

Andy Warhol. The Early Sixties. Paintings and Drawings 1961–1964.
Basel, Kunstmuseum, www.kunstmuseumbasel.ch, bis 23. Januar

Die Mediziner-Kunstkolumne

Die Kunst, Kunst zu vermarkten

Eine Möglichkeit zur Bewertung zeitgenössischer Künstler besteht in der Messung ihrer Wertschätzung auf den internationalen Kunstmärkten. Das dabei angewandte System ist dem Impact Factor wissenschaftlicher Publikationen vergleichbar: Weltweit werden Kunstausstellungen, Museumsankäufe und Auktionen ausgewertet, die Daten nach ihrer Marktrelevanz gewichtet und mit einer komplizierten Formel Punktwerte berechnet, die jährlich als aktuelle Rangreihung von 100 Künstlern veröffentlicht werden.

Das «Artist Ranking» für 2010 (www.artfacts.net) wird mit 99 579.54 Punkten von Andy Warhol angeführt, gefolgt von Pablo Picasso und Bruce Neumann sowie Joseph Beuys und Gerhardt Richter. Dem amerikanischen Popkünstler Andy Warhol ist somit gelungen, wovon zeitgenössische Künstler (Artfact listet etwa 420 000) nur träumen können. Wie konnte ihm das gelingen? Ist es das besondere, über alle Fragen erhabene Ceuve? Sind es einzelne von ihm geschaffene Kunstwerke, die zum Kulturgut der Menschheit zu zählen sind? Oder hat er sich nur besonders erfolgreich vermarkten können? Eine Ausstellung von Werken Andy Warhols im Kunstmuseum Basel kann vielleicht Antworten geben.

Andrej Warhola wurde am 6.8.1928 in Pittsburg in den USA als dritter Sohn einer arm gebliebenen Einwanderfamilie aus der Slowakei geboren. Er studierte in seiner Heimatstadt Gebrauchsgrafik und war schnell als Werbegrafiker in New York erfolgreich. Er änderte seinen Namen in Andy Warhol und tat alles, um diesen zu einem überall bekannten Markenzeichen zu stilisieren. In den 1950-er Jahren nutzte er die Möglichkeiten des Siebdrucks, um Abbildungen aus Zeitschriften und Comic-Heften neu zu gestalten, und war damit so erfolgreich, dass das Museum of Modern Arts in New York ihm schon 1956 eine Einzelausstellung widmete.

Aber er wollte mehr. Als Werbegrafiker hatte er gelernt, Produkte erfolgreich zu vermarkten. Nachdem er verstanden hatte, wie man das macht, kam er auf die Idee, sich selbst als Künstler zu vermarkten. Dazu benutzte er allgemein bekannte Abbildungen beliebter Stars wie Elisabeth Taylor oder Elvis Presley, populärer Produkte wie Campbell-Suppendosen, Coca-Cola-Flaschen oder Sensationsfotos von Autounfällen, Flugzeugabstürzen oder Selbstmorden als Vorlagen, die er so weit manipulierte, dass sie einerseits erkennbar blieben, andererseits aber ein überraschender Eindruck der Verfremdung entstand. Dabei produzierte er grosse Serien, die er mit poppigen Farben kolorieren liess. So wurde Kunst zu einem Produkt der Konsumgesellschaft, in der sich der Marktwert durch das Markenzeichen des Produzenten ergibt. Der Künstler ist frei, alles was er will zum Kunstwerk zu erklären. Was allein zählt, ist seine Popularität und die Attraktivität auf dem Markt.



One Dollar Bill [Silver Certificate], 1962 (Privatsammlung Schweiz, Courtesy Galerie Bruno Bischofberger, Zürich)

Das Kunstmuseum Basel zeigt in acht Räumen ca. 70 Zeichnungen, Gemälde und kolorierte grossformatige Drucke der Anfangsphase seiner Karriere als bildender Künstler aus den Jahren 1961 bis 1964, die anschaulich den Prozess der manipulierenden Verfremdung nachvollziehbar machen. In Glasvitrinen werden die Medienvorlagen gezeigt, die Andy Warhol benutzt hat, um diese schematisierend auf werbewirksame Botschaften zu vereinfachen, durch Überzeichnungen und farbliche Verfremdungen in «Kunstabilder» umzuwandeln. Typisch für sein Werk ist der geniale Einfall, Dollarnoten abzumalen, im Siebdruck zu vervielfältigen und als Serien in grossformatigen Bildern zu vermarkten. Damit konnten Käufer sich gleichermassen virtuell wie real ein Vermögen an die Wand hängen und dem Künstler war gelungen, legal Geld drucken.

1968 wurde Warhol das Opfer eines Attentates einer radikalen Frauenrechtlerin, die damit gegen seinen freizügigen Umgang mit Sexualität, Rauschdrogen und seine permanenten Verstösse gegen die guten Sitten protestieren wollte. Das Ereignis wurde später, ebenfalls sehr erfolgreich, unter dem Titel «I Shot Andy Warhol» verfilmt. Nach seiner Genesung zog er sich aus dem wilden Leben seiner Factory zurück (die zugleich Atelier, Druckerei, Büro und Partyraum für seine berühmten wilden Feste war). Er konzentrierte sich auf die Promotion der Rockband «The Velvet Underground» und die Produktion von über 400 Screen-tests, 280 Filmen (z.B. «Lonesome Cowboys»), 4000 Videos sowie einer unbekanntenen Vielzahl von Polaroidfotos. Er gab ein Lifestylemagazin heraus und hatte eine eigene Fernsehshow. Sein ganzes Leben diente der Vermarktung seiner Einfälle, wobei er sensibel den jeweiligen Zeitgeist erspüren und in leicht verständliche, werbewirksame Provokationen umzusetzen konnte. Andy Warhol starb am 22.2.1987 im Alter von 58 Jahren an den Folgen einer Cholezystektomie und hinterliess ein Vermögen von über 100 Millionen Dollar. Im Rückblick ist festzustellen, dass gleichermassen seine Arbeiten wie die Art und Weise, diese zu vermarkten, für die Entwicklung der modernen Pop Art wegweisend waren. Prof. em. Dr. med. Jürgen von Troschke

Bitte ca. 5 Zeilen kürzen!!!