

Hugo Stuber: Malerei, Zeichnungen



Hawaii
Acryl, Acryllack, Bleistift und Filzstift auf Leinwand

2008

200 x 160 cm

Hugo Stuber über seine Arbeit

Die Malerei weist Motive auf, die den Maler betreffen. Damals hat sich der Maler oft mit der Natur konfrontiert oder mit den Gegenständen seines Studios, sei es ein Stilleben oder die nackte Model, aber was immer auf das Bild drauf kommt, ist das was dem Maler umgibt, was ihm betrifft, das prägt ihm und er muss es widerspiegeln nachdem er es erstmals verdaut hat.

Mich hat, als Kind des Jahres 1973 die prägnante, zum Teil virtuelle Welt der **Mass-Media** geprägt. Es gab für mich eine Welt die ich nicht in der Tat wahrnehmen konnte außer durch die Kanäle des Fernsehers, als Filme und Werbung, oder durch die Kanäle der Strassenplakate und Zeitschriften. Eine Welt der Marken, Superhelden, Science-Fiction Figuren, Plakate, Buchstaben, Logos, ... Alle meine Träume plaziert entweder auf der Verpackung des neuen Spielzeugs von Star Wars, oder auf den Plakat, Film oder Werbespot der mir Afrika mit seiner ganzen Wildfauna oder die Karibik mit ihre türkisklaren Gewässern und Wassersportarten versprach.

Doch alles war eine virtuelle Wirklichkeit die nicht zustande kam, ausser durch die ausschliessliche Prägung auf den genannten Medium. **Eine Illusion.**

So anziehend hat auf mich dieses **Krokodillo** von Lacoste, gewirkt, dass ich mit dem als Krokospiegelzeug gespielt hätte, hätte ich es von den Klamotten abbekommen. So anziehend die **Coca-Cola Werbung**, dass ich nach Amerika wollte wo diese rote Plakate an den Hochhäusern gehängt haben. So anziehend die rote „**Sonne**“ mit den Buchstaben Mattel drauf, auf den Verpackungen meiner Spielzeuge, dass ich mich selber letztendlich mit Werbung, Logos und Design auseinandergesetzt habe und in dieser Branche gearbeitet habe.

Aber das war nicht alles; die Anziehungskraft die diese Werbung mit deren virtuellen Versprechungen in mir ausgeübt haben, konkret die **schönen Hamburgers mit deren kurvenförmigen „m“** als Marke, hat mich in den Neunziger dahin gezogen, bei Mc Donald's zu arbeiten, um das ganze von innen zu betrachten. Das Ergebnis: Die Wirklichkeit weicht von der Werbung ab.

Doch das war dann meine Prägung.

In meinen Bildern erzähle ich von Landschaften der Stadt, oder virtuelle Paradiese, oder Orte in denen ich gewesen bin, die oft als Paradies verkauft werden. In meinen Bildern tauchen **Superhelden, Trickfilm- und Comicfiguren** auf, Gegenstände die damals meine eigene Spielzeuge waren und in einer Kiste sich, ein Batman mit einer Pink Panther vermischt haben, wie heute die das auf die Leinwände es tun.

Zielscheiben, Logos, Schriftzüge vermischen sich in Landschaften oder einfach miteinander, wie auf der Wand einer Stadt wo mehrere Plakate ausgerissen wurden und darauf neue kleben und darauf und darunter wiederum Zeichnungen, Tags, Wörter aus Filzstift und Spray gezeichnet wurden.

Auf meinen Leinwänden erkennt man **was einem in seinem Alltag überflutet:**

Werbung, Logos, Produkte, Filmfiguren,....

Ich kann auch erzählen wie ich mit meinem neuen Rennrad an einem sonnigen Februarmorgen durch Berlin Zoo gefahren bin und mitsamt den blauen Himmel all die Plakate und Zeichen der Cola, Mc Donald's, Sony, Mercedes im Europacenter, usw... in mir eingedrungen haben. Im Studio habe ich anschliessend das Bild „**Hero**“ angefangen. Alles waren farbige Logos, Bahnhof Zoo und ein blauer Himmel. Und aus diesem Hellblauen Himmel taucht wieder ein Held oder ein Monster. Etwas halb verschwommenes oder halb verborgenes herrscht über die Stadt. Etwas was kein fassbares Bild hat ausser in unseren tiefsten Unterbewusstsein: unsere eigenen Ängste. Der Himmel mag so blau sein, dennoch taucht trotzdem dieser Monster auf und er ist groß und ist überall vermischt mit unserem Alltagsleben fast unerkennbar aber da, es braucht nur eines um sich zu verwirklichen: dass wir von der Bedeutung von Wirklichkeit abweichen.

Der Monster zeigt sich uns eher nachts, wie im Zwillingbild **Hawaii** zu sehen ist. Hier kommt er aus der Dunkelheit wie ein Drache, aber bleibt auch eher undeutlich, denn er ist verborgen. Hawaii ist das Bild zur Nacht in Berlin. Es sind meine Stadtrundfahrten an den Kanälen und Westhafen, bei der Bayer Pharma. Es ist mein Suchen von Leeren Orten in der Stadt. Hawaii ist das „W“, der Imbiss an der Kastanienallee, mit seiner umgekehrten Mc Donald's „M“. In diesem kleinen Restaurant ist Hawaii in Berlin, selbst wenn draußen Minusgrad herrschen. Die Atmosphäre ist Hawaii, die Köche sind Hawaii und die Musik ist Hawaii. Berlin hat eben Platz für jedes jegliche Ort in seinem eigenem Zentrum. Hawaii wie ein Ideal, wie an den Schriftzug der jeweiligen Werbung die ein warmes Paradies im ungeheuerstem Winter verkauft.

Schriftzüge, die wie aus der Werbung „Ideale“ oder Hochseelische Zustände verkaufen, die ausschliesslich dazu dienen ein Produkt zu verkaufen und dadurch die Bedeutung der Worte verlieren, oder vielmehr banalisieren. **Fantastic, Hell, Angel, Ideal, Hero, Hawaii ... Was wird denn verkauft?** Ist es ein Urlaubsort; ein Paradies, oder sind wir denn Helden und man verkauft uns, dass wir tatsächlich Helden sein werden solange wir den einen Deo auf uns auftragen ? Oder ist es einfach ein „idealer“ oder „Fantastischer“ Zustand, nur dann aber jedesmal, dass wir in Verbindung mit dem erworbenen Produkt in Kontakt bleiben.

Die Mischung im Bild von den unterschiedlichsten Wörter und nur halb- oder ganz zu den Schriftzüge unpassende Bilder hebt ein Absurd hervor. Auf dem Punkt bleibt alles belanglos und die dargestellten Welten wirken surrealistisch, denn wirklich können die gar nicht mehr sein.

Alles ist Illusion.

Alles ist Chaos.

Hugo Stuber 2010