

KUPFERSTICKKABINETT

Pop on Paper

Von Warhol bis Lichtenstein

3. April bis 26. Juli 2020

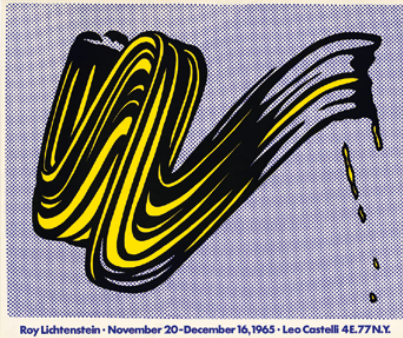
Das Berliner Kupferstichkabinett besitzt eine der bedeutendsten Pop-Art-Sammlungen in Deutschland, die nun – 50 Jahre nachdem die ersten Werke im (damals) West-Berliner Kunsthandel erstanden wurden – erstmals umfassend gezeigt wird. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der US-amerikanischen Pop Art, die als Bestandteil der damals zeitgenössischen amerikanischen Druckgrafik für Alexander Dückers, der ab 1986 Direktor des West-Berliner bzw. ab 1992 bis 2002 des wiedervereinigten Kupferstichkabinetts war, als »Blick in die Welt«, wie er es unlängst formulierte, besonders im Fokus stand. 1969 begann der gebürtige Aachener seine Laufbahn bei den Staatlichen Museen zu Berlin als Kustos für die Kunst des 19. und 20. Jahrhunderts – und verschrieb sich bald der amerikanischen Druckgrafik. Diese erlebte seit Ende der 1950er-Jahre einen großen Boom. Dabei kam nicht nur der Lithografie eine wichtige Rolle zu, wie in der Ausstellung Werke der Pop-Vorläufer Jasper Johns und Robert Rauschenberg bezeugen, sondern vor allem dem Siebdruck. Er erwies sich für die Ästhetik und Verbreitung der Pop Art als ideales Medium. Denn dieses nach dem Schablonenprinzip funktionierende Druckverfahren ermöglichte nicht nur hohe Auflagen (mehrere Hundert Exemplare ließen sich ohne Qualitätsverlust erstellen), sondern auch die Arbeit mit satten, leuchtenden Farben und die Einbeziehung fotografischer Vorlagen. Dies belegen in der Ausstellung etwa Andy Warhols berühmte Serie der »Marilyns« von 1967 und auch zwei Custom Prints des »amerikanisierten« Briten Peter Phillips aus dem 1966 veröffentlicht-



lichten Mappenwerk »11 Pop Artists – The New Image«. In einer Auflage von 250 Exemplaren erstellt, diente es der weltweiten Propagierung der US-amerikanischen Pop Art – darunter von Protagonisten wie Mel Ramos, Tom Wesselmann, Andy Warhol und Roy Lichtenstein.

Nicht nur Papier ließ sich über den Siebdruck, ein ursprünglich aus der Werbung stammendes Verfahren, bedrucken, sondern auch silbern beschichteter Karton – wie bei Phillips – oder Textilien. Eindrucksvolle Beispiele dafür sind zwei Einwegkleider aus Papiervlies aus dem Bestand des Berliner Kunstgewerbemuseums. Eines davon ist mit der wiederholten Darstellung einer Tomatensuppenbüchse der Marke Campbell's versehen. Das »Souper Dress«, das von jedermann gegen Einsendung von zwei Suppenetiketten und einem Dollar bestellt und erworben werden konnte, setzt damit ganz auf den Warhol-Effekt. Dieser hatte die Dosensuppe Anfang der 1960er-Jahre in seiner Kunst hoffähig gemacht. Seine »Campbell's Soup Cans« stehen damit stellvertretend für den Themenkreis der US-amerikanischen Pop Art, welche die bislang in der hohen Kunst und von ihren führenden Exegeten als trivial empfundene Welt der Werbung, des Konsums und der Printmedien (Comics und Magazine) für sich entdeckte.

