Deutschland € 15,90 • Österreich € 17,90 • Schweiz sfr 33,– • Luxemburg € 18,90

NR. 6

GEO EPOCHE EDITION

DIE GESCHICHTE DER KUNST

POP ART

REBELLION UND REKLAME

GEO EPOCHE EDITION POP ART

WHAAM!

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Biologen nennen das Phänomen „Konvergenz". Mit diesem Fachwort beschreiben sie einen Vorgang in der Natur, bei dem unterschiedliche Tierarten ähnliche Körpermerkmale hervorbringen, ohne dass es dabei einen verwandtschaftlichen Zusammenhang gibt.

So haben beispielsweise Vögel und Fledermäuse als Anpassung an ein Leben in der Luft völlig unabhängig voneinander Flügel ausgebildet – die gleichen Umweltbedingungen brachten vergleichbare Merkmale hervor.

In der jüngeren Kunstgeschichte kommt so etwas eher selten vor. Fast immer gibt es die Initialzündung einer neuen Richtung, gibt es einen Künstler oder eine kleine Gruppe von Künstlern, die vor allen anderen den Sprung ins Unbekannte wagen und denen sich dann Kollegen anschließen – sei es Claude Monet als erster Impressionist oder der Russe Kasimir Malewitsch, der mit seinem „Schwarzen Quadrat" von 1913 als Erster so etwas wie vollkommene Gegenstandslosigkeit malte.

Doch zwischen 1947 und 1961 kam es in Großbritannien und den USA tatsächlich zu einem Fall von „künstlerischer Konvergenz". Damals begannen sich Maler und Bildhauer erst in London, später dann in New York, mit der aufkommenden Konsumkultur auseinanderzusetzen: mit Reklameschildern und Kinoplakaten, Pin-ups und Comic-Strips, Filmstar-Fotos und Bildern aus Tageszeitungen. Die Objekte der Massenmedien wurden verfremdet – und in Kunst verwandelt.

In Pop Art.

Es war der Einbruch des Trivialen in die Hochkultur. Bikinimädchen, Staubsaugerwerbung, Suppendosen, Donald Duck: Die Themen der Pop Art konnten nicht banal und alltäglich genug sein.

Entsprechend irritiert reagierte das Feuilleton: „Die Kunstgalerien werden überschwemmt von dem schwachköpfigen und nichtswürdigen Stil von Kaugummikauern, Backfischen und, schlimmer noch, Straftätern", schrieb ein Kritiker im März 1962.

Offenbar vollkommen unabhängig voneinander hatten in Großbritannien Künstler wie Eduardo Paolozzi und Richard Hamilton und Jahre später in den USA Maler wie Roy Lichtenstein und Andy Warhol auf ihre sich verändernde Umwelt reagiert – und waren in ihrer Kunst gemäß den Prinzipien der Konvergenz zu ähnlichen Ergebnissen gelangt.

So gesehen war es fast folgerichtig, dass sich mit dem Aufkommen der Massenkultur irgendwann eine Kunst wie die Pop Art entwickeln würde; und es war vermutlich nicht einmal sonderlich überraschend, dass Maler und Bildhauer bei ihrer Beschäftigung mit den Fetischen des Konsums und der populären Kultur zu ähnlichen Ergebnissen kamen, obwohl sie durch einen Ozean voneinander getrennt waren.

Was allerdings verblüfft, ist die Erkenntnis, wie isoliert die Künstler in jener Zeit offenbar waren; wie wenig man in New York von den Experimenten in London wusste; wie weit es also noch war bis zur globalen Kultur von heute.

Der Evolution der Pop Art folgend, haben wir dieses Heft in vier Kapitel geteilt. Im ersten stellen wir die britischen Erfinder dieser Kunstrichtung vor (sowie einige ihrer geistigen Nachfolger in Italien, Frankreich und Deutschland), im zweiten und dritten präsentieren wir die Heroen der Pop Art in den USA – zu Beginn und auf dem Höhepunkt ihres Erfolgs.

Der vierte Abschnitt schließlich ist einer neuen Generation von Künstlern gewidmet, die in den 1980er Jahren aufkamen und Techniken und Themen der Pop Art aufnahmen, etwa der Amerikaner Jeff Koons und der Japaner Takashi Murakami.

Zudem porträtieren wir in einem eigenen Beitrag Andy Warhol, den wohl einflussreichsten Künstler der Pop Art.

Wie kein anderer stand Warhol für die Hinwendung der Künstler zum schönen Schein der Massenmedien. Zum einen wählte er seine Motive fast ausschließlich aus den Bilderwelten der Supermarktkultur, dem Pop-Pantheon der Filmindustrie sowie dem Schrecken, der einem bei der täglichen Lektüre der Tageszeitung entgegenschlug.

Zum anderen imitierte er irgendwann die Produktionsverfahren der Massenmedien und ließ in seinem Atelier (das er folgerichtig „Factory") nannte, Dutzende Versionen seiner berühmten Siebdrucke herstellen.

Und schließlich nutzte er die Klatschpresse, um sich selbst in Szene zu setzen und so konsequent zu vermarkten, wie es kein Künstler vor ihm je versucht hatte.

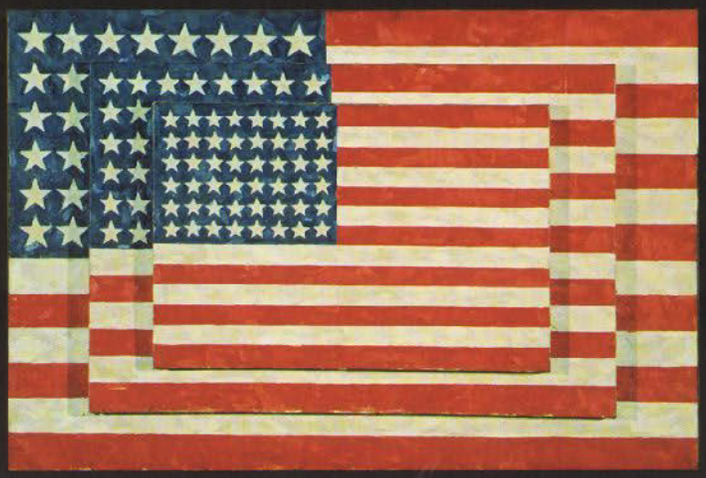
Es gibt Kritiker, die Warhol sogar für den einflussreichsten Künstler der vergangenen 50 Jahre halten. So weit würde ich nicht gehen. Aber die Kunstwelt von heute ist ohne ihn nicht zu denken.

Frank Otto hat diese Ausgabe redaktionell betreut, wissenschaftlich beraten von der Kunsthistorikerin Katrin Diederichs

Herzlich Ihr

Michael Stäfer

BUNTE VERFÜHRUNG
Keine Kunstrichtung scheint amerikanischer zu sein als die Pop Art. Doch erfunden wird sie in England – unter anderem von Eduardo Paolozzi, der 1949 mit der Collage »Real Gold« viele Themen der Pop Art vorwegnimmt.
Seite 6



VERWANDLUNG EINER IKONE
Jasper Johns malt drei US-Flaggen übereinander – und wird mit seinem neuen Blick auf das Nationalsymbol zu einem Vorläufer der amerikanischen Pop-Art-Künstler.
Seite 28

TRIUMPH DES TRIVIALEN
Roy Lichtenstein gehört mit seinen Comic-Gemälden zu jenen New Yorker Künstlern, die um 1962 Objekte der Alltagskultur zu Themen ihrer Werke machen.
Seite 34

Neue Könige der Kunst
Nach ihrem Durchbruch 1962 dominieren Pop-Artisten wie Tom Wesselmann – hier seine Hommage an den Volkswagen – die Kunstwelt.
Seite 74

Eine Anti-Skulptur
Claes Oldenburg entwickelt eine revolutionär neue Formensprache der Bildhauerei: Seine Plastiken sind schlaff, zusammengesunken, der Schwerkraft überlassen.
Seite 96

Andy Warhol
Der ehrgeizige Einwandererson wird mit seriell gefertigten Werken zum Superstar des Pop. Doch der Ruhm macht ihm auch Feinde. 1968 plant ein enttäuschter Fan ein Attentat.
Seite 100

Die Erben des Pop
In den 1980er Jahren bedienen sich Künstler wie Keith Haring der Pop-Stilmittel. Mit seinen comicartigen Bildern schafft der New Yorker eine ganz eigene Bildsprache.
Seite 112

Anfänge
Bunte Verführung
Aus der farbenprächtigen Bilderwelt von Reklame, Pin-ups und Comics in amerikanischen Zeitschriften schaffen zu Beginn der 1950er Jahre einige junge britische Künstler die Pop Art. 6

Jasper Johns und Robert Rauschenberg
Die Wegbereiter
Mit ihren bahnbrechenden Werken werden zwei Südstaaten-Künstler zu Vorläufern der amerikanischen Pop-Artisten. 28

Pop Art in den USA
Triumph des Trivialen
In New York, der Welthauptstadt der Kunst, feiern Maler wie Roy Lichtenstein und James Rosenquist 1962 ihren Durchbruch – obwohl die meisten Kritiker ihre Werke als banal schmähen. 34

Die Glanzzeit des Pop
Neue Könige der Kunst
Mitte der 1960er Jahre dominieren die Pop-Künstler, einst Rebellen gegen das Establishment der Kritiker und der Abstrakten Expressionisten, die Kunstwelt. 74

Claes Oldenburg
Suche nach der Anti-Skulptur
Der in Schweden geborene Diplomatensohn ist der wichtigste Bildhauer der Pop Art. Doch mit klassischen Plastiken haben seine Werke wenig gemein. 96

Andy Warhol
Der Künstler als Superstar
Wie keiner seiner Vorgänger in der Geschichte der Kunst inszeniert Andy Warhol sich selbst als unverkennbare Marke. 100

Nachfolger
Die Erben des Pop
In den 1980er Jahren besinnt sich eine neue Künstlergeneration auf die Strategien der Pop-Artisten: Auch sie malen Comic-Figuren, verwenden Ikonen der Massenkultur – und haben keine Scheu, ihre Kunst wie Konsumprodukte zu vermarkten. 112

Zeittafel 126
Bildvermerke 128
Impressum 129
Vorschau: »Das Goldene Zeitalter der Niederlande« 130

Titelbild: »Marilyn«, 1964. Siebdruck auf Leinwand, von Andy Warhol
Alle Fakten und Daten in dieser Ausgabe sind vom GEO*EPOCHE* EDITION-Verifikationsteam auf ihre Richtigkeit überprüft worden. Zitate sind der neuen Rechtschreibung angepasst. Kürzungen in Zitaten sind nicht kenntlich gemacht.
Redaktionsschluss: 21. September 2012

Schnelle Autos, verführerisches Make-up, köstliche Getränke: Eduardo Paolozzis »REAL GOLD« von 1949 zeigt jene verlockende Welt des Überflusses, von

Die BUNTE Verführung

Europa liegt noch in Trümmern, als Künstler in England, Italien, Frankreich und Deutschland in den 1950er Jahren beginnen, Motive eines leichteren, luxuriöseren Lebens in ihren Bildern zu verwenden. Ihre Themen finden sie in Zeitschriften, in Anzeigen, in Comics und auf Filmplakaten. Sie schaffen daraus eine scheinbar banale Kunstform, die grell ist, plakativ und einfach verständlich: die Pop Art

BILDTEXTE: GESA GOTTSCHALK
ESSAY: FRANK OTTO

EDUARDO PAOLOZZI

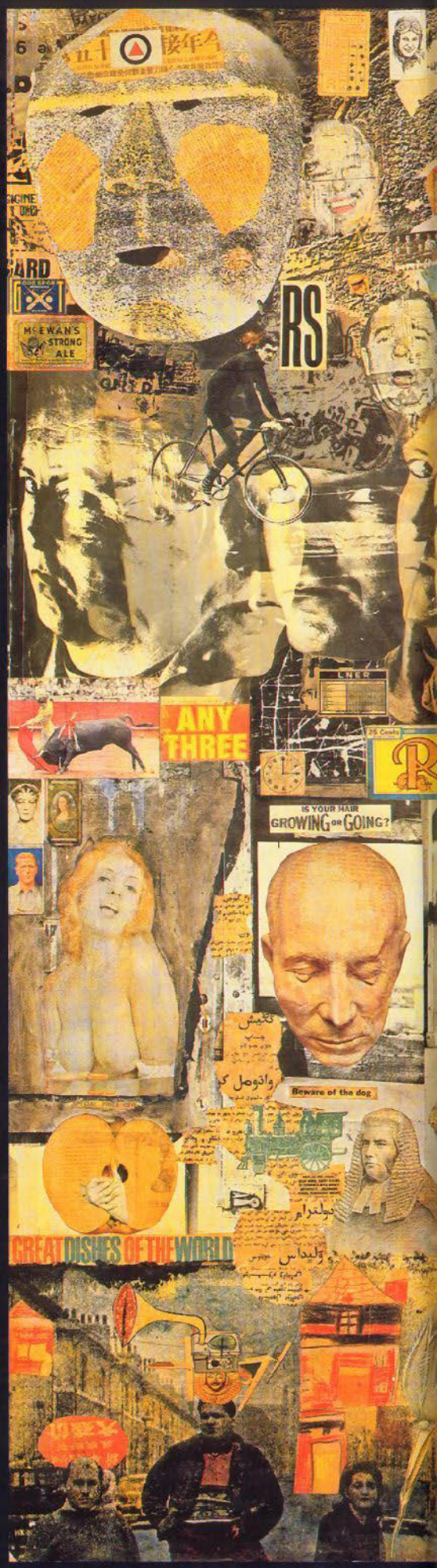
1924–2005

Der schottische Bildhauer und Grafiker gehört zu den Gründungsmitgliedern der »Independent Group«, einer Künstlergruppe, die sich 1952 in London zusammenfindet. Die Maler, Architekten und Kritiker entwickeln aus der Welt des Konsums jene radikal neue Kunstrichtung, die später »Pop Art« genannt wird

Nigel Henderson

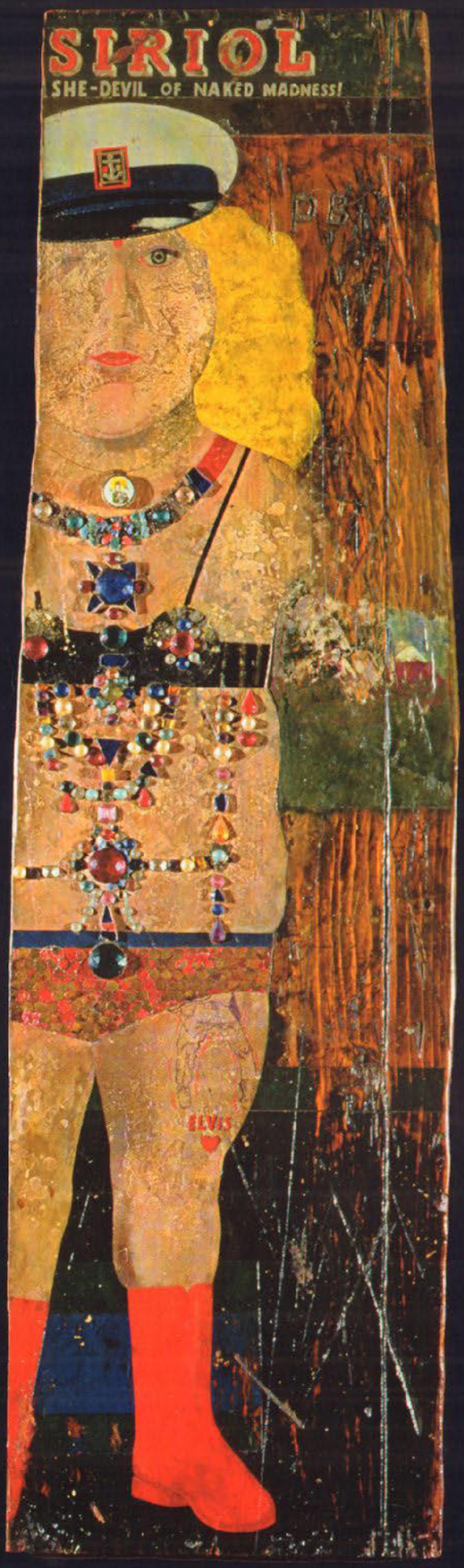
1917–1985

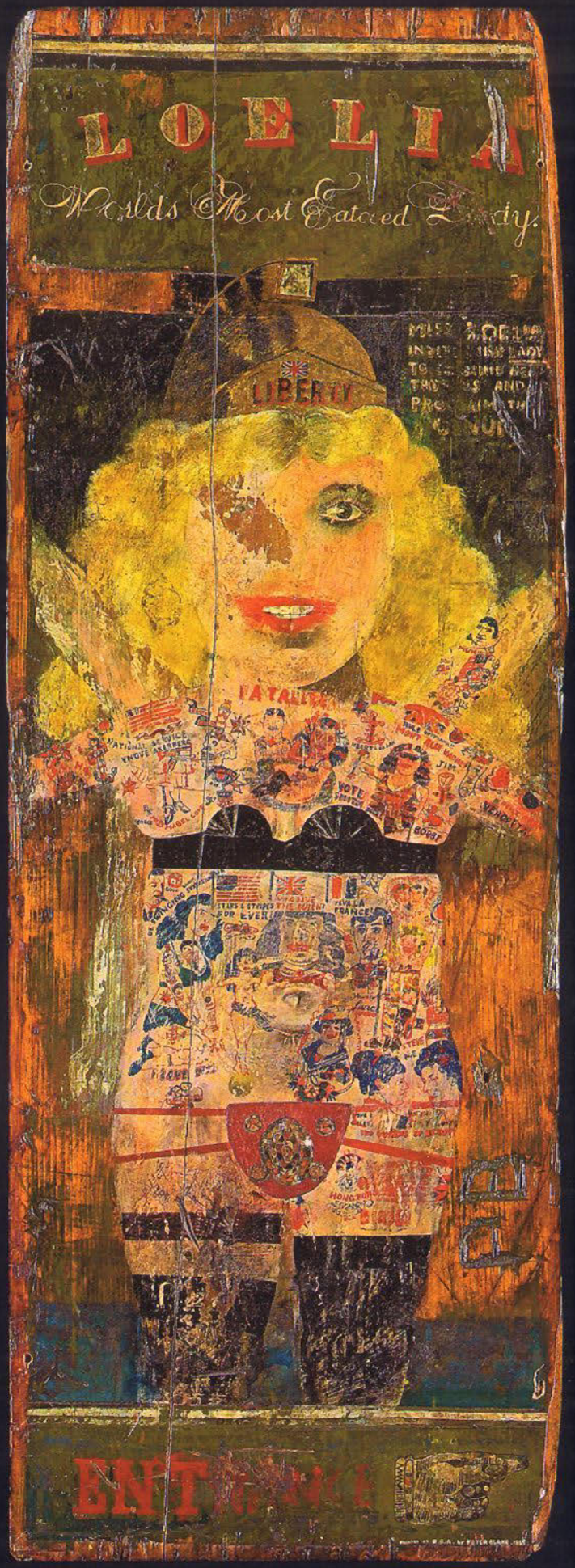
Henderson hat bereits vor dem Zweiten Weltkrieg Kontakt zu Avantgarde-Künstlern wie Marcel Duchamp. Er gehört zu den Gründungsmitgliedern der Independent Group, die sich am jungen Londoner Institute of Contemporary Arts bildet, einer Alternative zur ehrwürdigen Royal Academy of Arts



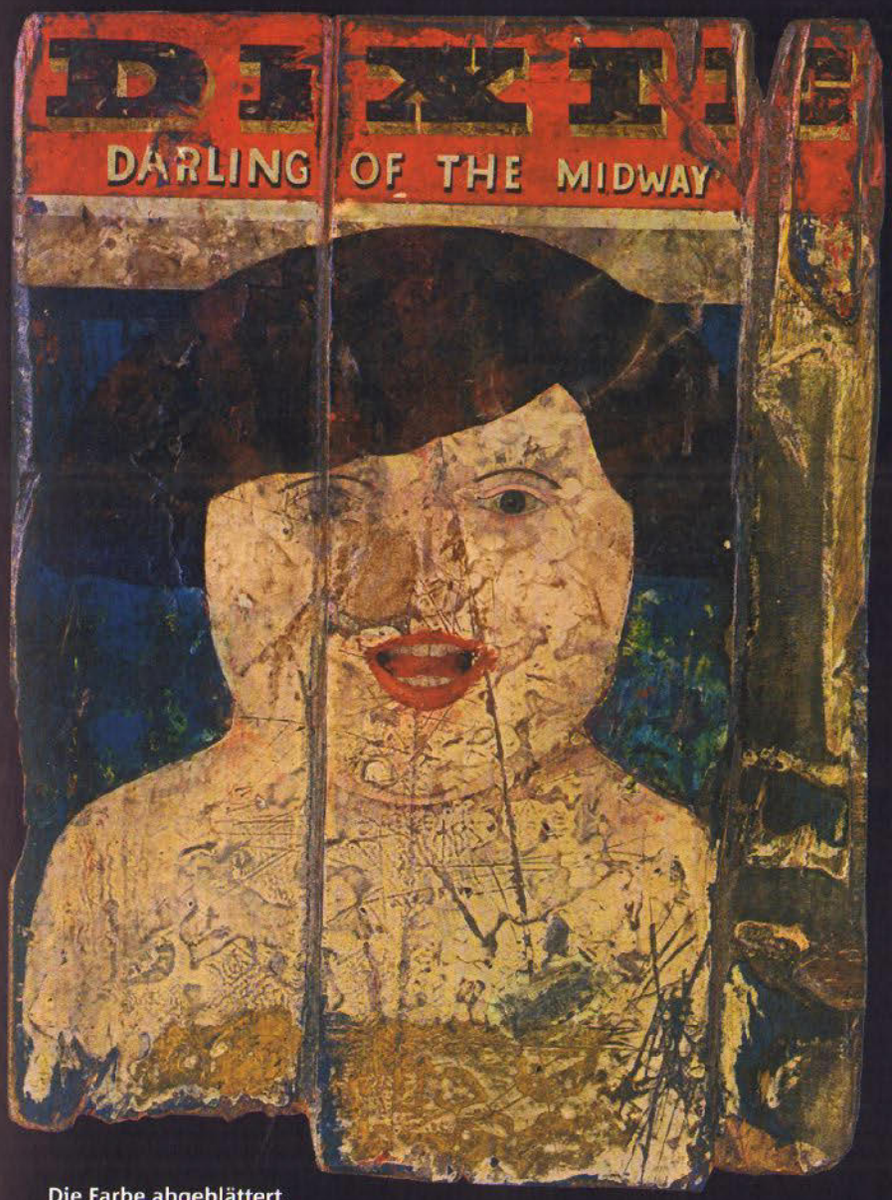
Collagen sind eines der wichtigsten Stilmittel der Pop Art. Zufallsfunde und Müll fügen

nstler wie Nigel Henderson neu zusammen: Schlagzeilen, Nacktfotos, selbst Konservenetiketten klebt er auf sein Werk »SCREEN« (1949–52 und 1960)





Ikonen gleich lächeln **»SIRIOL, SHE-DEVIL OF NAKED MADNESS«** von 1957 und **»LOELIA, WORLD'S MOST TATOOED LADY«** von 1955. Wie mittelalterliche Heilige hat Blake die Zirkusdamen auf Holztafeln gemalt



Die Farbe abgeblättert, das Holz zerkratzt: Als hätte sie Jahrzehnte auf dem Rummel gehangen, wirkt **»DIXIE, DARLING OF THE MIDWAY«**. Doch Blake schafft sie mit allen Gebrauchsspuren 1955 und huldigt mit diesem Bild der Jahrmarktskultur

Peter Blake

geboren 1932

Nostalgischer als die glatten, makellos wirkenden Werke einiger seiner Künstlerkollegen scheinen Peter Blakes Bilder. Doch seine Motive sind pure Pop Art: Er bildet das Banale ab, die Kultur des Alltags, die verpönte Kunst der Massen. Und schafft so Werke, die jedermann sofort zugänglich sein sollen

Alle wichtigen Themen der Pop Art versammelt Richard Hamilton in **»JUST WHAT IS IT THAT MAKES TODAY'S HOMES SO DIFFERENT, SO APPEALING?«** von 1956: Massenmedien, Haushaltsgeräte und Statussymbole, der Mensch als Kunstfigur und Sexobjekt, der Einfluss von Werbung und Comics. Auch deshalb gilt diese Collage als Schlüsselbild der neuen Kunstrichtung – und Hamilton als einer ihrer Väter

Richard Hamilton

1922–2011

Der Maler und Grafiker lehnt eine Trennlinie zwischen Kunst und Trivialkultur ab. Im Gegenteil: Indem sich Pop-Artisten wie er bei Herrenmagazinen, Werbeanzeigen und Hollywoodfilmen bedienen, wollen sie sich die Bildwelt von den modernen Massenmedien zurückerobern

Die von der Pop Art beeinflussten Künstler finden die Materialien für ihre Werke oft buchstäblich auf der Straße – so wie die vielfach überklebten Plakate, die die Grundlage bilden für Mimmo Rotellas **»SULLA STESSA TRACCIA« (AUF DER SELBEN SPUR)** von 1959

Die Massenkultur verwandelt Menschen in Abziehbilder – Filmstars ebenso wie Diktatoren. Für sein Werk **»L'ULTIMO RE DEI RE« (DER LETZTE KÖNIG DER KÖNIGE)** aus dem Jahr 1961 benutzt Rotella das Gesicht von Benito Mussolini

Mimmo Rotella

1918–2006

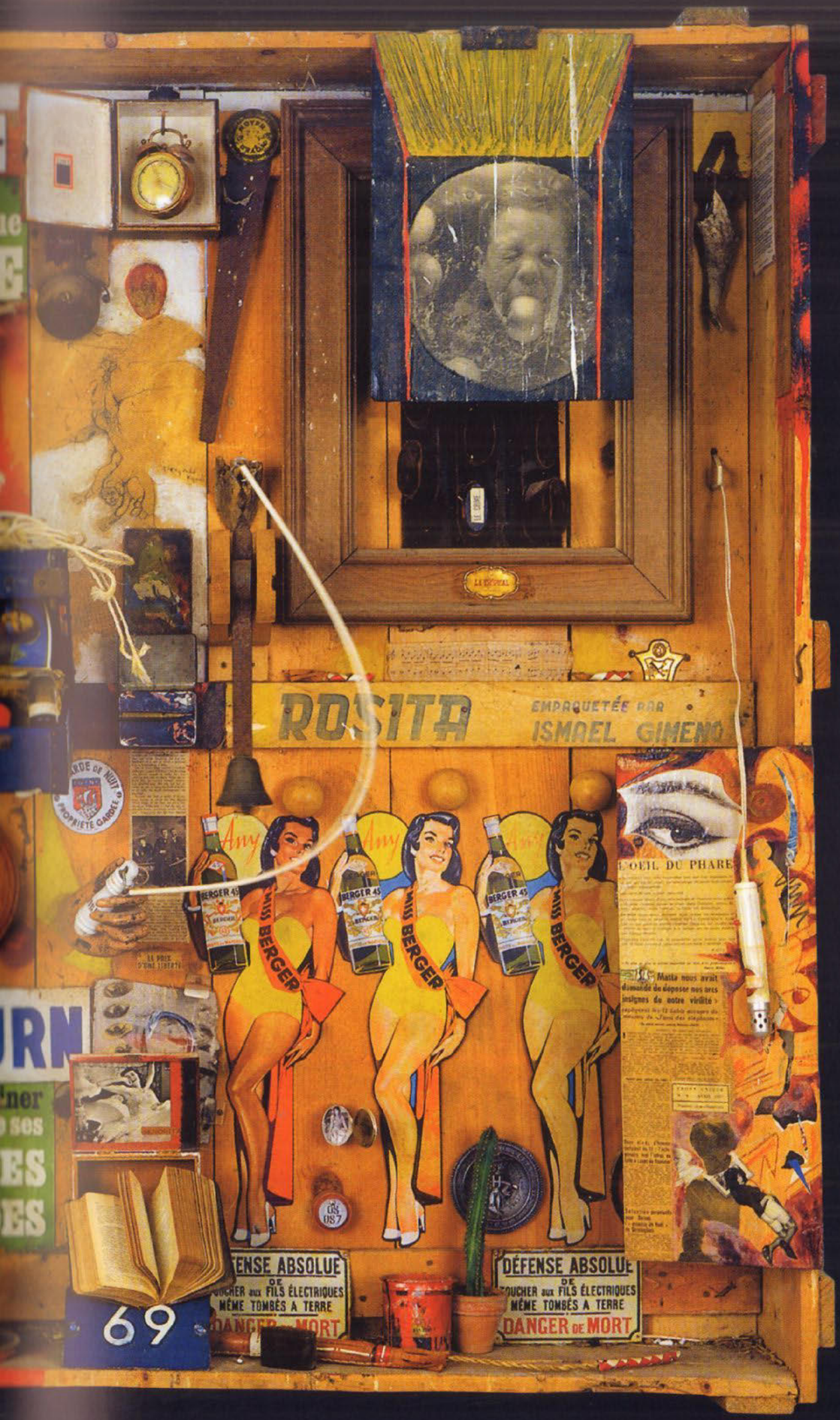
Wie die britischen Pop-Künstler verwenden auch Franzosen und Italiener Versatzstücke aus dem Alltag. Der Kalabrier Mimmo Rotella wandelt die Collagetechnik seiner Kollegen von der Insel in ihr Gegenteil – die »Décollage«: Er reißt Streifen und Fetzen von Plakaten ab, klebt sie teilweise wieder auf und lässt so die Poster wie abstrakte Gemälde anmuten

Jean-Jacques Lebel

geboren 1936

Der Pariser Künstler ist gleichzeitig Kulturkritiker, Schriftsteller, Sammler und Ausstellungsmacher. Und ebenso wenig wie auf eine Tätigkeit lässt sich Jean-Jacques Lebel auf eine Kunstform festlegen, schafft Collagen in der Manier der Pop Art, Skulpturen, Tafelbilder und inszeniert Performances

Die Collagetechnik wendet Lebel auch auf dreidimensionale Objekte an: Sein »PORTRAIT DE NIETZSCHE« von 1961 besteht unter anderem aus Werbe-Ikonen, Spielzeug, kleinen Instrumenten und abmontierten Schildern


ROSITA
EMPAQUETÉE PAR
ISMAEL GIMENO
MISS BERGER
MISS BERGER
MISS BERGER
L'OEIL DU PHARE
DÉFENSE ABSOLUE
DE
TOUCHER AUX FILS ÉLECTRIQUES
MÊME TOMBÉS A TERRE
DANGER DE MORT
DÉFENSE ABSOLUE
DE
TOUCHER AUX FILS ÉLECTRIQUES
MÊME TOMBÉS A TERRE
DANGER DE MORT
69

Wie ein Schießstand wirkt **»FOR MEN ONLY – STARRING MM & BB«** von 1961, mit einem Hasen als Zielscheibe und zwei der begehrtesten Frauen ihrer Zeit als Gewinn: Marilyn Monroe und Brigitte Bardot

Peter Phillips

geboren 1939

Der jüngste der englischen Pop-Künstler studiert zunächst Technisches Zeichnen – und gibt auf, weil er Mathematik nicht versteht und nicht mit einem Rechenschieber umgehen kann. Seine Kunst aber bleibt inspiriert von der Mechanik, von Armaturenbrettern und Automaten

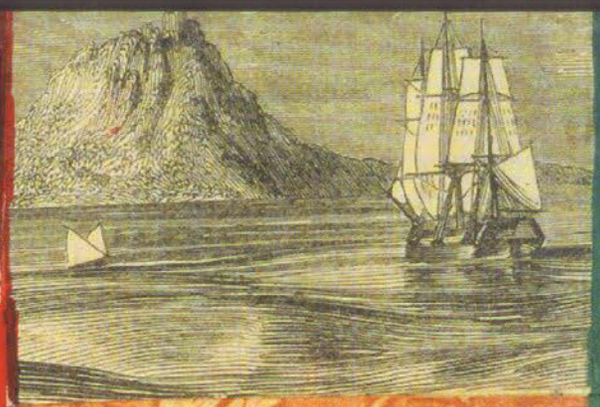
Der Starkult ist ein wichtiges Thema der Pop Art. Auch in den Arbeiten von Peter Phillips tauchen immer wieder die Sex-Ikonen seiner Zeit auf, oft sorgfältig in Öl gemalt: hier die französische Schauspielerin Brigitte Bardot auf **»STAR CARD TABLE«** von 1962

Pauline Boty

1938–1966

Sie ist schön und intelligent und gilt im Zentrum des »Swinging London« unter den anderen Pop-Art-Künstlern als »Bardot von Wimbledon«. Wo ihre männlichen Kollegen Frauen als Objekte darstellen, feiert Pauline Boty selbstbestimmte weibliche Sexualität. Doch nach ihrem frühen Krebstod wird sie mehrere Jahrzehnte lang vergessen

In ihren Werken wie »BUFFALO« von 1961/62 verbindet Pauline Boty viktorianische Drucke mit Gegenständen aus der Welt des modernen Konsums, etwa Zigarettenpackungen, zu Collagen



»SITTING ...« aus dem Jahr 1962 wirkt wie ein Comic-Strip. Der Betrachter glaubt, Batmans Umhang wiederzuerkennen – doch vergebens sucht er nach der gewohnten, leicht konsumierbaren Geschichte: Die Bilder sind auf Form und Farbe reduziert

Öyvind Fahlström

1928–1976

Auch die Bildsprache der Comic-Hefte findet Eingang in die Werke der Pop Art. Manche Künstler schneiden die Superhelden aus oder malen sie ab, andere wie der Schwede Öyvind Fahlström verfremden sie, bis nur noch die äußere Hülle einer Bildergeschichte übrig bleibt

Gerhard Richter

geboren 1932

»Kapitalistischen Realismus« nennt Richter seine Form der Pop Art. Er prägt den Begriff 1963 gemeinsam mit einigen Künstlerkollegen in Düsseldorf. Richter malt in dieser Zeit vor allem nach Fotos aus Illustrierten – Kriegsszenen, Aktbilder, Werbeanzeigen. Die schwarz-weißen Malereien unterscheiden sich deutlich von den bonbonbunten Werken vieler Briten

Ein harmloses Foto in einer deutschen Illustrierten verschärft Richter mit Messerstichen, Nägeln und blutroter Farbe zu einem beunruhigenden Porträt der westdeutschen Nachkriegsgesellschaft: »PARTY« von 1963

Keine Kunstform ist amerikanischer als die Pop Art: bunt wie ein Disney-Comic (der New Yorker Roy Lichtenstein malt 1961 Donald Duck beim Angeln); massenhaft produziert, süß, jederzeit und überall zu haben wie Coca-Cola (Andy Warhol bildet die taillierte Flasche immer wieder ab); mit der hochglanzpolierten Oberfläche einer Fordlimousine (wie von James Rosenquist aus North Dakota dargestellt).

Doch erfunden wird die Pop Art in England – von einem Schotten italienischer Abstammung. Und zwar zehn Jahre bevor sie in den USA ihren Durchbruch feiert.

Im April 1952 lädt der Grafiker Eduardo Paolozzi eine Reihe von Künstlern, Designern und Kritikern in die Räume des Institute of Contemporary Arts. Dort will der 28-Jährige einige seiner Arbeiten vorführen. „Bunk" ist der Titel der Veranstaltung – was man etwa mit „Nonsens" übersetzen kann.

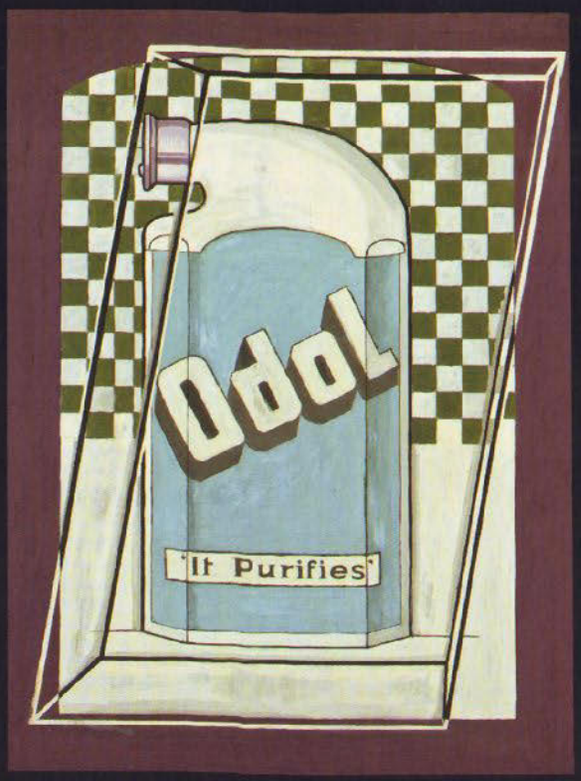
Und als Unsinn empfinden die meisten Besucher, was ihnen Paolozzi da zeigt: Er projiziert in schneller Folge zahlreiche Collagen auf eine Leinwand, zusammengefügt aus Bildern, Textabschnitten sowie Anzeigen, gefunden in Zeitschriften wie „Popular Mechanics", „Life" und „Cover Girls". Ohne weitere Erklärungen erscheinen rasch hintereinander durch die Projektion stark vergrößerte Fantasiewaffen, Marsmenschen, verzerrte Gesichter, allerlei technisches Gerät und Bikinimädchen, Autos, Roboter und Inserate für Bohnengerichte.

Nur das schwere Atmen und gelegentliche Seufzer Paolozzis sind zu hören: offenbar, so vermutet ein Teilnehmer des Abends, weil er enttäuscht ist über die mangelnde Reaktion des Publikums.

Ein Augenzeuge erinnert sich, niemand habe verstanden, was mit dem Gesehenen anzufangen sei; manche seien gar erbost gewesen. Und gewiss begreift keiner, dass dies die Geburtsstunde einer neuen Kunst gewesen ist. Auch wenn einige Gäste wie Richard Hamilton oder Nigel Henderson schon bald Werke auf Paolozzis Weise fertigen werden – und sich dafür in den folgenden Jahren ein neuer Begriff durchsetzt: Pop Art.

Paolozzis Collagen – von denen die ersten schon 1947 entstanden sind – wirken wie Karikaturen des American Way of Life. Doch der Schotte meint es ernst: Er ist fasziniert von der bunten Bilderflut Amerikas und huldigt mit seinem Vortrag der Welt jenseits des Atlantiks, von der die Nachkriegseuropäer träumen.

Denn auch Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs sind die Folgen des Kampfes gegen das nationalsozialistische Deutschland noch immer zu spüren. Nicht einmal Grundnahrungsmittel und Dinge des täglichen Bedarfs bekommt man in Großbritannien ohne Einschränkungen: Brot ist bis Juli 1948 rationiert, Kleider sind es noch länger – schon auf den ersten Blick sind reiche Leute an ihren farbigeren Gewändern zu erkennen. Arme (und das sind fast alle) tragen Schattierungen von grau und vergilbt. Erst 1954 ist die Zeit der Rationierungen bis auf wenige Ausnahmen vorüber.



Eine Generation vor den Pop-Artisten feiert der Amerikaner Stuart Davis bereits die bunte Warenwelt: »ODOL« von 1924

Private Autos sind selten, die Straßen holprig. Wer eine Wohnung findet, haust oft in tristen Einzimmer-Apartments mit Außenklo und ohne Bad. Da mehr als eine Million Häuser fehlen, müssen viele Ehepaare bei ihren Eltern unterkommen. Unverheiratete Paare treffen sich nur heimlich, die Sexualmoral ist rigide, zwei Drittel der Frauen lehnen Sex vor der Ehe ab. Abtreibungen gelten ebenso als Verbrechen wie Homosexualität.

Farblos, mager und spaßfrei sind diese Jahre der *austerity* in Großbritannien.

Nicht verwunderlich, dass Eduardo Paolozzi, 1924 als Sohn italienischer Zuwanderer im Hafenviertel von Edinburgh zur Welt gekommen, fasziniert ist von dem, was er aus dem Müll von GIs rettet: amerikanische Magazine, in denen knallige Abbildungen von eleganten Straßenkreuzern und sexy Covergirls prangen. Sowie von riesigen, vollgestopften Kühlschränken – „wir waren alle sehr arm", wird sich der Künstler später erinnern, „sodass auf uns selbst ein Kühlschrank exotisch wirkte". Den Collagen, die Paolozzi aus seinen Fundstücken zusammenklebt, gibt er denn auch Namen wie „Echtes Gold" und „Herzensfreude".

Die Werbebilder sind Ikonen einer Gesellschaft, die dem Briten überirdisch vorkommen muss. Denn die USA sind nach dem Weltkrieg in jeder Beziehung eine Supermacht: In Washington regieren die Herren der Atombombe und Beschützer Westeuropas, dessen ökonomisches Überleben sie mit dem Marshallplan gewährleisten. Fast die Hälfte des Weltsozialprodukts wird in den Vereinigten Staaten erzeugt; der Autokonzern General Motors verfügt über mehr Besitztümer als der Staat Argentinien; das Pro-Kopf-Einkommen eines Durchschnittsamerikaners liegt um 50 Prozent höher als das der nächstreichen Nation.

1950 werden in den USA 6,7 Millionen Autos verkauft (in Großbritannien gibt es zu dieser Zeit insgesamt etwas mehr als zwei Millionen PKW). Und vor allem die gut verdienenden Vorstadtbewohner der neuen *suburbs* – mit einem durchschnittlichen Jahresgehalt von rund 7000 Dollar – verlangen Chrom, mehrfarbigen Lack, acht Zylinder und mindestens 100 PS.

Üppig, bunt und hedonistisch wie die Ernährung und die automobile Versorgung der US-Bürger scheint auch deren Liebesleben zu sein; das muss das konservative Amerika 1948 erschüttert erfahren. In jenem Jahr erscheint der erste Band einer Studie, für die der Forscher Alfred Kinsey Tausende Interviews über das menschliche Sexualverhalten ausgewertet hat. Bis zu 90 Prozent der Männer und fast 50 Prozent der Frauen hatten danach vorehelichen Sex, die Hälfte aller Männer war ehebrüchig geworden und mehr als ein Viertel der Frauen; jeder Fünfte der Befragten hatte schon einmal ein homosexuelles Erlebnis.

Hochglänzend ist die Erotikvariante, die Hugh Hefner 1953 präsentiert: Der „Playboy" wird vor allem wegen des Centerfolds zu einem riesigen Erfolg – einer Nacktaufnahme von Marilyn Monroe. Jener Schauspielerin, die später zu einer tausendmal abgebildeten Obsession der Pop-Art-Künstler sowohl in Großbritannien als auch den USA wird.

Der „Bunk"-Vortrag Eduardo Paolozzis ist die Gründungsveranstaltung einer Künstlergruppe, zu der auch Kunsthistoriker, Möbeldesigner und ein Schlagerkomponist gehören (und die sich später „Independent Group" nennen wird).

Ihre Mitglieder treffen sich in den folgenden Jahren zu Vorträgen über avangardistische Kunst, aber auch über Science-Fiction, Hubschrauber und die Einzigartigkeit von Eiweißverbindungen. Paolozzis Projektionen allerdings sind kein Thema weiterer Diskussionsrunden.

1956 beteiligt sich der Kreis an der wohl wichtigsten Ausstellung jener Jahre: „This is Tomorrow" in der Londoner Whitechapel Art Gallery.

Den Katalog zur Schau ziert eine Collage, die fast alles versammelt, womit Pop Art sich jemals beschäftigen wird: „Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?" von Richard Hamilton zeigt – anders als bei Paolozzi allerdings in ironischer Übertreibung – neue Erfindungen für den Haushalt (TV- und Tonbandgerät, Staubsauger), einen Comic sowie halbnackte, perfekt geformte Menschenkörper. Dazu einen überdimensionierten Lolli mit der programmatischen Aufschrift „Pop".

Aber: Hamiltons Collage ist klein, sie misst nur 26 mal 25 Zentimeter – und sie ist in ihrer Art eine Ausnahme auf der Schau.

Selbst Eduardo Paolozzi, der 1952 die ersten Objekte der neuen Kunstrichtung an die Wand projiziert hat, entfernt sich mit seinem Beitrag zu dieser Ausstellung schon wieder von der Pop Art.

Gemeinsam mit Nigel Henderson und zwei Architekten hat er das begehbare Werk „Patio & Pavilion" konstruiert, einen Holzschuppen mit einem umzäunten Vorplatz, der aussehen soll, als habe man ihn nach einem Atomkrieg ausgegraben.

Auch der Deutsche Kurt Schwitters wird mit seinen Collagen, für die er Comics verwendet, zum Vorläufer der Pop-Art-Künstler: »FOR KÄTE« von 1947

Auf dem mit Sand bedeckten Boden und dem Plastikdach der Hütte sind grob gefertigte Skulpturen, aber auch Schrottteile wie Speichenräder sowie Gesteinsbrocken ausgestellt. An der Rückwand eine verstörende Collage Hendersons: ein zerfallender menschlicher Kopf – im expressionistischen Stil.

Es ist fast, als würde die britische Pop Art bereits kurz nach ihrer Entstehung vor ihrem Ende stehen; auch Hamiltons Collage verschwindet in einer süddeutschen Privatsammlung.

Die meisten Besucher der Whitechapel Art Gallery sind Jugendliche aus dem proletarischen East End, die eine dort ausgestellte Jukebox ausprobieren.

