



# Leben mit Pop! Vorwort

Obgleich sich in Leipzig eine eigene Tradition der figurativen Malerei etabliert hat, die gerade bei ihrem unumstrittenen Protagonisten Neo Rauch viele Affinitäten zur Pop Art aufweist, waren Werke der Pop Art erstaunlicherweise hier bislang nur einmal vor knapp dreißig Jahren in der Galerie der Hochschule für Grafik und Buchkunst in größerem Umfang zu sehen. Leipzig hat zudem mit seiner Hochschule eine besondere Tradition für künstlerische Arbeiten auf Papier. Das Meta-Thema der Pop Art war jene Medien- und Konsumgesellschaft, die in den 1960er und 1970er Jahren die westliche Welt prägte – und welche sich vor allem in der massenhaften Vervielfältigung und Distribution von Waren und Bildern äußerte. Insofern kann man durchaus sagen, dass Multiples und Auflagen-Editionen das Herzstück in der künstlerischen Logik der Pop Art darstellen. Die einzigartige „Pop-Sammlung-Beck“ des Düsseldorfer Rechtsanwaltes Heinz Beck, seit 1988 Teil der Sammlung des Ludwigshafener Wilhelm-Hack-Museums, ist eine der umfangreichsten Zusammenstellungen von Editionen und Arbeiten auf Papier aus dieser Zeit, die nahezu alle großen Namen vereint. Es ist ein schöner Glücksfall, diese Sammlung nun in einer bedeutenden Auswahl in Leipzig zeigen zu können.

1970 wurde der Komplex als „Pop-Sammlung Beck“ erstmals anlässlich einer Ausstellungstournee in Bonn, Darmstadt und Dortmund – begleitet von einem Katalog – einem größeren Kreis von Kunstfreunden bekannt und zugänglich. Im Wesentlichen konzentrierte sich die intensive Sammeltätigkeit von Heinz Beck auf 10 Jahre, das heißt von Ende der 60er bis zum Ausklang der 70er Jahre. In einem Porträt über Heinz Beck in der Wochenzeitung *Die Zeit* (Dezember 1968) ist von gut 300 Werken die Rede. 1977 erklärte Beck in einem Interview, dass seine Sammlung weitgehend abgeschlossen sei. Die Inventarliste bei der Übergabe der Schenkung 1988 verzeichnet mehr als 2000 Werke, dazu eine umfangreiche Bibliothek mit zahlreichen Spezialzeitschriften und Publikationen. Der Zuschlag für Ludwigshafen war dabei ebenso überraschend wie glücklich, denn die zwei von Beck eigentlich favorisierten Standorte, Hilden und Neuss, konnten die Auflagen des mit 65 Jahren viel zu früh verstorbenen Sammlers nicht erfüllen.

Heinz Beck interessierte sich gerade nicht für das „Edel“-Medium Malerei, sondern für die preislich und von ihrer Materialität und Wertschätzung her wesentlich weniger elitären Arbeiten auf Papier. Somit handelt es sich um Editionen und Multiples, also Werke, die zum Teil in höheren Auflagen entstanden. Erstaunlich ist, dass und wie es Beck gelungen ist, angesichts dieses breiten „Angebots“ eine absolut einzigartige Sammlung aufzubauen, die ihresgleichen sucht. Wenige Sammlungen vermitteln ein derart dichtes Bild einer Zeit wie die des Rechtsanwalts Beck, welche die Stimmung und das künstlerische Spektrum der

60er und 70er Jahre in faszinierender Weise abbildet – und dies mit Multiples und Arbeiten auf Papier wohl viel dichter, als es viele Gemälde vermitteln könnten. Denn wenn man die 60er und 70er Jahre charakterisieren wollte, so steht im Mittelpunkt sicherlich die sich entwickelnde Konsum- und Mediengesellschaft. Und eben diese forciert die Stilisierung von Individualität und erschöpft sich dabei in Mustern, die einer permanenten Reproduktion unterliegen, deren Thematisierung Warhol und Lichtenstein bis heute so aktuell macht. Wenngleich heute viele der Künstler gesetzte Größen sind, so kann man für Becks Sammeltätigkeit vor allem eines konstatieren: Er setzte überhaupt nicht auf anerkannte und damit sichere Positionen, sondern verließ sich sehr zielstrebig und selbstbewusst auf die eigene Wahrnehmung und Wertschätzung – und genau das macht die Sammlung aus heutiger Sicht so einzigartig.

1988 schenkte Heinz Beck diese mehr als 2000 Werke umfassende „Pop-Sammlung-Beck“ der Stadt Ludwigshafen, die sich mit der Sammlung Wilhelm Hacks vor allem auf dem Gebiet der abstrakten Kunst von Malewitsch über Mondrian bis Jackson Pollock einen großen Namen gemacht hatte. Der damalige Museumsdirektor Bernhard Holeczek formulierte es treffend: „Zum Standbein der Sammlung Hack kam das Spielbein der Sammlung Beck“; dem Wilhelm-Hack-Museum hat dies seither ganz neue Möglichkeiten der Programmgestaltung eröffnet. Im Anschluss an die Leipziger Präsentation wird das Wilhelm-Hack-Museum die Sammlung Beck unter dem Thema der editorischen Praxis vorstellen und erstmals einen kompletten Bestandskatalog vorlegen.

Im Wilhelm-Hack-Museum sind der Sammlungskuratorin Nina Gülicher und der Projektleiterin Kerstin Skrobanek zu danken, die ein Werkverzeichnis der Sammlung Beck vorbereitet und diesem Katalog einen Essay beige-steuert hat. In Ludwigshafen danken wir ferner dem Restaurator Herbert Nolden. In Leipzig gilt der Dank dem Ausstellungskurator Frédéric Bußmann. Er hat sich mit viel Elan und großer Sachkenntnis dem Ausstellungsprojekt gewidmet, unterstützt in der Abschlussphase von Lukas Holldorf. Es ist so aus Leipziger Sicht eine überzeugende Auswahl an Exponaten zusammengestellt worden, die das Phänomen Pop Art in seiner Vielstimmigkeit darstellt, wobei kulturelle Kontexte und mediale Ausdrucksformen fokussiert werden. Ansprechpartner sind auch gewesen Marcus Andrew Hurttig, der die zeitgleiche Ausstellung *A Star is born. Fotografie und Rock seit Elvis* betreut, und Sylva M. Dörfer wie Jörg Dittmer von der Öffentlichkeitsarbeit, denen die Strategien des Pop Instrumente ihrer heutigen Professionalität sind.

Da Heinz Beck auch ein großer Schallplattensammler war, dessen Interesse im besonderen den Schallplattencovern galt, zeigt sich *Leben mit Pop!* im Museum der bildenden Künste Leipzig als dialogorientierter „Nachbar“ zu *A Star*

*is born*. So war es aus Leipziger Sicht konsequent, dem Katalog eine spezifische Form zu geben, Pop Art im Kontext der Populär-Kultur der 1960er Jahre zu sehen, und da durchdringt die Pop-Musik alle gesellschaftlichen Bereiche. Der Katalog *Leben mit Pop!* findet seine Einkleidung in einem Doppelcover – gleich dem *Weißes Album* der Beatles.

Wir wünschen den Kunstfreunden wie auch den Pop-Fans einen beschwingten und erkenntnisreichen Ausstellungsbesuch.

Dr. Hans-Werner Schmidt  
Museum der bildenden Künste Leipzig

Dr. Reinhard Spieler  
Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein

## Leben mit Pop! Einführung

FRÉDÉRIC BUSSMANN

Pop hat stärker als jede andere kulturelle Entwicklung im 20. Jahrhundert das Lebensgefühl einer ganzen Generation geprägt. Pop war westlich, jung und lebensbejahend. Pop versprach aber nicht nur ein neues Lebensgefühl, sondern war ein Aufbrechen des kulturellen und in der Folge auch gesellschaftlichen Selbstverständnisses der Nachkriegszeit. Pop überschritt Grenzen, die des guten Geschmacks ebenso wie die der künstlerischen Tradition. Pop wirkt in seinem ästhetischen Wertewandel bis heute nach. Mit Druckgrafiken der 1960er Jahre aus der Sammlung Heinz Beck im Wilhelm-Hack-Museum Ludwigshafen gibt die Ausstellung *Leben mit Pop!* nun Einblick in diese Zeit des künstlerischen Umbruchs um 1960. Der Schwerpunkt der Ausstellung liegt auf der amerikanischen und englischen Pop Art, aber auch auf den unterschiedlichen Formen ihrer Rezeption, Parallelentwicklungen und Gegenbewegungen in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei wird die Grafik nicht als preiswerte Alternative zur Malerei betrachtet, sondern es soll die Aufmerksamkeit auf die Bedeutung druckgrafischer Verfahren in der Pop Art gelenkt werden. In der Pop Art-Grafik wurden Phänomene der zeitgenössischen Konsumkultur nicht nur zur Kunst erhoben, sondern die Kunst auch zu einer lebensnahen Erfahrung, zu einem *Leben mit Pop!*

### *Leben mit Pop*, 1963

Der Ausstellungstitel ist ein Zitat, ein Sample, das den künstlerischen Strategien der Pop Art nachgeahmt ist. Gerhard Richter und Konrad Lueg hatten vom 11. bis 25. Oktober 1963 unter dem Slogan *Leben mit Pop* das Möbelhaus Berges in Düsseldorf mitsamt den Ausstellungsstücken zu einer Kunstausstellung erklärt und am Eröffnungsabend zur *Demonstration für den kapitalistischen Realismus* eingeladen. An dem Abend wurde man zuerst in einen Warteraum im Möbelhaus eingeladen, der dekoriert war mit 13 Rehbockgeweihen, „geschossen 1938–42 in Pommern“, wie es im anschließenden Bericht der beiden Künstler nicht ohne bissigen Humor heißt. „Tanzmusik“ aus Lautsprechern erklang durch das gesamte Möbelhaus, Textpassagen aus dem Möbelkatalog wurden vorgelesen, Getränke gereicht. Pappmascheefiguren des amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy und des Düsseldorfer Kunsthändlers Alfred Schmela leisteten den Wartenden Gesellschaft, bevor sie in kleineren Gruppen zu Richter und Lueg in ein Wohnzimmer eingelassen wurden. Wie bei einer Kunstausstellung standen die Möbel auf Sockeln, die beiden jungen Kunstakademiestudenten hatten darauf Platz genommen. Sie verharrten dort als Ausstellungsstücke, ohne auf die Besucher zu achten, und führten erst am Ende der Veranstaltung alle durch das Kaufhaus. Ein Fernseher lief im Hintergrund und zeigte neben der Tagesschau zur Einstimmung auch den Bericht

*Die Ära Adenauer*. Joseph Beuys, dessen Fluxusaktionen eine wichtige Inspirationsquelle dieser ‚Demonstration‘ waren, hatte einen seiner Filzanzüge an der Garderobe aufgehängt, verschiedene Zettel („Joseph Beuys is here“) und ein Karton mit Fetten kündeten von seiner ideellen Präsenz. Jeweils vier Gemälde, plakativ und pop-artig gemalt mit Sujets heimatlich-deutscher Befindlichkeiten wie *Hirsch* und *Schloß Neuschwanstein* von Richter oder *Betende Hände* und *Bockwürste auf Pappteller* von Lueg, waren in den verschiedenen Abteilungen des Kaufhauses aufgehängt. Zusammen mit der biederen Innenausstattung



Konrad Lueg und Gerhard Richter, *Leben mit Pop*, 1963,  
Kontaktabzug der Fotos von Reiner Ruthenbeck

trafen die Bilder den Nerv einer sich nach Gemütlichkeit sehnenenden und das Altbekannte schätzenden westdeutschen Nachkriegsgesellschaft, die Schuldgefühle für die Verbrechen während des Nationalsozialismus durch den Konsumrausch der Wirtschaftswunderjahre betäuben wollte.

Die als Happening inszenierte Aktion von Richter und Lueg reagierte in eigenwilliger und mit Blick auf die westdeutschen Verhältnisse ironischer Weise auf ein Phänomen, das seit Kurzem die amerikanische und englische Kunstszene bewegte: Pop Art. Die Veranstaltung markiert einen der ersten Momente künstlerischer Resonanz auf die Pop Art in der jungen Bundesrepublik. Zwar war das biedere Möbelhaus Berges eher „popelig“ (K. König) als poppig, was den Künstlern sehr bewusst war und auch so in Szene gesetzt wurde. Doch kann man hinter der ironischen Zurschaustellung deutscher Spießigkeit auch ein Interesse an Grundideen der Pop Art wiedererkennen. Die Künstler zogen in die Warenwelt aus, um Konsumartikel als Kunstwerke in der Tradition von Ready Mades zu präsentieren und gleichzeitig eigene Gemälde in das angebotene Warenrepertoire zu integrieren. Bewusst wurden dabei Grenzen zwischen den kommerziellen, angewandten Künsten im Möbeldesign und der Hochkultur in Form von Malerei überschritten. Besondere Aufmerksamkeit wurde den neuen Medien zugemessen, Illustrierte – keine amerikanischen, sondern deutsche wie *Schöner Wohnen* – lagen im Warteraum aus, ein Fernseher wurde als Möbelstück und neues meinungsbestimmendes Massenmedium im Ausstellungsraum präsentiert. Musik spiegelte die lebensbejahende Seite der Popkultur wider, während das Vorlesen aus dem Verkaufskatalog eher einen dada-artigen Zug trug, bei dem Banales repetitiv vorgetragen einen gewissen Aufmerksamkeitswert erhielt. Die grotesk deformierte Pappfigur des einen Monat später in Dallas erschossenen John F. Kennedy wiederum ironisierte die Begeisterung der Westdeutschen für das junge Amerika. Zugleich stand der Präsident für die neue Bedeutung von jugendlicher Fotogenität eines Politikers, der gerade durch seine Medienpräsenz zu einem Star avanciert war. Die Pappfigur von Alfred Schmela schloss den Bogen zur Pop Art, da Schmela, einer der wichtigsten Düsseldorfer Galeristen, 1963 als erster ein Lichtenstein-Bild nach Deutschland gebracht hatte.

Richter und Lueg hatten sich zusammen mit Manfred Kuttner und Sigmar Polke wenige Monate zuvor unter dem Namen *Kapitalistische Realisten* kurzzeitig zusammengesetzt. Der Begriff, gespeist aus Richters Erfahrung mit dem sozialistischen Realismus und der westlich, marktwirtschaftlich ausgerichteten Gesellschaft der Bundesrepublik, war ein dialektisches und ironisches Spiel mit Gegensätzen, oder „einfach ein großer Spaß“, wie Richter später sagte. Mit der provozierenden Bezeichnung wollten die jungen Kunststudenten in Düsseldorf anfangs vor allem Aufmerksamkeit auf sich lenken. Mit der gleichen Intention hatten sich Richter, Lueg und Polke 1963 auch bei der wichtigsten Pop Art-Galeristin auf europäischem Boden, Ileana Sonnabend, in Paris als die „German Pop artists“

vorgestellt. Bereits die Einladungskarte zu der Aktion *Leben mit Pop* aber, auf der im Buchstaben ‚o‘ des Wortes ‚Pop‘ ein Luftballon fixiert war, den man aufblasen und zum Platzen bringen sollte, zeigt ihren ironisch-distanzierten Zugang zu Stilbegriffen und Gruppenbezeichnungen.

In der zuvor geschalteten Ankündigung von *Leben mit Pop* in der Düsseldorfer Lokalzeitung *Mittag* publizierten sie ein Foto von Claes Oldenburgs *The Stove with meats* von 1962 und wiesen damit auf einen künstlerischen Bezug ihrer Aktion hin. Auch hatten sie bei der Inszenierung der Inneneinrichtung an Richard Hamiltons berühmte Collage *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* für den Katalog der Ausstellung *This is tomorrow* in London 1956 gedacht, auf der Hamilton zentrale Elemente der späteren Pop Art in einer analytischen Parodie konzentrierte. Das in „der Ikone der neuen Anti-Kunst“ (H. Belting) auf einem Lutscher deutlich zu lesende Wort ‚Pop‘ war kein Hinweis auf die eigentliche Pop Art, sondern definierte den allumfassenden Wandel in der Kultur, Mode, Design, Musik, Film und Kunst nach dem Zweiten Weltkrieg als Pop. Noch prägnanter und zugleich mit deutlicher



Richard Hamilton, *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*, 1956, Sammlung Zundel, Kunsthalle Tübingen

Skepsis beschrieb Hamilton die Grundlagen der späteren Pop Art in einem Brief von 1957: „Pop Art ist: Populär (entworfen für ein Massenpublikum), vergänglich (kurzlebig), verbrauchbar (schnell vergessen), billig, Massenprodukt, jung (für die Jugend bestimmt), witzig, sexy, trickreich, glamourös, großes Geschäft.“

### Pop und Pop Art

Mit dem Titel *Leben mit Pop* hatten Richter und Lueg aufgenommen, was die westliche Welt in den nachfolgenden Jahrzehnten prägen sollte: der Einzug amerikanisch geprägter Massenkultur in das alltägliche Leben. Denn Pop wurde die nachhaltigste, alle Lebensbereiche bis heute verändernde Kulturerscheinung nach dem Zweiten Weltkrieg. Zentrale Bestandteile von Pop als Massenphänomen waren Musik, Zeitschriften und Mode, aber auch die bildende Kunst trug wesentlich dazu bei und formte den Begriff ‚Pop‘. Der große Erfolg der Pop Art in den späten 1960er Jahren ging gerade in Deutschland Hand in Hand mit der Durchsetzung der Pop-Kultur. Pop Art war aber keine Illustration eines

Lebensgefühls, sondern mit eigenständigen künstlerischen Mitteln Teil dieses kulturellen Umbruchs, indem sie die Wirkungsmechanismen von populären Bildmedien in der Kunst spiegelte. Allen Anleihen an die Triviale Kultur zum Trotz blieb die Pop Art in erster Linie Teil der Hochkultur und fand über die Grafik zu einer stärkeren Popularisierung.

Der Terminus ‚Pop Art‘, vom englischen Kritiker und Kurator Lawrence Alloway im Umkreis der Independent Group in London um 1955 mit Blick auf die damalige Populärkultur eingeführt, dient heute als Bezeichnung für Arbeiten englischer und amerikanischer Künstler ab etwa 1960. Die Künstler verband die Rückkehr zur gegenständlichen Kunst und das Interesse an den Folgen der massenindustriellen Entwicklung im Konsum-, Kultur- und Medienbereich. Sie konzentrierten sich auf die durch Technik und Werbung veränderte und durch Medien vermittelte gesellschaftliche Realität, wie sie von Marshall McLuhan und anderen seit den 1950er Jahren medientheoretisch analysiert wurde. McLuhans erste Veröffentlichung zur Populärkultur, *The Mechanical Bride* von 1951, trug den Untertitel *Folklore of Industrial Man* und gab wichtige Impulse für die Entwicklung der Pop Art als eine Kunstform, die Medienkultur als neue Volkskultur der industrialisierten Welt versteht. Noch 1974 hatte Lawrence Alloway Pop Art als „Zeichen und Zeichensysteme“ einer neuen Kultur bezeichnet und damit auf semiologische Untersuchungen von Roland Barthes zurückgegriffen, der 1957 eine Reihe von Aufsätzen zum kritischen Verständnis von Alltagsphänomenen wie Autos, Fotos in Illustrierten, Spielzeug und anderen populären Dingen unter dem Titel *Mythologies (Mythen des Alltags)* publiziert hatte. Die Analyse der modernen Massenkultur, wie sie Mitte der 1950er Jahre im Umkreis der Londoner Independent Group diskutiert wurde, sollte Eingang finden in eine neue Pop-Ästhetik, in der die Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur aufgehoben und der Begriff der künstlerischen Autonomie aufgegeben werden sollte. Die damit einhergehende scheinbare Trivialisierung des Kunstbegriffs war ein regelrechter Schock, denn sie stellten den bis dahin gültigen Kunstbegriff, geprägt von Originalität, Virtuosität, Individualität und Spontaneität, grundsätzlich in Frage.

Pop-Künstler auf beiden Seiten des Atlantiks wandten sich gegen den gestischen Ansatz des Informell und gegen den Abstrakten Expressionismus, der bis in die 1960er Jahre die Kunst beherrschte und von ihnen als elitär und lebensfremd betrachtet wurde. Der reinen Form und Farbe einer vergeistigten Abstraktion stellten sie – nicht ohne Selbstironie, aber vor allem in den USA mit einer großen inneren Distanz und Emotionslosigkeit – das Maschinelle und das Triviale des Alltäglichen gegenüber. Damit nahmen Pop-Künstler das auf, was der einflussreiche amerikanische Kunstkritiker Clement Greenberg 1939 in seinem Aufsatz *Avant-Garde and Kitsch* als nicht-kunstwürdig bezeichnet hatte. Mit der Abwendung von der Abstraktion und der Hinwendung zum Realismus brachen Pop-Künstler mit einem Grundverständnis der Moderne, nach dem die Kunst selbstreferentiell und allein aus sich selbst zu schöpfen habe. Auf ihre Weise gaben sie einem klassischen Topos der frühen künstlerischen Bewegungen des 20. Jahrhunderts, der Aufhebung der Abgrenzung von Kunst und Leben, eine neue Bedeutung. Sie fanden Berührungspunkte mit dem Futurismus ebenso wie mit Dada und konnten sich auf Wegbereiter der künstlerischen Avantgarden des 20. Jahrhunderts wie Marcel Duchamp oder Kurt Schwitters berufen. Besonders Duchamp, der seit 1942 in New York

lebte, war für die amerikanische Kunst nach dem Zweiten Weltkrieg eine wichtige Referenz. Indem er vorgefundene Alltagsobjekte als Ready Mades ins Museum verlegte und damit zu Kunstwerken erklärte, hatte der Franzose unter anderem die Bedeutung der künstlerischen Autorschaft und den traditionellen Kunstbegriff radikal in Frage gestellt. Für Künstler der Pop Art war dieser subversive Ansatz von großer Bedeutung, da er die Erhebung von vorgefertigten Bildern und Objekten der Triviale Kultur zu Kunstwerken entscheidend vorbereitet hatte.

### Pop Art in den USA

Da Pop Art in erster Linie als ein amerikanisches Phänomen wahrgenommen wurde, beginnt die Ausstellung mit Grafiken aus den USA mit den beiden Zentren der amerikanischen Kunst New York und Los Angeles. Im New York der späten 1950er Jahre hatten die mit späteren Arbeiten gezeigten Künstler Robert Rauschenberg und Jasper Johns, dann auch Allan Kaprow, Jim Dine, Claes Oldenburg und Larry Rivers als Wegbereiter der Pop Art eine große Bedeutung. Rauschenberg und Johns waren in der Frühphase besonders wichtig, da die beiden engen Freunde das traditionelle Verständnis des Tafelbildes erweiterten. Sie brachten Elemente des Alltags und des Zufalls in ihre Kunst ein und formulierten das Problem von Abbildhaftigkeit und Identität eines Bildes neu. Kaprow, Dine und Oldenburg hatten Ende der 1950er Jahre mit Happenings angefangen, bei denen sie die Grenzen der Kunst mit performativen Ansätzen und der Integration von Gebrauchsgegenständen aufgehoben hatten. Dies waren entscheidende Impulse für die Entwicklung der Pop Art, die anfangs noch mit verschiedenen Bezeichnungen wie Neo-Dada, New Realists oder New Vulgars belegt wurde, sich jedoch ab etwa 1962 mit dem „Markennamen“ (W. Grasskamp) Pop Art in den USA durchsetzte.

Um 1960 bildete sich die Kerngruppe amerikanischer Pop-Künstler in New York heraus, zu der neben Claes Oldenburg auch Roy Lichtenstein, Andy Warhol, James Rosenquist, Tom Wesselmann und Robert Indiana gezählt werden. Anfangs angefeindet, brachen sie mit der Dominanz des Abstrakten Expressionismus und entwickelten sich auch dank der Unterstützung von Galeristen und Sammlern in den 1960er Jahren zu den maßgeblichen Künstlern der New Yorker Kunstszene. Es sind vor allem ihre Arbeiten, die als typische Pop Art wahrgenommen werden und sie weltweit bekannt machten. Die meisten dieser Künstler waren gelernte Gebrauchsgrafiker oder Reklametafelmaler. Sie kannten die Wirkungsmechanismen der Werbebilder und die Ökonomie der Aufmerksamkeit bestens. „Die Pop-Künstler machten Bilder, die jeder, der den Broadway entlangging, im Bruchteil einer Sekunde wiedererkennen konnte“, so Andy Warhol rückblickend 1980, „Comics, Picknicktische, Männerhosen, Berühmtheiten, Duschvorhänge, Kühlschränke, Colaflaschen – all die großartigen modernen Dinge, die die abstrakten Expressionisten mit aller Mühe nicht wahrnehmen wollten.“ Diese neuen Bildthemen verlangten nach angemessenen Techniken, welche die Pop-Künstler in mechanischen Reproduktionsverfahren beziehungsweise in der malerischen Nachahmung derselben fanden. Dabei übernahmen sie Spezifika aus Reklame und Gebrauchsgrafik wie Rasterpunkte oder die Motivwiederholung als ästhetische Schlüsselreize für ihre Kunst. Da Pop Art das gemeinsame Label war, unter dem sie sich vermarkteten, bediente sich jeder der Künstler einer bestimmten Thematik oder Technik,

die sie von den anderen unterschied. Roy Lichtenstein konzentrierte sich unter anderem auf die Benday-Rasterpunkte und die Monumentalisierung des Trivialen durch die Verwendung von Comicstripvorlagen. Andy Warhols Spezialität lag in der seriellen Wiederholung von Bildern aus Illustrierten und von Konsumgütern, die die Bedeutung des einzelnen Motivs reduzierte und Kunst im industriellen Siebdruck zum jederzeit wiederholbaren Produkt deklarierte. Claes Oldenburgs Interesse galt der Warenwelt und der Konsumkultur, die er zumeist in überdimensionierten und materialbetonten, weichen Plastiken persiflierte. Die plakative und ausschnitthafte Reduzierung stereotyper Motive aus Film und Werbung in Akten, Stillleben und Interieurs wurde ein Markenzeichen von Tom Wesselmann, während sich Robert Indiana auf eine typografische Zeichenhaftigkeit konzentrierte und James Rosenquist atmosphärische Werbetafelbilder mit gesellschaftskritischem Hintersinn malte. Auch ein Künstler wie Alex Katz, der sich selbst nicht zur Pop Art zählt, greift in seiner grafisch reduzierten Formensprache auf Techniken der auf Weitsicht konzipierten Reklamemalerei zurück.

