

Zeitsprung

Mit Werner Pawlok auf Zeitreise



Werner Pawlok (re.)
mit Jean-Paul Gaultier.

Ist Werbung Kunst? Darf Kunst Werbung sein? Wir haben uns vom Vila Vita Schlosshotel Oberstotzingen auf den Weg nach Stuttgart gemacht, um Antworten zu finden. Unser Ziel ist ein Studio-Atelier nahe des Wilhelmplatzes, direkt im Stadtzentrum. Wir sind mit Werner Pawlok, dem Perfektions-Wanderer zwischen Kunst und Kommerz, verabredet.

Pawlok begrüßt uns trotz großer Hektik – er ist in der Schlußproduktion einer Brillen-Design-Kunstausstellung unter dem Marketing-Sponsorship der Wodkamarke Absolut, die noch im Oktober in München eröffnet – ausgeglichen und besonders herzlich. Seit unserem letzten Treffen sind sechs Jahre vergangen. Über einem seiner Arbeitstische erkennen wir eine seiner bekanntesten Arbeiten: Das „Transfer“ einer Chrysantheme. Die von ihm geschaffene Transfertechnik besteht aus überdimensionalen Polaroids, die anstelle auf photochemischem Papier auf Leinwände, Stoffe, Kunstpapiere und andere Materialien „entwickelt“ werden. Dabei entstehen unvorhersehbare Ablösungen, die er teilweise beläßt, teilweise mit nachträglich aufgetragenen Farben und sehr oft mit Blattgold be- und überarbeitet. Ein spannender Dialog ausgefallener Motive mit photographischen Schärfe, teilweise verwischten Bereichen, wie von Säuren entblätterten Bildwunden und konturierenden sowie überdeckenden Malelementen entsteht. Die kunstvoll überzeichneten, vorwiegend Frauen- und Blumenarrangements vermitteln eine surreal empfindbare Anmutung da Vincis, so lebensprall, so gestochen scharf, so tiefenentschwindend ...und so goldbeladen sind

sie. Wir sehen das Jetzt, und wir fühlen uns um eintausend Jahre zurückversetzt.

Werner Pawlok heute

Seine fünfjährige Tochter saust mit dem Dreirad an uns vorbei, auf dem Designertisch perfekter Capuccino vor uns, drei Computermonitore flackern, hereinkommende eMails kündigen sich an, die Internet-Verbindung



steht, auf dem PowerMac die eigenen CD-ROM-Inhalte, Digitalkameras am Ladegerät, das Handy griffbereit: Wir sind mitten im dritten Jahrtausend. Ersetzt die Computermaus etwa schon Pinsel und Auslöser?

„Ja und nein. Ich bin Bestandteil meiner Zeit. Zweitausend zum Beispiel ist nur eine Zahl.“ Ob er einen Neubeginn in dieser Zahl sehe, fragen wir. „Nein. Ich bin verantwortlich für jeden Tag. Eine gute Idee 1999 wird auch 1999 realisiert und nicht gewartet. Ich lebe heute. Für mich gilt, sich nicht beirren zu lassen, weiter Freude an den Dingen zu haben, Disziplin und Konsequenz.“ Ist das

seine Maxime für den Spagat zwischen Kunst und Werbung? „Kunst ist nur ein Begriff, genauso wie Marktwert. Ich differenziere so: Eines ist der Job, der Auftrag, der Ansporn durch einen Käufer, der etwas von mir will. Ich brauche diesen Auftragsdruck auch für mich, für meine eigene Entwicklung und meine Kommunikationsfähigkeit. Kunst dagegen entsteht in mir ganz persönlich; nicht zum Verkaufen, sondern für mich.“ Letztendlich könne das Erstere auch Kunst sein, man bekäme eine darzustellende Aufgabe und ein Budget, und dann könne man machen. Und manchmal bezeichneten die Leute das Ergebnis auch als Kunst.

Kunst und Computer

„Die EDV ist wie ein Malkasten, ein endloser Malkasten, einfach nur eine neue Technik mit neuen Möglichkeiten.“ Pawlok wehrt sich ge-

Photographie als Leidenschaft

Die Begeisterung Werner Pawloks für das Spiel mit dem Foto zeigt sich in seiner unermüdlischen Schaffenskraft. Nach den Transfer-Serien folgten die Projekte Crying Animals, Hommage an Albrecht Dürer, die erste Internet-Ausstellung (www.pawlok.com und www.foto.studio.de), ein Aids-Aufklärungsfilm, Dantes CommeDIA und -seine neuesten Arbeiten – überdimensionierte Leuchtkästen mit real-entfremdeten Fotoübersetzungen nach Dante Alighieri-Gesängen (Lambda auf Cibachrome ausbelichtet, wobei die Bildträger so aufgerastert werden, daß sich das Hintergrundlicht völlig gleichmäßig über die Fläche verteilt). Hat der Künstler, der mit Hilfe technischer Zeitsprünge für Mercedes Benz, Otto Kern, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Rolf Benz, Sony, Kodak und andere Erfolgswerbung her-



Pawloks
„Dantes CommeDIA“
(o.) und „Transfers“
überbrücken
unterschiedliche
Sichtweisen ganzer
Epochen.

gen Scheuklappen: „Die Photographie wurde doch seinerzeit als Untergang der Malerei verurteilt. Heute ergänzt der Computer die Photographie um neue kreative Dimensionen.“ Er zieht ein Buch aus dem Schrank: „Stars & Paints“, eine Sammlung völlig überraschender Mischungen gemalter Bilder von Peter Böck, in die sich Weltstars von Peter Ustinov bis Jean-Paul Gaultier „hineinstellten“, die Pawlok dann per Sofortbildtechnik portraitierte. Alles in einem, alles von erstaunlicher Perfektion und Leichtigkeit; ein erbauliches Spiel mit den multiplen Techniken verschiedenster Zeiten.

stellt, der weltweit mit Keith Haring, Man Ray, Picasso, Andy Warhol und David Hockney in einem Atemzug genannt (und derzeit in Hannover von Kurator Thomas Levy gemeinsam mit ihnen ausgestellt) wird, aktuelle Pläne? „Meine Visionen liegen im Multimedialen. Ich suche nach Lösungen gerade im Kommunikationsbereich, ich wünsche mir, ein Bühnenbild zu realisieren, einen ganzen Pavillon auszustatten. Da spukt viel im Kopf und entwickelt sich.“ Pawloks sind in New York, Tokyo, London und überall auf der Welt ausgestellt; und in seinem Atelier: 07 11/1 64 99 70.

zf +