Ausgerechnet die erste Kunstrichtung, die allein mit Erzeugnissen einer Massenkultur spielt, interessiert nur einen kleinen Kreis – und ist noch dazu offenbar eine kurzlebige Angelegenheit, wie so viele andere Revolutionen in der Kunst des 20. Jahrhunderts.

Doch die Pop Art übersteht die Krise. Denn sie wird Anfang der 1960er Jahre zum zweiten Mal erfunden – diesmal in den USA. Wohl ohne von ihren britischen Ahnen zu wissen, bedienen sich Künstler wie Warhol, Lichtenstein und Rosenquist der gleichen Mittel wie vor ihnen Paolozzi und Hamilton: Die Amerikaner, die meist selber aus der Werbebranche kommen, feiern die bunte Flachheit der Reklame, den Comic, die Pin-up-Girls. Nur sind ihre Werke keine Collagen aus einem fernen Schlaraffenland, sondern die Abbildungen einer Realität, die jeder Amerikaner jeden Tag sehen kann. Vielleicht ist das ein Grund für den überwältigenden Erfolg dieser zweiten Welle der Pop Art.

Deren Schöpfer werden im Gegensatz zu den Briten zu Stars der Szene. Ihre Bilder erzielen in kürzester Zeit hohe Preise und hängen bald in Museen.

Richard Hamilton, der 1963 nach Kalifornien reist, notiert verwundert, dass man die von ihm mitentwickelte Kunstrichtung in den USA überall unter dem Namen „Pop Art" kenne. Sie sei zu einer echten Bewegung geworden, „ein Zug, der mich überrollt hat; und so rappelte ich mich auf und machte mich bereit aufzuspringen".

Der Sprung gelingt. Mit dem Boom der US-Pop-Art entdecken auch in Großbritannien Sammler und Museen deren europäische Vertreter. Bands im „Swinging London" der 1960er Jahre wie die Beatles lassen sich nun von den Künstlern Plattencover entwerfen, etwa für das „Sgt. Pepper"-Album von 1967.

Und so werden die wahren Väter der neuen Kunst am Ende doch noch zu Stars – mehr als zehn Jahre nach der eigentlichen Geburt der Pop Art. □

Gesa Gottschalk und **Dr. Frank Otto** sind Textredakteure im Team von GEO*EPOCHE*.

Jasper Johns und
»THREE FLAGS«

Mitte der 1950er Jahre begegnen sich in New York zwei junge Künstler aus den Südstaaten, die ba
die amerikanische Flagge in Kunst. Der andere, Robert Rauschenberg, sammelt Gegenstände von der St

VON MARKUS WOLFF

Vielleicht hätte die Revolution noch etwas auf sich warten lassen, wären Eiswürfel da gewesen. Denn ein ungekühlter Drink ist nichts für Leo Castelli, den New Yorker Kunsthändler und Galeristen mit dem einzigartigen Gespür für Talente. Ein Abend im März 1957: Castelli will sich in einem Atelier in Manhattan die neuen Arbeiten eines jungen Künstlers ansehen. Der heißt Robert Rauschenberg und hat sich in New York schon einen Namen gemacht. Der Durchbruch ist ihm aber noch nicht gelungen.

Auf der Suche nach Eis gehen Rauschenberg und Castelli durch den heruntergekommenen Backsteinbau ein Stockwerk tiefer, wo sich ein weiteres Atelier und ein Kühlschrank befinden. Den teilt

»THREE FLAGS« (1958)

In einer Zeit, da die Amerikaner von patriotischen Slogans und Symbolen umgeben sind, fügt Johns drei US-Flaggen zusammen – und ermöglicht dem Betrachter so einen ganz neuen Blick auf die »Stars and Stripes«

obert Rauschenberg
nd »ODALISK«

Freunden und Liebhabern werden. Der eine, Jasper Johns, verwandelt vertraute Symbole wie und kombiniert sie mit Malerei. Gemeinsam werden sie zu Vorläufern der amerikanischen Pop Art

sich Rauschenberg mit einem Freund und Kollegen. Der ist 26 Jahre alt und als Maler fast unbekannt. Aber das wird sich ändern: An diesem Abend beginnt der furiose Aufstieg des Jasper Johns, der zu einem der Wegbereiter der Pop Art werden wird. Zu einem der berühmtesten Künstler seiner Generation.

Dabei sind es Bilder mit schlichten Motiven, die in Johns' Loft an den Wänden hängen: Leinwände mit Buchstaben, Nummern sowie Kreisbilder, die an Zielscheiben erinnern.

Und dann hängt da noch eine vollformatige amerikanische Flagge – verblüffend auf den ersten Blick allenfalls in ihrer Gewöhnlichkeit. Denn sind die „Stars and Stripes" nicht das konventionellste aller amerikanischen Symbole: allgegenwärtig, im täglichen Leben, in der Werbung; eine längst zur Selbstverständlichkeit geratene Ikone?

Doch Castelli ist begeistert. Denn eine schwer zu erklärende, fast verstörende Ausdruckskraft geht von den Sternen und Streifen aus. Für die Darstellung der US-Flagge hat Johns eine aus der Antike stammende Technik genutzt, die Enkaustik, bei der auf Wachsbasis hergestellte Farben erwärmt und mit Pinsel und Spachtel aufgetragen werden.

Auf diese Weise hat das Gemälde eine reiche, sinnliche Textur erhalten, durch die eine Unterlage aus Stofffetzen und Zeitungsausschnitten schimmert. Die Schnipsel sind aber aus der Nähe weder gut zu lesen, noch aus der Distanz zu ignorieren. Ein eigentümliches Bild: Es lässt sich in seiner Gesamtheit nur erfassen, indem der Betrachter unterschiedliche Abstände zu ihm einnimmt; ist gegenständlich und zugleich abstrakt; scheint schnell verständlich und verlangt doch, dass man sich genau mit ihm beschäftigt.

So beeindruckt ist Castelli, dass er Johns sofort eine Einzelausstellung in seiner Galerie anbietet.

»Odalisk« (1955–58)

Rauschenbergs Kunstwerke geben Rätsel auf. Spielt er mit dieser Skulptur möglicherweise auf ein französisches Aktgemälde aus dem 19. Jahrhundert an?

Damit beginnt die Karriere eines der Väter der Pop Art, der 1948 nach einigen Semestern an der University of South Carolina nach New York gezogen ist, um dort sein Kunststudium fortzusetzen. Abschließen wird er es aber nie. Stattdessen schlägt Jasper Johns sich als Bürobote und Versandangestellter durch, wird von der Armee eingezogen und während des Koreakriegs in Japan stationiert. Zurück in New York arbeitet er nachts als Verkäufer in einem Buchladen. Tagsüber zeichnet er.

Mitte der 1950er Jahre trifft er den fünf Jahre älteren Rauschenberg, „der erste Mensch, den ich kannte, der ein echter Künstler war", sagt Johns später.

Rauschenberg hat Kunst am Black Mountain College in North Carolina studiert, einer Hochschule, die seit ihrer Gründung 1933 für ihren unorthodoxen Unterricht bekannt ist. Sein Lehrer dort ist der Deutsche Josef Albers, ein Exzentriker, der am Bauhaus handwerkliche Techniken und Materialkunde unterrichtet hat und so von der Reinheit seiner Kunst besessen ist, dass er nur in einer Art weißen Uniform und weißen Handschuhen vor seine Klasse tritt, wie sich Rauschenberg später erinnert.

Durch Albers wird Rauschenberg ermutigt, Materialien wie Pappe, Blech oder Draht auszuprobieren und die

»Map« (1961)

Eine schwarz-weiße Karte, die ihm Robert Rauschenberg schenkt, inspiriert Johns zu einer bunten Neuinterpretation, auf die er die Namen der US-Staaten mit Schablonen aufmalt

Möglichkeiten der verschiedenen Werkstoffe zu erforschen: Wie lassen sich Dinge mit unterschiedlichen Oberflächen oder Strukturen miteinander verbinden? Wodurch am besten voneinander abheben? Das Kombinieren wird später zu einem der Markenzeichen Rauschenbergs. Immer wieder schickt Albers seine Studenten auch aufs Land, um dort nach Fundstücken für ihre Arbeiten zu suchen – Alltagsgegenstände, Blätter, Abfall, Schmutz, kleine Lebewesen.

Nach seinem Studium zieht es Rauschenberg 1949 nach New York. Dort wird die Kunstszene inzwischen von den Abstrakten Expressionisten dominiert, von Männern wie Willem de Kooning und Jackson Pollock. Für sie zählen Subjektivität, Gefühl und Spontaneität. Sie schaffen Bilder mit kraftvollen Gesten, lassen Farben auf am Boden liegende Leinwände tropfen oder malen monochrome, fast meditativ wirkende Farbflächen. Gegenständliches lehnen sie meist ab.

Regelmäßig trifft sich der elitäre Zirkel dieser „New York School" zum Trinken und Diskutieren in der „Cedar Tavern" im Greenwich Village, und traut sich dort ein Fremder ungebeten, ihre Arbeiten zu loben, entgegnet man ihm Sätze wie: „Was weißt du schon? Du hast nicht leiden müssen!"

Auch der extrovertierte Rauschenberg ist häufiger Gast bei den Treffen. Doch richtig zur Gruppe gehört er nicht. „Sie nahmen meine Arbeit nicht ernst", wird er später sagen; vielleicht, weil er häufig die Grenzen zwischen Malerei und Skulptur überschreitet, das Spielerische schätzt, das Absurde.

Schließlich behelligt er den Großmeister der Abstrakten Expressionisten mit einem ungewöhnlichen Wunsch: Er bittet Willem de Kooning, ihm eine seiner Zeichnungen zu überlassen – und radiert sie aus (de Kooning hat ihm dafür die Erlaubnis gegeben). Rauschenberg will sehen, ob auch das Ausgelöschte noch ein Bild ergibt. Es kostet ihn einen Monat Zeit und 40 Radiergummis, bis die letzten Spuren Kreide, Tinte und Bleistift verschwunden sind. Heute gilt „Erased de Kooning Drawing", ein gerahmtes, beigefarbenes Blatt, als ein Markstein moderner Kunst.

Rauschenberg scheut keine Experimente. Unterstützung erhält er dabei von dem avantgardistischen Komponisten John Cage, der zu einem engen Freund und Wegbegleiter wird. Ähnlich wie Rauschenberg geht es dem 13 Jahre älteren Cage in seinen Stücken, in die er mitunter Alltagsgeräusche einbaut, nicht um den Ausdruck von Gefühlen. Er will, dass der Zuhörer seine Umwelt neu und anders erlebt.

So komponiert er – inspiriert von Rauschenbergs schlicht weißen „White Paintings", auf denen Dynamik einzig durch die Schatten der Betrachter ent-

Jasper Johns (*1930)

1954 zerstört der junge Künstler alles, was er bis dahin geschaffen hat, und wendet sich einer antiken Maltechnik zu – der Enkaustik

»Monogram« (1955–59)

Eine Angoraziege mit Autoreifen steht auf einer Collage aus übermalten Brettern, Bildern und Buchstaben. Manche Kunstkritiker deuten sie als alttestamentarischen Sündenbock

steht – mit dem Stück „4'33'"" ein Schlüsselwerk der Neuen Musik: Vier Minuten und 33 Sekunden, in denen kein Ton gespielt wird und der Zuhörer auf Geräusche achten soll, die er sonst nicht wahrnimmt. Was Rauschenberg und Cage verbindet, ist ihre radikale Sicht auf die Kunst, der letztlich alles als Material dienen kann.

Rauschenberg lässt seinen Freund Cage schon mal mit einem Auto über einen Streifen aus 20 aneinandergeklebten Bögen Papier fahren – und produziert damit einen 6,70 Meter langen Druck von Reifenspuren. Oder er sät in einer mit Erde gefüllten Kiste Grassamen und wässert sie so lange, bis seine *grass paintings* ihrem Namen gerecht werden; eine Zeitlang kommt Rauschenberg täglich mit einer Gießkanne in die ausstellende Galerie.

Häufig trifft er nun Jasper Johns. Aus der Bekanntschaft wird eine Freundschaft, schließlich eine Liebesbeziehung. Rauschenberg überredet ihn, seine Arbeit als Buchverkäufer aufzugeben.

Fortan hilft Johns seinem Freund beim Dekorieren von Schaufenstern, womit der hauptsächlich sein Geld verdient. In großen Kaufhäusern oder bei Tiffany's gestalten sie Auslagen, die den Dekorationen mitunter fast malerische Qualität verleihen: spärlich beleuchtete Vasen mit sorgsam arrangierten Blumen oder kostbare Ketten, die aus einem gespaltenen Granatapfel zu quellen scheinen. Schaufenster wie dreidimensionale Stillleben.

Obwohl das Dekorieren ihren Lebensunterhalt sichert, werden sie der Arbeit zunehmend überdrüssig: „Wir passen unsere Ideen mehr und mehr den Bedürfnissen unserer geschmacklosen Auftraggeber an, sodass wir uns aus Scham gezwungen sahen, unter dem Namen ‚Matson Jones – Custom Display' aufzutreten", klagt Rauschenberg 1955 in einem Brief an eine Freundin.

Inzwischen haben Johns und er zwei Lofts in einem Gebäude bezogen, in dem sie wohnen und arbeiten: ein maroder Bau, der von der Stadt zum Abbruch freigegeben worden ist. Mehr als sechs Jahre lang zeigen sie sich täglich ihre Arbeiten, diskutieren über Malerei, tauschen Ideen aus.

Und es wird nicht mehr lange dauern, bis die beiden im Zentrum einer Revolution stehen werden, die der Kunst der Gegenwart das Elitäre nehmen und sie mit der Alltagskultur verbinden will. Die alle Grenzen zwischen Banalität und Intellektualität einreißen möchte.

Jene Revolution, die auch die amerikanische Variante der Pop Art hervorbringen wird.

Rauschenberg und Johns sind es, die dafür gemeinsam den Grundstein legen. Der eine, indem er gewöhnliche Gegenstände in seine Kunstwerke einbezieht.

Robert Rauschenberg (1925–2008)

Der Texaner verschiebt die Grenzen dessen, was das zeitgenössische Publikum unter Kunst versteht

Der andere durch seine Verwandlung von Ikonen der Alltagskultur in Kunst. Etwa den 48 Sternen und 13 Streifen der US-Flagge.

Es ist dieses Bild, vor dem der Kunsthändler Leo Castelli an jenem Märzabend 1957 in Johns' Loft steht.

Die im Januar 1958 eröffnete Einzelausstellung von Johns wird weitaus mehr als ein Erfolg, es wird der Durchbruch. Castelli kann 17 der 19 gezeigten Bilder verkaufen. Sogar Alfred H. Barr jr., Gründungsdirektor des Museum of Modern Art in New York, besichtigt die Galerie. Noch während seines Besuchs ruft Barr die Kuratorin des MoMA an und bittet sie, ihn umgehend bei Castelli zu treffen: Gemeinsam entscheiden sie sich spontan für den Ankauf von vier Arbeiten für das Museum, darunter auch „Flag", das Bild der Stars and Stripes – eine enorme Ehre für einen unbekannten Künstler.

Auch die Presse berichtet ausführlich über den Mann, der mit Allerweltsmotiven wie Zahlen, Zielscheiben und Fahnen die Kunstwelt verstört. „Ist das Werk blasphemisch oder respektvoll, arglos oder abstrus?", fragt ein Kunstkritiker. So groß ist die Unsicherheit vieler Betrachter, dass sich selbst der Vorstand des MoMA gegen Barrs Empfehlung entscheidet und das für 1000 Dollar angebotene „Flag" ablehnt – aus Angst vor patriotischen Gruppierungen.

Doch wer das Werk ideologisch liest, irrt. Denn politische Botschaften liegen Johns fern. Er will mit „Flag" keine versteckte Aussage zum nuklearen Wettrüsten mit der Sowjetunion machen oder zu den Untersuchungen des Senators Joseph McCarthy, der in den 1950er Jahren wahllos Amerikaner als Kommunisten verunglimpft. Auch möchte er die Fahne nicht zum Sinnbild eines Freiheitsgedankens verklären, den die USA in zwei Weltkriege getragen haben.

Johns malt „Flag" nicht als Metapher. Vielmehr interessiert ihn, wie sich ein Motiv im Blick des Betrachters verändert. Daher entscheidet er sich für Alltägliches, für „Dinge, die der Geist bereits kennt", so Johns, die aber „Unsichtbarkeit" erreicht haben, weil sie schon nicht mehr wahrgenommen werden. Wann, so fragt er, wird aus Kreisen eine Zielscheibe, wann aus Sternen und Streifen eine Flagge? Wann aus einer Flagge ein Kunstwerk?

Es ist eine der Fragen, die Johns in seinen frühen Jahren als Künstler am häufigsten stellt: Insgesamt wird er rund 90 Flaggenbilder malen. Mal ganz aus weißer Enkaustikfarbe, mal drei Flaggen übereinander, mal ist es nur eine Flagge mit Graphitstift auf Papier. Er beschränkt sich nicht auf die Malerei, sondern modelliert aus Gips und Formmetall Alltagsgegenstände wie Taschenlampen und Glühbirnen. Was entsteht, sind Imitate, die meist nur durch ihre Bemalung vom Original zu unterscheiden sind.

Vor allem diese Arbeiten machen ihn zum Vater einer Kunstrichtung, die das Banale als Kunst feiern wird. Doch dazu zählen möchte er sich nicht: „Ich bin kein Pop-Künstler", sagt er, als sich Pop Art längst durchgesetzt hat.

Der Vielseitigkeit seiner Arbeit und der dahinterstehenden Gedanken, so sieht es Johns, wird dieses Etikett nicht gerecht.

Rund einen Monat nach Johns erhält auch Rauschenberg in Castellis Galerie eine Einzelausstellung – und überrascht mit Arbeiten, hinter denen eine völlig neue Idee steht. Denn es sind keine einfachen Malereien oder Skulpturen, die der 32-Jährige seit 1954 in seinem Atelier hergestellt hat, sondern mitunter gewaltige dreidimensionale Kombinationen.

Rauschenberg verbindet Bilder mit Gegenständen der Alltagswelt. Er integriert Straßenschilder, Leitern, Holz, Gras, Ziegel, Autoreifen, selbst ausgestopfte Tiere und Pin-ups. „Ich finde, ein Bild ist wirklich, wenn es aus Teilen der wirklichen Welt gemacht ist", sagt Rauschenberg.

Combines nennt er seine persönlichen, geradezu autobiografischen Werke. Denn Rauschenberg bestückt die Bilder mit alldem, was ihn gerade umgibt. „Immer, wenn ich eine Arbeit anfing, ging ich nicht in einen Laden mit Malerzubehör, sondern einfach um den Block", erzählt er später. „Und wenn ich bei meiner ersten Runde nicht genug fand, bin ich um einen weiteren Block gegangen."

Das ist die einzige Systematik, die für seine Arbeiten gilt. Rauschenberg plant seine Combines nicht, sie entstehen durch ausprobieren, verwerfen, ändern, neu versuchen. „Kunst sollte kein Konzept haben", sagt Rauschenberg einmal rückblickend. „Das ist das einzige Konzept, das für mich jemals gegolten hat."

Zwischen 1955 und 1959 entstehen mehr als 60 Combines. Darunter so verwirrende Arbeiten wie „Odalisk", ein mit einer Collage überzogener Kasten, auf dem ein ausgestopfter Hahn steht. Getragen wird die Konstruktion von einem Tischbein, das sich durch ein Kissen bohrt. Über die Bedeutung des Werks rätseln Kritiker dabei nicht weniger als über dessen Na-

»Fool's House« (1962)

Der Besen aus dem Studio des Malers fegt einen Bogen durch das Bild, ehe Johns ihn anschließend zu einem Teil des Werks macht

men. Ist „Odalisk" wie bei mehreren Combines lediglich ein assoziativ gewählter Titel? Oder bezieht er sich auf das Bild „La Grande Odalisque" des Franzosen Jean Auguste Dominique Ingres, der 1814 eine mit dem Ellenbogen in ein Kissen gestützte Nackte malte – zumal Rauschenberg in die Collage auch Fotos von längst zur amerikanischen Alltagskultur gehörenden Pin-up-Girls integriert?

Für sein wohl berühmtestes, frei stehendes Combine, Titel: „Monogram", verwendet Rauschenberg eine ausgestopfte Angoraziege, die er für 15 Dollar in einem Laden für gebrauchtes Bürozubehör kauft, schamponiert und am Kopf anmalt.

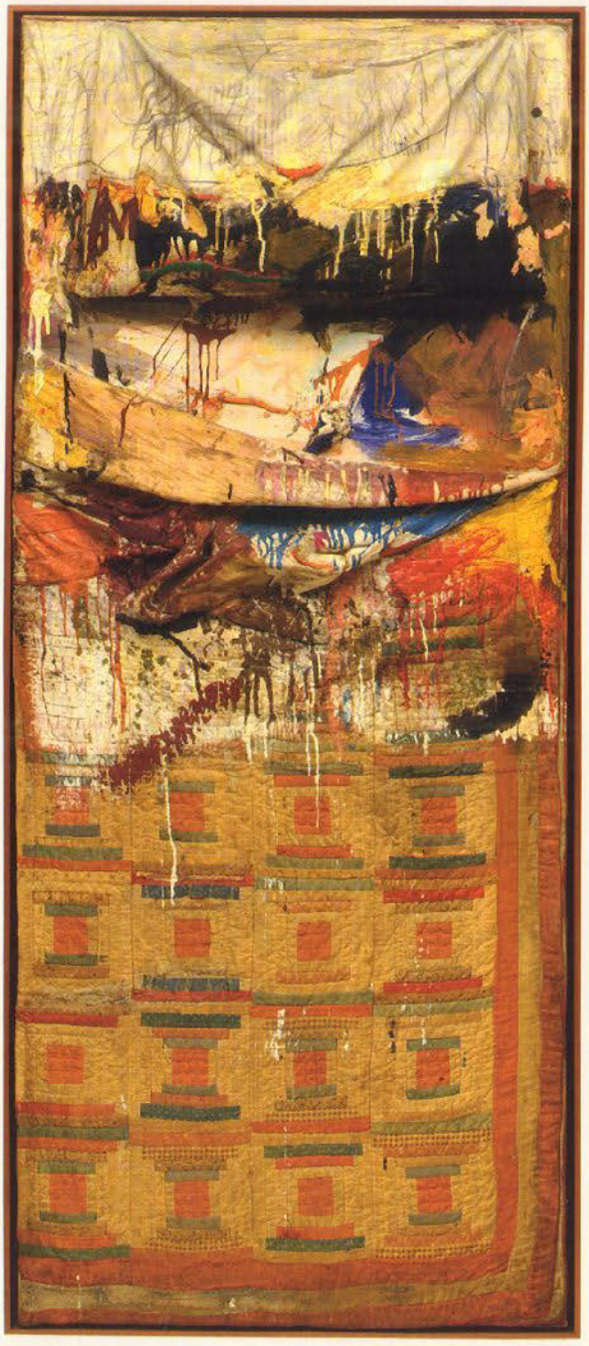
Es dauert fast fünf Jahre, bis die Arbeit fertig ist: Anfangs stellt Rauschenberg die Ziege auf ein Regal. „Aber sie war zu wuchtig, hatte zu viel Persönlichkeit." Dann legt er ihr einen Autoreifen um den Körper und platziert sie im Raum vor einer Stellwand. Es funktioniert immer noch nicht, denn nun erinnert ihn die Ziege an ein Lasttier, das die Stellwand ziehen muss. „Sie weigerte sich, in Kunst aufzugehen. Es wirkte wie Kunst mit einer Ziege", erzählt er. Über Monate hat Rauschenberg das Gefühl, seine Arbeit nicht richtig umgesetzt zu haben.

Schließlich berät er sich mit Johns. Der schlägt vor, die Ziege auf ein Bild zu stellen und so Malerei und Skulptur miteinander zu kombinieren. „Und damit war Ruhe."

Nicht aber in der Kunstwelt. Kritiker dort diskutieren erregt, was die Aussage von „Monogram" sein könnte: Trägt die Arbeit den Titel, weil in einem Monogramm zwei Buchstaben miteinander verschlungen sind wie hier Reifen und Ziege? Verweist sie auf den alttestamentarischen Sündenbock? Sind Tier und Reifen gar ein Sinnbild für schwulen Sex? Oder bedeuten sie vielleicht einfach – gar nichts?

Rauschenberg ist überrascht, welche Kontroversen seine Arbeit auslöst. Er selbst lehnt jede Deutung ab: „Eine ausgestopfte Ziege ist in der Hinsicht besonders, in der jede ausgestopfte Ziege besonders ist", sagt er. „Ich wollte sehen, ob ich ein exotisches Objekt wie dieses integrieren konnte."

Mögen seine Werke auch unverständlich sein: Sie werden nun gekauft. Rauschenberg wird ähnlich erfolgreich wie Johns, den das Magazin „Time" schon bald als „brandneuen Liebling der gescheiten, spröden Avantgarde der Kunstwelt" bezeichnet.



»Bed« (1955)

Für eines seiner ersten *combines* verwendet Rauschenberg wohl sein eigenes Bettzeug und hängt es wie ein Gemälde an die Wand

Nicht alle aber können die Begeisterung nachvollziehen. Ist Rauschenberg wirklich einmalig? Sind die Johns-Arbeiten herausragend?

Vor allem die Vertreter des Abstrakten Expressionismus fühlen sich vom Erfolg dieser neuartigen Arbeiten fast gedemütigt, von denen sich mitunter kaum sagen lässt: Sind sie Stillleben? Denkmäler? Scherze?

Manche Kritiker sehen in Johns und Rauschenberg Neo-Dadaisten, also Vertreter einer Bewegung, die sich mit Anti-Kunst über das Establishment lustig machen will.

Nein, kontert Rauschenberg, was er produziere, sei „Pro-Kunst", und wenn schon Neo, dann „versuche ich, ein Neo-Rauschenberg zu sein".

Wie Rauschenberg experimentiert auch Johns mit immer neuen Kunstformen. Unermüdlich arbeiten sie mit anderen Materialien und Techniken und entwickeln sich zu den vielleicht vielseitigsten und originellsten Künstlern des Landes. Für Konzerte und Auftritte von John Cage entwerfen sie Kostüme und malen Kulissen.

Und während Künstler wie Andy Warhol oder Roy Lichtenstein die Revolution des Banalen mit Siebdrucken und Comic-Bildern fortsetzen, experimentieren die Väter der Pop Art bereits mit Bildhauerei, Fotografie und Performance.

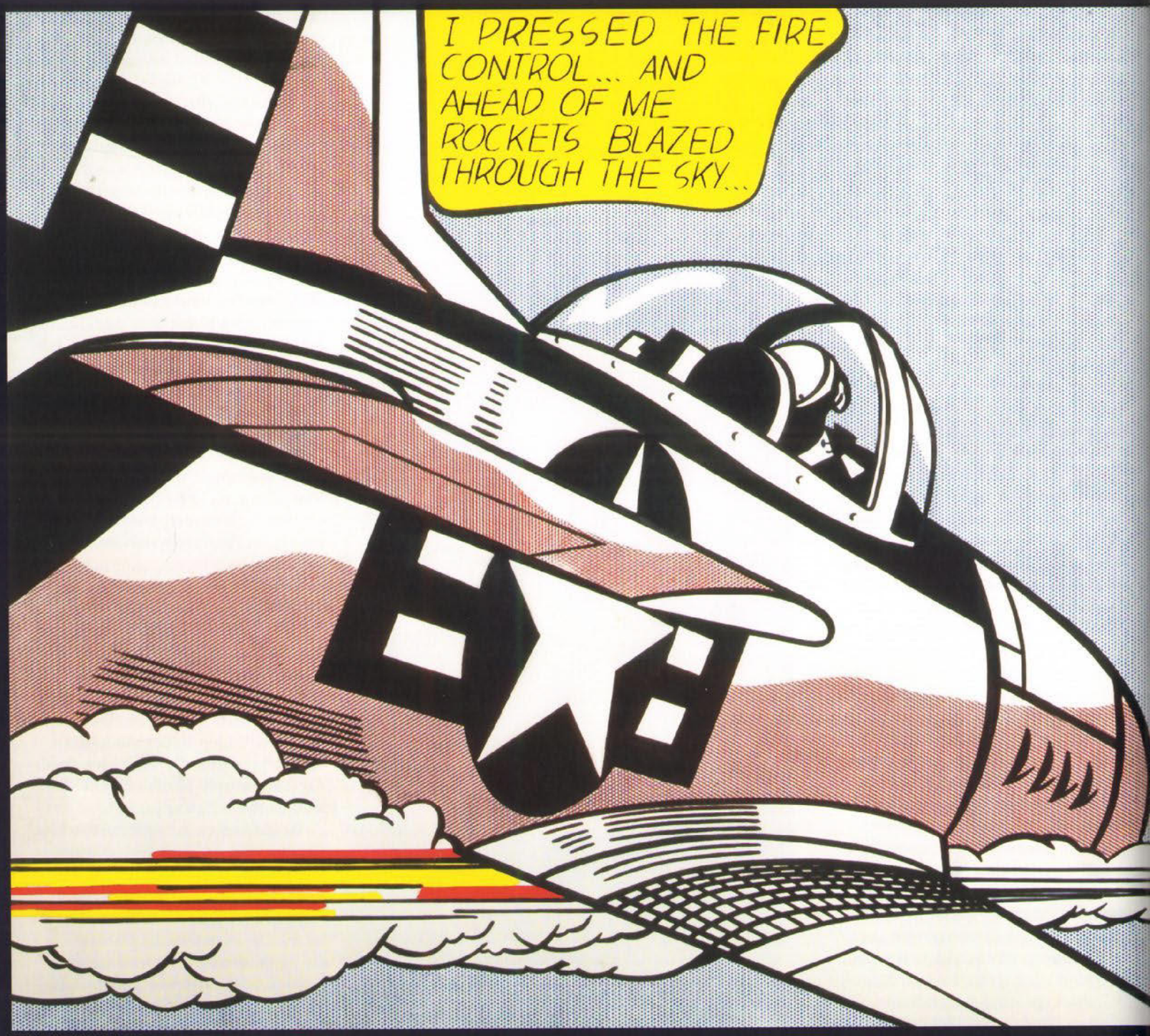
Wovor er sich am meisten fürchte, wird Robert Rauschenberg einmal gefragt. „Dass mir die Welt ausgehen könnte", antwortet er.

Doch nicht nur die beiden Künstler sind vernarrt in die Welt, auch die Welt immer mehr in sie: Am 11. Mai 2010 wird ein Flaggenbild von Jasper Johns beim Auktionshaus Christie's für umgerechnet 22,6 Millionen Euro versteigert.

Rauschenbergs wohl bekanntestes Combine ist zu diesem Zeitpunkt längst in Europa. Bereits 1965 verkauft Leo Castelli „Monogram" an das Moderna Museet in Stockholm. Dort steht seither die Angoraziege mit dem Autoreifen als eigentümliche Zeugin einer künstlerischen Revolution.

Eines Umsturzes, der vielleicht etwas später ausgebrochen wäre, hätte nicht an einem Märztag 1957 Rauschenberg im Atelier von Johns nach Eiswürfeln für den Drink von Leo Castelli gesucht. □

Markus Wolff, 41, ist GEO-Redakteur.



Comics sind Teil der amerikanischen Massenkultur. Der Maler Roy Lichtenstein nimmt aus der Menge der billig produzierten Hefte eine Szene als Vorlage

Triumph des

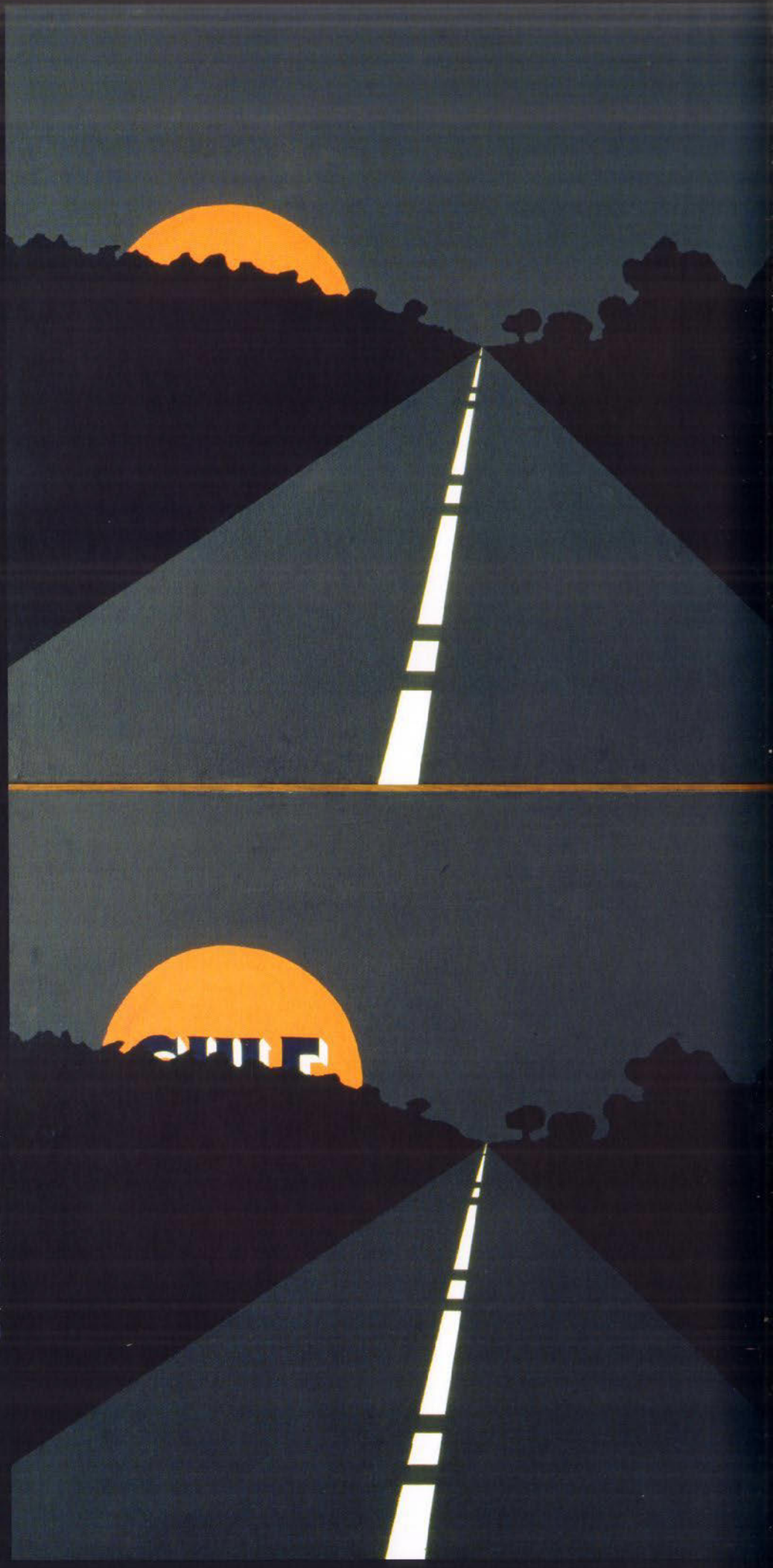
New York ist um 1960 die Welthauptstadt der Kunst. Doch die Werke, die hier entstehen, sind zumeist abstra Werbung bedrängt: trivial, bunt, knallig. Eine kleine Gruppe von Zeichnern und Grafikern aber will die W

d erklärt das triviale Bild zur Kunst (**»WHAAM!«**, 1963)

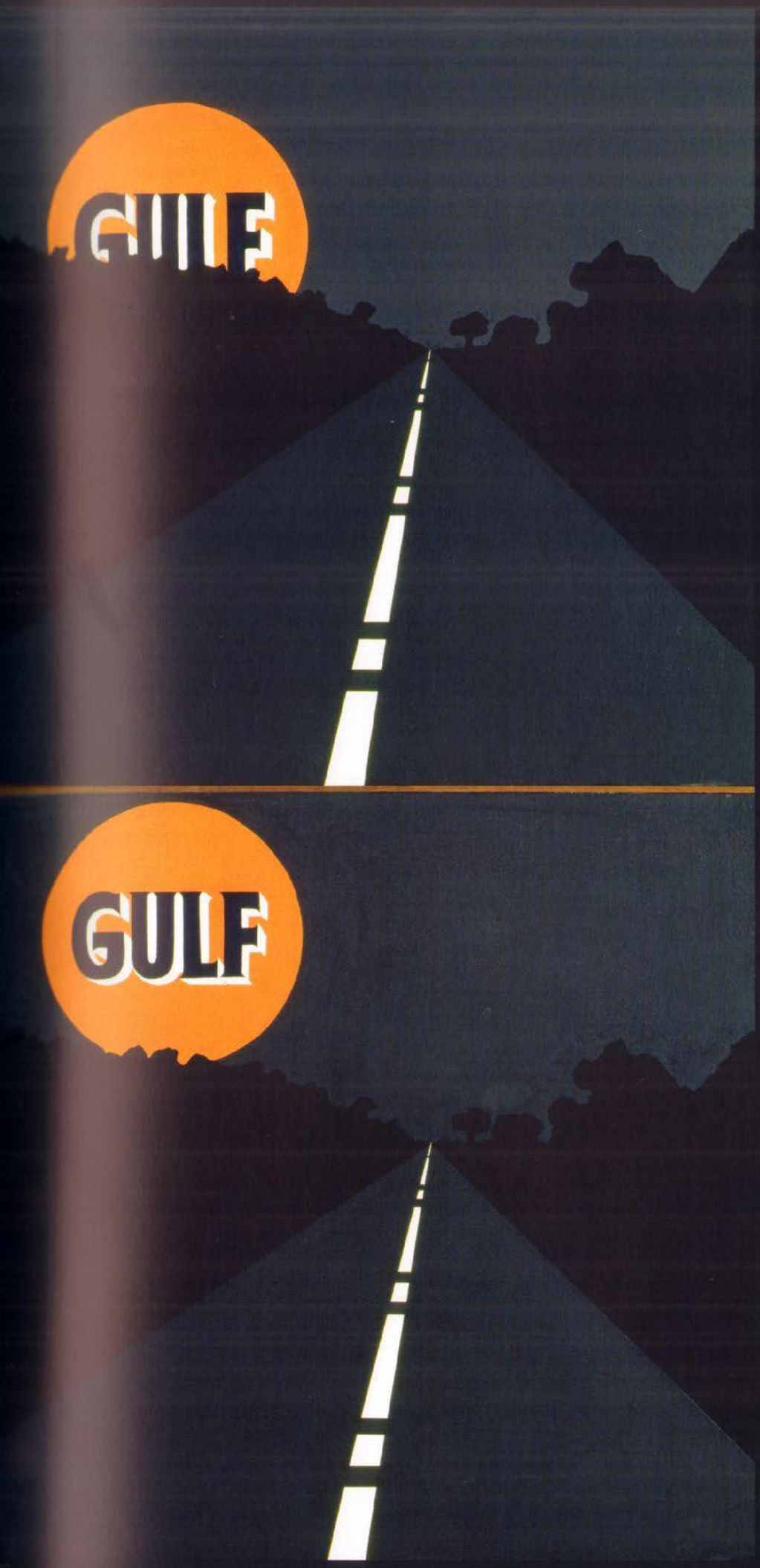
TRIVIALEN

nd nur wenigen Eingeweihten verständlich. Im Alltag hingegen werden die Menschen mit Bildern aus der
n der Hochkultur und der Reklame verbinden – sie erfinden die amerikanische Variante der Pop Art

ADTEXTE: JOCHEN PIOCH; ESSAY: JÖRG-UWE ALBIG



Über dem Highway scheint der Vollmond aufzugehen. Doch es ist nicht das Himmelsgestirn, sondern ein Werbeschild. In **»FULL MOON«** aus dem Jahr 1962 porträtiert Allan D'Arcangelo die USA als ein von Konsum besessenes Land

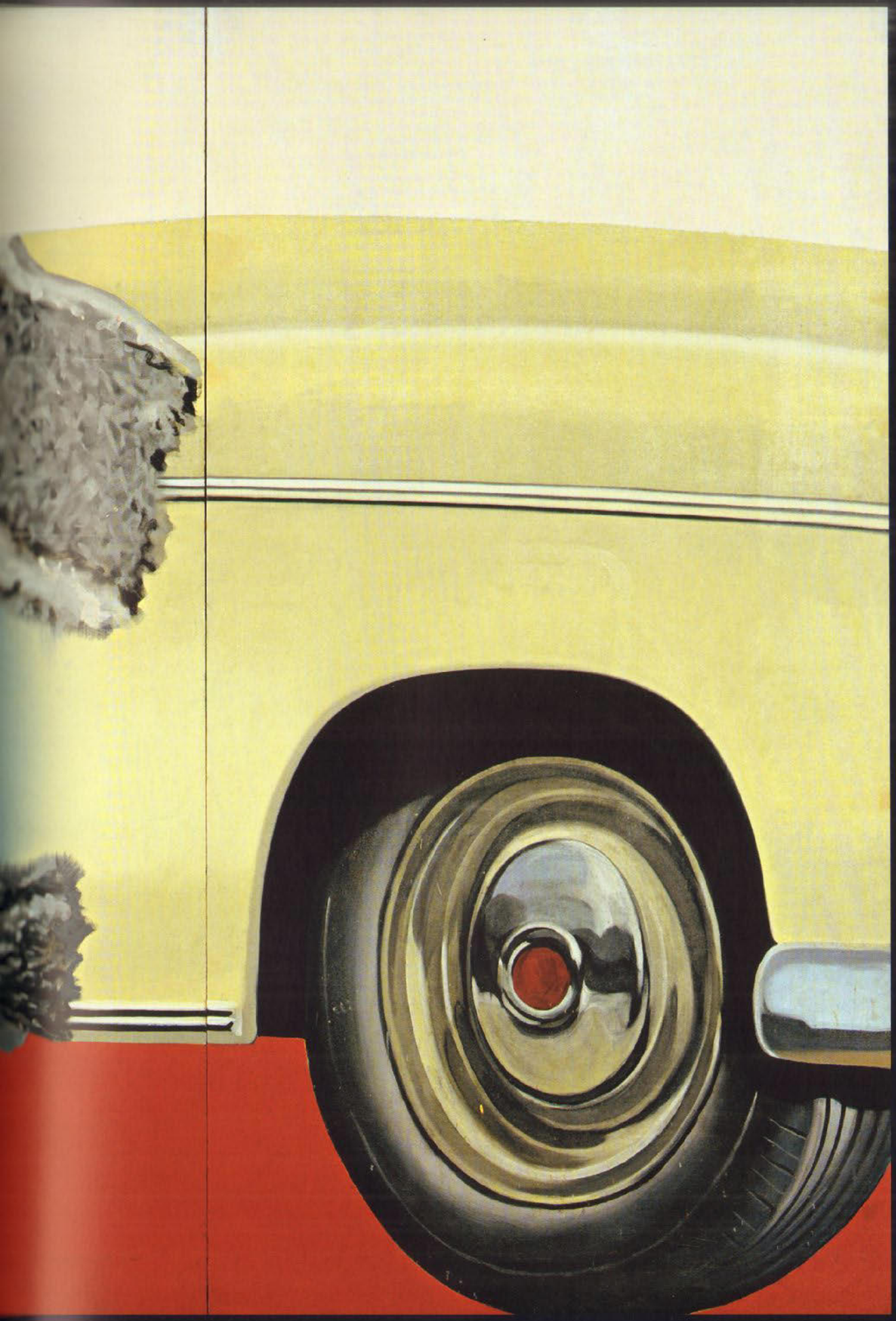


Allan D'Arcangelo

1930–1998

In Mexiko studiert der Sohn italienischer Einwanderer Malerei. Zurück in den USA, entdeckt er Highways und Werbeschilder als Motive. Er vereinfacht sie radikal und schafft Bilder, die den nordamerikanischen Alltag schildern – gesehen durch das Autofenster

Das Auto glänzt, der Kuchen lockt, Kennedy lächelt siegessicher: Rosenquists **»PRESIDENT ELECT«** von 1960/61 verbindet Fundstücke aus Werbung und



JAMES ROSENQUIST

geboren 1933

Der Plakatmaler ist fasziniert von der verführerischen Kraft der Werbebotschaften. Als Künstler nutzt er diese Energie, reiht etwa Fertigessen an lächelnde Prominente und schnelle Autos – und schafft so eine neue Bildsprache, die den Konsumrausch ins Absurde verstärkt

