every time before the news at the hour and half hour. It conveyed exactitude (a ticking, pulsating bit of synthesizer) and cosmopolitan balance (the electronic, far-off orientated percussion and horns).

The jingle seems to say, Don't go away, coming up in just a moment may be a piece of news that must be taken seriously. Music channels on TV function exactly the same way with brief interludes between the different music videos: Don't go away, coming up in just a moment may be your favorite song (although it's always put off to later). You hang on or, with your mind wandering, you attend to other things with the television on as background ambiance. The music videos Pflumm has made for Elektro Music Department seem to bring this aspect of the persistent suspension of activity explicitly into play. In Back at Ten (1998), the camera focuses steadily on the empty rear seats of a taxi that is driving through a nighttime Berlin wet with rain. The steady rhythm starts up; Kotai, Mo and Pflumm fade in and out, each of them alone in the car talking on a cell-phone. If at first it seems the video is about total communication and unrestricted flexibility, with every line that appears as a subtle from these telephone conversations the idea fades further away. "Chance is the one thing that makes houses stand still, planes not fall down, taxis drive straight," says Kotai, "and communication technology connect..." followed by a pause that speaks volumes. Meanwhile, the rear seats remain empty, the taxi continues its aimless driving around. Eventually Kotai reappears and says on the phone that he hopes that EMD productions will one day form a history of their producers – "You should be able to relate and not feel alone." The following static shot shows a

ähnlich wie Jingles: sie bringen einen immer wieder wie Umleitungsschilder zurück zur die Musik. Bei Pflumms Installationen im Kunstkontext ist es umgekehrt: die Musik animiert nicht zur rhythmischen Bewegung, sondern verweist die Aufmerksamkeit wie ein akustisches Logo auf die visuelle Konzentration zurück. Mir ist die seltsam arretierende Wirkung, die Jingles oft entfalten, zuletzt besonders während des jüngsten Golfkrieges aufgefallen. Der reguläre Kabelanschluss meiner Wohnung war gesperrt, da mein Vermieter die Gebühr nicht entrichtet hatte; deshalb konnte ich mich außer durch Radio und Zeitung nur über den winzigen Schwarz-Weiß-Bildschirm eines alten Sony Watchman, via terrestrischem Antennen-Empfang von BBC-World News, informieren. Das Bild war oft sehr schlecht, der Ton leidlich. Wie ein Mantra schlich sich das BBC-Pausen-Jingle jeweils vor den Nachrichten zur halben und vollen Stunde in mein Ohr. Es signalisierte Genauigkeit (ein tickend pulsierender Synthesizer) und kosmopolitische Ausgewogenheit (die elektronischen, entfernt orientalisches angehauchten Percussion- und Bläser-Elemente).

Der Jingle scheint zu sagen: nicht weggehen, gleich könnte eine ernst zu nehmende Nachricht kommen. Ganz ähnlich funktioniert ja auch das Musikfernsehen mit den kurzen Interludes zwischen den einzelnen Videoclips: nicht weggehen, gleich könnte dein Lieblingslied kommen (und es bleibt doch immer aufgeschoben). Man verharret, oder widmet sich unkonzentriert anderen Dingen, mit dem laufenden Fernseher als Ambiance. Diesen Aspekt des verharrenden Aufschiebens von Aktivität scheinen die Musikvideos, die Pflumm für Elektro Music Department gemacht hat, explizit ins Spiel zu bringen. In "Back at Ten" (1998) ist die Kamera fixiert auf den leeren Rücksitz eines Taxis, das durch ein regennasses nächtliches Berlin fährt. Der stetige Rhythmus rollt an; Kotai, Mo und Pflumm werden ein- und ausgeblendet, jeweils alleine im Auto, auf dem Mobiltelefon sprechend. Erst wirkt es, als ginge es um totale Kommunikation und uneingeschränkte Flexibilität, aber mit jeder Zeile, die als Untertitel aus den Telefongesprächen erscheint, löst sich diese Vorstellung weiter auf: „chance is the one thing that makes houses stand still, planes not fall down, taxis drive straight," sagt Kotai, and communication technology connect...;

ge blocage si souvent produit par les jingles. Dans l'appartement que je loue, la télévision par câble avait été mise hors service parce que le propriétaire n'avait pas payé sa facture ; pour cette raison, je n'ai pu suivre les actualités, hormis par la radio et la presse, que par le tout petit écran noir et blanc d'un vieux Sony Watchman, grâce à l'émetteur terrestre de BBC-World News. L'image était souvent très mauvaise, le son à peu près correct. Comme un mantra, le jingle des pauses à la BBC, diffusé avant le journal télévisé toutes les demi-heures et toutes les heures, s'insinuait dans mon esprit. Il signalait l'exactitude (crépitements réguliers d'un synthétiseur) et un équilibre cosmopolite (les éléments de percussions et de cuivres électroniques, rappelant les sonorités orientales).

