

Ressort: Kultur

Bunte Überblicksschau in Köln

LUDWIG GOES POP

Köln, 05.10.2014, 15:34 Uhr

GDN - Unter dem Titel "LUDWIG GOES POP" werden derzeit erstmals ca. 150 zentrale Werke der führenden Protagonisten der Pop-Art aus verschiedenen Häusern, die dem Namen Ludwig verbunden sind, in Köln präsentiert.

"Populär, massenproduziert, verbrauchbar, billig, witzig, sexy, spielerisch, auffallend, verführerisch" - laut Richard Hamilton sind es diese Eigenschaften, die eine Sache interessant machen und die auch als Anspruch an das eigene künstlerische Werk zu gelten haben. Was der britische Künstler 1957 als neuen Maßstab formulierte, war damals ein Skandal. Eine Absage an die vorherrschende (intellektuelle, elitäre, abstrakte) Kunst und ihre hehren Werte Originalität, Authentizität und "Tiefe", die dem Kunstwerk doch angeblich seine Bedeutsamkeit verleihen. Oberfläche? Massenmedium? Populärkultur? Pop war eine Befreiung für die einen - ein trivialer Affront für die anderen.

Die Ausstellung LUDWIG GOES POP bietet die Möglichkeit, genau dieses Phänomen zu erkunden und Pop als Ausdruck eines modernen Lebensgefühls zu begreifen. In den 1960er-Jahren hielt der "Alltag" Einzug in die Kunst: In allen Spielarten von humorvoll-ironisch bis bissig und kritisch setzten sich Künstler mit dem Zeitgeist auseinander, integrierten Versatzstücke und Zitate aus der Konsum- und Werbewelt, Comics, Wissenschaft, Technik, Erotik, Massenmedien in ihre Kunst. Die Grenze zwischen Trivial- und Hochkultur war passé - und bald eroberte Pop die Welt.

Das Museum Ludwig Köln verfügt dank Peter und Irene Ludwig über eine der international bedeutendsten Sammlungen amerikanischer sowie englischer Pop Art. Außer in Köln befinden sich Teile dieser Bestände noch im mumok Wien, im Ludwig Forum für Internationale Kunst, Aachen, im Kunstmuseum Basel sowie in den Ludwig Museen in Budapest, Koblenz, St. Petersburg und Peking.

Bei seiner ersten Begegnung mit einer Pop-Art-Skulptur von George Segal Mitte der 60er Jahre im MoMA war Peter Ludwig, der bis dahin gemeinsam mit seiner Frau vorrangig alte Kunst gesammelt hatte, zunächst schockiert. Wenig später wurden beide dann jedoch zu begeisterten Sammlern dieser aktuellen Werke. Tom Wesselmanns Gemälde Landscape No. 4, das einen auf einer Landstraße vor Bergkulisse fahrenden Ford zeigt, war einer der ersten Ankäufe; bald folgten Schlüsselwerke von Roy Lichtenstein, James Rosenquist, Robert Rauschenberg und Jasper Johns. Die Künstler gehörten zur selben Generation wie das Ehepaar Ludwig, sie repräsentierten das moderne Leben; Ludwig besuchte viele direkt in ihren Ateliers.

Wichtige Werke wechselten aus der renommierten New Yorker Sammlung Scull und den führenden Galerien vor Ort wie Leo Castelli, Sidney Janis und Ileana Sonnabend zu Ludwig, einige aus dem Besitz des Darmstädter Wellafabrikanten Karl Ströher, der die Pop-Art-Sammlung des New Yorker Versicherungsmaklers Leon Kraushar angekauft hatte. Nach der documenta 4 1968 kauften die Ludwigs Werke direkt aus der Ausstellung wie M-Maybe - A Girl's Picture von Roy Lichtenstein, Claes Oldenburgs Soft Washstand, Robert Rauschenbergs Wall Street, George Segals Restaurant Window I oder Richard Lindners Leopard Lilly.

Im folgenden Jahr zeigten sie ihre Sammlung erstmals in Köln im damaligen Wallraf-Richartz-Museum. Medien und Öffentlichkeit reagierten enthusiastisch, rund 200.000 Menschen sahen diese Ausstellung. Die Pop Art wurde in der Folge zur Erkennungsmelodie des Museum Ludwig in Köln.

Die Ausstellung wird im Anschluss im Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien gezeigt. Es erscheint ein umfangreicher Katalog im Verlag der Buchhandlung Walther König.

Bericht online:

<https://www.germindailynews.com/bericht-42311/bunte-ueberblicksschau-in-koeln.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Mario Graß

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Mario Graß

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.

3651 Lindell Road, Suite D168

Las Vegas, NV 89103, USA

(702) 943.0321 Local

(702) 943.0233 Facsimile

info@unitedpressassociation.org

info@gna24.com

www.gna24.com