Neben New York war Los Angeles das zweite Zentrum der amerikanischen Pop Art. Durch sie etablierte sich die Filmstadt auch als Kunststadt. Einen wichtigen Beitrag



Roy Lichtenstein, *CRACK!*, 1964

dazu leistete die Galerie Ferus, in der einem damals noch unbekanntem Künstler 1962 seine erste eigene Ausstellung in den USA eingerichtet wurde: Andy Warhol. Neben anderen sind es vor allem Ed Ruscha, ebenfalls bei Ferus, und Mel Ramos, die einen eigenen Westküstenstil der Pop Art prägten ('California cool'). Auf unterschiedliche Weise verarbeiteten beide Phänomene der modernen Bild- und Konsumkultur, die in Kalifornien mit seiner Film- und Unterhaltungsindustrie eine wichtige Rolle im täglichen Leben spielten. Ed Ruscha wandte sich stärker konzeptuell der Fotografie, den Schriftzügen und der städtischen Landschaft zu und griff dabei in den 1960er Jahren die *landmarks* und *trademarks* der Westküstenkultur auf. Mel Ramos hingegen konzentrierte sich in immer gleicher Weise auf die sexistisch aufgeladenen, stereotypen Frauenbilder in der amerikanischen Werbung, die er in eindeutigen Posen amerikanischer Pin-ups aus dem *Playboy* mit Konsumartikeln wie Hamburgern oder Cola-Flaschen mit kalifornischer Lockerheit persiflierte.

Im Anschluss an die beiden Zentren der amerikanischen Pop Art werden Grafiken von Künstlern gezeigt, die nicht unmittelbar der Pop Art zugerechnet werden, aber die sich explizit mit dem Verhältnis von Medien zur

Realität auseinander gesetzt und damit Überlegungen der Pop Art fortgeführt haben. Dazu zählen die Grafiken des Videokünstlers Les Levine, der kommunikative Strukturen als Teil seiner künstlerischen Arbeit begriff, oder auch die des Briten Malcolm Morley, der sich 1958 in New York niederließ und unter dem Einfluss der amerikanischen Pop Art präzise malerische Wiedergaben nach Reiseprospekten oder Postkarten schuf. Damit trug er entscheidend zur Entwicklung des Foto- oder Superrealismus bei, der mit Howard Kanovitz und Richard Estes hier vertreten ist. Besonders Estes griff die von der Pop Art angestellten Überlegungen zum Wahrheitsgehalt von Reproduktionen auf und trug mit seinen Arbeiten zur Befragung einer eigenen Bildrealität oder „Hyperrealität“ (J. Baudrillard) bei.

### Pop Art in Großbritannien

Großbritannien gilt als das Geburtsland der Pop Art, ohne jedoch den gleichen Einfluss auf ihre weltweite Wahrnehmung gehabt zu haben wie die auch kommerziell erfolgreichere amerikanische Version, die sich dank eines größeren Netzes von Galeristen und Sammlern besser vermarkten konnte. In London hatten sich 1952 Künstler, Architekten, Designer, Fotografen und Kritiker zur Independent Group zusammengeschlossen, um die Auswirkungen der nach dem Zweiten Weltkrieg vor allem aus den USA kommenden Massenmedien, aber auch von neuem Design, Technik, Mode, Musik oder Werbung auf das Leben in der Großstadt zu diskutieren und in Ausstellungen wie etwa *Parallel of Life and Art* (1953) oder *This Is Tomorrow* (1956) darzustellen. Aus diesen Debatten heraus wurden Ansprüche an eine neue moderne beziehungsweise postmoderne Kultur formuliert und damit Grundlagen der späteren Pop Art geschaffen. Zur Independent Group gehörten unter anderem die beiden Künstler Eduardo Paolozzi und Richard Hamilton sowie der Kritiker Lawrence Alloway, die maßgeblich für die weitere Entwicklung der britischen Pop Art wurden. „Es ist eine Sache der Blickerweiterung – der Ausdehnung seiner Landschaft – die den Künstler veranlasst, Massenmedien als Quellenmaterial anzusehen“, hatte Hamilton später die Ausgangslage seiner Überlegungen zur Pop-Kultur beschrieben, „in den fünfziger Jahren sind wir uns mehr der Möglichkeit bewusst geworden, die ganze Welt auf einmal durch die große, uns umgebende Matrize zu sehen, ein synthetischer ‚Augenblick‘. Kino, Fernsehen, Illustrierte, Zeitungen überfluteten den Künstler mit einer Totallandschaft, und diese neue Umgebung war fotografisch.“ Diese fotografisch definierte ‚Totallandschaft‘ machten die Künstler der Pop Art zum Gegenstand ihrer neuen Kunstauffassung.

Als einer der ersten hat der hier in der Ausstellung mit späteren Grafiken gezeigte Paolozzi zwischen 1947 bis 1952 amerikanische Illustrierte zu Collagen unter dem Titel *Bunk!* verarbeitet. Sein Ziel war es, visuelle Phänomene jeder Art zu einer ausdrucksstarken Bildsprache zu vereinen. Hamilton wiederum formulierte den Anspruch der Pop Art in Großbritannien mit dem Ziel einer neuen Bildkultur sowohl in seiner Kunst als auch in Ausstellungskonzeptionen und Schriften. Sein Interesse galt unter anderem der Überwindung von Gattungsgrenzen zwischen angewandter und freier Kunst, die er als nicht zeitgemäß empfand. Zugleich wandte er sich der kritischen Analyse von Wahrnehmungs- und Manipulationsprozessen von Bildern des modernen Massenkonsums zu.

Ende der 1950er Jahre folgte eine Generation von englischen Künstlern, die fast alle am Royal College of Art in

London ausgebildet wurden und sich stärker nach Amerika orientierten als Hamilton oder Paolozzi. Während englische Beatmusik in Amerika ihren Siegeszug antrat („British Invasion“), fand in London die New Yorker Pop Art einen besonderen Widerhall, der fast einer „zweiten Entdeckung Amerikas“ (W. Grasskamp) gleichkam. Richard Hamilton blieb zwar als Künstler, Lehrer und intellektueller Kopf prägend, jedoch suchten Künstler wie Peter Blake, Richard Smith und Joe Tilson, dann auch R. B. Kitaj, Allen Jones, Gerald Laing oder Peter Phillips eigene Wege im Umgang mit den neuen Impulsen aus den USA. Unter den etwas älteren Künstlern wie Smith oder Blake ist dabei noch eine stärkere Neigung zu europäischen Maltraditionen zu erkennen. Blake wandte sich eher seinen persönlichen Erinnerungen an die Jugend- und Musikkultur in England statt einer anonymen Konsumwelt zu, während Smith, ein Vertreter der nicht-gegenständlichen Farbflächenmalerei, nach einem Aufenthalt in New York Ende der 1950er Jahre in seinen Grafiken stärker auf die amerikanische Werbe- und Filmästhetik reagierte. Auch Tilson rezipierte amerikanische Reklametechniken, sowohl ikonografisch in der Aufnahme trivialer Werbemotive als auch materiell, etwa in der Verarbeitung von Materialien wie PVC.

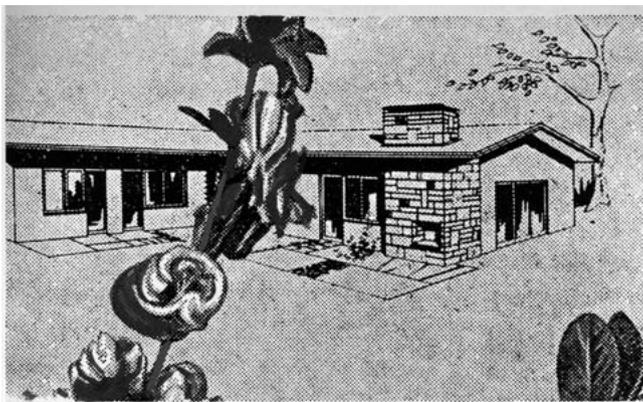
Künstler wie Allen Jones, Gerald Laing oder Peter Phillips, die zeitweilig auch in den USA arbeiteten, suchten eigene Wege im Umgang mit der neuen Kunst aus den USA. Jones lebte einige Jahre in New York und in Los Angeles, von wo er unter anderem eine Sammlung amerikanischer Fetisch-Illustrationen aus den 1940er und 1950er Jahren mit nach Europa brachte. Mit seinen vordergründig sexistisch-dominanten Figurendarstellungen, in reduziert kühler Manier gemalt, provozierte Jones Konservative wie Liberale gleichermaßen, wobei sein Interesse den ins Unterbewusste verdrängten Obsessionen galt. Der Amerikaner R. B. Kitaj, seit 1960 in London und ebenfalls Absolvent des Royal College of Art, hat mit der Pop Art seiner Künstlerkollegen wenig gemein, jedoch montierte er in seinen Grafiken Fotos und Texte wie gestaffelte Filmsequenzen, die seine persönliche Auseinandersetzung mit der europäischen und speziell jüdischen Kultur in einer komplexen Bildsprache veranschaulichen. Ganz anders gingen Künstler wie Phillips oder Laing vor. Mit intensiven Farben und grafischer Reduziertheit orientierten sie sich eher an der Direktheit des New Yorker ‚hard-core pop‘. Laing interessierte sich für die Wahrnehmung der Bilder in Werbung und Mode, die er mit den Pop-typischen Rasterpunkten umsetzte, während Phillips eher Themen wie Spielautomaten, Autos, Pin-ups und die großstädtische Unterhaltungskultur auf eine glatte, maschinell wirkende Weise verarbeitete.

### Resonanzen in der Bundesrepublik Deutschland

Mit den selbst ernannten „German Pop artists“ von der Düsseldorfer Kunstakademie, Gerhard Richter, Konrad Lueg und Sigmar Polke beginnt der dritte Teil der Ausstellung, der, mit Ausnahme des Österreicher Otto Muehl, der westdeutschen Druckgrafik der 1960er und frühen 1970er Jahre gewidmet ist. Neben Fluxus, visueller Poesie, Prozess- und Konzeptkunst wurden in diesen Arbeiten auch Ansätze der Pop Art verarbeitet, ohne dass es zu einer direkten Übernahme der Pop Art gekommen wäre. Es sind hier eher Resonanzen, Parallelenentwicklungen und auch Gegenbewegungen zum Pop-Phänomen zu erkennen.

Die Beziehungen der Bundesrepublik Deutschland zu den USA waren in den 1960er Jahren ambivalent und sowohl von Aneignungsstrategien als auch von

Abneigungen geprägt. Zwar stand Westdeutschland nach dem Zweiten Weltkrieg in einem engen Verhältnis zu den Vereinigten Staaten, allerdings litt ihr Ansehen in der zweiten Hälfte der 1960er Jahren vor allem wegen der militärischen Intervention in Vietnam ab 1965. Für viele westdeutsche Künstler und Kunstinteressierte blieb New York jedoch die wichtigste Referenz. Während der Hochphase der Studentenproteste 1968 etwa öffnete die *4. documenta* ihre Hallen für die amerikanische Kunst und Pop Art mit großem Publikumserfolg, was ihr den Beinamen *Americana* einbrachte. Unabhängig von der damaligen Einschätzung, die amerikanischen Pop-Künstler stünden affirmativ, kritisch oder ironisch zur Medien- und Konsumwelt – Horkheimer und Adorno sprachen von der „Kulturindustrie“, Enzensberger von der „Bewusstseinsindustrie“ –, galten in Deutschland ganz andere Ausgangsbedingungen als in den USA, Großbritannien oder in übrigen europäischen Ländern. Denn dreißig Jahre nach dem Aufstieg des Nationalsozialismus als Volks- und Massenbewegung und seinem Erfolg auch durch öffentliche Medien war es in der Bundesrepublik nicht möglich, ein ungebrochenes Verhältnis zur Massenkultur zu haben. Die Künstler mussten vor dem Hintergrund der eigenen Geschichte einen eigenen Umgang damit finden. „Die Aussage der amerikanischen Pop Art war so kraftvoll, so optimistisch, aber auch so limi-



Sigmar Polke, *Wochenendhaus*, 1967

tiert, dass wir denken konnten, da kann man sich nur von absetzen und ein anderes Anliegen unterbringen“, erinnerte sich Gerhard Richter 2002 an seine Reaktion auf die Pop Art in den frühen 1960er Jahren, „wir konnten nicht denselben Optimismus produzieren und dieselbe Art von Humor oder Ironie. [...] Bei Polke und mir war das alles gebrochener.“ Jedoch kamen die von Pop-Künstlern aufgeworfenen Fragen zur Bedeutung der medial vermittelten Bilder und zur Alltagskultur ihren eigenen Überlegungen zur Erneuerung der Kunst jenseits von Abstraktion und Informel entgegen. Gerhard Richter, der seine künstlerische Ausbildung in der DDR gerade erst hinter sich gelassen hatte, verweigerte sich dem Fortschrittsmodell der Moderne und setzte in den 1960er Jahren einer Überbewertung von Sujet, Stil oder persönlichem Duktus die Verwendung von Amateurfotos und Zeitungsbildern als verunschärfte Vorlagen seiner Malerei entgegen. Konrad Lueg, der in den 1960er Jahren unter seinem bürgerlichen Namen Fischer zum wichtigsten Galeristen für amerikanische Kunst und besonders der Minimal Art in Düsseldorf wurde, benutzte unter anderem Handtücher und Tapeten als Vorlagen für seine Grafiken. Bei ihm ist eine besondere Nähe zur amerikanischen Pop Art in der Aufnahme von Trivialkultur mit ironischem Blick

auf den deutschen Alltag zu erkennen. Die Wiedergabe der mit geometrischen Mustern in Grundfarben dekorierten Gebrauchsgegenstände kann man auch als Persiflage auf vergeistigte Abstraktionsformen der Moderne wie etwa bei Piet Mondrian verstehen. Sigmar Polke vermied Eindeutigkeiten, allerdings griff er unter anderem die Thematik einer Medienwirklichkeit und der Manipulierbarkeit von Bildern auf, wobei er die technischen Bedingungen der Reproduktion zu einem bisweilen den Betrachter auch verwirrenden Thema seiner Arbeiten erhob. Andere Künstler, wie Timm Ulrichs, Dieter Roth oder H.A. Schult, kombinierten auf ihren Grafiken Ansätze von Fluxus, Konzept- und Prozesskunst mit Elementen der Pop Art. Serielle Verfahren und Rasterungen, wie bei der Grafik von Ulrichs, und auf starke plakative Wirkung setzende Farbgebung mit Motivwiederholungen bei Roth können als Rezeption einer Pop-Ästhetik verstanden werden. Der dem Informell nahestehende Peter Brüning wiederum verdichtete in seinen Grafiken technische Symbole und Stadtansichten zu Verkehrslandschaften; er nahm damit Überlegungen zu den Auswirkungen der modernen Technik auf die städtische Kultur auf, die auch die ersten englischen Pop Art-Künstler beschäftigte.

Andere Grafiken spiegeln thematisch den gesellschaftlichen und politischen Wandel – sprichwörtlich zwischen Marx und Coca-Cola – in der Bundesrepublik der späten 1960er Jahre wider. Die ‚Sexuelle Revolution‘ schlug sich in einer Zunahme von erotischen Darstellungen nieder. Die mit den drei Auschwitz-Prozessen von 1963 bis 1968 offen zu Tage tretenden deutschen Verbrechen an der Menschheit während des Nationalsozialismus, die besonders die Jugend und Studenten gegen ihre Eltern aufbrachten, aber auch die 1968 von der Großen Koalition verabschiedeten Notstandsgesetze und der Vietnamkrieg trugen wiederum zu einer deutlichen Politisierung vieler Künstler bei. Gestaltungstechniken der Pop Art, aber auch Foto- und Textmontagen in der Tradition John Heartfields wurden in den 1960er Jahren zunehmend im Sinne des ‚Agitprop‘ in der Hoffnung auf eine größere gesellschaftskritische Relevanz eingesetzt. In den Arbeiten von Thomas Bayle stehen hinter einer rein äußerlichen Nähe zur seriellen Wiederholung in der Pop Art Überlegungen zum Verhältnis von Individuum und Gesellschaft, die sich eher auf soziologische Untersuchungen stützen und ikonografisch der Konsumkultur öffnen. Der österreichische Aktionist Otto Muehl verübte einen kalkulierten, befreienden Tabubruch mit den holzschnittartigen und kindlich-unbeholfen anmutenden Darstellungen politischer Führer. KP Brehmer wiederum gehörte wie Wolf Vostell der zweiten, vom Galeristen René Block „bewusst gegen die amerikanische Pop Art aufgestellten“ (R. Block) und antibürgerlichen Phase des Kapitalistischen Realismus in Berlin an. Politisch engagiert, griff er in seinen frühen Trivialgrafiken Klischees der Medienwelt mit gesellschaftlicher Relevanz auf oder kommentierte in seiner Reihe von nachgeahmten Briefmarken die politische Symbolkraft staatlicher Hoheitszeichen. Und der Konzeptkünstler Jochen Gerz thematisierte in seiner zur visuellen Poesie neigenden Grafik die hinter dem Begriff ‚Revolution‘ stehende Militanz in Form von Patronenhülsen. Wolf Vostell, Fluxuskünstler und Pionier der Videokunst, ist in der Ausstellung sowohl mit Grafiken zu seinen Happenings als auch mit explizit politischen Arbeiten vertreten. Klaus Staeck schließlich engagierte sich ebenfalls mit den drei gezeigten Montagen für ein stärkeres politisches Bewusstsein mit Blick auf die von vielen als

imperialistisch empfundene Politik der USA. Besonders der Vietnamkrieg und die damit einhergehende Bilderflut wurden in Verbindung mit einer antikapitalistischen und bisweilen antiamerikanischen Haltung wichtige Referenzen für viele Künstler dieser Zeit, die mit ihren Arbeiten einen mediale Gegenkultur zur häufig amerikafreundlichen offiziellen Berichterstattung bildeten.

### Pop Art und Druckgrafik

Ob stärker an Themen der Medien- und Konsumkultur oder an gesellschaftlichen und politischen Problemen interessiert, es eint die hier gezeigten Künstler aus den USA, England und Deutschland ein neuer Umgang mit der Druckgrafik und dem reproduzierten Bild. Die Zeit der Pop Art war eine Ära der Wiederentdeckung von Drucktechniken und eine Zeit druckgrafischer Experimente (siehe den Aufsatz von K. Skrobaneck in diesem Katalog). Denn der neue Blick der Pop-Künstler auf ihre Alltags- und Warenwelt erforderte angemessene künstlerische Produktionsmöglichkeiten, die sie in traditionellen und industriellen druckgrafischen Techniken fanden. Ein Charakteristikum der Pop Art war die Erhebung dieser Verfahren zum prägenden Gestaltungselement, zu ihrem Markenzeichen, indem die maschinelle Verarbeitung reproduzierter Bilder mit eige-



Wolf Vostell, *Rudi und Gretchen Dutschke*, 1969

nen künstlerischen Interventionen kombiniert wurde. Viele der hier gezeigten Künstler wie Andy Warhol, Ed Ruscha, Richard Hamilton, Peter Blake oder Peter Phillips waren gelernte Gebrauchsgrafiker, andere wie Wolf Vostell oder KP Brehmer hatten in jungen Jahren eine Ausbildung im reproduktionsgrafischen Bereich erhalten. Sie verfügten über eine höhere Affinität zu Drucktechniken und benutzten die bis dahin in der Industrie oder der angewandten Kunst verwendeten Verfahren wie den Sieb- oder Offsetdruck für ihre eigene künstlerische Arbeit. Auch ältere Techniken wie der aufwendige Lichtdruck oder die Lithografie erhielten eine neue Aufmerksamkeit unter den Künstlern. Die hohe Qualität der Blätter war auch der engen Zusammenarbeit von Künstlern mit hochspezialisierten Druckwerkstätten geschuldet. Jasper Johns, Robert Rauschenberg, Jim Dine, Larry Rivers und James Rosenquist zum Beispiel arbeiteten unter anderem mit Universal Limited Art Editions in New York zusammen, Claes Oldenburg mit dem Pratt Graphics Center in New York, Eduardo Paolozzi, Richard Hamilton und andere britische Künstler mit dem Kelpra Studio in London, Hamilton auch mit der Edition Domberger in Stuttgart, Roy Lichtenstein mit Gemini G.E.L., Gerhard Richter zuerst mit der HofhausPresse in Stuttgart und dann gemeinsam

mit Sigmar Polke auch mit der Edition h in Hannover. Ed Ruscha hingegen übernahm Druck und Vertrieb seiner fotografischen Künstlerbücher in Los Angeles anfangs selbst, bevor er sich mit dem Tamarind Lithography Workshop zusammentat.

Pop Art-Grafiken trugen maßgeblich zur größeren Kenntnis der amerikanischen und englischen Kunst in Deutschland bei und waren zudem als Originalgrafik auch ein begehrtes Sammelobjekt zu relativ erschwinglichen Preisen. Als wichtige Grafikedition mit Künstlern aus den USA und England sind zum Beispiel die drei Bände der *11 Pop Artists – The New Image* von 1966 zu nennen, aus denen hier *Jackie II* von Andy Warhol, *Sweet Dreams Baby!* von Roy Lichtenstein, *Nude* von Tom Wesselmann oder auch *Custom Print I* von Peter Phillips gezeigt werden. Finanziert durch Philipp Morris tourte sie als Wanderausstellung durch amerikanische und europäische Galerien. Editionen dienten aber auch dazu, größere Aufmerksamkeit auf das Medium der Druckgrafik zu lenken. Richard Hamilton etwa regte 1964 in London das *Institute of Contemporary Arts Portfolio* mit Druckgrafiken von 24 Künstlern an, das die hohe künstlerische Qualität der bei Kelpra in London gedruckten Grafiken in England publik machte. Zu dieser Mappe gehören die



Andy Warhol, *Jacqueline Kennedy II (Jackie II)*, 1966

hier gezeigten Arbeiten von Richard Smith (*PM Zoom*) und Peter Blake (*Beach Boys*). In Deutschland ist zum Beispiel die von René Block herausgegebene *Grafikmappe des Kapitalistischen Realismus* von 1967 zu erwähnen, die Grafiken von Gerhard Richter, Konrad Lueg, Sigmar Polke, K.H. Hödicke, KP Brehmer und Wolf Vostell vereint.

Parallel zur Öffnung des Werkbegriffs hin zum Prozesshaften und zur Integration von Rezeptionsabläufen wurde in den 1960er Jahren auch die Distribution als Teil der künstlerischen Praxis verstanden. So war die Produktion von Grafik-Editionen mit hohen und insgesamt preisgünstigen Auflagen, nicht nur von Pop Art-Grafiken, auch von der Hoffnung auf größere Zugänglichkeit und Teilhabe begleitet. Gerade der Offsetdruck eignete sich dafür besonders gut. Während in England 1967 beispielsweise 10.000 Poster von Peter Blakes *Babe Rainbow* zum Preis von einem Pfund mit dem Wunsch vertrieben wurden, Kunst, Mode und ein positives Lebensgefühl den Menschen zu vermitteln, fand der Offset bei einigen deutschen Künstlern wie KP Brehmer oder Klaus Staeck aus politischen Gründen im Sinne einer Demokratisierung der Kunst Verwendung

– ein Gedanke, den Walter Benjamin bereits 1936 in seiner Untersuchung über das *Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* formuliert hatte. Eine auflagenstarke Grafik versprach eine unvermittelte Rezeption der Kunst und wurde als ein Mittel zur Bewusstseinsänderung angesehen. Klaus Staeck etwa gründete bereits 1965 mit der Edition Tangente einen eigenen Produzentenverlag und spezialisierte sich auf Massenaufgaben und -vertrieb von Kunst auf Postkarten und Postern. Unter den in der Ausstellung gezeigten Grafiken hat Staeck zum Beispiel die *Siegessäule* von Dieter Roth, *Mylai* von Wolf Vostell oder auch *ABC des Lesens* von Jochen Gerz produziert. Für den Vertrieb spielten in Deutschland Jahresgaben von Kunstvereinen, Grafikeditionen von Galerien und auch Zeitschriftenbeilagen eine wichtige Rolle. 1968 wurde auf der *4. documenta* zum Beispiel eine eigene Edition angeboten, zu der etwa das *Autobahn-Denkmal* von Peter Brüning und das *Nose Handkerchief* von Claes Oldenburg gehören. Auch Galerien legten sich Grafik-Vertriebe zu, wie die für Pop Art wichtigste New Yorker Galerie Leo Castelli, die unter anderem Roy Lichtensteins *Crying Girl*, *CRACK!* und *Temple* herausgab. Sogar Kaufhäuser boten Blätter zeitgenössischer deutscher Künstler an, wie der Kaufhof 1966 *Flugzeug I* von Gerhard Richter aus der Edition Rottloff. Dementsprechend wurde die Auflagenhöhe angepasst, in München etwa legte die Galerie Leonhart eine Arbeit von Richard Hamilton in 5000 Exemplaren auf. Die hier gezeigten Drucke *Coke* und *Del Monte* von Mel Ramos wurden in einer Auflage von 2500 Stück publiziert, KP Brehmers *Trivialgrafik* in einer Auflage von 1200 Blättern. Der Erfolg von Grafik war so groß, dass mit der *Ars Multiplicata* 1968 den konventionellen Druckgrafiken ebenso wie den Editionen und Auflagenobjekten in Köln eine eigene Ausstellung gewidmet wurde. Die meisten Auflagen im Bereich der amerikanischen und englischen Pop Art blieben freilich weit unter den hier genannten Zahlen, in einer dem höheren Segment des internationalen Kunstmarkts für Druckgrafiken angemessenen Niveau mit entsprechenden Preisen.

#### Ausklang

Der Erfolg der Pop Art in Amerika – maßgeblich durch Galeristen wie etwa Leo Castelli, Ivan Karp oder Sidney Janis und Sammler wie Philip Johnson, Robert und Ethel Scull oder Leon Kraushar gefördert und entsprechend eng mit dem Kunstmarkt verbunden – hielt nur ein paar Jahre an. Ab etwa Mitte der 1960er Jahre ließ das Interesse auf dem amerikanischen Kunstmarkt nach, als in Europa die erste Begeisterungswelle für Pop Art einsetzte. Deren sichtbarstes Zeichen war 1964 die Verleihung des Goldenen Löwen an Robert Rauschenberg auf der Biennale von Venedig. In Europa war der Erfolg der Pop Art ebenfalls eng mit der Aktivität von Kunsthändlern und Sammlern verbunden, etwa von Galeristen wie Ileana Sonnabend in Paris, anfangs Franz Dahlem und Heiner Friedrich in München, Rudolf Zwirner in Köln und Alfred Schmela in Düsseldorf, und Sammlern wie den Großindustriellen Karl Ströher und Peter Ludwig, aber auch des Düsseldorfer Rechtsanwalts Heinz Beck. Beck hatte ab etwa 1965 die wichtigste Pop Art-Grafiksammlung in Deutschland zusammengetragen, die den großen Erfolg der Pop Art in der Bundesrepublik widerspiegelt. Die sukzessive öffentliche Präsentation der Sammlungen Ströher, Ludwig und Beck ab 1968 etablierte die Pop Art als Publikumsliebling in Westdeutschland.