Le jingle semble dire : ne partez pas, une nouvelle grave pourrait arriver dans l'instant qui suit. Les chaînes musicales à la télévision fonctionnent aussi de cette manière, avec de brefs interludes entre les différents vidéo-clips : ne pars pas, ton morceau préféré va arriver dans l'instant qui suit (et pourtant il n'arrive jamais). Nous attendons ou bien nous nous consacrons à autre chose, mais nous sommes déconcentrés, avec la télévision en bruit de fond. Les vidéos musicales que Pflumm a créées pour Elektro Music Department semblent explicitement faire entrer en jeu ce principe d'activité suspendue. Dans Back at Ten (1998), la caméra fixe les sièges arrières vides d'un taxi qui traverse le Berlin nocturne sous la pluie. Le rythme se met en branle ; Kotai, Mo et Pflumm apparaissent et disparaissent à l'image, chacun d'eux seul dans la voiture, en parlant au téléphone mobile. D'abord, on a l'impression que le clip traite la question de la communication totale et de la mobilité sans limites, mais avec chaque ligne qui apparaît en sous-titre de ces conversations téléphoniques, cette impression s'efface de plus en plus : « Chance is the one thing that makes houses stand still, planes not fall down, taxis drive straight », dit Kotai, « and communication technology connect... », suivi d'une pause significative. Dans l'intervalle, les sièges arrières restent vides, le taxi poursuit sa course sans but. Enfin Kotai réapparaît et dit au téléphone qu'il espère voir un jour les productions d'EMD former une histoire de leurs producteurs – « you should be able to relate and not feel alone ».

bankwindow: fourbrokersarestandingthere with receivers clapped to their ears, each looking off in a different direction. Money flows while the blood freezes in the veins.

In Pflumm's work, there is no synesthetic sublimation towards a higher unity of image and sound, much less a Gesamtkunstwerk. Rather, it's a matter of admitting and "ennobling" asynchrony and the dysfunctional – something that managers are always talking about without daring to do. Pflumm is most obviously satirical in that place that continuously promises the ultimate in functionality and in doing so – at least in commercial terms – has become the ultimate place of empty promises: the Internet. On his wildly linked websites, the concept of a virtual connectivity is circulating around a sardonic void (and yet in-between, quite profanely placed for the art context, video stills can be downloaded at DanielPflumm.com). At seltsam.com (literally "odd.com"), an older man with the hail-fellow-well-met gestures of a car salesman offers crackpot slogans like "Business to business was yesterday, business to business is the key!" The site freecustomer.com bluntly points out, "All this is bullshit, don't lose your time!" No sooner said than done: a tiny cursor links you with unum.de, where a field of stubble filled with meaningless icons is listed (printer, airplane, dollar, cow, telescope, key, etc.); click on the loudspeaker icon and you find yourself at himbeer.com (literally "raspberry.com"), the nirvana of blissful imbecility at the heart of Pflumm's virtual maze. There you come across endless raspberries and blackberries, then once again, as if by mistake, a lone raspberry takes you to FreeCi.com, where cars, cursors, money, filmstrips and grinning successful businessmen right out of a Nokia ad light up the screen as flashes. You tarry there, speechless before this absurdity, your body having become a bent-over appendage. "It's about accumulation and isolation. It's the opposite of a club" is EMD's lapidary assessment of the Internet in the liner notes of their second CD (2000). While the computer silently downloads MP3 files, the hope remains that listening to these files one day will provide a pleasant moment or two in the car or on the train. It is during those moments that the body, like a mummy, is actually wrapped up in endless virtual promise.

gefolgt von einer aufschlussreichen Pause. Dazwischen bleiben die Rücksitze leer, das Taxi fährt weiter ziellos umher. Schließlich erscheint wieder Kotai und sagt am Telefon, er hoffe, die Veröffentlichungen von EMD würden eines Tages eine Geschichte ihrer Produzenten formen – „you should be able to relate and not feel alone". Die nächste statische Einstellung zeigt das Fenster eines Bankgebäudes – vier Broker stehen da mit Hörern an ihren Ohren, jeder von ihnen in eine andere Richtung blickend. Das Geld fließt, aber das Blut gefriert in den Adern.

Bei Pflumm gibt es keine synästhetische Sublimierung hin zu einer höheren Einheit von Bild und Ton, geschweige denn einem Gesamtkunstwerk. Im Gegenteil geht es darum, das Asynchrone, Disfunktionale zuzulassen und zu ‚adeln‘ – etwas, wovon Manager immer nur reden, ohne es zu wagen. Am deutlichsten satirisch wird Pflumm damit an jenem Ort, der ständig ultimative Funktionalität verspricht und dabei – zumindest auf der kommerziellen Ebene – der ultimative Ort leerer Versprechungen geworden ist: dem Internet. Auf seinen wüst aufeinander verlinkten Websites zirkuliert die Vorstellung virtueller Vernetzung um ein höhnisches Nichts (dazwischen, ganz profan für den Kunstkontext, DanielPflumm.com, mit Videostills zum downloaden). Auf "seltsam.com" offeriert ein älterer Herr mit gönnerischer Autoverkäufergeste himmrissige Slogans wie: "Business to Business was Yesterday, Business to Business to Business is the Key!" . Unter freecustomer.com heißt es dann unumwunden: "All this is bullshit, don't lose your time!". Gesagt, getan: ein winziger Pfeil verlinkt zu unum.de, wo ein Stoppelfeld sinnentleerter Computer-Symbole (Drucker, Flugzeug, Dollar, Kuh, Fernrohr, Schlüssel usw.) aufgereiht ist; klickt man auf ein Lautsprecher-Symbol, kommt man zu himbeer.com, dem Nirvana glückseliger Verblödung in Daniel Pflumms virtuellem Irrgarten: endlos Himbeeren und Brombeeren; dann wieder, wie aus Versehen, bringt einen eine einzelne Himbeere zu FreeCi.com, wo, als Flash-Animation, Autos, Pfeile, Geld, Filmstreifen und grinsende Business-Erfolgstypen wie aus der Nokia-Werbung blinken. Stumm verharret man vor diesem Irrsinn, der Körper ist zu einem gekrümmten Anhängsel geworden. "It's about accumulation and isolation. It's the opposite of a club", sagen EMD lapidar über