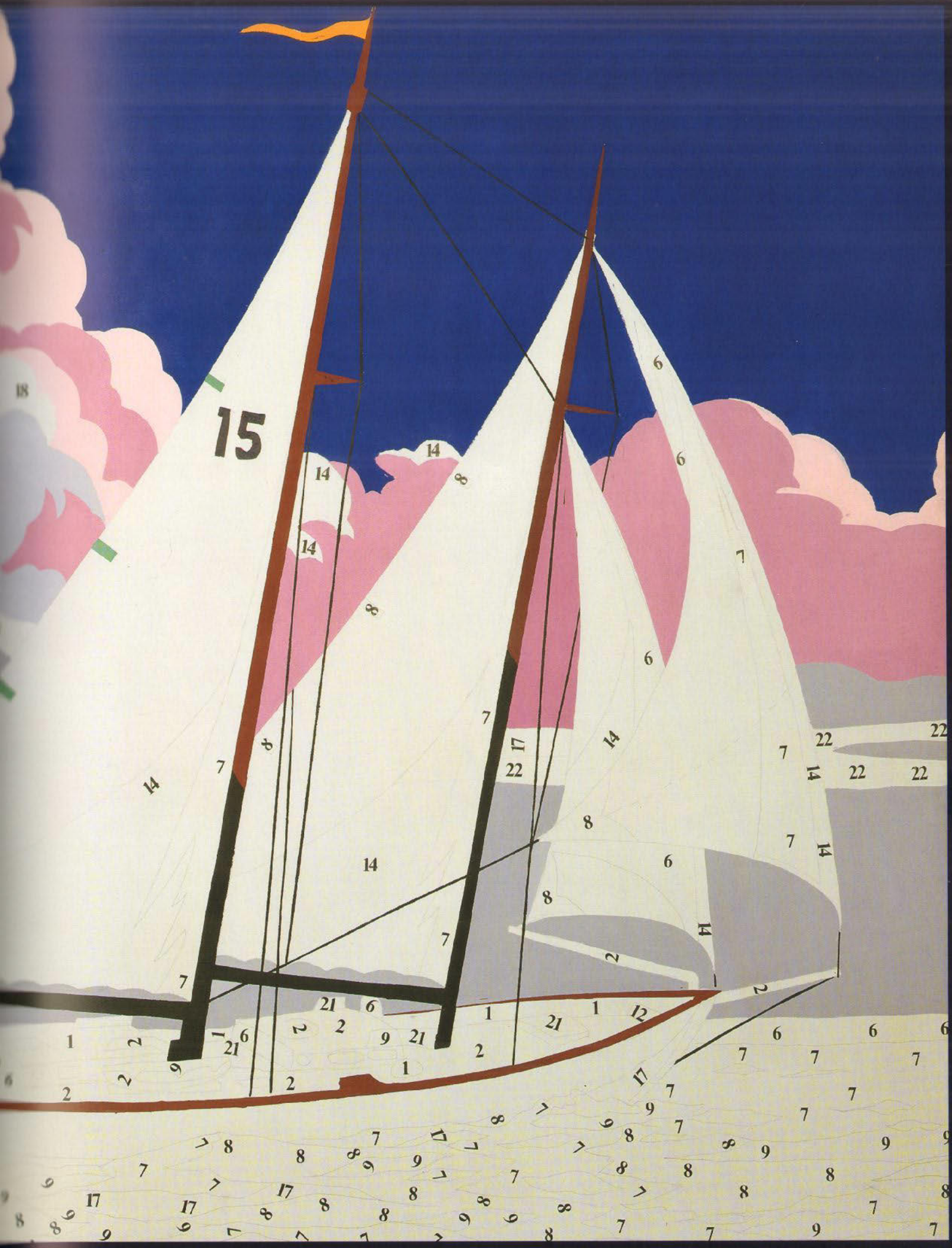
ahlkampf und zeigt so den American Way of Life, in dem Politik und Ernährung mit den gleichen Mitteln beworben werden

Andy Warhol

1928–1987

Der Grafiker und Filmemacher beginnt seine Karriere in der Werbung. Auch später verwendet er Themen der trivialen Warenwelt. Eines Tages malt Warhol eine Dose jener Fertigsuppe, die er selbst isst, und reproduziert das Bild zur Serie. Immer wieder bildet er nun banale Dinge des Alltags ab: »Alles ist schön«, lautet sein Credo

Viele Pop-Artisten wenden sich gegen die Überhöhung des Künstlers in der Klassischen Moderne: Nicht nur Material und Motive sind ihrer Meinung nach austauschbar, sondern auch der Maler selbst. So lädt Warhols **»DO IT YOURSELF (SAILBOATS)«** von 1962 den Betrachter ein, das Bild selbst zu vollenden


15

Wirtschaftsboom und Wohlstandsglaube bestimmen die 1960er Jahre. Indiana fasst in **»THE BLACK DIAMOND AMERICAN DREAM #2«** von 1962 den Traum vom schnellen Reichtum in Symbolen zusammen: Casino-Geld, versehen mit US-Sternen und Parolen

Robert Indiana

geboren 1928

Geboren als Robert Clark, benennt sich der Maler und Bildhauer nach seinem Heimatstaat Indiana. Er will reiner US-Künstler sein, lehnt die »feinen Nuancen« europäischer Kunst ab und konfrontiert den Betrachter mit knappen Botschaften aus Kommandos, Zahlen und geometrischen Formen

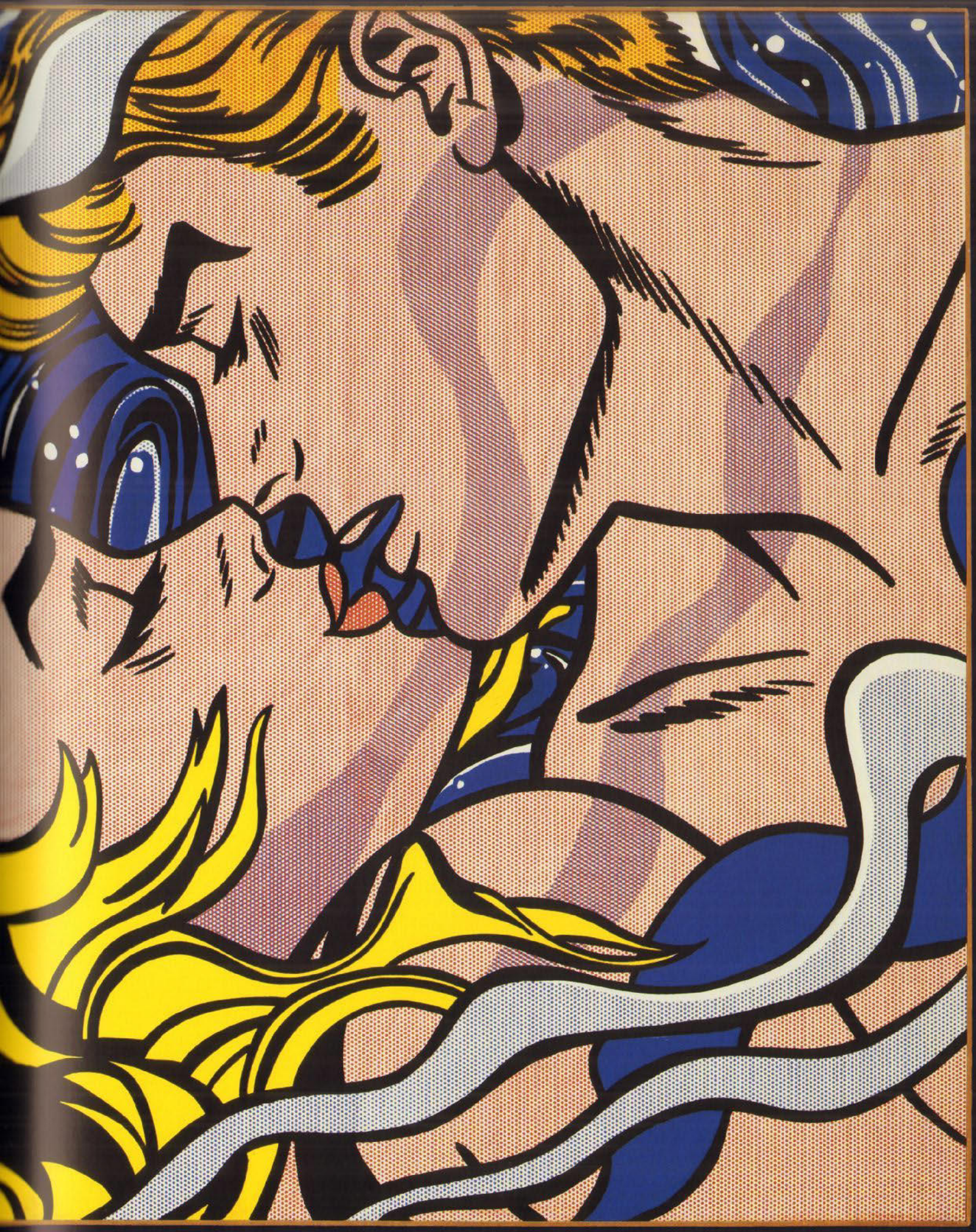
»THE DEMUTH AMERICAN DREAM #5« ist eine Hommage an den Maler Charles Demuth, der bereits 1928 die Zahl 5 dreifach in eine Bildkomposition aufgenommen hat. Diese Jahreszahl und das aktuelle Datum 1963 fügt Indiana hinzu, dazu Worte, die wie Befehle an Konsumenten wirken

Roy Lichtenstein

1923–1997

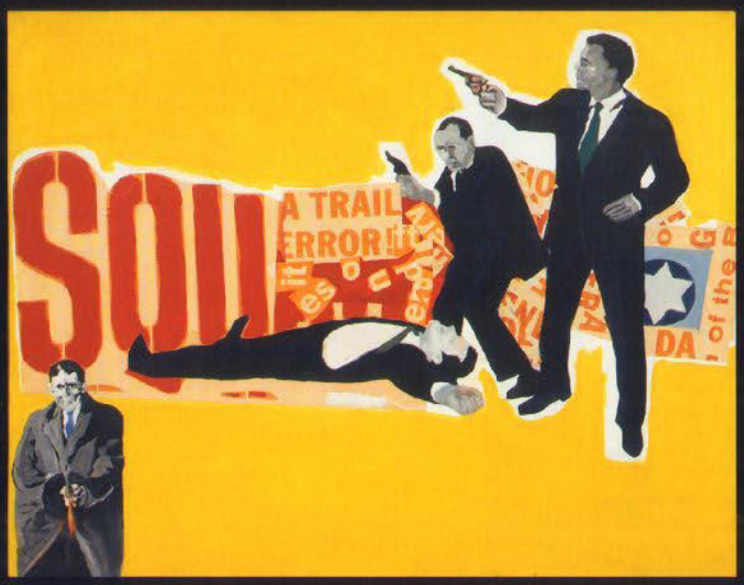
Tagsüber doziert der gebürtige New Yorker an einer Universität, abends experimentiert er auf der Leinwand lange Zeit erfolglos mit abstrakter Malerei oder Wildwestmotiven. 1961 überträgt er eine Comic-Szene auf großes Format – dies wird sein Durchbruch als Pop-Art-Künstler

WE ROSE UP SLOWLY ... AS IF WE DIDN'T BELONG TO THE OUTSIDE WORLD ANY LONGER ... LIKE SWIMMERS IN A SHADOWY DREAM ... WHO DIDN'T NEED TO BREATHE...



Schwarze Umrisse, Rasterpunkte und makellose Gesichter: Mit Bildern wie **»WE ROSE UP SLOWLY«** von 1964, das 173 x 234 Zentimeter misst, holt Lichtenstein die Mittel des Comics in die Kunstgalerie und gibt dem Banalen gewaltige Ausmaße

Rosalyn Drexlers Bilder erzählen mehr als die anderer Pop-Art-Künstler. Die Figuren scheinen im Raum zu schweben, ihre Posen deuten eine Geschichte an, die im Gangstermilieu spielen oder in einem Kriminalfilm vorkommen könnte: **»THE DEFENDERS«** aus dem Jahr 1963



Rosalyn Drexler

geboren 1926

Aus Zeitungen und Filmplakaten schneidet die in der Bronx geborene Malerin und Schriftstellerin Figuren aus, klebt sie zu Collagen zusammen und lässt den Betrachter im Ungewissen: Sieht er eine Kinopose, einen Mafiamord – oder hat das Gemälde möglicherweise überhaupt keinen Hintersinn?

Paparazzo-Motiv, ihal aus dem Zusam-ihang gerissen und matisch verstärkt durch rote Umrisslinie: Mit ARILYN PURSUED DEATH« von 1963 ver-delt Rosalyn Drexler Tausendfach gesehenes in eine beklem-nde Szene

Tom Wesselmann

1931–2004

Ende der 1950er Jahre entdeckt Wesselmann für sich die Assemblage, das Nebeneinander von Malerei und Fundstücken aus dem Alltag. Mit dieser Technik inszeniert er später die fade Welt der Warenkataloge, in der alles glänzt und zugleich steril wirkt

Lippen, Brustwarzen und Scham: Wesselmann malt keine Frau, sondern eine Attrappe der Lust – so sauber und unpersönlich wie das Badezimmer, in dem sie steht (**»BATHTUB 3«**). Der Künstler gestaltet die Assemblage 1963 unter anderem aus einem realen Duschvorhang, einem Handtuch und einem Wäschekorb

ED RUSCHA

geboren 1937

Als Kind schwärmt der Grafiker, Fotograf und Filmemacher für Walt-Disney-Comics. Doch Menschen darzustellen interessiert ihn nicht. Seine Gemälde zeigen später amerikanische Landschaften, Schriftzüge und Gebäude – in kühler Perfektion

Auf seinen Reisen fotografiert Ruscha Schilder und Straßenzüge – oder Tankstellen, über die er sogar ein Buch veröffentlicht. Dann malt er sie radikal vereinfacht auf Leinwände, wie hier die **»STANDARD STATION, AMARILLO, TEXAS«** von 1963

Wayne Thiebaud

geboren 1920

Anfangs hält sich Thiebaud als Cartoonist und Illustrator über Wasser. Als Künstler orientiert er sich zunächst am Abstrakten Expressionismus, ist aber erfolglos – bis er beginnt, Warenauslagen aus Schaufenstern zu malen

Wirklichkeitsnahe Farben und Formen kennzeichnen **»CAKES«** von 1963 – und doch wirken die Süßigkeiten seltsam fremd. Unter den Pop-Art-Künstlern sticht Thiebaud dadurch hervor, dass er einer individuelleren Malweise treu bleibt, in der die Handschrift des Künstlers erkennbar ist

Wonderful! Am 20. Februar 1962 umrundet der Astronaut John Glenn als erster Amerikaner die Erde. Und Präsident Kennedy sagt: „A wonderful job." John Glenn sagt: „A wonderfuwl trip." Seine Frau Annie sagt: „I feel wonderful."

Denn dies ist das Jahr 1962, und alles ist *wonderful*. Die 1950er Jahre haben das Durchschnittseinkommen des amerikanischen Arbeiters um 61 Prozent in die Höhe katapultiert. Noch immer wächst die Produktivität, die Zahl der Studenten, die Auswahl in den Supermärkten. Im Weißen Haus sitzt der jüngste Präsident, der die Vereinigten Staaten je regiert hat; der erste, der im 20. Jahrhundert geboren ist. Endlich versprüht ein Präsident wieder Optimismus, Tatkraft und den Willen zum Aufbruch.

„Lasst uns von vorn anfangen!", sagt John Fitzgerald Kennedy. Und er lächelt, lächelt, lächelt wie kein Präsident vor ihm.

Jetzt gibt es eine Kunst, die mitlächelt. Man nennt sie „Pop Art" – und sie sagt Ja zur modernen Welt, zu Comics und Hotdogs, zu Kühlschränken und Waschmaschinen und Marilyn Monroe. Sie sagt Ja zu Elvis, Ford und Coca-Cola, zum Highway 66 und zur Schönheits-OP. Sie sagt Ja zum American Way of Life, Ja, Ja, Ja.

„Pop ist Liebe", sagt der Pop-Künstler Robert Indiana, „weil er alles akzeptiert."

Pop, sagt sein Kollege Andy Warhol, „heißt, die Dinge zu mögen".

„Dies ist die beste aller möglichen Welten", frohlockt Robert Indiana.

Dieses Jahr, das Jahr 1962 – es ist das Jahr des Ja. Und es ist das Jahr der Wunder für eine Kunst, die Ja sagt.

Noch vor einem Jahr war sie nicht mehr als ein Gerücht unter Eingeweihten – doch in diesem Februar hat James Rosenquist in der New Yorker Green Gallery ausgestellt und Roy Lichtenstein beim berühmten Leo Castelli. Im Herbst haben dann auch Wesselmann, Oldenburg und Warhol ihre ersten Ausstellungen im respektablen Uptown Manhattan, wo das Geld und die Museen wohnen.

Als schließlich im Oktober 1962 in der Galerie Sidney Janis die Gruppen-Show „International Exhibition of the New Realists" eröffnet wird, gibt sogar die ehrenwerte „New York Times" der neuen Kunst ihren Segen: Sie sei jetzt „offiziell angekommen".

Und die Kunstkritiker, die zunächst nicht wussten, wie sie die neue Richtung nennen sollten – Alltagskünstler? Vulgaristen? Schildermaler? Kitschniks? –, haben endlich einen Begriff: Pop Art.

Ist es ein Zufall, dass in diesen Monaten auch ein Buch seinen Siegeszug antritt, das das Ja zum Mantra des modernen Amerikaners erhebt? Es heißt „Die Macht Ihres Unterbewusstseins". Sein Autor ist Joseph Murphy, dreifacher Doktor und Pfarrer der „Church of Divine Science" im kalifornischen Prominentenghetto Beverly Hills. Es wird, millionenfach verkauft und in 65 Auflagen nachgedruckt, zum Manual jener neuen Weltanschauung, die sich „Positives Denken" nennt.

Das Buch enthält Ratschläge wie „Denken Sie das Gute, und es wird sich verwirklichen!" Oder: „Wer sich gesund fühlt, wird gesund; wer sich reich fühlt, wird reich." Oder: „Armut ist eine geistige Krankheit."

Und schließlich: „Das einzige Hindernis auf dem Weg zu Leistung und Erfolg sind Ihre eigenen negativen Gedanken und Vorstellungen."

Es ist ein Autosuggestions-Programm in der Tradition der „Neugeist-Bewegung", die im 19. Jahrhundert Amerikas Seelen ergriff. Durch „Affirmationen" und „Visualisierungen" wollten deren Anhänger ihre Wahrnehmung und ihr Denken kontrollieren – und damit auch die Wirklichkeit.

Die „Neugeist"-Schülerin Mary Baker Eddy, Begründerin der „Christlichen Wissenschaft", stellte das Dogma auf, dass es in Wirklichkeit nichts Schlechtes gibt – es gibt nur unvollkommenes Denken. Wer aber nur das Gute denke, dem geraten auch alle Dinge zum Guten. Und vielleicht ist es kein Zufall, dass auch Pop-Künstler wie Claes Oldenburg und Robert Indiana zeitweilig den Lehren Mary Baker Eddys gefolgt sind.

Das „Positive Denken" ist ein innerer Cheerleader-Trupp, der singt und tanzt und die Pompons schwingt, egal wie das Spiel steht. Es ist eine Prophezeiung mit dem Anspruch auf Selbsterfüllung.

Tausende Lichter strahlen im Raster der Hochhäuser von MIDTOWN MANHATTAN. Und mittendrin, wie eine leuchtende Nadel, sticht die Spitze des Empire State Buildings in den Nachthimmel über New York

Die Jugend Manhattans feiert nur einen halben Block vom Times Square entfernt: In der PEPPERMINT LOUNGE, einem der beliebtesten Clubs der Stadt, tanzt sie den Twist. Auch die Pop-Art-Künstler treffen sich hier bisweilen

Der Grundriss ein Kreis, die Wände fensterlos, die Ausstellungsfläche eine sich über mehrere Stockwerke windende Rampe: Der 1959 eröffnete Neubau des SOLOMON R. GUGGENHEIM MUSEUMS ist ebenso gewagt wie umstritten

STADT DER REKORDE

Die höchsten Wolkenkratzer, die prächtigsten Paraden, die besten Museen, die neuesten Moden: Zu Beginn der 1960er Jahre erreicht New York seinen Zenit. Die Gesetze mögen in Washington gemacht werden, doch das eigentliche Herz der USA schlägt in der Acht-Millionen-Metropole am Hudson River

Bedeutende Ereignisse feiern die New Yorker traditionell mit bunten KONFETTIPARADEN. Bei diesem Festumzug am 1. März 1962 empfangen sie den ersten Amerikaner im Orbit: John Glenn

Trommler geben im CENTRAL PARK ein spontanes Mittagskonzert. In den 1960er Jahren machen Straßenmusiker, Bands und Orchester das grüne Zentrum der Stadt zu ihrer Bühne

Der Galerist von Jasper Johns könne alles verkaufen, selbst Bierdosen, spottet ein Konkurrent. Der Künstler nimmt ihn beim Wort und gießt zwei Büchsen in Bronze (»PAINTED BRONZE«, 1960)

Ja zum Konsum! Vergesst Sparsamkeit und Sicherheit, die Werte der frühen Fünfziger; jetzt werden Wünsche erfüllt, und zwar unverzüglich. Die Kreditkarten, die Amerikas Banken nun vermehrt ausgeben, erlauben Genuss mit endlos verzögerter Reue. Allein 1962 drängen vier neue Supermarktketten auf den Markt. Und auch Tom Wesselmann greift ins Regal, bestückt seine Stillleben mit „Tareyton"-Zigaretten, „Wish Bone"-Dressing und „Del Monte"-Spargeldosen. Selbst an den nackten Frauen in seinen Aktbildern, den „Great American Nudes", scheint nur das Preisschild zu fehlen.

Andy Warhol zeichnet sogar gleich Dollarscheine ab und reiht sie per Siebdruck 18-fach, 80-fach, 200-fach auf die Leinwand.

„Was magst du am liebsten?", hatte ihn eine Freundin gefragt. Warhol dachte nach und begann daraufhin, so erinnert er sich, „Geld zu malen".

Ja zur Größe! Ja zu Manhattans Ausrufezeichen aus Beton, Stahl und Glas, zu den Türmen des neuen World Trade Center, mit dessen Entwurf die Hafenbehörde in diesem Jahr des Ja den japanischen Architekten Minoru Yamasaki betraut.

Seit über 30 Jahren ist das Empire State Building schon das höchste Gebäude der Welt – jetzt wird es Zeit für einen neuen Rekord.

Yamasaki ist ein kleiner Mann mit großer Höhenangst; ihm schweben zunächst 80 Stockwerke vor, bislang die anerkannte Obergrenze für Hochhäuser. „Yama", belehrt ihn der Projektleiter, „Kennedy ist dabei, einen Menschen auf den Mond zu schicken. Und Sie werden mir die höchsten Gebäude der Welt bauen." Yamasaki fügt sich und liefert weisungsgemäß einen Entwurf mit zwei je 110 Stockwerke hohen Zwillingstürmen ab.

Der Maler Roy Lichtenstein – *think big!* – bläst Motive aus Comics zu mannshohen Formaten auf. „Das Entscheidende", sagt

der Pop-Galerist Leo Castelli zu diesen Bildern, „ist der Maßstab." James Rosenquist pinselt Gesichter in der Größe von Mittelklasseautos und Spaghettinudeln mit dem Durchmesser von Feuerwehrschläuchen. Claes Oldenburg formt riesige Eistüten, Kuchenstücke und Hamburger, aus Materialien wie Schaumstoff und bemaltem Segeltuch.

Ja zur Glätte! Ja zu den vakuumverpackten Lebensmitteln der neuen Supermärkte, hygienisch, antimikrobisch und geruchsfrei! Ja zu den polierten Oberflächen der neuen Wolkenkratzer, die das Stadtbild von Manhattan immer hermetischer versiegeln! Ja zu den Expressways mit einer Gesamtlänge von 130 Meilen, achtspurig und an die 70 Meter breit, die jetzt das Raster kleinerer Straßen ablösen!

AUCH DIE POP-KÜNSTLER FEIERN die klare Kontur, die abwaschbare Fläche. Die Austauschbarkeit einer Suppendose, die keine Geschichte kennt. „Ich möchte, dass meine Arbeiten geplant oder unpersönlich wirken", sagt Roy Lichtenstein. Und der gebürtige Stockholmer Claes Oldenburg hat seinen anfangs eher expressiv geformten Alltagsgegenständen längst jede Spur von Handarbeit ausgetrieben: „Gerade der unpersönliche Stil", sagt er, charakterisiere „Pop Art in reinem Sinne".

Ja zur Bilderflut! Ja zu den Fata Morganas aus den Fernsehgeräten, die mittlerweile in 86 Prozent der amerikanischen Haushalte stehen! Ja zu den illustrierten Zeitschriften des Pressemoguls Henry Robinson Luce, darunter „Time" und „Life", die jede Woche einem Drittel aller US-Familien ins Haus kommen und die in nicht einmal 40 Jahren ihre Auflage vertausendfacht haben.

Ja zum billigen Spaß der Comics, die in den Tageszeitungen mittlerweile dreimal so viele Leser finden wie die Nachrichten auf Seite eins! Ja zu den bunten Träumen aus den Werbebüros auf der Madison Avenue, wo die Herren der Wünsche in ihren Brainstormings sitzen, befeuert von Drei-Martini-Lunches und vier Schachteln Zigaretten am Tag! Binnen zwölf Jahren haben die Agenturen ihre Umsätze verdoppelt, und jeder Amerikaner bekommt täglich im Schnitt 1600 Werbesignale zu Gesicht.

Andy Warhol kopiert in seinen Bildern nun Reklame für Windschutzfenster. Roy Lichtenstein stiehlt für seine Kunst ein ballspielendes Mädchen aus einer Annonce in der „New York Times", adoptiert schluchzende Blondinen und markige Kriegshelden aus den bunten Heftchen neben der Supermarktkasse. Und James Rosenquist malt Reklamebilder von Zeitschriften und Bildschirmen auf riesige Leinwände und komponiert sie zu Bildergewittern aus chrom-

Lob des Konsums: Anfang der 1960er Jahre sieht jeder Amerikaner täglich 1600 Werbeimpulse

Die Vorlage für »KEDS« entdeckt Roy Lichtenstein in einer Zeitung (oben). 1961 malt er die Sportschuhe in Öl

glänzenden Autos, lächelnden Mündern und Spaghetti in Tomatensauce.

In der Welt der *public images*, wie der Pop-Propagandist Ivan Karp die Motive der neuen Kunst-Stars nennt, bewegen sich die Pop-Artisten schon lange wie Fische im spiegelnden Aquarium. Andy Warhol hat einst Schuhe für Modezeitschriften gezeichnet; hat als Werbegrafiker Goldmedaillen des renommierten Art Directors Club eingeheimst. Tom Wesselmann, der graduierte Psychologe, hat seit seiner Militärzeit Witze gekritzelt und Cartoons an Zeitschriften wie „1000 Jokes" verkauft.

Claes Oldenburg hat als Lehrling in einer Werbeagentur gearbeitet und als Zeichner für Illustrierte. Und James Rosenquist beschriftete erst im Mittleren Westen Getreidespeicher und Benzintanks, ehe er dann in New York vier Jahre lang in schwindelnder Höhe enorme Reklameplakate malte – eine Bildermasse, mit der er jetzt, so der Künstler, 15 Einzelausstellungen bestreiten könnte.

„Die Malerei ist vermutlich viel aufregender als die Werbung", sagt Rosenquist. „Warum sollte sie also nicht mit dieser Kraft und diesem Gusto, mit dieser Wucht gemacht werden?"

Schluss mit dem Geist der alten Generation, der stets verneinte! Schluss mit dem Ringen der Abstrakten Expressionisten!

Vorbei die Ära dieser grübelnden Magier, dieser stirnrunzelnden Priester der Hohen Kunst wie Jackson Pollock, Willem de Kooning und Robert Motherwell. Vorbei die Zeit von Sturm und Drang, der manischen Farbgewitter, der ungestümen Selbsterfahrungs-Malerei der „Action Painter", die mit jedem Farbtropfen die Essenz ihrer an Weltkrieg, Holocaust und Atombombe leidenden Seelen verspritzten.

Ein früher Warhol: Mit gezeichneten Schuhen gewinnt der junge Werbegrafiker erste Preise

Die neue Malerei ist cool und unsentimental. Es ist „Anti-Empfindlichkeits-Malerei", wie sie ihr Herold, der Galeriescout Ivan Karp, bald feiern wird: Denn „Sensibilität", dekretiert er, „ist langweilig".

Schluss mit den Seelenkrämpfen der Beatniks, dieser von den Weltkriegsjahren geprägten Generation, die ihr Barde Allen Ginsberg in seinen Gedichten porträtiert hat – „zerstört vom Wahnsinn, ausgemergelt hysterisch nackt"!

Schluss mit den überreizten Odysseen des Beat-Poeten Jack Kerouac, den Drogenhöllen des William S. Burroughs! Schluss mit den Wutausbrüchen gegen die Moderne, die Ginsberg 1955 in die Verse seines Gedichts „Geheul" goss: „Moloch! Moloch! Roboter-Apartments! Unsichtbare Vorstädte! Skelette in den Schatzkammern! Blinde Hauptstädte! Dämonische Industrien! Gespenstische Nationen! Unbesiegbare Irrenhäuser! Schwänze aus Granit! Monströse Bomben!"

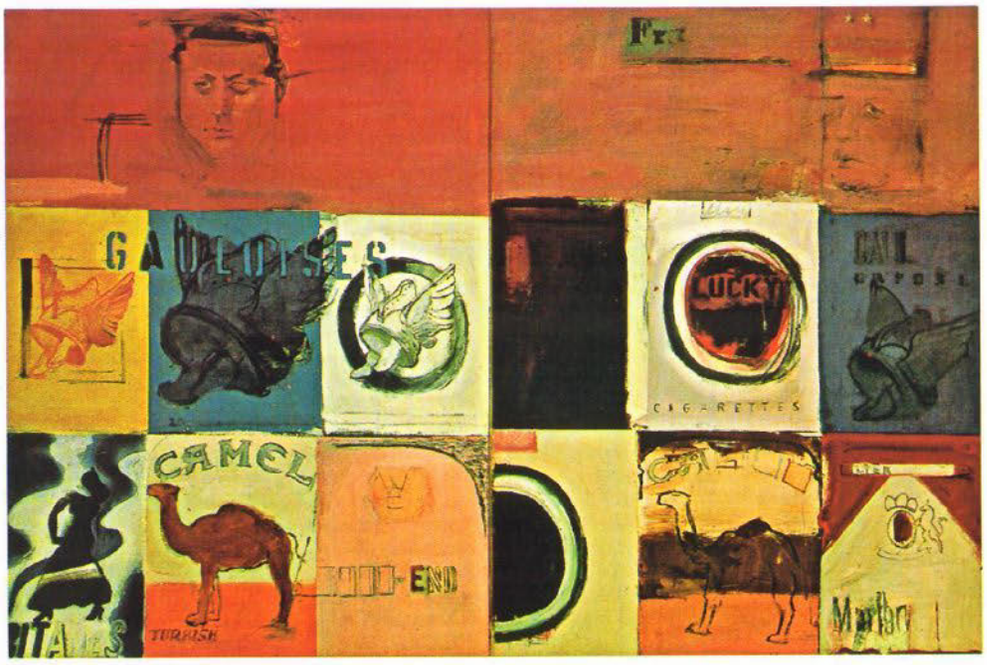
Die Zeit der Rebellion, des Schmollens gegen die Gesellschaft, ist vorbei. Selbst der Rock 'n' Roll hat seine subversive Tätigkeit vorübergehend eingestellt. Elvis Presley, der hüftenschwingende Teenager-Dämon der 1950er Jahre, hat seinen Militärdienst abgeleistet und ist als netter, bald leicht vollschlanker Onkel für die ganze Familie zurückgekehrt, der fortan mit fröhlichen Musikfilmen wie „Fun in Acapulco" Kinder und Großeltern verzaubert.

Angeblich wählt Warhol 1962 »CAMPBELL'S TOMATO SOUP« als Motiv, weil er jahrelang Suppen dieser Marke zu Mittag gegessen hat

„Jeder sollte eine Maschine sein", sagt Andy Warhol. Schluss mit den wilden Maler-Genies, deren abstrakter Zügellosigkeit! Schluss mit den ruinösen Besäufnissen, den Hahnenkämpfen in den Kneipen im Greenwich Village, wo sich die Abstrakten Expressionisten um Ruhm und Frauen zankten!

Schluss mit den Rüpeleien Jackson Pollocks, der jeden Dienstag in der „Cedar Tavern" erschien, sich zügig betrank und dann die Gäste beschimpfte – etwa als „de-Kooning-Imitator". Am 11. August 1956 ist Pollock, sieben Jahre zuvor in „Life" als möglicherweise größter lebender amerikanischer Künstler gerühmt, im Vollrausch von der Straße abgekommen; den Unfall hat er nicht überlebt. Und Willem de Kooning lässt schon verlauten, dass er keinesfalls weniger trinke als Pollock.

„Die wahre Ursache der Trunksucht", erläutert jedoch Doktor Joseph Murphy, „ist negatives und destruktives Denken."



Schemenhaft wachen John F. Kennedy (oben links) und der französische Präsident Charles de Gaulle (oben rechts) über verfremdete Zigarettenlogos. Larry Rivers malt »THE FRIENDSHIP OF AMERICA AND FRANCE«, als Kennedy 1961 Paris besucht

JETZT HERRSCHT DAS POSITIVE. Und ausgerechnet der Galerist Sidney Janis, der Anfang der 1950er Jahre den Abstrakten Expressionisten zum Durchbruch verholfen hat – ausgerechnet dieser Mann, ein exquisiter Kenner der Kunstgeschichte, macht nun die neuen Strahlemänner berühmt.

Zu der Gruppenausstellung „New Realists" hat er ein paar entfernte Geistesverwandte aus Europa dazugeladen, um die Bewegung auf Weltniveau zu hieven. Doch für die geballten Produkte von 55 Künstlern erweisen sich seine Galerieräume an der 57th Street bald als zu klein. Janis mietet einen leer stehenden Laden westlich der Fifth Avenue dazu, mit unverputzten Rohren und improvisierter Beleuchtung.

Dort präsentiert er im Schaufenster Oldenburgs Attrappen weiblicher Unterwäsche. Drinnen leuchten Warhols 200 Suppendosen, Rosenquists Ford-Kühler über einem Gewirr von Spaghetti sowie ein Stillleben Tom Wesselmanns aus Kartoffelchips, Stahlwolleschwämmen, Tomatensauce und Bier. Eine Comic-Hausfrau aus der Lichtenstein-Fabrik reibt lächelnd einen Kühlschrank blank.

Und in der Stammgalerie klaffen Warhols unvollendete „Malen nach Zahlen"-Umrisse von Narzissen und Iris, wälzen sich über fast vier Meter Leinwand Rosenquists „Silver Skies" – ein rasant geschnittener Farb-Film aus Reifenprofilen, einem Stück Frauengesicht mit schmalen Augen und dem Kopf einer Gans. Explodiert auf Lichtensteins „Blam" ein Jagdflugzeug in Primärfarben und bewährter Raster-Manier. Blam!

Der einzige Abstrakte Expressionist, der sich zur Eröffnung am 31. Oktober 1962 in dieses Sperrfeuer der guten Laune wagt, ist Willem de Kooning. Zwei Stunden lang marschiert er vor den Bildern auf und ab. Dann verlässt er wortlos den Ort seiner Niederlage. Bei der Nachfeier im Haus eines Sammlerehepaars, Besitzer mehrerer de Koonings, wimmelt ihn die Gastgeberin noch im Hausflur ab: „Nett, Sie zu sehen", sagt sie. „Aber kommen Sie doch bitte ein anderes Mal wieder."

„War das der lang angekündigte Sturz des Abstrakten Expressionismus?", fragt der Kritiker Harold Rosenberg, langjähriger Fürsprecher des „Action Painting". Die Ausstellung, stellt er fest, habe die Kunstszene mit der „Gewalt eines Erdbebens" getroffen. Und die „Art News" erklärt die Schau zum Manifest: Es proklamiere, „dass das Neue sich durchgesetzt hat und es Zeit für die alten Knaben wird, ihr Bündel zu schnüren".

Tatsächlich treten die „alten Knaben" schon bald den Rückzug an. Verbittert kündigen sämtliche Abstrakten Expressionisten die Geschäftsbeziehung mit der Galerie Janis auf – bis auf de Kooning, der allerdings überlegt, die Stadt zu verlassen.

Denn New York, ihre Stadt, ist ihnen fremd geworden. In der „Cedar Tavern" mischen sich schon seit einiger Zeit Künstler mit eleganten Anzügen und schmalen Krawatten unter die alten Recken in ihren farbbefleckten Jeans. Zwar schleudert Mark Rothko, der hochgerühmte Maler geheimnisvoller Farbquader, den Siegern noch das Spottwort „Pop-sicles" hinterher (ein *popsicle* ist ein Eis am Stiel). Und Gesinnungsgenossen stellen an einem Strand in den Hamptons, dem Naherholungsgebiet der New Yorker und beliebten Rückzugsort der alten Schule, Warnschilder auf: „Ab hier keine Pop-Künstler erwünscht!"

Doch die bleiben ungerührt. „Pop ist all das, was die Kunst in den letzten beiden Jahrzehnten nicht war", sagt Robert Indiana. „Es ist der amerikanische Traum, optimistisch, großzügig und naiv."

Nicht alle Kritiker werden den Pop-Artisten dieses ungebrochene Ja zum *American Dream* leichten Herzens abnehmen. Bald wird der Verdacht laut, hinter der Feier von Konsum und Massenkultur lauere in Wirklichkeit deren heimliche Verhöhnung. Sind Warhols Marilyn-Serien womöglich

gar keine Überhöhung, sondern vielmehr Demontage des Starkults? Sind die bunten Bonbons der Pop-Artisten vielleicht vergiftet – mit dem schleichend wirkenden Strychnin der Satire?

Die scheinbare Indifferenz der neuen Künstler, die sich nie in einem Manifest erklären werden, macht ihre Arbeit zur perfekten Projektionsfläche für Wünsche – zum Spiegel, in dem jeder Betrachter erkennen kann, was ihm selbst am Herzen liegt. So verstehen viele Experten Pop weniger als Affirmation denn als augenzwinkerndes Spiel mit Klischees: „Pop ist ein lustvolles, ironisches, kritisches Schlagwort", wird einer von ihnen schreiben, „schlagfertig gegenüber den Slogans der Massenkultur".

Diese Kenner werden Wesselmanns „American Nudes" weniger als Nachahmung der „Playboy"-Ästhetik lesen denn als Denunziation „einer voyeuristischen Schlüsselloch-Mentalität". Rosenquists Breitwand-Panoramen werden sie nicht als Überwältigungs-Bilder im Geist der Plakatwerbung deuten, sondern als detektivische Beweisstücke, welche „die vorproduzierte Welt" und das „Schlaraffenland" der Warengesellschaft „entlarven". In Lichtensteins Comic-Paraphrasen erkennen sie nicht so sehr die Umarmung der Massenmedien als Teil des modernen Lebens, sondern den Versuch, „deren Gefüge durchsichtig zu machen".

Die spöttisch-ironische Haltung mancher britischen Kollegen, die beim Bad in der Alltagskultur die Chlorbrille der Kritik nie vergessen haben, scheint Amerikas Pop-Künstlern fernzuliegen. Um Scherz und Satire geht es ihnen kaum. Auch mit den Dadaisten wollen sie nicht verglichen werden.

Doch die „jungen coolen Männer von heute", versichert ihr Galerist Sidney Janis, seien vielmehr „das genaue Gegenteil" jener „zornigen Männer von 1918" und ihrer Guerilla-Aktionen gegen Macht, Religion und etablierte Kultur. Sie seien der Anti-Pol jener „intellektuell, gesellschaftlich und künstlerisch Unzufriedenen", wie es Robert Indiana ausdrückt, „mit gefurchter Stirn und pelzigen Haaren".

DABEI IST AUCH DAS JA des Pop aus einem Abseits hervorgekrochen. Eine Zeit lang haben einige seiner Verkünder an der Südspitze Manhattans gelebt – Welten ent-

JAMES ROSENQUIST hat Malerei studiert und bei berühmten Künstlern gelernt – doch Aufmerksamkeit erregt er zunächst nur mit Werbebildern, die er auf riesige Plakatwände pinselt: Flaschen, Badeanzüge und meterhohe Gesichter von Stars

Kurz vor dem Durchbruch der Pop Art posiert ROBERT RAUSCHENBERG auf einem verlassenen Grundstück unweit seines Ateliers. Mit Collagen aus Alltagsgegenständen hat der Texaner der neuen Kunst ihren Weg gewiesen

CLAES OLDENBURG (auf dem Boden sitzend, 3. v. l.) träumt davon, seine Kunst mit Leben zu füllen. Mit Freunden und Freiwilligen führt er deshalb in Galerien Happenings auf, groteske Aktionen, an denen auch das Publikum mitwirkt

DIE NEUEN HERRSCHER DER KUNST

Obwohl sie gemeinsam die Malerei revolutionieren, schließen die meisten Pop-Artisten keine engen Freundschaften. Sie treffen sich auf Partys, stellen ihre Werke zusammen aus und veranstalten sogar Schauspiele – doch im Grunde verfolgt jeder von ihnen seinen eigenen Weg zu künstlerischem Ruhm

Fünf Männer bilden den inneren Zirkel der Pop Art: Tom Wesselmann, Roy Lichtenstein, James Rosenquist, Andy Warhol und Claes Oldenburg (v. l.). Manche Kritiker nennen sie die »NEW YORK FIVE« (Party in Warhols Atelier, 1964)

Zahlenkreise von Robert Indiana, Tanzschritte von Warhol, Hotdogs von Oldenburg: Eine Gruppenausstellung in der New Yorker SIDNEY JANIS GALLERY verhilft der Pop Art im Herbst 1962 zum Durchbruch

fernt von der 10th Street, wo viele Abstrakte Expressionisten wohnten und in ihrem Stammcafé Pariser Bohèmeszenen nachstellten.

Noch 1960 hat James Rosenquist Plakatwände bemalt. Noch im Herbst 1961 musste Claes Oldenburg als Buchsortierer in einer Bibliothek arbeiten.

Und noch im Sommer 1962 hat Tom Wesselmann von Cornflakes und Nudeln gelebt und seine „New York Times" aus den Papierkörben der U-Bahn-Stationen gefischt, weil er kein Geld hatte, sich die Zeitung zu kaufen.

Jetzt aber, nach dem Erfolg der Ausstellung bei Sidney Janis, kann er seiner Freundin neue Kleider schenken, kann sich ein größeres Atelier leisten, größere Leinwände, bessere Farben und Pinsel. Und der Preis eines Bildes von Warhol oder Lichtenstein, die 1961 noch für 150 bis 500 Dollar zu haben waren, steigt in wenigen Jahren auf 500 bis 8000 Dollar.

Das Idol weint: Ray Johnson malt Elvis Presley blutige Tränen ins Gesicht (»OEDIPUS – ELVIS 1«, 1957)

Das ist keine Verschwörung, keine konzertierte Aktion einer Gruppe von Kunst-Partisanen. Sondern eine Revolution, die aus allen Richtungen kommt: „Die Sache lag in der Luft", wird sich Roy Lichtenstein später erinnern.

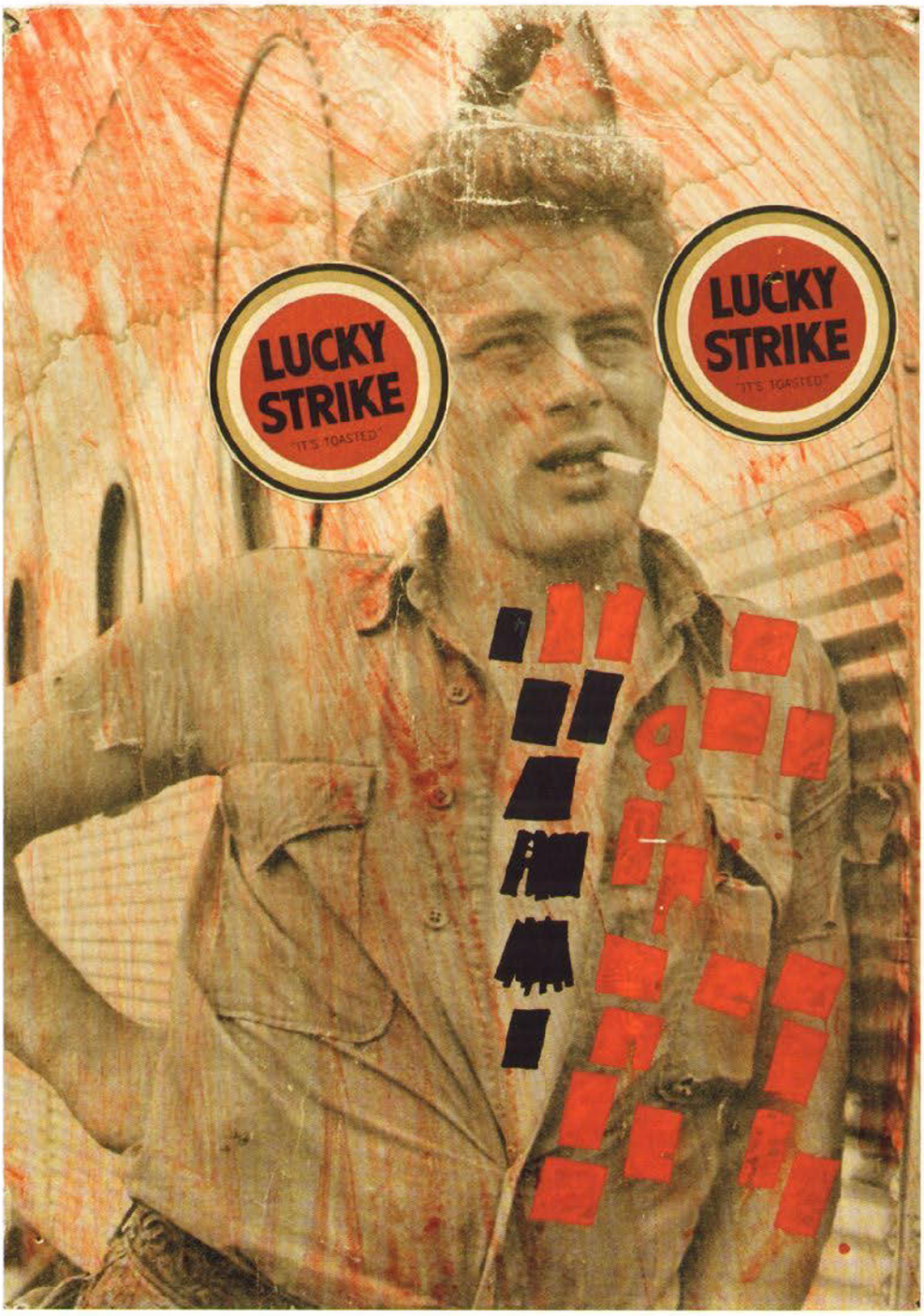
„Das Phänomenale an den Pop-Malern ist, dass sie schon auf dieselbe Weise malten, als sie sich kennenlernten", wird Warhol erzählen. Und der Kurator Henry Geldzahler wird noch nachträglich staunen: „Es war wie in einem Science-Fiction-Film."