Der mit den 1960er Jahren und der Pop Art verbundene Optimismus wich jedoch Anfang der 1970er Jahre einer globalen wirtschaftlichen, kulturellen und ökologischen Krise, der auch eine Krise des Kunstmarkts folgte. Kapitalismus- und Konsumkritik sowie der Vietnamkrieg trugen zuerst in Amerika und dann in Europa zu einer Abwendung von der Pop Art bei. Vielen Pop-Künstlern wurde vorgeworfen, zu affirmativ mit dem American Way of Life umzugehen und zu wenig gesellschaftskritisch zu argumentieren. Ab etwa 1972, als der Club of Rome die ‚Grenzen des Wachstums‘ verkündete, kühlte die Begeisterung für die Pop Art und die Popkultur auch in Deutschland ab. Hinzu kommt, dass sich ebenfalls das Bezugssystem der Pop Art mit dem in den frühen 1970er Jahren zu Ende gehenden ‚Kapitalismus der industriellen Massenproduktion‘ (S. Neckel) grundlegend änderte. Künstler aus den Bereichen der Medien- und Konzeptkunst oder der Minimal und Land Art setzten sich im öffentlichen Bewusstsein zunehmend durch, hatten sie doch zeitweilig ein schärferes und wirkungsvolleres Instrumentarium mit Blick auf die offen zu Tage tretenden medialen Veränderungen, gesellschaftlichen Probleme und künstlerischen Fragen entwickelt. Deutlich war der Paradigmenwechsel von der Pop Art zu konzeptuellen Kunstformen 1972 auf der *documenta 5* von Harald Szeemann zu erkennen, die nun unter dem Zeichen der ‚individuellen Mythologien‘, der Performance, der Prozess- und Konzeptkunst und auch des Fotorealismus stand. Pop Art wurde historisch, bisweilen verkitscht, und fand erst in den 1980er Jahren unter anderen Vorzeichen zu einem erneuten Aufleben.

50 Jahre nach dem Durchbruch der Pop Art in New York 1962 und knapp 30 Jahre nach der ersten Pop Art-Ausstellung in Leipzig – 1984 wurden Werke der Sammlung Ludwig in der Galerie der Hochschule für Grafik und Buchkunst präsentiert – will die Ausstellung *Leben mit Pop!* die hier skizzierten Entwicklungen darstellen und dabei besonders den Blick auf die Bedeutung der Druckgrafik für die Kunst der 1960er Jahre lenken. „Die Pop Art hat vieles verändert – die Art der Menschen, Bilder zu betrachten“, schrieb Peter Blake 1967. Damit eng verknüpft sind die von Pop-Künstlern aufgeworfenen Fragen zu Reproduktion und Urheberschaft, die sich gerade in Zeiten des digitalen *copy and paste* neu stellen. Der Wandel eines kollektiven Bildgedächtnisses unter dem Vorzeichen einer kapitalistischen Massenkultur und die Reproduzierbarkeit von Bildern wurden von Pop-Künstlern zu Kernthemen ihrer Kunst erhoben, die gerade in der Druckgrafik deutlich zu Tage treten. Pop Art gehört damit zur Vorgeschichte eines postmodernen Diskurses, der Fragen von Originalität und Meistererzählung der Moderne in den Mittelpunkt stellt.

„Etwa in der Mitte der fünfziger Jahre wurden sich die Künstler bewusst, dass die visuelle Erscheinung der Welt durch die Massenmedien so dramatisch verändert worden war, dass sie wieder des Anschauens für würdig erachtet wurde.“<sup>1</sup>

[Richard Hamilton]

## Das Medium ist die Botschaft

Die Verbindung von Kunst und Leben in der Druckgrafik der 1960er und 1970er Jahre

KERSTIN SKROBANEK

In den 1960er und 1970er Jahren kam es zu einer „Renaissance der Druckgrafik“.<sup>2</sup> Klassische Techniken wie die Lithografie wurden von Künstlern wieder stärker zur Umsetzung ihrer Ideen herangezogen. Dies lag einerseits daran, dass es aufstrebende Druckateliers gab, die den jungen Künstlern alte Techniken wie die Lithografie wieder näher brachten. Andererseits entdeckten während dieser beiden Dekaden viele den Siebdruck, der bisher nur für indus-



Robert Rauschenberg schneidet Mylar-Folie für das *Stoned Moon*-Projekt, 1969. Fotograf: Douglas M. Parker

trielle Zwecke verwendet wurde, als neues künstlerisches Medium. Diese Technik erlaubte es ihnen, Alltagseindrücke ganz unmittelbar in ihre künstlerische Sprache zu integrieren. Motive aus Zeitungen und Zeitschriften oder sogar ganze Collagen aus Zeitungsmotiven, wie bei Hamilton oder Vostell, wurden auf ein Sieb belichtet und dann gedruckt.

Diese Renaissance ging nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst von Frankreich aus, wo Künstler wie Pablo Picasso in Lithografie-Werkstätten wie beispielsweise Mourlot in Paris arbeiteten. June Wayne beobachtete Ende der 1950er Jahre in den USA, dass sich die damals jungen Künstler kaum noch für die klassischen druckgrafischen Verfahren interessierten und es umgekehrt auch kaum noch Werkstätten gab, um damit vertraut zu werden. So gründete sie 1959 den Tamarind Lithography Workshop in Los Angeles, der wesentlich von den traditionellen Pariser Werkstätten inspiriert war. Sie sorgte für die Ausbildung von Nachwuchslithografen und führte Künstler an die Arbeit auf dem Lithografiestein heran. Bei Tamarind wurden ferner Aluminiumplatten entwickelt, die eine ähnliche Oberfläche wie Lithografiesteine hatten und in Kombination mit diesen verwendet werden konnten. Diese Platten stellen einen

großen Modernisierungsschritt hin zum Offsetdruck beziehungsweise zur Offsetlithografie dar.<sup>3</sup>

Die Künstler profitierten von den mittlerweile ausgereiften Verfahren des Sieb- und Offsetdrucks. Der Siebdruck, der seine Anfänge im 7. Jahrhundert n. Chr. in China nimmt und damit zu den ältesten Druckverfahren der Welt gehört, wurde Ende des 19. Jahrhunderts für gewerbliche und industrielle Zwecke stark verfeinert. Ziel war es, Materialien



David Hockney zeichnet auf einem Lithografiestein für seine *Wetter*-Serie, 1973. Fotograf: Daniel B. Freeman

wie Metall, Glas oder Holz direkt bedrucken zu können, um schlecht haftende Klebeetiketten zu vermeiden. 1907 ließ sich der Engländer Samuel Simon den Siebdruck, wie wir ihn heute kennen, patentieren. Simon war der erste, der seine Holzrahmen mit Beutelseide bespannte und so besonders feine, qualitativ hochwertige Drucke herstellen konnte. Während Simon die Farbe noch mit einer Bürste durch das Sieb drückte, verwendete man zu diesem Zweck später eine Filzrolle – die letzte bedeutende Innovation im Bereich des Siebdrucks, die keiner bestimmten Person zugeschrieben werden kann. Später wurde die Filzrolle dann durch die Gummirakel ersetzt.<sup>4</sup>

Für die Entwicklung des Siebdrucks war die Erfindung des Mehrfarbendrucks im Jahr 1914 entscheidend, erfunden vom Amerikaner John Pilsworth. Von nun an konnte man Zeichen, Muster und Embleme auf Stoff, Metall oder Holz übertragen. Der Siebdruck entwickelte sich seither zum günstigsten Verfahren, um beispielsweise auch Reklametafeln in hohen Stückzahlen zu produzieren. Weitere bedeutende Patente zur Verbesserung des Siebdrucks wurden in den USA angemeldet, so dass es nicht verwunderlich ist, dass dort diese Technik bereits in den 1950er Jahren Eingang in die Kunstproduktion fand.

Von Amerika aus wurde sie dann in Europa als führendes Medium für Kunstproduktion und Reproduktion beworben.<sup>5</sup> Bereits 1925 entwickelte man die erste vollautomatische Siebdruckmaschine für industrielle Zwecke. Im gleichen Jahr produzierte die Firma Marabu in Württemberg die erste Spezialfarbe für Siebdrucke.<sup>6</sup> Freiheit in der Auswahl der Druckvorlagen ergab sich durch die Erfindung der Fotoschablone im Jahr 1950.<sup>7</sup> So konnte jede beliebige Vorlage, wie die bereits erwähnte Collage oder der Zeitungsausschnitt auf das Drucksieb belichtet werden.

Bei der Ausgestaltung der Motive orientierten sich viele Künstler an der Präzision der Fotografie. Nicht nur im Bereich der Pop Art fällt auf, wie experimentierfreudig die Künstler im Umgang mit den druckgrafischen Verfahren waren, die sie untereinander und mit anderen Medien wie der Fotografie oder Techniken wie die Collage kombinierten.

Eng mit der Frage der Verwendung von druckgrafischen Techniken verknüpft waren auch Überlegungen zur Überwindung der Trennung von Kunst und Leben. Wie stark Künstler versuchten, beides einander anzunähern, zeigen nicht nur die Nutzung der ursprünglich kommerziellen Drucktechniken des Sieb- und Offsetdrucks, sondern auch die Bildträger, auf die man druckte. An die Stelle des Papiers rückten oft industrielle Materialien wie Kunststofffolien oder Emailschilder. Bridget Riley druckte mit Vorliebe auf Plastik, weil man die Bilder dann nicht hinter Glas rahmen musste, sondern sie direkt auf die Wand hängen konnte.<sup>8</sup> Richard Hamilton nutzte für seine farbigen Hintergründe eine Folie namens Letraset, die in der Industrie für Klebebuchstaben eingesetzt wurde.<sup>9</sup> Durch aufkommende Techniken wie die Offsetlithografie konnte die Auflage einer Grafik von 75 oder 100, auf 250, 500 oder sogar 1000 Exemplare erhöht werden. Der Qualitätsverlust, der sich bei den klassischen Tiefdruckverfahren wie Radierung, Kupferstich oder Kaltnadel, von Druck zu Druck durch Abnutzung der Druckplatte verfolgen lässt, war bei den fotomechanischen Verfahren kaum noch von Bedeutung. Hohe Auflagen garantierten niedrigere Preise. Künstler wie Joseph Beuys oder Verleger wie René Block, Wolfgang Feelisch und Klaus Staack hatten sich zum Ziel gesetzt, Kunst für jeden erschwinglich zu machen.<sup>10</sup> Das führte dazu, dass zum Beispiel Joseph Beuys für die Produktion seiner Auflagenobjekte – besonders bekannt sind die Filzpostkarte oder die Intuitionskiste – die Beschränkung der Auflagenhöhe gänzlich aufhob und manche Objekte bis zu zehntausend Mal produzierte. Während einige der Pop-Künstler massenhaft vervielfältigte Bilder aus der Alltagswelt zu Preziosen machten – zu denken wäre in diesem Zusammenhang an die mit Diamantstaub bestreuten

Siebdruckgemälde Warhols – sollte zum Beispiel für die Künstler der Fluxusbewegung (Ben Vautier, Wolf Vostell) Kunst nichts Exklusives mehr sein, sondern ein selbstverständlicher Bestandteil des Lebens.

Aber nicht nur die Verwendung der zunächst industriell eingesetzten Technik stellt die Verbindung zwischen Kunst und Alltagsleben dar. Auffällig ist auch die Wahl der Motive: Fernseher, Flugzeuge, Schnellrestaurants, luxuriöse Bungalows, attraktive Frauen, Autos, Musik- und Filmstars, Comicfiguren, Tapetenmuster und Tankstellen sind Gegenstand der künstlerischen Auseinandersetzung geworden. In der Grafik spiegeln sich sowohl die Erfahrung von steigendem Wohlstand und Konsum als auch die Erinnerung an Kriegsgräuel unterschiedlichster Art. Glamour und Zerstörung existieren nebeneinander. In England entwickelte sich das Interesse an Motiven aus dem Fernsehen und den Printmedien bereits 1952, als sich Richard Hamilton, Eduardo Paolozzi und der Kritiker Lawrence Alloway mit einigen anderen Künstlern zur Independent Group zusammenschlossen. Von ihren Reisen in die USA brachten sie Illustrierte mit, die die schillernde Warenwelt des amerikanischen Wirtschaftsbooms und die gehobenen Lebensverhältnisse eines Teils der amerikanischen Gesellschaft spiegelten. „Die amerikanische Konsumwelt konnte aufgrund der gleichen Sprache und der kulturellen Verbundenheit gerade England zuerst erobern und nach den Jahren der Entbehrung wollte man nun dort auch an ihr teilhaben.“<sup>11</sup> Doch die Hochglanzmagazine wirkten auf die englischen Künstler beinahe zynisch, waren in ihrem Land doch gerade harte Sparmaßnahmen ausgerufen worden und die Politik eher auf die Stärkung des Exporthandels als auf den Konsum innerhalb des Landes konzentriert.<sup>12</sup>

Bereits in seiner bekannten Collage *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* aus dem Jahr 1956 kritisierte Hamilton die immer stärkere Fokussierung auf Konsum und Lifestyle. Sie wurde zur Ikone der britischen Pop Art. Auf dem überdimensionierten Lolly in den Händen des muskulösen Mannes ist das Wort ‚Pop‘ zu lesen. Es ist eine der ersten Erwähnungen dieses Begriffs in der bildenden Kunst. Hamilton entnimmt die Personen, Möbel, Haushaltsgegenstände und Plakate direkt aus den damaligen Zeitschriften und Zeitungen und setzt sie zu einem neuen Bildgefüge zusammen. In einem ersten Druckvorgang werden die bunten Hintergrundfarben aufgedruckt, in einem zweiten Durchgang dann die auf das Sieb belichtete Zeitungscollage. Die Unmittelbarkeit der Übertragung von Motiven aus aktuellen Zeitungen in die Kunstproduktion war für die Künstler besonders reizvoll. So wurde das gegenwärtige Geschehen direkt in die Kunst überführt, der Alltag hinterließ einen authentischen Abdruck.

Charakteristisch für das Werk Hamiltons ist die hier gezeigte Arbeit *Interior* von 1964/1965. Das kompliziert verschachtelte Bildgefüge und der Fernseher in der Mitte der Darstellung verweisen auf Hamiltons anfangs zitierte Ansicht, dass die Massenmedien, allen voran das Fernsehen, die visuelle Erscheinung der Welt verändert haben. Hamilton montiert in seiner gedruckten Collage drei Realitätsebenen – die fiktive des Films<sup>13</sup>, die historische des Fotos und die zeitgenössische Reklame – zu einem neuen Blick auf die exklusiven Ansprüche der Menschen Mitte der 1960er Jahre und übt so Konsumkritik.

Die Hinwendung der Künstler zum Siebdruck fand in London besonders intensiv statt, da sich dort Chris

Prater mit seinem Kelpra Studio niedergelassen hatte.<sup>14</sup> Was mit einer einfachen Druckerwerkstatt für kommerzielle Aufträge begann, wurde immer mehr zu einem Druckatelier für Künstler. Nachdem Prater 1964 für das Institute of Contemporary Arts ein Portfolio mit 24 künstlerischen Arbeiten gedruckt hatte, konnte er mit kommerziellen Aufträgen aufhören und sich ganz den Künstlern widmen.<sup>15</sup> Kelpra wurde neben Gemini G.E.L. in Los Angeles, ULAE in New York und Domberger in Stuttgart, um nur einige Beispiele zu nennen, eine der bedeutendsten Druckwerkstätten für Künstler. Da die technischen Verfahren und die Mischformen der Druckarten inzwischen sehr komplex geworden waren, brauchte man erfahrene Drucker, die künstlerische Ideen auch angemessen ausführen konnten.

Während für Hamilton die Druckgrafik vor allem ein adäquates Mittel zur Umsetzung seiner inhaltlichen Ziele war, interessierte sich der Amerikaner Roy Lichtenstein, der die Pop Art mit seinen Comicbildern wesentlich geprägt hat, hauptsächlich für die vielfältigen Möglichkeiten der unterschiedlichen druckgrafischen Techniken. Lichtenstein arbeitete bereits zwischen 1948 und 1959 im Bereich Druckgrafik und wandte sich zunächst unterschiedlichen säurebasierten Tiefdruckverfahren wie der Radierung oder Aquatinta zu.



Jasper Johns bemalt eine Lithografieplatte für *Periscope I*, 1979

Weitere für ihn interessante Techniken waren die Lithografie, der Holzschnitt und gelegentlich auch der Siebdruck. Bis zur Mitte der 1960er Jahre, als die ‚Renaissance der Druckgrafik‘ zu ihrem Höhepunkt gelangte, hatte Lichtenstein mehr als 30 Druckgrafiken geschaffen.

Nach dem grafischen Frühwerk begann Lichtensteins Arbeit in Serien und die Hinwendung zum Comicstrip als motivische Vorlage.<sup>16</sup> Da Comicstrips in den 1960er Jahren äußerst beliebt waren und ein großes Publikum ansprachen, nahmen die Zeitungen dieses Unterhaltungsmedium in ihre täglichen Ausgaben auf. Mit Ausnahme der *New York Times* druckte jede amerikanische Tageszeitung Comicstrips ab. So waren sie als Motivschatz für Künstler ständig aktuell und greifbar.<sup>17</sup>

Die formale Erscheinung der Grafiken Lichtensteins änderte sich je nach Drucktechnik oder Kombination mehrerer Verfahren. Wobei die druckgrafischen Techniken starke Auswirkungen auf die gesamte Entwicklung seines künstlerischen Stils hatten. Zum Beispiel rührt das unregelmäßige Punktmuster der Haut seiner Figuren in dem Gemälde *Popeye* (1961) von einer Farbrolle, die normalerweise

zum Einfärben von Holzstöcken eingesetzt wurde und die Lichtenstein kurzer Hand auch über die Leinwand rollte, so dass nur die leicht erhöhten Fasern der Leinwand eingefärbt wurden. Auch die Art und Weise wie Lichtenstein später seine berühmten Benday-Dots mit Hilfe einer Schablone auf die Leinwände auftrug, ähnelt stark dem Verfahren des Siebdrucks.<sup>18</sup>

Diese Mischung aus Faszination für die grafischen Verfahren und gestalterischem Gewinn veranlassten Lichtenstein, einmal im Jahr zu Gemini G.E.L. nach Los Angeles zu fahren und an einer Grafikmappe zu arbeiten.<sup>19</sup> Und es blieb nicht nur bei den Grafiken. Der New Yorker Galerist Leo Castelli war der erste, der Lichtensteins Poster – einfache Offsetdrucke – verlegte. Diese Poster stießen beim Publikum auf großes Interesse. Lichtenstein entwarf im Folgenden auch Postermotive für Gesellschaften und Vereinigungen, die nicht direkt mit dem Kunstmarkt zu tun hatten, wie zum Beispiel die *National Cartoonists Society* (1965). Das *Paris Review Poster* (1966) entwickelte er, um das Fundraising der Zeitschrift zu unterstützen. Für Lichtenstein sind diese Poster Teil seines Œuvres und kein minderwertiges Beiprodukt.<sup>20</sup> Er hatte keine Berührungängste mit Alltagsprodukten und entwarf auch Tapeten, Geschenkpapier und Pappteller.<sup>21</sup> Lichtenstein



Roy Lichtenstein zeichnet auf einer Aluminium-Lithografieplatte ein Motiv aus seiner Surrealisten-Serie, 1978. Fotograf: William Crutchfield

machte keinen Unterschied zwischen dem Entwurf für eine grafische Edition und den für eine Tapete. An dieser Stelle berühren sich Kunst und Leben, high und low fallen zusammen. Viele Auflagenobjekte, die Lichtenstein herstellte, entstanden für wohltätige Zwecke und viele seiner grafischen Einzelblätter unterstützten soziale oder politische Projekte, die ihm wichtig waren, zu denen auch Fundraising für Museen gehörte.<sup>22</sup>

Neben Roy Lichtenstein denkt man in Bezug auf amerikanische Siebdrucke der 1960er Jahre natürlich an Andy Warhol, der sogar seine Gemälde in Siebdrucktechnik ausführte. Während er die Druckgrafiken von kommerziellen Druckern herstellen ließ, nur einen Entwurf sandte und die Werkstatt selbst nicht betrat, bedruckte er seine Leinwände eigenhändig, nachdem er sie vorher mit einem Pinsel farbig grundiert hatte. Anders als Lichtenstein interessierte sich Warhol nicht für die Vielfalt der drucktechnischen Verfahren. Druckgrafiken produzierte er für die Leute, die sich seine Gemälde nicht leisten konnten. Es war für ihn ein zusätzlicher Verdienst und nicht so sehr das Ideal, Kunst für jeden zugänglich zu machen. Warhol konnte die

komplette druckgrafische Produktion an eine Profiwerkstatt abgeben und so Arbeitszeit und -kraft einsparen. Während Lichtenstein Erkenntnisse aus seiner grafischen Arbeit in die Gemälde einfließen ließ und eigene Motive für seine Druckgrafiken entwarf, reproduzierte Warhol nur Motive, die es schon als Gemälde gab. Am Siebdruckverfahren schätzte er, dass es sich stark an die maschinelle Herstellung von Alltagsprodukten anlehnte. So konnte er ein vorgefundenes Motiv wie zum Beispiel einen Zeitungsausschnitt durch kommerzielle Vervielfältigungstechniken bestmöglich verwerten,<sup>23</sup> das heißt den größtmöglichen Gewinn aus einem bereits existierenden Motiv ziehen.

Sigmar Polke und Gerhard Richter kamen beide aus der DDR und lernten sich an der Düsseldorfer Kunstakademie in der Malereiklasse von K.O. Götz kennen. Anfangs war die abstrakt gestische Malerei von K.O. Götz für beide eine Befreiung, schnell entwickelten sie jedoch das Bedürfnis, aus der Abstraktion und der emotional aufgeladenen Geste auszubrechen. Aus Protest wandten sie sich mechanischen Reproduktionsverfahren zu und bedienten sich ebenfalls aus dem Motivschatz der zeitgenössischen Printmedien. Sie experimentierten mit Offsetlithografie, die seit dem frühen 20. Jahrhundert für kommerzielle Zwecke verwendet wurde. Wie erwähnt, hat sich der Offsetdruck aus dem lithografi-



Andy Warhol bei der Herstellung eines Siebdrucks in seinem Atelier in New York, um 1965

schon Verfahren entwickelt. Der Lithografiestein wird durch eine biegsame Metallplatte ersetzt. Das gerasterte Motiv kann fotomechanisch auf die Druckplatte übertragen werden. Die biegsamen Metallplatten können im Gegensatz zu den Lithografiesteinen in die Rotationspresse eingespannt werden. So wird der Druckvorgang extrem beschleunigt und es kann in kürzerer Zeit eine wesentlich höhere Auflage produziert werden.<sup>24</sup>

Da sowohl Richter als auch Polke mit Fotografien und Motiven aus Zeitungen und Zeitschriften arbeiteten, eignete sich diese Drucktechnik optimal für ihre Zwecke. Interessant ist, dass Richter seine Bildvorlagen bereits vor der Übertragung auf die Druckplatte veränderte. Er fotografierte die ausgewählten Zeitungsbilder so, dass sie durch die Verschiebung des Fokus unscharf wurden. Richter macht sich hier zwei Verfahren zunutze, die Fotografie und den Offsetdruck, die aufgrund der direkten Übertragung eines Motivs auf einen Bildträger geschätzt werden. Die Fotografie gilt geradezu als Abdruck der Realität, auf die Offsetplatte kann jedes Motiv eins zu eins fotomechanisch übertragen werden. Indem Richter diese beiden Verfahren in gewisser Weise karikiert, äußert er seine Kritik an der

Berichterstattung der Medien, die ein bestimmtes Bild der Realität kreieren.<sup>25</sup> Auch Polke bearbeitete seine Fotografien, bevor er sie auf die Druckplatte übertrug. Das von ihm gemachte Foto für die Arbeit *Kölner Bettler* wurde während des Entwicklungsprozesses derart manipuliert, dass die Motive der gesamten Bettler-Serie schwer erkennbar sind. Sie tauchen wie Geistesblitze oder kurze Erinnerungen auf und spiegeln die Drogenexperimente wider, die Polke zu dieser Zeit machte.<sup>26</sup> Während sich Richter bisweilen auf Personen des öffentlichen Interesses konzentriert (die Königin von England, Mao Tsedong) zeigt uns Polke die von der Gesellschaft kaum Beachteten und führt uns vor, wie kurz deren Schicksal in unserer Wahrnehmung auftaucht.

Die *Bettler*-Serie von Sigmar Polke wurde von dem Heidelberger Künstler und Verleger Klaus Staeck herausgegeben, der auch mit seinen eigenen Arbeiten gesellschaftliche Missstände thematisiert. Er hat wie kaum ein anderer Verleger versucht, gute Kunst für jedermann erschwinglich zu machen. Studenten und Kunstinteressierte mit kleinem Ankaufsbudget sollten ermutigt werden, Originale zu kaufen und Künstlern eine Chance zu geben, die noch weitgehend unbekannt waren. Aus den studentischen Club-Galerien heraus gründete Staeck 1965 die Edition



Ellsworth Kelly (Mitte) und Ron McPherson sehen Kenneth Tyler beim Einfärben einer Lithografieplatte zu, 1970

Tangente, die 1973 in Edition Staeck umbenannt wurde. Da die Produktion von Druckgrafiken nicht immer ganz preisgünstig zu bewerkstelligen war, begann Staeck zu Beginn der 1970er Jahre, künstlerische Ideen als Plakate umzusetzen. Mit seinen Arbeiten geißelte er vor allem die konservativen Parteien, das Gefälle zwischen Arm und Reich und das Verbleiben ehemaliger Nazis in hohen politischen und akademischen Ämtern.<sup>27</sup> Der große Erfolg, den Staeck mit seinen politischen Plakaten erzielte, hing mit der Gründung unterschiedlicher Bürgerinitiativen Anfang der 1970er Jahre zusammen, die buchstäblich nach einem Bild für ihr politisches Anliegen suchten.

Die Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen Verhältnissen und Entwicklungen in der Druckgrafik der 1960er und 1970er Jahre fand sowohl auf motivischer als auch auf technischer Ebene statt, wobei eine enge Verzahnung von künstlerischer Produktion und Alltagswelt entstanden ist. Der unmittelbare Einsatz von Motiven aus den Printmedien und die kreative Auseinandersetzung mit industriellen Drucktechniken haben es ermöglicht, gesellschaftliche Entwicklungen ganz unmittelbar kommentieren zu können.

1 Zitiert nach *Druckgrafik. Wandlungen eines Mediums seit 1945*, Ausst.-Kat., Berlin, Kupferstichkabinett, Staatliche Museen Preussischer Kulturbesitz 1981, bearb. von Alexander Dückers, Berlin 1981, S. XVII.

2 Der Begriff der ‚Renaissance‘ findet sich bei Mary Lee Corlett, *The Prints of Roy Lichtenstein. A Catalogue Raisonné 1948–1997*, Washington, National Gallery of Art, New York 1994/2002, S. 11.

3 *Technics and Creativity II. Gemini G. E. L.*, Ausst.-Kat., New York, The Museum of Modern Art 1971, hrsg. von Riva Castleman, New York 1971, S. 10–11.

4 Zu Geschichte und Entwicklung des Siebdrucks siehe Uta Catharina Siemel, *Der Siebdruck und seine Druckträger*, München 2008.