Le prochain plan fixe montre la fenêtre de l'immeuble d'une banque – quatre brokers se tiennent debout, avec leur écouteur à l'oreille, chacun d'eux regardant dans une autre direction. L'argent afflue, mais le sang se fige dans les veines.

Chez Pflumm, il n'y a pas de sublimation « synesthésique » qui déboucherait sur une unité supérieure de l'image et du son, encore moins l'idée d'une œuvre d'art totale. Au contraire, il s'agit de favoriser ce qui est asynchrone, la dysfonction, et de les « anoblir » – quelque chose dont les managers parlent, sans pour autant l'oser. La dimension satirique du travail de Pflumm atteint sa plus grande évidence dans un contexte qui promet sans cesse une fonctionnalité maximale et, de cette façon – au moins sur le plan commercial – le contexte maximal des promesses vides : Internet. Sur ses sites web aux liens sauvagement enchevêtrés circule l'idée d'une mise en réseau virtuelle prônant un Néant narquois (par intermittence, très profane quant au contexte artistique, Daniel Pflumm.com propose des fichiers audio à télécharger). Sur « seltsam.com », un homme d'un certain âge présente, avec les gestes joviaux d'un vendeur de voitures, des slogans aberrants : « Business to Business was Yesterday, Business to Business to Business is the Key! » Sur le site freecustomer.com, on dit sans ambages : « All this is bullshit, don't lose your time! » Chose dite, chose faite : une minuscule flèche crée le lien vers unum.de, où est aligné un champ moissonné de pictogrammes dépourvus de sens (imprimante, avion, dollar, vache, longue-vue, clé, etc.) ; quand on clique sur le symbole « haut-parleur », on tombe sur himbeer.com, le nirvana de l'abrutissement béat au sein du labyrinthe virtuel de Daniel Pflumm : des framboises et des mûres à l'infini, puis à nouveau, comme par erreur, une framboise isolée vous mène à FreeCi.com, où scintillent, sous forme de flashes animés, des voitures, des flèches, de l'argent, des pellicules cinématographiques et de jeunes businessmen, affichant leur succès, qui ricanent, comme sortis de la publicité Nokia. On reste muet et prostré face à cette absurdité, le corps est devenu un appendice recroquevillé. « It's about

Image relates to sound like space to body. Daniel Pflumm's work is inherent in that equation, under the conditions imposed by time and money. The equation runs the whole gamut from social moments of happiness via isolated moments of perceptual knowledge to electronic solitude. In the ruins of modernity, a light burns on.

Translated from the German by John O'Toole

das Internet im Booklet ihrer zweiten CD (2000). Während der Computer stumm mp3-files herunterlädt, besteht die Hoffnung, dass das Anhören dieser Files einmal schöne Momente in Autos und in Zügen beschert. Der Körper ist während dessen tatsächlich wie eine Mumie eingewickelt in endlose virtuelle Versprechungen.

Bild verhält sich zu Ton wie Raum zu Körper: in dieser Gleichung zirkuliert, unter den Bedingungen von Zeit und Geld, die Arbeit Daniel Pflumms. Sie beschreibt damit das Spektrum von sozialen Momenten des Glücks über einzelne Momente wahrnehmender Erkenntnis bis zur elektronischen Einsamkeit. In den Ruinen der Moderne brennt noch Licht.

### JÖRG HEISER

accumulation and isolation. It's the opposite of a club », disent EMD de manière lapidaire à propos d'Internet dans le livret de leur deuxième CD (2000). Pendant que l'ordinateur télécharge silencieusement des MP3, on a l'espoir que l'écoute de ces fichiers audio offrira un jour des moments agréables, en voiture ou dans le train. C'est là que le corps sera réellement enveloppé comme une momie dans des promesses virtuelles infinies.

L'image se comporte face au son comme l'espace face au corps : dans cette équation circule, avec ce qu'impose le temps et l'argent, le travail de Daniel Pflumm. Cette équation exprime la gamme des moments de bonheur dans la société, au travers de moments isolés empreints d'une connaissance perceptive allant jusqu'à la solitude électronique. Une lumière brille toujours dans les ruines de la modernité.

Traduit de l'allemand par Silke Hass