

Kobolds Gesänge
Klaus vom Bruch



Klaus vom Bruch: 4 Stills aus "Kobolds Gesänge", 1986



Klaus vom Bruch: "Softieband", 1980



Klaus vom Bruch: "Das Alliiertenband", 1982



Klaus vom Bruch: Portrait aus "Softieband", 1980
Fotos: Lothar Schnepf

Videografie

1975 Die Entführung eines Kunsthändlers ist keine Utopie mehr. (Abducting an Art Dealer is no Joke); Farbe, 7 Minuten. Hergestellt in the Oppenheim Studios, Köln.

1977—1978 Das Schleyerband (The Schleyer Tape), Farbe und schwarzweiß, 2 Teile, jeder 55 Minuten. Video-Dokumentation im deutschen Fernsehen; Reportage über die Ereignisse des Herbst 1977.

1978 Dauerreflexion (Constant Reflex); Farbe, 3 Kassetten, jede 60 Minuten. Videoband der Aktion gleichen Namens in der neuen Galerie Aachen, mit einer "Club-Zwei"-Diskussion mit Rudi Dutschke und Daniel Cohn-Bendit im Österreichischen Fernsehen.

1979 Modern Times — eine autobiographische Analyse- Farbe, 15 Minuten Musik aus dem gleichnamigen Film.

Video-Collage mit etwa 500 Werbespots mit Kindern, hergestellt für das Erste und Zweite Deutsche Fernsehen (ARD und ZDF).

1979 Der Geisterseher (Second Sight); aus der Serie "Warum wir Männer die Technik so lieben"; Farbe, 14 Minuten .

1979 Das Fijiband (The Fiji Tape); Farbe, 55 Minuten; Unterwasser-Video mit Musik, hergestellt in Zusammenarbeit mit Ulrike Rosenbach auf den Fiji-Inseln.

1979 Speak & Spell, aus der Serie "Was gibt's Neues aus Amerika?", Farbe, 8 Minuten; in Englisch, mit einem Sprachcomputer von Texas Instruments.

1979 The Propeller Tape, aus der Serie "Warum wir Männer die Technik so lieben". Amerikanische Soldaten versuchen, den Propeller eines B 17—Bombers zu treffen. Fetzen eines Selbstporträts brechen in die mechanische Arbeit der Soldaten ein.

1980 The Softi-Tape. Farbe, 20 Minuten. Collage mit einem Werbespot für Softi-Papiertaschentücher. Ein DokumentarClip über die Legion Kondor und eine sanfte Selbstdarstellung.

1980 Das Duracell-Band; 10 Minuten, Farbe.

Video-Collage mit einem Werbespot für Duracell-Batterien; ein amerikanischer Pilot, eine auf Nagasaki abgeworfene Atombombe. Fragmente eines Selbstporträts aus einer Aktion bei der 11. Biennale in Paris, 1980;

die beiden angeführten Videoarbeiten stammen aus der Serie "The Hard and the Soft".

1981 Mounted propaganda — the Propaganda Tape. NTSC, Farbe, The Canadian Cassette, 18 Minuten, in Französisch. Hergestellt bei Western Front society, Vancouver.

1981 Luftgeister (Air Spirits); NTSC, Farbe, 8 Minuten, Stereo. Hergestellt im Studio des Long Beach Museum of Art, Kalifornien.

Ronald Reagan als U-Boot-Kommandant torpediert Embleme von Konzentrationslagern, die elektronisch hergestellt werden, und Bäume als Schirm für eine hilflose Sprung-Aktion. Von Klaus vom Bruch auf einem South California Boulevard.

1981 Zartbitter; PAL, Farbe, 14 Minuten, Stereo.

Studio-Aktion. Ein Schrei des Zornes, unendlich wiederholt und kontrastiert mit einem Tahitischen Liebeslied.

1981 Tahiti Fragments; Farbe, 60 Minuten, Stereo.

Dokumentaraufnahmen der Vegetation, von Kriegsschiffen und Landschaften, lose verbunden mit Interviews und Selbstdarstellungen durch Texte und Graphiken. Tahitische Radio- und Fernsehprogramme werden als Kontrast oder Hintergrund verwendet.

1982 Das Alliiertenband (The Allies' Tape). Das Herannahen der Alliierten und eine Liebesgeschichte — Selbstdarstellungen mit sehr kurzen Inserts von Luftbildern deutscher Städte. Panzer und Flugzeuge, Explosionen und zerstörte Brücken. Wenn sich die menschlichen Beziehungen nicht ändern, wird der ganze Mist von vorne anfangen.

1983 "Charmant band"; Farbe 10 Minuten, Stereo. Das Wort "Charmant looped — Kuß" geht in Flammen auf. "Eintausend Küsse", Farbe, 30 Minuten, Stereo.

Klaus vom Bruch ist einer der wenigen Künstler, die ausschließlich mit Video arbeiten. Seine Bänder sind präzise strukturiert, die Zeitfrequenz ist bis auf Sekundenbruchteile kontrolliert. Er erzielt eine Materialspannung durch die Verbindung von Filmsegmenten oder Werbespots mit seinem eigenen Gesicht, wodurch die individuellen Reaktionen und Wirkungen auf das fertige Fernsehprodukt in eine neue, sehr persönliche Perspektive gebracht werden.

Wulf Herzogenrath