5 Siehe ebd., S. 13.

6 Siehe ebd., S. 12.

7 Siehe ebd., S. 13.

8 *Eye on Europe. Prints, books & multiples. 1960 to now*, Ausst.-Kat., New York, The Museum of Modern Art 2006–2007, bearb. von Deborah Wye und Wendy Weitman, New York 2006, S. 43.

9 Richard S. Field, *Richard Hamilton: Image and Process. Studies, stage and final proofs from the graphic*, Stuttgart 1983.

10 Siehe dazu Peter Schmieder, *unlimitiert. Der VICE-Versand von Wolfgang Feilisch. Unlimitierte Multiples in Deutschland. Kommentiertes Editionsverzeichnis der Multiples von 1967 bis in die Gegenwart*, Köln 1998.

11 Siehe dazu Rudolf Zwirner, „Pop Art in den USA“, in Walter Grasskamp, Michaela Krützen und Stephan Schmitt, *Was ist Pop? Zehn Versuche*, Frankfurt am Main 2004, S. 69–98, hier S. 71–72.

12 New York 2006 (wie Anm. 8), S. 39.

13 Hamilton wurde durch den Film *Shockproof* von Douglas Sirk zu dieser Arbeit inspiriert. Die unklare, verschachtelte Raumsituation verleiht diesem Film seine Spannung. Die in *Interior* zu sehende Architektur wurde aber einem Foto des Salons im Hause der Tochter Berthe Morisots entnommen. Das Mädchen im New-Look-Mantel entstammt einer Reklame für Waschmaschinen. Zu *Interior* siehe Dückers in Berlin 1981 (wie Anm. 1), S. XXI und Field 1983 (wie Anm. 9), S. 23.

14 Siehe Christin J. Mamiya, *Pop Art and Consumer Culture. American Super Market*, Austin 1992, S. 82.

15 Weitere Siebdrucke für das ICA Portfolio kamen unter anderem von Peter Blake, Derek Boshier, Patrick Caulfield, David Hockney, Allen Jones, R.B. Kitaj, Eduardo Paolozzi, Bridget Riley und Joe Tilson. Siehe New York 2006 (wie Anm. 8), S. 40, 47.

16 Corlett 1994/2002 (wie Anm. 2), S. 12.

17 Siehe Christin J. Mamiya, *Pop Art and Consumer Culture. American Super Market*, Austin 1992, S. 82.

18 Corlett 1994/2002 (wie Anm. 2), S. 19.

19 Gemini G. E. L. in Los Angeles, 1965 von Keneth und Kay Tyler gegründet, gehört neben ULAE (Universal Limited Art Editions), 1957 in New York von Tatyana Grosman gegründet, und dem Tamarind Lithography Workshop, 1959 in Los Angeles von June Wayne gegründet, zu den wichtigsten amerikanischen Verlegern mit eigener Druckwerkstatt. Siehe Bruce Davis, „Print Workshops at Mid-Century“, in *Gemini G. E. L. Art and Collaboration*, Ausst.-Kat., Washington, D.C., The National Gallery of Art 1984–1985, hrsg. von Ruth E. Fine, New York 1984.

20 Corlett 1994/2002 (wie Anm. 2), S. 25.

21 Ebd., S. 26.

22 Siehe ebd.

23 Zu Warhol siehe *Andy Warhol. Von Marilyn bis Mao*, Ausst.-Kat., Oldenburg, Horst-Janssen-Museum 2009, bearb. von Jutta Moster-Hoos und Sebastian Neußer, Oldenburg 2009.

24 Ernst Rebel, *Druckgrafik. Geschichte, Fachbegriffe*, Stuttgart 2003, S. 208.

25 New York 2006 (wie Anm. 8), S. 45.

26 Ebd., S. 46.

27 Siehe Klaus Staeck, *Ohne Auftrag*, Göttingen 2001.

# Glossar druckgrafischer Techniken

LUKAS HOLLDORF

## HOCHDRUCK

Der Hochdruck ist ein Verfahren, bei dem die druckenden Teile der Druckform erhaben sind. Nur an diesen höher liegenden Partien nimmt die Form Farbe an und gibt sie beim Druck an das Papier ab. Der von Johannes Gutenberg um 1450 erfundene Druck mit beweglichen Lettern gehört ebenso zum Hochdruck wie die Illustrationstechniken Holzschnitt, Holzstich oder Linolschnitt. Formen für den Hochdruck, sogenannte Klischees, können maschinell oder fotochemisch durch Ätzung hergestellt werden.

### Klischeeherstellung / Klischeedruck

Mit Klischee (frz. ‚cliché‘: Druckstock) bezeichnet man Hochdruckformen, bei denen eine Bildvorlage auf ein für den Druck geeignetes Material (Zink, Kupfer, Kunststoff) übertragen und als Relief eingearbeitet wird. Meist vollzieht sich die Entstehung von erhabenen und tieferliegenden Flächen auf chemischem Wege. Das Material wird mit einer lichtempfindlichen Schicht versehen, die Vorlage mittels Negativ belichtet. Nach dem Aushärten der belichteten Flächen der Schicht wird das Ausgangsmaterial mit Säure so bearbeitet, dass ein der Vorlage entsprechendes Relief entsteht. Manchmal wird die Vorlage auch mechanisch, ähnlich wie beim Holzschnitt, in das Ausgangsmaterial eingearbeitet. In diesem Fall wird die Vorlage vorher auf den Träger gepaust oder projiziert und dann in das Material eingearbeitet. Ursprünglich wurden Klischees für die massenhafte Reproduktion von Bildern in Zeitungen, Zeitschriften und Büchern industriell angefertigt.

### Linolschnitt

Seit etwa 1870 fand der Linolschnitt verstärkt Verbreitung in der Kunst- und Gebrauchsgrafik. Linoleum (lat. ‚linum‘: Lein und lat. ‚oleum‘: Öl) zeichnet sich als Material durch seine weiche, faserlose Oberfläche aus und erlaubt so einen sehr homogenen Farbauftrag und feine Schraffuren. In die Linoleumplatte werden mit Hilfe von Schneide- oder Stichwerkzeugen Vertiefungen eingebracht, nur die erhabenen Flächen, Inseln und Stege auf der Platte hinterlassen nach dem Aufbringen der Farbe einen Abdruck auf dem Träger.

## FLACHDRUCK

Der Flachdruck ist ein Verfahren, bei dem druckende und nichtdruckende Elemente in einer Ebene liegen. Durch chemische Behandlung der Druckformoberfläche werden die zum Drucken vorgesehenen Stellen sensibilisiert und nehmen die Farbe an, während die anderen Stellen sie abstoßen.

### Lithografie

Die Lithografie (griech. ‚lithos‘ = Stein, griech. ‚graphein‘ = schreiben) beruht auf dem chemischen Prozess der Abstoßung von Fett und Wasser. Das Grundprinzip entdeckte Aloys Senefelder im Jahr 1798. Bei diesem Verfahren wird zunächst die Kalkplatte geschliffen und entsäuert. Nun kann eine Zeichnung mittels fetthaltiger Farbe, meist Lithografiekreide oder -tusche, aufgebracht werden. Durch

die anschließende Behandlung des Steins mit schwacher Säure und Gummi arabicum dringt das Fett an den bezeichneten Stellen tief in den Stein ein, während die Fähigkeit zur Aufnahme von Wasser an den nicht gefärbten Flächen zunimmt. Im Anschluss muss der Stein beständig feucht gehalten werden, damit das Prinzip der Abstoßung von Fett und Wasser funktioniert. Wird die Druckfarbe dünn auf den Lithostein aufgewalzt, stoßen die gummierten, feuchten Partien die Farbe ab, die fetthaltigen Stellen nehmen sie auf. Vor jedem Druckvorgang muss der Stein nachbefeuchtet werden, bevor er neu eingefärbt wird. Ein wesentlicher Vorteil der Lithografie besteht in der fast unbegrenzten Zahl der möglichen Abzüge. Soll ein mehrfarbiger Druck entstehen ist für jeden Farbton eine separate Steinplatte notwendig. Weiterhin lässt sich der Lithostein – wie Papier – ohne Kraftaufwand und Werkzeuge zeichnerisch bearbeiten, dies schätzen viele Künstler sehr. Zudem gibt der Stein den Charakter und Textur der Bearbeitung (z.B. mit dem Pinsel, der Feder oder Kreide) sehr gut wieder. Ein Nachteil besteht darin, dass die schweren Lithosteine recht unhandlich sind.

### Lichtdruck

Der ab dem späten 19. Jahrhundert angewandte Lichtdruck  auch Kollotypie genannt, diente ursprünglich der Anfertigung von Gebrauchsgrafiken. Heute wird er auf Grund seiner eher geringen Auflagenhöhe und der Aufwendigkeit des Verfahrens, weltweit nur noch an drei Orten (Leipzig, Florenz, Kyoto) ausgeführt und vorwiegend als künstlerisches Medium genutzt. Da der Lichtdruck wie die Fotografie echte Halbtöne wiedergeben kann, also ohne die Zerlegung der Vorlage in kleine Rasterpunkte auskommt, ist er bis heute das qualitativ hochwertigste, genaueste und subtilste Reproduktionsverfahren. Gedruckt wird von einer dicken Glasplatte, die im Vorhinein mit einer lichtempfindlichen Gelatineschicht überzogen wird. Besagte Schicht bildet während des Trocknungsvorganges eine sehr feine Körnung (‚Runzelkorn‘). Im Anschluss wird das ungerasterte Negativ der Vorlage auf die Glasplatte übertragen, darauf folgt die Belichtung. Die nicht oder kaum belichteten Stellen auf der Glasplatte quellen auf und bleiben wasserempfindlich, die übrigen Partien werden durch die Belichtung wasserunempfindlich und sind somit bereit, als Farbträger zu agieren. Der finale Druck erfolgt dann in der Druckpresse, dabei müssen Wasser und Farbe regelmäßig neu auf die Druckplatte aufgebracht werden.

### Offsetdruck / Offsetlithografie

Der Offsetdruck wurde 1904 in den USA unabhängig voneinander durch Ira W. Rubel und Caspar Hermann entwickelt. Dabei wurde auf das bereits bekannte Verfahren, die lithografische Methode auf dünne Metallplatten anzuwenden (zunächst Zink, später Aluminiumfolien), zurückgegriffen. Wichtigste und namensgebende Komponente des Offsetdrucks ist jedoch der zwischen Druckform und Papier eingesetzte Gummitchzylinder, was den Offsetdruck zu einem indirekten Druckverfahren macht. Wegen des Zwischenschritts – von der Druckform wird die Farbe auf das Gummitch abgesetzt (engl. ‚to set off‘: absetzen) und erst von dort auf das Papier gedruckt – kann das Motiv

seitenrichtig auf die Druckplatte aufgebracht werden. Dem Druck geht ein komplexer Prozess voraus: Im ersten Schritt wird die zu druckende Bildvorlage in ein Rasternegativ, danach in ein Diapositiv umgekehrt; durch das Zerlegen von Bildvorlagen in kleinste, mit dem bloßen Auge kaum erkennbare Rasterpunkte können Farbübergänge (Halbtöne) vorgetäuscht werden. Das entstandene Diapositiv wird auf eine Bimetallfolie, meist aus Kupfer und Chrom, belichtet. Diese Folie ist mit einer lichtempfindlichen Schicht präpariert, sie wird nach der Belichtung geätzt und ist dann fertig für den Druck. Das chemische Verhalten von Chrom, welches Wasser annimmt und Fett abstößt, und Kupfer, welches sich genau entgegengesetzt verhält, bestimmt den Druckvorgang. Die biegsame Folie wird um einen Zylinder gespannt, wodurch der besonders schnelle Rotationsdruck möglich ist. Auf die Folie wird Wasser und fetthaltige Farbe aufgetragen. Ein wesentlicher Vorteil des Offset-Verfahrens ist die Möglichkeit, große Auflagen in kurzer Zeit drucken zu können. Verschiedene Farbtöne brauchen wie bei allen Drucktechniken eigene Druckformen. Der Offsetdruck besticht vor allem durch die enorme Produktionsgeschwindigkeit, 20.000 oder mehr Umdrehungen des Druckzylinders pro Stunde ermöglichen eine hohe Effizienz. Insbesondere große Formate (z.B. Plakate) lassen sich mit dem Offsetverfahren schnell und qualitativ hochwertig realisieren.

## DURCHDRUCK

Während sich im Hoch-, Flach- und Tiefdruck jeweils mehrere technische Herangehensweisen herausgebildet haben, gibt es im Bereich des Durchdrucks mit dem Siebdruck bis heute nur ein praktikables Verfahren. Die Farbe gelangt in diesem Fall *durch* die Druckform auf den Druckträger, nicht *von* der Druckform.

### Serigrafie / Siebdruck

Der Siebdruck, der seit Beginn des 20. Jahrhunderts zur Erweiterung der druckgrafischen Möglichkeiten beitrug, ist ein Durchdruckverfahren: Ein Sieb, das unterschiedliche Feinheitgrade besitzen und aus verschiedenen Materialien bestehen kann (Nylon, Metall, Polyester, Seide), wird mit Schablonen, lichtempfindlichen Emulsionen oder Kleisterfarbe bearbeitet und so in farbdurchlässige und farbundurchlässige Flächen geteilt. Das Sieb wird anschließend mit minimalem Abstand über den Druckträger gespannt; mit einer Rakel aus Gummi wird Farbe über das Sieb gestrichen und gelangt durch die farbdurchlässigen Flächen des Siebs auf den Druckträger. Ein Vorteil des Siebdruckes besteht in der fast unbegrenzten Auflagenhöhe. Ein Druck kann außerdem mehrere Siebschichten enthalten, was differenzierte Kompositionen ermöglicht. Ähnlich wie der Lithostein lässt sich auch das Sieb zeichnerisch sehr leicht bearbeiten.

## Werkliste der in der Ausstellung gezeigten Druckgrafiken

**In der nach Künstlern sortierten Werkliste werden neben technischen Angaben auch Hinweise auf wichtige Literatur oder Werkverzeichnisse gegeben, soweit sie mit den Arbeiten in Verbindung stehen. Darüber hinausgehende Nachweise etwa über Druckwerkstätten oder Produzenten der einzelnen Grafiken sowie Titel von Reihen- oder Mappenwerken können den einschlägigen Werkverzeichnissen oder dem Bestandskatalog der Sammlung Beck entnommen werden (Pop. Kunst der 60er Jahre, Druckgraphik und Tassen, Best.-Kat., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, bearb. von Roland Scotti, Ludwigshafen am Rhein 1991).**

### Art Workers' Coalition

New York 1969 – 1971 New York

### And Babies, 1970

Offsetlithografie, 63 x 96,5 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/818.

### Thomas Bayrle

\*1937 Berlin, lebt in Frankfurt am Main

### Fenster, 1969

Siebdruck, 53,5 x 34 cm, Bl. 36/100, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1097. Lit. zu Bayrles Grafik allgemein: Brigitte Kölle und Kobe Matthys, *Thomas Bayrle. Grafik von 1967-72 und animierte Grafik von 1979-94*, Köln 1995.

### VW-Käfer, 1969

Siebdruck, 58,5 x 83 cm, Bl. 21/25, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/242.

### Herzensbrecher, aus der Mappe Feuer im Weizen, 1970

Siebdruck, 41,5 x 58 cm, Bl. 26/100, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1096.

### Hänsels und Gretel, aus der Mappe Feuer im Weizen, 1970

Siebdruck, 41,5 x 58 cm, Bl. 26/100, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1094.

### Richard Bernstein

New York 1939 – 2002 New York

### Nude Beatles, 1969

Siebdruck, 59,7 x 72 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1073.

### Peter Blake

\*1932 Dartford, lebt in London

### The Beach Boys, 1964

Siebdruck, 75,8 x 50,7 cm, Bl. 36/40, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1017. Lit.: *Peter Blake. Retrospektive*, Ausst.-Kat., London, Tate Gallery und Hannover, Kestner-Gesellschaft 1983, Hannover 1983 (als Blake 1983), S. 85.

### Babe Rainbow, 1968

Siebdruck auf Metall, 66,4 x 44,5 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1587. Lit.: Blake 1983, S. 71.

### KP Brehmer

[Klaus Peter Brehmer]  
Berlin 1938 – 1997 Hamburg

### ohne Titel (*Trivialgrafik*), 1965

Klischeedruck, 45,5 x 50,5 cm, Aufl. 1200 Bl. (1971), Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/611. Lit.: René Block, *Grafik des Kapitalistischen Realismus*, Berlin 1971 (als Block 1971), Nr. B 31; *KP Brehmer. Alle Künstler lügen*, Ausst.-Kat., Kassel, Museum Fridericianum 1998, bearb. von René Block, Kassel 1998 (als Brehmer 1998), Nr. 24.

### ULBRICHT, ART. B 013, 1967

Linolschnitt, Klischeedruck, 33 x 27,5 cm, Bl. 1/30, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1328. Lit.: Brehmer 1998, Nr. 56.

### VIETCONG, ART. B 048, 1968

Siebdruck, 31 x 47 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1342. Lit.: Block 1971, Nr. B 115; Brehmer 1998, Nr. 102.

### B 052 (*Préservez vos yeux*), 1972

Klischeedruck, 44,3 x 83,2 cm, Bl. 10/10, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/765. Lit.: Brehmer 1998, Nr. 144.

### Peter Brüning

Düsseldorf 1929 – 1970 Ratingen

### N.Y. , N.Y. , N.Y. , N.Y. , 1968

Offsetdruck, 77 x 123 cm, Bl. 54/200, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1. Lit.: Marie Louise Otten, *Peter Brüning. Studien zu Entwicklung und Werk. Werkverzeichnis*, Köln 1988 (als Brüning 1988), Nr. 693; siehe zu Brünings Grafik allgemein: *Peter Brüning: Arbeiten auf Papier 1952 bis 1970*, Ausst.-Kat., Hannover, Sprengel

Museum, Dresden, Kupferstich-Kabinett, Staatliche Kunstsammlungen und Ratingen, Museum 1997, bearb. von Marie-Luise Otten, Köln 1997.

### Autobahndenkmal, 1968

Siebdruck, 42 x 75,5 cm, Bl. 45/120, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/241. Lit. zu Brünings *Autobahndenkmal* allgemein: Brüning 1988, Nr. 677ff.

### Jim Dine

\*1935 Cincinnati, Ohio, lebt in New York

### Eleven Part Self Portrait (Red Pony), 1965

Lithografie, 105 x 75,5 cm, Bl. 2/13, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/2233. Lit.: *Jim Dine. Complete graphics*, Ausst.-Kat., Berlin, Galerie Mikro, Hannover, Kestner-Gesellschaft und London, Petersburg Press 1970, bearb. von Wibke Bonin, Berlin 1970 (als Dine 1970), Nr. 27.

### Tool Box I, 1966

Offsetdruck mit Foto collagiert, 60,5 x 48 cm, Bl. 86/150, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/169. Lit.: Dine 1970, Nr. 42.

### Erró

[Guðmundur Guðmundsson]

\*1939 Olafsvík, lebt in Paris

### Pop's History, 1969

Offsetlithografie, 35 x 50 cm, Bl. 35/100, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/982.

### Richard Estes

\*1936 Kewanee, Illinois, lebt in New York

### Cafeteria, 1970

Offsetdruck, 55,5 x 66 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/410.

### Grant's, 1972

Siebdruck, 50 x 70 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/408.

### Öyvind Fahlström

São Paulo 1928 – 1976 Stockholm

### Eddie (*Sylvie's brother*) in the Desert, 1966

Siebdruck, 43,5 x 55,5 cm, Bl. 54/225, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1229.

### Jochen Gerz

\*1940 Berlin, lebt in Sneem, Irland

### ABC des Lesens, 1971

Siebdruck, 47 x 61,5 cm, Bl. 114/120, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/874. Lit.: Renate Petzinger und Volker Rattemeyer (Hrsg.), *Jochen Gerz – Werkverzeichnis – Catalogue raisonné*, Bd. III, Nürnberg 2011, Nr. 753.

### Peter Gidal

\*1946 Jerusalem, lebt in London

### Il Jayne, 1969

Siebdruck, 61 x 86 cm, Bl. 14/50, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/423.

### Richard Hamilton

London 1922 – 2011 London

### Interior, 1964/1965

Siebdruck, 56,4 x 78,6 cm, Bl. 18/50, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/174. Lit.: Etienne Lullin, Stephen Coppel und Richard Hamilton, *Richard Hamilton. Druckgraphik und Multiples 1939–2002*, Werkverzeichnis und Ausst.-Kat., Kunstmuseum Winterthur 2002, Düsseldorf 2002 (als Hamilton 2002), Nr. 56.

### Self-Portrait, 1967

Lithografie, 28,5 x 21,4 cm, Bl. 9/75, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1221. Lit.: Hamilton 2002, Nr. 62.

### I'm Dreaming of a White Christmas, 1967

Siebdruck, 51,5 x 76,5 cm, Bl. 71/75, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/2234. Lit.: Hamilton 2002, Nr. 64.

### Swinging London 67 – poster, 1968

Offsetlithografie, 67,5 x 47 cm, Bl. 5/50, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1066. Lit.: Hamilton 2002, Nr. 69.

### Robert Indiana

[Robert Clark]

\*1928 New Castle, Indiana, lebt in Vinalhaven, Maine

### Love, 1967

Siebdruck, 86,5 x 86,5 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/42. Lit.: Robert Indiana und William Katz, *Robert Indiana: Druckgraphik und Plakate. The prints and posters. 1961–1971*, Stuttgart und New York 1971, Nr. G 10.

### Jasper Johns

\*1930 Augusta, Georgia, lebt in New York

### Pinion, 1966

Lithografie, 102,5 x 71,3 cm, Bl. 30/36, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/2237. Lit.: *Jasper Johns, die Graphik*, Ausst.-Kat., Ludwigshafen am Rhein, Städtische Kunstsammlungen 1971, bearb. von Bernd Carow, Ludwigshafen am Rhein 1971 (als Johns 1971), Nr. 60; Riva Castleman, *Jasper Johns, die Druckgraphik*, München 1986 (als Johns 1986), S. 124; *Jasper Johns. Retrospektive*, Ausst.-Kat., Köln, Museum Ludwig 1997, hrsg. von Kirk Varndoe, München 1997 (als Johns 1997), Nr. 122 (zur Vorlage).

### Watchman, 1967

Lithografie, 86,5 x 58,5 cm, Bl. 17/40, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/450. Lit.: Johns 1971, Nr. 49; Johns 1986, S. 76; Johns 1997, Nr. 127.

### The critic sees, 1967

Blinddruck, 60,7 x 50,8 cm, Bl. 16/200, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1885. Lit.: Johns 1971, Nr. 68.

### Allen Jones

\*1937 Southampton, lebt in London

### Icarus, 1968

Lithografie, 70 x 100 cm, Bl. 27/75, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/41. Lit.: *Allen Jones. Prints*, Werkverzeichnis und Ausst.-Kat., London, Barbican Art Gallery, hrsg. von Marco Livingstone und Richard Lloyd, München 1995, Nr. 47.

### Howard Kanovitz

Fall River, Massachusetts 1929 – 2009 New York

### The People (Spectators), 1968

Siebdruck, 58 x 78,5 cm, Bl. 44/75, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/189. Lit. zum Gemälde in Utrecht, Museum voor Hedendaagse Kunst, das als Vorlage diente: Barbara Volkmann, *Howard Kanovitz. Arbeiten 1951–1978*, Ausst.-Kat., Berlin, Akademie der Künste in Zusammenarbeit mit dem Berliner Künstlerprogramm des DAAD 1979, Berlin 1979 (als Kanovitz 1979), Nr. 35.

### Journal, 1973

Lithografie, 65 x 45 cm, A. P., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/343. Lit. zum Gemälde in Köln, Museum Ludwig, das als Vorlage diente: Kanovitz 1979, Nr. 76.

### Allan Kaprow

Atlantic City, New Jersey 1927 – 2006 Encinitas, Kalifornien

*Yard*, 1969  
Offsetdruck, 88 x 62 cm, Bl. 34/150, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/160. Lit.: *Allan Kaprow. Yard*, Ausst.-Kat., New York, Hauser & Wirth 2009, bearb. von Tamara Bloomberg und Sylvia Bandi, New York 2009.

### Alex Katz

\*1927 New York, lebt in New York

*White Petunia*, 1969  
Lithografie, 76,1 x 56,5 cm, Bl. 28/60, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/472. Lit.: Gunhild Bauer, Marietta Mautner Markhof und Klaus Albrecht Schröder (Hrsg.) *Alex Katz. Prints. Catalogue raisonné 1947–2011*, Ostfildern-Ruit 2011 (als Katz 2011), Nr. 24.

*Alex at Cheat Lake*, 1969  
Offsetlithografie, 95,2 x 58,6 cm, Bl. 15/50, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/317. Lit.: Katz 2011, Nr. 27.

### R. B. Kitaj

[Ronald Brooks Kitaj]  
Chagrin Falls, Ohio 1932 – 2007 Los Angeles

*Heart*, 1966  
Siebdruck, 60 x 81 cm, Bl. 57/70, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/457.

*Vernissage Cocktail*, 1967  
Siebdruck, 104 x 75 cm, Aufl. 70 Bl., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/40. Lit.: Jane Kinsman, *The Prints of R. B. Kitaj*, Aldershot 1994, Nr. 24.

### Gerald Laing

Newcastle 1936 – 2011 Kinkell

*Tracy*, 1968  
Siebdruck, 76,5 x 37,5 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/165.

### Les Levine

\*1935 Dublin, lebt in New York

*Iris Print-Out-Portrait*, 1969  
Offsetdruck, 46,7 x 65 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/430.

*Photograph*, 1971  
Siebdruck, 75,4 x 57,6 cm, Bl. 13/150, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/161.

### Roy Lichtenstein

New York 1923 – 1997 New York

*Crying Girl*, 1963  
Offsetlithografie, 48,8 x 68 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/641. Lit.: Mary Lee Corlett, *The prints of Roy Lichtenstein: a catalogue raisonné 1948–1993*, New York 1994 (als Lichtenstein 1994), Nr. 4.

*Foot Medication*, 1963  
Lithografie, 58,5 x 43 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/2239.

*Vicki! I–I Thought I Heard Your Voice!*, 1964  
Offsetlithografie, 42,5 x 42,2 cm, Bl. 20/100, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1068.

*CRACK!*, 1964  
Offsetlithografie, 50,7 x 72,2 cm, Aufl. 300 Bl., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/468. Lit.: Lichtenstein 1994, Nr. 5.

*Temple*, 1964  
Offsetlithografie, 58,5 x 43,5 cm, Bl. 192/300, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/179. Lit.: Lichtenstein 1994, Nr. 6.

*Turkey Shopping Bag*, 1964  
Siebdruck auf Papiertragetasche, 19 x 22 cm, Aufl. 200 Bl., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/213. Lit.: Lichtenstein 1994, Nr. 8.

