

Non-commercial, non-profit: »Stars & Paints«, das gemeinsame

Never Ending

Eigentlich hatte Werner Pawlok eine Anfrage vom Freiburger Zelt-Musik-Festival, die im Rahmen dieser internationalen Veranstaltung auftretenden Künstler zu fotografieren. Weil er sich mit der Vorstellung, »normale« Porträts zu machen, nicht anfreunden wollte, suchte er nach einem anderen möglichen Ansatz. In Peter Böck, dem Maler, fand Pawlok einen kongenialen Partner für einen ungewöhnlichen kreativen Dialog, der – einmal begonnen – sich als äußerst fruchtbar erweisen sollte. Warum das Projekt »Stars & Paints« auch weiterhin als unendliche Geschichte angelegt ist.

Was er nicht wollte, wußte er recht genau: »Schon wieder Musiker auf der Bühne knipsen, fand ich ziemlich langweilig. Weil nicht nur ich das schon x-mal gemacht habe, das war auch schon x-mal da.« Dennoch hatte die Vorstellung, Größen der internationalen Jazz- und Musik-Szene vor die Kamera zu holen, für Werner Pawlok ihren Reiz. Wohl nicht zuletzt, als er freie Projekte immer als wichtigen Gegenpol zu seiner eigentlichen Profession als Werbe- und Modelfotograf verstanden hat. Daß die 50 x 60 Polaroid, jenes 2 x 2 Meter große Kamera-Ungetüm, mit dem Pawlok ohnehin gern arbeitet, eingesetzt werden sollte, »war klar«. Ungeklärt war indes, wie sich diese »eben nicht herkömmliche Annäherung« an das Thema Porträt gestalten könnte. Als sich per Zu-



Dizzie Gillespie

Kommunikations-Projekt von Werner Pawlok (Fotograf) und Peter Böck (Maler)



Die Urheber: Werner Pawlok, links und Peter Böck

Story



Miss B. Haven

fall ein Gespräch mit dem Maler Peter Böck ergab, war die Idee geboren: Böck und Pawlok führen zum Freiburger Zelt-Musik-Festival (ZMF), um die beiden Bereiche Fotografie und Malerei zu einer kreativen Synthese zu bringen.

Spannender Moment: Die Konfrontation des Künstlers mit seinem Abbild

Zunächst hatte das Duo nur die Namensliste jener Künstler in der Hand, die in Freiburg auftreten würden. Die Auseinandersetzung mit ihnen mußte zwangsläufig auf anderem Wege als dem eines persönlichen Gesprächs erfolgen, zumal diese Künstler ständig Tournee-Verpflichtungen nachkommen. Also blieben nur Presseveröffentlichungen und – so vorhanden – das Studium der jeweiligen Biographien. Auf dieser Informationsbasis fertigte Böck alsdann, individuell zugeschnitten auf die einzelnen Musiker, ein Hintergrundbild, auf dem auch sie selbst als Figur erkennbar waren.

Was dann folgte, war laut Pawlok »eine richtige kleine Performance: Immer, wenn einer der Musiker Zeit hatte, holten wir ihn in unser provisorisches Studio, konfrontierten ihn mit der Leinwand. Und während er versuchte, sich mit seinem »Abbild« zurechtzufinden, fingen wir auch schon an, den Kopf und die Hände rauszuschneiden. Diesen Moment, in dem der Künstler noch gar nicht



Paquito D'Rivera



John Hiseman, Pete York, Ian Paice, Cozy Powell

richtig einschätzen konnte, worum es ging, haben wir versucht, zu nutzen. Wir mußten es schaffen, daß der Künstler – ohne, daß eine Vorbereitung stattgefunden hätte, mit uns kommuniziert, indem er sich auf das Projekt einläßt. Ein sehr spannender Moment.« Ehe sie sich versahen, standen die Musiker hinter »ihrer« Leinwand, wurden so integraler Bestandteil des Bildes, das dann mit der Kamera festgehalten wurde. Pawlok: »Zweimal, denn die 50 x 60 produziert nunmal Unikate ohne Negativ, ohne Dia und wir wollten nicht nur ein Bild für unsere Kollektion haben, sondern auch den Künstlern ein Original zur Verfügung stellen – das natürlich nicht identisch war.«

Ungewöhnliche Rahmenbedingungen

Daß diese Performances allen Beteiligten offenkundig Spaß machten, lag zunächst an der ungewöhnlichen Idee. »Dizzie Gillespie konnte gar nicht fas-

sen, was wir da machen«, erinnert sich Pawlok. »Er hat immer nur gesagt ›these Germans are so crazy‹ und kam dann doch dreimal zurück, um das Bild anzugucken.« Nicht minder ungewöhnlich waren allerdings auch die äußeren Rahmenbedingungen. Mercedes-Benz, Sponsor des Freiburger ZME, hatte sich bereit gefunden, dieses Projekt zu unterstützen und stellte überdies zwei Lkws zur Verfügung, die, wie Wolfgang Rolli, Leiter der Abteilung Unternehmenskommunikation bei Mercedes-Benz erklärt, gegeneinandergestellt und so zu einem »ambulanten Studio« umfunktioniert wurden.

