



**Francis Baudevin**  
**18.1. - 1.3.2014**

In seinen Malereien übernimmt Francis Baudevin abstrakte, geometrische Motive aus dem Repertoire des kommerziellen Grafikdesigns. Der Künstler bezieht seine Vorlagen wiederholt aus einem Fundus an Verpackungen pharmazeutischer Produkte und Plattencover. In einem nächsten Schritt entfernt er jegliche Schrift, den Namen der Marke und die Informationen zum Produkt. So geht die Malerei „Rinder, Hunde, Katzen“ eigentlich auf die Verpackung des Medikaments «Nadigeste» für Tiere zurück, dessen Emblem dann in zwanzigfacher Vergrößerung auf die Leinwand übertragen worden ist. Wird die Typographie entfernt, zeigen sich zuvor unbemerkte malerische Kompositionen. Die flächigen Anordnungen aus wenigen verschiedenfarbigen Formen erinnern an die nicht-figurative Malerei der Schweizer Schule konkreter Kunst. Diese war wiederum ausschlaggebend für das Schweizer Grafikdesign der 50er und 60er Jahre. Zum Beispiel führt das Bild «Hi Hi», dessen Titel auf das Logo der gleichnamigen Plattenfirma verweist, sowohl die kunsthistorischen Wurzeln des Werkes als auch dessen Funktion als Plattenlabel vor Augen. Der Künstler kommentiert die moderne Utopie einer autonomen Malerei, die sich in Anbetracht der destabilisierenden Faktoren, wie industrieller Reproduzierbarkeit, Fotografie und Ready-Made, ursprünglich in der Malerei der Avantgarde der 10er bis 30er Jahre - insbesondere in der Strömung des Konstruktivismus und des Suprematismus - zu verwirklichen suchte.

Zunächst scheinen die Bilder Baudevins nichts als sich selbst zu repräsentieren. In Wirklichkeit aber illustrieren die Malereien gleichzeitig sowohl ihren kommerziellen Hintergrund als auch die Idee abstrakter oder ungegenständlicher Kunst, sind also auf zweierlei Arten lesbar. Das Vorgehen des Künstlers zeigt auf das Vakuum, das im Anspruch auf eine nicht-repräsentative Malerei liegt: Irgendetwas wird ja doch immer repräsentiert. Baudevin, so Olivier Mosset, schafft ein instabiles Feld zwischen Abstraktion und Figuration. Der Loop von der Kunst in die Welt des kommerziellen Designs und wieder zurück überführt den idealistischen Anspruch purer Autonomie und Selbstreflexivität moderner Malerei seiner Absorption durch die Massenästhetik. Baudevin überlistet die Kategorien des Abstrakten, Konkreten und Figurativen. Er wendet diese Kategorien vielmehr an, das heisst, er nutzt Bilder aus der bereits bestehenden Realität ausserhalb des Kunstfeldes, um eine Meta-Abstraktion bzw. -Ungegenständlichkeit zu schaffen.

In seiner aktuellen Serie abfotografierter Schallplatten und deren Hüllen wird besonders deutlich, dass seine Arbeiten die Summe der von ihm bevorzugten Stile und Künstler bzw. das Produkt vieler Autoren zeigen - eines Meta-Autors, sozusagen. Die fotografierten Alben entstammen völlig verschiedenen Genres experimenteller Musik, wie Rock («The New Year»), Afro-Kubanischer Musik, Post Punk, New Wave («Factory record», abgekürzt «Fac»), Jazz und dem zeitgenössischen Komponisten Robert Ashley, der in seinen Opern auch elektronische Mittel einbezieht. Baudevin wählt die Platten einerseits aufgrund ihrer einfarbigen Umschlaggestaltung aus, ein Verweis auf die monochrome Malerei, andererseits interessiert ihn an den hier abgebildeten Platten, dass in den Namen der Musikgruppen oder Alben eine Farbe vorkommt: Beschriftungen wie «Green on Red», «Red Crayola» oder «Yellow Magic Orchestra» werden so zu einer diskreten Anspielung auf das Medium Malerei.



**Baudevins Arbeiten sind eine mögliche Antwort auf die Frage, inwiefern die Ästhetik kommerziellen Designs wiederum Einfluss auf die zeitgenössische Malerei ausübt. In post-moderner Manier dekonstruiert er den Zustand einer uns allgegenwärtig umgebenden und damit selbstverständlich gewordenen Bildwelt. Geometrische Formen, Kreis, Pfeil, Pyramide etc. sind in jeder Sprache lesbar, es geht um ihre Effizienz als überall auf der Welt wiederzuerkennende Markenzeichen - eine Marke zu etablieren bedeutet schliesslich Macht. Ironischerweise arbeitet Baudevin *mit* der allgegenwärtig präsenten Bedarfsartikel-Kultur (seine Vorlagen sind schliesslich Verpackungen), ganz nach dem Motto: «Ich nutze die Kraft des Gegners.» Indem Baudevin das Design eines Bedarfsartikels mit einem Kunstwerk in Beziehung setzt, befragt er nicht nur die Trennung zwischen «high» und «low» sondern auch deren künstlerischen Status in beide Richtungen.**

**Janne Noll**