

Schleierhaft

Von Dialika Krahe

Die geheimnisvolle Princess Hijab überzieht Plakatwerbung mit Tschador und Burka: eine islamische Provokation?

Wenn es Nacht wird auf den Boulevards von Paris, die Ampeln ausgeschaltet sind und kein Auto mehr fährt; wenn man verschwinden kann in den toten Winkeln dieser Stadt, dann beginnt die Kunst-Figur ihren künstlerischen Dschihad.

Ihre Waffen sind einfach und wirkungsvoll: eine Schuhcreme-Tube mit schwarzer Farbe, eine Spraydose, ein Marker, ein Metro-Plan. Und ein starkes politisches Symbol, über das niemand hinwegsehen kann: der Hijab, der muslimische Schleier.

Ihre Angriffsziele hängen in den Metro-Stationen, an Hausfassaden und Bushaltestellen: lächelnde Models auf Plakaten, die mit ihren halbnackten Körpern für Dessous, Handys oder Lippenstifte werben.

Die junge Frau schleicht sich an die Plakatwände heran, zückt im toten Winkel der Überwachungskameras ihr Werkzeug und greift an: Mit schnellen Bewegungen malt sie den Models den Hijab auf die nackte Haut. Versteckt Haar, Gesichter, Hälse unter schwarzer Farbe. Nur die Augen bleiben frei. Schnell macht sie noch ein Foto von ihrem Werk: Kate Moss mit Burka oder ein "Logitech"-Model mit Tschador und Gesichtsschleier.

Dann verschwindet die Figur mit der Spraydose wieder.

Sie nennt sich Princess Hijab und tritt als Guerilla-Künstlerin im öffentlichen Raum auf. Seit 2006 zieht die 21-Jährige nächtens durch Paris und überzieht Plakatwerbung mit dem Schleier. Diesem Symbol, das Anlass ist für erbitterte Debatten um religiösen Fundamentalismus und kulturelle Freiheit und Unterdrückung. "Ich bin eine visuelle Terroristin", sagt Princess Hijab, "der Dschihad ist meine Kunst."

Und sie erregt damit viel Aufsehen, in der westlichen wie in der muslimischen Welt. Ausstellungen in Norwegen und Istanbul zeigten ihre Arbeiten, ab Mai ist ihre Straßenkunst bei der Ausstellung "The Seen and the Hidden: Dis_Covering the Veil" im Austrian Cultural Forum in New York zu sehen. In Blogs und auf Internet-Seiten wie muslimahmediawatch, muxlim, islamist watch oder hijabstyle wird über ihre Arbeiten diskutiert, wird gerätselt, wer sie sein mag, ob sie Muslimin ist oder nicht.

Sie bewegt sich wie ein Phantom, ihre Identität ist geheim. Und manche bezweifeln gar, dass sie eine Frau ist. Es ist nicht leicht, Informationen aus ihr herauszubekommen: Auf persönliche Fragen antwortet sie nicht, "zu intim", lässt sie per E-Mail wissen, "zu politisch". Es gibt einige wenige Fotos, die sie bei der Arbeit zeigen. Eine junge Frau mit schwarzrot gemustertem Schleier, Lederjacke und Jeans. Sie hält eine Spraydose in der Hand und ist dabei, einem blonden Model eine Nikab, den traditionellen Gesichtsschleier, überzusprühen.

"Hijabisierung" nennt sie den künstlerischen Prozess der Werbeverschleierung. Auf den ersten Blick mag diese Symbolik flach wirken, fast zu offensichtlich, das Spiel mit dem Schockpotential des Schleiers und der weitverbreiteten Furcht vor zunehmender Islamisierung. Doch bei genauerem Hinsehen offenbart sich dahinter mehr: Wo es eben noch um bloßen Konsum ging, Werbegesichter von L'Oréal und McDonald's, austauschbar und unwirklich, schafft Princess Hijab mit wenigen Strichen ein Werk, das Fragen provoziert - nach dem Verhältnis von Religion und Sexualität, nach Marktgesetzen und Oberflächlichkeit. Fragen nach der Rolle der Frau in der westlichen Gesellschaft ebenso wie im Islam. Die Bilder entwickeln einen ästhetischen Eigenwert, irritierend und, ja, geradezu schön.

Auf ihrem MySpace-Profil zeigt sie sich als eine Art verschleierte Audrey Hepburn mit schwarzer Sonnenbrille und Zigarettenspitze. Als Stimmungslage gibt sie "angewidert" an. Bei "Über mich" stehen kryptische Sätze wie "Ich vertraue keinen Bildern. Eure glitzernden Ikonen sind der Würgegriff für schwache Geister ... Gebt acht, oder ich erschieße euch." Ihre Worte sind Parolen, künstlerische Kampfansagen. Auch für ihre eigene Internet-Seite hat sie ein Manifest verfasst: Sie sei eine Frau im Kampf für eine gute Sache.

Doch was ist die gute Sache? Konsumkritik? Islamisierungs-Versuche?