Im Frühjahr 1961 hat Andy Warhol in einer Galerie zum ersten Mal eines der Comic-Bilder Roy Lichtensteins gesehen. „Das ist die reine Provokation, finden Sie nicht auch?", fragte der Galeriedirektor ihn mit stolzem Lauern. Warhol aber verschlug es die Sprache. Schließlich brachte er mit zitternder Stimme heraus: „Aber genau solche Bilder male ich auch" – und wich auf Suppendosen, Colaflaschen und Dollarnoten aus.

NICHT ERST POP hat die Alltagskultur zum Kunstmotiv erhoben. Schon Dadaisten und Kubisten haben Zeitungsschnipsel in ihre Bilder collagiert, bereits 1924 hat der Amerikaner Stuart Davis an einer Flasche „Odol"-Mundwasser Maß genommen.

Und zur Mitte der 1950er Jahre begann Robert Rauschenberg, der Texaner mit dem Erobererlachen, Dinge des täglichen Gebrauchs in seine Bilder einzubauen – Autoreifen, Krawatten, Comics, Colaflaschen.

Sein Lebensgefährte Jasper Johns, der sich wie Rauschenberg ein Zubrot als Schaufensterdekorateur für Geschäfte wie Tiffany & Co oder Bonwit Teller verdiente, wandte sich vorgefundenen Symbolen zu, malte Zielscheiben und Sternenbanner.



Als einer der Ersten verfremdet Ray Johnson Star fotos: James Dean klebt er 1957 Zigarettenlogos a die Ohren (»JAMES DEAN, LUCKY STRIKE«)

Es war der Galerist Leo Castelli, der damals Johns und Rauschenberg groß gemacht hat – und der jetzt die Pop-Artisten zum Ruhm führt.

Castelli, geboren im kaiserlich-königlichen Triest und noch immer mit der Aura des Alten Europa durchtränkt, ist in New Yorks Kunstszene der Aristokrat – mit seinen Handküssen, seinen weichen schwarzen Schuhen, seinem grauen Flanellanzug und seiner sanften Stimme, die in fünf Sprachen parliert.

Und als der Abstrakte Expressionist Willem de Kooning einmal säuerlich spottete, Castelli könne wahrscheinlich sogar Bierdosen als Kunst verkaufen – da goss Johns kurzerhand zwei „Ballantine Ale"-Büchsen in Bronze, malte säuberlich die Etiketten auf und befestigte die profanen Ikonen auf einem Sockel. De Kooning behielt recht.

Doch all diese Werke hatten noch den Charme des Individuellen, die warme Aura des Handgemachten. Auch wenn Johns und Rauschenberg den Alltag in ihre Bilder holten: Ihre Malweise blieb den schrundigen Oberflächen und pastosen Pinselstrichen des Abstrakten Expressionismus treu.

Die neue Generation aber passt sich nicht nur in den Motiven, sondern auch in deren Darstellung den Gestaltungsregeln der Massenkultur an. „Ich glaube, der Gegenstand ist nicht so wichtig wie die Haltung", sagt Claes Oldenburg.

Auch die Pop-Künstler mussten ja erst einmal Nein sagen, um Ja sagen zu können. Sie mussten das Erbe der Abstrakten Expressionisten abschütteln – den „Pollock auf meiner Schulter", der Oldenburg lange beschwerte.

Auch Tom Wesselmann musste die „körperliche Erregung im Magen" überwinden, die ihn einst vor einem Motherwell-Bild im Museum of Modern Art ergriffen hatte, musste die Depression bekämpfen, die ihn angesichts eines de Kooning packte. Das Bild schien ihm so viel besser als alles, was er selbst sich zutraute – und war von einer dampfenden Virilität, die dem stillen Wesselmann unerreichbar schien.

Auch Rosenquist hat, bevor er Fords und Frauenmünder malte, lange Versuchsreihen im herrschenden Stil absolviert.

Und Lichtenstein brauchte gar die Hilfe seiner Kinder, um den gestischen Pinselstrich endgültig hinter sich zu lassen: Eines Tages zeigte ihm einer seiner Söhne ein Comic-Heft und verkündete provozierend: „Ich wette, so gut kannst du nicht malen." Lichtenstein nahm die Herausforderung an und begann, Comic-Motive im Großformat auf die Leinwand zu übertragen.

Eines der Bilder zeigte einen angelnden Donald Duck, der den Haken auswirft und den eigenen Jackenschoß erwischt: „Schau mal, Mickey, ich habe einen ganz Großen gefangen!"

Als Ivan Karp, Kunst-Scout der Galerie Leo Castelli, im Jahr 1961 zum ersten Mal Lichtensteins Cartoon-Blow-ups sah, ergriff ihn ein „Frösteln". „Sie waren kalt, leer, unverschämt und überwältigend", erinnert er sich. „Es war ein Affront gegen die Kunst der denkenden Menschen."

Lichtenstein, hauptberuflich Lehrer an der Rutgers University, hatte an diesem Tag

Das Maul weit aufgerissen, die Faust geballt: Im Jahr 1961 wütet dieser Riesengorilla auf amerikanischen Kinoleinwänden, zwei Jahre später verwendet Rosalyn Drexler ein Bild des Primaten für »KING KONG A. K. A. THE DREAM«

in der unterrichtsfreien Zeit fünf seiner Bilder auf das Dach seines Wagens gepackt und war damit bei Castellis Galerie vorgefahren. Er berief sich auf die Empfehlung eines anderen Künstlers. Nun stand er im Flur, die Leinwände gegen die Wand gekehrt, und drehte ein Bild nach dem anderen um.

PIN-UPS UND FILMSTARS sind die Madonnen der neuen Kunst

Karp war erschüttert. „Das können Sie wirklich nicht machen, wissen Sie", sagte er. Seine Stimme habe in seinen eigenen Ohren geklungen, als redete er mit sich selbst, so erinnerte er sich später. Als wäre der Schock zu groß, um ihn in klare Worte zu fassen.

„Nun", antwortete Lichtenstein, „es sieht so aus, als wäre ich schon mitten dabei."

Karp zögerte lange, bevor er die Bilder Castelli zeigte. Der Galerist spürte darin „einen ursprünglichen, infantilen, adoleszenten Sex-Appeal" – und holte, um sicher zu gehen, erst einmal die Meinung seiner Stammkunden ein. „Es waren schlimme Auftritte", erinnert er sich. „Wirklich unangenehme Momente. Die Leute fanden, wenn wir solche Kunst zeigten, wäre das unser Ende. Sie fanden, dass wir zu weit gingen."

Dennoch richtete Castelli im Februar 1962 dem Newcomer eine Einzelausstellung aus. Als ein Reporter von „Newsweek" zur Vorbesichtigung kam, bereitete der Galerist ihn vorsichtshalber auf das Schlimmste vor: „Manchmal", orakelte er, „muss man über seinen eigenen Geschmack hinausgehen."

JETZT, KEINE ZEHN MONATE später, spricht die ganze Stadt von Pop. Doch auch wenn die Gruppenschau in der Galerie Sidney Janis „New Realists" heißt – diese Kunst ist alles andere als realistisch.

„Ich zeichne niemals den Gegenstand selbst", stellt Roy Lichtenstein klar: „Ich zeichne nur eine Abbildung des Gegenstands." Und auch Oldenburg legt Wert auf die Feststellung, dass er „Plakate und Anzeigen kopiert anstelle des wirklichen Dings".

Die Wirklichkeit, die Pop auf die Leinwand bringt, stammt meistens aus zweiter Hand. Die Zahlen und Buchstaben, mit denen Robert Indiana seine Leinwände füllt (etwa „EAT"), hat sich der Maler von den Nummernschildern der Highways und den Reklametafeln der Raststätten abgeschaut. Und Tom Wesselmann hält sich oft nicht einmal mit dem Kopieren auf, sondern collagiert gleich die Originale in seine Bilder.

Auf der Jagd nach Reklame-Schätzen durchstreift er die Stadt. Durchwühlt die Mülleimer der U-Bahn-Stationen nach Plakaten für „Rice Krispies" oder „Wiedemann Fine Beer", wäscht zu Hause sorgsam die Leimreste ab.

Er fährt im letzten Wagen der Linie F bis zur Endstation, um sich heimlich einen begehrten Aushang zu greifen. Geht Besitzer von Reisebüros und Hamburger-Shops um Material an, korrespondiert wöchentlich mit einem Dutzend Firmen – und greift, wenn alles nichts hilft, in die Brieftasche: Für einen riesigen Plastik-Maiskolben bietet er dem Inhaber eines Imbissstands auf Coney Island 50 Dollar. Für so viel Geld, antwortet der erfreute Geschäftsmann, würde er seine Mutter verkaufen. Wesselmann montiert das monströse Gemüse in sein „Stillleben # 24".

Manchmal baut er auch klingelnde Telefone oder flimmernde TV-Geräte in seine Potpourris ein – und ist hingerissen, wenn ein Kennedy-Kopf auf dem Bildschirm mit seinem Lincoln-Porträt in der oberen Bildhälfte in Dialog tritt: Das ist dann „ein überraschender und ziemlich bewegender Moment".

Ein donnerndes Ja! Es übertönt die Angst vor der Gleichschaltung, die nach dem Bestseller „Die geheimen Verführer" des Sozialforschers Vance Packard 1957 die kritische Öffentlichkeit ergriffen hat: Mithilfe unterschwelliger Manipulationen sei die Werbung, seien die Gehirnwäscher aus der Madison Avenue im Begriff, die Konsumenten in willenlose Schafe zu verwandeln.

Pop behauptet, damit kein Problem zu haben. Claes Oldenburg bekennt in einem langen Manifest, er sei „für Kool-Kunst, 7-UP-Kunst, für Pepsi-Kunst und Sunkist-Kunst". Andy Warhol belässt es nicht bei Verbalbekundungen und macht den Markenwert von Produkten zum Thema seiner Bilder – je stärker die Marke, so scheint es, desto besser die Kunst.

Der gebürtige Holländer WILLEM DE KOONING wird von der Kunstwelt für den kraftvollen Pinselstrich in seinen abstrakten Gemälden gefeiert – bis ihm die Pop-Artisten den Rang ablaufen (»Spike's Folly II«, 1960)

Wie ein Lichtspalt wirkt die dünne Linie, die das tiefe Blau durchschneidet. Für BARNETT NEWMAN symbolisiert sie jenen Moment in der Schöpfung, als Gott den Tag vom Dunkel trennte (»Midnight Blue«, 1970)

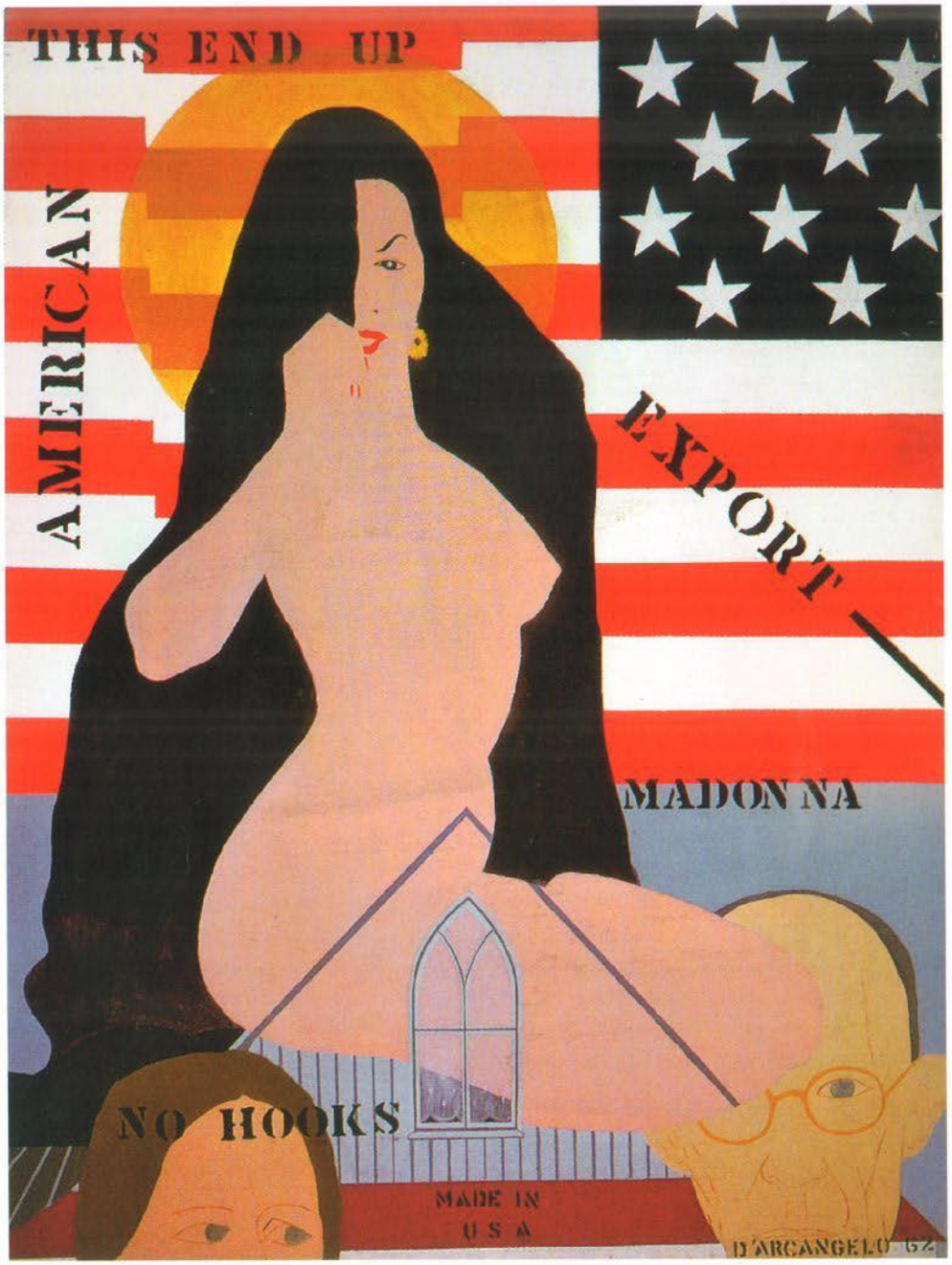
DIE GEQUÄLTEN GENIES

Seit etwa 1946 beherrscht eine kleine Gruppe von Künstlern die amerikanische Malerei. Die Abstrakten Expressionisten sind grübelnde Exzentriker, die in ihren Gemälden oftmals ihr Leiden an Krieg und Zerstörung ausdrücken. Der vermeintlichen Oberflächlichkeit der Pop Art stehen sie ratlos gegenüber

Die rätselhaften Farbwolken von MARK ROTHKO sollen beim Betrachter tiefe Gefühle wecken, ähnlich jenen, die eine religiöse Offenbarung auslöst (»White Cloud over Purple«)

ROBERT MOTHERWELL will nicht mit dem Verstand malen, sondern mit seinem Unterbewusstsein. Seine Hand, so sagt er, führe den Pinsel ganz allein – auch bei diesem Klagelied über den Spanischen Bürgerkrieg (»Elegy to the Spanish Republic«, 1961)

1950 schafft JACKSON POLLOCK das Gemälde »Autumn Rhythm (Number 30)« in der von ihm entwickelten Technik des Drip-Painting: Er kleckert, schnippt und spritzt die Farbe auf die auf dem Boden liegende, mehr als fünf Meter breite Leinwand



Die Köpfe zu Füßen der **»AMERICAN MADONNA NO. 1«** hat Allan D'Arcangelo einem Klassiker der US-Kunst entnommen (unten)

Vier von fünf Fertigsuppen, die in den USA verkauft werden, stammen von der Firma Campbell's – also malt Andy Warhol 200 Campbell's-Suppendosen, Acryl auf Leinwand, 183 mal 255 Zentimeter.

Coca-Cola verkauft täglich 65 Millionen Portionen in 115 Ländern der Welt? Andy Warhol lässt per Siebdruck 210 Colaflaschen in sieben Reihen auf der Leinwand aufmarschieren. Und weil auch Prominente ab einer gewissen Menge verkaufter Schallplatten oder Kinokarten Marken sind, schiebt er 36 Elvisse hinterher und sechs, 20, 100 Marilyn Monroes.

Die hypnotische Macht der Wiederholung: Klingt in ihr nicht ein Echo jener „Affirmationen" nach, die das Programm des Positiven Denkens vorschreibt („Wiederholen Sie vor dem Schlafengehen das Wort ‚Reichtum' etwa fünf Minuten lang ganz ruhig und mit Gefühl, und Ihr Unterbewusstsein wird Ihre Vorstellung alsbald verwirklichen")? Nimmt sie nicht den monotonen Rhythmus der Straßenreihen in den neuen Reißbrett-Vorstädten auf, wo ein Haus aussieht wie das andere?

Denn auch wenn die neue Kunst vor allem in New York produziert und gehandelt wird – ihr Bezugspunkt ist am ehesten jener Nicht-Ort, der Amerika definiert wie kein anderer. Es ist die *suburb*, die Vorstadt, in der zur Jahrzehntwende rund 60 Millionen Amerikaner zu Hause sind, ein Drittel der Bevölkerung.

Suburbia ist die Kolonie des Ja. Es ist das Land der glücklichen Familien, der Einkaufszentren, der Heimwerker, Rasenmäher und Gartensprenkler, der Barbecue-Partys hinter weißen Zäunen. Hier wohnen die lächelnden Hausfrauen aus den Lichtenstein-Comics und Wesselmann-Collagen.

In den Fertighäusern der Vorstädte regiert jene Konformität, die Pop glamourisiert (Warhol: „Ich will, dass jeder gleich denkt") und in seinen Produkten nachstellt. Die all-amerikanische Norm der Barbie-Puppe, die ausgerechnet in diesen Jahren die Kinderzimmer erobert.

Barbie, benannt nach der Tochter ihrer Erfinderin Ruth Handler, ist am 9. März 1959 auf den Markt gekommen und geht binnen fünf Jahren neun Millionen Mal über den Ladentisch. 1961 hat ihr die Firma Mattel einen *boyfriend* zugesellt – den sportlichen Ken mit seinem kantigen Kinn und dem Bürstenhaarschnitt.

An diesem Prototyp richtet sich von nun an das amerikanische Idealpaar aus. Barbie und Ken normieren den Schönheitsbegriff wie die aufklappbaren Pin-up-Girls auf den Mittelseiten des „Playboy". Und wie die „Bunnies", die Kellnerinnen im „Playboy Club" an Manhattans 59th Street, der in diesem Jahr eröffnet hat: mit ihren überall gleichen Korsett-Kostümen, den Hasenohren aus Satin und den kinderkopfgroßen Baumwollpuscheln auf dem Hinterteil; mit ihren Standard-Körbchengrößen, ihren Standard-Sätzen („Guten Abend, ich bin Ihr Bunny Mary-Rose"), ih-

Grant Wood malt 1930 jenes Bild, das D'Arcangelo zitiert: **»AMERICAN GOTHIC«**, das Porträt eines Farmers und seiner Tochter

Die ganze menschliche Existenz reduziert Robert Indiana im Jahr 1962 auf zwei kurze Wörter: Essen und Sterben. Vermutlich hat ihn der Tod seiner Mutter, einer Restaurantbesitzerin, zu »EAT/DIE« inspiriert. »Eat« war angeblich ihr letztes Wort

ren Standard-Posen – das züchtige Nippen an der Zigarette; das Sitzen auf der Stuhllehne; das Stehen mit angewinkelter Hüfte, ein Fuß vor den anderen gesetzt.

„Jeder sieht gleich aus und tut das Gleiche", frohlockt Andy Warhol. „In Russland macht es die Regierung. Hier passiert es von ganz allein."

Der hochmütige Kult des Individuums, den die Farb-Heroen um Pollock und de Kooning zelebrierten, ist Vergangenheit, und auch das Publikum für die Kapriolen der Künstler ist nun ein anderes. Die Hochkultur ist kein Reservat der Elite mehr.

Schluss mit Dünkel, Stammbaum und Etikette – „die boomende Mittelklasse übernimmt das Ruder", wie eine Zeitungsanzeige des Kaufhauses „Gimbel's" jubiliert.

Kunst wird vom Andachtsobjekt des Großbürgertums zum Vergnügen für alle. Nie gekannte Massen pilgern zu Rembrandt, Chagall und Picasso – im frisch eröffneten Neubau des Guggenheim-Museums an der Fifth Avenue, im Metropolitan ein paar Hundert Meter weiter südlich, in den Galerien der Stadt. Das Museum of Modern Art kann seine Besucherzahlen binnen acht Jahren mehr als verdoppeln.

JETZT BUMMELN HORDEN von Kunst-Schaulustigen Samstag für Samstag die Madison Avenue und ihre Seitenstraßen zwischen 57th und 86th Street auf und ab. Sie treffen sich bei Castelli oder Emmerich, bei Duveen oder Wildenstein, bei Parke-Bernet, Kootz oder Staempfli.

Junge Mädchen mit schmollendem Blick wimmeln durch die Galerien; sie tragen kniehohe Stiefel und riesige Sonnenbrillen, Nylon-Stretchhosen und Alligatormäntel, verteilen Küsschen und Klatsch und hoffen, einen Blick auf Greta Garbo zu erhaschen.

Und so demokratisch ist die Kunst geworden, dass selbst Andy Warhol bald fürchtet, Pop könnte „die falschen Leute" ansprechen: „Die Leute, die wirklich Kunst mögen, können die jetzige Kunst nicht leiden. Während die Leute, die nichts von Kunst verstehen, mögen, was wir tun."

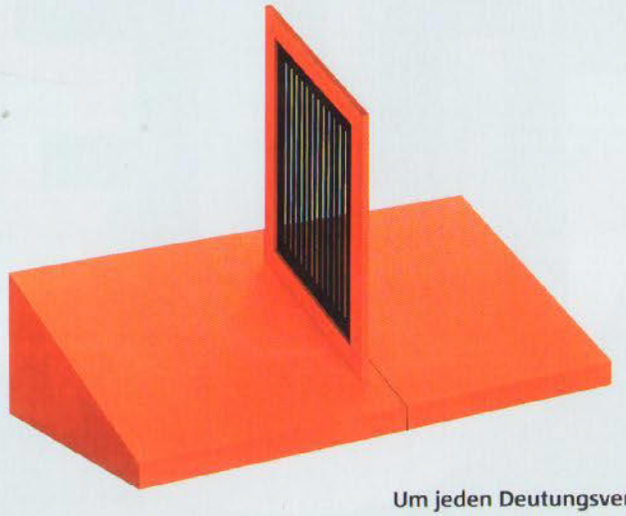
Jetzt treten fröhliche, vulgäre Großmäuler auf den Plan wie der Taximagnat Robert Scull. Schon 1962 kauft er für unerhörte 1400 Dollar einen Rosenquist („Sogar der Künstler dachte, dass ich verrückt bin", erinnert sich Scull) – der jedoch drei Jahre später 10 000 Dollar wert ist. Es sei ein Glück, sagt Scull, dass man sich angesichts dieser Bilder keine Sorgen mehr machen müsse, „ob Kunst gut oder schlecht ist". Und kokettiert damit, dass seine drei Söhne mehr von Pop Art verstünden als er selbst.

Die Sammlerkarriere des Versicherungsmaklers Leon Kraushar beginnt 1961 mit einem Lichtenstein und umfasst bald über 100 weitere Pop-Werke. („Es gibt keine andere Kunst", sagt Kraushar. „Alles andere ist Geschichte.")

Seine Beute verteilt er sinnreich über sein weiträumiges Haus: Das Esszimmer

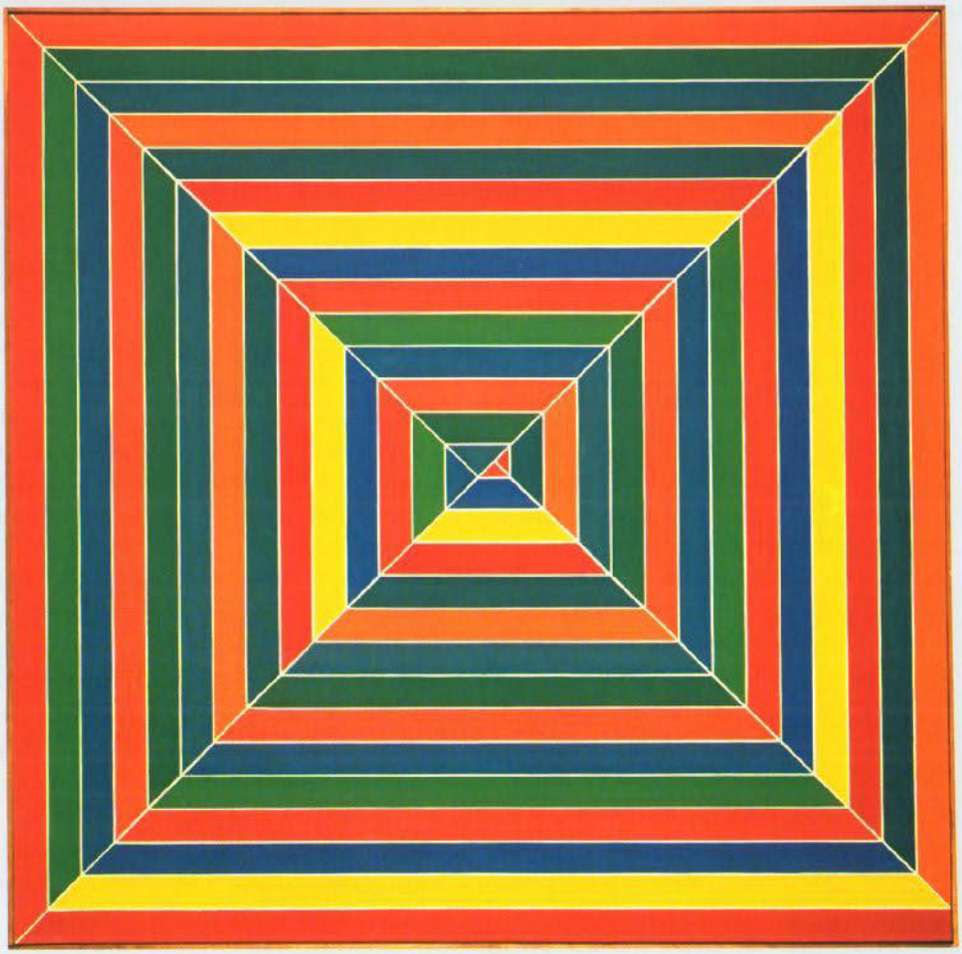
DIE MAGIE DER KLARHEIT

Quader, Zylinder und manchmal eine Kugel: In den 1960er Jahren bildet sich neben der Pop-Kunst noch eine weitere Gegenbewegung zum Abstrakten Expressionismus: die Minimal Art. Deren Vertreter wollen mit ihren Werken keine Botschaft vermitteln – sie präsentieren weiße Leinwände und feiern die reine Geometrie



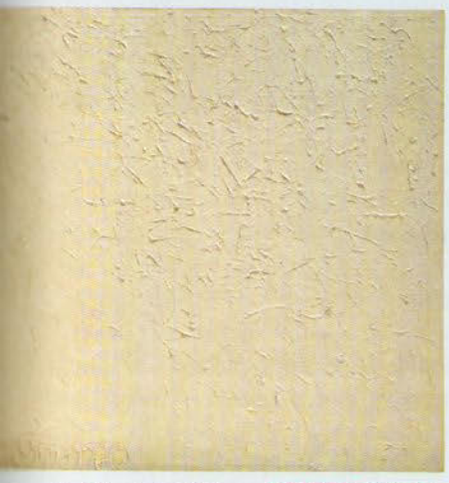
Um jeden Deutungsversuch zu verhinden, gibt DONALD JUDD vielen seiner Werke keinen Namen. Dieses »Untitled« (1963) aus Holz und Metall taucht er in seine Lieblingsfarbe: giftiges Kadmiumrot

Aus gewöhnlichen Neonröhren konstruiert DAN FLAVIN strahlende Skulpturen. Mit »The Diagonal of May 25th, 1963 (to Robert Rosenblum)« erlebt er seinen Durchbruch als Meister des Lichts



Eine bunte Spirale entspringt im Mittelpunkt von »Hyena Stomp«. Was sein 1962 vollendetes Gemälde bedeutet, sagt FRANK STELLA nicht. Auf Fragen antwortet er meist nur: »Sie sehen, was Sie sehen«

Als habe ein Kind seine Bauklötze gestapelt, so wirkt »Cock« von CARL ANDRE (1963). Der Bildhauer verzichtet oft darauf, sein Material zu bearbeiten – und verwendet etwa Holz so, wie er es vom Sägewerk bekommt



»Untitled« (1960) von ROBERT RYMAN ähnelt einer nackten Leinwand. Der New Yorker will keine Illusionen schaffen oder fremde Welten beschwören und verwendet deshalb fast immer einen einzigen Farbton: Weiß

Die MINIMAL ART feiert die reine Form

dekoriert er mit Werken zum Thema Lebensmittel – eine von Oldenburg aus Vinyl geformte „Baked Potato" oder „Campbell's Rindfleisch-Nudelbrühe" von Andy Warhol. Und über die floral gemusterte Couch, gegenüber vom Tigerfell auf dem Parkett, platziert er einen Lichtenstein'schen Comic-Kuss in Cinemascope.

„Diese Bilder sind wie IBM-Aktien", verkündet der Sammler. „Jetzt ist die Zeit, in der man kaufen muss."

Die Künstler selbst aber haben alle Berührungsängste mit dem Mammon, wie vulgär er sich auch gebärden mag, abgestreift. Die Verachtung der Abstrakten Expressionisten für die Bourgeoisie, der legendäre Trotz, mit dem Jackson Pollock eines Abends in den Kamin der Sammlerin Peggy Guggenheim gepinkelt haben soll, sind den Pop-Künstlern fremd.

Sie finden sich schon nachmittags in der Wohnung des Sammlerpaars Scull auf der Fifth Avenue ein, mit Blick über Metropolitan Museum und Central Park, und lassen sich nicht vertreiben, bis endlich das Abendessen auf dem Tisch steht. Sie nehmen es nicht krumm, wenn Scull sie mit endlosen Geschichten aus dem Droschkengeschäft langweilt und dann mit einem 50-Dollar-Schein zum Getränkeholen schickt.

Auch wenn die meisten Pop-Künstler die magische Grenze der 30 schon überschritten haben, Roy Lichtenstein sogar schon kurz vor der 40 steht – ihre Kunst trägt die Gloriole der Jugendlichkeit. Die ist ein besonderer Marktwert in einem Land, in dem die Hälfte aller Einwohner mittlerweile jünger als 25 Jahre sind, und ein Verkaufsargument für die Älteren, die sich nach ihrer Jugend zurücksehnen.

Pop ist eine Kunst für Zeitgenossen, die die trivialen Elemente ihres Alltags in den Kunstwerken wiederfinden wollen – für Menschen wie den Star-Architekten Philip Johnson, der bekennt, ihm sei dank Pop „die Welt ein angenehmerer Aufenthaltsort" geworden. „Ich sehe die Dinge mit ganz anderen Augen – Coney Island, Plakate, Coca-Cola-Flaschen", frohlockt er. „Jetzt macht es Spaß, in einen Supermarkt zu gehen."

Und während sich die wohlhabend gewordenen Abstrakten Expressionisten in ihre Landhäuser zurückziehen, vergnügen sich die Pop-Künstler an den Kultstätten der großstädtischen Jugend – beispielsweise in der „Peppermint Lounge" an der 45th Street, einen halben Block östlich des Times Square, wo die Mädchen mit den schwarz umrandeten Augen, den Stretchnylon-Jeans, den kabelgestrickten Mohairpullovern und den Bienenkorbfrisuren Twist tanzen. Mit diesem Tanz hat der neue amerikanische Überschwang auch die Clubs erobert. Ohne Partnerkontakt lassen Männer und Frauen Hüften und Arme kreisen.

Und längst ist Twist mehr als ein Spaß für Halbwüchsige und Matrosen. Seit Oktober 1961, als sich Tennessee Williams, Greta Garbo und die Kennedy-Schwester Jean Smith nach einem Besuch der Metropolitan Opera in der „Peppermint Lounge" amüsiert haben sollen, ist der Tanz auch in der New Yorker Society *en vogue*. In dem Club an der 45th Street stiegen die Preise um 40 Prozent. Und von 54 Rückgratverletzungen, die New Yorker Ärzte in einer Woche diagnostizierten, waren 49 auf übermäßiges Twisten zurückzuführen.

Manchmal sieht man die Pop-Gang auch in den Shows des hysterischen Rock-'n'-Roll-Discjockeys Murray Kaufman alias „Murray the K" im Brooklyner „Fox Theater", einem maurisch anmutenden Filmpalast aus Samt, Messing und Marmor, aus bernstein- und purpurfarbenem Licht. Dort steht der Moderator wild kreischend auf der Bühne, angetan mit Strohhut, Schnabelschuhen und engen schwarzen Hosen mit Seitenschlitzen, und sagt die Crystals an, die Drifters, Martha and the Vandellas oder Little Anthony and the Imperials – jede Band hat höchstens 15 Minuten.

Mitten im Gewühl, zwischen Tausenden Teenagern mit Softdrinks und Zigaretten, steht dann der Castelli-Scout Ivan Karp mit seinen Künstlern, kreischt zurück und jubelt: „Es ist so naiv! So voller Feuer und starkem Rhythmus! Und so ganz ohne komplexe Weltweisheit!"

Und es klingt, als bejubelte er in Wirklichkeit die Kunst von Warhol, Lichtenstein, Rosenquist, Oldenburg und Wesselmann.

In »STILL LIFE #20« von 1962 bringt Tom Wesselmann Marken-Lebensmittel und die Reproduktion eines abstrakten Gemäldes von Piet Mondrian zusammen – auch um zu zeigen, dass Kunst und Kommerz nicht mehr voneinander zu trennen sind

Dabei ist die positive Ausstrahlung dieser Werke ja kein Ausdruck unbefangenen Draufgängertums, sondern das Produkt harter Arbeit. Und wie das „Positive Denken" des Doktor Joseph Murphy hat sie einen Beigeschmack von Therapie.

Bevor Tom Wesselmann sich vom Abstrakten Expressionismus verabschiedete, ist er durch eine Psychoanalyse gegangen – obwohl ihn sein erster Therapeut am liebsten mit Elektroschocks kuriert hätte.

Claes Oldenburg hat sich, bevor er seine fröhlichen Hotdogs und Hamburger modellierte, einer quälenden Selbstanalyse unterzogen: In zahllosen Notizbüchern hat er seinen Weg „vom Manischen zum Depressiven" verfolgt und sich damit abgefunden, ein „Neurotiker" zu sein, einer jener „Übersensiblen und Überintellektuellen in einer unsensiblen und unintellektuellen Gesellschaft". Während eines Aufenthalts in der Künstler-Sommerfrische Provincetown am Cape Cod ging der Pessimist schließlich ausführlich in sich – und tauchte als Optimist wieder auf.

Er beschloss, „die Infantilität Amerikas" nicht zu beklagen, sondern zu genießen –

Auch **SEX** ist eine Ware, die jeder kaufen kann

das „Proletarische, Ordinäre, Geschmacklose, aber auch Instinktive", kurz: „das Lebensbejahende" am American Way of Life.

Er „verabscheue" die amerikanische Kultur, notierte Oldenburg, aber er „versuche, das Menschliche darin zu entdecken."

Das ähnelt der Strategie des menschlichen Unterbewusstseins, die Sigmund Freuds Tochter Anna 1936 zum ersten Mal beschrieben hat – der „Identifizierung mit dem Aggressor": Eine feindliche Übermacht lässt sich neutralisieren, indem man sich ihr anverwandelt. „If you can't beat them, join them", sagt dazu der amerikanische Volksmund – wenn du sie nicht schlagen kannst, schließ dich ihnen an.

Auch James Rosenquist erinnert sich, wie ihn die Großstadt zu überwältigen drohte, als er mit 21 Jahren aus dem Mittleren Westen erstmals nach New York kam. „Dinge, Plakatwände, alles stürzte auf mich ein."

In seiner Pension am Columbus Circle, an der 59th Street, „war Spucke auf dem Flur und Tabaksaft und lauter schmutzige und bräunliche Dinge. Ich konnte es nicht ertragen. Und ich dachte, die einzige Art, es zu ertragen, wäre zu sagen: Oh, hat dieser Flur nicht eine schöne grüne Patina? Und so war es auch mit der ganzen Werbung, mit der Betäubung, die sie auslöste."

Rosenquist beschloss, sich die Übermacht seines Gegners einzuverleiben: „Ich fand, mit dieser Betäubung, mit dieser Kraft ließe sich etwas machen."

So ist die Kunst der Pop-Maler vielleicht auch ein Desensibilisierungs-Programm: ein Ja gegen die Angst, gegen das unbestimmte, flaue Gefühl, das unter dem Optimismus liegt.

Denn auch die „beste aller möglichen Welten" (so Robert Indiana) ist vor Bedrohungen nicht gefeit. Am 28. Mai 1962 sinken die Aktienkurse an der New York Stock Exchange in den Keller – der tiefste Absturz seit dem Börsenkrach von 1929. Zwar erholt sich der Markt nach einer Woche wieder. Doch die Broker liegen, so ein „Newsweek"-Reporter, „erschöpft in ihren Sesseln wie abgekämpfte Athleten".

Und einer der Händler sagt: „Wir sind um Haaresbreite an einem Kollaps vom Typ 1929 vorbeigeschrammt."

UNTER DEN BUNTEN Oberflächen lauert die Angst. Im August 1961 riegeln DDR-Soldaten die Grenze zwischen Ost- und Westberlin mit einer Mauer ab. Im Oktober 1962 stationiert die Sowjetunion Raketen auf Kuba; die USA drohen mit einem Gegenschlag. 13 Tage lang steht die Welt am Rand des Atomkriegs; manche New Yorker erwerben Bausätze für Heimbunker zum Preis von 105 Dollar.

Und am 4. Juni 1962 sagt der Kurator Henry Geldzahler beim Mittagessen im „Serendipity" zu Andy Warhol: „Es wird Zeit für ein wenig Tod."

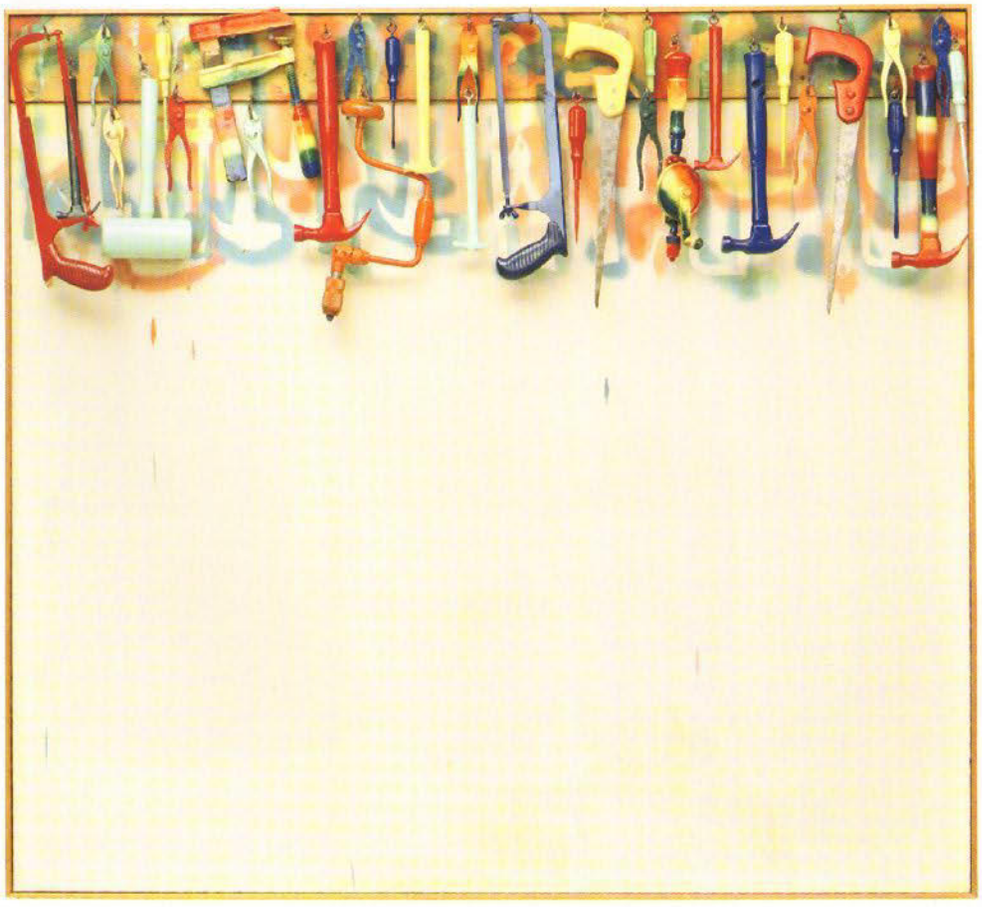
„Was soll das heißen?", fragt der Maler.

Geldzahler zeigt nur auf die Überschrift des „New York Mirror", den er mitgebracht hat: „129 Tote bei Flugzeugabsturz".

Die Schlagzeile beschreibt den bis dahin schlimmsten Unfall einer einzelnen Maschine in der Geschichte der Luftfahrt. Kurz nach dem Start ist die Boeing 707 der Air France auf dem Pariser Flughafen Orly zerschellt; nur zwei Stewardessen, die im Heck des Flugzeuges saßen, haben den Crash überlebt. Der Großteil der Opfer waren – ausgerechnet – amerikanische Kunstfreunde: Mitglieder der „Atlanta Art Association" auf dem Rückweg von einer Reise zu den Kulturschätzen Europas.

Und Warhol geht ins Atelier und wirft die Titelseite auf die Leinwand, zweieinhalb Meter hoch, mit scheinbar naivem, beklemmend plumpem Pinselstrich.

Pop heißt, sagt Roy Lichtenstein, „die schamlosesten und bedrohlichsten Merkmale unserer Kultur" zu nehmen – und sie dann als gegeben zu akzeptieren. „Wie kann man Ausbeutung mögen? Wie kann man die völlige Mechanisierung der Arbeit mögen? Wie kann man schlechte Kunst mögen?" Auf solche Fragen hat Lichtenstein eine simple Antwort: „Ich kann nur



Mit seinen farbigen Werkzeugen sprengt Jim Dine die Grenze zwischen Skulptur und Malerei (»FIVE FEET OF COLORFUL TOOLS«, 1962)

sagen, dass ich es akzeptiere, weil es da ist, in der Welt."

Auch Robert Indiana, der Rhapsode des American Dream, räumt ja ein, „dass der moderne Mensch mit seinem Identitätsverlust, eingetaucht in die Massenkultur und von Massenvernichtung bedroht, zugleich das größte Problem des Menschen ist" – aber stellt klar, dass Kunst für dieses Problem „wohl kaum die Lösung" bieten könne.

Wie einst die Höhlenmaler versuchen die Pop-Künstler, die Bedrohung zu bannen, indem sie sie in Bilder verwandeln. Selbst Katastrophen, Tod und Verhängnis werden in ihren gefriergetrockneten Darstellungen zu Artikeln im Supermarktregal.

„Wenn du ein grausames Bild wieder und wieder siehst, hat es keine Wirkung mehr", sagt Warhol: Bald wird er Siebdrucke fertigen, auf denen 15-mal derselbe elektrische Stuhl zu sehen ist oder fünfmal das identische Foto eines Autounfalls.

AM 13. DEZEMBER 1962 geschieht etwas Unerhörtes: Das Museum of Modern Art, die amtliche Kathedrale der etablierten Avantgarde, richtet der neuen Kunst ein Symposium aus. Zwar bleiben die obersten Priester des MoMA, die Kuratoren Alfred Barr jr. und Dorothy C. Miller, vorsichtshalber den Diskussionen fern. Dennoch ist die Gesprächsrunde eine Sensation.

Denn diese Kunst hat noch keine Geschichte, keine Tradition. Es gibt auch keine Ausstellung im Museum of Modern Art, die eine solche Aufmerksamkeit rechtfertigen könnte. Gerade einmal sechs Werke hat das Haus bis dahin erworben. Und selbst der Organisator des Streitgesprächs, der in München geborene Kurator Peter Selz, hält sich mit seiner Skepsis nicht zurück.

Tatsächlich wird die Debatte zum Schauprozess. Im Publikum sitzen die Angehörigen und Komplizen der angeklagten Kunst: Warhol, Rauschenberg und Lichtenstein; die Kunsthändler Castelli, Janis und Karp, die Sammler Robert und Ethel Scull.