*Sweet Dreams Baby!*, 1965  
Siebdruck, 95,5 x 70 cm, Bl. 99/100, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 454/1634. Lit.: Lichtenstein 1994, Nr. 11.

*Brushstrokes*, 1967  
Siebdruck, 56 x 76 cm, Bl. 267/300, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/178. Lit.: Lichtenstein 1994, Nr. 20.

### Konrad Lueg

[Konrad Fischer]  
Düsseldorf 1939 – 1996 Düsseldorf

*Tapete*, 1966  
Siebdruck, 87 x 66 cm, Aufl. 75 Bl., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/458. Lit.: René Block, *Grafik des Kapitalistischen Realismus*, Berlin 1971 (als Block 1971), Nr. L 1.

*Geschirrtuch*, 1967  
Siebdruck, 64 x 50 cm, Bl. 12/120, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/919. Lit.: Block 1971, L 2.

### Malcom Morley

\*1931 London, lebt in Brookhaven Hamlet, Long Island

*Beach Scene*, 1969  
Siebdruck, 51 x 38,5 cm, A. P., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/329.

### Otto Muehl

\*1925 Grodnau, lebt in Portugal

*Mao*, 1967  
Siebdruck, 70 x 91,4 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/33. Lit. zu Muehl allgemein: *Otto Mühl. Retrospektive*, Ausst.-Kat., Hamburg, Phoenix Kulturstiftung, Sammlung Falckenberg 2005, Frankfurt am Main 2005.

*Hitler*, 1967  
Siebdruck, 81 x 51,2 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/34.

*Schah und Farah*, 1967  
Siebdruck, 82 x 70 cm, Bl. 3/50, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/244.

### Lowell B. Nesbitt

Baltimore, Maryland 1933 – 1993 New York

*Spacesuit Checkout*, 1969  
Siebdruck, 76 x 56 cm, Bl. 54/75, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/226.

*Apollo*, 1970  
Siebdruck auf Polyesterfolie, 60,2 x 60 cm, Bl. 144/150, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/747.

### Claes Oldenburg

\*1929 Stockholm, lebt in New York

*Nose Handkerchief*, 1968  
Siebdruck auf weißer Seide, 32 x 30 cm, Bl. 13/150, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/214. Lit.: Coosje van Bruggen und Claes Oldenburg (Hrsg.), *Claes Oldenburg. Multiples in retrospect, 1964–1990*, New York 1991, Nr. 9.

### Eduardo Paolozzi

Leith 1924 – 2005 London

*Donald Duck meets Mondrian*, aus der Serie *Moonstrip Empire News*, 1967  
Siebdruck, 38 x 25,5 cm, Bl. 449/500, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/74. Lit.: *Eduardo Paolozzi. Skulpturen, Zeichnungen, Collagen, Druckgrafik*, Ausst.-Kat., Berlin, Staatliche

Museen Preußischer Kulturbesitz, Nationalgalerie Berlin und Kupferstichkabinett Berlin 1975, bearb. von Lucius Grisebach, Berlin 1975, Nr. 36e.

*Lots of pictures – lots of fun*, 1971  
Siebdruck, 65 x 52,6 cm, Bl. 548/1000, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/236.

### Peter Phillips

\*1939 Birmingham, lebt in London

*Custom Print I*, 1965  
Siebdruck auf Silberfolie, collagiert, 61 x 50,8 cm, Bl. 123/200, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/193.

### Sigmar Polke

Oels, Niederschlesien 1941 – 2010 Köln und  
**Gerhard Richter**  
\*1932 Dresden, lebt in Köln

*Umwandlung*, 1968  
Offsetdruck, 46,5 x 67,5 cm, Bl. 28/200, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/1168. Lit.: René Block, *Grafik des Kapitalistischen Realismus*, Berlin 1971, Nr. P 3; Sigmar Polke und Achim Duchow (Hrsg.), *Mu nieltham netor-ruprup*, Ausst.-Kat. und Verzeichnis der Druckgrafik 1966–1974, bearb. von Carl Vogel und Eberhard Freitag, Kiel, Kunsthalle zu Kiel, Schleswig-Holsteinischer Kunstverein 1975, Kiel 1975 (als Polke 1975), Nr. 3; Jürgen Becker und Claus von der Osten (Hrsg.), *Sigmar Polke. Die Editionen 1963–2000*, Ostfildern-Ruit 2000 (als Polke 2000), Nr. 7.

### Sigmar Polke

Oels, Niederschlesien 1941 – 2010 Köln

*Fernsehbild (Kicker) I*, 1971  
Offsetdruck, 64 x 83,8 cm, versch. Aufl. mit insg. 440 Bl., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/775. Lit.: Polke 1975, Nr. 8a; Polke 2000, Nr. 16.

*Kölner Bettler II*, 1972  
Offsetdruck, 33 x 44 cm, Bl. 20/100, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/63. Lit.: Polke 1975, Nr. 16; Polke 2000, Nr. 24.

*Hände (Die Vermittlung zwischen dem Oberen und Unteren)*, 1973  
Offsetdruck, 45,5 x 62,5 cm, Aufl. 610 Bl., Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/772. Lit.: Polke 1975, Nr. 21a; Polke 2000, Nr. 29.

*Häuserfront (Wer hier nichts erkennen kann, muß selber pendeln!)*, 1973  
Offsetdruck, 45,5 x 62,8 cm, zwei Aufl. à 564 und 290 Bl., Sammlung Heinz Beck,

Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/773. Lit.: Polke 1975, Nr. 22; Polke 2000, Nr. 30.

### Mel Ramos

\*1935 Sacramento, Kalifornien, lebt in Oakland, Kalifornien

*Virnburger*, 1965  
Lithografie, 54,5 x 43 cm, Bl. 226/500, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/2268. Lit. zu Ramos allgemein: *Mel Ramos. 50 Jahre Pop Art*, Ausst.-Kat., Tübingen, Kunsthalle, München, Museum Villa Stuck und Wien, Albertina 2010, hrsg. von Otto Letze, Ostfildern-Ruit 2010.

*Del Monte*, 1972  
Siebdruck, 78 x 64 cm, Bl. 28/2500, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/153.

*Coke*, 1972  
Siebdruck, 77,8 x 63,9 cm, Bl. 35/2500 Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/152.

### Robert Rauschenberg

Port Arthur, Texas 1925 – 2008 Captiva Island, Florida

*Breakthrough II*, 1965  
Lithografie, 112 x 76,5 cm, Bl. 33/34, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/37. Lit.: Walter Hopps und Susan Davidson, *Robert Rauschenberg – Retrospektive*, Ostfildern-Ruit 1998 (als Rauschenberg 1998), Nr. 188.

*Self-Portrait II*, 1965  
Offsetlithografie, 58,5 x 63,5 cm, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/459. Lit.: Rauschenberg 1998, Nr. 190 (zur Vorlage).

*Storyline I* aus der Serie *Reels (B+C)*, 1968  
Lithografie, 54,5 x 43,5 cm, Bl. 55/62, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/467.

### Gerhard Richter

\*1932 Dresden, lebt in Köln

*Flugzeug I*, 1966  
Siebdruck, 48,5 x 80 cm, Bl. 31/50, Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/885. Lit.: René Block, *Grafik des Kapitalistischen Realismus*, Berlin 1971 (als Block 1971), Nr. R 3a; Hubertus Butin und Stefan Gronert (Hrsg.), *Gerhard Richter, Editionen 1965–2004. Catalogue raisonné*, ersch. anl. d. Ausst. *Gerhard Richter: Printed! - Druckgraphik, Foto-Editionen und Künstlerbücher*, Kunstmuseum Bonn 2004, Ostfildern-Ruit 2004 (als Richter 2004), Nr. 5.

*Elisabeth II*, 1966  
Offsetdruck, 70 x 59,5 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/266. Lit.: Block 1971, Nr. R 4b;  
Richter 2004, Nr. 8.

*Mao*, 1968  
Lichtdruck, 84 x 59,5 cm, Aufl. 500 Bl.,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/886. Lit.: Block 1971, Nr. R 9;  
Richter 2004, Nr. 13.

*Seestück I*, 1969  
Offsetdruck, 51 x 49 cm, Bl. 102/150,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/661. Lit.: Block 1971, Nr. R 16;  
Richter 2004, Nr. 23.

*Wolken*, 1969  
Offsetdruck, 55 x 50 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/662. Lit.: Block 1971, Nr. R 17;  
Richter 2004, Nr. 24.

**Larry Rivers**  
[Yitzhok Loiza Grossberg]  
New York 1923–2002 New York

*Dutch Masters*, 1964/1968  
Lithografie, 48 x 35 cm, Bl. 81/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-  
Hack-Museum, Ludwigshafen am  
Rhein, Inv.-Nr. 460/1278. Lit. zu Rivers  
allgemein: *Larry Rivers. Art and the artist*,  
Ausst.-Kat., Washington, DC, Corcoran  
Gallery of Art 2002, bearb. von Barbara  
Rose und Jacquelyn Days Serwer, Boston  
2002.

*Strawinsky II*, 1966  
Lithografie, 70,5 x 102 cm, Bl. 2/21,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/2245.

**James Rosenquist**  
\*1933 Grand Forks, North Dakota, lebt in  
New York

*Detail F-111*, 1965  
Offsetlithografie, 71 x 55,8 cm,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/1049.

*Circles of Confusion with Pins and String*,  
1965  
Siebdruck, 61 x 51 cm, Bl. 119/220,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/714.

*Roll down*, 1965/1966  
Siebdruck, 84 x 73,5 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/2266. Lit.: Walter Hopps  
und Sarah Bancroft, *James Rosenquist. A retrospective*, Ausst.-Kat., Houston,  
The Menil Collection and The Museum  
of Fine Arts, New York, Solomon R.  
Guggenheim Museum und Bilbao,

Guggenheim Museum 2003–2004, New  
York 2003, Nr. 239.

**Dieter Roth**  
Hannover 1930–1998 Basel

*Siegessäule*, aus der Serie *Deutsche  
Städte*, 1970  
Siebdruck, 61 x 86 cm, Bl. 87/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/712. Lit.: Dirk Dobke (Hrsg.),  
*Dieter Roth. Druckgraphik: catalogue  
raisonné 1947–1998*, Hamburg 2003,  
Nr. 137.

**Ed Ruscha**  
\*1931 Omaha, Nebraska, lebt in Los  
Angeles

*Standard Station: Amarillo Texas*, 1966  
Siebdruck, 49,5 x 93,5 cm, Bl. 40/50,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/46. Lit.: Clive Phillpot,  
*Edward Ruscha editions 1959 – 1999. Prints, books, misc*, New York 1999 (als  
Ruscha 1999), Nr. 5.

*Hollywood*, 1968  
Siebdruck, 31,7 x 103,5 cm, Bl. 7/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/22. Lit.: Ruscha 1999, Nr. 7.

*Eye*, 1969  
Lithografie, 43,5 x 61 cm, Bl. 18/20,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/543. Lit.: Ruscha 1999, Nr. 12.

**H. A. Schult**  
\*1939 Parchim, lebt in Köln

*Situation Schakstrasse II Blau*, 1969/1970  
Siebdruck, 48 x 68,2 cm, Bl. 69/70,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/1108.

**Richard Smith**  
\*1931 Letchworth, lebt in Wiltshire

*PM Zoom*, 1963  
Lithografie, 48,2 x 76,2 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/705.

**Klaus Staeck**  
\*1938 Pulsnitz, lebt in Heidelberg

*Der Krieg*, 1969  
Siebdruck, 58,6 x 78 cm, Bl. 40/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/310. Lit. zu Staeck all-  
gemein: Klaus Staeck, *Ohne Auftrag*,  
Göttingen 2001.

*Time*, 1970  
Siebdruck, 73 x 50,8 cm, Bl. 59/120,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/626.

*Coca-Cola II*, 1970  
Siebdruck, 86,5 x 61 cm, Bl. 28/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/690.

**Robert Stanley**  
Yonkers, New York 1932–1997 New York

*The Supremes*, 1965  
Siebdruck, 45,7 x 61,1 cm, Bl. 59/95,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/1417.

*The Beatles*, 1966  
Siebdruck, 76 x 51 cm, Bl. 73/95,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/422.

**Joe Tilson**  
\*1928 London, lebt in Cortona

*Diapositive Clip-O-Matic*, 1967  
Siebdruck auf Folie, 81 x 60 cm,  
Bl. 28/70, Sammlung Heinz Beck,  
Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen  
am Rhein, Inv.-Nr. 460/1894.

*Page 30 Letter from Che...*, 1969  
Siebdruck, Collage, 103 x 70,5 cm,  
Bl. 23/100, Sammlung Heinz Beck,  
Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen  
am Rhein, Inv.-Nr. 460/1564.

*Let a thousand parks bloom*, 1971  
Offsetdruck auf Siebdruck collagiert,  
94 x 65 cm, Bl. 247/500, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-Museum,  
Ludwigshafen am Rhein, Inv.-Nr. 460/6.

*Clip-O-Matic*, 1971  
Siebdruck auf Folie, Siebdruck auf  
Alufolie, montiert, 102 x 70,5 cm,  
Bl. 24/120, Sammlung Heinz Beck,  
Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen  
am Rhein, Inv.-Nr. 460/100.

**Timm Ulrichs**  
\*1940 Berlin, lebt in Hannover

*Serielles Raster-Bild*, 1962/1963  
Siebdruck, 59,9 x 58,9 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/700. Lit.: *Timm Ulrichs. Die  
Druckgrafik*, Werkverzeichnis und Ausst.-  
Kat., Hannover, Sprengel-Museum 2003,  
hrsg. von Norbert Nobis, Hannover 2003,  
Nr. 115.

**Wolf Vostell**  
Leverkusen 1932–1998 Berlin

*dé-coll/age-Unfall*, 1966  
Siebdruck, 39 x 50 cm, Bl. 94/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,

Inv.-Nr. 460/522. Lit.: *Wolf Vostell. Die  
Druckgrafik*, Werkverzeichnis und Ausst.-  
Kat., Bergisch Gladbach, Städtische Villa  
Zanders u. a. O. 2005, hrsg. von Wolfgang  
Vomm, Bergisch Gladbach 2005 (als  
Vostell 2005), Nr. 1966: 2.

*100 Berlin dé-coll/age-happening*, 1966  
Siebdruck, 38,6 x 50,2 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/271. Lit.: Vostell 2005,  
Nr. 1966: 3.

*Rudi und Gretchen Dutschke*, 1969  
Siebdruck mit Dr. Oetker-Tüte col-  
lagiert, 50,5 x 71,5 cm, Bl. 75/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/245. Lit.: Vostell 2005,  
Nr. 1969: 1.

*Saigon*, 1969  
Siebdruck, 51 x 61,5 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/250. Lit.: Vostell 2005,  
Nr. 1969: 2.

*Mylai*, 1970  
Siebdruck, 70 x 100,3 cm, Bl. 31/100,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/12. Lit.: Vostell 2005,  
Nr. 1970: 1.

*Autobahnkreuz TV*, 1970  
Siebdruck, 73,5 x 99 cm, Bl. 22/50,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/29. Lit.: Vostell 2005,  
Nr. 1970: 4.

*Extraordinary Savings Savings Bank*, 1971  
Siebdruck, 97,4 x 75,4 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/302. Lit.: Vostell 2005,  
Nr. 1971: 10.

**Andy Warhol**  
Pittsburgh, Pennsylvania 1928–1987  
New York

*Shopping bag*, 1964  
Siebdruck auf Papiertragetasche,  
15,2 x 8,8 cm, Aufl. 300 Bl., Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/212. Lit.: Frayda Feldmann  
und Jörg Schellmann, *Andy Warhol  
Prints. A catalogue raisonné 1967-1987*,  
München 31997 (als Warhol 1997), Nr. II.4.

*Flowers*, 1964  
Siebdruck, 58,3 x 58,6 cm, Aufl. 300 Bl.,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/15. Lit.: Warhol 1997, Nr. II.6.

*Liz Taylor*, 1964  
Siebdruck, 56 x 56 cm, Aufl. 300 Bl.,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/158. Lit.: Warhol 1997, Nr. II.7.

*Jacqueline Kennedy II (Jackie II)*, 1966  
Siebdruck, 61 x 76 cm, Bl. 89/200,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/163. Lit.: Warhol 1997,  
Nr. II.14.

*Jacqueline Kennedy III (Jackie III)*, 1966  
Siebdruck, 101 x 76 cm, Bl. 84/200,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/17. Lit.: Warhol 1997, Nr. II.15.

*Self-Portrait*, 1966  
Siebdruck auf Silberfolie, 56 x 53 cm,  
Bl. 67/226, Sammlung Heinz Beck,  
Wilhelm-Hack-Museum, Ludwigshafen  
am Rhein, Inv.-Nr. 460/188. Lit.: Warhol  
1997, Nr. II.16.

*Marilyn Monroe (Marilyn)* aus der Mappe  
*Marilyn Monroe*, 1967  
Siebdruck, 91,4 x 91,4 cm, Bl. 106/250,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/1633. Lit.: Warhol 1997,  
Nr. II.30.

*Campbell's Soup I*, 1968  
Siebdruck, 62,1 x 49,1 cm, Bl. 24/250,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/183. Lit.: Warhol 1997,  
Nr. II.46 [?].

**Tom Wesselmann**  
Cincinnati, Ohio 1931–2004 New York

*Seascape (Tit)*, 1964  
Siebdruck, 46 x 45,5 cm, Sammlung  
Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/676. Lit. zu Wesselmann  
allgemein: *Tom Wesselmann. 1959-  
1993*, Ausst.-Kat., Tübingen, Kunsthalle,  
Brüssel, Palais des Beaux-Arts und  
Berlin, Altes Museum 1994, hrsg. von  
Thomas Buchsteiner und Otto Letze,  
Ostfildern-Ruit 1994.

*Great American Nude*, 1965  
Siebdruck, 61,5 x 75,5 cm, Bl. 89/200,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/185.

*TV Still-Life*, 1965  
Siebdruck, 73,5 x 96,5 cm, Bl. 98/200,  
Sammlung Heinz Beck, Wilhelm-Hack-  
Museum, Ludwigshafen am Rhein,  
Inv.-Nr. 460/18.

## Literatur

**Alle in der Einführung genannten Informationen wurden angeeignet aus unterschiedlichen Texten, die nicht im Einzelnen nachgewiesen, aber den hier aufgeführten Büchern entnommen wurden. Die Literaturliste bietet, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, eine kleine Auswahl der aktuellen und älteren Literatur zur Pop Art und zur Grafik der 1960er Jahre. Künstlermonografien und Werkverzeichnisse zu den in der Ausstellung gezeigten Künstlern werden in der Werkliste genannt.**

*Pop Sammlung Beck*, Ausst.-Kat., Bonn, Rheinisches Landesmuseum, Darmstadt, Kunsthalle Darmstadt und Dortmund, Museum am Ostwall 1970, Düsseldorf 1970.

*Pop. Kunst der 60er Jahre, Druckgraphik und Tassen*, Best.-Kat., Ludwigshafen am Rhein, Wilhelm-Hack-Museum, Sammlung Beck, bearb. von Roland Scotti, Ludwigshafen am Rhein 1991.

*Von Pop bis Polit. Kunst der 60er Jahre in der Bundesrepublik. Sammlung Beck*, Ausst.-Kat., Ludwigshafen am Rhein, Wilhelm-Hack-Museum und Hilden, Wilhelm-Fabry-Museum der Stadt Hilden 1996, hrsg. von Richard W. Gassen und Roland Scotti, Ludwigshafen am Rhein 1996.

Jürgen Becker, *Happenings: Fluxus, Pop Art, Nouveau Réalisme. Eine Dokumentation*, Reinbek bei Hamburg 1968.

Hans Belting, *Das Ende der Kunstgeschichte*, München 1995.

Hubertus Butin, *Grafik des Kapitalistischen Realismus*, hrsg. von Bernd Slutzky, Frankfurt am Main 1992.

Riva Castleman, *Prints of the 20th Century. A History*, London 21988.

Thomas E. Crow, *Die Kunst der sechziger Jahre. Von der Pop Art zu Yves Klein und Joseph Beuys*, Köln 1997 (engl. Orig.: *The rise of the sixties. American and European art in the era of dissent*, London 1996).

Rolf-Gunter Dienst, *Pop-Art: eine kritische Information*, Wiesbaden 1965.

*Druckgraphik. Wandlungen eines Mediums seit 1945*, Ausst.-Kat., Berlin, Kupferstichkabinett, Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz, bearb. von Alexander Dückers, Berlin 1981.

*Europop*, Ausst.-Kat., Kunsthaus Zürich 2008, hrsg. von Tobia Bezzola und Franziska Lentzsch, Köln 2008.

Hal Foster, *The First Pop Age. Painting and Subjectivity in the Art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha*, Princeton 2012.

Richard W. S. Freitag, *Die amerikanische Pop Art. Ihre Entstehungsgeschichte im Spiegel der amerikanischen Kunsttradition und Kunstöffentlichkeit*, München 1993.

Walter Grasskamp, Michaela Krützen und Stephan Schmitt (Hrsg.), *Was ist Pop? Zehn Versuche*, Frankfurt am Main 2004.

Sylvia Harrison (Hrsg.), *Pop art and the origins of post-modernism*, Cambridge 2001.

Thomas Hecken, *Pop. Geschichte eines Konzepts 1955–2009*, Bielefeld 2009.

*High & Low. Moderne Kunst und Trivialkultur*, dt. Übers. des Ausst.-Kat., New York, The Museum of Modern Art, Chicago, The Art Institute of Chicago und Los Angeles, The Museum of Contemporary Art 1990–1991, hrsg. von Kirk Varnedoe und Adam Gopnik, München 1990.

Max Imdahl, „Probleme der Pop Art“, in *Max Imdahl. Gesammelte Schriften*, Bd. 3, *Reflexion, Theorie, Methode*, hrsg. von Gottfried Boehm, Frankfurt am Main 1996, S. 233–246 (Original im Ausst.-Kat. der 4. *documenta*, Kassel 1968).

Jürgen Jacob, *Die Entwicklung der Pop-art in England ... von ihren Anfängen bis 1957: das Fine-Popular Art Continuum*, Frankfurt am Main 1986.

*Kapitalistischer Realismus. Grafik aus der Sammlung Block*, Ausst.-Kat., Quedlinburg, Lyonel-Feininger-Galerie 2010, hrsg. von Björn Egging, Bielefeld 2010.

Susanne Küper, „Konrad Lueg und Gerhard Richter: Leben mit Pop – Eine Demonstration für den Kapitalistischen Realismus“, in *Wallraf-Richartz-Jahrbuch. Westdeutsches Jahrbuch für Kunstgeschichte* LIII, Köln 1992, S. 289–306.

Tobias Lander, *Coca-Cola und Co. Die Dingwelt der Pop Art und die Möglichkeiten der ikonologischen Interpretation*, Petersberg 2012.

Jochen Link, *Pop-Art in Deutschland. Die Rezeption der amerikanischen und englischen Pop Art durch deutsche Museen, Galerien, Sammler und ausgewählte Zeitungen in der Zeit von 1959 bis 1972*, Stuttgart 2000.

Lucy R. Lippard (Hrsg.), *Pop art*, London 42004 (Orig. 1966).

Marco Livingstone (Hrsg.), *Pop art*, ersch. anl. der Ausst. *The Pop art show*, Köln, Museum Ludwig 1992, München 1992.

Steven Henry Madoff (Hrsg.), *Pop art. A critical history*, Berkeley 1997.

Christin J. Mamiya, *Pop Art and Consumer Culture. American Super Market*, Austin 1992.

*Modern dreams. The rise and fall of Pop*, hrsg. vom Institute for Contemporary Art, New York, Cambridge 1988.

Sighard Neckel (Hrsg.), *Kapitalistischer Realismus. Von der Kunstaktion zur Gesellschaftskritik*, Frankfurt am Main 2010.

*Neue Realitäten. FotoGrafik von Warhol bis Richter*, Ausst.-Kat., Berlin, Kupferstichkabinett, Staatliche Museen zu Berlin 2011, hrsg. von Andreas Schalhorn, Köln 2011.

Heinz Ohff und Wolf Vostell, *Pop und die Folgen oder die Kunst, Kunst auf der Strasse zu finden*, Düsseldorf 1968.

*Pop art. U.S.-U.K. connections 1956–1966*, Ausst.-Kat., Houston, The Menil Collection 2001, hrsg. von David E. Brauer, Ostfildern-Ruit 2001.

*Pop Impressions Europe USA. Prints and Multiples from The Museum of Modern Art*, Ausst.-Kat., New York, The Museum of Modern Art 1999, hrsg. von Wendy Weitman, New York 1999.

John Russell (Hrsg.), *Pop art redefined*, London 1969.

Stephan Strsembski, *Kapitalistischen Realismus. Objekt und Kritik in der Kunst der 60er Jahre*, Hamburg 2010.

Susan Tallman, *The contemporary print. From Pre-Pop to Postmodern*, London 1996.

*Westkunst. Zeitgenössische Kunst seit 1939*, Ausst.-Kat., Köln, Museen der Stadt Köln 1981, hrsg. von Laszlo Glozer, Köln 1981.

Cécile Whiting, *A taste for pop. Pop art, gender, and consumer culture*, Cambridge 1997.

Cécile Whiting, *Pop L.A. Art and the city in the 1960s*, Berkeley, California 2006.

Jürgen Wißmann, „Pop Art oder die Realität als Kunstwerk“, in *Die nicht mehr schönen Künste. Grenzphänomene des Ästhetischen*, hrsg. von Hans Robert Jauß, München 1968, S. 507–530.

## Impressum

Der Katalog erscheint anlässlich der Ausstellung

**Leben mit Pop! Grafik der 1960er Jahre von Warhol bis Richter**

im Museum der bildenden Künste Leipzig  
30.9.2012 bis 13.1.2013

Wir danken herzlich dem Wilhelm-Hack-Museum Ludwigshafen, besonders ihrem Direktor Reinhard Spieler, der Sammlungskuratorin Nina Gülicher, der Leiterin des Forschungsprojekts *Kunst für Alle* Kerstin Skrobaneck, den Restauratoren Herbert Nolden und Bettina Bunte (Stuttgart) und Udo Baur in der Ausstellungstechnik für die freundliche Zusammenarbeit. Auch danken wir Anna-Lena Fuhrmann für die drucktechnische Beratung beim Glossar. Lukas Holldorf danken wir für sein Engagement in der Schlussphase der Ausstellungsverbereitung.

