MAGAZIN FÜR DAS KAFFEE-BUSINESS

COFFEE

K 57232
AUSGABE 1/2007
FEBRUAR
7. JAHRGANG

SMOOTHIES

FRISCHE FRÜCHTCHEN AUS DER FLASCHE AB SEITE 14

COFFEESHOP-RANKING

DIE GRÖSSTEN BETREIBER AB SEITE 20

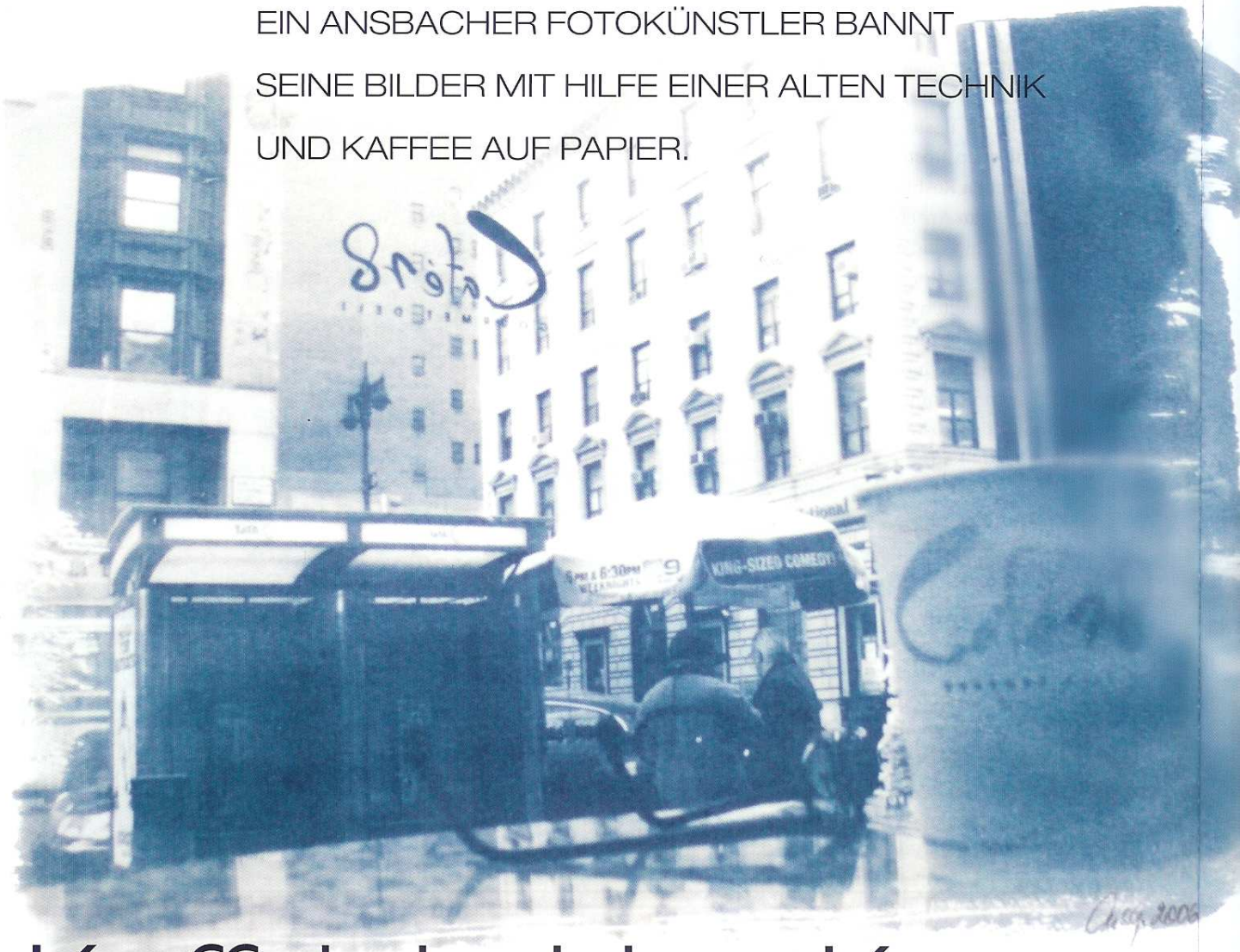
Anzeige

Ihr Erfolg lässt sich einrichten.

AICHINGER www.aichinger.de

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH, PF 10 20 50, 44720 Bochum
PVST, Deutsche Post AG, „Entgelt bezahlt", K 57232

EIN ANSBACHER FOTOKÜNSTLER BANNT SEINE BILDER MIT HILFE EINER ALTEN TECHNIK UND KAFFEE AUF PAPIER.