Sogar der Komponist John Cage ist anwesend, berühmt für sein Werk aus vier Minuten und 33 Sekunden Stille, sowie der Altmeister Marcel Duchamp, der schon 1917 einen Alltagsgegenstand als Kunstwerk ausgestellt hat: ein Pissoir.

Doch sie sind in der Minderheit angesichts der versammelten Pop-Feinde, die erschienen sind, um die neue Kunst auszupfeifen. Ivan Karp fühlt sich an diesem Tag, als sei er „von Apachen umzingelt".

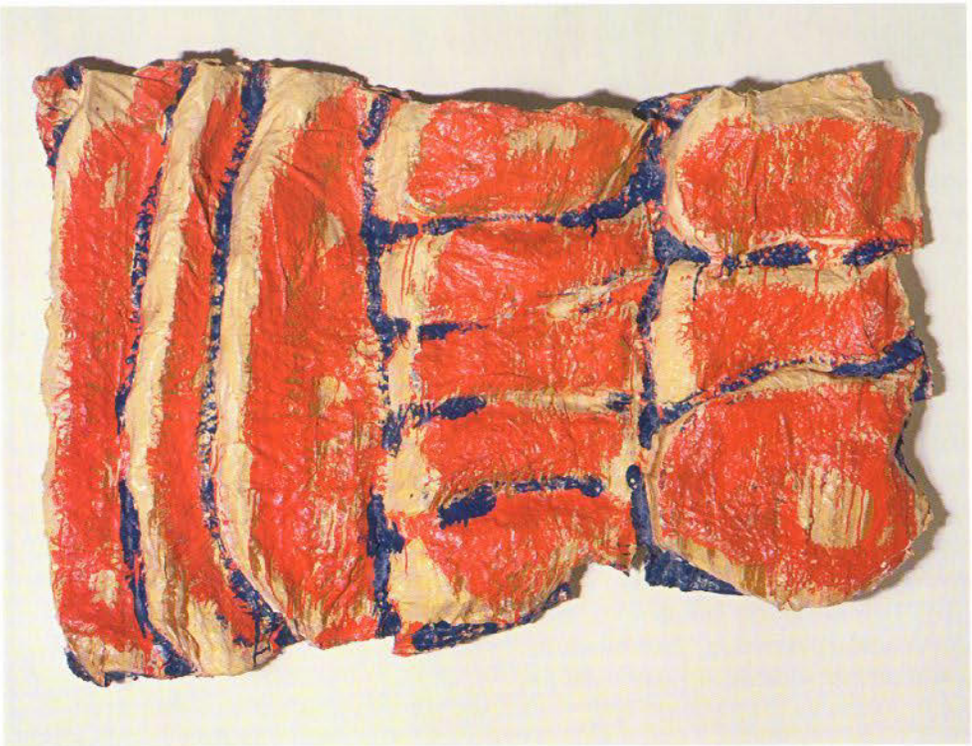
Selz eröffnet die Verhandlung wie ein Staatsanwalt. Er häuft Beweis auf Beweis, führt Dia um Dia die Vulgarität der Beschuldigten vor. Er zeigt Arbeiten von Rauschenberg, Indiana, Rosenquist, Warhol, Wesselmann. Dann überlässt er die Angeklagten ihren Feinden auf dem Podium.

Der Dichter Stanley Kunitz vergleicht die „über Nacht eingetretene Verklärung" der neuen Kunst mit einer „Blitzkampagne der Werbung": Pop sei „weder ernst noch lustig genug, um mehr als ein Neun-Tage-Wunder" zu sein.

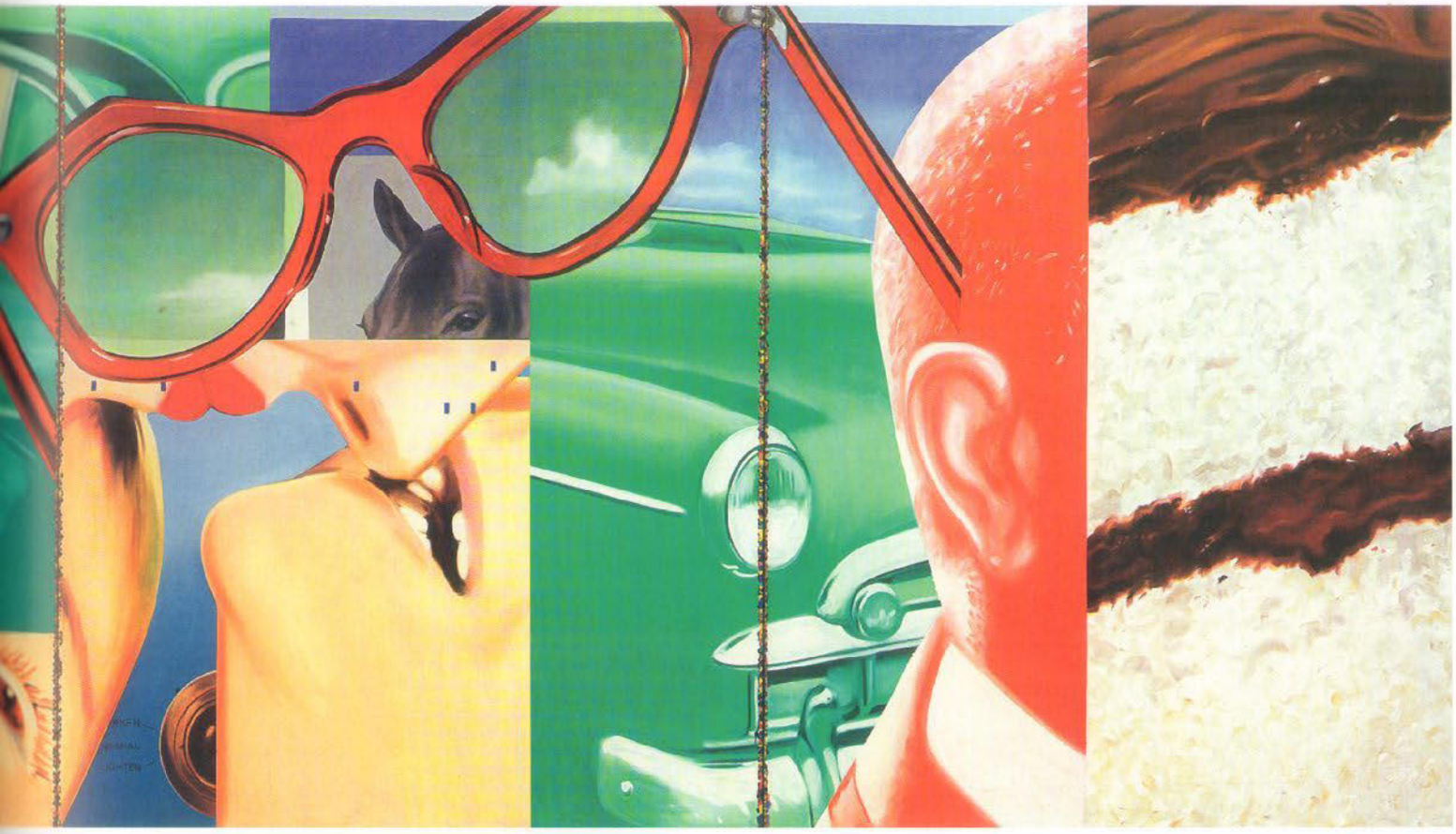
Die Kunstkritikerin Dore Ashton klagt, dass Pop „der Welt ohne Einspruch Einlass in sein Schaffen" gewähre: „Der Pop-Künstler nimmt im Allgemeinen die Wirklichkeit unbefragt als gegeben hin. Er weigert sich, die Verantwortung für seine Wahl zu übernehmen."

Hilton Kramer, konservativer Starkritiker und leitender Redakteur der Zeitschrift

Ein Auto, ein Filmkuss und ein Weißer, der seine Füße auf den Kopf eines Schwarzen stellt: In seinem »PAINTING FOR THE AMERICAN NEGRO« (1963) kombiniert James Rosenquist die Symbole des Wohlstands mit Anspielungen auf das Schicksal vieler Afroamerikaner



Claes Oldenburg sucht die Schönheit, wo sie niemand vermutet – etwa an den Fleischtheken der Supermärkte (»PLATE OF MEAT«, 1962)



„Arts", wirft der neuen Kunst vor, „dass sie uns mit einer Welt der Konsumgüter, der Banalitäten und Trivialitäten versöhnt". Diese Versöhnung aber müsse abgelehnt werden, um Kunst und Leben vor den Verlogenheiten von Kommerz und öffentlicher Manipulation zu schützen.

Auch der 75 Jahre alte Marcel Duchamp, den mancher für die Kapriolen der Pop-Künstler verantwortlich macht, kriegt seine Ohrfeige ab: Duchamp sei, so giftet Hilton Kramer, „die am meisten überschätzte Figur der modernen Kunst". Ein Besucher will daraufhin Tränen in den Augen des Franzosen gesehen haben.

Nur Henry Geldzahler ergreift Partei für die beargwöhnten Parvenus. „Wir leben in einer urbanen Gesellschaft, pausenlos den Massenmedien ausgesetzt", gibt er zu bedenken. „Ist es da nicht logisch, dass Kunst aus dem gemacht wird, was wir sehen? War es nicht auch in der Vergangenheit schon so?"

Keiner der vier übrigen Geschworenen schließt sich seinem Plädoyer an. Doch schon allein die Tatsache, dass dieses Strafgericht im heiligen MoMA stattfand, ist ein monumentaler Sieg für die Kunst des Ja.

Die ist ohnehin längst nicht mehr aufzuhalten. 1963 zeigt eine Fotostrecke in der amerikanischen Mode-Bibel „Vogue" die Frühjahrsmode zwischen Bildern aus der Ausstellung in der Galerie Sidney Janis. Ein Jahr später zieren Pop-Gemälde und -Skulpturen den Pavillon des Staates New York bei der Weltausstellung.

Universitätsseminare behandeln Ästhetik und Geschichte des Pop. Pop erobert Europa, die Biennale in Venedig und die Kasseler Documenta.

Und in Amerika verzeichnet der Reporter Tom Wolfe einen atemberaubenden Klimawechsel: „Es war Tauwetter! Es war wieder Frühling!"

DOCH ES IST DER LAUF DER DINGE, dass nach dem Frühling ein Sommer kommt und nach dem Sommer ein Herbst. Zur Mitte des Jahrzehnts verstärken die USA ihr Engagement im Vietnamkrieg. Studenten demonstrieren mit Teach-ins und Universitätsbesetzungen gegen Amerikas Bomben. Nach der Tet-Offensive des Vietcong im Jahr 1968 zweifeln auch die Amerikaner auf der Straße am Sinn des Krieges.

Es ist das Jahr, in dem blutige Rassenunruhen und die Morde an Robert Kennedy und Martin Luther King das Land erschüttern. Das stets lächelnde Ja der Pop Art passt nicht mehr in diese Zeit, in der die Fundamente der US-Gesellschaft infrage stehen.

Deshalb wird Pop zum Ende des Jahrzehnts „eines der größten Schimpfwörter", wie der Kritiker John Russell 1969 feststellt: „Im heutigen Sprachgebrauch ist ein Pop-Künstler ein altmodischer Vulgärer, ein Pop-Sammler ein eitler Neureicher, ein Pop-Kritiker ein Connoisseur der Sackgassen und ein Pop-Museumsdirektor ein Mann auf dem Weg zum Ausgang."

Dem Marktwert der Bilder aber kann der Überdruss nichts anhaben. Und so kommt es, dass das Auktionshaus Sotheby's in New York im Mai 2012 Roy Lichtensteins „Sleeping Girl" für fast 45 Millionen Dollar unter den Hammer bringen wird.

Wonderful. □

Jörg-Uwe Albig, 52, Schriftsteller in Berlin („Berlin Palace"), fand es angesichts der weltweiten medialen Triumphe des Prinzips Pop erhellend, sich mit den künstlerischen Ursprüngen dieses Phänomens zu beschäftigen.

MEL RAMOS
geboren 1935

Der Sohn eines Portugiesen wächst in Kalifornien auf – und seine Werke spiegeln den sonnigen Glanz der Westküste. Mit seinen Pin-ups will er eigentlich den Sexismus der Werbung ironisch kommentieren. Doch erzürnt er damit vor allem Feministinnen

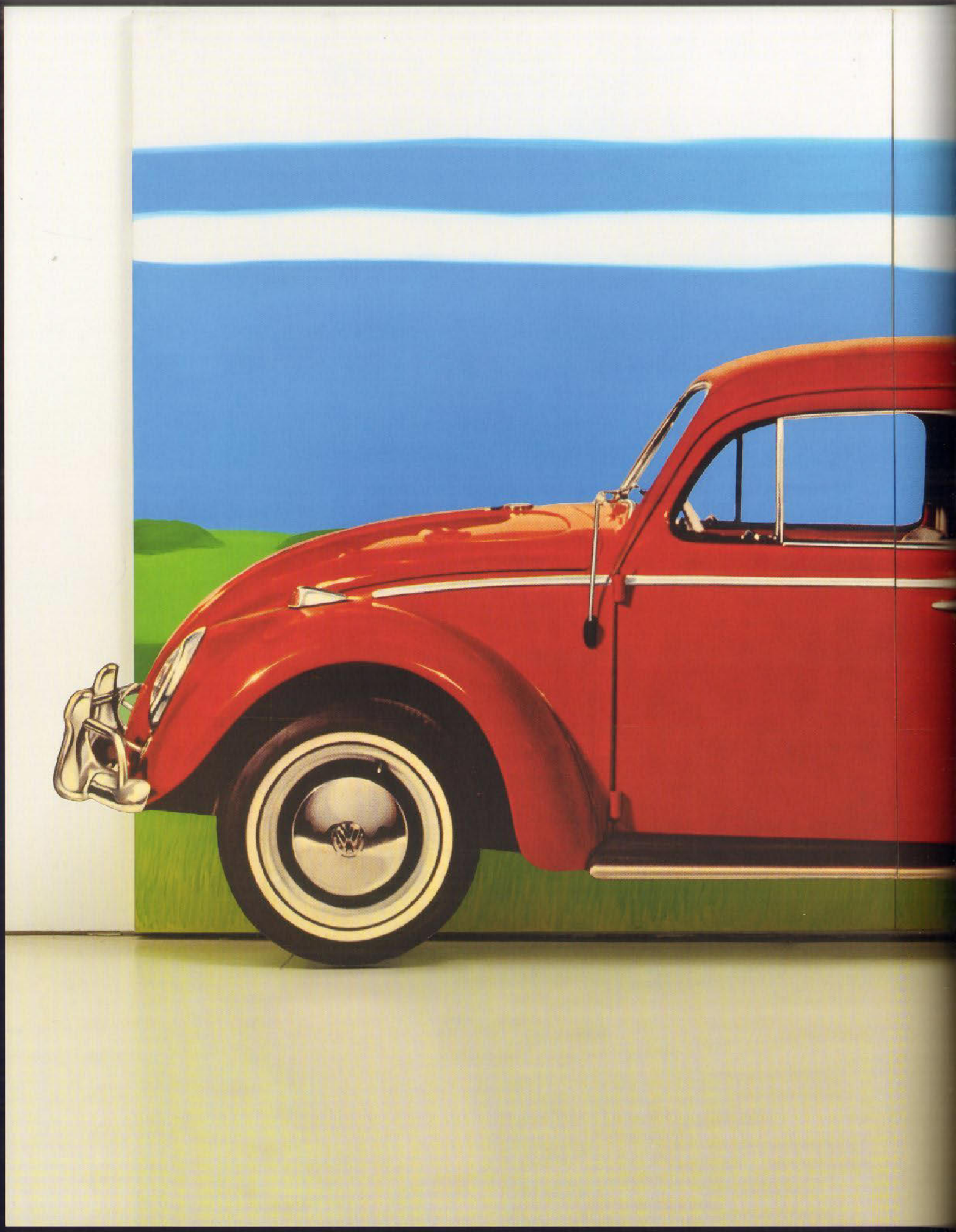
Die neuen KÖNIGE der Kunst

Als das Jahr 1962 endet, ist die Pop Art nicht länger ein Gerücht, das durch die New Yorker Szene geistert, sondern die führende Richtung. Bis 1970 dominieren die einstigen Rebellen die Kunstwelt, sie schaffen noch größere, noch radikalere Bilder – und verspotten sogar ihre früheren Gegner

BILDTEXTE: JOACHIM TELGENBÜSCHER

Mit **»CANDY«** erinnert Mel Ramos an einen Klassiker der Kunst: die Geburt der Venus. Doch in seinem 1965 gemalten Werk steigt die Göttin der Schönheit nicht aus dem Schaum des Meeres – sondern pellt sich aus der Verpackung eines Schokoriegels

MARS
MARS
milky way
CHOCOLATE



Der VW-Käfer in **»LANDSCAPE #5«** von 1965 ist eine clevere Täuschung. Wesselmann hat das Foto des Autos aus einem Werbeplakat geschnitten, a

Tom Wesselmann

1931–2004

Er interessiere sich in seinem Leben nur für drei Dinge, gesteht Wesselmann einmal einem Kritiker: Malen, Sex und Humor. Die anderen Pop-Künstler dagegen sind ihm nicht so wichtig. Er kennt sie, trifft sie auf Partys, Vernissagen und Empfängen, aber über Kunst spricht er nie mit ihnen

n Stück Leinwand in Form eines Gefährts geklebt und sie 30 Zentimeter vor dem bemalten Hintergrund aufgestellt

Andy Warhol

1928–1987

Im New York der 1960er Jahre wird der scheue Künstler zum Mittelpunkt eines verrückten Hofstaates aus Filmern, Models, Obdachlosen und Junkies – doch von sich selbst gibt er nichts preis. Warhol will keine Gefühle zeigen und behauptet, er sei nur Oberfläche, hinter seiner Fassade herrsche Leere

Grelle Farben leuchten auf den zehn Gesichtern Marilyn Monroes: Mit solch verfremdeten Fotografien wird Warhol berühmt, neben **»MARILYN«** von 1967 bildet er auch Elvis Presley und Jackie Kennedy ab. Später porträtiert er jeden, der ihm 25 000 Dollar dafür zahlt

TREASURELAND

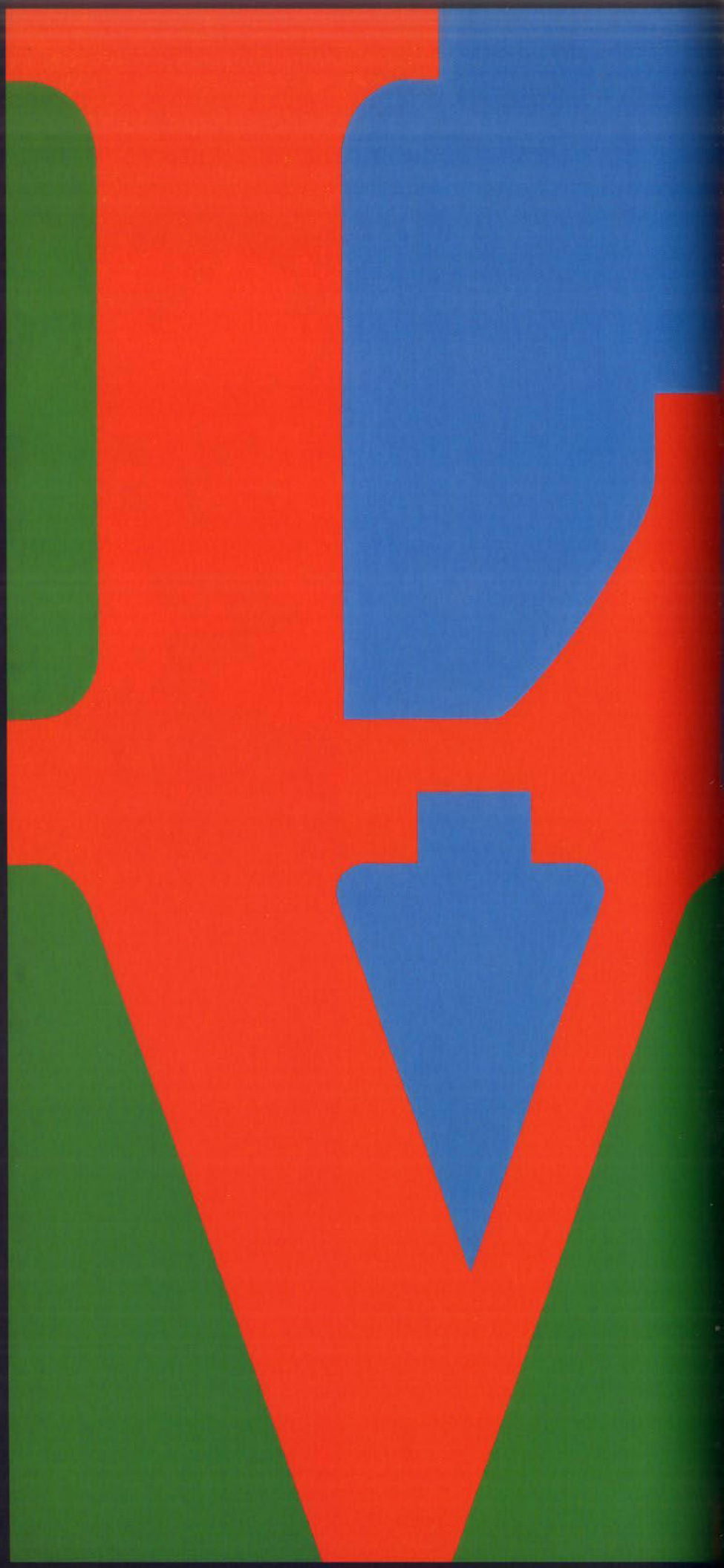
Teebeutel, Plastikfolie, Kirschpralinen und tiefgefrorene Hühnerbrust: Im Einkaufswagen von Duane Hansons **»SUPERMARKET SHOPPER«** von 1970 stapeln sich all jene Waren, die täglich von der Werbung angepriesen werden – doch glücklich wirkt die Hausfrau trotzdem nicht

DUANE HANSON

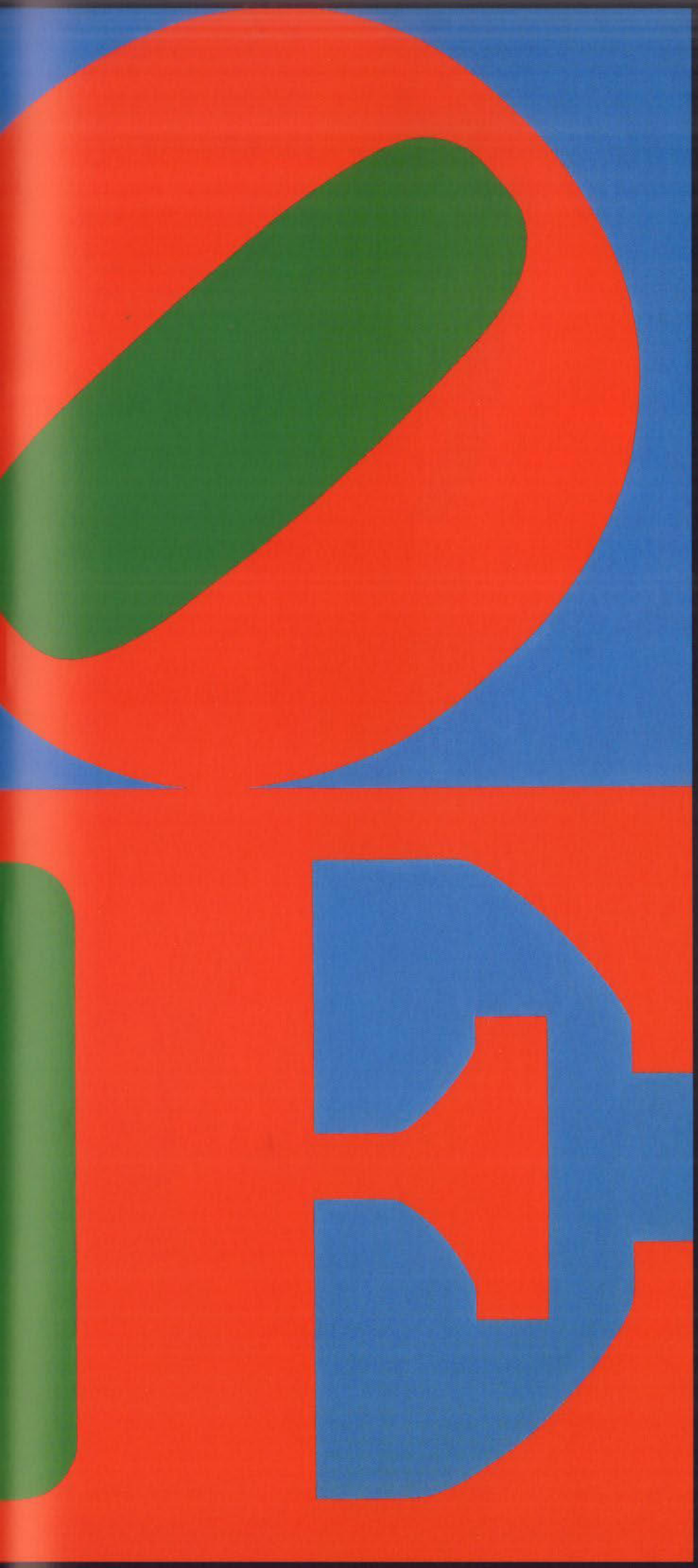
1925–1996

Mit der realistischen Skulptur einer aufgebahrten jungen Frau, die bei einer illegalen Abtreibung ihr Leben verloren hat, wird der Kunstlehrer 1965 berühmt. Seine späteren Werke sind subtiler, aber nicht weniger politisch: Sie zeigen die Trostlosigkeit der modernen Konsumgesellschaft

Eher müde als begeistert schauen die **»TOURISTS«**, die Hanson 1970 aus Polyesterharz und Fiberglas fertigt. Ihre Erschöpfung ist vom Künstler gewollt: »Ich zeige die Ratlosigkeit, das Altern, die Frustration«, sagt Hanson über seine Werke



Ein Logo für die Liebe: Mit vier glutroten Lettern buchstabiert Indiana das Lebensgefühl eines ganzen Jahrzehnts. Sein Motiv verbreitet sich schnell und findet sich bald auf Briefmarken, Postern und sogar auf Teppichen (**»LOVE«**, 1966)



Robert Indiana

geboren 1928

In den 1960er Jahren wird Indiana zum Meister der Zeichen – jener Symbole, die Amerikaner von Flipper-Automaten, Juke-Boxen, Verkehrsschildern und Werbetafeln kennen. Aber auch kurze Wörter, wie sie die Werbung nutzt, inspirieren ihn – »Skulpturgedichte« nennt er die Werke

JAMES ROSENQUIST

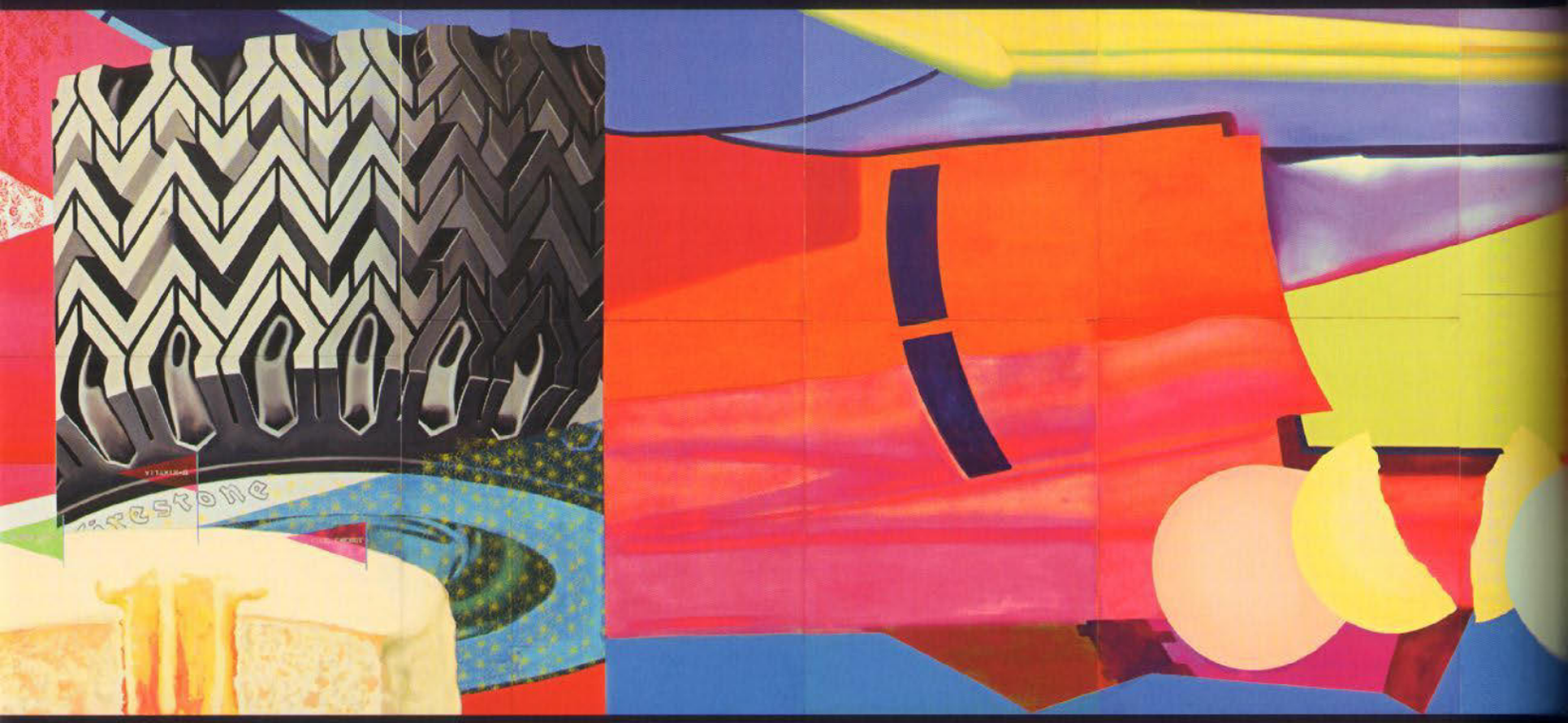
geboren 1933

Nach seinem Durchbruch als Künstler malt der einstige »Michelangelo der Reklametafeln« Bilder, die fast so groß sind wie seine frühen Werbeplakate. Einige von ihnen füllen ganze Räume – und widmen sich einem neuen Thema: dem Krieg

Wie eine Maske wirkt das Gesicht, das Rosenquist 1964 von einer Zigarettenreklame abmalt. **»UNTITLED (JOAN CRAWFORD SAYS)«** ist das Gegenteil eines Porträts: Es verrät nichts über die dargestellte Schauspielerin – aber alles über die moderne Werbung

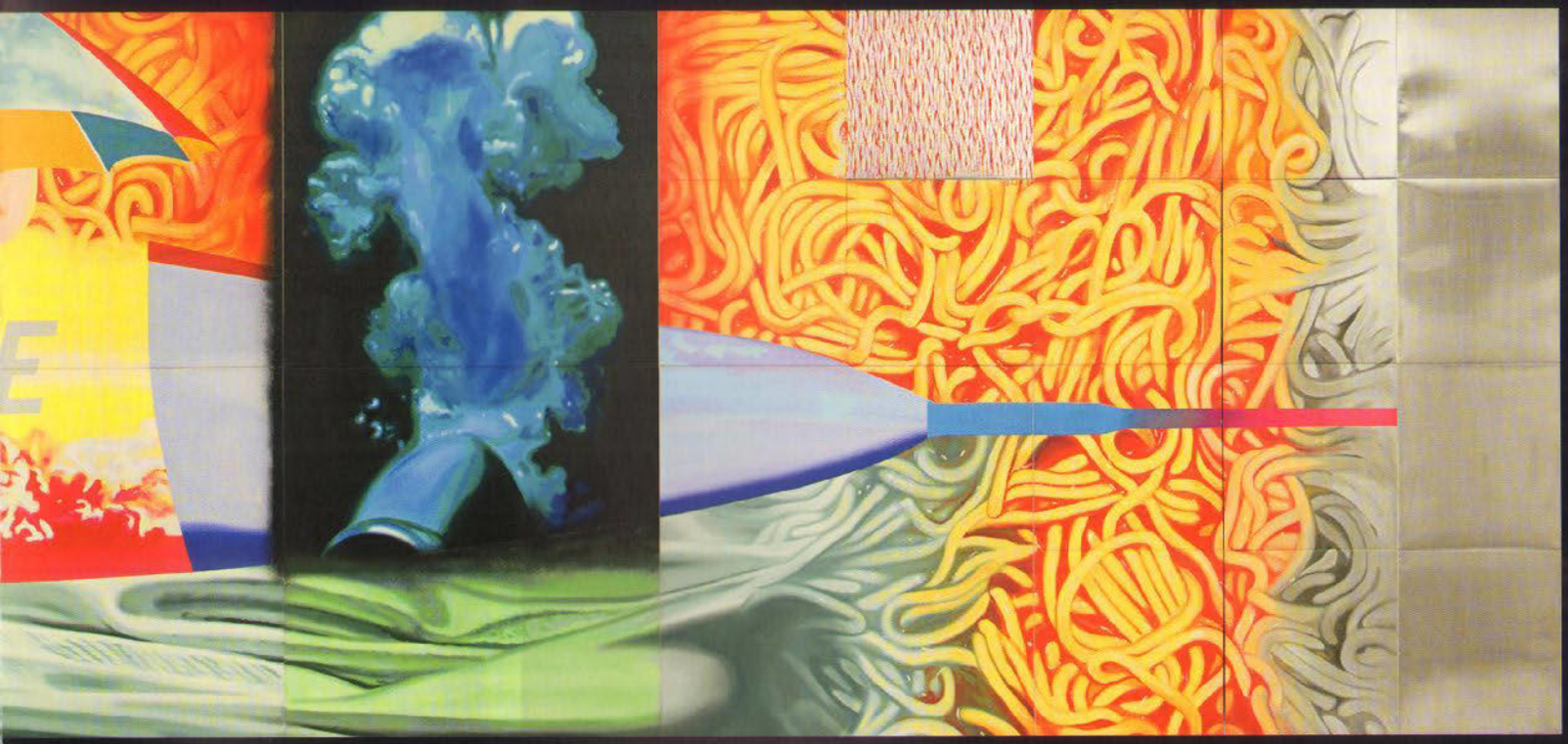
Als junger Reklamemaler träumte Rosenquist davon, die Motive seiner Plakate durcheinanderzubringen, nach seinen ersten Erfolgen wagt er es: Für **»MARILYN MONROE I«** kombiniert er 1962 Gesicht und Vornamen des Stars mit dem »Coca Cola«-Logo

39766



Was wie ein Wirbel aus Farben und Schnörkeln wirkt, ist tatsächlich das verfremdete Markenzeichen von General Electric. Jenes gewaltigen Konzerns, den der Erfinder Thomas Alva Edison im Jahr 1892 gegründet hat (**»CIRCLES OF CONFUSION AND LITE BULB«**)

Unerbittlich wie ein Diktator blickt der Bürgermeister von Chicago dem Betrachter entgegen: Junge Amerikaner verachten Richard J. Daley als korrupt und brutal – Rosenquist malt ihn 1968 als Ikone der alten Ordnung (**»SEE-SAW, CLASS SYSTEMS«**)



Ein Bild, länger als der modernste Kampfjet seiner Zeit: Aus 51 Teilen setzt Rosenquist 1964/65 dieses 28 Meter messende Monumentalwerk zusammen. In ihm verschmelzen Konsum und Krieg, Regenschirme und Atompilze, Torten und eine todbringende Waffe – die »F-111«

Roy Lichtenstein

1923–1997

Nach 1965 übernimmt Lichtenstein nur noch selten Motive aus Comic-Heften. Doch ihr Stil ist längst zu seinem eigenen geworden: So verwendet er bis zu seinem Tod schwarze Linien, kräftige Farben – und das Punkteraster billiger Drucke

Für die Abstrakten Expressionisten der 1950er Jahre waren ihre Ateliers wie Arenen, in denen sie mit tiefen Gefühlen rangen: Und so spritzten, schmierten und tröpfelten sie die Farbe auf die Leinwand. Die Pop Art rebelliert gegen den Kult des wilden Pinselstrichs – und Lichtenstein verspottet ihn 1966 sogar ganz offen (**»YELLOW AND GREEN BRUSHSTROKES«**)

Edward Kienholz

1927–1994

Für seine begehbaren Kunstwerke verwendet der Autodidakt den Abfall der amerikanischen Gesellschaft: Bierflaschen, Schaufensterpuppen, Einkaufswagen, Knochen und sogar ausgestopfte Tiere. Denn aus dem Müll der Menschen könne man all ihre kleinen Tragödien ablesen, sagt Kienholz

Seine Jugend verbringt Kienholz in einer Kleinstadt im abgeschiedenen Idaho. Das triste Leben als Teenager in der prüden Provinz inspiriert ihn 1964 zu **»BACKSEAT DODGE '38«**: dem Zerrbild eines Paares, das sich auf der Rückbank liebt

Richard Estes

geboren 1936

Wie die Pioniere der Pop Art arbeitet auch der junge Maler in den frühen 1960er Jahren als Werbegrafiker. In seiner Freizeit kopiert er Plakate und Reklameanzeigen, die er zuvor fotografiert hat. Später vertritt er einen Stil, der die Wirklichkeitsliebe der Pop-Art-Künstler ins Extreme steigert – den Fotorealismus

Kandierte Erdnüsse, Schweizer Schokolade und riesige Lollis: 1969 überträgt Estes das Foto eines SUR

renladens täuschend echt in Öl – und feiert die Schaufenster der amerikanischen Städte als Panoramen des Überflusses (»THE CANDY STORE«) □

Claes Oldenburg
»SOFT TOILET«

Er liebt das Rollenspiel, nennt sich Bäcker oder Schneider, bezeichnet sein Atelier als »lyrische Wurstfabrik«. Claes Oldenburg ist der wichtigste Bildhauer der Pop Art, doch mit klassischen Skulpturen haben seine Werke wenig gemein: Er formt glänzende Lebensmittel aus bemaltem Gips, errichtet einen gewaltig vergrößerten Lippenstift oder riesige Taschenmesser. 1966 zeigt er ein faltiges WC aus weichem Vinyl – die »Soft Toilet«

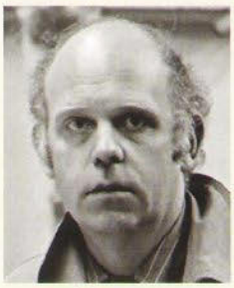
VON JOHANNES STREMPEL

DIE ANTI-SKULPTUR

Anfang der 1960er Jahre entwickelt Oldenburg eine eigene Formensprache: Seine Plastiken – hier »Soft Toilet« von 1966 – sind schlaff, zusammengesunken, der Schwerkraft überlassen. Oft zeigt er mehrere Versionen einer Skulptur, denn ihn interessiert die Verwandlung auf dem Weg vom Entwurf zum Werk

Was ist da geschehen? Auf einem schwarzen Podest steht eine Toilette. Aber was heißt stehen – schlaff hängt sie nach vorn über, in sich zusammengesackt, ein paar Metallstreben halten sie gerade eben aufrecht. Der Sockel eingedrückt, die Brille verrutscht, der Spülkasten zerknautscht. Ist das überhaupt noch ein Klosett? Oder hat sich da etwas verflüchtigt und nur seine Hülle zurückgelassen, wie eine Schlange nach der Häutung?

Vielleicht ist auch etwas anderes geschehen. Vielleicht schläft dieses seltsame Ding, hat sich wie ein ruhender Mensch der Schwerkraft ergeben, und eine Berührung reichte aus, damit es sich aufrichtet und wieder seine Form annimmt. Eine Verwandlung jedenfalls hat sich ereignet. Aus einem genormten Industrieprodukt ist etwas Organisches geworden. Seine Weichheit macht es veränderbar, instabil, verletzlich.



CLAES OLDENBURG (*1929)
Der in Schweden geborene Diplomatensohn studiert in Yale Literatur und Kunst

Vom 9. März bis zum 2. April 1966 ist die „Soft Toilet" in der Sidney Janis Gallery in Manhattan ausgestellt. Claes Oldenburg, 37, hat sie aus PVC geformt, einem Kunststoff, den er in Los Angeles entdeckt hat (und der auch als Vinyl bezeichnet wird). Ein verführerisches Material: weich und glatt, glänzend, dehnbar, eine Aufforderung an den Tastsinn. Als Betrachter ahnt man, wie diese Toilette sich anfühlen muss, möchte sich auf ihre weiche Brille setzen. Der Deckel ist schon hochgeklappt, darunter schimmert vinylblau Wasser.

Manch ein Besucher mag sich an die traumartigen Motive der Surrealisten erinnert fühlen, an Salvador Dalís schmelzende Uhren, an die übergroßen Badezimmerartikel in einem Bild von René Magritte.

Und natürlich drängt sich der Gedanke an die berühmteste Toilette der Kunstgeschichte auf: „Fountain" von Marcel Duchamp. 1917 reichte der Franzose ein Urinal der Firma J. L. Mott Iron Works, auf dem Rücken liegend und damit seines ursprünglichen Zwecks beraubt, als Beitrag für die New Yorker Aus-

stellung der Society of Independent Artists ein. Die Botschaft: Ein Alltagsgegenstand kann allein dadurch zum Kunstwerk werden, dass der Künstler es erwählt.

Claes Oldenburgs Toilette aber ist nicht der Alltagsgegenstand selbst, sondern dessen Abbild. Eine Skulptur.

Unter allen Vertretern der Pop Art, hat eine Kritikerin geschrieben, sei Oldenburg der Einzige, der „maßgeblich zur Geschichte der Form beigetragen" habe. Denn seine Objekte widersprechen dem traditionellen Konzept der Skulptur.

Herausgemeißelt aus einem Marmorblock, modelliert aus sich härtendem Ton, stellen wir uns Skulpturen als starr und unveränderlich vor – Oldenburg aber ist ein Weichmacher, der das Schlaffe liebt. Er hat nicht nur das Klosett in ein wackliges Wesen verwandelt, sondern auch Telefone, Toaster, Saftpressen, Schreibmaschinen, Schlagzeuge.

Er wolle eine Kunst, sagt Oldenburg, „die sich windet und ausdehnt und wächst und spuckt und tropft, die so schwer und grob und schroff und süß und dumm ist wie das Leben selbst".

Form und Formen sind schon früh sein Thema. Im Sommer 1956 kommt Claes Oldenburg nach New York, ein Einzelgänger, der auf Streifzügen durch die Lower East Side und die Bowery, auf dem Weg zu seinem Teilzeitjob als Bibliotheksgehilfe, wie besessen Gegenstände von den schmutzigen Straßen aufsammelt.

Anfangs trägt er ein Skizzenbuch bei sich, später zeichnet er aus dem Gedächtnis Formen, die ihm aufgefallen sind: Spalten zwischen Gehsteigplatten; Graffiti; Wasser, das durch einen Rinnstein fließt.

„Mein Vorgehen bestand darin, all das zu finden, was mir etwas bedeutete. Die Logik dahinter war, allmählich mich selbst in meiner Umgebung zu finden."

Bis dahin machte Oldenburgs Leben einen eher ziellosen Eindruck: Geboren 1929 als Sohn eines schwedischen Diplomaten in Stockholm, ist er als Kind mit der Familie nach Chicago gezogen. Er hat Kunst und Literatur studiert und ist durch die Staaten gereist: über New Orleans bis nach Oakland bei San Francisco, wo er drei Monate blieb.

Zurück in Chicago, arbeitet er als Polizeireporter und Grafiker. Mal stellt er erste Zeichnungen aus oder bietet dem gerade gegründeten „Playboy" Illustrationen an (die die Redaktion ablehnt). Er liest Bücher des Psychoanalytikers Sigmund Freud, beschäftigt sich mit der vermeintlich primitiven Kunst der Naturvölker.

Als er 1956 nach New York zieht, erscheint ihm die elitäre Malerei der vorherrschenden Abstrakten Expressionisten wie bloße Dekoration, die nichts mit dem Leben zu tun habe. Oldenburg wünscht sich eine Kunst, die „nicht auf ihrem Hintern im Museum sitzt", sondern an der man sich „die Zehen stößt, eine Kunst, die riecht, die sich hinter den Augen festsetzt und auf den Lippen kleben bleibt".

Von 1960 an setzt er seine Vorstellungen in einer Serie von Installationen um – in von ihm gestalteten Räumen, bei denen die Umgebung Teil des Werks ist und alle Objekte eine Einheit bilden. Diese Installationen beschäftigen sich mit den Themen Straße („The Street"), Laden („The Store") und Heim („The Home").

„The Street" ist eine Verarbeitung seiner Streifzüge; Oldenburg will Kunst aus seiner Umgebung machen, „dem Dreck der Großstadt", und nach „Schönheit suchen, wo sie nicht vermutet wird". Aus Karton und Packpapier reißt er großflächige Figuren, die an die Collagen des französischen Künstlers Jean Dubuffet erinnern.

In einer Kellergalerie im Greenwich Village wird im Januar 1960 daraus das Panorama einer Stadtlandschaft: an den Wänden Silhouetten von Autos, Passanten, Schildern, einem bellenden Hund, Schaufenstern, Radfahrern. Auf dem Boden Flaschen, Lumpen, Bettfedern, aufgelesen von einem verlassenen Grundstück in der Nachbarschaft – „eine Müllkippe ist mehr wert als alle Galerien".

