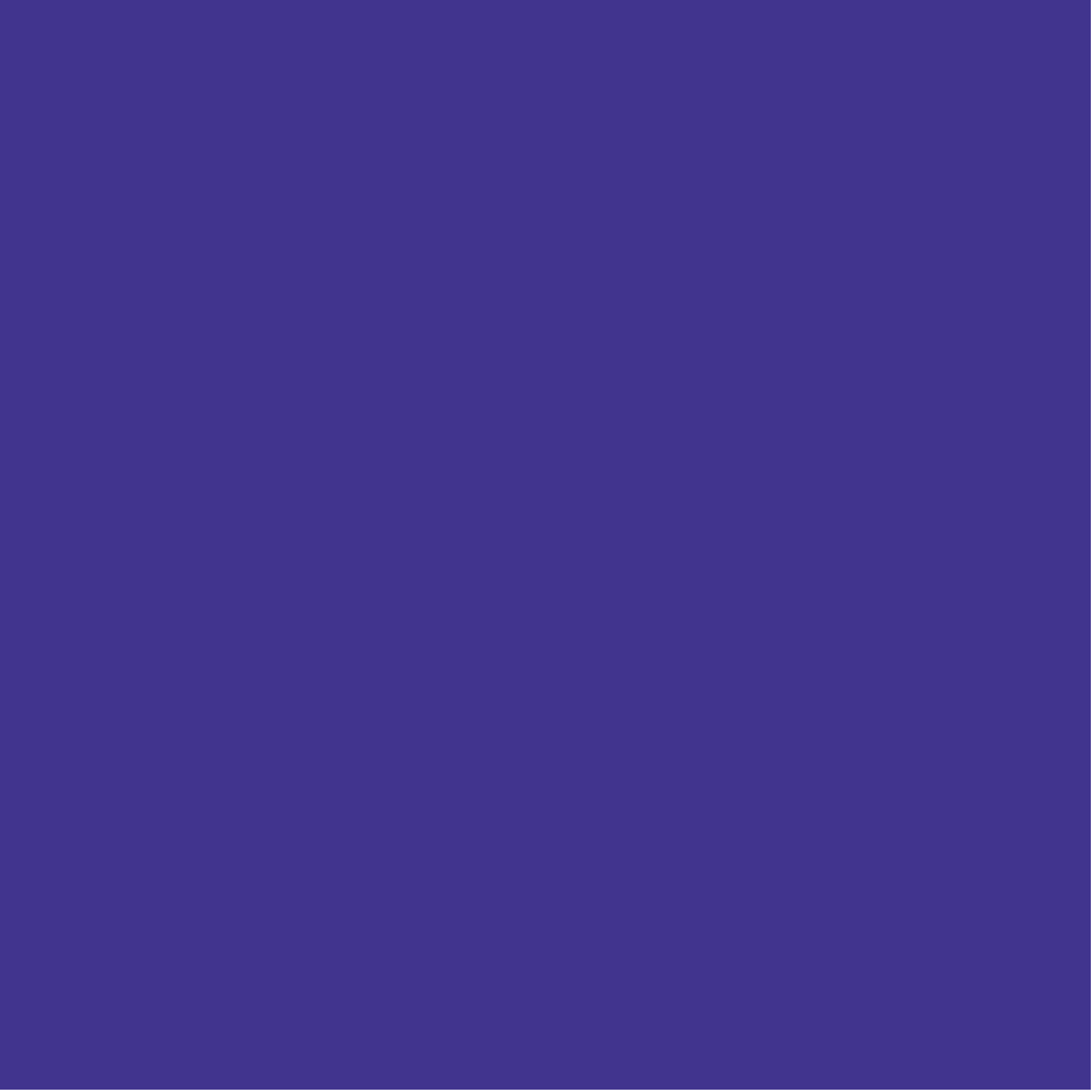




BRANDS · SYMBOLS · ICONS
1960 – 2010



GALERIE THOMAS MODERN





BRANDS · SYMBOLS · ICONS
1960 – 2010

20. November 2010 – 19. Februar 2011

GALERIE THOMAS MODERN

INHALT

STATEMENTS	5
POP ART AND AFTER – 1960 BIS HEUTE Kunsthistorische Betrachtungen	9
AUSGESTELLTE WERKE	
Brands	25
Symbols	43
Icons	63
BIOGRAPHIEN	78

CONTENTS

STATEMENTS	5
POP ART AND AFTER – 1960 TO THE PRESENT DAY Arthistorical perspective	9
EXHIBITED WORKS	
Brands	25
Symbols	43
Icons	63
BIOGRAPHIES	83



ANDY WARHOL
Magazine & History, Bunte 1983

Acryl und Siebdruck auf Leinwand acrylic and silkscreen on canvas
418 cm x 370 cm 164 1/2 x 145 5/8 in

STATEMENT

DR. HUBERT BURDA

Andy Warhol ist bis heute der große Motor der heutigen Celebrity-Kultur. Seine Formel „Images need to be shared“ ist so aktuell wie nie. Aber eigentlich gab es die Celebrity-Kultur schon immer. Wer sich etwa – so wie ich bei der Gründung des gleichnamigen Preises – mit Petrarca beschäftigt, wird bemerken, welche Bedeutung er großen Männern eingeräumt hat. Ihn interessierten die ‘Viri illustres’ – die berühmten Männer, deren Leben ihm um vieles spannender schien, als das vieler seiner Zeitgenossen. Doch schon in der Antike widmete man sich am liebsten den Menschen, die Ruhm sammeln konnten – und die daher berühmt waren. Dabei gab es sogar schon ähnliche Wege wie in der Moderne, Ruhm zu verkünden und zu mehren. So ließ Augustus sein Portrait auf Münzen prägen, damit sich jeder ein Bild vom Kaiser machen konnte. Das Neueste an Celebrity-Kultur ist Facebook, wo der Einzelne seine Vita darstellt.

500 Millionen sind es schon, die sich hier registriert haben – und jeder kann, wenn er will, sein Leben nun so öffentlich inszenieren wie einst nur Ludwig XIV. „In the future, everyone will be famous for 15 minutes“, prognostizierte Andy Warhol 1968. Er hat Recht behalten.

München Oktober 2010

Even now, Andy Warhol is the great motor of today's celebrity culture. His remark "Images need to be shared" is as topical as ever. Yet a celebrity culture has in fact always existed. Anyone who concerns him or herself with Petrarch – as I did when founding the prize named after him – will notice the importance he attached to great men. He was interested in the 'Viri illustres' – the famous men whose lives seemed to him more exciting than that of many of his contemporaries. Yet even in Classical Antiquity, there was an interest in people who could win glory – and who were therefore famous. There were even ways to announce and propagate fame that resembled those found in modern times. Augustus, for example, had his portrait minted on coins so that everyone could see how the Emperor looked. The latest innovation in celebrity culture is Facebook, where individuals can present their own life. 500 million people have already registered – and anyone who wants to can now turn their life into a public spectacle, just as Louis XIV once did. "In the future, everyone will be famous for 15 minutes", predicted Andy Warhol in 1968. He has been proven right.

Munich October 2010



ANDY WARHOL

\$ (9) 1982

Mappe mit zwei Siebdrucken, 101,6 x 81,3 cm
jeweils signiert und nummeriert PP 2/2 unten Mitte links
Auflage 35 Exemplare +10 AP+ 2 PP
Feldmann / Schellmann II.285-286

portfolio with two silkscreen prints, 40 x 32 in.
each signed and numbered PP 2/2 lower centre left
edition of 35 + 10 AP + 2 PP
Feldmann / Schellmann II.285-286

STATEMENT

THOMAS GIRST

In seinem bereits 1993 erschienenen Essay 'E Unibus Pluram' verweist der kürzlich verstorbene Schriftsteller David Foster Wallace unmissverständlich darauf, dass die Haltung ironischer Brechung als Kritik bestehender Zustände längst schon vom Markt selber inkorporiert sei. Zu einem ähnlichen Schluss kam zwei Jahrzehnte zuvor Peter Bürger in seiner 'Theorie der Avantgarde': Den genuinen Ikonoklasmus von Duchamps Pissoir *Fountain* von 1917 stellt er der zunehmend affirmativen Verwendung von Ready-mades in der Pop Art gegenüber. Gegenwärtig ist der Kunstmarkt noch viel mehr die treibende Kraft für all das, was ein Kunstwerk konstituiert. Was diesen Zustand erträglich macht, ist einerseits das Wissen darum, das niemals das heutige Publikum, sondern immer erst die Folgegenerationen viele Jahrzehnte nach dessen Entstehung die wahre Bedeutung eines Kunstwerks zu ermessen vermögen. Zum anderen kann uns einzig die unmittelbare, tiefe, konzentrierte Auseinandersetzung mit einem Künstler und dessen Werk über den Zustand von Marktgeschrei und Kunstmessengeschnatter hinwegheben.

Oktober 2010

In his essay 'E Unibus Pluram', published as early as 1993, the recently deceased author David Foster Wallace unmistakably points to the fact that the market itself had long incorporated the attitude of ironic refraction as a critique of existing circumstances. Peter Bürger had come to a similar conclusion two decades earlier in his 'Theory of the Avantgarde', in which he compared the genuine iconoclasm of Duchamp's pissoir, his 1917 work *Fountain*, with the increasingly affirmative use of ready-mades in Pop Art. Today, more than ever before, the art market is the driving force behind all that constitutes a work of art. What makes this state of affairs tolerable is, on the one hand, the knowledge that it is never the contemporary public but only subsequent generations that, many decades after a work of art's creation, are able to assess its true importance. On the other hand, it is only through direct, deep, intense concentration on an artist and his or her work that we can rise above market cries and art fair chatter.

October 2010



POP ART AND AFTER – 1960 BIS HEUTE

Die Pop Art entwickelte sich langsam in der Zeit ab Mitte der fünfziger bis in die frühen sechziger Jahre unter den unterschiedlichsten Bedingungen und an verschiedenen Orten überall auf der Welt: London, New York, Los Angeles, San Francisco, Paris, Düsseldorf, Mailand und Rom. Die Künstler arbeiteten unabhängig und ohne Kenntnis voneinander auf der Suche nach neuen Ausdrucksformen, die provozierend die gängige Vorstellung von gutem Geschmack angriffen und die bis dahin postulierte hermetische Unantastbarkeit des Kunstwerks in Frage stellten.¹ Die Vorarbeit für die Künstler der Pop Art war bereits von vorangegangenen Künstlergenerationen geleistet worden: die Kubisten, allen voran Pablo Picasso, verwendeten ab 1912 Zeitungsausschnitte, kleine Anzeigen und Eintrittskarten in ihren Collagen und verarbeiteten damit zum ersten mal triviales Material auf der Ebene der Hochkunst. Duchamp schockierte mit seinen Readymades ab 1913 – vom Fahrrad-Rad bis zum Urinal – und die Dadaisten übten laute Kritik an einer überkommenen Politik mit den Mitteln der Massenmedien. Fernand Léger verband Anzeigen und Werbung mit den heroischen Kräften der Moderne und in den zwanziger Jahren waren es amerikanische Künstler wie Stuart Davis und Gerald Murphy, die mit ihren großflächigen Adaptionen von Werbeanzeigen eine genuin amerikanische Kunst schaffen wollten, die endlich frei sein sollte vom ewigen Vorbild Europa.

POP ART AND AFTER – 1960 TO THE PRESENT DAY

Pop Art developed slowly in the period from the mid-1950s to the early 1960s under very different conditions and in various cities all over the world: London, New York, Los Angeles, San Francisco, Paris, Düsseldorf, Milan and Rome. Independently and without knowledge of each other, the artists worked at finding new forms of expression that provocatively attacked the conventional notion of good taste and challenged the hermetic inviolability of the work of art that had been postulated until then.¹ The ground for Pop Art had already been prepared by previous generations of artists: the Cubists, above all Pablo Picasso, had used newspaper cuttings, small notices and entrance tickets in their collages as from 1912, elevating trivial material to the level of art for the first time. From 1913 onwards Duchamp shocked the public with his ready-mades – from his bicycle wheel to his urinal – and the Dadaists used the tools offered by the mass media to voice loud criticism of outdated political attitudes. Fernand Léger combined notices and advertisements with the heroic forces of Modernism while in the 1920s American artists like Stuart Davis and Gerald Murphy sought to create a genuinely American art, finally liberated from the eternal model of Europe, by means of their large-format adaptations of advertisements.

Ende der fünfziger Jahre begannen nun eine Reihe von amerikanischen Künstlern, sich direkt mit ihren Alltagserfahrungen auseinanderzusetzen, die verbunden waren mit einer kapitalistischen Kultur, deren Gedankengut in alle Welt exportiert wurde. Zunächst im Stillen fingen diese Künstler damit an, ihre Kultur von innen heraus zum Thema ihrer Arbeiten zu machen. In den USA wurde der amerikanische Traum gelebt, die Wirtschaft strotzte vor Optimismus: neue Zeitschriften, Werbung, Hollywoodfilme und Fernsehprogramme überschwemmten den Markt. Doch zwischen all dem Überfluss und makellosen Oberflächen waren auch Dissonanzen vernehmbar: die Konformität der konsumorientierten Gesellschaft, der Kalte Krieg, die schwelende Paranoia der McCarthy Ära, Rassentrennung und nicht zuletzt die Bedrohung durch die Atombombe. All das durchwirkte einen nach außen gerichteten Optimismus im Innern und fand Wiederklang in einer Kunst, die sich nicht durch Manifeste oder Gruppenversammlungen legitimierte, sondern die an verschiedenen Orten, lautlos und zunächst namenlos, zu keimen begann.

Der Oberbegriff der Pop Art, unter dem die Werke der ausstellenden Künstler subsumiert wurden und der nicht von den Künstlern selbst stammte, sondern von Kritikern und Museumsleuten erfunden worden war, wurde nach und nach durch Gruppenausstellungen publik. Spätestens aber seit dem legendären Symposium im Museum of Modern Art in New York im September 1962 war der Name Pop Art endgültig eingeführt. Tatsächlich täuscht dies erst einmal darüber hinweg, dass bei allen erkennbaren Gemeinsamkeiten der unter diesem Namen zusammengefassten Künstler mindestens genauso viele Unterschiede offenbar wurden. Die Zentren der Amerikanischen Pop Art wurden New York und Los Angeles, und es ist kein Zufall, dass beide Städte immer schon Hauptstädte der Massenmedien und -Unterhaltung waren. So etablierte sich dort eine neue Art von Kunst, die entstehen konnte ohne Wissen um Gleichgesinnte in aller Welt. New York

In the late 1950s a number of American artists embarked on a direct exploration of their day-to-day experiences, which derived from a capitalist culture that was exporting its ideas all over the world. Quietly at first, those artists began to turn that culture inside out and to make it the theme of their works. In the USA the American Dream was being lived to the full, the economy was bursting with optimism: new magazines, advertisements, Hollywood films and TV programmes were flooding the market. Yet dissonances were also perceptible amidst all the abundance and apparent perfection: the conformity of consumer-oriented society, the Cold War, the latent paranoia of the McCarthy era, racial segregation and not least the threat of the atomic bomb.

All that underlay the optimistic veneer presented towards the outside world, finding its echo in an art that began to germinate silently and at first anonymously in a number of different places, rather than being legitimised through manifestos or group meetings.

