

**Sylvie Fleury**

*Égoïste*

10. Februar–23. März 2024

Eröffnung: 9. Februar, 18–20 Uhr

Sprüth Magers Window, Berlin

**Sprüth Magers**

ÉGOÏSTE. Dreizehnmal steht in leuchtender Schrift das Wort auf verschiedenen Höhen der Wände des abgesenkten Ausstellungsraums mit großen Schaufenstern, durch die Sylvie Fleurys Installation von der Straße aus betrachtet werden kann.

Fleury untersucht in ihrem künstlerischen Schaffen seit den frühen 1990er-Jahren die Überschneidungen zwischen Kunst, Mode, Beauty, Popkultur, Motorsport und Science-Fiction. Sie verwendet die unverkennbare Bildsprache dieser Kategorien und bedient sich ihrer Ästhetik und Phänomene, um Begehren in all seinen Facetten zu durchdringen. Hierbei hinterfragt sie auf radikale Weise die Paradigmen der Kunstgeschichte und den männlich dominierten Kanon der Moderne.

*Égoïste* (2023) greift auf den Schriftzug eines Chanel Herrendufts (ausdrücklich „Pour Homme“) zurück und ist eines der ersten Logos, die Fleury für ihre Arbeiten verwendete. So prangte der Begriff bereits Anfang der 90er-Jahre auf den von der Künstlerin auf einem Tisch angeordneten Einkaufstaschen (*Égoïste*, 1991/2023) oder schimmerte als Wandmalerei (*Égoïste*, 1996). Die Parfum-Kampagne der Marke inszeniert das Egoistische als positiv männliche Qualität, deren „Verführungskraft“ weibliches Verlangen weckt. Der Duft soll den Träger umschreiben, ihn überschreiben, ihn betiteln. Aus dem Kontext gerissen lädt sich der Schriftzug jedoch mit Ambivalenz auf und wird entweder zur Beleidigung oder zum Eingeständnis einer Obsession mit dem Selbst. Fleury erkundet hier die in ihrem Werk wiederkehrende Frage nach der Herstellung von Identität. Wodurch definieren wir uns? Die Künstlerin wählt, wie so oft, ein pointiertes Motiv, das es Betrachter\*innen ermöglicht, eigene Antworten zu finden.

Die Installation der dreizehn Neonarbeiten im Window erinnert an den Werbefilm für das Parfum, in dem mehrere Frauen die Balkontüren unterschiedlicher Etagen eines Hotels öffnen, um wiederholt einen „Égoïste“ zu beklagen. Indem die Werke Assoziationen aufrufen und eine Stimmung transportieren, die im Markenzeichen – im Vorbild also – Käufer animieren soll, stellt Fleury in ihrer Installation den Raum der Galerie mit aus und abermals ihren humorvollen Umgang mit dem Kunstmarkt und Ausstellungsbetrieb zur Schau. Die Neonschriftzüge beleuchten abends den Ausstellungsraum, der als Showroom gedacht wird und zum „Window-Shopping“ einlädt. Darüber hinaus wird durch das Zeigen einer Vielzahl von Editionen die von

Sehnsucht nach Seltenheit geprägte Marktstruktur auf den Kopf gestellt und das Streben nach Individualität durch Konsum in Frage gestellt.

Sylvie Fleury (\*1961, Genf) lebt und arbeitet in Genf. Ausgewählte Einzelausstellungen umfassen: Kunstmuseum Winterthur (2023), Pinacoteca Agnelli; Aranya Art Center und Bechtler Stiftung, Uster (alle 2022), Kunstraum Dornbirn, Istituto Svizzero, Rom (beide 2019), Villa Stuck, München (2016), Centro de Arte Contemporaneo, Malaga (2011), MAMCO-Musée de l'art contemporain de Genève (2008–2009), Mozarteum, Salzburg (2005), ZKM, Museum für Neue Kunst, Karlsruhe; Le Magasin-Centre National d'Art Contemporain, Grenoble (beide 2001), The Museum of Contemporary Art Chicago (1995). Ausgewählte Gruppenausstellungen umfassen: Migros Museum für Gegenwartskunst, Zürich (2022/2013), Jeu de Paume, Paris (2020), Grand Palais, Paris (2019), Kunsthaus Zürich (2018), Museum für angewandte Kunst, Frankfurt (2017), Museum Haus Konstruktiv, Zürich (2016), Belvedere, Wien (2012), Städtische Galerie im Lenbachhaus, München (2010), Chelsea Art Museum, New York (2007), PS1, New York (2006), Collection Lambert, Avignon (2003) und Museum Ludwig, Köln (2000).

**Sprüth Magers**

Für weitere Informationen und Presseanfragen kontaktieren Sie bitte Silvia Baltschun (sb@spruethmagers.com).