

**Austellungskatalog Viewpoint 1996**  
**Museum für Photographie, Braunschweig**  
**Landesmuseum Oldenburg**

**Viewpoint - Take and Shoot**

„Werd ich zum Augenblicke sagen: Verweile doch, du bist so schön! Dann magst du mich in Fesseln schlagen, dann will ich gern zugrunde gehen.“ J. W. von Goethe, Faust

Unvermittelt verlangsamte der alte Franzose das Tempo seines Autos und forderte uns immer wieder nachdrücklich auf: „Prends une photo!“ Ein „Viewpoint“ für Touristen, obligatorische Bewunderung für eine schöne Landschaft erheischend. Eine flüchtige Besitznahme durch die Vorüberziehenden, überdeutlich ausgewiesene Plätze des Sehenswürdigsten, die es diesen ermöglichen, alles in optimal ausgenutzter Zeit zu sehen.

Ein Jahrzehnt später in Toronto, sechs Stunden Aufenthalt bis zum Weiterflug. Gerade genug, um den Bus zum Ontariosee zu finden und zehn Minuten am dortigen „Viewpoint“ zu verweilen. Das Panorama wird durch die aufgestellten Ferngläser wahrgenommen, der 10-Pence-Blick befriedigt gleichzeitig das Bedürfnis nach einem allgegenwärtigen Gleichgewicht von Geben und Nehmen.

Was Frauke Hänke und Claus Kienle in ihrer neuen Arbeit „Viewpoint“ zeigen, ist eine Synthese aus Erfahrungen und Bildern, der künstlerischen Ästhetik und des Dialogs zweier Künstler.

Das Medium ihrer Wahl, die Gummigrafie, ist eine fotografische Technik, die in krassem Widerspruch zu den harten, kontrast- und detailreichen Bildern der herrschenden fotografischen Ästhetik steht. Die Gummigrafie basiert auf der historischen Technik des Gummidrucks, ursprünglich am Ende des 19./Beginn des 20. Jh. angewandt, um den seelenlosen Fotografien einen größeren Wert und durch den Anschein des gemäldehaften einen höheren Rang zuzusprechen.

„Gummigrafien entziehen sich der dokumentarischen Beweiskraft, die herkömmlichen Fotografien anhaftet.“ F. Hänke/C. Kienle

Was wir sehen, wird zur Ansichtssache. Die fünfteilige Arbeit „Viewpoint“ ermöglicht jedem Betrachter seine Sicht der Dinge. Die Großaufnahme einer offenen Damenhandtasche der fast quadratischen Gummigrafie im Zentrum wird flankiert von zwei menschengroßen Aussichts-Ferngläsern, diese wiederum sind eingeschlossen von zwei kleineren Gummigrafien, links eine Frau vor einem Auto und rechts die Vergrößerung ihrer Hand. Die letzten Aufnahmen stammen aus einem Reiseprospekt und sind durch die mehrfache Bearbeitung entsprechend grob strukturiert.

Die narrativen Elemente dieser Arbeit sind unübersehbar und dennoch nicht zu fassen. Die Geschichte, die sich beim Betrachten zusammensetzt, macht immer wieder Sprünge und lässt nur Ansätze möglicher Erzählungen aufkommen. Worum geht es hier eigentlich - und ist es überhaupt wichtig, worum es geht?

„Die Fotografie bringt das elementare Moment der Zeit ins Spiel, während die Malerei von vornherein und vermöge ihrer Tradition, das Unvollkommene mit Hilfe eines idealen Bildkonzepts zu transzendieren den Eindruck des Zeitlosen erweckt, des Ewigen, des Statischen.“ Klaus Honnef, Lichtbildnisse

Die Technik der Gummigrafie vermittelt zwischen den überzeitlichen Aspekten der Malerei und den dokumentarischen der Fotografie. Dieser Moment der Zeitlosigkeit wird unterstützt durch die Motive und den Aufbau der Arbeit.

Die geöffnete Damenhandtasche ist von jener Sorte, die kaum einzuordnen ist - und wenn, so eher einer „gutbürgerlichen“ Gesellschaftsschicht als einer konkreten Zeit. Ähnlich verhält es sich mit den Ferngläsern

und mit dem abfotografierten Bild der Frau aus dem Reiseprospekt.

Es könnte hier um eine Kritik des bürgerlichen Reisens gehen, an den Bildern und Scheinbildern jener immer größeren Masse von Menschen auf der nie endenden Suche nach Abenteuer und Glück. Gleichzeitig könnte sich auch eine Geschichte hinter den Dingen verbergen, deren Protagonisten nicht im Bild sind, ein Raub, ein Drama?

Der Blick bleibt auf den Dingen haften, das Geheimnis sollte es eines geben, offenbart sich nicht. Die Zusammenstellung der Bilder hat etwas Cineastisches, die Atmosphäre von Hitchcocks Filmen drängt sich ins Bewusstsein: Hier wird eine Spannung aufgebaut, die auf etwas Verborgenen beruht. Hitchcock nennt dieses Prinzip „MacGuffin“.

„Und woher der Begriff MacGuffin kommt? Der Name erinnert an Schottland, und da kann man sich folgende Unterhaltung zwischen zwei Männern in der Eisenbahn vorstellen. Der eine sagt zum anderen: ‚Was ist das für ein Paket, das Sie da ins Gepäcknetz gelegt haben?‘ Der andere: ‚Ach, das ist ein MacGuffin.‘ Darauf der erste: ‚Und was ist das, ein MacGuffin?‘ Der andere: ‚Oh, das ist ein Apparat, um in den Bergen von Adirondak Löwen zu fangen.‘ Der erste: ‚Aber es gibt doch überhaupt keine Löwen in den Ariondaks.‘ Darauf der andere: ‚Ach, na dann ist es auch kein MacGuffin.‘“ Alfred Hitchcock, Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?

Vergeblich bleibt die Suche nach dem endgültigen Durch- und Ausblick. Und aus dem Viewpoint wird immer wieder ein Point of View.

**Ulrike Künnecke, Berlin 1996**