The general term Pop Art, under which the works of the exhibiting artists were subsumed and that was coined not by the artists themselves but by critics and museum curators, was gradually made public through group exhibitions. The name Pop Art was definitively introduced no later than September 1962, the date of the legendary symposium held at the Museum of Modern Art in New York. This tends to obscure the fact that, for all the obvious commonalities between the artists grouped together under this term, there were at least as many differences between them. The centres of American Pop Art became New York and Los Angeles, and it is no coincidence that those two cities had always been capitals of mass media and entertainment. A new kind of art consequently established itself there that was able to come into being with no knowledge of similarly-minded artists elsewhere in the world.



CLAES OLDENBURG & COOSJE VAN BRUGGEN
Soft Shuttlecock, Study 1994

Leinwand und Holz mit Latex bemalt canvas and wood painted with latex
Ø 203,2 cm, Höhe 33 cm Ø 80 in., height 13 in.



ANDY WARHOL
Sidney Janis 1967

Siebdruck auf Leinwand silkscreen on canvas
61 x 102 cm 24 x 40 1/8 in.

jede der 15 Tafeln rückseitig numeriert und von der Warhol Foundation gestempelt each of the 15 parts verso numbered and stamped by the Warhol Foundation

hatte nach dem Zweiten Weltkrieg Paris als Zentrum der internationalen Kunstszene abgelöst, als Heimat der Abstrakten Expressionisten, die sich mit einem Rundumschlag für immer von ihren europäischen Fesseln befreit hatten. Anfang der sechziger Jahre hatten die Gründer der Gruppe der New York School keineswegs mit ihrem Abstieg vom Zenith ihres Erfolges begonnen und die Protagonisten der New York School propagierten eine Kunst, die sich nicht nur metaphysisch begründete, sondern deren existentialistische Gebärde sich im ästhetischen Impetus der Romantik wieder fand.² Die Pop Art ging mit ihrer extrovertierten und grellen Kunst in provokanter Weise auf Konfrontationskurs zu den Abstrakten Expressionisten und folgte in ihren ikonographischen Anliegen eher den amerikanischen Traditionen der 20er Jahre, eines Stuart Davis oder Gerald Murphy. Eine neue Sachinspiration, die ihr Interesse auf das Objekt richtet, trat an die Stelle der großen schöpferischen Geste.

Die Pop Art stellte dabei den Bruch der Moderne mit dem Illusionismus und der Mimesis – der spätestens mit Picasso Bild *Les Femmes d'Alger (O. J. M.)* (1907) eingeleitet wurde – nicht in Frage, doch konnte diese Kunst auf einmal wieder figurativ und abbildhaft gelesen werden, denn ihre Motive stammen in ihrer Mehrheit aus den Bereichen der Konsum- und Medienwelt, wenngleich sie auch stark abstrahiert und verfremdet wiedergegeben sind. Die Pop Art aber allein auf diese ikonographische Ebene zu beschränken, die in der Hauptsache Themen der Werbung, Comics, Hollywood 'B-Movies' und 'Celebrities' behandelt, würde ihr nicht gerecht werden. Um einen sinnstiftenden Betrachtungsprozess im Sinne der Moderne zu führen, müssen die herstellungstechnischen Verfahren der Pop Art mit berücksichtigt werden. Der subjektive künstlerische Gestus wird in der Pop Art auf ein Minimum reduziert und stellt so den entpersönlichten Charakter der Technizität in den Vordergrund, der nun wiederum als Hinweis auf die Mechanismen der Massengesellschaft zu lesen ist.

After the Second World War, New York replaced Paris as the centre of the international art scene, being the home of the Abstract Expressionists, who with one mighty blow had cast off their European shackles forever. By the early 1960s the founders of the New York School had in no way started to descend from the zenith of their success and the School's protagonists propagated an art that was not only rooted in metaphysics but that also echoed Romanticism's aesthetic impetus through its existential gestures.² With its extrovert, gaudy works, Pop Art was a confrontational provocation to the Abstract Expressionists, its iconographical concerns being more in line with the American traditions of the 1920s, as embodied by Stuart Davis and Gerald Murphy. A new material inspiration focusing on the object replaced the grand creative gesture.

Modernism's break with illusionism and mimesis – which occurred no later than Picasso's painting *Les Femmes d'Alger (O. J. M.)* (1907) – was not challenged by Pop Art, for all that it could once again be read as figurative and mimetic, given that the majority of its motifs, albeit reproduced in a strongly abstract, alienated form, derived from the realms of consumer culture and the media world. Yet to limit Pop Art exclusively to this iconographical level, dealing mainly with themes from advertising, comics, Hollywood B movies and celebrities, would be to treat it unfairly. In order to examine it seriously in the light of Modernist ideas, it is also necessary to consider the methods by which it was produced. In Pop Art the subjective artistic gesture is reduced to a minimum and the depersonalised nature of technical processes is placed in the foreground, which can again be read as a reference to the mechanisms of mass society.

Im September 1962 wurde im Pasadena Museum of Art in Kalifornien die erste Ausstellung von Pop Art Künstlern unter dem Titel 'The New Painting of Common Objects' eröffnet. Die Schau war von Walter Hopps zusammengestellt worden, der kurz vorher zusammen mit Edward Kienholz die Ferus Gallery in Los Angeles gegründet hatte. Gezeigt wurden Arbeiten von Künstlern sowohl der Ost- als auch der Westküste: Jim Dine, Robert Dowd, Joe Goode, Philip Hefferton, Roy Lichtenstein, Edward Ruscha, Wayne Thiebaud und Andy Warhol. Nach dieser ersten Ausstellung von Pop Künstlern in einem amerikanischen Museum folgten einige weitere in Galerien in New York bei Sidney Janis und in Los Angeles in der Dwan Gallery. Der Ausstellung bei Sidney Janis mit dem Titel 'New Realists' in New York, die am 31. Oktober 1962 eröffnet wurde, kommt dabei eine besondere Rolle zu, denn sie trug entscheidend zur öffentlichen Akzeptanz bei. Mit dieser Ausstellung wurde nicht nur eine Gleichsetzung mit der europäischen Kunst angestrebt, sondern sie verhalf den amerikanischen Künstlern auch zu internationaler Anerkennung.

Die erste bedeutende Museumsausstellung aber kuratierte Lawrence Alloway 1963 im New Yorker Guggenheim Museum mit dem Titel 'Six Painters and the Object', ergänzt durch eine Sektion mit dem Titel 'Six more', die Künstler der Westküste zeigte (Billy Al Bengston, Goode, Hefferton, Ramos, Ruscha und Thiebaud). Alloway, der sich nachhaltig um das theoretische Fundament, zuerst in England und nach seiner Übersiedlung 1961 in die USA, auch und vor allem um die amerikanische Pop Art verdient gemacht hatte, zeigte die Künstler Dine, Johns, Lichtenstein, Rauschenberg, Rosenquist und Warhol. Weitere wichtige Ausstellungen folgten und der Kanon der klassischen Pop Künstler wurde endgültig manifest: Johns und Rauschenberg fungierten dabei in gewisser Weise als Bindeglieder zwischen dem Abstrakten Expressionismus und der Pop Art und wurden oft als deren Pioniere bezeichnet. Als die

In September 1962 the first exhibition of Pop Art artists opened in the Pasadena Museum of Art in California under the title 'The New Painting of Common Objects'. The show was put together by Walter Hopps, who shortly before had founded the Ferus Gallery in Los Angeles together with Edward Kienholz. The exhibition featured works by artists from both the East and the West Coast: Jim Dine, Robert Dowd, Joe Goode, Philip Hefferton, Roy Lichtenstein, Edward Ruscha, Wayne Thiebaud and Andy Warhol. This first exhibition by Pop artists in an American museum was followed by gallery shows staged by Sidney Janis in New York and in the Dwan Gallery in Los Angeles. The Sidney Janis exhibition entitled 'New Realists', which opened in New York on 31 October 1962, played a special role, making a decisive contribution to Pop Art's public acceptance. The show not only sought to give Pop Art the same status as European art but also helped the American artists to earn international recognition.

The first significant museum exhibition was, however, the one curated by Lawrence Alloway at the Guggenheim Museum in New York in 1963 under the title 'Six Painters and the Object', completed by a section entitled 'Six more', which showed artists from the West Coast (Billy Al Bengston, Goode, Hefferton, Ramos, Ruscha and Thiebaud). Alloway, who consistently devoted himself to the theoretical foundation, firstly in England and then in the USA, to which he emigrated in 1961, making a particularly important contribution in the case of American Pop Art, showed the artists Dine, Johns, Lichtenstein, Rauschenberg, Rosenquist and Warhol. Further major exhibitions followed and the canon of classic Pop Artists finally became apparent: Johns and Rauschenberg functioned to some extent as intermediaries between Abstract Expressionism and Pop Art, often being described as the

unangefochtenen Protagonisten kristallisierten sich aber Warhol, Lichtenstein, Rosenquist, Oldenburg, Wesselmann und Dine heraus. Die Pop Künstler der Westküste spielten dabei immer eine Sonderrolle und wurden meist isoliert betrachtet; zwar wurden sie öfter in Ausstellungen gemeinsam mit ihren Kollegen der Ostküste gezeigt, doch wurde ihre Kunst nie so selbstverständlich in die Serie der tonangebenden Künstler New Yorks eingereiht.

Pop Art ist eine ikonographische Kunst, eine Kunst über Zeichen und Zeichensysteme. Sie verwendet ausschließlich Materialien und Dinge, die bereits existieren, und in ihrer Existenz präcodiert sind: Fotografien, Markenwaren und Comics. Die *Campbell's* Suppendose von Warhol oder Roy Lichtensteins Comic Strips lassen ihre ikonographischen Quellen sofort erkennen, doch in ihrer künstlerischen Umsetzung erfahren sie eine Einbettung in eine zweite, weit komplexere Ebene: sie vereinen in sich das gesamte Zeichensystem, das sie in ihrem Ursprungskontext umgibt und reflektieren es so.³ Die künstlerische Transformation und Verfremdung von vorgefundenem Material, machte die Trivialisierung des Lebens als Folgeerscheinung der Massengesellschaft zum Thema und zwang eine immer stereotyper werdende Gesellschaft, über ihr selbst im Umlauf gebrachtes klischeehaftes Bild nachzudenken.

Während die siebziger Jahre – geprägt von Konzeptkunst, Performance- und Land Art – keine nennenswerten künstlerischen Strategien zur Weiterentwicklung der Pop Art formulierten, so kann man zu Beginn der achtziger Jahre eine Renaissance der Ideen der Pop Art feststellen, auch bedingt durch gesellschaftliche Veränderungen, ähnlich wie in den sechziger Jahren.

So markieren die achtziger Jahre politisch, gesellschaftlich und wirtschaftlich einen Scheideweg im geschichtlichen Verständnis des 20. Jahrhunderts, gleichzeitig kann dieses Jahrzehnt als eine Periode des Übergangs zwischen zwei Zeitaltern verstanden

latter's pioneers. It was, however, Warhol, Lichtenstein, Rosenquist, Oldenburg, Wesselmann and Dine who emerged as Pop Art's undisputed protagonists. The West Coast Pop Artists always played a special role, generally being considered in isolation; they were often shown together with their East Coast colleagues in exhibitions but their art was never automatically included in the ranks of the New York artists who set the tone.

Pop Art is an iconographical art founded on signs and sign systems. It relies exclusively on materials and objects that already exist and that are pre-coded in their existence: photographs, branded goods and comics. Warhol's *Campbell's* soup tin and Roy Lichtenstein's comic strips reveal their iconographical sources immediately, but through their artistic execution they are embedded in a second, far more complex level: they combine in themselves the entire system of signs that surrounds them in their original context and that system is reflected by them.³ The artistic transformation and alienation of pre-existent material turned mass society's trivialisation of life into a theme, forcing society, which was becoming increasingly stereotyped, to ponder on the clichéd image of itself that it had put into circulation.

While the 1970s – dominated as they were by concept, performance and land art – did not formulate any significant artistic strategies for Pop Art's further development, the early 1980s witnessed a renaissance of the movement's ideas that, as in the 1960s, was conditioned by social change.

Politically, socially and economically, the 1980s mark a watershed in the historical understanding of the 20th century, but the decade can also be seen as a period of transition between two ages. The prefix 'post' – from post-modern to

werden. Das Präfix 'Post' – von postmodern bis post-industriell – wird prägend für den Wortgebrauch dieser Zeit, die auf der Suche nach einer Identität war.

1981 wird der Schauspieler Ronald Reagan Präsident einer konservativ geführten Regierung der Vereinigten Staaten. Seine Wahl war dabei weniger die Entscheidung für einen Kandidaten mit einem bestimmten politischen Profil, als für eine Person, die in vorher nicht gekannten Dimensionen von den Medien 'erschaffen' wurde. Der Kalte Krieg sollte in seiner Amtszeit eine neue Bedeutung erhalten, das militärische Aufrüsten geschah gegen den kommunistischen Feind, die UdSSR und das geteilte Europa wurden Schauplatz dieser Aufrüstung. Die nukleare Bedrohung war allgegenwärtig und über allem schwebte das Heilsversprechen des Kapitalismus. Die Verinnerlichung des kapitalistischen Systems führte zu den ersten Trieben der Globalisierung, die die Arbeit dorthin verfrachtete, wo sie am billigsten war, während die Gewinne aber im eigenen Land gemacht wurden. Der Börsen-Boom in den USA und die mit ihm verbundene Entwicklung der Gesellschaft, die sich auch in einer wachsenden Kluft zwischen Arm und Reich manifestierte, wird fast symbolisch verkörpert von einem Film, der wie kaum ein anderer die Strategien einer durch und durch am Markt orientierten Gesellschaft bloßlegte: Oliver Stones 'Wall Street' (1987) veranschaulicht in prägnanter Weise die manipulative Kraft der Börse, die zum Kriegsschauplatz wird, auf dem es darum geht, den Traum vom schnellen Geld Realität werden zu lassen. Gerade das Hollywood-Kino sollte im Kontext der achtziger Jahre nicht außer Acht gelassen werden, formiert sich doch in diesem Bereich und den Massenmedien generell einiges neu. Die Filmindustrie erlebte einen Boom und wie nie zuvor war das 'Box-Office'-Ergebnis eines Films so ausschlaggebend für seinen Erfolg. Der populäre Film entdeckte die Fortsetzung (Sequel) als legitimes Mittel, einen Erfolg an der Kasse durch Teil II (oder III) noch zu steigern: Superman, Star Wars, Rocky, Rambo, Indiana Jones, Beverly Hills Cop oder Lethal Weapon sind nur einige Filmtitel, die mit ihren hohen Einnahmezahlen für dieses Konzept

post-industrial – is characteristic of the terminology of that era, which was on a quest for an identity.

