

„MANIFEST“ DES FISCHES

© 1990/94 von franz wassermann

DAS LOGO: DER FISCH

LOGO = WASSERMANN = KÜNSTLER

In der intensiven Auseinandersetzung mit verschiedenen Mal- und Collagetechniken hat sich der Fisch als Minimalform herauskristallisiert. Seine Stärke liegt in der klaren Signalwirkung seiner Einfachheit und Mehrdeutigkeit.

- Der Fisch - mit bestimmten Inhalten - aufgeladenes Symbol in verschiedenen Kulturen: religiöse Aufladung mit Christentum Wunschzauberfisch im Märchen, Fischstäbchen in der IGLO Tiefkühlkultur, Bezeichnung für Frauen usw.
- Mehrdeutigkeit meines LOGOS (Torpedo, Bombe, Pfeil, Penis, Spermie, Speer, Rakete usw.)
- Schablonisierung zur einfachen Reproduzierbarkeit

DIN A3/SCHABLONENBILDER

DAS SPIEL MIT DER KUNST

Durch Schablonisierung wird die Kunst zur Massenproduktion freigegeben.

Die Kunst wird noch stärker dem Benutzer angepaßt.

- Absolute Kommerzialisierung.
Das Bild wird dem Käuferbedürfnis vollkommen angepaßt, wie ein Anzug maßgeschneidert.
- Kunst für jeden käuflich.
- Der Betrachter kann in mein Bild gestaltend eingreifen, JEDOCH das Bild bleibt über mein LOGO mein Bild und Werk.

DIE GROSSEN BILDER

Das Mehrfachschablonenbild, das Große Bild, im Gegensatz zum Einfachschablonenbild (DIN A3) ist Ausdruck meiner Individualität und steht für Unikat.

- Das Publikum hat bei diesen Bildern keinen Zugriff, es kann nichts verändern.
- Der Reiz und Sinn dieser Bilder liegen im Spiel der Variationen eines einzigen LOGOS.
- Immer wieder werden neue Reize produziert.

SERIEN

1. DIE WEISSE SERIE

Material: weiß grundiertes Leinen, weiße Dispersionsfarbe, Keilrahmen, Bleistift, schwarze Wolle, Nägel, Nadel, Messer und schwarze Ölpastellkreide.

Alte, mehrfarbige Bilder werden neu überarbeitet, erhalten eine weiße Grundierung. Mit den Farben reduziert sich auch die Form: Der Fisch taucht auf.

- Noch werden traditionelle Leinwände verwendet, aber Form und Farbe werden - im Gegensatz zu früheren Bildern - bereits reduziert. Die Auseinandersetzung mit dem Material beginnt in den Vordergrund zu rücken.
- Es wird nur noch mit den Farben weiß und schwarz gearbeitet.

2. DIE SCHWARZE SERIE

Material: schwarze Müllsäcke, Keilrahmen, schwarzer Filzstift, Nägel, Nadeln, schwarze Wolle, schwarzer Acryllack und schwarzes Isolierband.

- Die Leinwand wird aufgegeben, stattdessen werden aufgeschnittene schwarze Müllsäcke über den Keilrahmen gezogen.
- Weiterhin wird konsequent am LOGO festgehalten.
- Die Minimalisierung wird gesteigert, indem schwarz in schwarz gearbeitet wird.

3. DIE ORANGE SERIE

Material: orange Müllsäcke, Keilrahmen, schwarzer Acryllack.

- Müllsäcke werden nicht mehr aufgeschnitten, sondern als Ganzes über den Keilrahmen gezogen.
- Schwarzer Acryllack wird aufgesprüht - durch zwei Schablonen hindurch:
Schablone 1: Formen (z.B.: Gitter, gelochter Joghurtkarton usw.), die nicht produziert, sondern im Alltag gesucht und gefunden werden.
Schablone 2: das LOGO
- Zerstörung des traditionellen, einseitigen Tafelbildes • Wende- und Raumbild. Raumbild wird auf zwei Seiten besprüht.
- Durch Anbringung von Ösen an allen 4 Seiten kann das Bild so aufgehängt werden, wie es gefällt.
- Darüber hinaus können Raumvorhänge, Paravents und ganze Raumsulpturen gebaut werden.
- Die LOGOskulpturen können auch im Müllsack „schwimmen“ oder ihn durchstechen.

4. DIE ISO-SERIE

Material: Isoliermatten in verschiedenen Farben.

LOGOS werden herausgeschnitten, das LOGO wird konsequent beibehalten.

- Die Isomatten sind an die Wand gehängte Bildskulpturen.
- Raumsulpturen
- Leuchtsulpturen: LOGOformen werden als Licht in den Raum geworfen.

EXKURS

IDEE ZUR SPIELERISCHEN UMSETZUNG

Der Künstler veranstaltet ein Happening, in dem er dem Publikum Fischschablonen und Materialien zur Verfügung stellt. Er läßt sie Bilder für den Künstler sprühen und gestalten, die er schließlich an das Publikum verkauft.

- Der Künstler ist Animateur und Unterhalter
- Das Publikum ist Sklave. Es unterwirft sich im Kunstritual dem Künstler, so wie es sich im Leben dem Kommerz unterwirft, zur Luststeigerung. Die Techniken zur Luststeigerung in der Konsum- und Freizeitkultur werden verschärft offengelegt.
- Der Künstler läßt sich als „Ideenlieferer“ bezahlen.