

• • • AUS DEM UNTERGRUND

Beuys, Picasso, Warhol & Co. Künstlerplakate aus der Sammlung Leininger

Die Ausstellung widmet sich dem Künstlerplakat als eigenständigem Genre und seiner Bedeutung im Werk eines Künstlers. Sie führt von den Anfängen nach Ende des Zweiten Weltkrieges in Paris in die Blütezeit des deutschen Künstlerplakats in den 70er-Jahren.

Plakate wie wir sie heute kennen entstanden als Werbemittel für industriell produzierte Güter in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Schnell steigerten sich die Ansprüche an sie; die Drucktechniken wurden besser, (Plakat-) Künstler erschienen auf der Szene; besonders erfolgreich waren sie in Frankreich.

Doch das Plakat hatte in den Augen der bildenden Künste von Anfang an einen Makel: es war nicht zweckfrei - mithin der freien Kunst und im Besonderen der freien Graphik nicht zuzurechnen. Es bedurfte eines Giganten, um diese Sicht nachhaltig zu widerlegen: Pablo Picasso - die Altmeister der Moderne im Schlepptau - begründete Aufstieg und Blüte des Künstlerplakats mit Hilfe des Druckgenies Fernand Mourlot im Paris der Nachkriegszeit. Es gab erste Ausstellungen solcher „Künstlerplakate“ in privaten Galerien und respektablen Museen - zwei Plakate hierfür von Matisse und Picasso sind in der Ausstellung zu sehen - , und dies setzte eine internationale Entwicklung in Gang. Kaum ein führender Künstler in den drei Jahrzehnten nach 1950 verzichtete darauf, seinem Oeuvre auch Plakate hinzuzufügen.

In Deutschland waren es vor allem HAP Grieshaber, Horst Janssen und später Almir Mavignier, die Plakate in großer Zahl schufen und die Entwicklung bestimmten. Diese Künstlerplakate sind in ihrer Gesamtheit inhaltlich, motivisch und typographisch vom Künstler allein bestimmt. Picassos Idee, mit diesem Medium dem Künstler die Möglichkeit zu eröffnen, persönlich öffentlich für die eigene Kunst einzutreten; hatte sich durchgesetzt. Später konnte der stets kontroverse Joseph Beuys, der seine Plakate gerne überschrieb oder durch strategisch platzierte Signatur individualisierte, verfügen: „Ob Werbung Kunst ist, hängt davon ab, wofür man wirbt.“

Die amerikanische Pop-Art und die neuen Siebdrucktechniken fanden im Plakat in den 60er-Jahren das kongeniale Medium und produzierten Ikonen der Plakatkunst - wortwörtlich - in Serie. In Deutschland beförderte dies vor allem das Erstarken der „konkreten Kunst“; ihre Plakate - von den Vorläufern wie den „Zürcher Konkreten“ um Max Bill oder Rupprecht Geiger an - bilden den finalen Schwerpunkt der Ausstellung. Der konkreten Kunst widerfuhr im Übrigen Ähnliches wie dem Plakat: als dekorative „Kästchenmalerei“ galt (und gilt?) sie vielen nicht wirklich als Kunst.

Aber gehen Sie in den Untergrund und sehen Sie selbst!

• • • AUS DEM UNTERGRUND

Beuys, Picasso, Warhol & Co.

Künstlerplakate aus der Sammlung Leininger

3. Februar bis 2. April 2018

Eröffnung: Samstag, 3. Februar 2018 um 16.00 Uhr

Wolfgang Leininger im Gespräch

PUMPWERK • Bonner Straße 65 • 53721 Siegburg

Tel. 0 22 41 - 97 14 20 • www.kunstverein-rheinsieg.de

Öffnungszeiten:

Di. + Mi. 11.00 - 16.00 Uhr

Do. 13.00 - 18.00 Uhr

Fr. 11.00 - 15.00 Uhr

So. 13.00 - 16.00 Uhr

und nach Vereinbarung



DIALOGPOST

Ein Service der Deutschen Post



Unser Dank an:

rhenag
EnergieBündel. Seit 1872.