



*Moodboards of
our Peers, 2010*
Foto-Serie mit Till
Forrer, Janosch Abel

Während diesem Semester hat sich meine Arbeitsweise geändert. Bei fast allen Projekten arbeite ich zusammen mit anderen Personen. Eine längere Zeit beschäftige mich eine Arbeit mit inszenierter Fotografie in Privathäusern und Gärten. Am Talacker 41 entstand ein Ausstellungsraum für junge Kunst und im Internet ein Blog für gemeinsame Rechercharbeit. Während ich bis vor kurzem vor allem damit beschäftigt war, einzelne Objekte herzustellen, interessiere ich mich jetzt mehr für das reproduzierbare Bild der Installation. Dieses Phänomen ist nicht unbedingt neu: Die Dokumentation eines Kunstobjektes wird für mich zunehmend zum Endprodukt künstlerischer Produktion. Im Bereich Design haben mich früher mehr die Möbel selbst interessiert, jetzt ist es die Art und Weise wie die Möbel im Katalog arrangiert sind oder z.B. welches Milieu sie bedienen und in welchem kulturellen Zusammenhang sie stehen. Allgemein interessieren mich Vorgänge und Arbeitsweisen der sogenannten Kreativ-Wirtschaft. In dieser Industrie sind seit Jahrzehnten Methoden und Werkzeuge entwickelt worden, die vom Kunstbetrieb entweder nicht wahrgenommen oder ebenfalls rein kommerziell eingesetzt wurden. In dieser Ausgangslage will ich meine Arbeit als Künstler ansetzen. Ein Stichwort meiner jetzigen Arbeit ist das ‚Moodboard‘- ein collagiertes Blatt aus fremden Bildern, eine visuelle Recherche, die Kunden und Agentur eine gemeinsame Grundidee zur Erarbeitung von Plakat- und Anzeigekampagnen geben soll. Meine selbst aus dem Internet zusammen gestellten ‚Moodboards‘ sehe ich mittlerweile als eigenständige künstlerische Arbeiten. Die inszenierten Fotografien, die dieses Semester daraus entstanden, sind Hybridbilder zwischen Trash-Entwurf und Hochglanzprodukt. Für mich ist die Deklaration als Zitat und unfertige Skizze sehr wichtig, das erleichtert es mir ohne kommerzielle Absichten mit einer Visualität der Populärkultur zu arbeiten. Bei der Übertragung in dieses Feld könnten sich auch die Berufsbezeichnungen ändern: Ein Atelierekünstler wird zum Agenturkünstler, ein Kurator zum Art Director und Eventmanager. Das Eintauchen von künstlerischer Arbeit in anderen Medien kann die Rezeption von Marken und Massenphänomenen vielleicht direkter beeinflussen. Das Subversive als Stilmittel steht immer im Verdacht bejahend-bequem zu sein und erfordert also eine Sensibilität für das eigene Tun. Ein grösseres Problem habe ich zurzeit jedoch mit meinem Verweilen in einem eher abgesonderten Kunstdiskurs. Natürlich werden meine entstandenen Arbeiten in dokumentarischer Weise auch einem Kunstpublikum gezeigt, die eigentliche Arbeit kann jedoch in Zukunft auch in anderen Kanälen passieren. Bei der Beschäftigung mit Logos und Werbebildern muss das Konzept der Ruine erwähnt werden: Produkte und Bilder werden als bedrohliche Objekte einer alten, längst vergangenen Welt angeprangert und ‚ruiniert‘. Durch die zynische, plakative Bildsprache einiger im Internet arbeitender Künstler hat sich beispielsweise mein Markenbild einiger asiatischer Hersteller von Unterhaltungselektronik drastisch verschlechtert. Die bei diesem Projekt beteiligten Künstler beschrieben ihre Arbeit als “the only way out of our current situation”. Die Wirkung solcher Aneignungen ist vergleichbar mit den Präventionsbildern kranker Organe auf Zigarettenschachteln. Als Ausblick für folgende Projekte interessiert es mich noch weiter zu gehen und mehr mit solcher Öffentlichkeitsarbeit in Eigenregie für dubiose Unternehmen zu arbeiten.