### AUSSTELLUNG

#### Direktor

Museum der bildenden Künste Leipzig  
Hans-Werner Schmidt

#### Ausstellungskonzeption

Frédéric Bußmann

#### Sekretariat

Gabriele Pätow

#### Ausstellungssekretariat

Claudia Klugmann

#### Restauratorische Betreuung

Rüdiger Beck, Antje Hake, Amélie Krebs, Annegret Philipsen, Rita Schwarze

#### Öffentlichkeitsarbeit und

#### Museumspädagogik

Jörg Dittmer, Sylva Dörfer, Kirsten Lemm, Urike Otto, Margret Rost, Christin Schulz, Ina Schulze

#### Technik und Ausstellungsaufbau

Torsten Cech, Sebastian Grandlich-Ferl, Sven Hottenrott, Karsten Hummel, Andreas Neumann, Uwe Wagner

#### Verwaltung

Holger Dammhahn, Steffi Heiland

### KATALOG

#### Herausgeber

Hans-Werner Schmidt und Frédéric Bußmann

#### Katalogkonzeption, Einführung,

#### Katalognotizen und Redaktion

Frédéric Bußmann

#### Glossar der druckgrafischen

#### Techniken

Lukas Holldorf

#### Co-Lektorat

Susanne Petri, Lukas Holldorf

### Fotografien

aller im Katalog abgebildeten Werke (wenn nicht anders vermerkt)  
Joachim Werkmeister, Ludwigshafen am Rhein

### Gestaltung, Lithografie

Harald Richter, Hamburg

### Druck

duckhaus köthen, Köthen

### © 2012

Museum der bildenden Künste Leipzig und Autoren

Alle Rechte vorbehalten.

© VG Bild-Kunst, Bonn 2012  
der abgebildeten Werke von Thomas Bayrle, Peter Blake, Klaus Peter Brehmer, Robert Indiana, Jasper Johns, Roy Lichtenstein, Konrad Lueg, Otto Muehl, Mel Ramos, James Rosenquist, Reiner Ruthenbeck, Klaus Staeck, Joe Tilson, Wolf Vostell

© der abgebildeten Werke von Richard Hamilton bei R. Hamilton. All Rights Reserved/VG Bild-Kunst, Bonn 2012  
© des abgebildeten Werkes von Allen Jones bei Allen Jones 2012  
© des abgebildeten Werkes von Claes Oldenburg bei Claes Oldenburg, Photo courtesy the Oldenburg van Bruggen Studio

© des abgebildeten Werkes von Peter Phillips bei Peter Phillips 2012  
© der abgebildeten Werke von Sigmar Polke bei The Estate of Sigmar Polke, Cologne / VG Bild-Kunst, Bonn 2012  
© der abgebildeten Werke von Robert Rauschenberg bei Robert Rauschenberg Foundation / VG Bild-Kunst, Bonn 2012  
© der abgebildeten Werke von Gerhard Richter bei Gerhard Richter 2012  
© der abgebildeten Werke von Ed Ruscha bei Ed Ruscha 2012  
© der abgebildeten Werke von Andy Warhol bei The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc / Artists Rights Society (ARS), New York  
© der abgebildeten Werke von Tom Wesselmann bei The Estate of Tom Wesselmann / VG Bild-Kunst, Bonn 2012

Sollten trotz Recherche nicht alle Bildrechteinhaber ermittelt worden sein, bitten wir die betroffenen Rechtsträger um eine entsprechende Meldung.

ISBN: 978-3-86060-024-5

Museum der bildenden Künste Leipzig  
Katharinenstr. 10  
04109 Leipzig  
Tel. 0341/216990  
Fax 0341/2169999  
mdbk@leipzig.de  
www.mdbk.de





Robert Rauschenberg gilt zusammen mit seinem Freund Jasper Johns als Wegbereiter der amerikanischen Pop Art, als sogenannter Protopop-Künstler. Nach einem Aufenthalt in Paris 1948 studierte er Malerei bei Josef Albers am bedeutenden interdisziplinären Black Mountain College in North Carolina. Dort lernte er John Cage kennen, der unter anderem Alltagsgegenstände und Umgebungsgeräusche in seine Kompositionen aufnahm und so den Zufall als Kompositionsprinzip einführte. Im Austausch mit Cage und Johns erweiterte Rauschenberg, inzwischen in New York, seine Kunst zu sogenannten *Combine Paintings*, indem er Malerei mit Objekten des Alltags

**ROBERT RAUSCHENBERG (1925–2008)**

**Storyline I** aus der Serie **Reels (B+C)** 1968, Lithografie

kombinierte. Damit stellte er sich in eine Tradition von Künstlern wie dem Dadaisten Kurt Schwitters und Marcel Duchamp. Rauschenberg trug zusam-

men mit Jasper Johns maßgeblich zur Erweiterung des Bildbegriffs in den USA bei und leistete entscheidende Voraussetzungen für die amerikanische Pop Art.

Anders als Pop-Künstler wie Lichtenstein oder Warhol, die sich durch grafische Härte in ihren Arbeiten auszeichneten, blieb Rauschenberg gerade auch in seinen Druckgrafiken immer ein gestisch arbeitender Künstler. 1962 begann er eine fruchtbare Zusammenarbeit mit der Druckwerkstatt Universal Limited Art Editions auf Long Island. Lithografie wurde sein zentrales Ausdrucksmittel in den 1960er Jahren, da er hier seinen eigenen unmittelbaren Gestus mit Reproduktionen von Bildern der Alltags- und Unterhaltungskultur verbinden konnte. Die Lithografie erlaubte ihm mehr persönliche Expressivität, wie man auf der Grafik *Storyline* aus der Serie *Reels (B+C)* von 1968 an den impulsiven Pinsel- und Werkzeugspuren sehen kann. Das Blatt bezieht sich auf Arthur Penns Kinofilm *Bonny and Clyde* von 1967, woraus Rauschenberg Standbilder in Cyan, Blau und Grün fotomechanisch reproduziert und mit seinen Pinselspuren kombiniert hat. In kräftigen Farbtönen zeigen die Bilder zentrale Schlüsselszenen aus dem Film: Liebe, Flucht und Tod der anarchischen Gangsterrebellin Bonny Parker und Clyde Barrow, die in den 1930er Jahren zahllose Bankräube und Morde begingen. Blatt- und Serientitel sind der Filmterminologie entlehnt, denn „storyline“ bezeichnet den filmischen Handlungsbogen, der auf dem Blatt zu einer Simultanansicht zusammengeführt wurde; „reel“ heißt Filmspule und „(B+C)“ ist die Abkürzung für die Namen der hier gezeigten Protagonisten. Der Film wurde wegen seiner Erotik- und Gewaltszenen, aber auch wegen seiner schnellen Szenenschnitte stilbildend für den New Hollywood-Film, der sich an der europäischen Nouvelle Vague orientierte, und dessen spätes Echo man etwa in Oliver Stones *Natural Born Killers* (1994) nach einem Drehbuch von Quentin Tarantino sehen kann. Penns Kultfilm trug dazu bei, dass die Partnerschaft der beiden zu einer großen Romanze zweier Outlaws hochstilisiert wurde. Der politisch engagierte Rauschenberg bekundete auf dem Höhepunkt der amerikanischen Studenten- und Bürgerrechtsbewegung durch die Verarbeitung dieses Filmmaterials seine Unterstützung für eine rebellische und der Staatsgewalt gegenüber kritisch eingestellten jüngeren Generation.



RDUS UATBNP B76 5/6268

**JASPER JOHNS** (\*1930)  
**Watchman** 1967, Lithografie



**CLAES OLDENBURG** (\*1929)

**Nose Handkerchief** 1968, Siebdruck auf weißer Seide



nose cold

0112

Roy Lichtenstein studierte in den 1940er Jahren Malerei an der School of Fine Arts in Columbus und arbeitete einige Jahre in Cleveland, bevor er 1960 nach New York zurückkehrte. Dort kam er dank seines Kollegen an der Rutgers University, Allan Kaprow, mit Künstlern aus dem Umkreis der Pop Art wie Claes Oldenburg, Jime Dine oder George Segal in Kontakt. Angeregt durch Happenings und Environments fing er an, Motive aus der Werbung und Comics als Vorlagen für seine Malerei zu benutzen. Die unpersönlichen Auszüge aus Comicstrips, die er in wenigen kräftigen Farben ohne Tiefenwirkung in Vergrößerung gestaltete, waren eine deutliche Absage an den damals dominierenden Abstrakten Expressionismus. Der Rückgriff auf Motive und standardisier-

### **ROY LICHTENSTEIN (1923–1997)**

**Vicki! I—I Thought I Heard Your Voice!** 1964, Offsetlithografie

te Reproduktionsverfahren der Comics sollte die Kunst aber nicht banalisieren, sondern eine zu starke individuelle Handschrift des Künstlers vermeiden und die Wirkkraft des Trivialen thematisieren. Rasterpunkte und comichaft Reduzierung wurden wiederum sein formales Markenzeichen. Mit der Serie der *Brushstrokes* führte er seine Suche nach einer neuen Form der Malerei fort. Er parodiert hier den im Action Painting gefeierten genialischen Pinselstrich, in dem er ihn isoliert und die Geste ins Monumentale steigert.

Lichtenstein galt als herausragender Grafiker, der sich experimentell mit verschiedenen Drucktechniken auseinandersetzte. Er trug in den 1960er Jahren maßgeblich zur Wiederentdeckung der druckgrafischen Praxis bei, indem er mit Holzschnitt, Lithografie und Radierung arbeitete und mit industriellen Verfahren wie dem Siebdruck experimentierte. Die Offsetlithografie *Vicki!* hat er nach seinem 1964 entstandenen Gemälde im Minneapolis Institute of Arts entworfen. Die Farbgebung ist plakativ auf Gelb, Rot und Schwarz reduziert. Starke Konturlinien und Rasterpunkte verdeutlichen den durch das Herstellungsverfahren bedingten formalen Charakter der Vorlage. Lichtenstein kopierte aber nicht einfach den Comic, sondern erhob ihn durch neue Farbakzente und eine verbesserte Komposition in die Sphäre der Kunst. Der in der Sprechblase gesetzte Text zwischen Vicki und einem Mann („Vicki! Ich—I glaubte Deine Stimme zu hören!“) suggerieren ebenso wie der überraschte Gesichtsausdruck der Frau einen vordergründig spannungsreichen Dialog. Allerdings wirkt die Erzählung stereotyp. Ausdruck und Emotion, so vermittelt die Grafik, werden durch die Unterhaltungsindustrie zu konsumierbaren Waren, zu banalen Formeln.



20 / 100

**ROY LICHTENSTEIN** (1923–1997)  
**Brushstrokes** 1967, Siebdruck



**ANDY WARHOL** (1928–1987)  
**Liz Taylor** 1964, Siebdruck



Andy Warhol 64

Wegen seines radikalen künstlerischen Ansatzes, jedes Kulturgut zu einer reproduzierbaren Konsumware und jedes Konsumgut zu einem Kulturprodukt zu erklären, gilt Andy Warhol als der Pop-Künstler schlechthin. Er arbeitete zuerst als Werbegrafiker, bevor er beschloss, das Triviale und Kommerzielle, die „großartigen modernen Dinge“ der amerikanischen Großstadt, wie er sie nannte, höchst erfolgreich als künstlerische Strategie zu vermarkten. Umgekehrt trivialisierte er den Kunstbegriff. Warhol kannte die Mechanismen der Werbung und des Marktes gut und führte diese offen als Teil seiner Werkkonzeption in den Produktionsprozess ein. Die Radikalität

### **ANDY WARHOL (1928–1987)**

**Self-Portrait** 1966, Siebdruck

seines Ansatzes lag darüber hinaus in der ausschließlichen Verwendung von Reproduktionstechniken. Durch die Verarbeitung vorgefundener Zeitschriftenfotos und Werbemotive, die er ab den frühen 1960er Jahren durch Mitarbeiter seiner Factory im Siebdruckverfahren seriell herstellen ließ, wurde die Kunst zur Massenware. Zwischen Starkult, Konsumorientierung und medial aufbereiteter Sensationslust schwankend, sind die unterschiedlichen Facetten des American Way of Life zentrale Themen seiner Arbeiten, die er ohne Emotionen oder kommentierenden Standpunkt großformatig gestaltete. Ikonen seiner Pop Art wie *Liz Taylor*, *Marilyn Monroe*, *Jacqueline Kennedy* oder auch die *Campbell's Soup*-Dosen haben nachhaltig auf das Bildgedächtnis und Lebensgefühl des 20. Jahrhunderts gewirkt.

Warhols Interesse galt auch dem New Yorker Party- und Musikleben voller Stars und Sternchen, die für kurze Augenblicke medial überhöht und dann wieder fallengelassen wurden. Mit seinem Diktum „in the future everybody will be world-famous for 15 minutes“ antizipierte er Fernsehformate wie Reality Shows. Er selbst setzte als Vermarktungsstrategie eine exzessive und zugleich mehrdeutige Selbstdarstellung ein – zumindest bis zum Attentat 1968 auf ihn durch Valerie Solanas. Die Selbstinszenierung erfolgte unter anderem mit Selbstbildnissen wie dem hier gezeigten Siebdruck von 1967. Dem *Selbstportrait* liegt ein Foto zugrunde, auf dem sein frontal aufgenommenes Gesicht nur halb ausgeleuchtet ist und ein starker Schlagschatten die rechte Gesichtshälfte verdunkelt. Seine linke Hand ist in einer nachdenklichen Pose vor den geschlossenen Mund geführt. Das konzentrierte Schweigen und der nur zu erahnende Blick deuten eine selbstbewusste und distanzierte Haltung an. Monochrom-Silbern und ikonenhaft der Wirklichkeit enthoben, aber massenhaft vervielfältigt, präsentiert sich Warhol hier angesichts des Publikums in Reflexion über den Kultstatus des Pop-Künstlers.



**ANDY WARHOL** (1928–1987)  
**Marilyn Monroe (Marilyn)** 1967, Siebdruck



**TOM WESSELMANN** (1931–2004)  
**Seascape (Tit)** 1964, Siebdruck



Robert Clark, der sich als Künstler nach seinem Heimatstaat Indiana benannte, studierte Anfang der 1950er Jahre zuerst in Chicago und dann in Skowhegan, Maine, freie Kunst. Nach einem kurzen Aufenthalt in Edinburgh 1953 bis 1954 ging er nach New York. Während die meisten Pop-Künstler stark figurativ arbeiteten, konzentrierte sich Indiana ab 1961 in seinen Werken auf typografische Elemente, die er plakativ in Farbe und Fläche gestaltete. Unter dem Eindruck der amerikanischen Hard Edge-Malerei, mit der er durch Elsworth Kelly in Kontakt kam, entwickelte Indiana eine strenge, klar grafisch konturierende Technik. Wie er 1963 schrieb, war Pop für ihn vor allem „eine scharfe

### **ROBERT INDIANA (\*1928)**

**Love** 1967, Siebdruck

Kehrtwendung zurück zu einer gegenständlichen visuellen Kommunikation“, die sich gegen die vorherrschende abstrakte Malerei abgrenze. Allerdings verzichtete er

auf den mimetischen Abbildcharakter der Kunst zugunsten von Sprache und Zeichenhaftigkeit und betonte im Rückgriff auf semiotische Ansätze die Funktion von Kunst als „kommunikativen Prozess“.

Der Siebdruck *Love* von 1967 ist nach einer Reihe von 1966 geschaffenen Signets im Auftrag des Museum of Modern Art als Motiv für eine Weihnachtspostkarte entstanden. Die vier in Rot vor grünem und blauem Hintergrund gesetzten Buchstaben – die Farbgebung wird in anderen Fassungen variiert – sind typografisch so angeordnet, dass sie ein Viereck bilden und ineinander übergehen. Formal erinnert die prägnante Zusammenstellung der Buchstaben mit dem gekippten ‚O‘, der reduzierten Farbgebung und den verschmolzenen Serifen an ein Firmenlogo. Indiana setzte hier bewusst die subtilen visuellen Mechanismen von Marketing, Werbung und Markenidentität ein. Das Wort wurde wegen seiner reduzierten Zeichenhaftigkeit zu einem eigenständigen Bildzeichen, zu einer Ikone der Pop Art. Indianas Wortzeichen hat seinen Ursprung im christlichen Glauben, dass „Gott Liebe ist“, wie er mit Blick auf die Weihnachtszeit erklärte. Die Arbeit war aber deswegen so erfolgreich, weil sie ein eindeutiger Bedeutungsträger mit mehreren Sinnebenen und damit offen in der Interpretation ist. So kann das Wort ebenso für traditionelle zwischenmenschliche und familiäre Werte, eine ethische oder religiöse Norm stehen, als auch für die freie Liebe der Hippies. Mit *Love* schuf Indiana das Markenzeichen der Pop-Ära. Das Motiv wurde in unzähligen Gemälden, Plakaten, Skulpturen und anderen Objekten reproduziert und kam als Briefmarke der amerikanischen Post zum Einsatz. Mit einer Auflage von mehr als 2500 Siebdrucken und 330 Mio. Briefmarken ist die Grafik wohl das am häufigsten reproduzierte Pop-Kunstwerk weltweit. *Love* wurde mit dem Peace-Zeichen zur wichtigsten Ikone der späten 1960er Jahre, als sich die Hippie-Bewegung an der amerikanischen Westküste im Widerstand gegen Konsumkultur, rigide Moral und Vietnamkrieg unter der Maxime von „Make Love, not War“ formierte. *Love* kann aber auch einfach als Sinnbild des positiven Lebensgefühls der Pop Art verstanden werden, denn „Pop is love“, wie Indiana sagte.



James Rosenquist, der aus North Dakota, einer ländlich geprägten Gegend im Mittleren Westen der USA stammt, kam 1960 nach New York. Seine damalige Tätigkeit als Reklamemaler bildete den Ausgangspunkt für kritische Reflexionen über Bilder und Werbestrategien. Er nahm deren suggestive Techniken in seiner Kunst auf, um die „Macht der kommerziellen Werbung“ und „die Inflation der Bilder, die mit dem Geld einhergeht“, wie er 1964 schrieb, zu veranschaulichen.

Die Offsetlithografie von 1965 greift ein Detail seines als Environment konzipierten Gemäldes *F-111* auf. Es besteht aus 51 Tafeln mit einer Gesamtlänge von 26 Metern und wurde 1965 auf vier Wänden in der Galerie Leo Castelli in New York präsentiert (heute im MoMA,

### **JAMES ROSENQUIST (\*1933)**

**Detail F-111** 1965, Offsetlithografie

New York). Die raumfüllende Dimension und die auf Weitsicht konzipierte Malweise sollten den Besucher umfassen, ihn eintauchen lassen in eine panoramaartige, aber in ihrer Gesamtheit nicht zu erfassenden Bildwelt. In der Druckgrafik hat Rosenquist die blau-rot-weiße Banderole der US Air Force vor eine schematisch gehaltene, farbige Blumentapete gesetzt, die er als „Schleier“ beschrieb. Darunter ist ein lächelndes Kind unter einer Föhnhaube zu sehen. Die Föhnhaube, die den amerikanischen Haushalten als Krönung des häuslichen Komforts angepriesen wurde, erinnert in Verbindung mit dem Air Force-Zeichen eher an einen Militärhelm. In der Kombination mit dem Kind, einem Bildzitat aus einer Coca-Cola-Reklame, wirkt dies besonders irritierend. Das ursprünglich positiv konnotierte Gesicht aus der Werbung erhielt bereits auf der Leinwandfassung eine Rötung, die an starke Verbrennungen erinnert. Dieser Gefahr signalisierende Rotton ist in der Grafik von dem nun in Schwarz-Weiß gehaltenen Kindergesicht auf den gesamten unteren rechten Bereich übergegangen. Eine der Glühbirnen leuchtet, ist aber zerbrochen, als Verweis auf die Illusionstechniken der Werbeindustrie. Der Titel *F-111* verweist auf den Namen des damals neuesten Jagdbombers der USA. Vor dem Hintergrund der atomaren Aufrüstung in Ost und West und einer allgemeinen Krisenstimmung in den USA – die Kuba-Krise 1962, die Ermordung John F. Kennedys 1963 und die großflächige Bombardierung Nordvietnams ab 1965 –, thematisiert Rosenquist durch die Kombination von Kindergesicht, Titel, Armeezeichen und Militärgerät die Angst vor einem Atomkrieg und dem Konflikt in Vietnam. Darüber hinaus spricht er den Zusammenhang von Konsumgüterindustrie und Militär an, da viele Industrieunternehmen auch Produkte für die Armee entwickelten, während andererseits die Amerikaner durch ihre Ausgaben das Land als stärkste Wirtschaftsmacht stützen sollten. Krisengefühle sollten durch Konsum befriedet werden. Das ursprüngliche Environment, und hier noch konzentrierter das druckgrafische Fragment, sind von Rosenquist als gesellschaftskritischer Dialog intendiert. Damit widerspricht er dem bisweilen erhobenen Vorwurf gegen die Pop-Künstler, zu affirmativ und unkritisch mit den Errungenschaften der amerikanischen Konsumkultur umzugehen.



*James Rosenquist*  
1965

Edward Ruscha, der in Los Angeles lebt, beschäftigt sich seit den frühen 1960er Jahren mit der amerikanischen Populärkultur und besonders mit Schrift- und Markenzeichen. In jungen Jahren vom Freiheitsversprechen des Sonnenstaates angezogen, hat der aus Nebraska stammende Künstler maßgeblich zur Entwicklung einer kalifornischen Pop Art beigetragen. In Werken wie *Spam* (1962), *Noise* (1963) oder *Flash* (1963) übernahm der ausgebildete Gebrauchsgrafiker vor allem Schriftzüge der amerikanischen Massen- und Konsumkultur. Er stellte die standardisierte Symbolsprache der modernen Westküstenkultur ins Zentrum seines Schaffens, etwa in

### **ED RUSCHA** (\*1931)

**Standard Station: Amarillo Texas** 1966, Siebdruck

Arbeiten zum Schriftzug *Hollywood*, zum Markenzeichen der Filmfirma *20th Century Fox* oder zur *Route 66*.

Durch seinen foto- und schriftorientierten Ansatz, der etwa bei seinem ersten Künstlerbuch *Twentysix Gasoline Stations* von 1963 mit seriell arrangierten Fotografien von Tankstellen entlang der Route 66 deutlich wird, wirkte er über die Pop Art hinaus auch auf die Konzeptkunst.

In den 1960er Jahren konzentrierte sich Ruscha stark auf Drucktechniken wie Lithografie, Radierung oder Siebdruck und experimentierte mit fotografischen Verfahren und Materialien. Der Siebdruck *Standard Station* von 1966, von dem es verschiedene Fassungen gibt, basiert auf einem Foto aus der Serie von 1963 und zeigt eine Tankstelle in Texas. Durch grafische Reduktion versuchte Ruscha aus diesen „Schachteln mit Worten darauf, die mehr durch Zufall Tankstellen waren“, wie er sagte, die Charakteristika dieser Architektur zu erfassen. Er perfektionierte die Tankstelle nach werbegrafischen Maßstäben, indem er allein den architektonischen Rahmen, die Zapfsäulen und den in die Weite ragenden Schriftzug „Standard“ in kräftigen Farben stehen ließ. Die Objekte erscheinen flächig, ja flach, plakativ, allein die starke Verkürzung der Architektur vermittelt ein Raumgefühl. Diese Kulissenhaftigkeit erinnert an eine Filmszene. Das längliche, dem Cinemascope angepasste Format und die leicht verzerrende Grundperspektive, die dem Blick eines Autofahrers entspricht, erzeugen den Eindruck leerer Weite, wie man sie von den endlosen Landstraßen der amerikanischen Interstates kennt. „It's super drama“, so hat er seinen von Filmen geprägten Eindruck der amerikanischen Stadtlandschaften mit Blick auf die aus dem Nichts auftauchenden Tankstellen bezeichnet, die in den ausschließlich auf den Autoverkehr ausgerichteten amerikanischen Städten allgegenwärtig sind. Der hier zu lesende Schriftzug „Standard“ wiederum verweist auf den Namen der Firma *Standard Oil*. Er steht darüber hinaus auch für die standardisierte Norm der industriellen Verarbeitung, für die immer gleichen Formen und Farben der Massenprodukte. Im Stil von Billboards mit einem Hang zur kinoartigen Totalperspektive hat Ruscha hier nach allen Regeln der Werbegrafik die Standardisierung der amerikanischen Konsumkultur herausgearbeitet.

**STANDARD**



*Standard Gas Station 1930*

**ED RUSCHA** (\*1931)  
**Hollywood** 1968, Siebdruck



© 2010 Getty Images

Mel Ramos studierte in den 1950er Jahren in Sacramento, Kalifornien, bei dem Pop-Künstler Wayne Thiebaud Malerei. Ab den frühen 1960er Jahren wandte sich Ramos Cartoons und Comicstrips zu. Er interessierte sich für die Superhelden und besonders für die Superheldinnen der amerikanischen Unterhaltungskultur und schuf damit das Westküstenpendant zu der in New York gepflegten Pop Art etwa von Roy Lichtenstein. Mitte der 1960er Jahre entwickelte er das bis heute unveränderte Grundschema seiner Arbeiten, indem er ein Objekt der Konsumwelt mit der Darstellung einer nackten Frau kombinierte. Vor einem einfarbigen Hintergrund gehalten, isolierte er

### **MEL RAMOS** (\*1935)

**Coke** 1972, Siebdruck

beide Motive von ihrem Kontext, wobei die Überdimensionierung der Ware auf Reklametechniken verweist. In der Themenwahl griff Ramos zwei für Kalifornien typische Wesenszüge auf: die von Hollywood und Disney bestimmte Unterhaltungskultur mit einer vom übrigen Amerika nicht geteilten hedonistischen Freizügigkeit. Er stellte den eher spröden, wenig anziehenden New Yorker Pop-Akten etwa von Tom Wesselmann eine sinnliche kalifornische Partnerin zur Seite. Die in einer glatten Ästhetik und freundlich-hellen Farben gezeichneten Motivgruppen tragen bisweilen groteske Züge, etwa in der Kombination einer Frau mit einer Zündkerze, einem Hamburger oder einer Ketchup-Flasche. In der Kunst sind solche Fantasien nicht neu, nur Ramos, der sich bisweilen direkt auf Werke der Kunstgeschichte wie etwa von Salvador Dalí oder Francis Picabia bezieht, hat sie konsequent zum einzigen Bildthema seines Schaffens erhoben. Zumeist ohne Bildraum dargestellt, erhalten die Darstellungen eine surreale Dimension erotischer Traumbilder und sind doch nur ein übersteigerter Ausdruck der in gängigen Medien zu sehenden Motive. Die auf ihre körperlichen Reize reduzierten Frauen entnimmt er dem seit 1953 erscheinenden Herrenmagazin *Playboy*. Er huldigt den Leinwandschönheiten und Pin-up-Girls und platziert sie in der Welt der Genussmittel. Der feminine Sexappeal ist nicht mehr die Begleitstimme des Warenangebotes, der Körper selbst ist Ware.