Auch „The Store" entsteht als Reaktion Oldenburgs auf seine unmittelbare Umgebung: die bunten Geschäftsauslagen und Schaufenster in der Nachbarschaft. War das Thema der „Street"-Installation das harte Leben im Großstadtslum, der Mangel, der Tod, so geht es beim „Store" um Überfluss, Sinnlichkeit, Erotik. Die hier scheinbar feilgebotenen Waren sind Fetische – ein verführerisches Bustier und ein Hüfthalter als Stellvertreter für das Weibliche, einladende Torten, ein Hemd mit blutenden Wunden, die sich beim Näherkommen als rote Krawatte erweisen.

„Im Amerika dieser Tage richtet sich Sexualität mehr auf Ersatzgegenstände als auf die Person", schreibt er. „Das verleiht dem Gegenstand eine Intensität, und das ist es, was ich zu projizieren versuche."

Die Ausstellung öffnet im Dezember 1961, aber verkaufen kann Oldenburg kaum eines seiner Werke. Am Ende steht ein Verlust von 285 Dollar. Das ändert sich erst, als einige Teile des „Store" im Herbst 1962 in einer bekannten Galerie in Uptown Manhattan ein weiteres Mal vorgestellt werden. Nun wird die Ausstellung zu einem der frühen Höhepunkte der Pop Art: Hier im Stadtzentrum werden jetzt auch die Sammler und Händler auf seine Kunst aufmerksam, in einer Flut von Artikeln diskutieren die Kritiker ihre Substanz.

Ware als Kunstwerk

Bevor Oldenburg die »Soft Objects« entwickelt, bestückt er 1961 eine Installation mit Schaufensterauslagen, sein Durchbruch. »The Store« zeigt künstliche Tortenstücke, Damenwäsche sowie – mit Emaillelack überzogene – Fleischwaren (Variante von 1964)

Doch Oldenburg, auf der Suche nach einem neuen Thema, zieht nach Los Angeles. Sein neuer Wohnort soll ihm neue Perspektiven eröffnen. In Los Angeles, so scheint ihm, dreht sich alles um das Heim und dessen Möblierung.

Für „The Home" konstruiert Oldenburg ein Schlafzimmer mit Doppelbett, Nachttischen und Frisierkommode: einen ungemütlichen Raum aus Geometrie und spitzen Winkeln, eine Parodie auf den amerikanischen Wunsch nach häuslicher Perfektion. Ausgerechnet jener Raum, der am meisten mit Sex und Intimität zu tun hat, strahlt Kälte und Vernunft aus. Das Schlafzimmer als Showroom, ein Ort der Präsentation.

Zum Thema Heim entstehen jetzt auch weiche Skulpturen von Küchengeräten, Büroartikeln, Sportausrüstung. Sowie ein Badezimmer mit einer Wanne und einem Waschtisch. Und einer Toilette.

Einige Frühformen der „Soft Objects" sind schon auf einer der Ausstellungen des „Store" zu sehen gewesen. Oldenburg hatte einen Hamburger, eine Eiswaffel und ein Kuchenstück in grotesker Übergröße entworfen, aus Segeltuch genäht und mit Karton gefüllt. Doch in Los Angeles lernt er Kunststoffe wie Resopal, Formica und Vinyl kennen.

Vor allem Vinyl fasziniert ihn: In Schwarz ähnelt es Metall, in Weiß Porzellan, sein Orange entspricht den typischen Plastikfarben einiger kalifornischer Haushaltsgeräte.

Wenn Oldenburg einen Gegenstand ausgemacht hat, der ihn interessiert, fertigt er zur Vorbereitung Skizzen an und verliert sich in Assoziationen. Die Form des Toilettenrumpfs etwa ähnelt für ihn dem Grundriss Detroits sowie Paul Cézannes Gemälden vom Mont Sainte-Victoire, jenem Berg in der französischen Provence, den der Meister dutzendfach gemalt hat.

Dann bastelt Oldenburg ein Modell aus festem Karton, um eine Vorstellung von den Proportionen zu bekommen, und schneidet Schablonen zu. Anschließend entsteht eine erste Fassung aus Segeltuch, schließlich die endgültige Vinylversion. Die Hülle stopft Oldenburg mit einer Naturfaser aus, die sonst als Füllung von Schwimmwesten Verwendung findet.

Was ihn bei diesem Prozess immer beschäftige, sei die Metamorphose, sagt Oldenburg: Verwandlungen, Zwischenzustände. Die Vorversionen seiner Objekte werden zu einem Bestandteil der Ausstellungen. Neben der „Soft Version" aus Vinyl ist oft die „Hard Version" aus Karton zu sehen, und aus dem weißen, geisterhaften Segeltuchmodell wird die „Ghost Version". Ein Gegenstand in drei Daseinsformen zwischen hart und weich, unfertig wie ein Insekt in den verschiedenen Stadien der Verpuppung.

Seine Objekte werden für Oldenburg zu beinahe lebenden Kreaturen, besitzen menschliche Formen und ein Geschlecht. In einem Teil der „Home"-Serie etwa sieht der Künstler „eine Art amerikanischer Dreifaltigkeit. Der Waschtisch ist wie der Vater, aufrecht und unbeugsam, die Toilette weiblicher, rundlich. Die Wanne ist sowohl männlich wie weiblich".

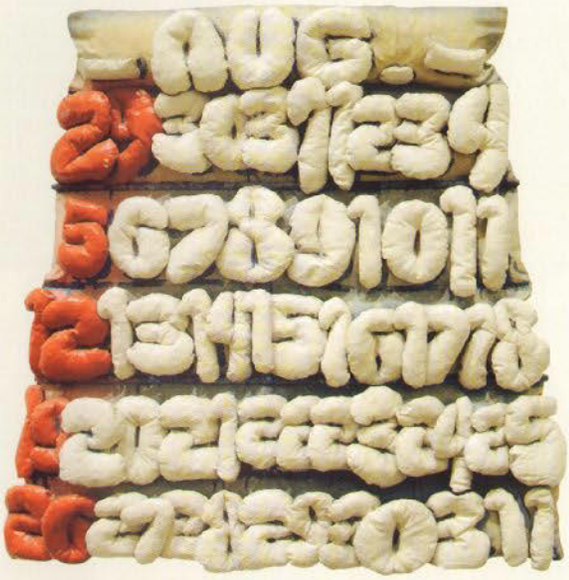
In Oldenburgs Welt gibt es phallische Küchenmixer, Brot gebärende Toaster und masturbierende Bügelbretter. Schreibmaschinen, deren weiße Tasten gebleckte Zähne sind, und Saftpressen, die als zufriedene, feiste Gottheit in der Küche thronen.

Seine Arbeit sei unbewusst, notiert Oldenburg, jede Assoziation auch für ihn eine Überraschung. Als er an den Innereien eines weichen Autos arbeitet – an Motor, Kühler, Getriebe –, hält er Diät, um sich seiner eigenen Eingeweide bewusst zu werden.

Oldenburgs Soft Objects, so eine Kritikerin, würden den Betrachter zu zwei Einsichten drängen: „Das sind meine Sachen – die Gegenstände, die ich jeden Tag benutze." Und: „Ich ähnele ihnen."

Die menschlichen Formen sind in Oldenburgs Augen eine logische Konsequenz: Der Mensch schaffe die Dinge nach seinem eigenen Abbild, einfach deshalb, weil er nichts anderes kenne. Was einen Künstler wie ihn an einem Objekt interessiere, sei nicht dessen Form und schon gar nicht seine Funktion, sondern, „mich selbst in der Form zu erkennen".

Und so kommt es, dass seine weichen Skulpturen – selbst eine schlappe, unförmige Toilette – letzten Endes vermutlich auch als Selbstporträts zu verstehen sind.



Spiel mit der Form

Oldenburg fordert, Kunst solle nicht auf ihrem »Hintern im Museum sitzen«, sondern »sich in den alltäglichen Kram verwickeln« – 1962 zeigt er ein Kalenderblatt als fröhliche Skulptur, behangen mit wurstartig aufgereihten Ziffern

Nach Linie, Fläche, Farbe und Material beschäftigt sich Oldenburg ab 1965 verstärkt mit Maß und Proportion. Er entwirft kolossale Monumente: einen riesigen Teddybär für den Central Park, ein Frankfurter Würstchen für Ellis Island, eine hochhausgroße Wäscheklammer für Chicago. Obwohl er inzwischen ein international bekannter Künstler ist, existieren die meisten dieser Skulpturen nur als Zeichnung, als Gedanke, der nie verwirklicht wird. Einige aber werden tatsächlich gebaut: ein gigantischer Lippenstift, ein Baseballschläger – und anlässlich der Documenta eine gewaltige Spitzhacke in Kassel. 2011 weiht der inzwischen 82-Jährige einen über 15 Meter hohen Farbpinsel in Philadelphia ein.

Claes Oldenburg ist einer der letzten Überlebenden der Pop Art. Mehr als 200 Werke waren 2012 in einer Retrospektive in Wien, Köln und Bilbao zu sehen: eine nostalgische Erinnerung an die Sechziger – mit den fetzenhaften Collagen der „Street", den grellen Waren des „Store", der weichen Saftpresse und Toilette.

Und so hat Oldenburgs Kunst am Ende jenes Schicksal ereilt, das er anfänglich noch so kategorisch für sich ausgeschlossen hatte: Sie sitzt auf ihrem Hintern im Museum. □

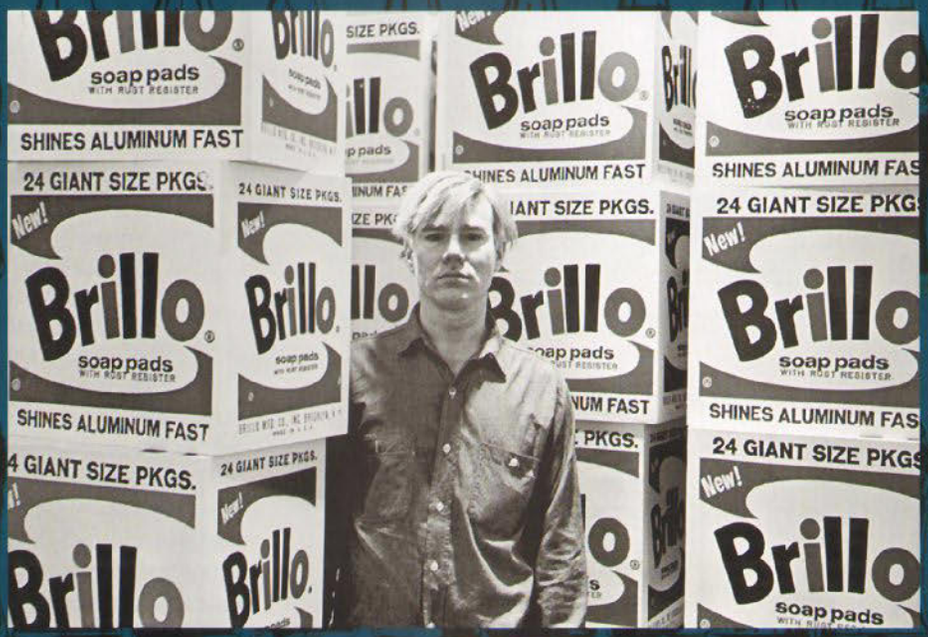
Johannes Strempel, 41, ist Autor in Berlin.

ANDY WARHOL

WARHOL

100 GEO *EPOCHE* EDITION

FEBOL



Warhol 1964 vor einer seiner Werkserien: den »Brillo-Boxen«, Nachbildungen von Verpackungen für Putzschwämme

Er ist der Superstar der Pop Art: Andrew Warhola, als Sohn osteuropäischer Einwanderer in der Stahlstadt Pittsburgh geboren, will um jeden Preis berühmt und reich werden. Obwohl er kaum Englisch schreiben kann, geht er aufs College, amerikanisiert seinen Namen, arbeitet als Werbegrafiker. 1962 erlebt er mit Bilderserien (etwa von Coca-Cola-Flaschen) seinen Durchbruch als Maler. Wie kein Künstler zuvor inszeniert Andy Warhol sich als unverkennbare Marke. Doch der Ruhm macht ihm auch Feinde – und 1968 plant ein enttäuschter Fan, ihn zu ermorden VON KIA VAHLAND

Die Schauspielerin Viva sitzt am 3. Juni 1968 beim Friseur und wartet auf eine Farbpackung. Sie ist Andy Warhols Vertraute, manche sagen: sein Alter Ego. In ihrem nächsten Film soll sie eine Underground-Regisseurin spielen, deren Charakter von Warhol inspiriert ist. Sie wird auf einen Cowboy treffen, der in die Metropole gekommen ist, um als Callboy reich zu werden. Es geht, wie so oft im Kreis von Andy Warhol, um das harte Leben in New York, um Sex und Geld, und auch um die Vergeblichkeit der amerikanischen Träume: wild zu sein; sein Glück zu machen; und dabei zu scheitern.

Viva ist aufgeregt, und sie würde nun gern alles, auch die neue Frisur, mit Andy besprechen. Also bittet sie im Salon ums Telefon und ruft in der „Factory" an, Warhols Arbeitsetage in einem Jahrhundertwendebau am Union Square.

Der Künstler hat diese Räume im Süden Manhattans erst kürzlich bezogen. Jahrelang hat er mit seinen Freunden und zumeist unbezahlten Mitarbeitern in einem mit Silberfolie ausgekleideten Loft in der 47th Street von Midtown Manhattan gearbeitet. Sogar die Toilettenschüssel war mit Silberfarbe ausgesprüht. Die Räume wirkten wie ein Paralleluniversum, in dem jeder tun und lassen konnte, was er wollte: Sex haben vor Augen der anderen, Drogen nehmen, Orgien feiern. Warhol ließ alles zu, stand daneben und hielt die Filmkamera drauf.

Er mag labile, unberechenbare Gestalten, sie bilden für ihn das Leben ab. Zuletzt aber wurde es auch ihm zu viel: Ständig gab es Ärger mit der Polizei wegen Sex und Drogen. Warhol und sein engster Kreis wollten einen Neuanfang. Der Abriss der alten Räume – dort soll ein neues Apartmenthaus entstehen – kam ihnen durchaus recht.

In der Factory gibt es jetzt gläserne Schreibtische, polierte Holzböden, die Wände des vorderen Saals sind hell gestrichen.

Warhol nimmt Vivas Anruf an einem weißen Telefon entgegen. Vielleicht ist ihm die Ablenkung willkommen, denn im Raum steht ein ungebetener Gast: Valerie Solanas, ein besonders aufdringlicher Fan.

Die Psychologie-Absolventin sucht seit Langem seine Nähe, sie hat ihn einmal mit einem obszönen Skript für einen Film umworben. Tatsächlich hatte Warhol über das Projekt nachgedacht, war aber davon abgekommen. Das Manuskript ging verloren, was Solanas ihm nicht verzieh.

Warhol gab ihr eine Nebenrolle in einem anderen Film, sie jedoch wollte mehr von ihm. Nun konzentriert Valerie Solanas ihren Hass auf alle Männer, den sie schon lange verspürt, auf Andy Warhol. Sie ist eine jener geistig Verwirrten, die er mit dem Umzug eigentlich loswerden wollte.

Die Konturen der »Blue Airmail Stamp« schnitzt Warhol 1962 in einen Radiergummi; mit dem so geschaffenen Stempel bedruckt er Leinwand. Manchmal fertigt er wie hier ein Einzelstück – oft jedoch riesige Bilderfolgen

An diesem warmen Tag hat sie sich gegen ihre Gewohnheit geschminkt. Sie trägt einen Rollkragenpulli unter einem viel zu dicken Mantel mit Lammfell und hält eine braune Papiertüte umklammert.

Warhol wirft sie nicht hinaus, sondern beachtet sie möglichst wenig und hört sich am Telefon Vivas Sorgen um ihre Frisur an.

Viva plappert drauflos. Plötzlich hört sie einen lauten Knall. Sie denkt sich nichts dabei, glaubt, einer der Jungs habe mit der Ochsenpeitsche gespielt, die in früheren Bühnenauftritten als Requisit diente.

Nicht einmal als ein Mitarbeiter in den Hörer ruft, es werde geschossen, macht sie sich größere Sorgen, sondern lässt den Friseur in Ruhe die Haare schneiden.

Sie selbst ist einmal vor der Kamera von den Mitspielern massiv sexuell belästigt worden, was Untersuchungen des FBI nach sich zog. Und zu Schießereien ist es in der Factory schon mehrmals gekommen. Dann legt jemand den Hörer auf.

Der Knall kam aus einer Pistole, die Valerie Solanas aus ihrer Papiertüte geholt hat. Sie feuert mit scharfer Munition auf Warhol und verfehlt ihn zweimal. Er schreit, flüchtet unter einen Glastisch.

Nun richtet sie die Pistole auf Warhols Oberkörper, drückt ab. Die dritte Kugel trifft ihn, durchbohrt seinen Magen, seine Leber und Lunge. Warhol liegt im Sterben.

In der Klinik wird er kurz darauf vorübergehend für klinisch tot erklärt. Die Ärzte hegen wenig Hoffnung, operieren ihn aber fünf Stunden lang. Im Warteraum versammeln sich Freunde und Mitarbeiter, seine 75-jährige Mutter und mehrere Journalisten.

Das Attentat ist das Gesprächsthema Nummer eins der Stadt – bis es kurz darauf von einer neuen Schreckensmeldung übertönt wird: Auch auf Robert Kennedy ist geschossen worden, den Präsidentschaftsanwärter der Demokraten und Bruder des ermordeten US-Präsidenten John F. Kennedy. Vermutlich war ein radikaler Palästinenser der Täter.

Kennedy stirbt, Warhol dagegen erholt sich und darf nach acht Wochen heimgehen. Er wird mit einem medizinischen Korsett um den Bauch noch fast 19 Jahre lang leben und arbeiten können.

Doch nach diesem Sommertag ist nichts mehr wie zuvor. Die Leichtigkeit der 1960er Jahre ist verflogen, und der Künstler muss erfahren, dass auch zu seinem Leben der Tod gehört. Es kann ihn genauso treffen wie alle anderen. Wie die emotional Zerrissenen und Drogensüchtigen, die er in den Jahren zuvor hat zugrunde gehen sehen.

Bis dahin fühlte er sich als Zuschauer im Film seines Daseins. Nichts schien er ernst zu nehmen, nicht einmal sich selbst. Der gläubige Katholik vertraut dem Schicksal mehr als seinem eigenen Handeln. Anfangs zog er sich hinter seine Leinwände zurück, dann hinter seine Filmkamera und zeichnete auf, was er sah.

In den Lauf der Dinge einzugreifen kam ihm nicht in den Sinn. Auch in späteren Jahren nicht, als die Studenten revoltierten, der Vietnamkrieg immer mehr Opfer forderte und erst die Schwarzen, dann die Frauen und Homosexuellen für ihre Rechte auf die Straße gingen; Warhol hielt sich raus.

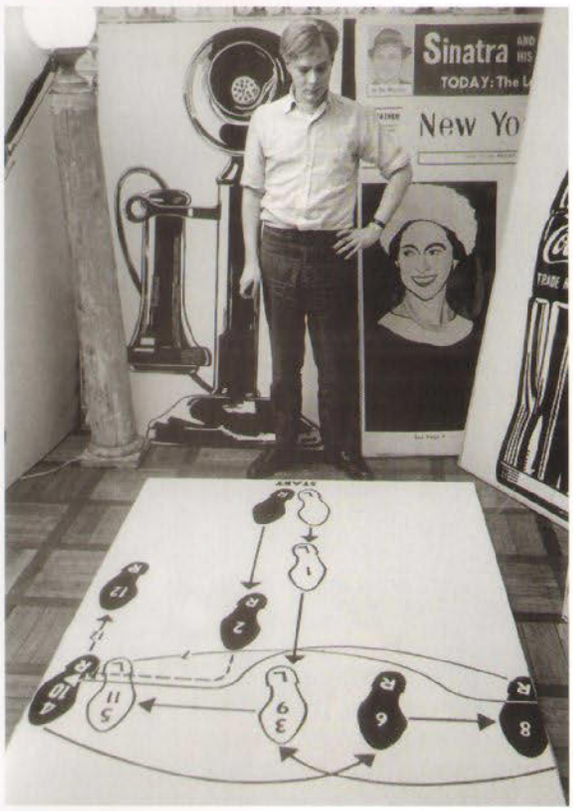
Ebendiese Distanz zu allem macht aber auch seinen Erfolg aus: Denn ein Künstler, der nichts will, scheint den Leuten geben zu können, was sie sich wünschen. Und so ist Andy Warhol vielleicht nicht der größte Maler des 20. Jahrhunderts. Aber kein anderer spiegelt in seinem Leben und Werk so bedingungslos die moderne Gesellschaft.

Anders als viele Altersgenossen hat er gegen den Sog des Konsums nichts einzuwenden. Er kann sich begeistern für die Supermärkte in den Vororten, für Lederschuhe und Jeans, Fotoapparate und Möbel. Er weiß zu gut, was es bedeutet, sich all das nicht leisten zu können.

Als Andrew Warhola am 6. August 1928 in Pittsburgh im Nordosten der USA geboren wird, können seine aus dem Gebiet der späteren Slowakei eingewanderten Eltern kaum Englisch und leben mit ihren drei Söhnen in einem heruntergekommenen Backsteinbau. Der Vater schuftet als Bauarbeiter und träumt vom sozialen Aufstieg. Seine Kinder erzieht er streng, verbietet ihnen das Fluchen und schickt sie in die ruthenisch-katholische Kirche.

Andrew flieht vor der Enge dieser Verhältnisse als Schüler jeden Samstag ins Kino und sammelt Bildchen und Autogramme der Stars. Als er wegen eines Nervenleidens monatelang daheim bleiben muss und von seiner Mutter gepflegt wird, bastelt er Collagen aus Walt-Disney-Vorlagen.

Seine Brüder verstehen den sensiblen Jungen nicht, und als sie ihn zu früh wieder in den Unterricht zwingen, erleidet er einen Rückfall. Sein Protest hatte ihm nichts genützt, erst der erneute Schwächeanfall erregte das Mitleid der anderen. Andrew begreift: Wenn er laut und deutlich seine Meinung sagt, passiert nichts. „Ich lernte, dass man mehr Macht hat, wenn man schweigt, weil dann wenigstens einige Leute vielleicht an sich zu zweifeln beginnen", notiert er später über seine Kindheit.



Jede Art von Vorlage verwandelt der Amerikaner in Kunst: Darstellungen männlicher Genitalien, Anzeigen für Hühneraugenpflaster – oder hier eine Schrittfolge des Foxtrotts (»Dance Diagram 2«, Aufnahme von 1962)

Die Stahlmagnaten von Pittsburgh sammeln zu jener Zeit begeistert Kunst und fördern den Malunterricht am Carnegie Museum. Andrew fällt seinem Zeichenlehrer als hochbegabter, aber im sozialen Umgang unbeholfener Junge auf. Er selbst wird sich später vor allem an die Pelzmäntel und Limousinen erinnern, in denen die Mütter manche seiner Mitschüler zum Unterricht brachten. So kann das Leben also auch sein.

Schon bald arbeitet Andrew gezielt an einer Karriere als Zeichner. Zum Stolz seiner Familie wird er als Kunststudent an einem College in Pittsburgh aufgenommen. Die schriftlichen Kurse fallen ihm schwer – zu Hause wird das in der Heimat seiner Eltern verbreitete Ukrainisch gesprochen, und englische Rechtschreibung beherrscht der Einwanderersohn nicht. Auch sonst eckt er bei vielen Professoren an, denn er findet sich in der akademischen Lehre nicht wieder und experimentiert freier als vorgesehen.

Mal lässt er seine Katze mit dreckigen Pfoten über ein Blatt laufen, dann wieder zerschneidet er ein Bild in vier Teile und reicht sie als Lösungen für verschiedene Aufgaben ein. Ein Professor aber erkennt gerade in diesem Eigensinn sein Talent und rät nach dem Abschluss 1949 zum Umzug nach New York.

Die Stadt seiner Träume. Hier will „Andy Warhol", wie er sich bald nennt, berühmt werden, will seine Begabung zu Geld machen und Freundschaft schließen mit den Stars, die er bewundert. Mit einem Kommilitonen zieht er in eine verwahrloste Wohnung in der Lower East Side. Nachts zeichnet er, tagsüber spricht er in den Redaktionen der Modejournale vor.

Er tut gar nicht erst so, als würde er schon dazugehören – sondern klopft, wie er später erzählt, bei den Art-Direktoren in abgewetzten Turnschuhen an, und wenn er auf eine Chefin mit Mutterinstinkt trifft, macht er ihr Komplimente und jammert über Hunger und Armut. Angeblich krabbelt einmal bei einer Präsentation eine Küchenschabe aus seiner Mappe und bekräftigt seine Klagen. Solche – womöglich erfundenen – Geschichten notiert er später über seine frühen Jahre.

Die Akquise ist erfolgreich. Für ein Schuhhaus zeichnet Warhol ab 1955 regelmäßig die Anzeigenmotive, lässt in klarem, fast naiv anmutendem Strich Schmetterlinge, Engel und Blumen über die Blätter schweben, zeigt rosa Katzen, mädchenhaft wirkende Jünglinge – und immer wieder Stöckelschuhe: pinkfarben, himmelblau, grasgrün, später auch golden mit aufgeklebten silbernen Oblaten. Die Dame von Welt

muss nicht laufen, sie fährt im Straßenkreuzer vor und leistet sich Zierwerk an den Zehen. Oder sie blättert in einer Zeitschrift wie „Glamour" und betrachtet Warhols Darstellungen. Fast neun Milliarden Dollar setzt die Werbeindustrie nun jährlich um, 53 Dollar pro Amerikaner, so viel wie nie zuvor.

„Ein gewisses Maß an Freiheit", heißt es bei dem Schuhgeschäft, gestehe man Warhol zu, damit die Werbung Persönlichkeit ausstrahle, zeitgenössisch und ein wenig künstlerisch wirke. Das aber reicht ihm nicht.

Der Mann aus Pittsburgh will, so scheint es, Kunst und Geschmack zugleich prägen, will Großes entwerfen – und doch den Alltag der Menschen formen.

Immer wieder bildet Warhol Ikonen der Populärkultur ab. Er lässt Fotos von den gefeierten Helden des Films und der Musik – hier Elvis Presley – auf ein Sieb übertragen, durch das er dann Farbe drückt (»Triple Elvis«, 1963)

Die erste Bühne, auf der er dies ausprobieren darf, ist ein Schaufenster. Schon in Pittsburgh hat Warhol in einem Warenhaus Schaufensterpuppen angekleidet. 1961 bittet ihn das New Yorker Traditionskaufhaus Bonwit Teller an der Fifth Avenue um ein ästhetisches Konzept. Das Haus hat bereits 1939 Auslagen von Salvador Dalí arrangieren lassen (der, als man seine Dekoration veränderte, wütend eine pelzbedeckte Badewanne durch das Fenster rammte).

Schon im frühen 20. Jahrhundert waren viele Avantgardekünstler fasziniert von Schaufenstern; sie erkannten in ihnen Vitrinen für die Ästhetik des modernen Lebens. Der Franzose Marcel Duchamp etwa ließ sich von den Produktpräsentationen der Sanitärfachgeschäfte inspirieren und zeigte 1917 in einer Ausstellung ein Urinal als Kunstwerk unter dem Namen „Fountain".

Duchamp missfiel die hergebrachte Trennung von Kunst- und Lebenswelt – also brachte er industrielle Produkte als Fundstücke ins Museum und erklärte sie zur Hochkunst. Er war vertraut mit den Werken der europäischen Dadaisten, die zu jener Zeit bereits Zeitungsschnipsel und andere Dinge des Alltags für ihre Kunst benutzten.

Nach dem Ersten Weltkrieg war das ein Protest gegen die Zerstörungswut der modernen Zeit und eine Attacke auf die harmoniebewusste Ästhetik des Bürgertums gewesen. Warhol macht aus dem Erbe Duchamps und der Dadaisten nun eine abgeklärte Bestandsaufnahme der Gegenwart. Er findet eine Anzeige für Schönheitsoperationen, die ein Frauengesicht vor und nach dem Eingriff im Profil zeigt. Die Vorlage wirft er mit einem Diaprojektor auf eine anderthalb Meter breite Leinwand und malt sie in wenigen schwarzen Pinselstrichen ab.

Mit der Niedlichkeit ist es jetzt vorbei; das Plakat wirkt, als wolle der Maler einen Scherenschnitt imitieren. Er kombiniert es mit der Nachahmung eines Superman-Cartoons und einer getuschten Collage diverser Anzeigenfragmente: für Pepsi-Cola, für Bodybuilding, gegen Haarausfall.

Im Frühjahr 1961 posieren in der Auslage von Bonwit Teller Schaufensterpuppen in schmalen Sommerkleidern vor der überdimensionalen begradigten Nase und den anderen Gemälden, und das Ensemble bekommt etwas von einem Befehl: Mach mit deinem Geld das Beste aus dir, werde begehrenswert! Du bist dein eigenes Geschöpf!

So hält es auch Warhol selbst. Unzufrieden mit seiner rotfleckigen Nase, lässt er das Organ einer schmerzhaften Hautbehandlung unterziehen. Seine natürliche Blässe betont er durch blonde Perücken, Wimperntusche und Schminke. „Das alles tue ich, um mich für das Geschäft schön zu machen", erklärt er Jahrzehnte später.

Er will endlich in der Kunstwelt anerkannt werden. Die Abstrakten Expressionisten und deren Freunde verachten Warhol als Gebrauchsgrafiker. Sogar die erfolgreichen Wegbereiter der Pop Art, das Paar Jasper Johns und Robert Rauschenberg, ignorieren den so kommerziell denkenden neuen Konkurrenten zunächst. Erst später wird Rauschenberg ernüchtert anerkennen müssen: „Andy traf die Entscheidung für ein Thema danach, was schick und was schockierend war – niemals spielten ästhetische Motive eine Rolle. Und das ist ein Zeichen von Stärke."

Auch sein anderes Idol, der Schriftsteller Truman Capote, hat Warhol lange abblitzen lassen. Andy schrieb dem Autor von „Frühstück bei Tiffany" in den frühen 1950er Jahren fast täglich Briefe, rief ihn an, lauerte ihm vor seiner Tür auf, bis ihm Capotes alkoholisierte Mutter eines Tages öffnete und ihn hereinließ. Als der Sohn nach Hause kam, war er entsetzt: „Warhol schien der geborene Verlierer zu sein, der verlassenste Mensch, den ich je im Leben gesehen hatte", sagt er später über die Begegnung.

Warhol bebilderte trotzdem auf eigene Faust einige Kurzgeschichten Capotes und stellte die Blätter in einer kleinen Galerie aus, es war sein erster Auftritt als freier Künstler. Der Autor schaute sie an, nickte anerkennend – und verwendete kein einziges.

Allen Zurückweisungen zum Trotz: Warhol gibt nicht auf. Dies ist Amerika, das Land, in dem, so notiert er, „auch der reichste Verbraucher im Wesentlichen das Gleiche kauft wie der Ärmste". Das Land, in dem Obdachloser und Präsident die gleiche Mixtur Koffeinbrause trinken und in dem jeder es – zumindest dem Mythos nach – aus eigener Kraft schaffen kann. Daraus muss sich doch etwas machen lassen.

Er wählt als Vorlage eine Coca-Cola-Reklame aus dem Krieg und malt eine Flasche mit dicken Pinselstrichen und verwaschenen Konturen – keine keimfreie Illustration ist das, sondern selbstbewusste Malerei: Tinte und Tempera trägt der Künstler in groben Zügen auf und hinterlässt Flecken auf dem Papier. An einer Seite zieht er dicke

Als ihm ein Freund rät, es sei genug mit Suppendosen, jetzt müsse der Tod drankommen, hat Warhol ein neues Thema: Er schafft nun zahlreiche Bilder von Flugzeugkatastrophen, Autounfällen und dem elektrischen Stuhl (»Orange Disaster #5«, 1963)

Wachskreide über das Logo der Firma: Die Kunst verdrängt die Werbung.

Das könnte auch den Anhängern der Abstrakten Expressionisten gefallen. Zwar lehnen sie kommerzielle Motive in der Kunst ab, doch Malweise und Intention des Werks müssten ihnen entgegenkommen: Das Gemälde wirkt, als habe ein Virtuose in starken Gesten ein Zeichen gegen die gleichmachende Konsumkultur setzen wollen.

Bloß, dass Warhol an Coca-Cola gerade das Gewöhnliche bewundert. Er will sich gar nicht abheben von der Masse, sondern deren Weltsicht zu Kunst machen.

Also wählt er eine zweite, plakativere Cola-Anzeige aus, projiziert sie auf eine mannshohe Leinwand und setzt den schwarzen Pinsel an, ohne vorzuzeichnen. Ihn reizen die vertikalen Rillen und Wölbungen der Flasche, die aussieht wie das elegante Faltenkleid einer vollschlanken Diva. Auch diesmal überträgt er die Vorlage nicht eins zu eins auf die Leinwand, sondern vereinfacht sie grafisch und schneidet ein Stück vom nebenstehenden Schriftzug des Logos ab. So scheint sich das Bild hinter dem rechten Bildrand fortzusetzen.

Als Warhol beide Gemälde einem Freund zeigt, rät der ihm, das Bild mit der eher expressionistisch gemalten Flasche wegzuwerfen und das andere auszustellen: „Das ist unsere Gesellschaft, das sind wir, sie ist total schön und ungeschminkt."

Der Maler fragt gern Freunde und Kollegen, was er tun soll. Wenig anfangen kann er mit dem Kult um das einsame Genie, wie ihn die Abstrakten Expressionisten pflegen. Nicht als Macher sieht er sich, sondern als Beobachter, der die Dinge registriert und geschehen lässt. Von klein auf hat er gelernt, passive Schweigsamkeit in Stärke zu verwandeln – und tut das auch später in Interviews, in denen er die Journalisten an einsilbigen Antworten verzweifeln lässt.

Ihn interessieren die vielen schillernden Oberflächen der Gegenwart; in der Tiefe der eigenen Seele zu wühlen erscheint ihm, dem Reflektor, sinnlos: „Wenn ein Spiegel in den Spiegel blickt, was soll da schon zu sehen sein?" Am liebsten wäre er, wie er einmal sagt, ein Automat, der tut, was man ihm sagt, ohne nachzudenken.

Er erklärt: „Gerade einfache Leute mögen meine Bilder. Ich möchte nicht nachdenken. Wir könnten in der Welt besser leben, wenn wir alle Maschinen wären."

Vielleicht ist das nichts als pure Provokation, ein Seitenhieb gegen die intellektuellen Kunst- und Seelendeuter, die sich allzu wichtig nehmen. Vielleicht aber hat er nur die Zeichen der Zeit erkannt: Längst prägt die industrielle Produktion alle Lebensbereiche. Das Bruttoinlandsprodukt ist in den 1950er Jahren um 75 Prozent gewachsen und mit ihm die Mittelklasse.

Der Durchschnittsamerikaner definiert sich über seinen Besitz, den Chevrolet vor dem Vorstadthäuschen, den Kühlschrank, die Waschmaschine, das TV-Gerät. Dinge, die alle Nachbarn auch haben.

Zu Beginn der 1960er Jahre sind die Abstrakten Expressionisten noch allgegenwärtig in New York, aber jüngere Künstler arbeiten bereits an einem Gegenprogramm: weg vom vergeistigten Malermythos, hin zu Abbildern der Konsumkultur. Warhol hat Mühe, seine eigenen Themen zu finden. Vorlagen aus Comic-Strips und aus der Reifenwerbung verwendet bereits Roy Lichtenstein, plastische Nachbildungen von Torten und anderen Lebensmitteln formt schon Claes Oldenburg aus Gips.

Also fragt er eine befreundete Galeristin, was er tun könnte, um Aufsehen zu erregen. Sie verlangt für ihre Idee einen Scheck über 50 Dollar und überlässt ihm nach Erhalt gleich zwei Einfälle.

Der Erste: Er solle malen, was ihm am meisten bedeutet – Geld.

Der Zweite: Warum nicht in einem Kunstwerk verewigen, was alle gern essen – etwa eine Dosensuppe?

Tomatensuppe, Minestrone, Hühnersuppe: Die Firma Campbell's bedient mit insgesamt 32 Sorten jeden Geschmack. Die Aufmachung ist seit Jahrzehnten gleich: Für Wiedererkennbarkeit sorgt ein schlichtes, typografisch sorgfältig gestaltetes Etikett ohne Bilder. Nur die Namen der jeweiligen Suppen variieren. Warhol wird später behaupten, seine Mutter habe jahrzehntelang mittags immer Campbell's aufgewärmt. So sei er zu dem Motiv gekommen.

Der Künstler orientiert sich nicht an der Dose, sondern an einer Werbegrafik, die sie darstellt. Später lässt er die Blechbüchsen abfotografieren, um sie auf eine Leinwand zu projizieren und abzuzeichnen, bevor er die Farbe aufträgt. Für den Firmenschriftzug verwendet er eine Papierschablone, was das Malen oder Sprühen zu einem mechanischen Akt macht. Die einzelnen Dosen unterscheiden sich nur durch die aufgedruckte Geschmacksrichtung; aus der Ferne betrachtet sehen alle gleich aus.

Warhol zeigt nicht eine Dose, sondern alle 32. Hat er eine Sorte gemalt, hakt er sie auf einer Liste ab. Hängt man die fertigen Bilder in Reihen übereinander, erinnern sie an ein Supermarktregal oder an eine Mauer, auf der ein Plakatmotiv fünfmal übereinandergeklebt wurde, um die Aufmerksamkeit der Passanten zu erzwingen.

Es gibt keinen Mittelpunkt und so gut wie keine räumliche Tiefe – Warhol tilgt traditionelle Gestaltungsprinzipien, die von der Renaissance bis zum Beginn der Moderne Gemälde ausgemacht haben. Stattdessen übernimmt er in seiner Malerei die Ästhetik der Warenwelt.

Das Nachrichtenmagazin „Time" widmet der neuen Strömung in der Kunst im Mai 1962 einen Artikel, in dem auch die Suppendosen erwähnt werden. Warhol wird vorgeführt mit dem naiv klingenden Zitat: „Ich male einfach Dinge, die ich schon immer schön fand, Dinge, die man täglich benutzt und über die man nie nachdenkt."

Kurz darauf besucht ihn ein Galerist aus Los Angeles in seinem Wohnzimmer voller Leinwände und Malutensilien. Der Maler hat sich aus Platznot von einigen Möbeln getrennt, auch seine inzwischen zugezogene Mutter musste ins Souterrain ausweichen. TV-Gerät, Radio und Plattenspieler plärren gleichzeitig; Warhol kniet auf dem Boden und pinselt Dosen. Der Galerist verspricht, die Serie noch im Sommer auszustellen und 100 Dollar pro Bild zu verlangen.

Das ist zwar viel weniger, als Warhol für Werbegrafiken bekommt, aber er willigt dennoch ein: Erst soll der Ruhm kommen, dann der Reichtum.

Doch kaum jemand will die Dosenbilder haben, vielmehr sind sie ein Lacherfolg. In Los Angeles bietet ein konkurrierender Kunsthändler originale Campbell's-Suppendosen zum Ladenpreis an: „Kaufen Sie billiger!" Schließlich nimmt Warhols Galerist dem Künstler die gesamte Serie für 1000 Dollar ab.

Warhol druckt sich sein Geld inzwischen selber. Er folgt dem zweiten Tipp der Freundin und bringt Dollarnoten auf Papier und Leinwand. Ihm schwebt eine ganze Serie von Geldscheinen in einem Bild vor, doch er schreckt vor der Vorstellung zurück, jede einzelne Note per Hand malen zu müssen.

So experimentiert er mit neuen Techniken. Er scheitert an der Herstellung eines

DIE FABRIK DER NEUEN KUNST

Warhols Werke werden oft von seinen zahlreichen Helfern wie am Fließband hergestellt – allerdings stets unter der Aufsicht des Meisters. Und so gibt er seinem Atelier in Manhattan, das auch Filmset und Schauplatz ausschweifender Partys ist, den Namen »Factory«: Fabrik

In der ganz mit Silberfolie ausgekleideten Factory darf jeder tun, was er will: Drogen nehmen, Musik machen, feiern, Sex haben. Warhol beobachtet das Treiben nur – und filmt es

Warhols Filme sind improvisiert, absichtlich dilettantisch, schockieren durch Sexszenen; sie sollen die Sehgewohnheiten des Publikums brechen (Dreh zu »Nude Restaurant«, 1967)

Schauspieler, Poeten und Popstars feiern in der Factory. Oft werden sie dabei, wie hier 1980 Debbie Harry, die Sängerin der Gruppe Blondie, zu Objekten von Warhols Kunst

Während einer Bostoner Vorführung von »The Chelsea Girls«, einem Film über Gewalt, Drogensucht und Sex, stürmt die Polizei 1966 das Kino; dessen Manager wird wegen Obszönität verurteilt

Die Portugiesin São Schlumberger, Gattin eines Ölmilliardärs, Gesellschaftsdame und Kunstmäzenin, lässt sich von Warhol porträtieren – natürlich für ein hohes Honorar (Siebdruck, 1974)

Holzstempels, mit dessen Hilfe er seine Zeichnungen seriell auf die Leinwand übertragen könnte. Dann entdeckt er eine Technik, die seine Kunst für immer verändern wird: den Siebdruck.

Dabei überträgt ein Druckfachmann seine Zeichnung auf ein Sieb. Entsprechend der Vorlage bleibt ein Teil der Poren offen. Anschließend muss Warhol nur noch die Farbe durchdrücken und kann so sehr schnell lange Reihen Dollarscheine auf die Leinwand bringen. Er braucht keinen Pinsel mehr – und ist seinem Ziel, zum Automaten zu werden, wieder ein Stück näher gekommen.

Wieder und wieder schafft Warhol Siebdrucke von Hollywoodstars wie Elizabeth Taylor. Die Filmgötter – schön, berühmt, reich – sind so, wie er selbst gern sein möchte (»Liz«, »Early Colored Liz (Chartreuse)«, 1963)

Später wird Warhol einmal behaupten, dass er am liebsten jeden Tag 4000 Werke produzieren würde: so viele, wie Pablo Picasso in seinem ganzen Leben.

Ein kleiner, einflussreicher Kreis von New Yorker Kunstkritikern, Galeristen und Sammlern erkennt nun in Warhols Schaffen eine lakonische, sehr amerikanische Antwort auf die Konsumgesellschaft.

Zu seinen Förderern gehören ein Mitarbeiter der führenden Galerie von Leo Castelli sowie ein Kurator am Metropolitan Museum. In New York richtet ihm die gut vernetzte Händlerin der Stable Gallery Ende 1962 seine erste größere Einzelausstellung in der Stadt aus. Fast zur gleichen Zeit nimmt er an einer internationalen Gruppenschau der „New Realists" teil. Das Intellektuellenmagazin „The New Yorker" urteilt, die Ausstellung treffe „die Kunstszene der Stadt wie ein Erdbeben".

Während Warhol in der New Yorker Szene nun immer bekannter wird, ein bunter Vogel der neuen Kunst, kreist sein Werk immer mehr um Stars, die landesweit jeder kennt. Er hat für sich eine Methode entdeckt, Fotos direkt auf das Sieb zu übertragen, sodass er nicht mehr, wie noch bei den Dollarnoten, vorzeichnen muss. Jetzt kann er Magazinfotos in Leinwandbilder verwandeln und Hollywood ohne Umwege ins Museum bringen.

Das Magazin „Life" widmet im Frühjahr 1962 Elizabeth Taylor eine Titelgeschichte. Für die Rekordgage von einer Million Dollar spielt sie die Hauptrolle in dem Monumentalfilm „Cleopatra", eine schöne, mächtige Frau. Während der Dreharbeiten ist sie zusammengebrochen und nur knapp dem Tod entronnen. Mehr noch als dieses Drama beschäftigte die Öffentlichkeit ihre Affäre mit ihrem Filmpartner Richard Burton.

Eine berühmte, reiche Frau, stark und zerbrechlich zugleich, hochverehrt und doch eine Regelbrecherin: Warhol ist fasziniert. Sein Werk „Blue Liz as Cleopatra" besteht aus einer Serie schwarz gedruckter Kleopatras auf blauem Acrylgrund. Einige Porträts überlagern sich; es sieht aus, als wären sie im Druck verrutscht. Doch Taylors dunkler Blick trotzt der Verunstaltung.

Wenige Monate später druckt der Künstler ihren Porträtkopf auf Pink, der türkisfarbene Lidschatten und der feuerrote Lippenstift sind verschmiert, die Haare nur noch ein schwarzer Fleck: „Silver Liz" schaut unverwandt lächelnd den Betrachter an, als wäre nichts geschehen.

Die Erkenntnis: Man kann das Bild der Schauspielerin benutzen, verändern, misshandeln – doch ihre Aura ist nicht kaputtzukriegen. Auch Elvis Presley übersteht in Würde, dass Warhol ihm mädchenhaft rote Lippen aufdruckt, obwohl er doch gerade in vierfacher Ausfertigung den Revolver auf den Betrachter richtet.

Der Künstler tut, was viele Amerikaner tun: Er fantasiert sich seine Stars, wie es ihm gefällt. Nicht als Abrechnung, sondern als eigenwillige Hommage.

WARHOL HAT NUN derart viel Arbeit, dass es ihm zu anstrengend wird. Er bezahlt einen gelockten 20-jährigen Dichter für die Siebdrucke und schart bald Bewunderer, Liebhaber und Möchtegern-Stars um sich, die auch ohne Lohn arbeiten.

Konsequent nennt er das Studio, das er im Januar 1964 bezieht, „Factory", Fabrik. Die Massenproduktion ist das Ziel.