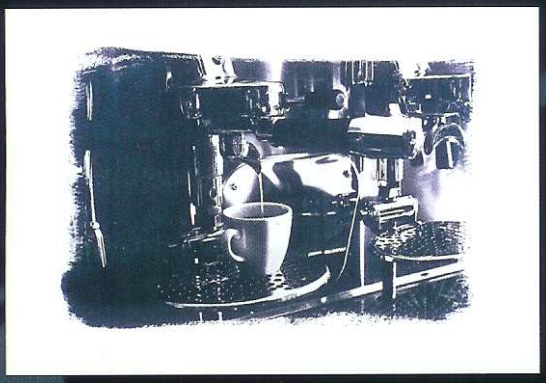
Koffeinhaltige Kunst

Fotos: Frank Hegewald

Herrlich nostalgisch sehen sie aus, die Bilder von Fotokünstler Frank Hegewald. Grau sind sie getönt, ein zarter Farbschleier liegt über ihnen, so wie alte Fotografien aussehen. Anfang, Mitte 20. Jahrhundert – mag der Betrachter denken. Doch halt – was macht eine moderne Siebträgermaschine auf einem der Bilder? Und daneben, die heutige Skyline von New York? Des Rätsels Lösung: Hegewald verwendet eine alte Technik, um seine aktuellen Bilder auf Papier zu bringen. Cyanotypie heißt das Verfahren und der Diplom-Designer verleiht ihm durch Zusatz von Kaffee eine besondere Note.

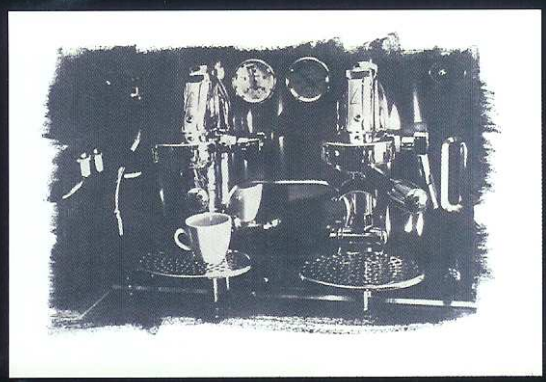
Historische Technik. Fotos und Kaffee? Diese Kombination kennen viele wahrscheinlich nur aus unglücklicher eigener Erfahrung, wenn eine volle Tasse Kaffee sich versehentlich über den Familienfotos ergießt. Aber das Getränk kann auch zur Verarbeitung von Bildern eingesetzt werden. Und zwar in der Nachbearbeitung eines Bildes, das mit Hilfe der Cya-

notypie entwickelt wurde. Seit mehr als 150 Jahren wird diese Technik angewandt. Hier entwickelt der Fotograf seine Bilder mit einer Eisenlösung und nicht wie sonst üblich mit einer Silberlösung. Das hat Vorteile: Die Eisenbilder haben eine längere Lebensdauer, zudem sind sie optisch reizvoll und Unikate.



Zwei Mal das gleiche Foto einer Siebträgermaschine. Das Bild oben wurde mit Espresso behandelt, das rechte mit Kaffee aus Kolumbien.

Aufwändig und spannend. Wenn Hegewald seine digital aufgenommenen Fotos mit der Cyanotypie entwickeln will, erstellt er davon zunächst am Computer ein Negativ. Dann bereitet er das Papier vor, auf dem das Foto entstehen soll. Er bestreicht dafür im Dunkeln einen dicken Aquarellkarton mit lichtempfindlicher Eisenlösung und lässt das Blatt trocknen. Das Negativ wird auf dieses Blatt gelegt und zum Belichten unter eine Lampe mit UV-Licht gehalten. Negativ und Papier müssen gleich groß sein, Verkleinerungen oder Vergrößerungen sind bei der Cyanotypie nicht möglich. Nach einer knappen Viertelstunde hat das Licht das Motiv auf das Blatt Papier gebannt. Hegewald nimmt das Negativ vom Blatt ab und gibt das Papier in ein Wasserbad. Hier werden die unbelichteten Eisenteilchen abgewaschen, während die belichteten Bereiche am Blatt haften. Anschließend trocknet das Bild ein bis zwei Tage, erst dann wird auch das Motiv deutlich sichtbar. Je nach Lichtverhältnissen, Papierqualität, Dicke der aufgetragenen Eisenschicht und auch abhängig von der Luftfeuchtigkeit fällt das Ergebnis unterschiedlich aus. „Das macht für mich den besonderen Charme dieser Technik aus", verrät Hegewald. „Ich kann viel mit der Hand arbeiten und jedes Bild ist einzigartig, ein Kunstwerk."



Für das Bild oben verwendete Hegewald einen kenianischen Arabica, für das rechte Bild einen Robusta.

Kaffee-Coloration. Jetzt ist die Stunde des Kaffees gekommen. Denn per Cyanotypie entstehen lediglich Bilder mit typisch cyanblauen Tönen, auch bekannt als preußisch blau. Soll das Bild andere Farbnuancen haben, muss es erneut mit einem Laugenbad (macht es bräunlicher) oder einem Säurebad (macht es gräulicher) behandelt werden. Kaffee enthält Säure. Ein Bad im säurehaltigen Kaffee tönt das Bild schwarz-violett. Zudem hat Kaffee noch einen weiteren Vorteil: „Im Gegensatz zu anderen Säuren wie Essig färbt Kaffee nicht nur die belichteten Stellen, sondern auch das Papier. Das

Die Technik der Cyanotypie in Kombination mit Kaffee verleiht modernen Aufnahmen wie hier aus Nürnberg und New York einen ganz eigenen Charme.

verleiht dem Werk eine schöne Patina", erläutert Hegewald. Für das Kaffeebad brüht er einen Liter Kaffee auf, füllt ihn in die Fotowanne und lässt die Fotos fünf bis zehn Minuten darin schwimmen. Anschließend trocknet das Bild rund zwei Tage und erhält dabei seine End-Farbe.