Unter den grafischen Verfahren bevorzugt Ramos künstlerische Techniken wie Lithografie und den auch als Kollotypie bekannten Lichtdruck. Er verwendet aber auch den ursprünglich kommerziellen Siebdruck, der stärker noch auf den Warencharakter der Darstellung verweist. Der Siebdruck *Coke* hat ein Gemälde mit dem Titel *Lola Cola #2* von 1971 zur Vorlage. Vor dem Hintergrund des mittig platzierten Coca-Cola-Signets steht eine nackte Schönheit, deren körperlichen Reize weitgehend von einer ungeöffneten 25-Cl-Cola-Flasche verdeckt werden. Die im Titel *Lola Cola* angedeutete gespielte Unschuld einer jungen Verführerin findet ihren Ausdruck in dem Unterwerfung vermittelnden geneigten Kopf, den sehnsuchtsvollen Augen und den gekreuzten Armen, die in vorgetäuschter Schutzhaltung nur eine Brust verbergen und die andere offenbaren. Der voyeuristische Impuls lässt den männlichen Blick von der nackten Brust über die weiblichen Rundungen gleiten. Der helle Hautstreifen im Hüftbereich hebt die kalifornische Bräune des Mädchens hervor und betont noch ihre Nacktheit, die sie hinter der Flasche kokett verbirgt. Zwar erahnt man durch die Flasche hindurch mehr als dass man sehen könnte. Der Blick jedoch wird dadurch unweigerlich auf die Fantasie und Konsum gleichermaßen stimulierende Parallele zwischen der Flaschenform und der weiblichen Silhouette gelenkt. Durch die schamlose Verbindung von Konsum und Sex greift Mel Ramos die gängigen Klischees der Werbeindustrie auf. Mit einer kalifornisch-lockeren Heiterkeit, die heute betrachtet zum Sexismus neigt, trug er in den 1960er Jahren zur sexuellen Liberalisierung in den USA und in Europa bei. Dabei ist er kein Moralist, sondern geht in seiner Kunst den Weg konsequent weiter, den die Warenästhetik weist.



Der an der Royal Academy of Arts in London als technischer Zeichner ausgebildete Richard Hamilton gehörte als Gründungsmitglied der Independent Group zu den geistigen Urhebern der englischen Pop Art. In der Independent Group diskutierten Kritiker, Künstler und Architekten die kulturellen Umwälzungen nach dem Zweiten Weltkrieg in Großbritannien, die durch technischen Fortschritt, Massenmedien und einer von Amerika beflügelten Konsumkultur eine neue Epoche einläuteten. Hamilton ging es weniger um das einzigartige Kunstwerk, sondern um die moderne Gestaltungs- und Bildkultur, die er an der Schnittstelle von bildender Kunst und Design,

**RICHARD HAMILTON** (1922–2011)

**Interior** 1964/1965, Siebdruck

von technischem Bild und Medien aufzuspüren suchte. Das künstlerische und thematische Spektrum seines Schaffens ist entsprechend vielfältig,

jedoch kamen gerade die ursprünglich industriell genutzten Drucktechniken wie der Siebdruck seinem experimentellen Ansatz zur Überwindung einer Trennung von Hoch- und Trivialkultur besonders entgegen.

Von *Interior* existieren sechs Fassungen, in denen Hamilton mit den vielfältigen Möglichkeiten der Drucktechnik experimentiert. Zu den Blättern wurde er durch ein Standbild aus dem Film noir *Shockproof* (1949) von Douglas Sirk angeregt. Seine Siebdrucke bearbeitete er zusammen mit der wichtigsten Londoner Werkstatt Kelpra Studio von Chris Prater. Auf der hier gezeigten Version von *Interior* benutzte er acht Siebdruckschablonen, wobei er unterschiedliche Bildschichten mit fotografischen und eigenen gestalterischen Elementen überlagerte. In verschiedenen, gegenläufigen Perspektiven wurden Schwarz-Weiß-Fotografien, zum Teil koloriert, gestaffelt übereinander montiert und mit Farbflächen und Zeichnungen kombiniert. Das Interieur ist geprägt durch eine gehobene Ausstattung mit Gemälden, edlen Möbelstücken und exotischen Blumenvasen. Im Zentrum aber steht die damals wichtigste technische Errungenschaft im Medienbereich: der Fernseher. Rechts wird Einblick in eine modernere Raumausstattung gewährt. Die große Raumansicht entstammt einer Fotografie des Wohnzimmers von Julie Manet, der Tochter der impressionistischen Malerin Berthe Morisot, während die Frau in der Mitte einer Waschmaschinenwerbung entnommen ist. Hamilton vereint hier mit einem Hang zur Skepsis über den technischen Fortschritt unterschiedliche zeitliche Epochen, Lebenswelten und Realitätsebenen: ein von Technik und Massenmedien noch relativ unberührtes, geschmackvoll eingerichtetes Interieur des späten 19. Jahrhunderts, dem das konsum- und fernsehorientierte Lebensgefühl der Nachkriegszeit gegenüber gestellt ist.



**RICHARD HAMILTON** (1922–2011)  
**I'm Dreaming of a White Christmas** 1967, Siebdruck



**RICHARD HAMILTON** (1922–2011)  
**Swinging London 67 – poster** 1968, Offsetlithografie



Peter Blake hat ursprünglich eine Ausbildung als kommerzieller Grafiker erhalten, um dann in den 1950er Jahren am Royal College of Art in London zu studieren. Seine Kunst ist stärker malerisch ausgerichtet, mit einem Hang zum Persönlichen und Sentimentalen. Seit den späten 1950er Jahren hat er sich mit Motiven der städtischen Jugend- und Alltagskultur beschäftigt. Dabei ging es ihm nicht darum, die malerische Perfektion akademischen Könnens zu vermitteln, sondern Sujets der modernen Medienwelt in einer spontanen, bisweilen unbeholfen anmutenden Einfachheit und einer gewissermaßen volkstümlichen Darstellungsweise umzusetzen. Er

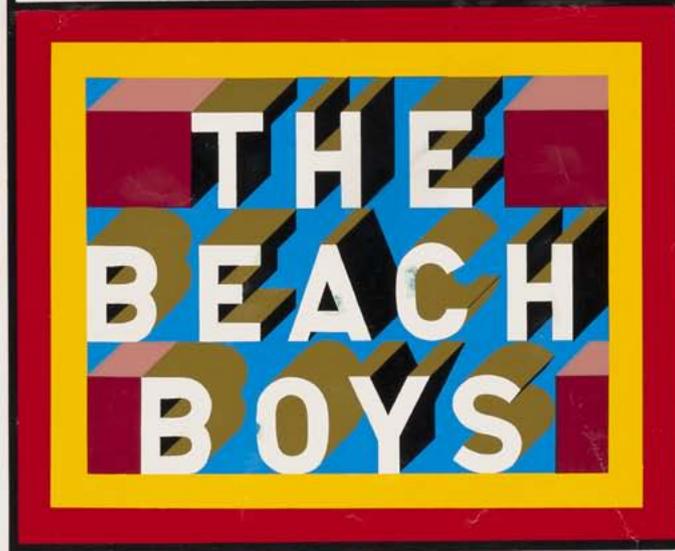
**PETER BLAKE** (\*1932)

**The Beach Boys** 1964, Siebdruck

griff Bilder bekannter Wrestler auf, collagierte Pin-up-Girls und verarbeitete Film- und Musikstarfotos wie etwa von Elvis Presley, Frank Sinatra, Bo Diddley

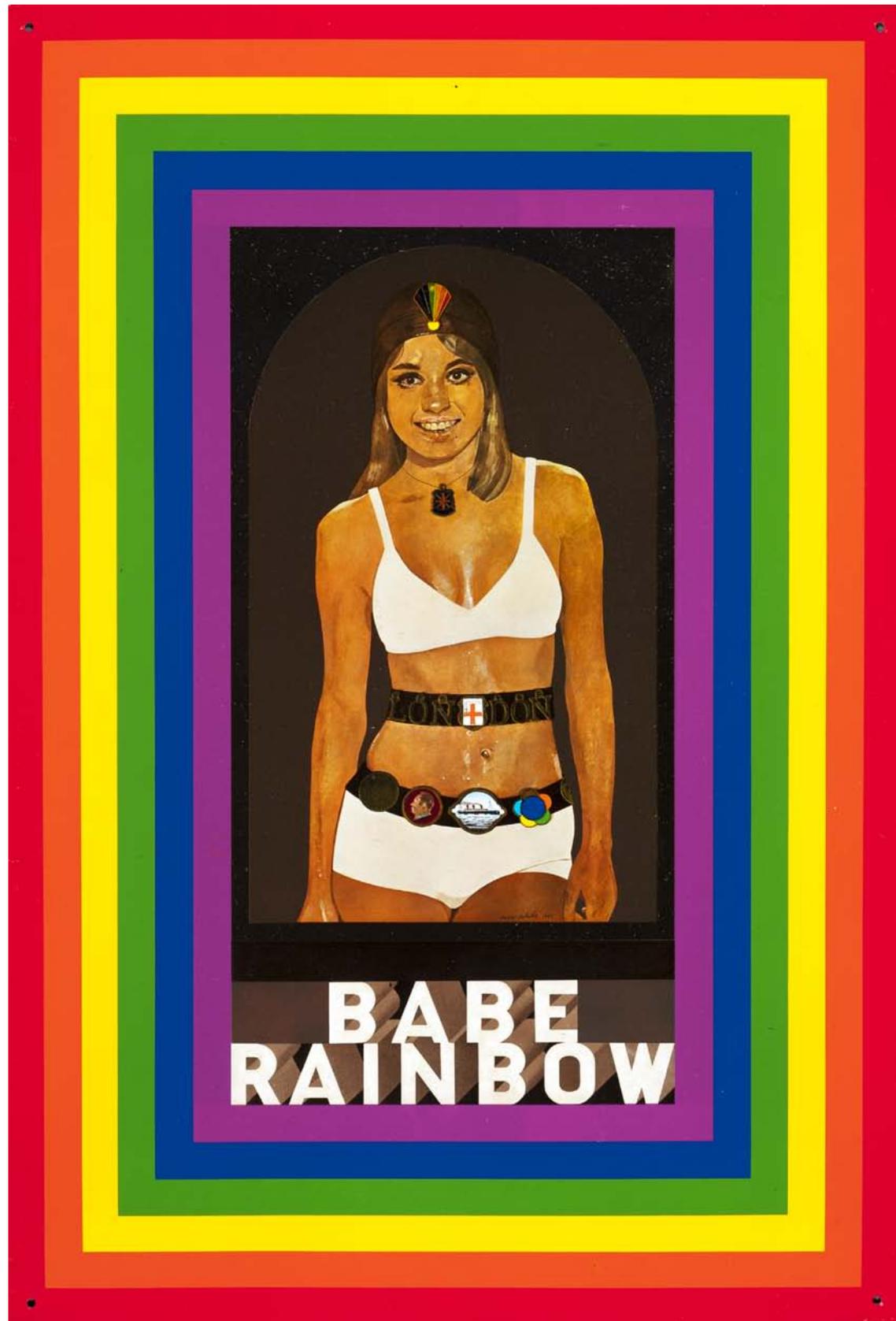
oder Marilyn Monroe, welche die englische und amerikanische Populärkultur nach dem Zweiten Weltkrieg prägten. Er kombinierte häufig Malerei mit Fotografien aus Zeitschriften oder nutzte diese als Vorlagen. So liegt zum Beispiel seinem *Babe Rainbow*, aus der Blake eine fiktive Geschichte einer Catcherin gesponnen hat, ein Foto aus der Modezeitschrift *Marie Claire* von 1967 zugrunde.

Zu einer wichtigen Werkgruppe im Schaffen von Peter Blake zählen Arbeiten aus dem Umkreis der Popmusik. Wie Richard Hamilton, der das *White Album* der Beatles von 1969 gestaltete, oder Andy Warhol, der ebenfalls mit seinem Bananen-Cover für *Velvet Underground & Nico* von 1967 das Hüllendesign zur Kunst erhob, entwarf auch Peter Blake Plattencover. Das bekannteste ist *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* von den Beatles aus dem Jahr 1967, das er zusammen mit seiner Frau, der amerikanischen Pop-Künstlerin Jann Haworth gestaltete. In der Verbindung von Kunst und kommerziellem Design wurde es zusammen mit der Beatles-Musik zu einem der prägendsten Pop-Werke überhaupt. Der hier gezeigte Siebdruck der amerikanischen Band The Beach Boys stammt aus dem Jahr 1964. Blake hatte nach seiner Hochzeit 1963 einige Zeit an der Westküste der USA verbracht. Die Beach Boys verkörperten damals den Geist des Sonnenstaates am Pazifik: Freiheit, Vergnügen, Musik und Surfen. In ihren Hits *Surfin' USA* oder in dem psychedelisch beschwingten, stärker experimentellen *Good Vibrations* klingt ein solches Lebensgefühl mit an. Die Inspiration für seinen Siebdruck kam Blake in Venice Beach, dem Surferparadies bei Los Angeles, als er in einer Corvette Stingray die Beach Boys hörte und langsam am Pazifik entlang fuhr. Er entnahm das Bild der Band ihrer LP *Shut Down Volume 2* von 1964, auf der die fünf immer lächelnden Jungs mit ihrer Corvette Stingray zu sehen sind, und kombinierte es mit dem dynamischen Schriftzug des Bandnamens. Die um die Schrift gesetzten kräftigen Farben verweisen im Stil von Jahrmarktspostern auf die ‚guten Energien‘, die Blake, weit weg von dem eher düsteren England, mit dem Licht Kaliforniens, dem Blau des Meeres und dem Rot und Gelb von Strand und Sonne verbunden haben mag. Blake setzt hier dem zurückgelehnten Lebenswandel der Westküste, dem kalifornischen Way of Life ein Denkmal – zur Sonne, zur Freiheit, in der Sprache des Pop!



**PETER BLAKE** (\*1932)

**Babe Rainbow** 1968, Siebdruck auf Metall



**ALLEN JONES** (\*1937)  
**Icarus** 1968, Lithografie



Peter Phillips studierte ab 1959 zusammen mit anderen angehenden englischen Pop-Künstlern wie David Hockney, Allen Jones, Derek Boshier und Patrick Caulfield am Royal College of Art in London. Zuvor hatte er in Birmingham eine Ausbildung in Grafikdesign erhalten. Seine Arbeiten der 1960er Jahre sind entsprechend grafisch geprägt, mit reinfarbigem, fast aggressiv wirkenden Farbflächen, zeichenhaften Elementen und klaren geometrischen Formen. Mit anderen Pop-Künstlern verbindet ihn das Interesse an den Massenmedien, an Bildern der Werbung und an Konsumgütern, die er als Fotos mit grafischen Elementen plakativ montierte. Phillips Arbeiten

**PETER PHILLIPS (\*1939)**

**Custom Print I** 1965, Siebdruck, Collage

sind deutlich von der amerikanischen Bildkultur geprägt. Sie neigen zu der in New York gepflegten Pop Art mit harten Kanten und glatten Oberflächen.

„Mein Bewußtsein von Maschinen, Werbung und Massenkommunikation ist vermutlich anders geartet als das einer älteren Generation, die in einer Zeit gelebt hat, in der diese Faktoren keine Rolle spielten“, beschrieb Phillips seine künstlerische Auffassung, „ich bin durch sie konditioniert worden, bin mit all diesen Dingen groß geworden und bediene mich ihrer, ohne weiter darüber nachzudenken.“ Die Grafik *Custom Print I* spiegelt diesen Einfluss von Maschinen und Werbung wider. Der Titel bezieht sich auf Werkstätten in New York, in denen man sein Auto mit vorgeprägten Motiven selbst dekorieren konnte. Der leuchtend-gelbe Hintergrund, der Blitz und die Feder verweisen auf die Ästhetik von Spielautomaten. Ikonografisch nimmt Phillips Bezug auf die Welt der Autowerbung. Er evoziert die Fetischisierung von Konsumgütern wie dem Auto und die Sexualisierung der Werbeästhetik, wie sie auch von Mel Ramos thematisiert wurde. In der hier gezeigten Verbindung von auffordernd lächelndem Bikini-Mädchen und geschwungener Kühlerhaube greift Phillips die in der Werbung bisweilen angewandte Gleichsetzung von Frauen und Autos als begehrenswerte Lustobjekte auf. Der Blitz im Hintergrund könnte auf die zündenden Energien von Autos und Frauen für den männlichen Betrachter, die Autofeder auf die vermeintlich männlichen Attribute von Kraft und Ausdauer verweisen. Gedruckt wurde die Grafik 1965 in New York, wo Phillips zwischen 1964 und 1965 lebte. Sie fand dann Aufnahme in die Mappe *11 Pop Artists* (1965/1966), in der Grafiken von Roy Lichtenstein, James Rosenquist, Andy Warhol, Jim Dine, Allen Jones, Mel Ramos und anderen vertrieben wurden und die einen wichtigen Beitrag zur Kenntnis der Pop Art in Deutschland leistete.



Der gelernte Tischler Joe Tilson erhielt seine künstlerische Ausbildung am Royal College of Art in London. Früh interessierte er sich für vorproduzierte Bilder der Werbeästhetik, die er zusammen mit typografischen Elementen in seine Arbeit einbrachte. In den 1960er Jahren überschritt Tilson zunehmend die Grenzen der Malerei. Er wandte sich verstärkt grafischen Techniken und der Fotografie zu. In illustrierten vorgefundene Fotos und Texte stellte er collageartig so gegenüber, dass sie eine neue Bedeutung erhielten. Der Siebdruck, den er neben dem Offsetdruck einsetzte, erlaubte ihm dabei die perfekte Montage verschiedener Bild- und Textebenen. Seine Druckgrafiken

### **JOE TILSON (\*1928)**

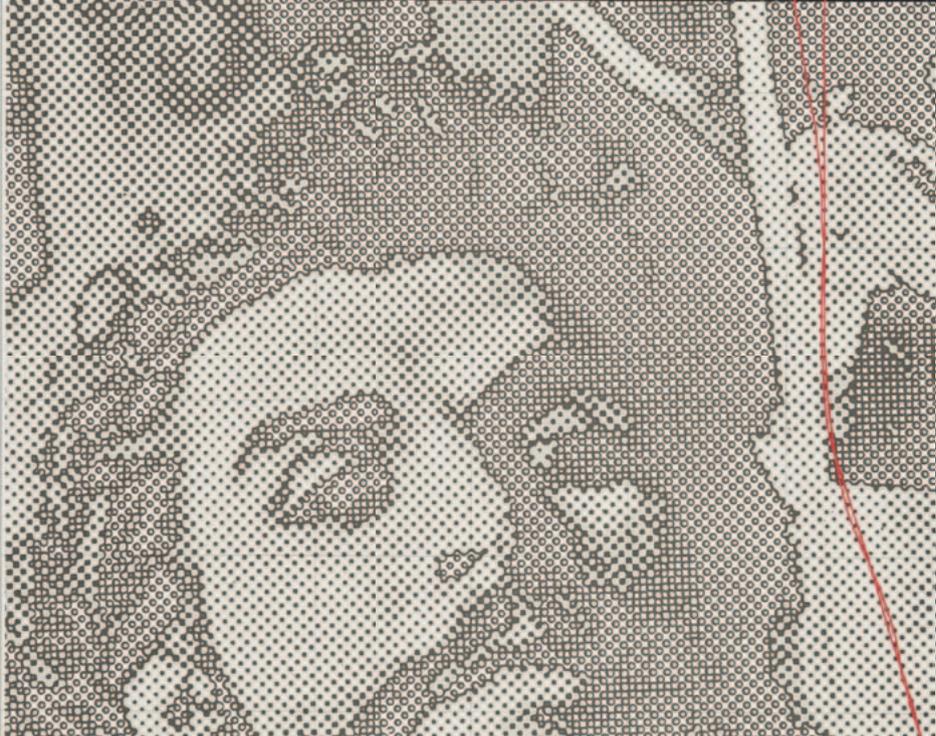
**Page 30 Letter from Che ...** 1969, Siebdruck, Collage

erweiterte er zu Grafikobjekten etwa durch die Verwendung von PVC, dem Pop-Modematerial, wie in der Serie *Clip-O-Matics*.

Im Laufe der 1960er Jahre ist bei Tilson eine stärkere Politisierung festzustellen, wobei das in den Medien transportierte Bild des politischen Geschehens im Vordergrund steht. Proteste des amerikanischen Civil Rights Movement, der schwarzen Bürgerrechtsbewegung in den USA, griff er etwa bei *The Bela Lugosi Journal* (1969) oder *Malcolm X* (1969–1970) auf, die Proteste der antiautoritären Hippie- und Studentenbewegung in San Francisco in der Grafik *Let a thousand Parks bloom* (1971). In der 1968 bis 1970 entstandenen Grafikserie zu Che Guevara wandte er sich einem Helden der Studentenbewegung zu, der vielen in der westlichen Welt als Vorbild im ‚revolutionären Kampf gegen den Imperialismus‘ galt. Südamerikanische oder südostasiatische Guerillatechniken, die mit Che Guevara, Mao oder Ho Chi Minh verbunden wurden, standen dabei in der Theorie hoch im Kurs. Das Bild des jungen Che von Alberto Kordas gilt bis heute als Protestikone eines jungen, nicht durch die Macht korrumpierten und attraktiven Revolutionärs. Auf der Grafik *Letter from Che* thematisiert Tilson diesen auch medial begründeten Ruhm des argentinischen Revolutionärs. Nach seiner Ermordung durch die kolumbianische Armee 1967, von seinen Kampfgenossen zum Märtyrertod erhoben, stieg das Ansehen des Revolutionärs rasch zu dem eines (politischen) Pop-Stars an. Während der vorhergehenden, in den Medien weltweit verfolgten Jagd auf ihn durch die CIA in Südamerika und Afrika hatte sich Che Guevara immer wieder anhand von Briefen öffentlich zu Wort gemeldet, um so die Überlegenheit seiner Guerillataktik vorzuführen. Die Kopie einer dieser Briefe ist hier wiedergegeben, verbunden mit den von amerikanischen und kolumbianischen Politikern veröffentlichten Fotos des aufgebahrten Körpers, die als Beweis für seinen von vielen bezweifelte Tod dienen sollten. Eine kleine Medaille, wie sie Soldaten zur Identifikation im Falle ihres Todes tragen, ist mit der Grafik kombiniert. Sie erweitert das Blatt zu einem Grafikobjekt. Mit der Vergrößerung des Zeitungsfotos, deutlich an den unterschiedlich groben Rasterungen zu erkennen, erreicht Tilson bewusst kein besseres Verständnis des Geschehens, sondern verweist auf dessen verklärende Stilisierung in den Medien.



Quem é  
Bom e bom  
vale todo. Mas quem  
quidem é  
Se o mundo  
em 1960, quando  
muitos não nos  
chamam e os outros  
dramas que se passam  
em que não são mais  
bons  
Da primeira viagem a  
Lima  
em 1962, 1963  
em 1964, 1965  
em 1966, 1967  
em 1968, 1969  
em 1970, 1971  
em 1972, 1973  
em 1974, 1975  
em 1976, 1977  
em 1978, 1979  
em 1980, 1981  
em 1982, 1983  
em 1984, 1985  
em 1986, 1987  
em 1988, 1989  
em 1990, 1991  
em 1992, 1993  
em 1994, 1995  
em 1996, 1997  
em 1998, 1999  
em 2000, 2001  
em 2002, 2003  
em 2004, 2005  
em 2006, 2007  
em 2008, 2009  
em 2010, 2011  
em 2012, 2013  
em 2014, 2015  
em 2016, 2017  
em 2018, 2019  
em 2020, 2021  
em 2022, 2023  
em 2024, 2025



67  
26  
wll



Gerhard Richter absolvierte eine Ausbildung als Schriften- und Bühnenmaler in Zittau, bevor er von 1953 bis 1957 Wandmalerei an der Hochschule für Bildende Künste Dresden studierte. Nach seiner Flucht in den Westen begann er 1961 ein Studium an der Kunstakademie Düsseldorf bei Karl Otto Götz, wo er seine späteren Künstlerfreunde Konrad Lueg und Sigmar Polke kennen lernte. Das Interesse an medial vermittelten Bildern verband sie mit der Pop Art, die um 1963 auch in Deutschland verstärkt wahrgenommen wurde. In der Malerei, aber auch in seinen druckgrafischen Arbeiten, befragt Richter die Rolle des subjektiven, künstlerischen Schöpfungsaktes,

### **GERHARD RICHTER (\*1932)**

**Mao** 1968, Lichtdruck

in dem er auf vorgefundene Fotografien und mechanisch hergestellte Zeitungsbilder zurückgriff. Durch die Verarbeitung anonymer Fotos in male-

rischer Unschärfe reduzierte er unter anderem die narrative Bedeutung des Sujets und fand die „Freiheit zu malen, was man wollte“, wie er sagte. Das Triviale befreite ihn von Traditionen und ermöglichte ihm neue Formen der Malerei zu erkunden.

Richter trug ab Mitte der 1960er Jahre maßgeblich zum Wiederaufleben der Drucktechniken und ihrer künstlerischen Weiterentwicklung in Westdeutschland bei. Er begann mit verschiedenen industriellen und künstlerischen Drucktechniken wie Offset, Siebdruck, Heliogravüre und Lichtdruck zu experimentieren. *Mao* ist sein erster Lichtdruck, ein aufwendiges und rein fotomechanisches Verfahren, das ohne Bildraster auskommt und so eine noch weichere Darstellung erlaubt. Die Vorlage ist einer Zeitung aus dem Jahr 1967 entnommen, die er unscharf fotografierte und auf das Doppelte vergrößerte. Viele der Arbeiten Richters aus dieser Zeit haben anonyme Personen oder Objekte zur Vorlage. *Mao* bildet als Porträt einer politischen Persönlichkeit ebenso wie die Offsetgrafik der englischen Königin *Elisabeth II* eine Ausnahme. Mao Zedong genoss in der westlichen Welt der 1960er Jahre ein zwiespältiges Ansehen. Auf der einen Seite wurden seine Worte in der sogenannten Mao-Bibel in links orientierten Studentenkreisen als Antwort auf den Kapitalismus gefeiert, auf der anderen Seite verurteilte man seine blutige Kulturrevolution, der seit 1966 Millionen zum Opfer fielen, immer wieder öffentlich. Maos Gesicht, bis heute in China im sozialistischen Führerkult hoch verehrt, erhielt in der westlichen Kunst der 1960er Jahre durch Arbeiten von Andy Warhol, Roy Lichtenstein, aber auch Sigmar Polke, Thomas Bayrle oder Otto Muehl den Status einer Pop-Ikone. Richter wiederum, der auch aus eigener Erfahrung dem Führerkult misstraute, verlieh Mao durch die fotografische Unschärfe den Charakter einer flüchtigen Erscheinung. Er ließ seine Interpretation aber offen. „Ich habe in einem unscharfen Bild noch nie etwas vermisst. Im Gegenteil, man sieht viel mehr darin als in einem scharfen Bild“, so Richter 1973, „das Bild ist offener.“ Entgegen der politischen Gewissheit einiger seiner Zeitgenossen drückt er hier seine Ambivalenz und Skepsis gegenüber kommunistischen Führern und Ideologien aus. Zugleich überläßt er es dem Betrachter, ob er hier einen Tyrannen, einen Heilsbringer oder nur ein freundlich lächelndes Gesicht sehen will.