In 1981 the actor Ronald Reagan became the President of a conservatively led government of the United States. His election was less the choice of candidate with a particular political profile than that of a person who had been 'created' by the media to a hitherto unprecedented extent. During his period of office, the Cold War took on a new meaning, with the process of military armament being directed against the Communist foe, and with the USSR and a divided Europe becoming the arena for this phenomenon. The nuclear threat was omnipresent and a general belief in capitalism's healing ability held sway. The internalisation of the capitalist system led to the first impulses of globalisation, which shipped jobs off to places where labour was cheapest, while profits were earned at home. The stock market boom in the USA and the associated development of society, which manifested itself in a growing gulf between poor and rich, is epitomised by a film that laid bare the strategies of a market-oriented society as virtually no film had ever done before: Oliver Stone's 'Wall Street' (1987) incisively describes the manipulative power of the Stock Exchange, which becomes a theatre of war where the goal is to 'get rich quick'. Hollywood cinema should not be ignored in the context of the 1980s, since Hollywood and the mass media generally determine a number of new developments. The film industry experienced a boom and, more than ever before, box office receipts became the indicator of a film's success. The popular film discovered the sequel as a legitimate tool for increasing a box office success by distributing a Part II (or even a Part III): Superman, Star Wars, Rocky, Rambo, Indiana Jones, Beverly Hills Cop and Lethal Weapon are only a few film titles that argued for this concept because of their high earnings.⁴



JIM DINE
Dear Senior Boy 2007

Öl, Acryl und Kohle auf Holz	oil, acrylic and charcoal on wood
153 x 153 cm	60 1/4 x 60 1/4 in.
rückseitig signiert, datiert und betitelt	verso signed, dated and titled

sprachen.⁴ Der amerikanischen Filmindustrie wurden Rekord-Einnahmen zuteil, obwohl die Konkurrenz in Form der rasanten Ausbreitung des Kabelfernsehens und der Erfindung des Videorecorders für den Heimgebrauch immens war. Der Trend zum Heimvideo veranlasste die Filmindustrie, sich in anderen Bereichen zu engagieren und Kooperationen einzugehen, wie auch eine neue Art des Merchandising zu betreiben. Der Kinofilm wurde zum Ausgangspunkt für eine kommerzielle Maschinerie, die in ganz unterschiedlichen Bereichen aktiviert wurde: von bedruckten T-Shirt's, Büchern und Spielzeug bis zum Musikvideo und Unterhaltungspark (Disney).⁵ Die Kommerzialisierung der Lebenswelt wurde stetig vorangetrieben durch die sich flächendeckend ausbreitende Shoppingmall, die seit den sechziger Jahren aus dem einstigen Warenhaus erwuchs. Und spätestens seit den achtziger Jahren wurde 'Shopping', neben dem Fernsehen, zu einem der relevantesten gesellschaftlichen Themen. Hochstilisiert zur adäquaten Freizeitbeschäftigung und Ausdruck des sozialen Status, war dem Einkaufen seine ursprüngliche Bedeutung längst abhanden gekommen und konnte so zu einem wesentlichen kulturellen Ritual des öffentlichen und gemeinschaftlichen Lebens werden, welches Identitäten kreiert oder wandelt.⁶ Die vielfältigen Angebote der Konsumwelt, ihre Ästhetik und ihre Verführungskunst, übten nicht nur auf Kulturtheoretiker, Philosophen und Psychologen, sondern vor allem auch auf Kunst und Künstler eine fast unvermeidliche Faszination aus, der man sich weder als Konsument noch als kritischer Betrachter auf einer anderen Ebene entziehen konnte.

So machten sich einige Künstler die Strategien des Kapitalismus und seiner Folgeerscheinungen zu eigen: Die Übertragung von vorgefundenen und oft banalen Dingen in einen anderen Kontext ihre Weiterverarbeitung in andere Materialitäten, die Art ihrer Präsentation, die Umdeutung von Markenname und Werbung die Aneignung von Marketingstrategien – all das sind die Werkzeuge von Künstlern, die sich unsere kulturelle und gesellschaftliche Realität zum Thema machen.

America's film industry turned in record receipts despite the immense competition in the form of the rapid spread of cable TV and the invention of the video recorder for home use. The trend toward home videos encouraged the film industry to engage in other areas and to embark on cooperative ventures, as well as to pursue a new kind of merchandising. The cinema film became the point of departure for a commercial machine that went into action in a wide range of different areas: from printed tee-shirts, books and toys to music videos and entertainment parks (Disney).⁵ The commercialisation of the world in which we live was continuously pursued through the increasingly ubiquitous malls that, as from the 1960s, developed out of the previous department stores. And no later than the 1980s, 'shopping', together with television, became one of the most relevant social themes. Glamourised as an appropriate leisure activity and an expression of social status, shopping had long lost its original purpose and could thus become a significant cultural ritual of public and social life, which creates or transforms identities.⁶ The manifold temptations of the consumer world, its aesthetics and its seductiveness exerted an almost inescapable fascination not only on cultural theorists, philosophers and psychologists but above all on art and artists, a fascination from which neither consumers nor critical observers could withdraw to another level. And so certain artists appropriated the strategies and consequences of capitalism, transferring them to their work.

The transposition of pre-existent, often banal objects into a different context, their further processing in other materialities, the nature of their presentation, the reinterpretation of brand names and advertisements, the appropriation of marketing strategies – these are all the tools of artists who take our cultural and social reality as their theme.

Jeff Koons, der Anfang der achtziger Jahre mit Skulpturen bekannt wurde, die aus fabrikneuen Haushaltsgeräten und Staubsaugern in beleuchteten Vitrinen bestanden, hat sich in unterschiedlicher Weise mit trivialen Gegenständen des alltäglichen Konsums auseinandersetzt. Werbung, Kitsch, Comics, billiges Kinderspielzeug und massenproduzierte Americana sind dabei seine unerschöpflichen Inspirationsquellen, mit denen er die verschiedensten Aspekte kapitalistischer Konsumkultur auslotet. Das Überheben von trivialem Material und überraschende Kontextverschiebungen, gehen einher mit einer Fortführung der Duchampschen Readymade-Idee und dem künstlerischen Erbe eines Andy Warhol.

Sylvie Fleury befasst sich in ihrem Werk mit Konsumgütern und Begehren, doch thematisiert Sie hier vor allem die weibliche Seite. Die Künstlerin arbeitet mit den Produkten von Luxusmarken wie Gucci oder Estée Lauder und überführt diese in ihr Werk, verändert deren Materialität und verschiebt Bedeutungszusammenhänge. Mit den so entstandenen Arrangements, Installationen und Skulpturen, zeigt sie die Faszination, die von diesen 'vehicles of desire' ausgeht, ohne sie moralisch zu leugnen und untersucht das Verlangen und Begehren, das damit artikuliert und die Wunschvollendung, die damit versprochen werden.⁷

Tom Sachs geht in seinen Arbeiten weit über den Verführungsaspekt von Konsum hinaus. Er arbeitet auf eine offensive und verstörende Art und Weise mit Logos von global operierenden Firmen und zitiert diese in einem oft radikal umgedeuteten Kontext. Dabei hinterfragt er nicht nur die Macht der Massenvermarktung, sondern plädiert auch für die Errichtung einer Alternativökonomie, die aus dem Markenzwang des Massenkonsums Profit schlägt.

Katharina Fritsch beschäftigt sich in ihrem Werk mit symbolträchtigen Gegenständen unseres Alltags und verleiht diesen durch intensive Farbgebungen eine ikonenhafte Plakativität. Religion und Konsum verbinden sich in humorvoller Weise in der Devotionalie

Jeff Koons, who became known in the early 1980s for his sculptures created from brand-new household appliances and vacuum cleaners in lighted showcases, has concerned himself in different ways with trivial objects in everyday use. Advertisements, kitsch, comics, cheap children's toys and mass-produced Americana are his inexhaustible sources of inspiration, which he uses to explore the most diverse aspects of capitalist consumer culture. The exaltation of trivial material and surprising shifts of context go hand in hand with the continuation of Duchamp's idea of the ready-made and the artistic legacy of Andy Warhol.

Sylvie Fleury focuses on consumer goods and desire in her work, principally thematising the female point of view. She incorporates the products of luxury goods companies like Gucci and Estée Lauder, altering their materiality and creating shifts in meaning. The resulting arrangements, installations and sculptures show the fascination exerted by these 'vehicles of desire', without any moral denial of them, exploring the demands and desires they articulate and their promise of wish fulfilment.⁷

Tom Sachs goes far beyond the allure of consumerism in his art. He treats the logos of global firms aggressively and disturbingly, quoting them in a context that is often radically reinterpreted. In this way, he not only challenges the power of mass marketing but also pleads for the creation of an alternative economy that profits from the obsession with designer brands typical of mass consumerism.

Katharina Fritsch focuses on highly symbolic everyday objects in her work, endowing them with an iconic, eye-catching quality through her use of intensive colours. Religion and consumerism are humorously combined in the devotional figure of the miracle-working Madonna of

TAKASHI MURAKAMI
Killer Pink 2005

Offset-Lithographie	offset lithograph
auf Spiegelpapier	on mirror paper
68 x 67,9 cm	26 3/4 x 26 3/4 in.
signiert und datiert unten rechts	signed and dated lower right
numeriert 191/300	numbered 191/300
Auflage 300 Exemplare	edition of 300



der wundertätigen Madonna aus Lourdes, die ihren Weg in das Warenregal genauso findet wie die betenden Hände von Dürer.

Alexander Kosolapov's Auseinandersetzung mit Themen des alltäglichen Konsums birgt immer auch eine starke politische Komponente. Er vergleicht bisweilen die ideologischen Stereotypen des Kommunismus mit denen kapitalistischer Konsumkultur und löst mit Werken wie *Marlboro Malevich* vielfältige Assoziationen zu dieser äußerst diametralen Beziehung aus. Gleichzeitig besinnt er sich auch auf die künstlerische Tradition Russlands, indem er den herausragenden Avantgarde-Künstler Kasimir Malewitsch benennt oder auf die russische Tradition der Ikonmalerei verweist, wie in dem Werk *Icon Caviar*.

Auch Künstler wie **Takashi Murakami** und Ma Jung, verweben in ihren Arbeiten Tradition und Moderne. Der Japaner Murakami schöpft seine Inspiration in erster Linie aus der in Japan so präsenten Welt des

Lourdes, who finds her way onto the kind of shelving found in shops, just as Dürer's praying hands do.

Alexander Kosolapov's preoccupation with themes relating to everyday consumerism always contains a strong political component. He sometimes compares the ideological stereotypes of Communism with those of capitalism's consumer culture, triggering a wide range of associations with this diametrically opposed relationship through works like *Marlboro Malevich*. At the same time, he is mindful of Russia's artistic heritage, naming the eminent avantgarde artist Kasimir Malevich or alluding to the Russian tradition of icon painting, as in the work *Icon Caviar*.

Artists like **Takashi Murakami** and Ma Jung also intertwine tradition and Modernism in their works. The Japanese artist Murakami draws his inspiration primarily from the world of anime, which has



TAKASHI MURAKAMI
White Dob 2004

Offset-Lithographie
auf Velin

69 x 69 cm

signiert und datiert unten rechts

nummeriert 100/300

Auflage 300 Exemplare

offset lithograph
on wove paper

27 1/8 x 27 1/8 in.

signed and dated lower right

numbered 100/300

edition of 300

Anime, die er mit Zitaten an alte handwerkliche Techniken verbindet, die an die Holzschnitte von Hokusai erinnern können. Genauso finden sich in seinem Werk Anklänge an Andy Warhol, und die Aneignung von Marketingstrategien, die sich mit seinem Werk verbinden, machen ihn zu einem wirklich zeitgenössischen Erben der Pop Art.

Der junge, aus China stammende Künstler **Ma Jung**, der sich in seiner Arbeit dezidiert auf die amerikanische Pop Art der sechziger Jahre beruft, kombiniert die uralte chinesische Tradition der Porzellanherstellung mit den Produkten westlichen Konsums. Die daraus resultierenden Arbeiten, wie etwa ein bemalter Porzellanfernseher oder eine Kiste Cola-Flaschen, die in ihrer Formgebung der herkömmlichen Plastikvariante nachempfunden sind, irritieren nachhaltig. Seine Werke beleuchten in humorvoller Weise die Auswüchse der Globalisierung und insbesondere die oft ambivalente Rolle Chinas in diesem Zusammenhang.

such a strong presence in Japan, combining this with references to old craft techniques that may recall Hokusai's woodcuts. At the same time, Murakami's works also contains echoes of Andy Warhol which, together with his appropriation of marketing strategies, make him a true contemporary heir to Pop Art.

The young Chinese artist **Ma Jung**, who decisively alludes to 1960s American Pop Art in his work, combines the age-old Chinese tradition of porcelain manufacture with western consumer products. The resulting works, such as a painted porcelain television set and a case of Coca Cola bottles shaped like the normal plastic version, have a disconcerting impact. Ma Jung's works humorously illustrate the excesses of globalisation, especially China's often ambivalent role in this connection.

Das Verweben von Tradition und Moderne und die exzentrische Verarbeitung von Logos, die mit der Erfindung neuer 'Brands' im Gewand einer längst vorhandenen Marke einhergehen kann, gepaart mit viel Ironie und Witz sind die künstlerischen Antriebsfedern von **Wim Delvoye**. So schafft der belgische Künstler zum Beispiel Skulpturen in der Form eines Betonmischers oder einer Planierdrause, die zusammengesetzt sind aus fragilen Stahlelementen die an die architektonischen Formen einer hochgotischen Kathedrale erinnern. Die Werbefigur 'Meister Proper' findet auf diese Weise ihren Weg in ein filigran gestaltetes Eisentor und tätowierte Schweine werden zum Botschafter für die Luxusmarke Louis Vuitton: so reflektiert der Künstler mit irritierenden Gegensätzen und einem humorvollen Umgang mit unserer vom Konsum geprägten Wirklichkeit unser westliches Wertesystem.

Auch **David LaChapelle** steht mit seinen großformatigen, perfekt inszenierten Fotografien in der Tradition der Pop Art: er zitiert diese und reflektiert sie (wie in *Celebrity Gleam*), vermengt sie mit der heutigen, vom Konsum geprägten Bildwelt und den dazugehörigen omnipräsenten Hollywoodstars. Er beschäftigt sich in seinen – trotz aller Drastik – makellos glatt anmutenden Fotoarbeiten mit den Oberflächen unserer Gesellschaft und potenziert die Wirklichkeit: Helles wird strahlender, Dunkles abgründiger, Kantiges glatt und Erhabenes kitschig.

Alle genannten Künstler arbeiten mit elementaren Codes unserer Zeit, sie spielen damit, verweben traditionelle künstlerische Techniken mit den Inhalten der Moderne und verändern Bedeutungen. Dies geschieht keinesfalls nur in kritischer oder ironischer Hinsicht. Die Künstler transportieren auch Schönheit, stellen die Faszination glänzender Oberflächen dar und treten in einen schöpferischen Dialog mit den Dingen, die bestimmend sind für unsere Lebenswelt.
Dr. Sarah Dengler

Fußnoten siehe Seite 88

The intertwining of tradition and Modernism and the eccentric redesign of logos that can accompany the development of new 'brands' under the guise of long-existent products, combined with plenty of irony and humour, are the mainspring of **Wim Delvoye's** art. The Belgian artist creates sculptures shaped like a concrete mixer or a bulldozer that are composed of fragile steel elements reminiscent of the architectural forms of a High Gothic cathedral. He transports the advertising figure 'Mr. Clean' into a gate seemingly made of wrought iron and turns tattooed pigs into ambassadors for the luxury goods company Louis Vuitton: these are the disconcerting contrasts and humorous interventions through which the artist reflects on the reality of our western system of values, dominated as it is by consumerism.

With his large-format, perfectly staged photographs, **David LaChapelle** also firmly belongs to the tradition of Pop Art: he quotes it and reflects it (as in *Celebrity Gleam*), blending it with today's pictorial world, which is so heavily influenced by consumerism, and the omnipresent Hollywood stars who are part of it. In his photographic works, which appear immaculately smooth despite certain features that shock the eye, LaChapelle concerns himself with our society's veneer. Reality takes on a greater potency: light becomes brighter, dark becomes more unfathomable, the angular becomes smooth and the sublime becomes kitschy.

All the artists mentioned work with elementary codes of our time; they play with them, intertwining traditional artistic techniques with the content of Modernism and altered meanings. They do not limit themselves to criticism or irony but also convey beauty, present the fascination of shiny surfaces and engage in a creative dialogue with objects that exert a determining influence on the world in which we live.
Dr. Sarah Dengler

Footnotes see p. 88



BRANDS



MEL RAMOS
The Pause that Refreshes 2008

Kunstharz, bemalt	resin, painted
53 x 53 x 15 cm	20 7/8 x 20 7/8 x 6 in.
signiert und nummeriert 8/8	signed and numbered 8/8
Auflage 8 Exemplare + 4 AP	edition of 8 + 4 AP



ANDY WARHOL
Spilled Coke 1985

Siebdruck auf Papier	silkscreen on paper
89,5 x 61 cm	35 1/4 x 24 in.
rückseitig mit Stempel der Warhol Foundation	verso stamp of the Warhol Foundation
Unikat	unique



ALEXANDER KOSOLAPOV
Malevich Marlboro 2005

Acryl auf Leinwand	acrylic on canvas
147,3 x 208,3 cm	58 x 82 in.
rückseitig signiert	verso signed

TAKASHI MURAKAMI
Eye Love Superflat 2005

Acryl auf Leinwand auf Holz (zwei Teile)	acrylic on canvas on panel (two parts)
je 61 x 61 cm	each 24 x 24 in.
beide Leinwände rückseitig signiert, datiert und gestempelt	each canvas verso signed, dated and stamped





WIM DELVOYE
AFC 2 2005

Tätowierung auf Schweinehaut	tattoo on pig skin
46 x 38,5 cm	18 1/8 x 15 1/8 in.
rückseitig auf dem Rahmen signiert	verso signed on frame



WIM DELVOYE

Studies for Cloaca Commercial, Study # 209 2004

Bleistift, Farbstift und Collage auf Papier

31 x 33 cm

signiert und datiert unten rechts

pencil, coloured crayon and collage on paper

12 1/5 x 13 in.

signed and dated lower right

TOM SACHS
Duralast 2008

Bronze, Photo-Radierung auf Bronze und Messing, Ammoniumsulfid-Patina

182,9 x 57,8 x 48,3 cm

numeriert 1/5

Auflage 5 Exemplare

bronze, photo etching on bronze and brass, ammonium sulfide patina

72 x 22 3/4 x 19 in.

numbered 1/5

edition of 5





ANDY WARHOL

Campbell's Soup II (Tomato-Beef Noodle O's) 1969

Siebdruck auf Papier

88,9 x 58,4 cm

rückseitig signiert und numeriert 'L'

Auflage 250 Exemplare

+ 26 AP mit A-Z bezeichnet

silkscreen on paper

35 x 23 in.

verso signed and numbered 'L'

edition of 250

+ 26 AP inscribed A-Z



ANDY WARHOL

Apple Macintosh 1986

Siebdruck auf Papier

96,5 x 96,5 cm

signiert und numeriert EP 5/5 unten rechts

Auflage 190 Exemplare + 30 AP + 5 PP

+ 5 EP + 10 HC + 10 (I-X) + 1 BAT + 30 TP

silkscreen on paper

38 x 38 in.

signed and numbered EP 5/5 lower right

edition of 190 + 30 AP + 5 PP

+ 5 EP + 10 HC + 10 (I-X) + 1 BAT + 30 TP



TOM SACHS
Big Mac Box 2008

Bronze, bemalt	bronze, painted
8,5 x 13,5 x 12,5 cm	3 3/8 x 5 3/8 x 5 in.
signiert, datiert und nummeriert 11/20	signed, dated and numbered 11/20
sowie bezeichnet '1451'	and inscribed '1451'
Auflage 20 Exemplare	edition of 20



MEL RAMOS
Fräulein French Fries 2002

Lithographie auf Papier	lithograph on paper
45 x 45 cm	17 3/4 x 17 3/4 in.
signiert unten rechts, nummeriert 190/499	signed lower right, numbered 190/499
Auflage 499 Exemplare	edition of 499

SYLVIE FLEURY
Tapis Yoga Gucci 2001/02

Bronze	bronze
143 x 55 x 2 cm	56 1/4 x 21 3/4 x 7/8 in.
mit Signatur und numeriert 6/8 unten rechts	with signature and numbered 6/8 lower right
Auflage 8 Exemplare	edition of 8





TAKASHI MURAKAMI
Monogramouflage 2008

bedruckter Baumwolldrillich über Metallrahmen
40,5 x 40,5 cm
rückseitig signiert, datiert und
mit Stempel des Brooklyn Museum
numeriert 16/100 auf dem Zertifikat
mit original Louis Vuitton Schachtel
Auflage 100 Exemplare

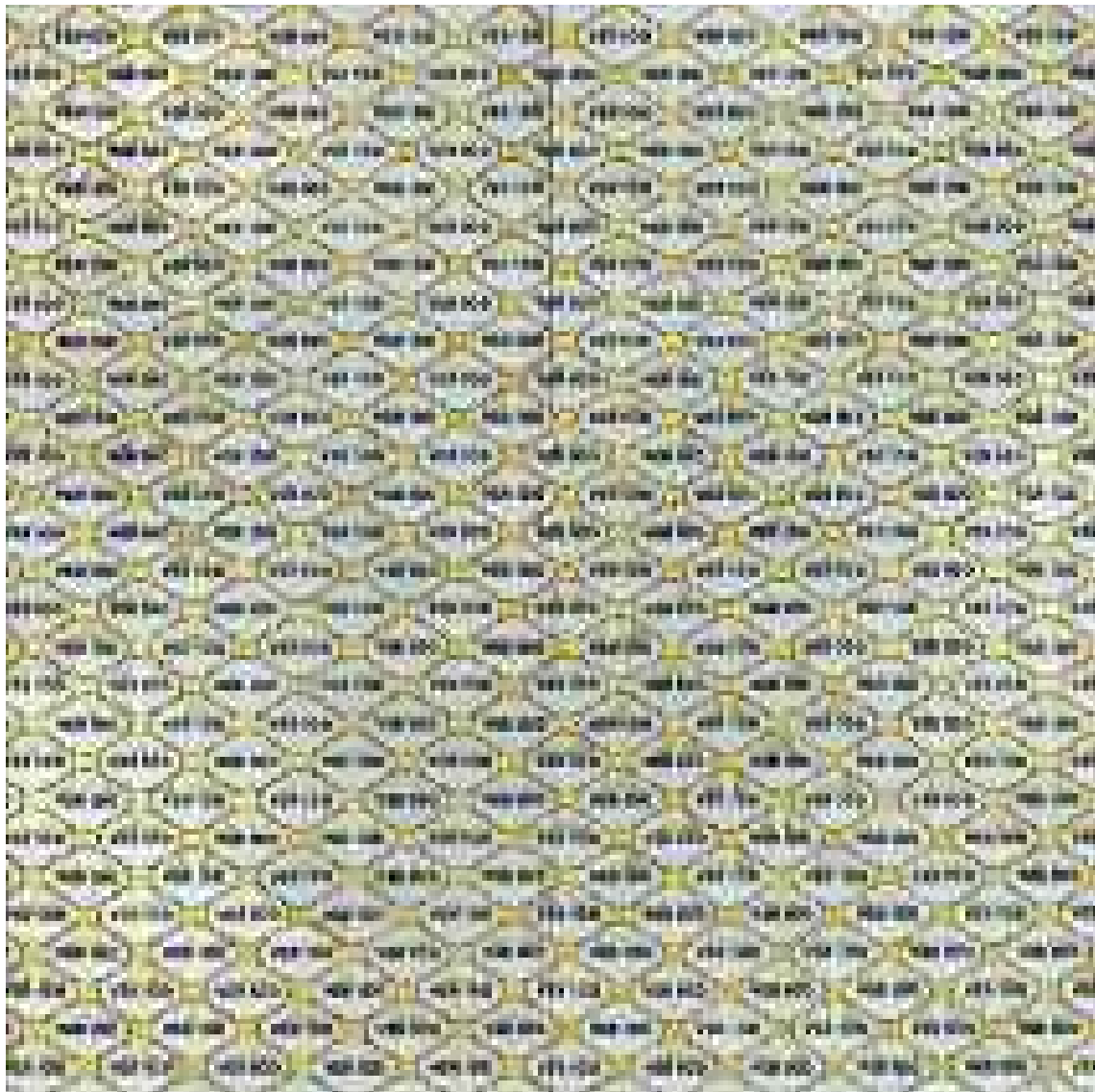
printed denim on chassis
16 x 16 in.
verso signed and dated and
with stamp of the Brooklyn Museum
numbered 16/100 on the certificate
with original Louis Vuitton box
edition of 100



TAKASHI MURAKAMI
Monogramouflage 2008

gewebter Baumwolldrillich über Metallrahmen
40,5 x 40,5 cm
rückseitig signiert, datiert und
mit Stempel des Brooklyn Museum
numeriert auf dem Zertifikat 44/100
mit original Louis Vuitton Schachtel
Auflage 100 Exemplare

woven denim on chassis
16 x 16 in.
verso signed, dated and
with stamp of the Brooklyn Museum
numbered 44/100 on certificate
with original Louis Vuitton box
edition of 100



TOM SACHS
Viagra 2008

Synthetische Polymer-Farbe und Blattgold auf Sperrholz
182,9 x 182,9 x 10,8 cm
rückseitig signiert und datiert

synthetic polymer paint and goldleaf on plywood
72 x 72 x 4,25 in.
verso signed and dated

TAKASHI MURAKAMI
Flowerball Plush 2008

Stoff	fabric
Ø 60 cm	Ø 23 5/8 in.
numeriert 26/100	numbered 26/100
Auflage 100 Exemplare	edition of 100





SYMBOLS



ED RUSCHA
Cream 1974

Schießpulver auf Papier	gunpowder on paper
56,6 x 71,9 cm	22 3/4 x 28 3/4 in
rückseitig signiert	verso signed



ANDY WARHOL

Gun 1981/82

Synthetisches Polymer und Siebdrucktinte auf Leinwand

40,7 x 50,8 cm

rückseitig numeriert 'PA 15.013' sowie auf der umgeschlagenen Leinwand

gestempelt 'Estate of Andy Warhol' und 'Andy Warhol Foundation for the Visual Arts'

synthetic polymer paint and silkscreen ink on canvas

16 x 20 in.

verso numbered 'PA 15.013' and stamped 'Estate of Andy Warhol'

and 'Andy Warhol Foundation for the Visual Arts' on the canvas overlap



TOM WESSELMANN
My Black Belt 1983/90

Stahl, bemalt steel, painted
74 x 147,5 x 51 cm 29 x 58 x 20 in.

rückseitig mit gestempelter Signatur, numeriert 8/8 und bezeichnet 'Lippencott' verso with stamped signature, numbered 8/8 and inscribed 'Lippencott'
Auflage 8 Exemplare edition of 8



JAMES ROSENQUIST
Leaky Neck 1978

Acryl auf Leinwand

52,1 x 91,4 cm

rückseitig signiert, datiert und betitelt auf der umgeschlagenen Leinwand

acrylic on canvas

20 1/2 x 36 in.

verso signed, dated and titled on the canvas overlap

SYLVIE FLEURY
Ladder 2007

Bronze mit 23,5 Karat Gold überzogen	bronze with 23,5 carat gold
183,5 x 132 x 57 cm	72 1/4 x 52 x 22 3/8 in.
mit Signatur und numeriert 2/8	with signature and numbered 2/8
Auflage 8 Exemplare	edition of 8





TOM WESSELMANN
Sneaker Study (D7974) 1979

Bleistift und Aquarell auf Papier, collagiert auf Malkarton

35,5 x 43 cm

signiert und datiert unten rechts

pencil and watercolour on paper, collage on cardboard

14 x 16 7/8 in.

signed and dated lower right



SYLVIE FLEURY
ALAÏA Shoes (1) 2003

Bronze	bronze
17 x 23 x 7 cm	6 3/4 x 9 x 2 3/4 in.
mit Signatur und numeriert I/II AP	with signature and numbered I/II AP
Auflage 3 + 2 AP	edition of 3 + 2 AP

cover: SYLVIE FLEURY
ALAÏA Shoes (3) 2003

Bronze	bronze
11 x 23 x 7 cm	4 3/8 x 9 x 2 3/4 in.
mit Signatur und numeriert 2/3	with signature and numbered 2/3
Auflage 3 + 2 AP	edition of 3 + 2 AP



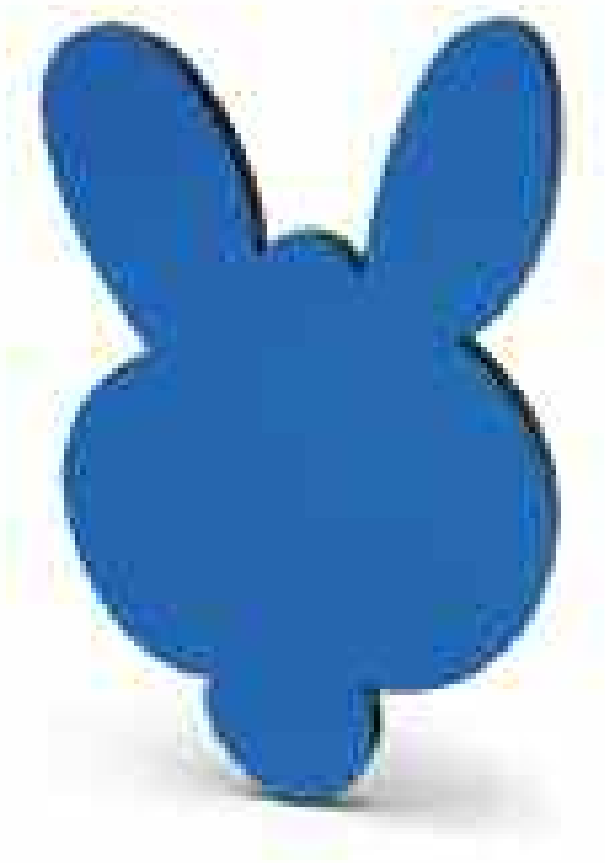
WIM DELVOYE
Studies for Cloaca New & Improved, Study # 196 2002

Bleistift, Buntstift und Filzstift auf Papier	pencil, coloured crayon, felt tip pen on paper
65 x 50 cm	25 1/2 x 19 3/4 in
signiert und datiert unten rechts	signed and dated lower right

WIM DELVOYE
Gate Scale Model #2 2006

Edelstahl, bemalt, Elektromotor	stainless steel, painted, electric motor
221 x 144 x 38,5 cm	87 x 56 5/8 x 15 1/8 in.





JEFF KOONS
Kangaroo Mirror Box (Blue) 2003

Kunststoffspiegel in Plexiglasbox
 und DVD 'Jeff Koons: A Man of Trust'
 26,2 x 17,5 x 1,1 cm / Box: 32,5 x 23,8 x 4,4 cm
 rückseitig signierte Original-Schachtel
 datiert und numeriert 0363/2000
 Auflage 2000 Exemplare + 200 AP

polystyrene mirror in plexiglass box
 and DVD 'Jeff Koons: A Man of Trust'
 10 ³/₈ x 6 ⁷/₈ x ³/₈ in. /box 12 ³/₄ x 9 ³/₈ x 1 ³/₄ in.
 verso signed original cardboard box
 dated and numbered 0363/2000
 edition of 2000 + 200 AP



KATHARINA FRITSCH
Giftflasche 1997/2001

Kunststoff, Farbe
 25 x 10 x 8,5 cm
 auf Zertifikat signiert und
 numeriert 12/16
 Auflage 16 Exemplare + 4 AP

plastic, paint
 9 ³/₄ x 4 x 3 ¹/₃ in.
 on certificate signed and
 numbered 12/16
 edition of 16 + 4 AP



JEFF KOONS
Monkey Train (Blue) 2007

Pigment-Siebdruck auf Somerset-Papier
 83,5 x 66,3 cm
 signiert und datiert unten rechts
 nummeriert 10/40 unten links
 Auflage 40 Exemplare + 10 AP

pigmented silkscreen on Somerset paper
 32 ⁷/₈ x 26 ¹/₈ in.
 signed and dated lower right
 numbered 10/40 lower left
 edition of 40 + 10 AP



MA JUN
New China Series: Television 2005

Porzellan
 38 x 27 x 25 cm
 mit Zertifikat

porcelain
 15 x 10 ⁵/₈ x 9 ⁷/₈ in.
 with certificate



TOM WESSELMANN
Big Blonde Nude c. 1969

Serigraphie auf festem Papier	serigraph on sturdy paper
63,4 x 80,8 cm	25 x 31 3/4 in.
signiert unten rechts	signed lower right
Auflage 100 Exemplare	edition of 100



MEL RAMOS
Martini Miss 2008

Kunstharz, bemalt, Glas	resin, painted, glas
72 x 50 x 36 cm	28 1/3 x 19 5/8 x 14 1/8 in.
rückseitig signiert und nummeriert 8/8	verso signed and numbered 8/8
Auflage 8 Exemplare + 4 AP	edition of 8 + 4 AP

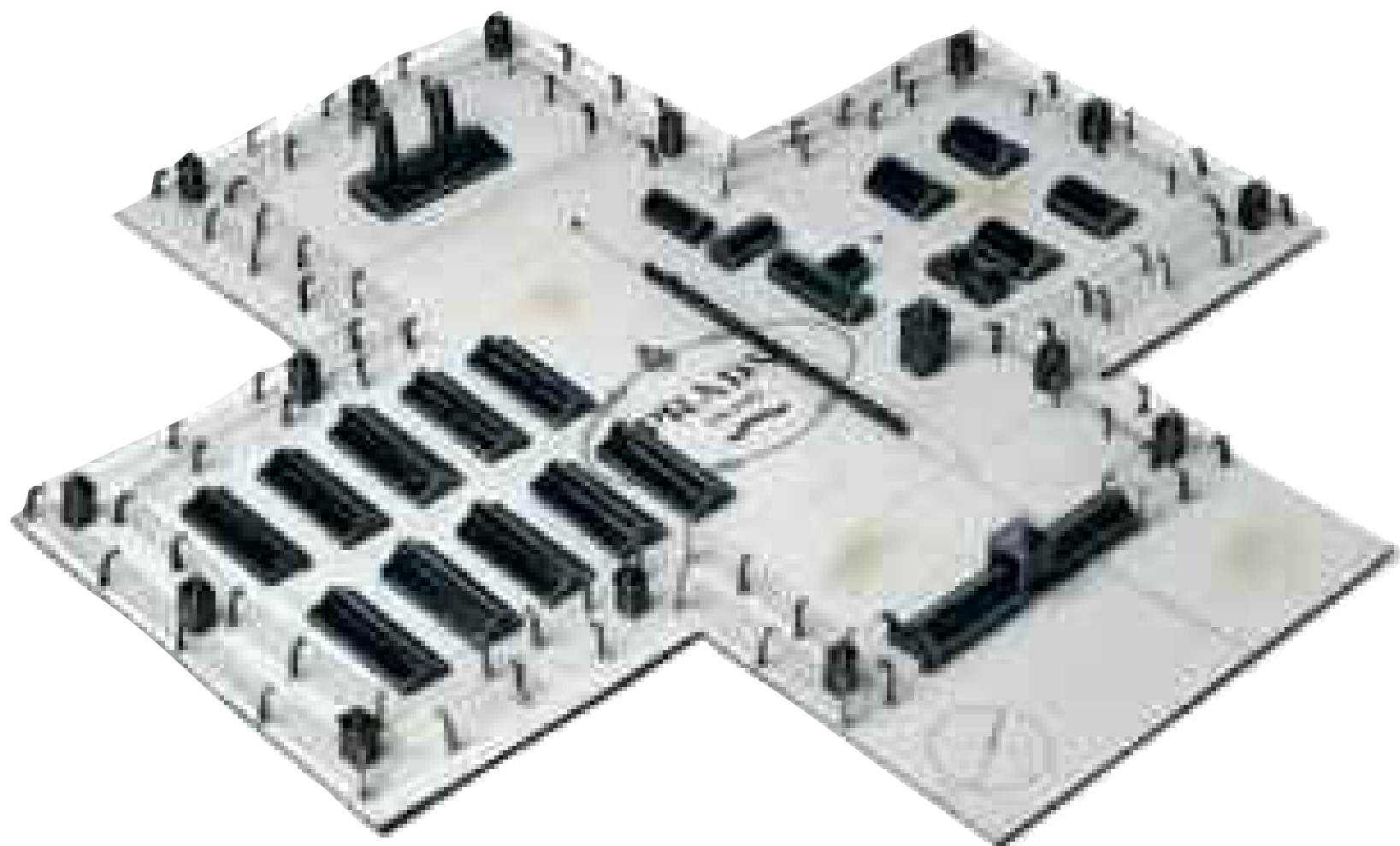


DAVID LaCHAPELLE
Cell Phone Life 2002

C-Print	C-print
101,6 x 73,7 cm	40 x 29 in.
numeriert 2/7	numbered 2/7
Auflage 7 Exemplare + 4 AP	edition of 7 + 4 AP

TOM SACHS
Prada Deathcamp 1998

Pappkarton, Tinte, Bindfaden cardboard, ink, cord
69 x 69 x 5 cm 27 1/8 x 27 1/8 x 2 in.





TOM WESSELMANN
Smoker Study / for Smoker # 24 (76-15) 1976

Öl auf Leinwand	oil on canvas
28,7 x 28,7 cm	11 1/4 x 11 1/4 in.
rückseitig signiert und datiert	verso signed and dated



TOM WESSELMANN
Smoking Cigarette # 2 1980

Acryl auf Holz acrylic on wood
99 x 173 x 2 cm 39 x 68 1/8 x 5/8 in.



ICONS



ROBERT INDIANA
Norma Jean 1998

Lithographie auf Papier	lithograph on paper
89 x 89 cm	35 x 35 in.
signiert, datiert und nummeriert 86/90	signed, dated and numbered 86/90
Auflage 90 Exemplare	edition of 90



ANDY WARHOL
Marilyn 1967

Siebdruck auf Papier	silkscreen on paper
91 x 91 cm	35 3/4 x 35 3/4 in.
rückseitig signiert, datiert und gestempelt 37/250	verso signed, dated and stamped 37/250
Auflage 250 Exemplare + 26 AP mit A-Z bezeichnet	edition of 250 + 26 AP inscribed A-Z



ALEXANDER KOSOLAPOV

Icon Caviar 2009

Kupfer, Silber und Plastik auf Sperrholzplatte copper, silver, and plastic on plywood

110 x 90 x 10 cm 43 3/8 x 25 1/2 x 4 in.

numeriert 2/5 numbered 2/5

Auflage 5 Exemplare edition of 5



ALLAN D'ARCANGELO
Madonna and Child 1963

Acryl auf Leinwand acrylic on canvas
174,3 x 153,4 cm 68 ⁵/₈ x 60 ³/₈ in.

rückseitig signiert, betitelt und datiert verso signed, titled and dated

DAVID LaCHAPELLE
Last Supper 2003

C-Print
157,5 x 304,8 cm

numeriert 2/3 AP

Auflage 5 Exemplare + 3 AP

C-print

62 x 120 in.

numbered 2/3 AP

edition of 5 + 3 AP







ROBERT INDIANA

Hope 2009

Edelstahl, poliert	stainless steel, polished
91,4 x 91,4 x 45,7 cm	36 x 36 x 18 in.
numeriert 1/VIII	numbered 1/VIII
Auflage 8 Exemplare + 1 AP	edition of 8 + 1 AP



KATHARINA FRITSCH
Madonna 1982

Gips, Farbe
30 x 8 x 6 cm
plaster, paint
11 $\frac{3}{4}$ x 3 $\frac{1}{4}$ x 2 $\frac{1}{3}$ in.

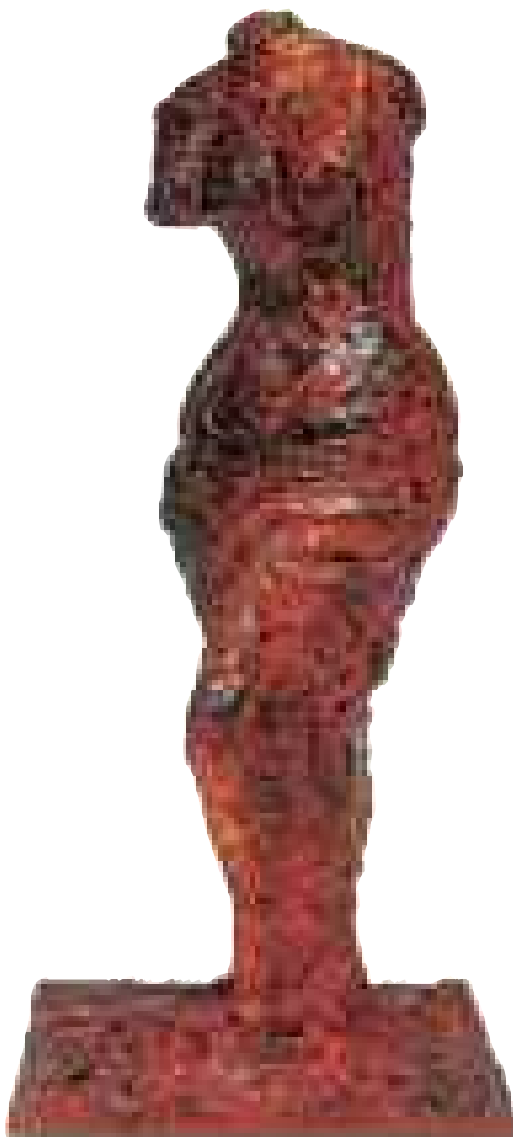
Eines von 40 Exemplaren mit Zertifikat
neben der unlimitierten Auflage
one of 40 casts with certificate
apart from the unlimited edition



KATHARINA FRITSCH
Betende Hände 2003/04

Kunststoff, Aluminium
20 x 14,5 x 13 cm
plastic, aluminium
7 $\frac{3}{4}$ x 5 $\frac{3}{4}$ x 5 $\frac{1}{8}$ in.

auf Zertifikat signiert und nummeriert 15/16
Auflage 16 Exemplare + 1 AP
on certificate signed and numbered 15/16
edition of 16 + 1 AP



JIM DINE
Painted Solo Venus 2006

Bronze, bemalt	bronze, painted
88,9 x 40,6 x 40,6 cm	35 x 16 x 16 in.
signiert und nummeriert auf der Bodenplatte 4/8	signed and numbered 4/8 on the base
Auflage 8 Exemplare	edition of 8



ROBERT INDIANA
Love Wall – Love Frieze 1967

4 Farbserigraphien auf Malkarton
zusammen 100 x 100 cm

4 colour serigraphs on artist's board
39 3/8 x 39 3/8 in.

Blatt 4 signiert und datiert unten rechts sowie numeriert 11/70 unten links
Auflage 70 Exemplare

sheet 4 signed and dated lower right and numbered 11/70 lower left
edition of 70



MEL RAMOS
Lola Cola # 4 2004

Lithographie auf Papier 68 x 44,5 cm signiert unten rechts, numeriert 196/199 Auflage 199 Exemplare	lithograph on paper 26 3/4 x 17 1/2 in. signed lower right, numbered 196/199 edition of 199
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------



MEL RAMOS
Superman 2006

Lithographie auf Papier 115 x 85 cm signiert unten rechts, numeriert 89/199 Auflage 199 Exemplare	lithograph on paper 45 1/4 x 33 1/2 in. signed lower right, numbered 89/199 edition of 199
------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------



ANDY WARHOL

Mao 1972

Siebdruck auf Papier

91 x 91 cm

Auflage 250 Exemplare + 50 AP

silkscreen on paper

36 x 36 in.

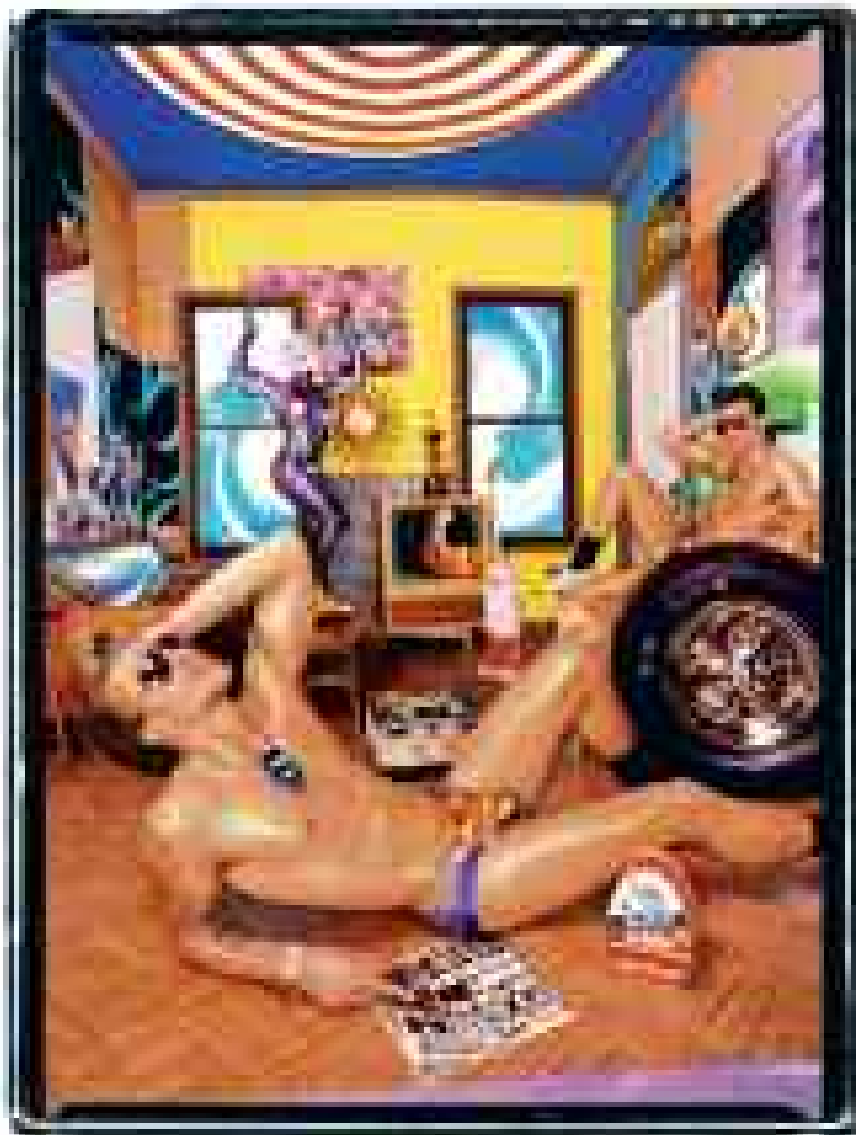
edition of 250 + 50 AP



TAKASHI MURAKAMI

Miss ko 2 1999

Kunstharz, bemalt	resin, painted
52 x 24 x 14,5 cm	20 1/2 x 9 1/2 x 5 3/4 in.
Auflage 200 Exemplare	edition of 200



DAVID LaCHAPELLE
Celebrity Gleam 2002

C-Print	C-print
152,4 x 111,8 cm	60 x 44 in.
numeriert 2/3	numbered 2/3
Auflage 3 Exemplare + 3 AP	edition of 3 + 3 AP

BIOGRAPHIEN

Allan D’Arcangelo (geboren 1930 in Buffalo, USA; gestorben 1998 in New York) wird vor allem Anfang der 60er Jahre mit der Pop Art Bewegung in Verbindung gebracht. Ausschlaggebend sind hierfür seine malerischen Kombinationen aus amerikanischen Landschaften, die die Sicht auf flache, endlose Highways zeigen, und erotischen Frauendarstellungen. Zudem setzt er sich in dieser Zeit mit modernen Ikonen wie Marilyn Monroe und Jackie Kennedy auseinander, indem er deren in Magazinen häufig publizierte Abbildungen reduziert und stilisiert. 1987 erhält er ein einjähriges Stipendium der Guggenheim Memorial Foundation. Im Anschluss unterrichtet er an mehreren Universitäten Malerei, u.a. an der School of Visual Arts in Brooklyn.

Bereits 1964 nimmt er an der Ausstellung ‘American Landscape Painting’ im Museum of Modern Art in New York teil. Im Jahr 1979 wird sein Werk in einer Einzelausstellung im Virginia Museum of Fine Arts in Richmond präsentiert. D’Arcangelos Gemälde befinden sich heute in den ständigen Sammlungen des Metropolitan Museum, des Museum of Modern Art in New York sowie des Hirshhorn Museum in Washington D.C.

Wim Delvoye (geboren 1965 in Wervik, Belgien) ist ein Konzeptkünstler, dessen künstlerische Strategie sich zwischen Provokation, Witz und einer durchaus kritischen Ironie bewegt. Bekannt für seine tätowierten Schweine, religiöse Motive und besonders seine Verdauungsmaschine *Cloaca*, stellt er gängige Verhaltensmuster und Wertesysteme unserer Konsumgesellschaft in Frage. Delvoye nimmt 1992 an der documenta 9 in Kassel teil und vertritt Belgien 1999 auf der Biennale in Venedig. Es folgen seither zahlreiche Ausstellungen im In- und Ausland u.a. im Jahr 2000 ‘Le camion, de Wim Delvoye’ im Centre Pompidou, Musée National d’Art Moderne in Paris, 2002 ‘Wim Delvoye – Cloaca’ im New Museum of Contemporary Art in New York, 2005 ‘Wim Delvoye – Early Works – 1968-1971’ im Mamco – Musée d’art moderne et contemporain in Genf und 2009 ‘Wim Delvoye. D11’ im State Hermitage Museum in St. Petersburg.

Jim Dine (geboren 1935 in Cincinnati, USA; lebt seit 1985 in New York) ist besonders mit seinem Frühwerk wichtig für die Pop Art Bewegung. Der Künstler hebt Alltagsgegenstände aus ihrem Kontext und gibt ihnen dadurch eine eigene Aura. Er findet schnell zu einer metaphorischen Ebene und einer eher emotionalen Wärme in seiner Kunst, die vom Ansatz her den abstrakten Expressionisten folgt. Dine arbeitet in künstlerischen Phasen, die von bestimmten, immer wiederkehrenden Sujets, wie Herzen, der Venus oder dem Bademantel, geprägt sind. Mit seiner Teilnahme 1964 auf der Biennale in Venedig beginnt der internationale Durchbruch des Künstlers. Vier Jahre später stellt er zum ersten Mal auf der Documenta in Kassel aus, 1977 erneut. 1970 zeigt das Whitney Museum of American Art in New York eine große Retrospektive seiner Werke und 1978 wird im Museum of Modern Art in New York eine Retrospektive seiner Radierungen präsentiert.

Sylvie Fleury (geboren 1961 in Genf; lebt in Genf) ist eine Performance- und Objektkünstlerin, die raumfüllende Installationen entwickelt. Als Assistentin des Künstlers John Armleder kam sie 1990 eher durch Zufall zur Kunst und hatte bereits 1991 ihre erste Ausstellung. Seither sorgen Ihre Inszenierungen des Glamour, der Mode sowie der Luxusartikel der modernen Warenwelt für Aufsehen. Aufgrund der häufig glänzend, edlen Oberflächen der Kunstwerke wirken diese auf den ersten Blick wie eine Bestätigung der Wertmaßstäbe der Konsumgesellschaft, jedoch verbindet Fleury mit ihnen eine subtile Kommentierung des schönen Scheins. 1992 und 1993 erhält Fleury das

Eidgenössische Kunststipendium. Im gleichen Jahr nimmt sie an der 45. Biennale Venedig teil. Einzelausstellungen hat die Künstlerin u.a. mit 'YES TO ALL' 2004 im Kunstraum Innsbruck und 'Sylvie Fleury – Shilpa Gupta' 2006 im Ausstellungsraum DaimlerChrysler Contemporary in Berlin.

Katharina Fritsch (geboren 1956 in Essen, Deutschland; lebt in Düsseldorf) ist bekannt für Skulpturen, die durch ihre Präsentation, Thematik und Reduktion eine Art Warencharakter vermitteln. Die meist monochrome Farbgebung dient als Identifizierungsmerkmal, Stimmungsträger und Metapher für bestimmte Eigenschaften. Den Skulpturen ist jedwede Individualität genommen. Als Motive dienen in den 80er Jahren häufig Bildthemen aus der Konsumwelt und in den 90er Jahren Anspielungen auf Träume und Mythen. Der grüne Elefant, die gelbe Madonnenfigur und die Tischgesellschaft sind dem Betrachter deshalb so vertraut. Das Spiel zwischen Wirklichkeit und Erscheinung zieht sich als roter Faden durch Fritschs Gesamtwerk. Der internationale Durchbruch gelingt Fritsch 1984 mit der Ausstellung 'Von hier aus – Zwei Monate neue deutsche Kunst in Düsseldorf' in Düsseldorf. 1995 vertritt sie Deutschland bei der Biennale in Venedig und 2001 zeigt die Tate Gallery London eine umfassende Ausstellung. Seit 2001 hat Fritsch eine Professur für Bildhauerei an der Kunstakademie Münster inne. Seit dem Sommersemester 2010 unterrichtet sie an der Kunstakademie Düsseldorf.

Robert Indiana (Robert Clark, geboren 1928 in New Castle, Indiana, USA) ist seit 1954 ein Hauptvertreter der Pop Art Bewegung. Seine Kunst wird als 'Signalkunst' bezeichnet, da er sich mit plakativen Zeichenbildern aus Zahlen und Wörtern der Werbeästhetik bedient. Trotz der Reduktion leben die Werke von einer poetischen Komponente. 1960 schafft er die berühmte Serie der *Love*-Skulpturen, mit der er die Menschen in den turbulenten 60er Jahren daran erinnern möchte, sich zu lieben. 1962 zeigt die Eleanor Ward's Stable Gallery die erste Einzelausstellung des Künstlers. Seither wurden seine Werke weltweit in mehr als 30 Einzelausstellungen in Museen und Galerien präsentiert. Spätestens mit der Teilnahme an der 4. documenta 1968 in Kassel ist er auch in Europa einem breiten Publikum bekannt. Indianas Werke sind in den ständigen Sammlungen u.a. des Museum of Modern Art in New York, des Stedelijk Museum in Amsterdam oder des Hirshhorn Museum in Washington D.C. zu sehen.

Ma Jun (geboren 1974 in Qingdao, China) schließt 2003 sein Studium an der Central Academy of Fine Arts, Beijing, ab. Er gehört somit zu der jüngsten Künstlergeneration, die sich mit Konsumphänomenen auseinandersetzt. Der Künstler fertigt 2003 einen Luxuswagen in Originalgröße aus Ton und verwendet die traditionelle chinesische Porzellan-Herstellungstechnik für seine kleineren Objekte der Serie 'New China Series' im Jahr 2005. So entstehen Radio- und Fernseh-Apparate aus Porzellan mit traditionellem Dekor. Ma Jun möchte somit den Einfluss westlicher Konsumgüter auf die chinesische Bevölkerung thematisieren und den Kontrast zwischen Massenproduktion und handwerklicher Feinarbeit zur Schau stellen.

Jeff Koons (geboren 1955 in York, Pennsylvania, USA, lebt in New York) ist einer der bekanntesten lebenden Konzeptkünstler, der sich in seinem Werk mit Zeugnissen der Konsumwelt auseinandersetzt, sie verfremdet und imitiert. Dabei bedient er sich vor allem der Mittel der Werbung, indem er auf sexuelle und andere Schlüsselreize zurückgreift. Seine Kunstwerke bewegen sich zwischen Kitsch und Kunst. Der naive Reiz dieser Werke kontrastiert mit deren professioneller Fertigung. Seine Arbeiten werden in der Ausstellung 'Easyfun-Ethereal' im Guggenheim Museum in New York, auf der 25. São Paulo Biennale 2002, der 'Jeff Koons Celebration' in der Neuen Nationalgalerie in Berlin 2008/2009 und im gleichen Jahr im Schloss Versailles gezeigt.

Alexander Kosolapov (geboren 1943 in Moskau; lebt seit 1975 in New York) ist Mitbegründer der 'Soz-Art' – einer Kunstrichtung, deren Name sich zwar an der US-amerikanischen Pop Art orientiert, jedoch strategisch in eine gänzlich andere Richtung zielt. Die Soz-Art Künstler transformieren keine Massenprodukte und Populärkultur in Hochkunst um, denn die Massenproduktion in der Sowjetunion unterstand in ihrer fließbandartigen Hervorbringung einer omnipräsenten, sämtliche Lebensbereiche durchdringenden Ideologie. Politische Symbole als Teil des Alltags innerhalb des sozialistischen Systems der Stalin- und Brežnev-Ära werden aufgegriffen und in den künstlerischen Kontext überführt. Kosolapovs Werke sind dabei ein ironischer Kommentar zur Konsumkultur. Er verknüpft christliche Elemente mit der Bildsprache kommerzieller Werbung und macht dadurch auf Parallelen von Religionsvermittlung und Werbestrategien aufmerksam. Die Arbeiten des Künstlers befinden sich heute in international bedeutenden Sammlungen, wie dem Museum of Modern Art in New York, der Albertina in Wien und dem Russian Museum in St. Petersburg.

David LaChapelle (geboren 1969 in Connecticut, USA; lebt in New York) arbeitet als Photograph und Regisseur. Mit seinen surrealen Bildwelten gehört er zu den populärsten Fotokünstlern der Gegenwart. Als Meister glamouröser, erotischer Übertreibung zeigt er mit grellen und bunten Farben Menschen als Objekte in einem befremdlichen Weltbild. Eine Mischung aus Kitsch und Opulenz, Religion und Sex, greller Künstlichkeit und provokanter Gewalt bestimmt seine Bildsprache. Großen Einfluss übt Andy Warhol auf LaChapelle aus, für dessen 'Interview-Magazine' er in den 80er Jahren arbeitet. Bald folgen Aufträge der renommiertesten Mode- und Lifestyle Magazine der Welt. Ab den 90er Jahren inszeniert er surreale Bildwelten. Seine Spielereien mit einer rauschhaften Popkultur bescheren ihm ungezählte Aufträge zur Portraittierung von Musik- und Film-Stars. 2005 werden seine Werke zum Thema 'Artists and Prostitutes 1985-2005' von Deitch Projects in New York gezeigt. Seine erste große Ausstellung in Deutschland widmet ihm 2007 das Museum für Photographie in der Helmut Newton Stiftung in Berlin. Im selben Jahr stellt er u.a. im Palazzo Reale in Mailand aus.

Takashi Murakami (geboren 1962 in Tokyo, Japan; lebt in Tokyo und New York) ist einer der großen Marketingkünstler des 21. Jahrhunderts. Als Grenzgänger zwischen Kunst und Design bzw. Popkultur entnimmt er Motive aus ihrem Zusammenhang, isoliert sie und stellt sie in einem neuen Kontext dar. Medienwirksam wird der Auftrag, Entwürfe für Taschen von Louis Vuitton zu fertigen. 2001 gründet Murakami die Firma Kaikai Kiki Co., die aus seinem früheren Studio Hiropon Factory hervorging. Kaikai Kiki Co. dient der Produktion und Vermarktung der Kunstobjekte selbst, aber auch der von Merchandising-Artikeln oder Zeichentrickfilmen. Wichtige Ausstellungen zum Werk von Murakami finden 2007 im Museum of Contemporary Art in Los Angeles, 2008 im Museum für Moderne Kunst in Frankfurt, 2009 im Guggenheim Museum Bilbao und 2010 im Schloss Versailles in Frankreich statt.

Claes Oldenburg (Claes Thure Oldenburg, geboren 1929 in Stockholm; lebt in New York) ist ein schwedischer Maler und Objektkünstler. Als wichtiger Vertreter der amerikanischen Pop Art setzt er sich mit der Darstellung von subtilen Alltagsgegenständen aus 'banalen' Werkstoffen auseinander. Oldenburg arbeitet ab 1976 mit Coosje van Bruggen zusammen, ab 1977 sind sie verheiratet. **Coosje van Bruggen** (1942 in Groningen, Niederlande geboren – 2009 in Los Angeles gestorben) ist Kunsthistorikerin und Bildhauerin. Von 1967 bis 1971 ist sie Kuratorin im Stedelijk Museum in Amsterdam, anschließend fünf Jahre Dozentin an der Kunstakademie in Enschede. In den folgenden zehn Jahren ist van Bruggen international als Kuratorin, Kritikerin und Dozentin tätig: so als Mitglied des Auswahl-Komitees für die documenta 7 in Kassel (1982) und als Senior Critic in der Skulpturenabteilung der Yale University School of Art in New Haven.

1963 entstehen die ersten Soft-Sculptures und Vinyl-Plastiken. Ab 1965 konzentriert sich Oldenburg auf Kolossal-objekte, in denen er Alltagsgegenstände durch ihre Monumentalisierung verfremdet. Sein Werk symbolisiert die Konsumgier, sexuelle Wünsche sowie die Obsessionen einer als morbid verstandenen Zivilisation. In den Jahren 1964 und 1968 nimmt er an der Biennale in Venedig teil. Auf der documenta in Kassel war er 1968, 1972, 1977 und 1982 vertreten. In Münster wird ihm in den Jahren 1977 und 1997 jeweils eine Skulpturenausstellung gewidmet.

Mel Ramos (Melvin John Ramos, geboren 1935 in Sacramento, USA; lebt in Oakland, USA, sowie in Horta de San Juan, Spanien) gehört zu den bedeutenden Vertretern der Pop Art Bewegung. 1961 beginnt Ramos, Comic-Figuren wie Batman und Superman zu malen. Zwei Jahre später wendet er sich der Abbildung von Pin-Up-Girls zu, die wie in der Werbung über die Darstellung aufreizender weiblicher Sexualität besser verkäuflich sein sollen. Diese 'Commercial Pin-Ups' sind über Jahrzehnte das Markenzeichen des Künstlers. Von 1966 bis 1997 lehrt Ramos als Professor für Malerei an der California State University in Hayward.

Im Jahr 2010/2011 präsentieren die Kunsthalle Tübingen, die Villa Stuck in München und die Albertina in Wien in der umfassenden Ausstellung 'Mel Ramos: 50 Jahre Pop Art' einen Querschnitt seines Schaffens. Seine Werke befinden sich in wichtigen Sammlungen vor allem von amerikanischen Museen.

James Rosenquist (geboren 1933 in Grand Forks, USA; lebt in New York) ist ein Maler, der wie andere Pop-Art-Künstler die Bildersprache der Werbung und Pop-Kultur in den Kontext der bildenden Kunst überführt. Er kombiniert zerrissene, fehlproportioniert wirkende Einzelbilder auf der Leinwand, die sich überlappen, und erzeugt so neue Geschichten. Vertraute Alltagsgegenstände werden transformiert, wodurch die gewohnte Seherfahrung in Frage gestellt wird. In der New Yorker Green Gallery hat Rosenquist 1962 seine erste Einzelausstellung, die ihm große Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und Presse verschafft. Es folgen weltweit zahlreiche Ausstellungen unter denen 'James Rosenquist – A Retrospective' im Solomon R. Guggenheim Museum 2003 in New York sicherlich die bedeutendste ist.

Ed Ruscha (Edward Ruscha, geboren 1937 in Omaha, USA; lebt in Los Angeles) arbeitet in einer Vielzahl künstlerischer Medien. Er ist zugleich Maler, Filmemacher und Photograph. Charakteristisch für die Malerei Ruschas ist die Kombination aus graphischen Elementen, Wortlandschaften oder Komponenten, die der Ästhetik des Films entlehnt sind. Für die künstlerische Entwicklung des Künstlers ist neben der Begegnung mit dem abstrakten Expressionismus vor allem die amerikanische Lebenswelt der 50er und 60er Jahre prägend. Anfang des Jahres 1963 veröffentlicht Ruscha beispielsweise das Buch 'Twentysix Gasoline Stations' mit 26 Schwarz-Weiß-Photographien, die er entlang der Route 66 im Jahr zuvor aufgenommen hat. Die Route 66 steht für den Mythos vom Highway, Los Angeles und Hollywood. Im Vordergrund seines Werkes stehen damit Phänomene der Massenkultur, deren Banalität er in seinen Bildern jedoch nicht anklagt, sondern in ihren vielfältigen Erscheinungsformen zeigt. Ruschas Arbeit ist Gegenstand zahlreicher Retrospektiven, wie 1982 im San Francisco Museum of Modern Art, dem Centre Georges Pompidou 1989, dem Hirshhorn Museum 2000, dem Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia im Jahr 2002 sowie 2004 im Museum of Contemporary Art in Sydney. Ein Jahr später ist Ruscha Repräsentant der Vereinigten Staaten auf der 51. Biennale von Venedig. Eine der bedeutendsten Retrospektiven Ruschas organisiert 2009 die Hayward Gallery 'Ed Ruscha: Fifty Years of Painting', die im Anschluss im Haus der Kunst in München und im Moderna Museet in Stockholm zu sehen ist.

Tom Sachs (geboren 1966 in New York; lebt in New York) fertigt Skulpturen, Bilder, Objekte, Assemblagen und Installationen. Dabei steht die Technik der 'bricolage', das Auseinandernehmen von gesammeltem, bestehendem Material und das Zusammenfügen zu etwas Neuem, im Vordergrund. Die kritische und ironische Übernahme von bekannten Logos von Konsumgütern, modernen Ikonen, in seine Kunst ab Mitte der 90er Jahre bringt Sachs nicht nur große mediale Aufmerksamkeit, sondern zeigt sein Interesse an Konsumphänomenen, Marken und besonders der gesellschaftlichen und kulturellen Überhöhung von Produkten.

Die Deutsche Guggenheim in Berlin stellt Sachs in der Ausstellung 'NUTSY'S' im Jahr 2003 vor. 2006 wird das künstlerische Werk in zwei wichtigen Überblicksausstellungen im Astrup Fearnley Museet für Moderne Kunst und in der Fondazione Prada in Mailand gezeigt. Seine Arbeiten sind in international renommierten Sammlungen wie dem Metropolitan Museum of Art New York, dem Solomon R. Guggenheim Museum in New York and dem Centre Georges Pompidou in Paris präsent. Als studierter Architekt wird Sachs 2010 zur 12. Architektur Biennale Venedig 2010 eingeladen.

Andy Warhol (Andrew Warhola, geboren 1928 in Pittsburgh, USA; gestorben 1987 in New York) ist Mitbegründer und bedeutendster Vertreter der Pop Art Bewegung. Anfang der 60er Jahre wird Warhol mit seinen bis heute äußerst populären Motiven wie 'Campbell's Soup', 'Coca Cola', 'Jackie Kennedy' und 'Marilyn Monroe' einem breiten Publikum bekannt. Er interessiert sich dabei für die Ästhetik der Werbung und der Konsumgesellschaft. Sein Werk folgt dem beständigen Versuch, die Grenzen zwischen Kunst und Kommerz, kommerziell angewandter Kunst und bildender Kunst aufzuheben. Neben der Aneignung der Bildsprache der kommerziellen Werbung bedient er sich der Technik des Siebdrucks, der eine Vervielfältigung im Sinne einer Werbebotschaft ermöglicht. Mit diesem Schaffensprozess, der auch beeinflusst ist durch die Gründung seiner 'factory', erreicht Warhol die Entpersonalisierung seiner Kunst.

Seine Teilnahme an der 4., 6. und 7. documenta in Kassel 1968, 1977 und 1982 sowie die wiederholte Repräsentation auf der Biennale in Venedig seit 1968 unterstreichen die Bedeutung Warhols in der Kunst des 20. Jahrhunderts. Seine Werke befinden sich in allen großen internationalen Sammlungen und üben einen großen Einfluss auf andere Künstler aus.

Tom Wesselmann (geboren 1931 in Cincinnati, USA; gestorben 2004 in New York) gehört bereits seit 1959 mit seinen Collagen von Stilleben und Figuren in Interieurs zur Pop Art Bewegung. Bereits in diesen frühen Arbeiten sind die Ideen der späteren *Great American Nudes* angelegt. Wie vielen anderen Vertretern dieser Kunstrichtung dienen dem Künstler Darstellungen in Massenmedien, wie Werbeprospekte, Plakate, Film und Fernsehen, als Vorlage und Inspiration. Zwei Jahre später beginnt Wesselmann, aus den Collagen entwickelte Frauenakte zu fertigen, die durch ihre Sexualität den Betrachter herausfordern. Auch damit widmet sich der Künstler einer zentralen Thematik der amerikanischen Gesellschaft, die zunehmend mit sexuellen Reizen in der Werbung konfrontiert wird. An der Gruppenausstellung 'New Realists' in der Sidney Janis Gallery in New York nimmt er 1962 teil und legt damit den Grundstein für seine internationale Karriere. Von April 1993 bis Januar 1997 wird Wesselmanns Schaffen in einer Retrospektive in elf europäischen Städten in Deutschland, Belgien, Spanien, Portugal, den Niederlanden und Frankreich gezeigt. Seine Werke befinden sich weltweit in wichtigen Museen und Privatsammlungen.

BIOGRAPHIES

Allan D’Arcangelo (born in 1930 in Buffalo, USA; died in 1998 in New York) was mainly linked with the Pop Art movement in the early 1960s, when he created painterly combinations of erotic female figures and American landscapes showing a view of flat, endless highways. During that period he also focused his attention on modern icons like Marilyn Monroe and Jackie Kennedy, reducing and stylising the images of them that frequently appeared in magazines.

In 1987 D’Arcangelo received a one-year fellowship from the Guggenheim Memorial Foundation. He subsequently taught painting at several universities, including the School of Visual Arts in Brooklyn.

As early as 1964 D’Arcangelo participated in the exhibition ‘American Landscape Painting’ at the Museum of Modern Art in New York. In 1979 his work was presented in a one-man show at the Virginia Museum of Fine Arts in Richmond. Paintings by him are today to be found in the permanent collections of the Metropolitan Museum and the Museum of Modern Art in New York as well as in the Hirshhorn Museum in Washington, DC.

Wim Delvoye (born in 1965 in Wervik, Belgium) is a concept artist whose artistic strategy combines provocation, humour and an extremely critical irony. Known for his tattooed pigs, his religious motifs and especially his digestive machine *Cloaca*, he challenges the conventional patterns of behaviour and value systems prevailing in our consumer society. Delvoye participated in documenta 9 in Kassel in 1992 and represented Belgium at the Venice Biennale in 1999. Since then there have been numerous exhibitions of his work in Belgium and abroad, including ‘Le camion, de Wim Delvoye’ in the Centre Pompidou, Musée National d’Art Moderne in Paris in 2000, ‘Wim Delvoye – Cloaca’ in the New Museum of Contemporary Art in New York in 2002, ‘Wim Delvoye – Early Works – 1968-1971’ in Mamco – Musée d’art moderne et contemporain in Geneva in 2005 and ‘Wim Delvoye. D11’ in the State Hermitage Museum in St. Petersburg in 2009.

Jim Dine (born in 1935 in Cincinnati, USA; has lived in New York since 1985) is important for the Pop Art movement mainly in respect of his early work. He took everyday objects out of their context, thereby endowing them with their own aura. Before long, he found his way to a metaphorical level, developing an emotional warmth in his art that was more in line with the Abstract Expressionists in terms of its inspiration. Dine worked in phases that were marked by certain recurring subjects such as the heart, Venus and a bathrobe. His participation in the Venice Biennale in 1964 marked his international breakthrough. Four years later he exhibited at documenta in Kassel for the first time, returning there in 1977. In 1970 the Whitney Museum of American Art in New York showed a major retrospective of his work and in 1978 a retrospective of his etchings was presented at the Museum of Modern Art in New York.

Sylvie Fleury (born in 1961 in Geneva; lives in Geneva) is a performance and object artist who creates large installations. As the assistant of the artist John Armleder, she entered the art world more or less by chance in 1990 and already had her first exhibition in 1991. Her scenographical installations of the glamour, fashion and luxury articles of today’s commercial world have attracted great attention since then. With their often shiny, expensive surfaces, her works frequently seem at first sight to endorse the values of consumer society, but Fleury simultaneously delivers a subtle commentary on their superficially beautiful veneer. In 1992 and 1993 Fleury was the holder of the Swiss Federal Art Scholarship. In 1993 she also participated in the 45th Venice Biennale. Sylvie Fleury has had a number of solo shows including ‘YES TO ALL’ in 2004 in the Kunstraum Innsbruck and ‘Sylvie Fleury – Shilpa Gupta’ in 2006 in the DaimlerChrysler Contemporary Exhibition Room in Berlin.

Katharina Fritsch (born in 1956 in Essen, Germany; lives in Düsseldorf) is known for sculptures which, in their presentation, themes and reduction, seem to resemble commercially produced goods. The mainly monochrome colours she uses serve as an identifying feature, a means to create a mood and a metaphor for certain characteristics. The sculptures are deprived of all individuality. Fritsch's motifs are often drawn from pictorial themes in the consumer world (in the 1980s) and allusions to dreams and myths (in the 1990s). The green elephant, the yellow Madonna figure and the group of people sitting at a table therefore seem so familiar to viewers. The interplay between reality and appearance runs like a 'red thread' throughout Fritsch's work. Her first international breakthrough came with the exhibition 'Von hier aus – Zwei Monate neue deutsche Kunst in Düsseldorf' that was held in Düsseldorf in 1984. Fritsch represented Germany at the Venice Biennale in 1995 and the Tate Gallery London showed a comprehensive exhibition of her work in 2001. She has been Professor of Sculpture at the Art Academy in Münster since 2001 and has been teaching at the Art Academy in Düsseldorf since the summer semester of 2010.

Robert Indiana (Robert Clark, born in 1928 in New Castle, Indiana, USA) has been a prominent member of the Pop Art movement since 1954. His art is described as 'signal art', since his eye-catching sign pictures incorporate numbers and words drawn from the aesthetics of advertising. His works possess a poetic component despite their reduction. Indiana created his famous series of *Love* sculptures in 1960 so as to remind people in the turbulent 1960s that they should love each other. Eleanor Ward's Stable Gallery presented Indiana's first one-man show in 1962. Since then his works have been shown all over the world in more than 30 one-man exhibitions in museums and galleries. No later than his participation in documenta 4 in Kassel in 1968, he also became known to a wide public in Europe. Indiana's works can be seen in the permanent collections of, for example, the Museum of Modern Art in New York, the Stedelijk Museum in Amsterdam and the Hirshhorn Museum in Washington D.C.

Ma Jun (born in 1974 in Qingdao, China) completed his studies at the Central Academy of Fine Arts in Beijing in 2003. He thus belongs to the youngest generation of artists that deal with consumer phenomena. Ma Jun created a life-size luxury car out of clay in 2003 and in 2005 he used traditional Chinese porcelain manufacturing techniques for the smaller objects in his 'New China Series'. These included radios and televisions made from traditionally decorated porcelain. Ma Jun's purpose is to draw attention to the influence of western consumer goods on the people of China and to highlight the contrast between mass production and painstaking craftsmanship.

Jeff Koons (born in 1955 in York, Pennsylvania, USA, lives in New York) is one of the most famous living concept artists, whose works are inspired by items from the consumer world, which he defamiliarises and imitates. In the course of that process, he mainly resorts to the tools used by advertising, relying on sexual and other key stimuli. His works gravitate between kitsch and art. Their naive appeal contrasts with the professionalism of their execution. His works have been displayed at the exhibition 'Easyfun-Ethereal' at the Guggenheim Museum in New York and the 25th São Paulo Biennale in 2002, at the 'Jeff Koons Celebration' in the New National Gallery in Berlin in 2008/2009 and at the Palace of Versailles in 2008.

Alexander Kosolapov (born in 1943 in Moscow; has been living in New York since 1975) is a co-founder of 'Soz-Art' – a movement whose name recalls that of US-American Pop Art but that is strategically oriented in quite a different direction. Soz-Art artists do not transform mass-produced products and popular culture into art, for in the Soviet Union mass production and its conveyor belts were subordinate to an omnipresent ideology that pervaded all areas of life. Instead, political symbols that were part of daily life within the Socialist system of the Stalin and Brezhnev eras are selected and transferred into the context of art. Kosolapov's works are thus an ironic commentary on consumer culture. He combines Christian elements with the pictorial language of commercial advertising, drawing the viewer's attention to parallels between the transmission of religious beliefs and advertising strategies. Works by Kosolapov are to be found in major international collections such as the Museum of Modern Art in New York, the Albertina in Vienna and the Russian Museum in St. Petersburg.

David LaChapelle (born in 1969 in Connecticut, USA; lives in New York) works as a photographer and director. With his surreal pictorial worlds he is one of the most popular photo artists working today. As a master of glamorous, erotic exaggeration, he uses gaudy, bright colours to show people as objects in an alienating world. His pictorial language is determined by a blend of kitsch and opulence, religion and sex, garish artificiality and provocative violence. LaChapelle was greatly influenced by Andy Warhol, working for his magazine Interview in the 1980s. He soon received commissions from the most prestigious fashion and lifestyle magazines in the world. In the 1990s he started creating pictorial worlds with surreal scenographies. His playful approach to an intoxicating Pop culture has brought him countless commissions to portray music and film stars. In 2005 his works on the theme of 'Artists and Prostitutes 1985-2005' were shown by Deitch Projects in New York. The first major exhibition of his work in Germany was held in 2007 at the Museum for Photography in the Helmut Newton Foundation in Berlin. In the same year works by him were also exhibited at the Palazzo Reale in Milan and other locations.

Takashi Murakami (born 1962 in Tokyo, Japan; lives in Tokyo and New York) is one of the greatest marketing artists of the 21st century. As someone who crosses to and fro between art and design/Pop culture, he extracts motifs from their context, isolates them and places them in a new environment. The commission to design bags for Louis Vuitton received a great deal of attention in the media. In 2001 Murakami founded the firm Kaikai Kiki Co. as a successor to his earlier studio Hiropon Factory. Kaikai Kiki Co. produces and markets not just art objects but also merchandising articles and cartoon films. Major exhibitions of Murakami's works were held in the Museum of Contemporary Art in Los Angeles in 2007, the Museum for Modern Art in Frankfurt in 2008, the Guggenheim Museum in Bilbao in 2009 and the Palace of Versailles in France in 2010.

Claes Oldenburg (Claes Thure Oldenburg, born in 1929 in Stockholm; lives in New York) is a Swedish painter and object artist. As a major figure in American Pop Art, he focuses on presenting of subtle everyday objects created from 'banal' materials. From 1976, Oldenburg collaborates with Coosje van Bruggen, they are married in 1977. **Coosje van Bruggen** (born 1942 in Groningen, Netherlands – died 2009 in Los Angeles) is an art historian and sculptor. She serves as a curator of the Stedelijk Museum in Amsterdam from 1967 to 1971, then as a tutor at the Academy of Fine Arts in Enschede for five years. Over the next ten years, van Bruggen also serves internationally as an independent curator, critic and lecturer: for instance as a member of the selection committee for documenta 7 in Kassel, Germany (1982) and as Senior Critic in the Department of Sculpture at Yale University School of Art in New Haven.

Oldenburg created his first soft sculptures and vinyl sculptures in 1963. Since 1965 he has concentrated on producing colossal works in which he defamiliarises everyday objects by monumentalising them. His work symbolises consumer greed, sexual desires and the obsessions of a civilisation he views as morbid. Oldenburg took part in the Venice Biennale in 1964 and 1968. He was represented at documenta in Kassel in 1968, 1972, 1977 and 1982. Two sculpture exhibitions have been dedicated to him in Münster, the first in 1977 and the second in 1997.

Mel Ramos (Melvin John Ramos, born in 1935 in Sacramento, USA; lives in Oakland, USA and in Horta de San Juan, Spain) is one of the leading figures of the Pop Art movement. In 1961 he started painting comic strip figures like Batman and Superman. Two years later he turned to the representation of pin-up girls, on the assumption that, as with advertisements, they would be more saleable because they presented tantalising feminine sexuality. Those 'commercial pin-ups' have been his trademark for decades. From 1966 to 1997 Ramos was Professor of Painting at California State University in Hayward.

In 2010 a cross-section of Ramos' oeuvre was presented during the extensive exhibition 'Mel Ramos: 50 Jahre Pop Art' staged at the Kunsthalle in Tübingen, the Villa Stuck in Munich and the Albertina in Vienna. His works are to be found in all major collections, particularly those of American museums.

James Rosenquist (born in 1933 in Grand Forks, USA; lives in New York) is a painter who, like other Pop artists, transfers the pictorial language of advertising and Pop culture into the realm of art. He overlaps torn, apparently ill-proportioned individual pictures on his canvases, combining them to create new stories. Familiar everyday objects are transformed, challenging the customary experience of seeing. Rosenquist's first one-man show, which brought him considerable attention among the public and the press, was held at the Green Gallery in New York in 1962. It was followed by countless exhibitions all over the world, of which 'James Rosenquist – A Retrospective' at the Solomon R. Guggenheim Museum in New York in 2003 was certainly the most important.

Ed Ruscha (Edward Ruscha, born in 1937 in Omaha, USA; lives in Los Angeles) works in many different artistic media. He is a painter, film-maker and also a photographer. His paintings are characterised by a combination of graphic elements, word landscapes and components borrowed from the aesthetic of film. His artistic development was decisively influenced by his encounter with Abstract Expressionism and above all by the American way of life in the 1950s and 1960s. In early 1963, for instance, he published the book *Twentysix Gasoline Stations* featuring 26 black and white photographs he had taken along Route 66 the year before. Route 66 epitomises the myth of the highway, Los Angeles and Hollywood. In his work, Ruscha primarily explores phenomena of mass culture, which he shows in their diverse manifestations in his pictures, rather than criticising their banality.

Ruscha's work has been the subject of numerous retrospectives, such as that at the San Francisco Museum of Modern Art in 1982, the Centre Georges Pompidou in 1989, the Hirshhorn Museum in 2000, the Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia in 2002 and the Museum of Contemporary Art in Sydney in 2004. A year later Ruscha represented the USA at the 51st Venice Biennale. One of the most extensive retrospectives of Ruscha's work was organised by the Hayward Gallery in 2009 under the title 'Ed Ruscha: Fifty Years of Painting', being shown subsequently at the Haus der Kunst in Munich and the Moderna Museet in Stockholm.

Tom Sachs (born in New York in 1966; lives in New York) creates sculptures, paintings, objects, assemblages and installations. Key to his work is bricolage, a technique that involves the dismantling of existing material he has collected and its reassembly in a new form. In the mid-1990s, when Sachs embarked on his critical, ironic integration of the well-known logos of iconic consumer goods into his art, he received considerable attention in the media as well as demonstrating his interest in consumer phenomena, brand names and particularly the exaggerated social and cultural importance of consumer products.

The German Guggenheim in Berlin presented Sachs in the exhibition 'NUTSY'S' in 2003. In 2006 his work was shown in two comprehensive exhibitions at the Astrup Fearnley Museum of Modern Art in Oslo and the Fondazione Prada in Milan. His works are featured in famous international collections including the Metropolitan Museum of Art, the Solomon R. Guggenheim Museum and the Whitney Museum of American Art in New York, as well as the Centre Georges Pompidou in Paris. As a trained architect, Sachs has been invited to show his works at the 12th Architecture Biennale in Venice.

Andy Warhol (Andrew Warhola, born in 1928 in Pittsburgh, USA; died in 1987 in New York) was a co-founder and the most important member of the Pop Art movement. In the early 1960s motifs such as 'Campbell's Soup', 'Coca Cola', 'Jackie Kennedy' and 'Marilyn Monroe', which still remain extremely popular today, made him known to a wide public. They typify his interest in the aesthetics of advertising and consumer society. His work was constantly seeking to break down the boundaries between art and commerce, between commercial and fine art. In addition to appropriating the pictorial language of commercial advertising, he used the technique of silkscreen printing to reproduce his works as if they had been advertising messages. That method of working, which was also influenced by the creation of his 'factory', enabled Warhol to depersonalise his art.

As a participant in documenta 4, 6 and 7 in Kassel in 1968, 1977 and 1982 and as a repeated representative at the Venice Biennale, Warhol has since 1968 been considered one of the 20th century's most important artists. His works are to be found in all major international collections and exert a great influence on other artists.

Tom Wesselmann (born in 1931 in Cincinnati, USA; died in 2004 in New York) counts as member of the Pop Art movement as from 1959 on the strength of his collages of still-lives and figures in interior scenes. These early works already presage the ideas later developed in his *Great American Nudes*. Like many other Pop artist, Wesselmann used presentations in the mass media, such as advertising brochures, posters, films and television, as a model and inspiration. Two years later Wesselmann, carrying on from his collages, began to produce female nudes that provoke the viewer through their sexuality. He thus devoted himself to a central theme of American society, which was increasingly being confronted with sexy advertising. His participation in the group exhibition 'New Realists' at the Sidney Janis Gallery in New York in 1962 laid the foundation for his international career. From April 1993 to January 1997 Wesselmann's oeuvre was shown in a retrospective in eleven European cities in Germany, Belgium, Spain, Portugal, the Netherlands and France. His works are found in major museums and private collections all over the world.

DANKSAGUNG

Wir danken allen Künstlern, Kollegen und Sammlern, die uns bei der Verwirklichung der Ausstellung und des Kataloges unterstützt haben, insbesondere der Galerie Ropac, Salzburg, Dr. Harriet Häußler und Dr. Aeneas Bastian, sowie für ihren Beitrag Dr. Hubert Burda und Thomas Girst.

Dem motivierten Team der Galerie Thomas möchte ich für seine tatkräftige Hilfe bei der Umsetzung der Ausstellung danken.



Silke Thomas

ACKNOWLEDGEMENT

We would like to express our sincere thanks to all artists, colleagues and collectors who supported us in the realization of the exhibition and the catalogue, especially Galerie Ropac, Salzburg, Dr. Harriet Häußler and Dr. Aeneas Bastian, as well as Dr. Hubert Burda and Thomas Girst for their contribution.

I would like to thank the motivated team of Galerie Thomas for its dynamic help with the realization of the exhibition.

Pop Art and after – 1960 bis heute Fussnoten

- 1 Vgl.: Livingstone, Marco: „Schöne neue Warenwelt“, in: Livingstone, Marco (Hrsg.): Pop Art, München: Prestel Verlag, 1992, S. 10.
- 2 Siehe hierzu vor allem die Publikation von Robert Rosenblum, hierin vor allem das Kapitel „Abstract Expressionism“, S. 195-218 (Rosenblum, Robert: Modern Painting and the Northern Romantic Tradition: Friedrich to Rothko, London: Thames and Hudson, 1975.)
- 3 Vgl.: Alloway, Lawrence: „Popular Culture and Pop Art“, in: Studio International, Vol. 178, No. 13, July/August, 1969, S. 17-21 (S. 19).
- 4 Vgl.: Palmer, William J.: The Films of the Eighties. A Social History. Southern Illinois University Press, 1993, S. ix.
- 5 Vgl.: McWilliams, Dean: „The Search for an Icon: Values in American Popular Films in the 1980s“, in: Grünzweig, Walter, Roberta Maierhofer und Adi Wimmer (Hrsg.): Constructing the Eighties. Versions of an American Decade (Mannheimer Beiträge zur Sprach- und Literaturwissenschaft, Band 23), Gunter Narr Verlag: Tübingen, 1992, S. 99.
- 6 Vgl.: Hollein, Max: Shopping, Hollein, Max und Christoph Grunenberg (Hrsg.): Shopping. 100 Jahre Kunst und Konsum, Ausstellungskatalog Schirn Kunsthalle Frankfurt 2002, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz Verlag, 2002, S. 13-15 (S. 13).
- 7 Vgl.: Dannat, Adrian: "Subversion der Kunst durch das Feminine", in: Sylvie Fleury - The Art of Survival, Ausstellungskatalog Neue Galerie am Landesmuseum Joanneum, Graz, 1993, S. 16-17 (S.17).

Pop Art and after – 1960 to the present day Footnotes

- 1 See Livingstone, Marco, "Schöne neue Warenwelt" in Livingstone, Marco (ed.), Pop Art, Munich, Prestel Verlag, 1992, p. 10.
- 2 See above all the publication by Robert Rosenblum, particularly the chapter "Abstract Expressionism", pp. 195-218 (Rosenblum, Robert, Modern Painting and the Northern Romantic Tradition: Friedrich to Rothko, London, Thames and Hudson, 1975.)
- 3 See Alloway, Lawrence: "Popular Culture and Pop Art", Studio International, Vol. 178, No. 13, July/August 1969, pp. 17-21 (p. 19).
- 4 See Palmer, William J., The Films of the Eighties: A Social History, Southern Illinois University Press, 1993, p. ix.
- 5 See McWilliams, Dean, "The Search for an Icon: Values in American Popular Films in the 1980s", in Grünzweig, Walter, Roberta Maierhofer und Adi Wimmer (eds.): Constructing the Eighties. Versions of an American Decade (Mannheimer Beiträge zur Sprach- und Literaturwissenschaft, Volume 23), Gunter Narr Verlag, Tübingen, 1992, p. 99.
- 6 See Hollein, Max, "Shopping", in Hollein, Max and Christoph Grunenberg (eds.): Shopping. 100 Jahre Kunst und Konsum, exhibition catalogue Schirn Kunsthalle Frankfurt 2002, Ostfildern-Ruit, Hatje Cantz Verlag, 2002, pp. 13-15 (p. 13).
- 7 See Dannat, Adrian: "Subversion der Kunst durch das Feminine" in Sylvie Fleury - The Art of Survival, exhibition catalogue Neue Galerie am Landesmuseum Joanneum, Graz, 1993, pp. 16-17 (p. 17).

© DER ABBILDUNGEN

© OF ILLUSTRATIONS

Allan D'Arcangelo, *Madonna and Child* Seite/page 67

©VG Bild-Kunst, Bonn 2010, ©The Estate of the Artist, Courtesy Mitchell-Innes & Nash, New York

Ma Jun, *New China Series: Television* Seite/page 55

©Ma Jun, Courtesy L.A. Galerie, Frankfurt

Claes Oldenburg & Coosje van Bruggen *Soft Shuttlecock, Study* Seite/page 11

©Photograph by Ellen Page Wilson, Courtesy The Pace Gallery

Mel Ramos

Seiten/pages 26, 35, 57, 74 ©VG Bild-Kunst, Bonn 2010, ©Courtesy Hilger modern/contemporary

Seite/page 26 ©VG Bild-Kunst, Bonn 2010, ©Courtesy Galerie Patrice Trigano

Takashi Murakami, Seiten/pages 20, 21, 29, 38, 41, 76

©Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved

Andy Warhol, Seiten/pages 4, 6, 12, 26, 34, 45, 65, 75

©2009 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts

Jeff Koons, Seiten/pages 54, 55

©Jeff Koons. Courtesy Galerie Jérôme de Noirmont, Paris

VG Bildkunst, Bonn 2010

Wim Delvoye, Seiten/pages 24, 30, 31, 52, 53

Jim Dine, Seiten/pages 17, 72

Katharina Fritsch, Seiten/pages 54, 62, 71

Robert Indiana, Seiten/pages 64, 70, 73

Alexander Kosolapov, Seiten/pages 27, 66

James Rosenquist, Seite/page 47

Tom Wesselmann, Seiten/pages 46, 50, 56, 60, 61

Die nicht von der VG Bild-Kunst wahrgenommenen
Rechte liegen bei den jeweiligen Künstlern bzw.
deren Rechtsnachfolgern.

The rights not represented by VG Bild-Kunst lie with
the respective artists or their legal successors.

IMPRESSUM

Preise auf Anfrage.
Es gelten unsere Lieferungs- und Zahlungsbedingungen.
Maße: Höhe vor Breite vor Tiefe.

Galerie Thomas Modern – Katalog 6
© Galerie Thomas 2010

Herausgeber:
Silke Thomas

Redaktion :
Claudia Seelmann, Sarah Dengler,
Angelika Schuster, Patricia von Eicken

Lektorat :
Patricia von Eicken

Übersetzung:
Isabel Feder, Basel

Katalogproduktion:
Vera Daume

Layout:
Sabine Urban, Gauting

Lithos:
Reproline mediateam GmbH + Co. KG, München

Druck:
SDM, Stulz-Druck & Medien GmbH, München

PUBLICATION DETAILS

Prices upon request.
We refer to our sales and delivery conditions.
Measurements: height by width by depth.

Galerie Thomas Modern – Catalogue 6
© Galerie Thomas 2010

Publisher:
Silke Thomas

Editor:
Claudia Seelmann, Sarah Dengler,
Angelika Schuster, Patricia von Eicken

Lectorate:
Patricia von Eicken

Translation:
Isabel Feder, Basel

Catalogue production:
Vera Daume

Design:
Sabine Urban, Gauting

Colour Separations:
Reproline mediateam GmbH + Co. KG, Munich

Printing:
SDM, Stulz-Druck & Medien GmbH, Munich

Mo - Sa 10 - 18

Türkenstrasse 16 · 80333 München · Germany
Telefon +49-89-29 000 860 · Telefax +49-89-29 000 866
modern@galerie-thomas.de · www.galerie-thomas.de

GALERIE THOMAS MODERN

GALERIE THOMAS *MODERN*