Gelungene Zusammenarbeit. Tönt ein Robusta anders als ein Arabica? Der Fotokünstler experimentierte bei der koffeinhaltigen Nachbearbeitung mit verschiedenen Sorten und Zubereitungen und fand heraus, dass maßgeblich die Röstdauer den Farbgrad beeinflusst: „Je länger der Kaffee geröstet wurde, umso dunkler wird das Bild." Den wärmsten Grauton erzielt er mit einem wieder aufgebrühten Espresso, „das gibt einen Hauch ins Violette." Wenn er den Kaffeesatz mit in den Sud gibt, färbt sich das Bild dunkler. Zahlreiche verschiedene Nuancen lassen sich mit den unterschiedlichen Bädern erzielen. Seinen Kaffee bezieht der Foto-Fan übrigens von einem ausgewiesenen Kaffee-Experten. Thomas Schweiger vom Ansbacher Coffeeshop „Green and Bean" versorgt ihn mit röstfrischem Kaffee. Dafür wurde auch er schon von Hegewald verewigt. Natürlich mit der Kaffee-Technik.

Kaffee an der Wand. Die originelle Kaffee-Technik ist ein echter Hingucker, eine Kombination aus modern und traditionell. Hegewald kann jedes beliebige Motiv auf diese Art und Weise entwickeln. 40 mal 50 Zentimeter sind seine Werke normalerweise groß. Die Bilder haben mehr den Charme einer Grafik als den eines Fotos. Denn die Motive entstehen auf mindestens 300 Gramm schwerem Aquarell-Karton. Und das Motiv zieht in das Bild ein, daher fühlt sich das entwickelte Papier an wie ein Aquarell. Bei einem normalen

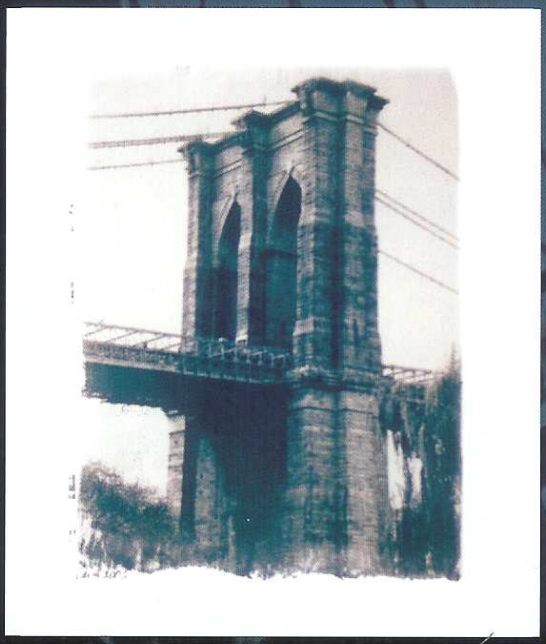
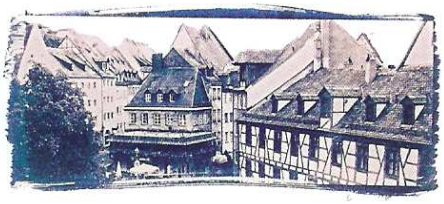


Foto dagegen entsteht das Bild auf der Oberfläche des Papiers, das Foto fühlt sich glatt an. Und während ein normales Silberfoto eine Lebensdauer von 40 bis 60 Jahren hat, sind die Kaffee-Cyanotypie-Werke fast schon für die Ewigkeit gemacht. Sie halten weit über 100 Jahre. An die Ewigkeit hat Hegewald nicht gedacht, als er sich für diese doch recht aufwändige Technik entschied. Für ihn machen die Effekte, die damit erzielt werden können, den besonderen Reiz aus. Seine Bilder und Schnappschüsse erhalten so einen ganz besonderen Charme und ziehen die Blicke auf sich. Hegewald hat seine Werke schon in mehreren Ausstellungen gezeigt. Der Fotokünstler kann sich gut vorstellen, für Caffèbars oder Coffeeshops individuelle Werke zu erstellen. Und damit weiteren Kaffee an die Wand zu bringen.

Thomas Schweiger vom Ansbacher Coffeeshop Green and Bean versorgt Hegewald mit Kaffee.

Kontakt: Frank Hegewald, 91522 Ansbach, Tel. 0981-1888630, frank@hegewald.info, www.hegewald.info

Kirsten Eißer / eisser@backmedia.info



Nürnberger Skyline

New York im Regen