Sigmar Polke, bis zur Übersiedlung an den Niederrhein 1953 in Thüringen aufgewachsen, schloss zuerst eine Lehre als Glasmaler ab, bevor er von 1961 bis 1967 an der Akademie in Düsseldorf Kunst studierte. Auf diese Zeit gehen seine Freundschaften mit Gerhard Richter und Konrad Lueg zurück. Die drei einte auch das Interesse an den durch Medien vermittelten Bildern und zugleich ein ironisch-kritischer Blick auf die westdeutsche Nachkriegsgesellschaft. Ähnlich wie sein Künstlerfreund Klaus Staeck nahm Polke offen Spießigkeit und politische Missstände der bundesrepublikanischen Gesellschaft ins Visier seiner Kunst. Ohne einem festen Stil zu folgen,

### **SIGMAR POLKE (1941–2010)**

**Fernsehbild (Kicker) I** 1971, Offsetdruck

stellte er durch die den Massenmedien entnommene Bildsprache das Konzept einer festen künstlerischen Identität und den Wahrheitsgehalt von media-

len Bildern in Frage. In seiner Malerei trieb er die Entmystifizierung des künstlerischen Werkprozesses voran, etwa durch die Offenlegung materieller Strukturen eines Gemäldes anhand von transparenten Bildträgern oder die auf das technische Bildgebungsverfahren verweisenden Rasterpunkte.

Polke war einer der „konsequentesten und bemerkenswertesten Erneuerer der Druckgrafik nach dem Krieg“ (C. Vogel). Überzeugt von der gesellschaftlichen Relevanz von Kunst, fing er in den 1960er Jahren an, sich auch für industrielle und kommerzielle Drucktechniken zu interessieren. Vor allem dem Offsetdruck wandte er sich zu, da dieser hohe Auflagen und günstige Preise ermöglichte, und damit eine größere Verbreitung im Sinne einer Demokratisierung der Kunst möglich war. In seinen ersten Drucken reflektierte Polke die unterschiedlichen Darstellungs- und Vermittlungsformen von Bildern: Bei *Freundinnen* und *Wochenendhaus* benutzte er schwarz-weiße Zeitungs- und Werbefotos als Vorlage, die mit farblichen Akzenten abgemalt und anschließend im Offset- bzw. Siebdruck reproduziert wurden. Auf *5 Phasen einer von Polke und Richter vorgenommenen Umwandlung* adaptierte er wiederum das Format wissenschaftlich-technischer Bilder, während die Serie der Kölner *Bettler* den amateurhaften Fotoschnappschuss imitierte. Das *Fernsehbild* von 1971 schließlich, entworfen für die Hamburger Griffelkunst-Vereinigung, hat nicht den Fernseher zum Gegenstand. Der Titel ist ein Verwirrspiel, das auf der äußerlichen Ähnlichkeit zwischen dieser Grafik und einem Fernsehbild beruht, wobei Polke Erwartungshaltungen an die Kunst subversiv unterlief. Er fotografierte zuerst leicht unscharf ein Detail aus einem Tischfußballspiel. Dann knüllte er den kontrastarmen Abzug zusammen, entfaltetete ihn wieder und fotografierte ihn erneut. Das zweite Foto wurde als Vorlage für den Druck genommen. Noch deutlicher als auf den anderen Grafiken unterstrich Polke die Bedeutungslosigkeit des Motivs gegenüber der Variation technischer und künstlerischer Reproduzierbarkeiten. Er entzog der Grafik jede Perfektion und erzeugte bewusst Fehlstellen durch Knitterfalten und Glanzlichter. Für den Druck benutzte er dann auch noch das kommerzielle und wenig angesehene Offsetverfahren, das er wiederum durch die Verwendung von teurem Büttenpapier als Träger aufwertete. Polke brach also mit allen Vorstellungen eines ‚guten‘ druckgrafischen Werkes, indem er durch Titel, Motiv, Technik und Träger gegensinnige Assoziationen erzeugte und gängige Bewertungskriterien unterwanderte.



Der in Berlin geborene Thomas Bayrle studierte nach einer Ausbildung als Weber von 1958 bis 1961 Druckgrafik an der Werkkunstschule Offenbach und ließ sich in Frankfurt am Main nieder. Aufgrund der Nähe wichtiger amerikanischer Militärbasen war Frankfurt ein Eingangstor der amerikanischen Pop-Kultur in der Bundesrepublik Deutschland und, unter dem Eindruck der Frankfurter Schule mit ihrer Kritischen Theorie, zugleich ein wichtiges Zentrum der antiautoritären 68er-Bewegung. Diese besondere kulturell-politische Mischung hat Bayrle maßgeblich beeinflusst. Im Zuge der ab 1963 stattfindenden Auschwitz-Prozesse in Frankfurt erhielten Studien zum

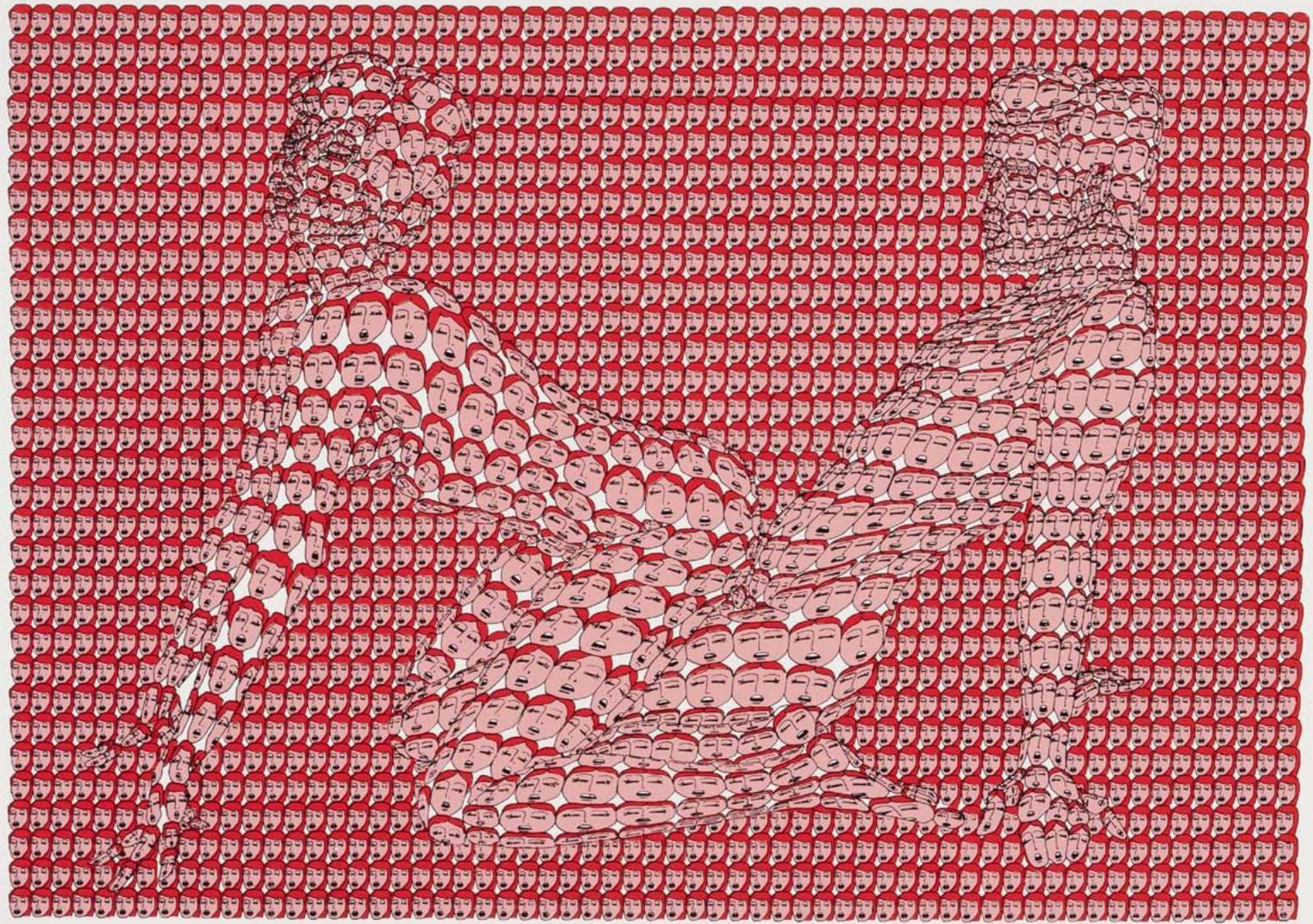
### **THOMAS BAYRLE (\*1937)**

**Herzensbrecher** 1970, Siebdruck

Verhältnis von technischem Fortschritt und Vernunft, wie sie der Frankfurter Soziologe Sigfried Kracauer bereits 1927 mit *Das Ornament der Masse*

vorgelegt hatte, eine größere Aufmerksamkeit. Bayrle griff in einigen Arbeiten diese Überlegungen zu totalitären Machtstrukturen auf, die er mit Themen aus dem Umkreis der politischen Massenbewegungen wie dem Nationalsozialismus oder dem kommunistischen China verband. Auch Massenwaren wie der VW-Käfer zogen sein Interesse auf sich. „Für mich waren die äußeren Formen der Massenprodukte im Westen und der Massendemonstrationen im Osten optisch gleich“, sagte Bayrle 2009 über seine Arbeit, „Ich habe ohne Bedenken kommunistische und kapitalistische Muster einfach unter dem Aspekt der Anhäufung vermischt.“ Kennzeichnend für seine auf die Grafik konzentrierte Kunst ist die serielle, maschinell wirkende Wiederholung eines Motivs, das Teil eines Größeren wird und eine neue Identität annimmt. Die repetitive Massenproduktion moderner Waren – wie sie auch Andy Warhol oder der jung verstorbene und für Bayrle wichtige Frankfurter Künstler Peter Roehr zum Thema ihrer Kunst gemacht haben – findet ihre Entsprechung in der seriellen Motivwiederholung.

Sexuelle Lust und Freizügigkeit sind Gegenstand seiner im antiautoritären März Verlag erschienenen Mappe *Feuer im Weizen*, aus dem das hier gezeigte Blatt *Herzensbrecher* stammt. Als Einzelmotiv ist eine Frau zu sehen, die, so suggeriert die Darstellung, lustvoll die Augen schließt und ekstatisch stöhnend den Mund öffnet. In unzähligen Wiederholungen wird der Kopf in unterschiedlichen Größen und Perspektiven so gezeigt, dass sich zusammengenommen das Bild eines Geschlechtsverkehrs ergibt. Erst durch die Zusammensetzung einzelner, harmloser Motive fügt sich in der Fantasie des Betrachters die Darstellung des Liebesaktes. Bayrle veranschaulicht hier das Verhältnis von offenem Zeigen und verborgener Fantasie. Vor dem Hintergrund der langsamen sexuellen Liberalisierung in Westdeutschland in den späten 1960er Jahren zeigt die Grafik den Wandel des intimen, individuellen erotischen Verlangens in eine öffentliche sexuelle Handlung, die man auch als Teil einer gesellschaftlichen Emanzipation verstehen kann. Denn in libertären Milieus aus dem Umkreis der Studentenbewegung und der APO, wie etwa die Kommune 1 in Berlin, wurde die freie Liebe gegen die in der bundesrepublikanischen Nachkriegsgesellschaft dominierenden konservativen Normen propagiert. Die durch die Anti-Babypille ermöglichte sexuelle Selbstbestimmung der Frau wurde begleitet von einer Flut zunehmend freizügiger Bilder, die in Zeitschriften wie *Konkret* mit politischen Themen verbreitet wurden. Der nackte Körper wurde ein libertäres und antiautoritäres Statement.



2.6/101

H. Herrmannsblauschein

Bayern

Nach Kriegsende studierte der Österreicher Otto Muehl von 1948 bis 1952 an der Universität Wien Deutsch und Geschichte für das Lehramt und von 1952 bis 1958 Kunstpädagogik an der Akademie der bildenden Künste Wien. Anfang der 1960er Jahre begann er neben seiner Tätigkeit als Maltherapeut eigene künstlerische Interventionen. Bekannt wurde er als Mitglied der Wiener Aktionisten, bei deren ebenso verstörenden wie zerstörenden Performances das Leidenspotential der katholischen Lehre gleichsam naturalistisch umgesetzt wurde. Blut und Lammkadaver wurden aus der symbolischen Ebene in die materielle überführt. Durch den bewus-

### **OTTO MUEHL (\*1928)**

**Hitler** 1967, Siebdruck

ten Tabubruch provozierten Otto Muehl und seine Künstlerkollegen Günter Brus, Hermann Nitsch und Rudolf Schwarzkogler die staatlichen und kirchlichen Autoritäten in Österreich. Unter dem Einfluss psychoanalytischer Schriften von Sigmund Freud und Wilhelm Reich entblößten sie mit ihren regelverletzenden Aktionen soziale oder moralische Zwänge und repressive Mechanismen in der konservativen österreichischen Gesellschaft.

Neben seinem performativ geprägtem Schaffen der 1960er Jahre entschied sich Muehl erst 1967 mit der Serie der *Persönlichkeiten* für die Verwendung von Druckgrafiken. Plakativ, umrissbetont und in kräftigen Farben gehalten, zeigen die Siebdrucke „Staatsmänner und ihre Büttel“ oder „widerliche Typen“, wie er sagt, nach Abbildungen aus der Presse. Angelehnt sind sie in ihrer Schablonenhaftigkeit an die Pop-Ästhetik Warhols, allerdings erheben sie im Kontext von Muehls „aktions-politischem“ Programm mit dem Titel *Zock – Aspekte einer Totalrevolution* Anspruch auf politisch-agitatorische Wirksamkeit. Die Lust an der heilsamen Provokation sieht man etwa an der Darstellung des in linken Kreisen wegen der brutalen Unterdrückung des eigenen Volkes verhassten persischen Herrscherpaares. Auf gleiche Weise stellte er scheinbar verharmlosend den in der Kulturrevolution nicht weniger brutalen chinesischen Diktator Mao als Kaffee trinkenden und Zigarette rauchenden Privatier dar. Muehl verfolgte am Beispiel von Bildern politischer Führer die in den Medien transportierte Repräsentation von Herrschaft. In diese Reihe gehört auch der Siebdruck *Hitler*. Das Blatt entstand zu einem Zeitpunkt, als in Österreich wie in Westdeutschland die Studenten- und Jugendproteste sich auch gegen die von den Eltern verschwiegenen Verbrechen des Holocaust während des Nationalsozialismus richteten. Die schematische Darstellung des Österreichers Hitler in den Reichsfarben Schwarz, Weiß und Rot war eine radikale Provokation in einem Land, das sich offiziell als eines der ersten Opfer des NS-Regimes betrachtete. Das Portrait des deutschen Reichskanzlers war bereits ein erster Tabubruch. Das mittig eingesetzte schwarze Hakenkreuz in einem weißen Kreis auf rotem Grund, das offizielle Parteisymbol der NSDAP, war der juristisch noch relevantere Normverstoß, da die Swastika in Österreich ebenso wie in Deutschland ein verbotenes Parteisignet ist. Die Formgebung persifliert die traditionelle deutsche Drucktechnik des Holzschnitts. Muehls *Hitler* mit seiner finsternen Mine und den grimmigen Mundwinkeln sollte schockieren und zugleich Österreicher und Deutschen mit ihrer eigenen Geschichte konfrontieren. Mit der Ansicht Hitlers in antidemokratischer Farbgebung wollte Muehl die in den Tiefen der Psyche verdrängte individuelle und kollektive Schuld heraufbefördern und auch den Blick für Tendenzen zu rechtsextremen Gruppen in den späten 1960er Jahren schärfen.



MUEHLPRINT

ETD MUDIL 87/80/27  
ARBEITELC

Klaus Peter Brehmer studierte nach einer Lehre als Reproduktionsgrafiker zuerst von 1959 bis 1961 an der Werkkunstschule Krefeld und von 1961 bis 1963 an der Kunstakademie Düsseldorf freie Grafik. 1964 ging er zurück nach Berlin. Mit Karl Horst Hödicke und Wolf Vostell gehörte er zu den politisch und gesellschaftskritisch arbeitenden Berliner Künstlern, die von dem jungen Galeristen René Block mit dem Label des Kapitalistischen Realismus versehen wurden. Brehmer kürzte 1964 seinen Vornamen in einem provokativen Bekenntnis zur Kommunistischen Partei mit KP ab. In der Kunst sah er ein Mittel des politischen Engagements und griff in seinen

**KP BREHMER** (KLAUS PETER BREHMER, 1938–1997)

**ohne Titel (Trivialgrafik)** 1965, Klischeedruck

Grafiken die damals in West-Berlin diskutierten antiautoritären, antikapitalistischen und sozialkritischen Diskurse auf. Gegenstand seiner Arbeiten sind

die Verdrängung der Verbrechen des Nationalsozialismus, der Vietnamkrieg, soziale Ungleichheit oder auch die politische Symbolik staatlicher Macht, etwa in seiner *Briefmarken*-Serie.

Durch unlimitierte Editionen, Multiples oder Postkarten passte er seine künstlerische Produktionsweise der massenhaften Warenproduktion und Distribution des 20. Jahrhunderts an. Seine bevorzugten Medien waren dementsprechend industrielle Reproduktionstechniken wie der Offset-, der Sieb- oder auch der Klischeedruck. Durch die Multiplikation von Kunstwerken und durch neue Vertriebswege außerhalb des gängigen Kunstbetriebs sollte die Kunstrezeption demokratisiert, die Massen sensibilisiert und die Kunst politisiert werden. Mit seinen frühen *Trivialgrafiken* stellt sich Brehmer in eine Tradition von politisch engagierter Kunst, die sich auf Walter Benjamins 1963 neu aufgelegte Untersuchung zum *Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* von 1936 stützt, in der dieser unter anderem die Möglichkeiten der politischen Beeinflussung von Massen durch Reproduktionsgrafiken im Sinne eines gesellschaftlichen Fortschritts erkannte. Der hier ausgewählte unbetitelte Klischeedruck gehört zu dieser Reihe der *Trivialgrafiken*, in der KP Brehmer Zeitungs- und Fernsehfotos collageartig zusammenfügte. Formal sind sie stark an der Pop Art angelehnt, sie unterscheiden sich aber in der politischen Aussage deutlich von der Haltung der meisten Pop Art-Künstler. Die Merkmale technischer Bildgebung, etwa Rasterpunkte, Buchstabenmarkierungen oder Pfeile, werden gezielt hervorgehoben und mit den Passmarken der Drucktechnik als eigenständige Bildmittel kombiniert. Die Fotos zeigen tumultartige Zusammenstöße zwischen Demonstranten und Polizisten auf der linken Seite, Tatortfotos von Verbrechen, den Blick in ein Fahrzeug und den Handschlag wohl zweier Staatsmänner in der Mitte sowie einen Boxer auf der rechten Seite. Einige der Bilder werden mit invertierten Schwarz-Weiß-Werten wiederholt. Mit einem ausgeprägten Sinn für die Möglichkeiten technischer Reproduktionen und mit politischem Hintersinn arrangiert Brehmer hier Klischees des Klassenkampfes in der Gegenüberstellung öffentlicher Zurschaustellung politischer Bündnisse mit der Gewalt der Staatsmacht gegen die eigene Bevölkerung.



**KP BREHMER** (KLAUS PETER BREHMER, 1938–1997)  
**B 052 (Préservez vos yeux)** 1972, Klischeedruck

PRESERVEZ VOS YEUX



ECLAIREZ VOUS MIEUX



Wolf Vostell studierte nach seiner Ausbildung zum Fotolithografen zuerst ab 1953 in Wuppertal und ab 1956 in Paris Malerei und Typografie. Während seiner Zeit in Paris lernte er die Arbeit der Nouveaux Réalistes kennen. In seinen frühen Werken griff er die etwa von Raimond Hains praktizierte Technik der *Décollage*, also des Abreißens von Straßenplakaten zur künstlerischen Weiterverarbeitung auf. Ebenso flossen die Verwendung von Spuren des Alltags in einem neuen, künstlerischen Kontext bei den Nouveaux Réalistes und ihr performativer Ansatz in seinen Kunstbegriff ein. Dabei interessierte sich Vostell stärker noch als die französischen Künstler für den Einfluss moder-

### **WOLF VOSTELL (1932–1998)**

**Saigon** 1969, Siebdruck

ner Bildmedien wie des Fernsehens auf die Gesellschaft und für die politische Relevanz von Kunst. Vostell, der zu den Pionieren der Videokunst gehört, experimentierte auch mit den unterschiedlichen künstlerischen Möglichkeiten von Reproduktionsgrafiken und neuen Medien, wie zum Beispiel in seiner Serie der *dé-coll/agen*, auf der Fernsehaufnahmen seiner Happenings in Berlin verarbeitet wurden.

Viele seiner Grafiken aus den 1960er Jahren haben politischen Themen wie den Vietnam-Krieg zum Gegenstand. Die Vorlagen von *Savings Bank* und *Mylai* (beide 1970) etwa sind Fernseh- bzw. Zeitschriftenbildern über den Vietnam-Krieg entnommen. Auf *Mylai* kombinierte er das Foto des Massakers amerikanischer Soldaten 1968 in einem südvietnamesischen Dorf von Robert Haerberle mit einer Wetterkarte der USA. Der Bericht des Journalisten Seymour Hersh über das Massaker war einige Zeit von den Medien verschwiegen und erst 1969 publiziert worden. Vostell griff für seine Grafik auf die Arbeit der Art Worker's Coalition zurück, die das schonungslose Foto mit dem Zitat aus einem Fernsehinterview ergänzte, in dem ein beteiligter Veteran auch die Tötung von Neugeborenen bestätigte. In der Konfrontation gegensätzlich konnotierter Motive und Texte wird die Banalisierung des Krieges durch die Medien angesprochen. Auf dem Siebdruck *Saigon* (1969) wiederum hat Vostell vor dem Hintergrund einer der Werbung entnommenen Wasserski-Vergnügungsszene eines der wohl bekanntesten Bilder des Vietnam-Krieges montiert. Es zeigt die Nahaufnahme einer Erschießung eines Viet Cong durch den Polizeichef Saigons von Eddie Adams aus dem Jahr 1968. Vostell hatte das Motiv vorher bereits mehrfach in anderen Grafiken wie *Nur die 1* oder *Miss Amerika* (beide 1968) verwendet. Auf *Saigon* reduzierte er den Ausschnitt auf die Hand mit dem Revolver und den verzweifelten Gesichtsausdruck im Moment des Todes und thematisierte so die intensive Nähe der Journalisten zum Kriegsgeschehen in Vietnam. Auch Eddie Adams hatte die Fotografie als ‚mächtigste Waffe im Krieg‘ bezeichnet: „Der General tötete den Viet Cong, ich tötete den General mit meiner Kamera. Fotos sind immer noch die mächtigste Waffe in der Welt. Die Leute glauben ihnen, aber Fotos lügen, auch ohne Manipulation. Sie sind nur Halbwahrheiten.“ Denn in diesem „Fernsehkrieg“ (M. McLuhan) wurden Bilder von tödlichen Bombardierungen, Gewalt und Massakern fast live in die Wohnzimmer übertragen, auch um die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Durch die bizarre Konfrontation von Vergnügen und tödlicher Gewalt erzeugt Vostell ein größeres Bewusstsein für die „Ästhetisierung“ (S. Sontag) der Kriegsfotos und ihre manipulative Kraft.



**WOLF VOSTELL** (1932–1998)  
**Mylai** 1970, Siebdruck

# Throughout the Nation and Around the World



Klaus Staeck, der bis 1956 in Bitterfeld lebte, studierte von 1957 bis 1962 Jura in Heidelberg, Hamburg und Berlin. Während des Studiums begann er Postkarten, Plakate und Flugblätter für Studentengruppen zu entwerfen. Ohne je eine druckgrafische oder künstlerische Ausbildung erhalten zu haben, konzentrierte sich der politisch aktive Staeck in den folgenden Jahren zuerst auf den Holzschnitt und den Siebdruck, um dann verstärkt den Offsetdruck zu verwenden. Da es sein Anliegen war, durch die Kunst als Massenprodukt aufklärerisch zu wirken und politisches Engagement zu fördern, bot sich diese industrielle Technik als kostengünstiges und massentaugliches Verfahren am ehesten an. Eine seiner bekanntesten Grafiken, *Arbeiter, die SPD will Euch Eure Villen im Tessin wegnehmen* (1972), wurde zum Beispiel

**KLAUS STAECK** (\*1938)

**Coca-Cola II** 1970, Siebdruck

als Plakat in einer Auflage von 70.000 Exemplaren gedruckt. 1965 gründete Staeck den Produzentenverlag Edition Tangente, der seine Grafiken und die anderer Kollegen herausgab und vertrieb. Ziel der Gründung war die Selbstbestimmung in allen Belangen der künstlerischen Produktion und Distribution und zugleich der Versuch, mit den Regeln des Kunstbetriebs und der Dominanz von Galerien und Kunstmarkt zu brechen.

Staecks Arbeitsweise orientiert sich an Montagetechniken, die schon in den 1930er Jahren etwa durch John Heartfield mit politischer Absicht verwendet wurden. Dabei setzt Staeck bekannte Wort- und Bildzitate mit gegenläufigem Inhalt so in Beziehung, dass sie in der Kombination eine überraschende Wendung, einen neuen politischen und satirischen Sinn erhalten. Auf dem Siebdruck *Coca-Cola II* (1970) montierte Staeck das grau gehaltene Bild der Mondoberfläche mit einer Coca-Cola Flasche. Das Originalfoto ist anlässlich der Mondlandung 1969 von Apollo 11 gemacht worden. Es zeigt die Stiefelabdrücke der Astronauten Neil Armstrong und Buzz Aldrin, die den Mond betreten und die amerikanische Fahne als Zeichen der Inbesitznahme gehisst hatten. Staeck nimmt hier unter Verwendung von gerasterten Zeitungsbildern und einer plakativen Farbgebung eine Pop-Ästhetik auf, mit der er auf die starke Medialisierung des Wettlaufs ins All verweist. Denn das öffentlich verbreitete Bild der Mondlandung und die inszenierte Inanspruchnahme des Trabanten im Fernsehen schienen 1969 fast noch wichtiger zu sein als der wissenschaftlich-technische Fortschritt im Wettstreit der politischen Systeme. Millionen von Menschen sahen die Landung im Fernsehen, sie war ein mediales Spektakel. Mit der 25cl-Cola-Flasche greift Staeck einen eleganten Klassiker der Design-Geschichte auf, der zum Inbegriff der amerikanischen Konsumkultur und durch die Arbeiten etwa von Andy Warhol zu einer Ikone der Pop Art wurde. Durch die braune beziehungsweise rote Farbgebung hebt Staeck sowohl die Cola-Flasche wie die amerikanische Flagge hervor. Sie werden dadurch wichtiger als die bedeutendere Tatsache der Mondlandung. Mit der im Vergleich zu Fahne und Mond überproportionalen Darstellung der Flasche kommentiert er das verzerrte Verhältnis von Privatwirtschaft und Politik in Amerika. Das Blatt kann als Kritik am Allmachtsanspruch der Vereinigten Staaten, über alle Grenzen hinweg politische, wirtschaftliche und kulturelle Dominanz ausüben zu wollen, gelesen werden.