Schwierige Arbeitsbedingungen, die fortan für das Projekt signifikant bleiben sollten. Aufgrund der großen Resonanz, die »Stars & Paints« schon während des Festivals hatte, beschlossen Pawlok und Böck, diesen Dialog untereinander und mit anderen fortzusetzen. Im September '90 wurde in der Freiburger Mercedes-

Benz-Niederlassung eine Ausstellung mit rund 18 Porträts gezeigt, die sogleich zum Happening geriet, weil der Jazz-Pianist Wolfgang Dauner anwesend war und natürlich auch gleich coram publico fotografiert wurde. Live war die Performance auch bei Radio Bremen, wo in einem Fernsehstudio die Rainbirds für Böck und Pawlok posierten. Die vierte Etappe sollte schließlich in diesem Sommer der Jazz-Gipfel in Stuttgart sein. Diesmal wurde eine Hotelsuite zum Studio umfunktioniert. Wenngleich sich Böck und Pawlok zunächst darauf kapriziert hatten, Musiker zu porträtieren, soll der Kreis erweitert werden. »Im Prinzip wollen wir Stars der Kreativ- und Kultur-Szene für unser Projekt gewinnen: Designer, Schauspieler, Regisseure, Architekten. Weltweit. Menschen, die wir persönlich als die Macher unseres Jahrhunderts empfinden und die wir im Laufe der Jahre für diesen Dialog gewinnen möchten. Wie etwa Woody Allen, Richard Gere, Robert

de Niro oder Fellini. Oder Philip Glass, Pina Bauch, Public Enemy, Bruce Weber, Richard Avedon, Anselm Kiefer, Thierry Mugler, Philipp Starek und, und, und. »Stars & Paints« ist als never ending story angelegt, die immer wieder um ein Kapitel ergänzt wird. Weil der Reiz auch in der Kommunikation liegt: Hier findet ja ein Austausch statt, eine Auseinandersetzung zwischen uns und den Künstlern, denen wir in relativ kurzer Zeit verdeutlichen müssen, daß wir zusammenarbeiten. Im Grunde ein Projekt, daß mit »artists for artists« umschrieben werden kann, denn es ist ein non-profit-Unternehmen.«

Das Projekt als unendliche Geschichte

Non-profit zwar, gleichwohl finanziell getragen von einem Sponsor, der sich entschlossen hat, »Stars & Paints« auch weiterhin zu unterstützen. »Stars & Paints« ist ein Projekt der Mercedes-Benz-Kulturförde-



Working Week

rung, das gemeinsam von uns und den beiden Künstlern initiiert und realisiert worden ist und so auch unserer Vorstellung von »agierendem« Kultursponsoring entspricht«, macht Wolfgang Rolli deutlich. »Denn »reagierendes« Sponsoring, das sich auf das Überreichen von Schecks beschränkt, ist aus unserer Sicht noch lange keine qualifizierte Kulturförderung.« Eine Definition, unter der, wie Rolli betont, aller-

dings nicht zu verstehen ist, daß Mercedes-Benz dem Team Böck/Pawlok »ins Konzept pfeuschen würde. Im Gegenteil.« Glückliche Voraussetzungen, unter denen Fotograf und Maler die nächsten Etappen angehen. Denn abgesehen von Abhängigkeiten, die ihnen vom Terminkalender aufoktroiert werden – Werner Pawlok kann über mangelnde Job-Angebote nicht gerade klagen und Peter Böck arbeitet nicht nur als



Klaus Doldinger

freier Maler, sondern ist auch als Bühnenbildner, Filmausstatter und von der Werbebranche gefragt – befinden sie sich auch in permanenter Abhängigkeit von dem Medium: Von den drei 50 x 60 Polaroids, die überhaupt weltweit existent sind, ist nur eine in Europa und folglich nicht immer greifbar. Doch auch diese organisatorischen Schwierigkeiten – Terminabstimmung, geringe Verfügbarkeit der Kamera, Trans-

port der Kamera – machen das Projekt, wie Pawlok meint, »sehr interessanter. Weil wir hier nicht den einfachsten Weg gehen, sondern den, der wirklich konsequent ist: Die 50 x 60 Polaroid produziert Originale. Genauso, wie die Malerei ein Original ist und der Künstler selbst, soll letztlich das Endprodukt ein Unikat sein. Auch, wenn es nicht immer leicht ist, diesen Anspruch de facto umzusetzen.«