Wer kommen und bleiben darf, entscheidet Warhol allein. Charmante, gut aussehende und orientierungslose Jungs und Mädchen steigen schnell in seiner Gunst, doch ebenso schnell verstößt er sie. Es

In seinen späten Jahren interessiert sich Warhol für die früher von ihm verachtete abstrakte Kunst. Durch das Tarnmuster zugleich verfremdet und doch sofort wiederzuerkennen ist »Camouflage Joseph Beuys«, ein Porträt des berühmten deutschen Künstlers, 1986

reicht, dass jemand heiratet oder sich nach anderen Chancen umschaut, um bei Warhol in Ungnade zu fallen. Der Meister verlangt Exklusivität, Selbstaufgabe, Abhängigkeit. Seine Fabrik kennt keine Arbeitnehmerrechte außer dem einen: alles zu geben für die Kunst – also für Andy Warhol.

Zu seinem Kreis gehört eine frühere Geliebte zweier Abstrakter Expressionisten und ein Jüngling, der einst mit Warhols Konkurrenten Johns und Rauschenberg verkehrte. Wenn Warhol ausgeht, hat er manchmal einen Schwarm schwuler Jungs dabei, häufig aber ein auffällig schönes Mädchen – denn das erhöht die Chance auf ein Zeitungsfoto. Viele Frauen verlieben sich in ihn, doch auf keine lässt er sich ein. Und die Männer, die er begehrt, teilen selten über einen längeren Zeitraum sein Bett. Häufig genügt es Andy, wenn ihm andere ihre Liebesabenteuer erzählen oder er sie dabei beobachten darf.

Begierig nimmt er jeden Klatsch auf. Welch brachliegendes Potenzial, all dieses Glück und Unglück um ihn herum! Daraus muss sich doch Kunst schöpfen lassen.

Er kauft eine 16-Millimeter-Kamera und richtet sie auf die Menschen in seinem Umfeld: Ein Liebhaber schläft fünf Stunden lang; ein Künstlerkollege verspeist genüsslich einen Champignon; Menschen küssen sich ausführlich. Und ein Jüngling, der offenbar gerade oral befriedigt wird, zeigt eine halbe Stunde sein Gesicht.

Der Voyeur Warhol hält drauf, in langen Sequenzen ohne Schnitt und Kameraschwenk. Er will das nackte Dasein in Kunstwerke bannen und Zuschauer das genaue Hinsehen lehren. Am liebsten präsentiert er die Filme in verlangsamtem Tempo, sodass die Zeit sich noch mehr dehnt.

Wie bei seinen oft unsauber ausgeführten Siebdrucken korrigiert er auch im Film keine technischen Fehler. In manchen Werken ahnt der Zuschauer eher, was geschieht, als dass er es sehen und hören könnte.

Und so bleibt doch ein Unterschied zwischen Leben und Kunst: Die Spuren von Warhols Hand sind immer sichtbar, im verzerrten Ton, in dem überbelichteten Schwarzweißbild, in den ungenau platzierten Farbflächen der Siebdrucke.

Um sich schlank und wach zu halten, nimmt Warhol täglich aufputschende Appetithemmer. In der Factory kursieren aber auch härtere Drogen. Manche Abhängige werden lebensmüde. Ein Darsteller springt auf einem LSD-Trip nackt aus einem Fenster im fünften Stock in den Tod.

Geldverdienen ist laut Warhol Kunst, und ein gutes Geschäft sei gar die höchste Kunst. Schon immer fasziniert ihn der US-Dollar als Symbol für Kapitalismus und Kommerz (»Dollar Signs«, 1981)

Warhol reagiert entsetzt: Warum hat der Lebensmüde nicht Bescheid gesagt? Dann hätte man den Selbstmord filmen können.

Die Bemerkung macht schnell die Runde – und bestätigt alle, die Warhol in seiner Passivität für einen gefühlskalten Zyniker halten. Wenig später wird er über eine suizidgefährdete Freundin sagen, er hoffe im Fall des Falles, ihren Tod zu filmen; so weit kommt es aber dann nicht.

Kritik an solcher Herzlosigkeit kontert Andy Warhol etliche Jahre später mit dem Satz: „Ich selbst halte mich nicht für böse – nur für realistisch."

Es wären nicht die ersten Todessprünge in Warhols Bilderwelt gewesen. Das Magazin „Life" zeigt im Mai 1963 die Fotografie einer jungen Frau, die sich vom Empire State Building fallen ließ und im Aufprall das Dach einer Limousine zerdrückte. Warhol nimmt das Bild der eleganten, weißbehandschuhten Leiche und verwendet es für einen Vielfach-Siebdruck auf silbernem Untergrund. Das gefaltete Autoblech ist nun optisch kaum noch von der Leiche zu unterscheiden; in der Wiederholung des Motivs erscheint der Mensch als abstraktes Zeichen.

Was von einer Person heutzutage bleibt, ist in dieser Sicht nichts als eine vielfach reproduzierbare Momentaufnahme.

Warhol, der Möchtegern-Automat, registriert die in TV und Presse verbreiteten Schrecken der Gegenwart so penibel wie teilnahmslos. Er findet das Foto eines Hochhausspringers im freien Fall. Zeitungsbilder von Auffahrunfällen, einmal sogar einen verunglückten Rettungswagen. Die Aufnahme eines elektrischen Stuhls.

Und, vielleicht in Anspielung auf seine Suppendosen: das Foto einer Büchse verdorbenen Thunfischs, der einem Zeitungsbericht zufolge zwei Frauen vergiftet hat. Warhol meint, solcher Opfer müsse gedacht werden. Er erkennt aber auch: „Wenn du ein grausames Bild wieder und wieder siehst, hat es keine Wirkung mehr." Das trifft auf die Pressebilder ebenso zu wie auf seine Seriendrucke.

Vielleicht ist seine Coolness auch eine Schutzmaske gegen die Angst. Er will berühmt sein, doch er ahnt, wie gefährdet große Stars leben. Wie die meisten Amerikaner verfolgt Warhol 1962 am TV-Gerät die Nachrichten über Marilyn Monroes vermutlichen Selbstmord und im Jahr darauf die Bilder nach dem Mord an Präsident John F. Kennedy.

Sofort macht er sich ans Werk und vervielfältigt die Porträts zweier untröstlicher Frauen: Marilyn Monroe und Jackie Kennedy. Schminke und Frisur der Schauspielerin sind verrutscht, was daran liegt, dass

Warhol erst großzügig bunte Lidschatten und Lippenstiftfarbe auf die Leinwand aufträgt und dann die schwarzen Gesichtszüge des Fotos durch das Sieb streicht. Jackie lächelt dagegen farblos, in aneinandergereihten grobporigen Zeitungsbildern kurz vor und nach dem Tod ihres Mannes.

Das Unperfekte dieser Werke lässt all seine Stars merkwürdig verletzlich wirken – obwohl Warhol wie bei den Ikonenbildern seiner Kindheit die individuellen Merkmale aus den Gesichtern getilgt hat.

Doch die Gemälde verströmen nicht den unnahbaren Glanz der Magazinfotografie. Allem Maschinengehabe und eiskaltem Kalkül zum Trotz: Andy Warhol vernichtet seine Figuren nicht. Er entlockt seinen liebsten Berühmten eine fragile Menschlichkeit, die merkwürdigerweise Attacken jeder Art zu überdauern scheint.

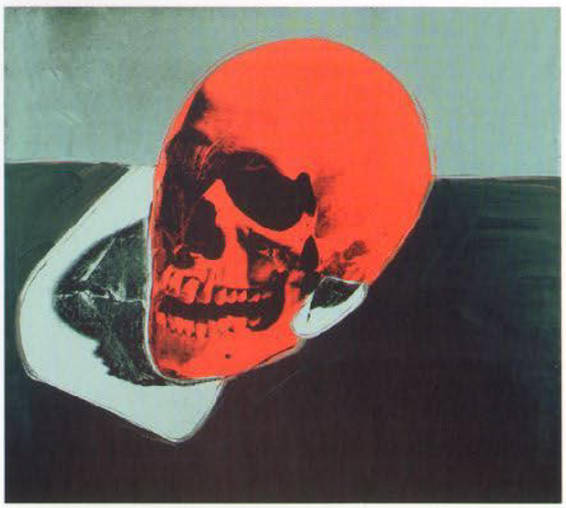
Und obwohl er beteuert, seine Bilder würden nicht lange währen, so arbeitet er doch, wie alle anderen Maler auch, an seinem Nachruhm: Denn wenn die Zeitschriften erst einmal im Altpapier liegen und die alten Filme nicht mehr gezeigt werden, dann werden in den Museen und Privatsammlungen immer noch Warhols Marilyns, Elvisse und Jackies hängen und schief gedruckt lächeln – grell und ein bisschen traurig.

Der Mann aus Pittsburgh aber ist bei aller Schminke und Maskerade ein Mensch aus Fleisch und Blut. Wie verwundbar Andy Warhol ist, begreift er erst an dem Sommertag 1968, als Valerie Solanas auf ihn schießt. Danach meidet er die Elendsgestalten New Yorks, was gar nicht so leicht ist: Fast alle Menschen, die ihm etwas bedeuten, haben einen Funken Wahn in den Augen, klagt er einmal. Valerie Solanas wird drei Jahre später aus dem Gefängnis entlassen. Drogensüchtig und zur Prostituierten geworden, stirbt sie 52-jährig in San Francisco.

Warhol versucht sich nun als Magazinmacher und gründet die Zeitschrift „Interview", um Prominente mit seinem Tonbandgerät auszufragen. Wer ihn in seinem Atelier besucht, wird gebeten, für ein Polaroid-Foto die Hosen herunterzulassen. Seine Freundin Brigid Polk assistiert ihm: Sie arbeitet an der Zeitschrift mit, sammelt zudem mit einem Stempelkissen Penis-Abdrücke und malt für ihn Bilder.

Als sie die Zusammenarbeit ausplaudert, geraten vor allem seine europäischen Sammler in Panik: Was, wenn in ihrer Gründerzeitvilla kein Warhol-, sondern ein Polk-Werk hängt? Der Künstler, der sich früher lauthals zur Teamarbeit bekannt hat, dementiert schnell die Aussage.

1970 erreicht das frühe Gemälde einer Campbell's-Büchse bei einer Auktion den Rekordpreis von 60 000 Dollar. Auch die über Jahre gehorteten Bilder aus eigenem Besitz kann der Künstler jetzt gut verkaufen. Andy Warhol hat endlich beides erreicht: Ruhm und Reichtum.



Seit dem Attentat von 1968, bei dem er schwer verletzt wird, ist Warhol noch besessener vom Tod als zuvor. Dessen traditionelles künstlerisches Symbol, den Totenschädel, malt er nun in zahlreichen Variationen (»Skull«, 1976)

Die Welt der kleinen Leute rückt in immer weitere Ferne. Jetzt schnipselt er keine Schauspielerfotos mehr aus bunten Blättern – er wird dort selbst abgebildet, auf Partys der High Society Arm in Arm mit den Stars: Bianca Jagger und Jackie Kennedy, Truman Capote und Liza Minelli.

Nebenbei wirbt er um Nichtprominente mit viel Geld und Glamourbedarf. Jeder kann nun ein schmeichelndes Porträt bei ihm bestellen, vorausgesetzt, er zahlt 25 000 Dollar (später 35 000) für die erste Fassung und 5000 Dollar für jeden weiteren Druck. Das Geschäft läuft gut. Aus dem Skandalkünstler ist ein gewöhnlicher Star geworden. Avantgarde sind nun andere: etwa ab 1980 der rebellische schwarze Graffitimaler Jean-Michel Basquiat, der Warhol verehrt und dafür von ihm gefördert wird. Oder, länger schon, die Konzept- und Aktionskünstler der 68er-Generation.

In Europa engagiert sich Joseph Beuys in der Umweltbewegung und ruft: „Jeder Mensch ist ein Künstler." Das klingt nach Andy Warhol. Bloß wünscht sich der Deutsche Menschen, die sich einmischen, statt nur zu beobachten.

Warhol porträtiert eines Tages Beuys als rotschwarz schimmernde Gestalt – und streut ihm Diamantstaub auf den berühmten Filzhut.

Er ist nun in seinen Fünfzigern und fühlt sich oft einsam. Einige seiner früheren Mitstreiter sind gestorben, mit vielen anderen hat er sich überworfen. Statt mit Menschen füllt er sein Haus mit geschwungenen Art-Déco-Möbeln, Antiquitäten, amerikanischem Kunsthandwerk und Gemälden von Kollegen. Am 22. Februar 1987 stirbt er an den Folgen einer Gallenblasen-Operation.

Kurz darauf öffnen Nachlassverwalter die Türen zu den 27 Räumen seiner Stadtvilla – und haben Mühe, sich durch all die unausgepackten Einkaufstüten den Weg zu bahnen.

All diese Habseligkeiten zu versteigern dauert zehn Tage und bringt mehr als 25 Millionen Dollar ein. Ein Käufer zahlt allein für die Keksdosensammlung fast 200 000 Dollar. Die großen Museen veranstalten eine Reihe posthumer Ausstellungen, und auf den Vernissagen erzählen Besucher, Warhol sei gar nicht gestorben, sondern verstecke sich irgendwo unter einer neuen Perücke.

Und tatsächlich lebt der Künstler, der den Kugeln entkam und die Malerei unter die Leute brachte, weiter: als Kultfigur, von seinen Anhängern verehrt wie ein Heiliger.

Das hätte dem gläubigen Katholiken sicherlich gut gefallen. □

Die Kunsthistorikerin **Dr. Kia Vahland**, 42, ist Redakteurin im Feuilleton der „Süddeutschen Zeitung". Seit sie Warhol porträtiert hat, entdeckt sie überall dessen Nachleben: Filmschauspieler in Elvis-Pose, Werbung in Marilyn-Optik, Bars mit Flower-Tapeten.

Die ERBEN *des* POP

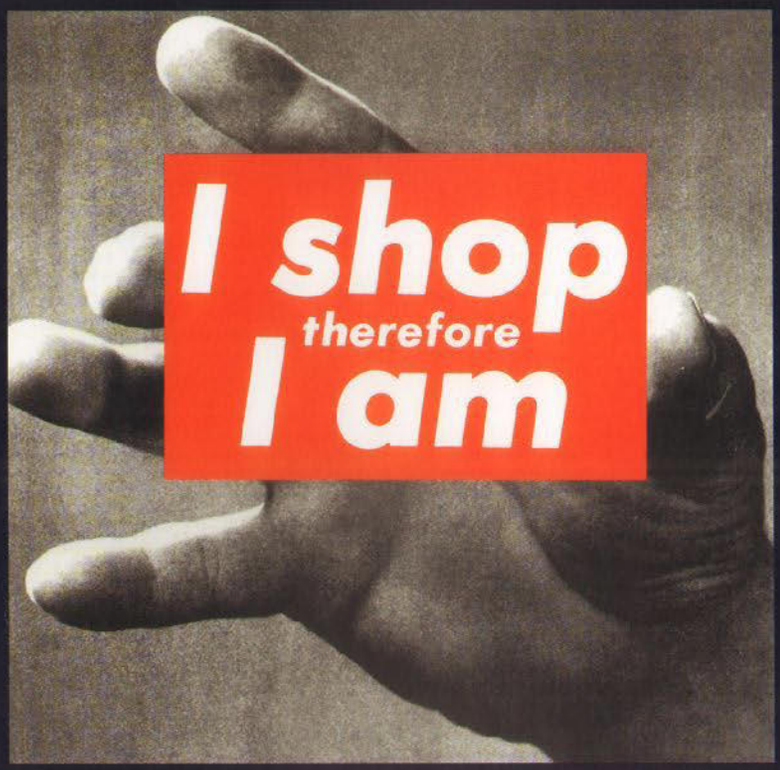
Die große Zeit der Pop Art endet um 1968. Doch ab etwa 1980 besinnt sich eine neue Generation von Künstlern auf die Strategien Warhols und Lichtensteins: Auch sie malen Comic-Figuren, bedienen sich der Ikonen der Massenkultur – und haben keine Scheu, ihre Kunst wie Konsumprodukte zu vermarkten BILDTEXTE: JOCHEN PIOCH

TAKASHI MURAKAMI

geboren 1962

Psychedelische Landschaften, glückliche Smiley-Blumen, grellbunte Farben: Inspiriert von japanischen Manga-Comics, malt Murakami schrille, chaotische Panoramen aus Cartoon-Elementen (**»TAN TAN BO SPEIEND – A. K. A. GERO TAN«**, 2002)

pledge
ck and to the pussy for which it stands?
hebe kike yid hymie
spic wop dago mex
cunt gash snatch
pussy spook sambo
nigger boogie slant
nip chink jap faggot
All violence
is the illustration of a pathetic
stereotype
homo fairy hebe kike
yid hymie spic wop
dago mex cunt gash
snatch pussy spook
sambo nigger boogie
slant nip chink jap
Who will
They don't
want to
lose it
and they
never give
it away-
Some-
times
they act
humble



»I SHOP THEREFORE I AM« von 1987 ist eine Anspielung auf den Satz des Philosophen René Descartes »Ich denke, also bin ich«. Selbstbewusstsein, so Kruger, sei heute eine Frage des Konsums, nicht des Geistes

Barbara Kruger

geboren 1945

Die gelernte Designerin aus New Jersey legt mehr Wert auf Gesellschaftskritik als viele ihrer Kollegen und die meisten Pop-Artisten der 1960er Jahre. Ihre Installationen richten sich mit deutlichen Worten an den Betrachter und prangern soziale Gewalt und Konsumglauben an

sige Bilder von Kindheit und Brutalität, dazu ein endloser Strom von Worten aus Vulgärsprache: Krugers Installation bedient sich der aggressiven Optik der Massendien, hinterfragt deren Macht aber durch kritische Parolen (Installation von 1991)

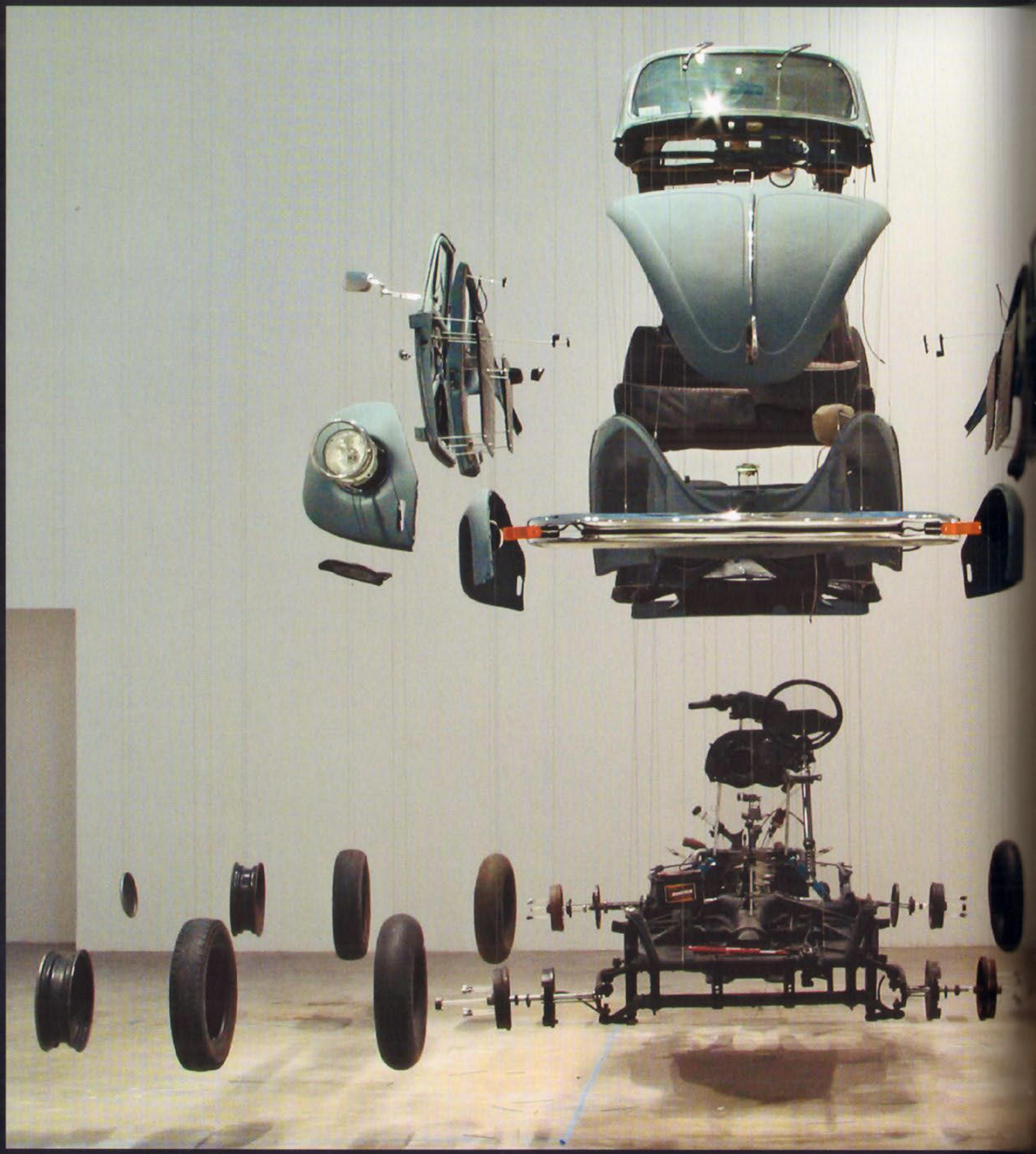
Ein kopulierendes Paar, dargestellt wie ein kostbares Schmuckstück: Selbst intime Details seines Privatlebens präsentiert Koons als makellose Artefakte – so in **»VIOLET ICE (KAMA SUTRA)«** von 1991, das den Künstler und seine Ehefrau zeigt, als Glasstatuette, die aus Eis geschnitten zu sein scheint

»PINK PANTHER« umarmt Jayne Mansfield. Mit seiner lebensgroßen Skulptur von 1988 treibt Koons die Idee der Pop Art auf die Spitze. Denn die Plastik vereint nicht nur Filmstar und Cartoon-Figur, sie ist noch dazu aus einem Material gefertigt, das jedem vertraut ist: Porzellan

JEFF KOONS

geboren 1955

Der ehemalige Börsenmakler sieht seine Kunst als Verbindung von Entertainment und Kommerz. Wie die klassischen Pop-Artisten inszeniert der New Yorker Motive der Massenkultur, zudem vermarktet er sich selbst konsequenter als jeder seiner Vorgänger. Mit Erfolg: Auf Auktionen erzielen seine Werke Preise von bis zu 16 Millionen Euro

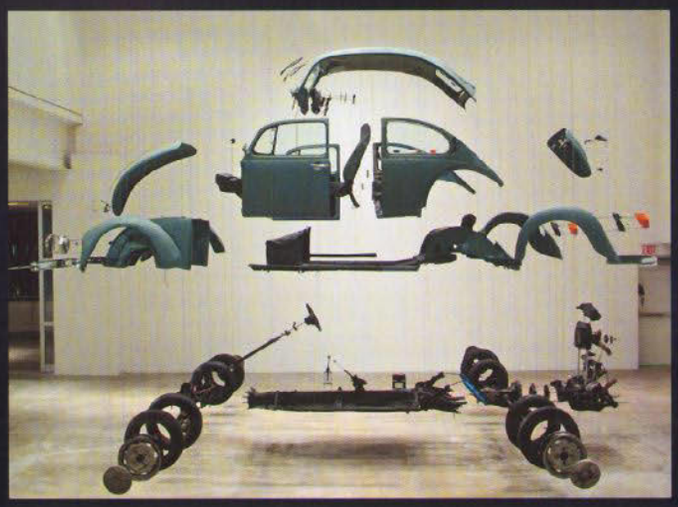


Das Symbol des Wirtschaftswunders, seziert wie ein medizinisches Objekt: In **»COSMIC THING«** von 2002 huldigt Ortega dem VW Käfer als populärstem Auto der Welt. Daneben verfremdet er dessen Form, ähnlich wie es Jahrzehnte zuvor Claes Oldenburg mit Hamburgern und Toiletten getan hat

Damián Ortega

geboren 1967

Der Mexikaner beginnt seine Karriere als politischer Karikaturist. Später arrangiert er Alltagsgegenstände in penibler, oftmals bizarrer Anordnung und schafft dadurch neue Blickwinkel auf die Fetische der Konsumkultur – seit jeher die Objekte der Pop Art



Als **»COSMIC THING«** entsteht, ist Mexiko das letzte Land, in dem noch VW Käfer produziert werden. Mit dieser Skulptur betont Ortega die wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung, die dieser Autotyp in seiner Heimat hat – und zerlegt den Mythos zugleich in seine Einzelteile

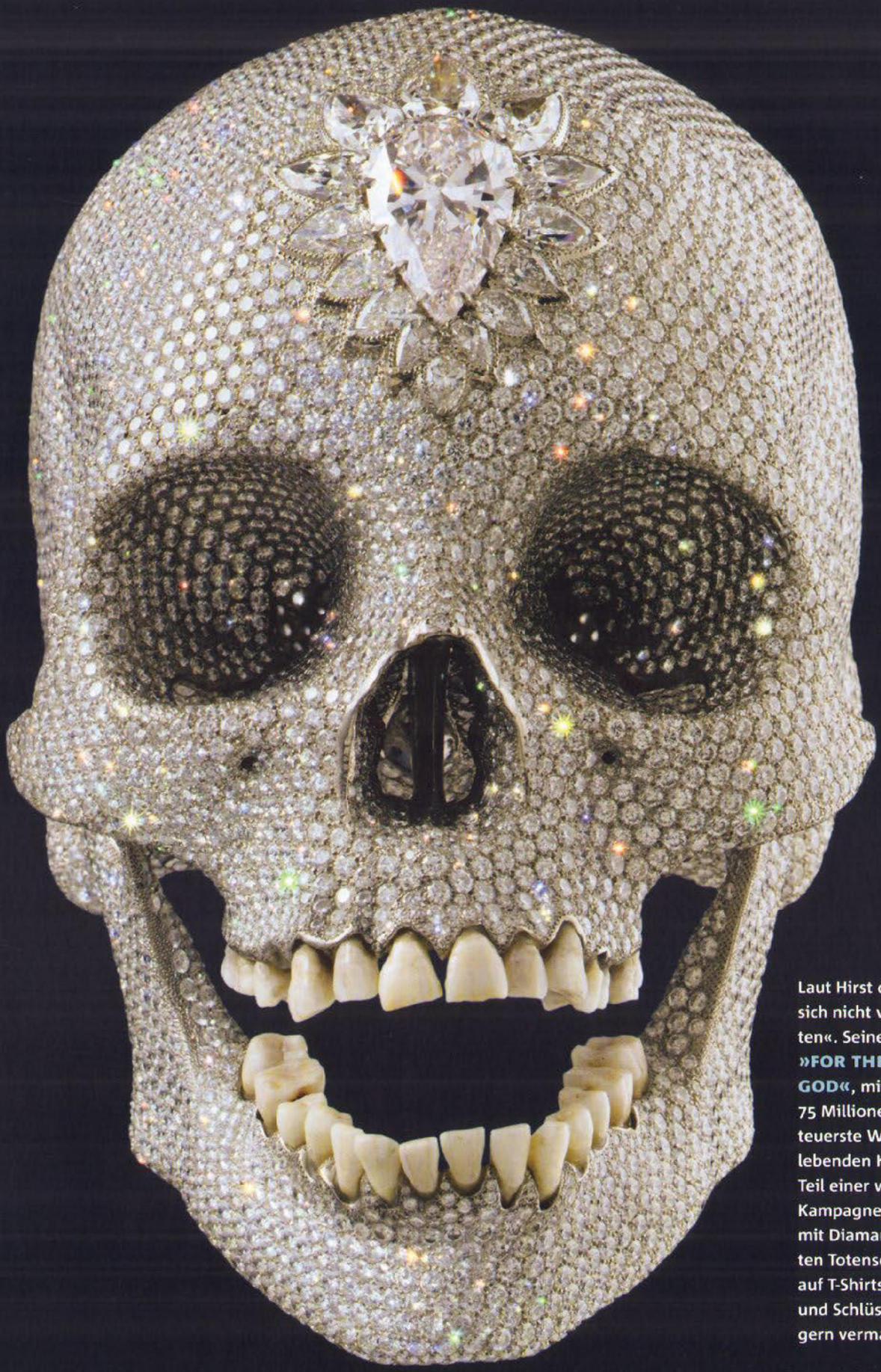
Während die amerikanischen Pop-Künstler berühmte Themen der Massenkultur aufnehmen, schafft Haring seine eigenen charakteristischen Motive. Das **»RADIANT BABY«** – ein Symbol für Leben, Energie und Glück – wird selbst zu einer weltweit bekannten Pop-Ikone

Ein fünfäugiges Comic-Monstrum mit gezahntem Hinterteil kastriert einen Mann, der Bibel entsteigen Schlangen, und im Gehirn steckt ein Kreuz: Sex, Religion und Fernsehen sind zentrale Themen für Haring, wie **»UNTITLED«** von 1985 zeigt

Keith Haring

1958–1990

Jahrelang arbeitet Haring, der früh an Aids stirbt, in den Bahnhöfen der New Yorker U-Bahn, wo er leere Werbeflächen mit seinen Figuren bemalt. Er will mit seinen Werken die Menschen im Alltag erreichen, etwa auf dem Weg zur Arbeit

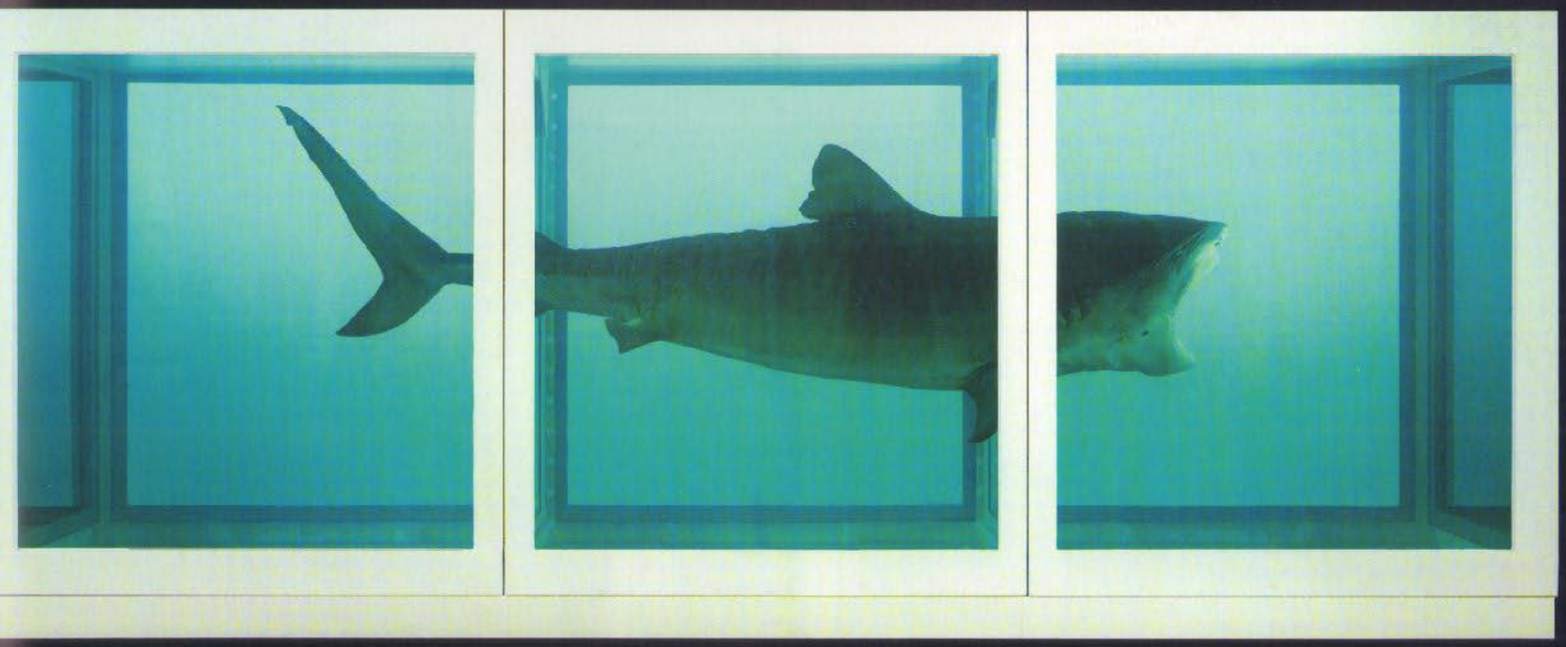


Laut Hirst darf »Kunst sich nicht vor Geld fürchten«. Seine Skulptur **»FOR THE LOVE OF GOD«**, mit angeblich 75 Millionen Euro das teuerste Werk eines lebenden Künstlers, ist Teil einer weltweiten Kampagne, die den mit Diamanten besetzten Totenschädel etwa auf T-Shirts, Postern und Schlüsselanhängern vermarktet

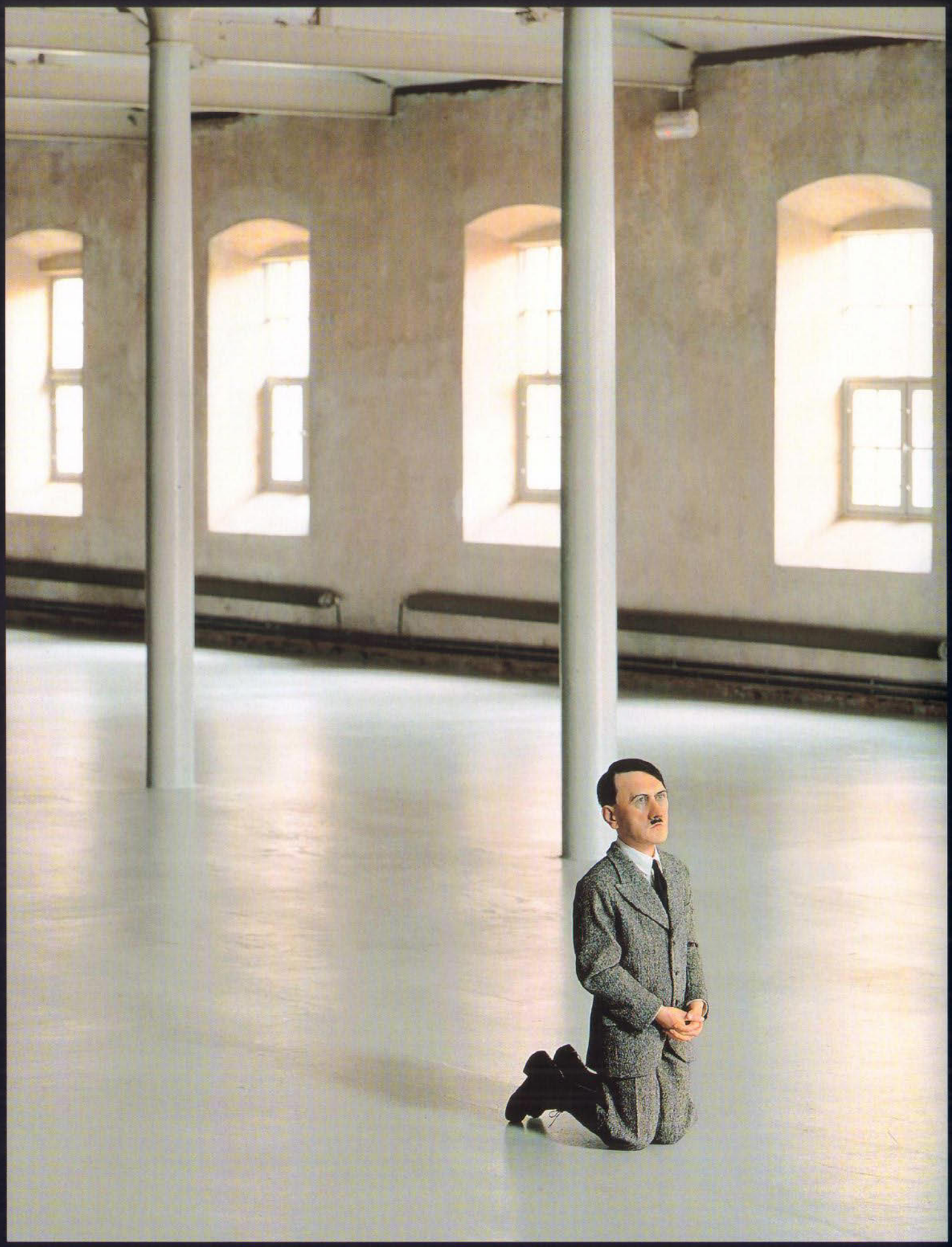
Damien Hirst

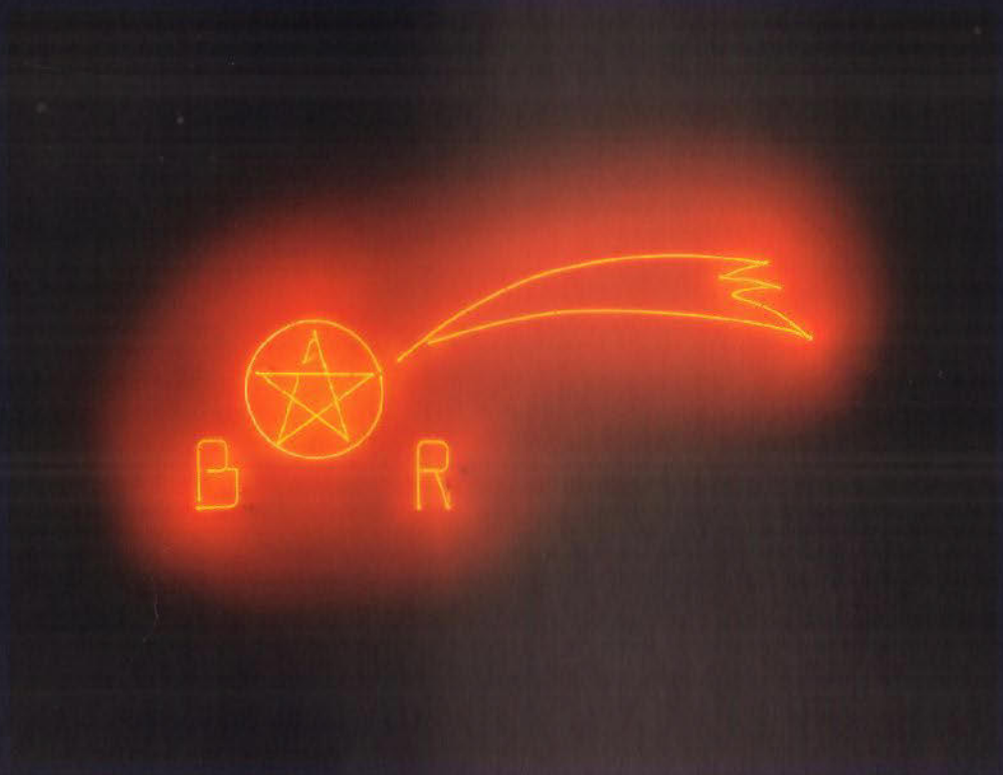
geboren 1965

Er ist der Pathologe der modernen Kunstszene: Hirsts Werke zeigen unter anderem abgetrennte Köpfe, Tierleichen und lebende Insekten. Wie zuvor Andy Warhol, der den elektrischen Stuhl in Serie abbildete, provoziert der Brite mit drastischer Todessymbolik – und ist damit kommerziell höchst erfolgreich



Mit seiner Installation »THE PHYSICAL IMPOSSIBILITY OF DEATH IN THE MIND OF SOMEONE LIVING« von 1991 inszeniert sich Hirst als Mahner der Sterblichkeit. Der in Formaldehyd konservierte Tigerhai soll den Tod – ein existenzielles Phänomen, über das niemand gern nachdenkt – konkret begreiflich machen





Der Stern von Bethlehem verschmilzt mit dem Zeichen der italienischen Untergrundorganisation »Rote Brigaden«: In seinem aus Neonröhren geformten Werk **»CHRISTMAS '95«** von 1995 provoziert Cattelan durch die Kombination des christlichen Friedenssymbols mit dem Emblem der linksradikalen Terrortruppe

MAURIZIO CATTELAN

geboren 1960

Während die Pop-Artisten um Eduardo Paolozzi und Andy Warhol die Kunstkritik schon gegen sich aufbrachten, weil sie Fundstücke aus der Massenkultur wie Werbebilder, Pin-up-Girls und Comic-Figuren zum Inhalt ihrer Gemälde machten, verwendet der Italiener 40 Jahre später Motive, die zwar genauso bekannt sind wie Coca-Cola, Marilyn Monroe und Mickey Mouse – doch ungleich böser und politischer

e Ikone des Bösen, seltsam geschrumpft und um Gnade flehend – Cattelans Hitler-Darstellung
HIM« von 2001 ist ein moralisches Experiment, das den Betrachter herausfordert: Darf der Diktator
n Vergebung bitten? Ist schon seine Darstellung in der Kunst ein Skandal? □

Die Ära der POP ART

VON KATRIN DIEDERICHS UND FRANK OTTO

blau = Einträge zu Politik und Gesellschaft, rotbraun = Kunst und Kultur

1947
Während eines Parisaufenthaltes beginnt der schottische Künstler Eduardo Paolozzi damit, Collagen aus Motiven zu schaffen, die er vor allem in amerikanischen Zeitschriften gefunden hat. Unter anderem verwendet er für seine Werke Autoanzeigen, Bilder von Filmstarlets sowie Science-Fiction-Zeichnungen.

1952
April. Im Londoner Institute of Contemporary Arts präsentiert Paolozzi erstmals eine große Anzahl seiner Collagen vor einem kunstinteressierten Publikum. Mit einem Episkop projiziert er in willkürlicher Reihenfolge Ansichten aus Illustrierten, Comic-Heften und Werbebroschüren auf eine Leinwand. Dieser Vortrag, dem Paolozzi den Titel „Bunk" (engl. für Unsinn) gibt, gilt als Geburtsstunde der Pop Art.

Zudem ist dies die Gründungsveranstaltung der Künstlergruppe „Young Group" (später: „Independent Group"), in der mehrere Vertreter der britischen Pop Art Mitglieder sind.

1953
27. Juli. Ein Waffenstillstandsvertrag beendet nach drei Jahren den Krieg, in dem das kommunistische Nordkorea mit Beistand der Chinesen gegen den vor allem von den Amerikanern unterstützten Süden gefochten hatte; der Konflikt hat Millionen Todesopfer gefordert. Der aktuelle Frontverlauf entlang des 38. Breitengrades wird als Grenze zwischen den beiden Staaten festgelegt.

1954
3. Juli. Neun Jahre nach Ende des Zweiten Weltkrieges hebt die britische Regierung die letzten Rationierungen von Lebensmitteln auf: Auch Rindfleisch und Speck sind jetzt frei verkäuflich.

1955
3. Juni. „Das verflixte siebte Jahr", ein Film des Regisseurs Billy Wilder, wird uraufgeführt. Die Hauptrolle in der Komödie spielt Marilyn Monroe, Amerikas größter weiblicher Filmstar, prominentestes Pin-up-Girl und spätere Ikone der Pop Art.

1. Dezember. In Montgomery, Alabama, weigert sich die Afroamerikanerin Rosa Parks, im Autobus ihren Sitz für einen Weißen zu räumen, und wird wegen Verstoßes gegen die Rassengesetze verhaftet.

Der Prediger Martin Luther King jr. organisiert daraufhin einen Boykott gegen die Buslinien der Stadt. Ein halbes Jahr später erklärt der Oberste Gerichtshof Diskriminierung in öffentlichen Verkehrsmitteln für illegal – ein Erfolg der friedlichen Bürgerrechtsbewegung, die für die rechtliche und faktische Gleichstellung der Schwarzen streitet. In den Südstaaten der USA halten Politiker, Behörden und Polizei die Rassentrennung hartnäckig aufrecht.

KUNST, KONSUM UND COMICS

Zweimal wird die Pop Art erfunden: zuerst 1952 in London von einer Gruppe junger Grafiker und Maler, die fasziniert sind von der bunten Bilderwelt amerikanischer Zeitschriften. Dann, Anfang der 1960er Jahre, entsteht die neue Kunstrichtung noch einmal in New York, wohl ohne dass die US-Künstler von ihren europäischen Vorläufern wissen. Aber auch sie verwenden wie die Briten Vorlagen aus der Populärkultur: Reklame, Comic-Figuren, Filmstars – und erleben 1962 ihren großen Durchbruch.

1956
Das Architektenehepaar Alison und Peter Smithson, beide Mitglieder der Independent Group, verwendet in einem Aufsatz das erste Mal nachweislich den Begriff „Pop Art". Gemeint ist damit allerdings noch nicht die Kunstrichtung, sondern jene Erzeugnisse der Populärkultur – also vor allem Bilder aus Massenmedien –, welche die englischen Pop-Künstler um Richard Hamilton und Eduardo Paolozzi in ihre Werke einfügen. Die Wortschöpfung „Pop Art", eine Kurzform von „popular arts", ist wohl Mitte der 1950er Jahre analog zur Bezeichnung „Pop Music" entstanden.

Erst mit dem Aufkommen der Pop Art in den USA um 1962 wird der Begriff auch rückwirkend für die englische Kunstrichtung verwendet.