Unbekannt, Souper Dress, um 1967.
Minikleid aus Papiervlies, bedruckt mit Campbell's
Soup Cans, Höhe: 97 cm. Herausgeber: Campbell
Soup Company, Camden/New Jersey.
Kunstgewerbemuseum. © Kunstgewerbemuseum,
Staatliche Museen zu Berlin. Foto: Satoria Linke



Roy Lichtenstein, *Brushstroke*
(Plakat zur Lichtenstein-Ausstellung
der Leo Castelli Gallery, New York), 1965.
Siebdruck, 63,9×75,9 cm. Kunstbibliothek.
© Estate of Roy Lichtenstein/VG Bild-Kunst,
Bonn 2020. Kunstbibliothek, Staatliche Museen
zu Berlin. Foto: Dietmar Katz

In zehn Kapiteln verfolgt »Pop on Paper« schlaglichtartig die Spielarten und Protagonisten der Pop Art, aber auch ihre Vorstufen und Nachwirkungen. Werke der britischen Pop Art wie die raffinierten Drucke von Richard Hamilton geraten ebenso in den Blick wie der Kapitalistische Realismus eines Sigmar Polke oder die weiblichen Brechungen der von (weißen) Männern dominierten Pop Art bei Elaine Sturtevant, Maria Lassnig, Ulrike Ottinger und Antje Dorn.

Neben dem Bestand des Berliner Kupferstichkabinetts, aus dem auch frühe Zeichnungen von Claes Oldenburg zu seinem Projekt »The Store« gezeigt werden, ergänzen ausgewählte Leihgaben die Ausstellung. Sie stammen fast ausnahmslos aus Sammlungen der Staatlichen Museen zu Berlin. Besonders zu erwähnen sind frühe Zeichnungen von Andy Warhol als Werbefrafer aus der Sammlung Marx an der Nationalgalerie, aber auch zahlreiche Künstlerplakate aus dem Bestand der Kunstbibliothek. Gerade Roy Lichtenstein nutzte das Plakat sehr früh als Medium, um seine von Comics inspirierten Bildwelten zu verbreiten.

James Rosenquist, *F-111* (Plakat zur Rosenquist-Ausstellung der Leo Castelli Gallery, New York), 1965.
Offsetlithografie auf Papier, 73,9×58,8 cm.
Kunstbibliothek. © Estate of James Rosenquist/
VG Bild-Kunst, Bonn 2020. Kunstbibliothek,
Staatliche Museen zu Berlin. Foto: Dietmar Katz

Eine der technisch aufwendigsten und größten Druckgrafiken der Ausstellung ist das vierteilige Werk »F-111« von James Rosenquist aus dem Jahr 1974. Es ist benannt nach einem in den 1960er-Jahren auch im Vietnamkrieg eingesetzten US-Jagdbomber, der den Hintergrund der Komposition bestimmt. Die Grafik bezieht sich auf ein gigantisches, durchaus konsumkritisches Gemälde des Künstlers, mit dem dieser 1965 bei der Erstpräsentation die Wände seiner New Yorker Galerie Leo Castelli okkupiert hatte. Castelli, wohl der bedeutendste Pop-Art-Galerist seiner

Zeit, sorgte dabei für ordentliche Propaganda für die Ausstellung. Er ließ »seinen« Künstler ein Plakat gestalten, das sich auch als Einladung verschicken ließ. Pop Art, Druckgrafik und Werbung gingen – einmal mehr – Hand in Hand.

ANDREAS SCHALHORN

Dr. Andreas Schalhorn ist Kurator für moderne Kunst am Kupferstichkabinett der Staatlichen Museen zu Berlin.

Der Begleitband zur Ausstellung mit Texten u. a. von Alexander Dückers, Fabienne Meyer, Freya Nagelsmann und Christina Thomson erscheint im Kerber Verlag. 180 Seiten mit ca. 100 Farbabbildungen kosten 40 €.

