

albert herbig

Projekt „Auf den zweiten Blick“

„Auf den zweiten Blick“ ist der Titel eines Langzeitprojektes, in dem der Künstler Albert Herbig mit den Mitteln der Fotografie die im urbanen Raum allgegenwärtige Präsenz von **Sehnsuchtsbildern der Werbung** hinterfragt.



Die Arbeiten spielen mit der Wahrnehmung des Betrachters und werfen **Fragen nach der „Echtheit“ des Gezeigten** auf. Wir neigen als Bildbetrachter dazu, Fotografien als Abbilder der Wirklichkeit zu sehen. Darauf beruht ihr suggestives Potential. Die Werbung bedient sich dieser Suggestion in ganz besonderer Weise und erzeugt mit ihren Bildern verlockende Wunschwelten der Waren und Konsumanreize. Wir sehen schöne und fröhliche Menschen, satte Farben, begehrenswerte Objekte. In der alltäglichen „Umgebungswahrnehmung“ (Kebeck) strömen aber immer vielfältige (Bild-) Reize gleichzeitig auf uns ein: Viele Gegenstände und Bilder konkurrieren um unsere Aufmerksamkeit. Albert Herbig sucht im Rahmen dieses Projektes nach (fotografischen) Weltausschnitten, in denen die Werbesuggestionen brüchig werden. Brüchig, weil die Bilder mit ihrer Umwelt, ihrer natürlichen Bildumgebung, in ‚Berührung‘ kommen. Möglich wird dieses Spiel aufgrund des **illusionistischen Potenzials fotografischer Bilder**: Die Fotografie erscheint uns zwar als unmittelbares Abbild der Wirklichkeit, wir sehen aber nie die Wirklichkeit, sondern immer nur eine „Ansicht der Wirklichkeit“ (Kebeck/Wrede 2016).

Ein Teil der Arbeiten war 2018 im Rahmen einer gleichnamigen Ausstellung in Saarbrücken zu sehen.