9. August. Die Gruppenausstellung „This is Tomorrow" eröffnet in der Londoner Whitechapel Gallery. Für diese Ausstellung entsteht Richard Hamiltons Collage „Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?" – ein Schlüsselbild der Pop Art, weil es Themen vorwegnimmt, auf die auch die späteren amerikanischen Vertreter dieser Kunstrichtung immer wieder in ihren Werken Bezug nehmen: Konsum, Körperkult, moderne Massenmedien wie Film, Fernsehen und Comics.

Dass sie um 1962 eine bereits bestehende Kunstrichtung zum zweiten Mal erfinden, wissen die US-Pop-Artisten allerdings nicht, wahrscheinlich kennen sie die Bilder der Briten nicht einmal.

11. August. Der Maler Jackson Pollock stirbt im Alter von 44 Jahren an den Folgen eines Verkehrsunfalls. Zusammen mit Willem de Kooning und Mark Rothko galt er als Hauptvertreter des in den USA vorherrschenden Abstrakten Expressionismus – einer vornehmlich gegenstandslosen Kunstrichtung, zu der die Pop Art mit ihrer Bildsprache, häufig inspiriert von Werbung und Trivialkultur, eine Gegenposition bilden wird.

5. November. Britische Truppen landen in Ägypten. Das mit Frankreich und Israel verbündete Großbritannien reagiert mit der Militäraktion auf die Verstaatlichung des Suezkanals durch die ägyptische Regierung. Doch auf Druck der USA ziehen sich die Invasoren zurück – ein deutliches Zeichen der schwindenden Bedeutung Großbritanniens in der internationalen Politik und der Unterordnung unter die westliche Führungsmacht USA.

1957
4. Oktober. Der Start des ersten künstlichen Erdsatelliten „Sputnik" durch die Sowjetunion löst in den Vereinigten Staaten einen Schock aus: Offenbar ist die konkurrierende Supermacht den USA technologisch mindestens ebenbürtig. Die Regierung in Washington erhöht daraufhin den Verteidigungsetat, verbessert die Finanzierung von Schulen und Universitäten und gründet die National Aeronautics and Space Administration (NASA). Auch in der Weltraumfahrt beginnt so ein Wettlauf zwischen Russen und Amerikanern.

1958
20. Januar. Die erste Einzelausstellung des Malers Jasper Johns in der Leo Castelli Gallery in New York erregt großes Aufsehen, nicht zuletzt wegen der ungewohnten Darstellung bekannter Alltagsmotive wie der US-Flagge oder von Zielscheiben.

Wenig später zeigt die Castelli Gallery die ersten „combine paintings" des Texaners Robert Rauschenberg: Kombinationen aus Malerei mit dreidimensionalen Objekten. Johns

und Rauschenberg gelten mit ihrer Verknüpfung von Alltagskultur und Hochkunst als die Wegbereiter der amerikanischen Pop Art.

1959

4. Oktober. Der Künstler Allan Kaprow veranstaltet in der Reuben Gallery in New York das erste öffentliche Happening, mit Beteiligung von Jasper Johns und Robert Rauschenberg. Das Happening, eine theatralische Aktion ohne fortlaufende Handlung, in der unter anderem Musik, Tanz und Malerei vorgeführt werden und die das Publikum einbezieht, soll die Kluft zwischen Kunst und alltäglichem Leben aufheben und steht damit in geistiger Nähe zur Pop Art. Wichtige Vertreter der amerikanischen Happening-Kunst sind neben Kaprow noch Rauschenberg, Jim Dine, John Cage und Claes Oldenburg.

1960

Der 1928 in Pittsburgh geborene Andy Warhol, der seinen Lebensunterhalt als Werbezeichner verdient, beginnt eine Reihe von Gemälden, auf denen Comic-Figuren zu sehen sind: Batman, Dick Tracy, Popeye und Superman. Die bunten Bilderwelten der Cartoons werden zu einer wichtigen Inspirationsquelle der Pop-Künstler.

Warhol macht später allerdings mit anderen Motiven Furore: Als er 1961 die ersten Comic-Bilder Roy Lichtensteins sieht, wechselt er zu Darstellungen von Suppendosen und Dollarscheinen – mit großem Erfolg.

30. Januar. „The Street" von Claes Oldenburg wird in der New Yorker Judson Gallery gezeigt: eine Straßenszene mit Figuren, gebaut aus Papier, Pappe und Jute. Dies ist das erste „environment" des späteren Pop-Künstlers – eine Rauminszenierung.

27. Oktober. In Frankreich verfasst die Künstlergruppe der „Nouveaux Réalistes" ihre Gründungserklärung. Wie auch viele Vertreter der Pop Art verbinden Jacques Villeglé, Mimmo Rotella, Arman oder Niki de Saint Phalle in ihren Werken Fundstücke der Alltagskultur mit Hochkunst. Zwei Jahre später werden einige Mitglieder zusammen mit amerikanischen und britischen Pop-Künstlern in New York ausstellen.

8. November. Senator John F. Kennedy, der Kandidat der Demokratischen Partei, gewinnt die Wahl zum Präsidenten der Vereinigten Staaten.

1961

30. Januar. In seiner ersten Rede zur Lage der Nation skizziert John F. Kennedy das ambitionierte Reformprogramm seiner Regierung. Der Präsident will unter anderem das Gesundheitssystem erneuern, das Schulwesen ausbauen, den Wohnungsbau fördern, die Städte sanieren und den Armen mehr wirtschaftliche Sicherheit geben. Der Kern seiner Außenpolitik ist der unnachgiebige Kampf gegen den Kommunismus.

Frühjahr. Der Maler Roy Lichtenstein verwendet in seinen Bildern erstmals Motive aus Cartoons und Comic-Strips. Zuvor hatte er in der Manier der Abstrakten Expressionisten gearbeitet. Sein frühestes Werk im Comic-Stil – „Look Mickey" – zeigt Donald Duck und Mickey Mouse beim Angeln. Anfangs malt der New Yorker noch nach Vorlagen, ab 1965 entwirft er seine überdimensionalen Bildkompositionen hauptsächlich frei.

Im selben Jahr beginnt Tom Wesselmann in New York mit seiner Gemälde-Serie der „Great American Nudes" – Collagen aus Aktfiguren auf Leinwand mit Fundstücken aus dem Alltag wie Blumenvasen, Möbeln und Heizkörpern.

17. April. Rund 1300 vom US-Geheimdienst CIA militärisch ausgebildete Exilkubaner landen an der kubanischen Südküste. Sie sollen einen Aufstand gegen das Regime auf der Insel auslösen. Doch die Regierung von Fidel Castro ist vorgewarnt – und die Invasion endet im Desaster: Die meisten Angreifer geraten in Gefangenschaft.

13. August. In den Morgenstunden beginnen Polizisten und Soldaten der DDR damit, den Ostteil Berlins abzuriegeln. Die Krise wird wenig später beigelegt: Stillschweigend erkennen USA und UdSSR gegenseitig den Status quo an. Ostberlin wird de facto Teil der DDR, die USA kontrollieren weiterhin mit Großbritannien und Frankreich den Westteil der Stadt.

1. Dezember. Der von Claes Oldenburg gegründete „Store" – eine Mischung aus Atelier und Laden – eröffnet in der New Yorker Lower East Side. Der Künstler präsentiert bemalte Gipsplastiken, für die ihm echte Konsumgüter aus benachbarten Schaufenstern als Vorlagen dienen. Das vermeintliche Geschäft erhält viel Aufmerksamkeit, ein kommerzieller Erfolg stellt sich jedoch erst ein, als Oldenburg im September des folgenden Jahres einige seiner Werke zusammen mit seinen ersten überdimensionalen „soft sculptures" – die aus Kunststoff gefertigt sind und zu zerfließen scheinen – in der New Yorker Green Gallery zeigt.

1962

30. Januar. Die erste Einzelausstellung des Amerikaners James Rosenquist in der New Yorker Green Gallery wird ein großer Erfolg – am Ende sind alle Werke des ehemaligen Plakatmalers verkauft, der aus Zeitschriften oder Werbeprospekten entnommene Motive zu gemalten Collagen zusammenfügt. Kurz darauf präsentiert Roy Lichtenstein seine großformatigen Comic-Bilder in der Galerie von Leo Castelli.

25. März. In ihrem Kulturmagazin „Monitor" zeigt die BBC „Pop Goes the Easel", einen Dokumentarfilm über britische Pop Art.

Auf diese Weise werden neben dem älteren Peter Blake auch Pauline Boty, Peter Phillips und Derek Boshier der breiten Öffentlichkeit bekannt – Künstler der zweiten Generation britischer Pop-Artisten.

Ihre Vorbilder sind vor allem Amerikaner wie Jasper Johns und Robert Rauschenberg, deren Arbeiten sie seit Ende der 1950er Jahre auf Fotos etwa in Kunstmagazinen gesehen haben – weniger aber ihre älteren Landsleute Hamilton und Paolozzi.

9. Juli. Andy Warhol hat seine erste Einzelausstellung als Pop-Künstler in der Ferus Gallery in Los Angeles. 32 Ölbilder eines seiner bekanntesten Motive – der „Campbell's"-Suppendosen – schmücken die Wände.

Als im August die Schauspielerin Marilyn Monroe stirbt, beginnt Warhol mit einer neuen Serie. Er druckt ein Porträt des Sexsymbols als Siebdruck auf Leinwand. Diese Technik wird sein gesamtes weiteres Werk bestimmen.

25. September. In der Show „New Painting of Common Objects" am Pasadena Art Museum von Los Angeles werden mehrere amerikanische Pop-Artisten zum ersten Mal in einer Museumsausstellung gezeigt. Zu den Künstlern zählen unter anderem Andy Warhol, Jim Dine, Roy Lichtenstein, Ed Ruscha und Wayne Thiebaud.

14. Oktober. Aufnahmen eines US-Spionageflugzeugs beweisen, dass die Sowjetunion auf Kuba Abschussanlagen für atomare Mittelstreckenraketen errichtet.

Präsident Kennedy fordert den Abzug der Raketen und kündigt eine strikte „Quarantäne" an: Die US-Marine werde jedes Schiff mit militärischer Fracht daran hindern, Kuba anzulaufen. Gleichzeitig befiehlt er erhöhte Einsatzbereitschaft für die US-Streitkräfte.

Der Welt droht ein Atomkrieg – bis Radio Moskau am 28. Oktober eine Erklärung des Kreml-

Der Brite **DAVID HOCKNEY** ist fasziniert von den Farben und dem Klima Kaliforniens – wo jeder einen Swimmingpool zu haben scheint (»A Bigger Splash«, 1967)

In ein Lustobjekt verwandelt die in Paris geborene Künstlerin **MARISOL ESCOBAR** die Coca-Cola-Flasche, ein von Pop-Artisten immer wieder verwendetes Motiv (»Love«, 1962)

Fotovermerk nach Seiten

Anordnung im Layout: l. = links, r. = rechts, o. = oben, m. = Mitte, u. = unten

Titel: Privatsammlung/Christie's Images/akg-Images/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York

Titel Innenseite: Detail: Tate, London 2012/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012

Editorial: Katrin Trautner für GEOEPOCHE EDITION: 3 u.

Inhalt: Tate, London 2012/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 4 o.; Whitney Museum of American Art, New York/Bridgeman Art Library/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 4 m.; Museum für Moderne Kunst, Frankfurt am Main, ehemalige Sammlung Karl Ströher, Darmstadt/ Foto: Axel Schneider/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 4 u.; Tom Wesselmann Estate/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 5 o.; Whitney Museum of American Art, New York/© Claes Oldenburg: 5 m. o.; Fred W. McDarrah/Getty Images: 5 m. u.; Keith Haring Foundation: 5 u.

Die bunte Verführung: Tate, London 2012/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 6/7; David Farrell/Camera Press/Picture Press: 7 r.; Nigel Henderson/Tate Archive: 8 l.; Pallant House Gallery, Chichester, UK/ Bridgeman Art Library: 8/9; Pallant House Gallery, Chichester, UK/ Bridgeman Art Library/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 10 l.; Privatsammlung/Christie's Images/Bridgeman Art Library/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 10 r.; Privatsammlung/Offer Waterman & Co/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 11 l.; Jane Bown/Observer/TopFoto/United Archives: 11 r.; Kunsthalle Tübingen, Sammlung Zundel/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 12/13; Jane Bown/United Archives/mauritius images: 13; LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte, Münster/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 14; Stiftung Ahlers Pro Arte/ Kestner Pro Arte/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 15 l.; Privatsammlung: 15 r.; John Loengard/Time Life Pictures/Getty Images: 16; Jean-Jacques Lebel/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 16/17; Kunsthaus Zürich/© Peter Phillips: 18/19; CAM – Modern Art Centre – Calouste Gulbenkian Foundation, Lissabon/Scala/© Peter Phillips: 19 l.; Angelika Platen/akg-images: 19 r.; Roger Mayne/Mary Evans Picture Library/Interfoto: 20; Privatsammlung/Mayor Gallery, London/Bridgeman Art Library: 20/21; Collection Moderna Museet, Stockholm/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 22/23; Jean-Philippe Charbonnier/Rapho: 23 r.; Archiv Gerhard Richter, Köln: 24; Museum Frieder Burda, Baden-Baden/© Gerhard Richter, 2012: 24/25; Museum of Modern Art, New York/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 26; Privatsammlung/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 27

„Three Flags" und „Obelisk": Whitney Museum of American Art, New York/Bridgeman Art Library/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 28; Museum Ludwig, Köln/Rheinisches Bildarchiv/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 29; Museum of Modern Art, New York/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 30 o., 33; Ben Martin/Time Life Pictures/ Getty Images: 30 u.; Collection Moderna Museet, Stockholm/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 30 o.; Brown/Interfoto: 31 u.; Collection of Jean-Christophe Castelli, on loan to the Walker Art Center, Minneapolis/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 32

Triumph des Trivialen: Tate, London 2012/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 34/35; Virginia Museum of Fine Arts, Richmond/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 36/37; Art Gallery at the University of Buffalo, New York: 37; Centre Georges Pompidou, Musée National d'Art Moderne/Centre de Création Industrielle, Centre Pompidou/RMN/bpk-Images/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 38/39; Hulton Archive/Getty Images: 39; Cecil Beaton/Camera Press/Picture Press: 40; Daros Collection, Schweiz/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 40/41; Berardo Collection/Sintra Museu de Arte Moderna, Lissabon/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 42/43; John Ardoin: 43 o.; Art Gallery of Ontario, Toronto, Canada/Bridgeman Art Library/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 43 u.; Lichtenstein Foundation: 44; Museum für Moderne Kunst Frankfurt am Main, ehemalige Sammlung Karl Ströher, Darmstadt/ Foto: Axel Schneider/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 44/45; The Pace Gallery/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 46, 47 o.; Privatsammlung: 47 u.; Tom Wesselmann Archive: 48; Museum Ludwig, Köln/akg-images/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 48/49; Jerry McMillan: 50 o.; Hood Museum of Art, Dartmouth College, Hanover, NH; gift of James Meeker, Class of 1958, in memory of Lee English, Class of 1958, scholar, poet, athlete and friend to all: 50/51; Christopher Felver/Corbis: 52 l.; B Christopher/ Alamy/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 52/53; H. Armstrong Roberts/Classic Stock/ Corbis: 54 o.; David McLane/NY Daily News Archive/Getty Images: 54 m.; Franz Hubmann/Imagno: 54 u.; Photo Quest/Getty Images: 55 o.; Bettmann/Corbis: 55 u.; Museum Ludwig Köln/Rheinisches Bildarchiv/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 56; Sears: 57 o.; The Robert B. Mayer Family Collection, Chicago/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 57 u.; Andy Warhol Foundation for the Visual Arts /ARS, New York: 58 o.; Christie's Images/Bridgeman Art Library/ARS, New York: 58 u.; Collection Marc and Livia Straus/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 59; James Rosenquist Archive: 60 o.; Fred W. McDarrah/Getty Images: 60 m., 61 o.; Robert R. McElroy/vaga/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 60 u.; Sidney Janis Gallery, New York: 61 u.; Coll. William S. Wilson/akg-images/© The Estate of Ray Johnson at Richard L. Feigen & Co.: 63 o.; © The Estate of Ray Johnson at Richard L. Feigen & Co.: 63 u.; The Pace Gallery/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 63; Privatsammlung/Bridgeman Art Library/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 64 o.; Museum Ludwig, Köln/akg-images/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 64 u.; Privatsammlung/akg-images/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 65 l. o.; The Metropolitan Museum of Art, New York/bpk-images/© VG Bild-Kunst, Bon n 2012: 65 r. o., 65 u.; Privatsammlung/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 66 o.; Art Institute of Chicago/akg-images: 66 u.; Privatsammlung/Morgan Art Foundation Limited/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 67 (2); Judd Foundation/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 68 l.o.; National Gallery of Art, Washington D.C./© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 68 r. o.; Tate, London 2012/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 68 u.; Albright-Knox Art Gallery, Buffalo/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 69 o., 70; Privatsammlung/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 69 u.; Museum of Modern Art, New York/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 71; Mayor Gallery, London/Bridgeman Art Library/© Claes Oldenburg: 72; National Gallery of Canada, Ottawa/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 73

Die neuen Könige der Kunst: Mel Ramos: 74; Courtesy Levy Galerie, Hamburg/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 75; Tom Wesselmann Estate/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 76/77; Bob Adelman/Corbis: 77; Santi Visalli Inc./Getty Images: 78 l.; Jörg P. Anders/Kupferstichkabinett, SMB/bpk-Images/ARS, New York: 78 l. o., 78 l. u., 78 r. u., 79 l. u.; Museum of Modern Art, New York/Scala/ARS, New York: 78 r. o., 79 m. o., 79 m. u., 79 r. u.; Elke Walford/Hamburger Kunsthalle/bpk-Images/ARS, New York: 79 l. o.; Hamburger Kunsthalle/Bridgeman Art Library/ARS, New York: 79 r. o.; Scottish National Gallery of Modern Art, Edinburgh/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 80; Ludwig Forum für Internationale Kunst, Aachen/René Spitz/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 81 l.; dpa/ullstein bild: 81 r.; Indianapolis Museum of Art/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 82/83; Tom Rummler: 83 r.; Museum Ludwig, Köln/Rheinisches Bildarchiv/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 84 o.; CBS Photo Archive/Getty Images: 84 u.; Museum of Modern Art, New York/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 85–88 o., 87 u., 89; James Rosenquist Estate/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 86 u.; Museum Moderner Kunst, Frankfurt am Main/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 90/91; Wesley/Getty Images: 90 u.; Los Angeles County Museum of Art, Los Angeles/Scala: 92/93; dpa/picture-alliance: 93; Jack Mitchell: 94; Whitney Museum of American Art: 94/95

„Soft Toilet": David Gahr/Getty Images: 96; Whitney Museum of American Art, New York/© Claes Oldenburg: 97; Museum Boijmans Van Beuningen, Rotterdam/Gianni Dagli Orti/Art Archive/© Claes Oldenburg: 98; The Metropolitan Museum of Art, New York/mauritius images/© Claes Oldenburg: 99

Warhol: Privatsammlung/Bridgeman Art Library/ © 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 100/101; Fred W. McDarrah/Getty Images: 101; Privatsammlung/Christie's Images/Bridgeman Art Library © 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 102; Alfred Statler: 103; Saatchi Collection, London/Bridgeman Art Library/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 104; Solomon R. Guggenheim Museum, New York/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 105; Billy Name/Globe Photos/InterTopics: 107 l. o.; Piero Olliosi/Polaris/laif: 107 l. u.; Steve Schapiro/ Corbis107 r. o.; Christopher Makos: 107 r. m.; O.T.V.S./Courtesy Galerie Taddaeus Ropac/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 107 r. u.; Christie's Images/Bridgeman Art Library/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 108 l.; Sammlung Ileana und Michael Sonnabend, New York/akg-images/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./ Artists Rights Society (ARS), New York: 108 r.; Galerie Bernd Klüser, München/ akg-images/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 109; Privatsammlung/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 110; Privatsammlung/Bridgeman Art Library/© 2012 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York: 111

Die Erben des Pop: © 2002 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Courtesy of Galerie Emmanuel Perrotin, Paris and Miami: 112/113; Graylock/jpistudios/ddp Images: 113 u.; Courtesy Mary Boone Gallery, New York: 114, 115 l.; Sonia Moskowitz/Getty Images: 115 r.; Jeff Koons LLC: 116, 117 l.; Dominic Lipinski/PA Wire/dpa Picture-Alliance: 117 r.; Courtesy of the Damian Ortega and kurimanzutto, Mexico City: 118/119 u.; Frantzesco Kangaris/eyevine /InterTopics: 119 o.; Keith Haring Foundation: 120, 120/121; Elsner/dpa Picture-Alliance: 121 u.; © VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 122, 123 o.; Nina Lueth/laif: 123 o.; Romaniello/Olycom/ddp Images: 124; Studio Blu 2.0: 124 l.; Keystone/dpa Picture-Alliance: 124 r.

Die Ära der Pop Art: Museum of Modern Art, New York/Scala/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 125 l., 126; Tate Gallery/epd/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 125 r.; akg-Images/© VG Bild-Kunst, Bonn 2012: 127

Vorschau: Kunsthistorisches Museum, Wien/Austrian Archives/Imagno: 130; Kunsthistorisches Museum, Wien/akg-Images: 131 o.; Fürstliche Sammlung, Vaduz/ullstein bild: 131 m.; Rijksmuseum, Amsterdam/Hans Hinz/Arthotek: 131 u.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernehmen Verlag und Redaktion keine Haftung.

© GEO 2012 Verlag Gruner + Jahr, Hamburg, für sämtliche Beiträge.

chefs sendet: Nikita Chruschtschow lässt alle Raketen aus Kuba abziehen.

Im Gegenzug versprechen die USA, jegliche militärische Intervention auf der Insel zu unterlassen.

1. November. Der New Yorker Galerist Sidney Janis zeigt amerikanische Pop Art zusammen mit Arbeiten britischer Pop-Künstler sowie den Werken der Nouveaux Réalistes aus Frankreich.

Insgesamt sind 54 Künstler an der „International Exhibition of the New Realists" beteiligt, darunter Robert Indiana, Tom Wesselmann, James Rosenquist, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Claes Oldenburg, Peter Phillips, Peter Blake, Öyvind Fahlström, Mimmo Rotella und Jean Tinguely.

Diese Gruppenausstellung wird zum endgültigen Triumph der Pop Art in den USA. „With this show ‚pop' art is officially here", lautet das Resümee der „New York Times".

13. Dezember. Bei einem „Symposium on Pop Art" im New Yorker Museum of Modern Art streiten Kuratoren und Kunstkritiker über die Relevanz der neuen Kunstrichtung, denn vor allem ihre Nähe zur modernen Konsumgesellschaft macht die Werke Lichtensteins, Warhols und Wesselmanns umstritten.

Das Treffen schließt mit einer äußerst kritischen Sicht auf die scheinbar oberflächlichen Arbeiten der neuen Kunststars. Doch spätestens mit diesem Symposium hat sich ein Name für deren Werke durchgesetzt: Sie werden nun einheitlich als „Pop Art" bezeichnet. Frühere Bezeichnungen wie Neo-Dada, Sign-Painting oder Factual Art werden nicht mehr gebraucht.

1963

Der Kalifornier Mel Ramos beginnt, seine ersten Pin-ups zu malen – ein Motiv, das ihm den Vorwurf des Sexismus einträgt. Ramos ist neben Ed Ruscha einer der Hauptvertreter der amerikanischen „West Coast Pop Art", die sich Anfang der 1960er Jahre weitgehend unabhängig von der New Yorker Kunstszene entwickelt hat.

28. August. Rund 250 000 Anhänger der Bürgerrechtsbewegung finden sich zum „Marsch auf Washington für Arbeit und Freiheit" ein. Martin Luther King hält seine legendäre Rede „I Have a Dream" über den Traum von der Chancengleichheit aller Menschen.

11. Oktober. Die deutschen Maler Konrad Lueg und Gerhard Richter veranstalten im Düsseldorfer Möbelhaus Berges die Aktion „Leben mit Pop. Eine Demonstration für den Kapitalistischen Realismus". Dies ist eine der ersten Manifestationen der deutschen Pop Art.

22. November. US-Präsident John F. Kennedy fällt in Dallas einem Mordanschlag zum Opfer.

1964

Januar. Andy Warhol eröffnet seine „Factory" in Manhattan, wo er fortan die Massenproduktion von Kunstwerken betreibt. Von einem Team von Mitarbeitern lässt er seine persönlichen Obsessionen – Themen wie Glamour, Tod, der Reiz der Warenwelt – in zahlreichen Siebdrucken umsetzen und prägt so eine neue Definition des Künstlerbegriffs.

Das Studio ist bekannt als Schauplatz von Orgien und Treffpunkt einer um Warhol kreisenden Szene, der neben Fotomodellen, Musikern und anderen Prominenten vor allem zahlreiche gesellschaftliche Grenzgänger angehören.

Robert Indiana entwirft seinen berühmten LOVE-Schriftzug. Das Motiv, ursprünglich vom Museum of Modern Art in New York als Weihnachtskarte in Auftrag gegeben, wird zum Symbol der „Love und Peace"-Bewegung und tausendfach zitiert – auf Briefmarken, Teppichen, Postkarten und vielen anderen Produkten.

29. Juni. Der US-Kongress verabschiedet ein umfassendes Bürgerrechtsgesetz, das allen Amerikanern Gleichberechtigung bei Wahlen, der Benutzung von öffentlichen Einrichtungen und in Schulen garantiert.

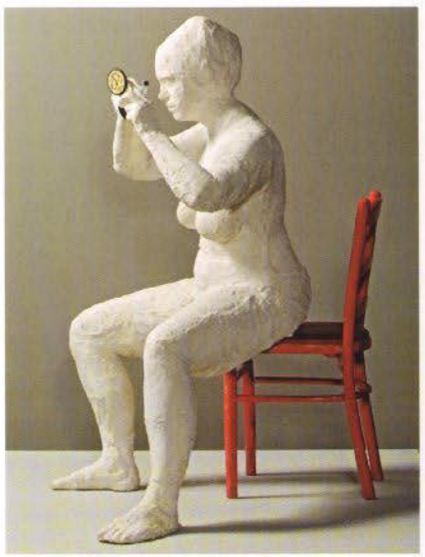
4. August. Nach angeblichen Torpedoangriffen nordvietnamesischer Boote auf US-Kriegsschiffe im Golf von Tonkin ordnet Präsident Lyndon B. Johnson die Bombardierung von Marinestützpunkten des Gegners an. Damit eskaliert die seit drei Jahren verdeckt betriebene Unterstützung Südvietnams gegen den kommunistischen Norden durch die Vereinigten Staaten zum offenen Krieg.

6. Oktober. Im sterilen Look eines Lebensmittel-Discounters findet das Galerieprojekt „The American Supermarket" in der New Yorker Bianchini Gallery statt. Wie auch schon bei Claes Oldenburgs „Store" werden die vermeintlichen Waren zum Verkauf angeboten – so von Warhol signierte „Campbell's Soup Cans" oder ein übergroßes Truthahn-Relief von Tom Wesselmann.

Das Ambiente ist derart täuschend echt, dass es angeblich tatsächlich Besucher gibt, die hier ihrem alltäglichen Einkauf nachgehen wollen. Damit haben die Pop-Künstler die Verschränkung von Konsum und Kunst auf die Spitze getrieben.

1965

17. April. Das Monumentalwerk „F-111" von James Rosenquist wird in der Leo Castelli Gallery ausgestellt. Das 26 Meter lange



Anders als andere Pop-Künstler konzentriert sich **GEORGE SEGAL** nicht auf das Konsumprodukt, sondern auf den Konsumenten (»Girl Putting on Mascara«, 1968)

und sich über vier Wände erstreckende Gemälde zeigt Fragmente des modernsten Bombers der US-Luftwaffe, kombiniert mit anderen Motiven aus Krieg und Konsum.

Auf dem Höhepunkt des Vietnamkrieges lässt der Isländer **ERRÓ** 1968 Guerillakämpfer in ein amerikanisches Schlafzimmer blicken (»American Interior No. 4«)

1966

April. Eine Multimedia-Performance von Andy Warhol mit dem Titel „Exploding Plastic Inevitable" feiert Premiere. Die Aufführung ist eine Mischung aus Lichtblitzen, Filmen und wilden Tanzeinlagen – musikalisch begleitet von der experimentellen Rockband The Velvet Underground, mit der Warhol bis Mitte 1967 eng zusammenarbeitet.

1967

1. Juni. Die Beatles veröffentlichen ihre achte Langspielplatte. „Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band" gilt als eines der einflussreichsten Alben der Musikgeschichte. Der Coverentwurf stammt weitgehend von dem Pop-Künstler Peter Blake.

1968

6. Januar. Eine Retrospektive Roy Lichtensteins in der Londoner Tate Gallery ist die erste Ausstellung, die das renommierte Museum für einen lebenden amerikanischen Künstler ausrichtet.

31. Januar. Bei der „Tet-Offensive" nehmen die Vietcong zahlreiche Städte Südvietnams ein. Zwar können amerikanische und südvietnamesische Truppen die verloren gegangenen Gebiete wieder zurückerobern; doch die Öffentlichkeit in den Vereinigten Staaten glaubt nun endgültig nicht mehr daran, dass der Krieg noch zu gewinnen ist. Präsident Johnson lässt Friedensverhandlungen aufnehmen. Die letzten US-Truppen verlassen das Land allerdings erst 1973.

4. April. Martin Luther King wird ermordet. Nach dem Tod des Friedensnobelpreisträgers brechen in mehr als 170 amerikanischen Städten schwere Unruhen aus.

3. Juni. Die extremistische Feministin Valerie Solanas verübt in der Factory ein Attentat auf Andy Warhol. Der Künstler erleidet schwere Schussverletzungen und muss mehrmals operiert werden, überlebt aber. Das Interesse der Medien an der Person Warhol wird durch den Anschlag noch weiter gesteigert.

6. Juni. Robert Kennedy, ein Bruder des ermordeten US-Präsidenten und selbst aussichtsreicher Kandidat für das Präsidentenamt, wird in Los Angeles bei einem Attentat getötet.

27. Juli: Die Pop Art ist die dominierende Kunstrichtung der Documenta 4 in Kassel. Diese bedeutende Ausstellung zeitgenössischer Kunst verzeichnet einen neuen Besucherrekord.

2. Oktober. Marcel Duchamp stirbt in Frankreich. 1917 hatte der Maler und Objektkünstler ein simples Urinal zum Kunstwerk erklärt und somit einen banalen Gebrauchsgegenstand kunstwürdig gemacht.

Damit ergab sich schon recht früh im 20. Jahrhundert eine Erweiterung des Kunstbegriffs, in dessen Tradition sich auch die Pop-Artisten mit ihren Motiven aus Populärkultur und Konsumalltag bewegen.

1969

20. September. Anlässlich der Retrospektiven Roy Lichtensteins im New Yorker Guggenheim Museum und Claes Oldenburgs im Museum of Modern Art fragt die „New York Times", ob die Pop Art jetzt erwachsen werde – oder möglicherweise bereits tot sei. Offenbar haben sich die immer gleichen Bildthemen der Pop Art erschöpft.

Andere Kunstrichtungen – wie etwa die Anti-Form mit scheinbar zufällig deformierten Skulpturen oder die Conceptual Art, bei der die Idee und nicht das eigentliche Kunstwerk im Vordergrund steht – gewinnen nun verstärkt die Aufmerksamkeit der Kritik und scheinen sich gegen die gegenständliche Pop-Welt zu wenden.

1973

18. Oktober. Bei einer weltweit beachteten Auktion von Sotheby's wird in New York Andy Warhols Bild „Large Flowers" für 135 000 Dollar versteigert (der Besitzer, der Taxiunternehmer und Sammler Robert Scull, hatte ursprünglich 2500 Dollar für das Gemälde bezahlt). Doch trotz der Rekordsumme hat die Pop Art ihren Zenit überschritten.

Ihre wichtigsten Vertreter wenden sich neuen Themen zu. Roy Lichtenstein etwa verarbeitet in seinen Werken nun vornehmlich Zitate aus der Kunstgeschichte. Claes Oldenburg entwirft Monumentalskulpturen für den öffentlichen Raum. Und James Rosenquist thematisiert in seinen riesigen Gemälden fortan eher das mit Sonnenlicht erfüllte Ambiente Floridas als die Reklametafeln des Broadways. Ihrem jeweiligen Stil bleiben diese Künstler jedoch meist treu.

Und die Pop Art verschwindet nicht: Auch in den folgenden Jahrzehnten werden die Arbeiten der britischen und amerikanischen Pop-Künstler in vielen Museen vertreten sein, und ihre Werke erzielen auf Auktionen bis heute immer wieder hohe Preise.

Zudem nimmt ab etwa 1980 eine neue Generation von Künstlern – darunter Keith Haring, Jeff Koons, Damien Hirst und Takashi Murakami – mit knalligen Bildwelten und scheinbar trivialen Motiven (aber auch mit kommerziellen Vermarktungsstrategien und bewussten Inszenierungen in der Klatschpresse) die Themen und Techniken der Pop Art wieder auf. □

Die Kunsthistorikerin **Katrin Diederichs**, 30, ist die Fachberaterin dieses Heftes.

GEO EPOCHE EDITION

DIE GESCHICHTE DER KUNST

Gruner + Jahr AG & Co KG, Druck- und Verlagshaus,
Sitz von Verlag und Redaktion: Am Baumwall 11, 20459 Hamburg.
Postanschrift der Redaktion: Brieffach 24, 20444 Hamburg
Telefon 040 / 37 03-0, Telefax 040 / 37 03 56 48.
E-Mail (Redaktion): briefe@geo.de;
Internet: www.geo-epoche.de

CHEFREDAKTEUR
Michael Schaper

GESCHÄFTSFÜHRENDER REDAKTEUR
Cay Rademacher

KONZEPT DIESER AUSGABE
Dr. Frank Otto, Christian Gargerle

ART DIRECTION
Tatjana Lorenz

TEXTREDAKTION
Jörg-Uwe Albig, Jens-Rainer Berg,
Insa Bethke, Dr. Anja Fries, Gesa Gottschalk,
Joachim Telgenbüscher

BILDREDAKTION
Roman Rahmacher, Katrin Trautner

VERIFIKATION
Lenka Brandt, Olaf Mischer, Alice Passfeld, Andreas Sedlmair,
Freie Mitarbeit: Dr. Margit Brand, Dr. Dirk Hempel,
Carsten Juwig, Mariann Weiß

LAYOUT
Timo Zett
Freie Mitarbeit: Svenja Prigge

WISSENSCHAFTLICHE BERATUNG
Katrin Diederichs

SCHLUSSREDAKTION
Dirk Krömer

CHEF VOM DIENST TECHNIK
Rainer Droste

AUTOREN
Freie Mitarbeit: Jochen Pioch, Johannes Strempel,
Dr. Kia Vahland, Markus Wolff

HONORARE: Petra Schmidt

REDAKTIONSASSISTENZ: Angelika Fuchs, Helen Oqueka
Freie Mitarbeit: Heidrun Brockmann, Cornelia Wawroschek

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt: Michael Schaper

HERAUSGEBER: Peter-Matthias Gaede
VERLAGSLEITUNG: Dr. Gerd Brüne, Thomas Lindner
GESAMTANZEIGENLEITUNG: Heiko Hager / G+J Media Sales
VERTRIEBSLEITUNG: Sascha Klose/DPV Deutscher Pressevertrieb
MARKETING: Antje Schlünder (Ltg.), Kerstin Füllgraf
HERSTELLUNG: Oliver Fehling

ANZEIGENABTEILUNG Anzeigenverkauf
G+J Media Sales / Direct Sales: Sabine Plath,
Tel. 040 / 37 03 38 89, Fax: 040 / 37 03 53 02
Anzeigendisposition: Anja Mordhorst,
Tel. 040 / 37 03 23 38, Fax: 040 / 37 03 58 87

Heftpreis: 15,90 Euro
ISBN: 978-3-652-00079-6
ISSN-Nr. 2193-6552

© 2012 Gruner + Jahr, Hamburg

Bankverbindung: Deutsche Bank AG Hamburg,
Konto 0322800, BLZ 200 700 00
Repro: Repro Becker, Würzburg
Druck: Neef+Stumme premium printing, Wittingen
Printed in Germany

GEO-LESERSERVICE

FRAGEN AN DIE REDAKTION
Telefon: 040/37 03 20 84, Telefax: 040/37 03 56 48
E-Mail: briefe@geo.de

ABONNEMENT- UND EINZELHEFTBESTELLUNG

KUNDENSERVICE UND BESTELLUNGEN
Anschrift:
GEO Kundenservice
20080 Hamburg

persönlich erreichbar:
Mo–Fr 7.30 bis 20.00 Uhr
Sa 9.00 bis 14.00 Uhr

E-Mail: geoepoche-service@guj.de
Telefon innerhalb Deutschlands: 01805 / 861 80 03*
Telefon außerhalb Deutschlands: +49/1805/861 80 03
Telefax: +49/1805/861 80 02
24-Std.-Online-Kundenservice: www.meinabo.de/service
Preis für Jahresabonnement: 28,50 € (D), 31,40 (A), 58,20 sfr (CH)

BESTELLADRESSE FÜR GEO-BÜCHER, GEO-KALENDER ETC.

KUNDENSERVICE UND BESTELLUNGEN
Anschrift: GEO-Versand-Service, 74569 Blaufelden
Telefon: +49/1805/225059*
Telefax: +49/1805/216603*
E-Mail: guj@sigloch.de

*14 Cent/Minute aus dem deutschen Festnetz;
Mobilfunkpreis maximal 42 Cent/Minute

VORSCHAU

Das Goldene Zeitalter der NIEDERLANDE

DIE KUNST DER STILLE
Mit fast fotografischer Genauigkeit stellt Jan Vermeer um 1667 einen Künstler und sein Modell dar; die junge Frau posiert als Muse der Geschichte, die den Ruhm der niederländischen Malkunst verkündet

Die nächste Ausgabe von GEO EPOCHE EDITION erscheint am 17. April 2013

BEOBACHTER DES ALLTAGS
Nie zuvor wurden ländliche Alltagsszenen so lebensnah und anschaulich dargestellt wie von den Malern aus der flämischen Familie Bruegel

DIE ÜPPIGKEIT DES SÜDENS
Im Gegensatz zur Strenge des protestantischen Nordens malt Peter Paul Rubens im katholischen Flandern ausladend-barock (»Venus vor dem Spiegel«, 1615)

MEISTER VON SCHATTEN UND LICHT
Rembrandts »Nachtwache« von 1642: das Gruppenporträt einer Amsterdamer Bürgermiliz – und eines der berühmtesten Werke der Kunstgeschichte

Die ökonomische Supermacht des 17. Jahrhunderts liegt an einem schmalen Küstenstreifen der Nordsee. Es sind die Vereinigten Niederlande: der Neid so mancher, die Furcht anderer – und das Wunder all ihrer Nachbarn, wie ein englischer Zeitgenosse notiert. Die Republik hat kaum zwei Millionen Einwohner, keine Bodenschätze, muss jahrzehntelang um ihre Unabhängigkeit vom spanischen Kolonialreich kämpfen. Dennoch sind die Niederlande, der Mittelpunkt eines globalen Handelsnetzes und wichtigster Finanzplatz Europas, reicher und moderner als jeder andere Staat des Kontinents. Und gerade deshalb Schauplatz einer einzigartigen Kunstblüte.

Etwa 700 Maler arbeiten um 1650 in Städten wie Amsterdam, Delft oder Leiden – weitaus mehr als im ungleich bevölkerungsreicheren Italien auf dem Höhepunkt der Renaissance, 150 Jahre zuvor. Rund 70 000 Gemälde fertigen die Künstler jährlich.

Ihre Bilder feiern den Wohlstand und das Selbstbewusstsein der Niederländer: In Stillleben halten sie kostbare Handelsgüter wie Zitronen, Orangen und Granatäpfel fest, aber auch Schneckengehäuse aus dem Pazifik, chinesisches Porzellan und venezianische Gläser. Landschaftsbilder zeigen Windmühlen, die Sägewerke antreiben, viele Genreszenen stellen tugendhaft fleißige Dienstmägde dar.

Und immer wieder malen die Meister die Bürger selbst: Frans Hals porträtiert Großkaufleute und deren Gemahlinnen, Jan Steen zeigt eine Familie beim Geschenkeauspacken am Nikolaustag, Jan Vermeer einen Geographen, über eine Karte gebeugt, Bartholomeus van der Helst Amsterdamer Milizionäre, die 1648 den Sieg über Spanien und die Souveränität der Niederlande bejubeln. Für das wohl berühmteste Gemälde der niederländischen Kunst, die „Nachtwache" Rembrandt van Rijns, posieren die stolzen Mitglieder einer Bürgerwehr.

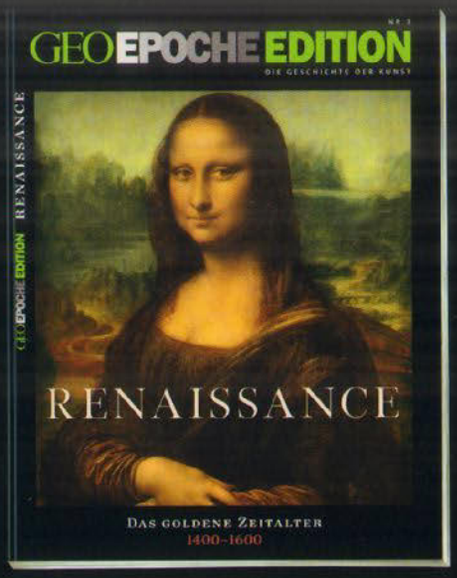
Doch auch im Süden der Niederlande, der unter der Herrschaft des katholischen Spanien bleibt, prosperiert zu jener Zeit die Kunst. Allerdings nicht schlicht und wirklichkeitsnah wie im protestantisch-strengen Norden – sondern im prachtvollen Stil des Barock. Auch hier leben reiche Kaufleute, die Porträts in Auftrag geben, sowie, anders als im bürgerlichen Norden, in- und ausländische Adelsdynastien, die ihre Paläste mit üppigem Prunk schmücken lassen wollen. Etwa von dem Maler Peter Paul Rubens, der nebenher auch noch als Diplomat aktiv ist.

Die Blüte der niederländischen Malerei beginnt bereits im ausgehenden Mittelalter, in einer der bedeutendsten Revolutionen der Kunstgeschichte. Denn im frühen 15. Jahrhundert erfinden die Flamen Jan van Eyck, Robert Campin und Rogier van der Weyden eine vollkommen neue Technik zur Darstellung des Universums der sichtbaren Dinge: das Gemälde.

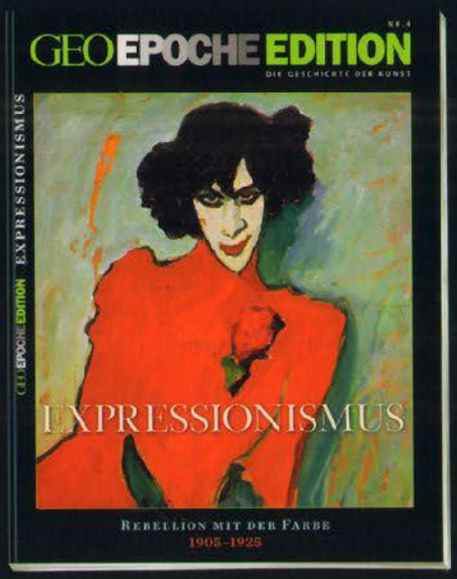
Sie entwickeln Farben, die auf der Leinwand eine nie da gewesene Leuchtkraft entfalten; sie verbinden die gerade erst von italienischen Künstlern entdeckte Zentralperspektive mit bis dahin ungesehener genauer Charakterisierung des Menschen und seiner Umgebung – und schaffen so einen wahrhaften „Spiegel der Welt", wie ein Kulturhistoriker schreibt.

In seiner nächsten Ausgabe stellt GEO*EPOCHE* EDITION eines der erstaunlichsten Kapitel der Kunstgeschichte vor: das Goldene Zeitalter der Niederlande.

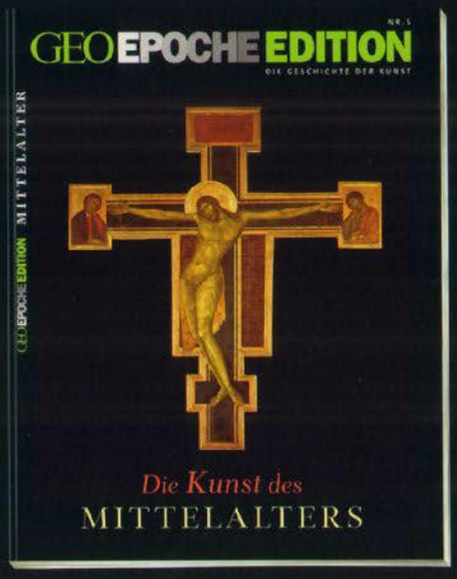
02/2010 „Impressionismus“



03/2011 „Renaissance“



04/2011 „Expressionismus“



05/2011 „Die Kunst des Mittelalters“

Kunstgeschichte im Großformat: GEO*EPOCHE* EDITION.

Jetzt im ausgesuchten Buch- und Zeitschriftenhandel. Oder bestellen Sie direkt im GEO Shop unter Tel. 01805/86 18-003* oder Fax 01805/86 18-002*. Natürlich auch im Internet unter **www.geoshop.de**.

*Festnetzpreis 14 Cent pro Minute, Mobilfunkhöchstpreis max. 42 Cent/Minute.

GEO EPOCHE EDITION