

**PROJEKTBE SCHREIBUNG UND -REFLEXION EINFÜHRUNGSSEMINAR
„DIGITAL DETOX SOLD HERE“**



Projektbeschreibung

Das Projekt „Digital Detox sold here“ geht von einer einfachen Frage aus: Wie lässt sich ein gesellschaftskritischer Impuls zur digitalen Überreizung vermitteln, der gleichzeitig niedrigschwellig, direkt erfahrbar und im besten Fall tatsächlich wirkungsvoll ist? Die Antwort nimmt die Form einer Installation an, die einen modernen Smartphone-Store nachbaut – aufgestellt im Treppenhaus der Semesterausstellung der HfG Offenbach, bewusst etwas abseits der anderen Ausstellenden, weil das Treppenhaus wie eine Kreuzung funktioniert, an der Laufpublikum fast zwangsläufig vorbeikommt. Auf einer großen weißen Theke waren drei BlackBerry-Geräte ausgestellt, gesichert mit einem professionellen Alarmsystem, das eigentlich nur dem Einzelhandel zur Verfügung steht – hier ging es weniger um echten Diebstahlschutz als um die Ästhetik: Die Besucher:innen sollten das Gefühl haben, tatsächlich einen Handyladen zu betreten. Sie konnten die Geräte in die Hand nehmen, damit fotografieren, Spiele ausprobieren, sie erforschen und damit experimentieren. Auf Monitoren über dem Stand war in großen Lettern der Schriftzug „Digital Detox sold here“ zu lesen. Neben den Geräten stand ein iMac, an dem Interessierte gemeinsam mit uns einen Selbstverpflichtungsvertrag für eine einwöchige Digital-Detox-Phase ausfüllen konnten – ein PDF, in das der Name und die selbst gewählten Spielregeln eingetragen, dann ausgedruckt und unterschrieben mitgenommen wurden. Ergänzend befand sich ein iPad auf der Theke, auf dem eine eigens für die Installation gebaute Web-App lief: ein Informationsterminal mit Studien und Fakten zum Thema Digital Detox, das Besucher:innen unabhängig von uns nutzen konnten und das wir gleichzeitig als visuelles Hilfsmittel in den Gesprächen einsetzten. Zwei Sessel luden zum Verweilen und Reden ein – eine bewusste Geste, weil es im öffentlichen Raum, bei Ausstellungen und im Einzelhandel fast nie genug Sitzmöglichkeiten gibt. Das Material der Arbeit stammt aus dem persönlichen Fundus an gesammelten und aufbereiteten BlackBerry-Geräten sowie aus autobiografischer Erfahrung: sechs Jahre im Mobilfunk-Einzelhandel. Offiziell wurden keine BlackBerrys verkauft und der Vertrag war kostenlos – bei Personen, die wirklich Interesse an einem Gerät zeigten, haben wir allerdings gegen eine freiwillige Spende eines weitergegeben. Die Web-App wurde mit Duda (App ist Offline) gebaut; die Vertrags-PDFs entstanden am iMac. Realisiert wurde die Arbeit gemeinsam mit dem Mannheimer Künstler Jake Sandgeist, der beim Aufbau half, bei der Umsetzung unterstützte und am Ausstellungstag als performativer Mitarbeiter am Stand präsent war – er hat Besucher:innen zum Digital Detox beraten, Gespräche geführt und so die Verkaufssituation glaubwürdig bespielt.

Projektreflexion

Das Verhältnis von Inhalt und Form ist das eigentliche Material der Arbeit: Der Verkaufsstand imitiert kommerzielle Ästhetik – und unterläuft sie gleichzeitig. Wer „Digital Detox“ kaufen will, befindet sich schon mittendrin in einer Konsumhandlung. Diese Spannung ist kein Unfall, sondern gewollt. Impulsgebend war unter anderem das, was auf Plattformen wie eBay längst stattfindet: BlackBerrys werden dort regelmäßig in großem Umfang versteigert, es existiert eine aktive Szene rund um diese Geräte. Gleichzeitig gibt es eine wachsende Nische von Content Creators, die sich ausschließlich damit beschäftigen, weniger am Handy zu sein – manche davon explizit mit BlackBerrys als Werkzeug. Die Installation dockt an diesen Diskurs an, übersetzt ihn aber aus dem digitalen Raum in eine physische, performative Situation. Symbolisch spielen mehrere Ebenen eine Rolle: Das BlackBerry selbst ist ein Objekt mit starkem kulturellen Gedächtnis – ehemaliges Status- und Produktivitätssymbol, heute anachronistisch. Durch seine Reaktivierung als vermeintliche „Lösung“ für Smartphone-Überforderung entsteht eine zeitliche Verschiebung, die sowohl nostalgisch als auch komisch wirkt. Der Selbstverpflichtungsvertrag als bürokratisches Artefakt übersetzt den flüchtigen Ausstellungsmoment in ein physisch greifbares Dokument und macht die Besucher:innen selbst zur handelnden Person – sie verlassen den Stand nicht nur mit einem Eindruck, sondern mit einem unterschriebenen Papier. Der installative Aspekt ist zentral: Die Arbeit funktioniert nicht als Bild oder Video an der Wand, sondern nur als begehbare, benutzbare Situation im Raum. Die Theke, die gesicherten Geräte, die Sessel, das iPad, der iMac, die Monitore – alles zusammen erzeugt ein Environment, das man betreten und in dem man sich verhalten muss. Gesellschaftlich bezieht sich die Arbeit auf den breit geführten Diskurs um Bildschirmzeit, Social-Media-Abhängigkeit und die psychischen Folgen permanenter Erreichbarkeit. Popkulturell schwingt die Erinnerung an die BlackBerry-Ära mit – an eine Zeit, in der Smartphones noch Werkzeuge waren und nicht Aufmerksamkeitsmaschinen. Dass die Lösung, die hier angeboten wird, selbst ein Stück Technik ist, verdoppelt die Ironie: Digital Detox wird nicht durch Verzicht erreicht, sondern durch ein anderes Gerät. Die Arbeit nimmt diese Widersprüchlichkeit ernst, ohne sie auflösen zu wollen.

Beispiel der Webapp: <https://benyhill.cc/digital-detox> (nicht aktuell)

Bitte entsprechenden Satz stehen lassen:

Ich bin damit einverstanden, dass Fotos meiner Arbeit mit Werkangaben auf der E-Medien-Website und Instagram verwendet werden dürfen.

