

AUSZUG AUS >PAGE< HEFT 05/1997 SEITEN 12-13

VERÖFFENTLICHUNG MIT FREUNDLICHER GENEHMIGUNG DES MACUP-VERLAGES

12 SZENE



Banale Konsumprodukte als Ikonen des Alltags – Fred Fröhlich scannte die Fotos der Objekte und erzeugte in Photoshop den aura-artigen Schein. Die Bilder setzte er in der interaktiven Installation „Wunder“ ein

Aura des Banalen

Ganz **alltägliche Dinge** verwandelt Fred Fröhlich in **außergewöhnliche Objekte**, die der Betrachter in einer **interaktiven Installation** neu erfahren kann

■ **Nicht einmal Esoteriker** oder andere eingefleischte Aura-Spezialisten erkennen, was Fred Fröhlich auf seinen Bildern visualisiert: die Aura von Seifenhaltern, Spülschwämmen oder Plastikpistolen. Übersinnliche Kräfte sind dabei aber wohl kaum im Spiel. Fröhlich fotografierte seine Sammlung von Konsumartikeln im Studio, digitalisierte die Bilder und bearbeitete sie danach am Computer. Er hinterlegte sie mit einem einheitlichen dunklen Hintergrund und versah sie mit jenem rätselhaften Schein, der sie als Ikonen des Alltags wirken läßt.

„Die Konsumprodukte, die es zu kaufen gibt, haben ja bereits eine Aura“, erklärt Fröhlich. „Es sind keine neutralen Objekte mehr – durch die Werbung verbinden wir sie mit bestimmten Ideen und Assoziationen.“ Auf diese will er mit dem künstlichen Schein hinweisen.

Die Gegenstände fand der Fotografiestudent auf Streifzügen durch Läden aller Art, vom Kaufhaus bis zur Zoohandlung. „Besonders interessier-

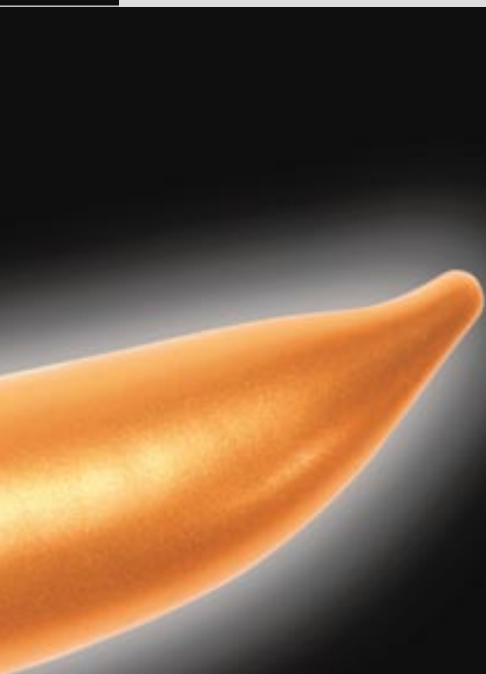
ten mich die rätselhaften Dinge, denen man nicht gleich ansieht, wozu sie dienen.“ Aber auch den gewöhnlichen, vertrauten Gegenständen verlieh er durch die Darstellungsweise eine absonderliche Wirkung. Insgesamt umfaßt seine Sammlung 200 Bilder von Alltagsobjekten, die er als Dia belichten ließ.

Unter dem Titel „Wunder“ faßte Fred Fröhlich die Dias zu einer interaktiven Installation zusammen, die noch bis zum 18. April im Kunstverein Elsterpark, Projektgalerie in Leipzig, zu sehen ist. Auf einem Touchscreen wählt der Betrachter zwischen Begriffen wie Freude, Liebe und Natur. Sie stehen für Sehnsüchte, die sich die Werbung zunutze macht. Jedem einzelnen Wort wies Fred Fröhlich Unterbegriffe zu, die der Besucher durch Berührung aktiviert. Als Projektionen erscheinen sie an den Wänden eines Raums, gefolgt von Objektfotos, die jeweils einem Begriff zugeordnet sind.

Bei der Programmierung des Computers für die Ansteuerung der drei

Diaprojektoren arbeitete Fröhlich gemeinsam mit Stephan Eichhorn in Macromedias Director. Warum dieser mehrfache Wechsel zwischen analogen und digitalen Medien? „Wenn ich das Ganze zum Beispiel mit einem Videobeamer projiziert hätte, wäre es aufgrund der geringeren Auflösung zu Lasten der Farbigkeit, Schärfe und Brillanz gegangen.“

Die starke Vergrößerung der kleinen Objekte – die projizierten Bilder messen 2 mal 2 Meter – verstärkt die außergewöhnliche Wirkung des Gewöhnlichen. „Meine Installation bietet dem Betrachter eine andere Sicht auf die Begriffe und Objekte. Durch die Kombination von Wort und Bild ergeben sich neue Zusammenhänge“, erklärt Fred Fröhlich. In der Ausstellung präsentieren sich seine Bilder ganz anders als in gedruckter Form: Die Dinge schweben nicht auf einer klar umgrenzten Fläche, sondern im dunklen Raum – so wirkt die Erscheinung des heiligen Spülschwamms in der Tat wie ein wahres Wunder. *jn*



Fröhlich studierte zunächst Industriedesign in Halle, bevor er an die Hochschule für Grafik und Buchkunst wechselte, wo er die Fachklasse Fotografie und Fotografie besucht