Princess Hijab sagt, sie handle unabhängig von jeder religiösen oder politischen Motivation. Sie benutze Werbung und Schleier lediglich als einen Code, überlasse die Einordnung dem Betrachter.

Sie habe in ihrer Kunst schon früh mit der Wirkung des Schleiers experimentiert, mit der Kraft des Verborgenen, sagt Princess Hijab. Damals habe sie in Paris an der Ecole des beaux-arts studiert und angefangen, Zeichnungen und Stoffarbeiten zu fertigen, die den Schleier als künstlerisches Ausdrucksmittel nutzten. Sie hüllte Männer in Lycra, verschleierte Puppen von Kopf bis Fuß, zeichnete Frauen in Nikab, Burka und Tschador.

Zu dieser Zeit war die Kopftuchdebatte in Frankreich in vollem Gange, Anfang 2004 wurde das Tragen von Kopftüchern und anderen auffälligen religiösen Zeichen in Schulen verboten. Diese Debatte habe sie sehr geprägt, sagt Princess Hijab. "In Frankreich ist das Tragen eines Schleiers Punk", sagt sie, die Mädchen gehen in Opposition zu den Institutionen, riskieren es, von der Schule zu fliegen, weil sie sich weigern, den Schleier abzunehmen.

Auf die Idee mit der Werbung sei sie durch das Buch "No Logo!" der kanadischen Journalistin Naomi Klein gekommen: eine

konsumkritische Analyse der globalen Tyrannei der Marken. "Dieses Buch hat mich stark beeinflusst", sagt Princess Hijab. Sie wollte Teil einer Anti-Konsum-Bewegung werden - das Kopftuch anlegen im "Kampf gegen das Werbe-Universum", wie sie sagt.

Meist werden die Arbeiten von Princess Hijab schnell mit neuen Werbeplakaten überklebt. Also fotografiert sie ihre Werke ab und stellt sie ins Internet. So folgen Menschen aus Beirut, der Türkei, den USA und Großbritannien ihren Streifzügen durch Paris. Auf ihrer MySpace-Seite hat sie mittlerweile einige tausend Freunde. Sie schreiben Dinge wie: "Deine Rebellion scheint mir rechtmäßig", "Hijab ist großartig" oder "sehr subversiv!"

Neben der Werbeverschleierung fertigt Princess Hijab auch digitale Versionen ihrer "Hijab-ads", die sie in Online-Netzwerken vertreibt, etwa auf MySpace und Flickr. Sie zeigen verschleierte Frauen, die mit einem Auge zwinkern. Oder eine Dame in Tschador, mit Polizeibrille, eine Waffe in jeder Hand.

Außerdem klebt sie grafische Plakate an die Fassaden von Paris, darauf ist immer dieselbe Frau mit Kopftuch zu sehen, schwarzweiß, und dazu der Slogan "Hijab-ad". Sie klebt zig Kopien nebeneinander - und greift damit an das Serienprinzip von Andy Warhol auf. Manchmal klebt sie auch Schablonen auf Hauswände: drei lachende Frauen nebeneinander, eine mit blauem Kopftuch, eine mit weißem, eine mit rotem - die Trikolore, die französischen Nationalfarben. Daneben Damen im Tschador, lebensgroß, in der Pose eines Pin-up-Girls. Andere mit Pilotenbrillen und gezogener Pistole, dazu High Heels und blanke Knie.

In diesen Figuren vereinen sich die widersprüchlichsten Signale: Brutalität und Weiblichkeit, Religion und Werbe-Glamour.

Die letzte Arbeit von Princess Hijab war eine Ausnahme. Sie stieg in Sèvres-Babylone aus der U-Bahn, einer Jugendstil-Metro-Station, und diesmal war ihr Ziel ein Mann. An der Wand hing ein Plakat für einen Film mit Jennifer Aniston und Owen Wilson. Er heißt "Marley & Ich", es geht um einen Hund, und beide Darsteller lachen in die Kamera - so glatt, so Hollywood-kitschig und bedeutungslos, dass der Film nervt, schon bevor man ihn gesehen hat.

Nach der Kunstattacke trägt Owen Wilson nun eine schwarze Burka, Stoffgitter vor den Augen. Keine Haare, kein Weichzeichner, kein Lachen mehr. Und mit einem Mal ist dieses Plakat mehr als Werbung für einen stumpfsinnigen Film. Es ist ironisch, und man fragt sich: Mit welchem Blödsinn verbringen wir bloß unsere Zeit? Worin liegt der Sinn?

Darin liegt wohl das größte Talent von Princess Hijab - einen Schleier von Fragen auszubreiten über dem leeren Gesicht der Konsumgesellschaft. Und über sich selbst.

"The Seen and the Hidden: Dis_Covering the Veil". Austrian Cultural Forum, New York. 21.5.-29.8.

URL:

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,621747,00.html>

ZUM THEMA AUF SPIEGEL ONLINE:

Fotostrecke: "Ich bin eine visuelle Terroristin"

<http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-42222.html>

© KulturSPIEGEL 5/2009

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH