

POP-ART AUF DEN LEIB GESCHNEIDERT

Der Schweizer Modemarke Strellson ist es gelungen, Mel Ramos exklusiv für das Design einer Sonderkollektion zu gewinnen. Neben zwei speziell für diese Reihe gemalten Pin-up-Girls in Ramos typischen Pop-Art-Stil zieren auch Porträts und Zitate des Künstlers die Kleidungsstücke und Accessoires der Lifestyle-Marke.

Text HEIKE HEEL



Chiquita-Bananen sehen so viel schmackhafter aus, wenn sich eines der barbusigen Pin-up-Girls des Künstlers Mel Ramos hinter der Schale verbirgt. Auch Coca-Cola scheint durstlöschender zu sein, sobald sich eine seiner Ladies so zufrieden an die Flasche schmiegt. Ramos zählt zu den Pop-Art-Künstlern der ersten Stunde. Mit Andy Warhol, Joseph Beuys und David Hockney war er befreundet. Wie sie zählt auch er zu den Ikonen dieser Epoche.

Thomas Beller, Chefdesigner bei Strellson Sportswear, kaufte zunächst privat einen Ramos-Druck und ließ sich von den nackten Tatsachen inspirieren. „Kunst ist im Hause Strellson immer schon eine Basis für die Entwicklung von Mode gewesen“, sagt er. Seine Argumente, warum nur Ramos als prominente Leitfigur der Sonderkollektion Frühjahr/Sommer 2009 infrage kam: „Ramos ist der noch lebende und noch produzierende Pop-Art-Künstler schlechthin. Er verbindet in seinen Werken Konsumgüter und Label mit Kunst wie kein Zweiter.“ Die Galerie Geiger in Konstanz stellte dann den ersten Kontakt des Modehauses mit dem in Oakland lebenden Künstler her. Spontanes Interesse war das erfreuliche Ergebnis dieser Anfrage. Den Blickfang der daraufhin entstandenen Kollektion

bilden zwei Motive, die der Künstler exklusiv für die Modemarke auf die Leinwand brachte. Die Handschrift des Künstlers ist beim ersten Blick lesbar. Das Ergebnis: Pop-Art at its best. Die in dieser Kunstrichtung plakativ werdende Verlinkung von Kunst und Konsum erhält durch die Kooperation eines Pop-Art-Künstlers und einer Marke aktiv Einzug in den Konsumkreislauf.

Neben den beiden Bildern werden auch Porträts und Zitate des Künstlers in Prints auf T-Shirts, Jacken aber auch Taschen und weiteren Accessoires vermarktet. Wer eines der Ramos-Stücke kaufen möchte, um dessen Pin-ups auf stolz geschwellter Brust zu tragen, kann dies ab März tun. Allerdings nur so lange wie der Vorrat reicht, denn sowohl für den Künstler als auch für das Modehaus wird diese exklusive Verbindung eine einmalige Sache bleiben.

Pläne für Folgeprojekte liegen bei den Strellson-Designern aber schon ganz oben in der Schublade. Man hat bereits einen anderen Künstler für eine der nächsten Kollektionen im Blick. „Die Verbindung von Mode und Kunst ist einfach spannend. Dabei fühlen wir uns in der Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts besonders wohl. Einen Rembrandt wird es auf unseren Shirts nicht geben.“



Mel Ramos malt bevorzugt mit Öl im Format 60 x 90 cm. Dieses Bild kreierte er eigens für die Mode-Marke Strellson. In verschiedenen Prints ziert es die Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2009.