Von Kopf bis Fuß

Christine Kutschbach / Falko Schmieder (Hg.)

Von Kopf bis Fuß

Bausteine zu einer Kulturgeschichte der Kleidung

Kulturverlag Kadmos Berlin

Die Drucklegung des Bandes wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 01UG1412 gefördert.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.
Copyright © 2015, Kulturverlag Kadmos Berlin.
Wolfram Burckhardt
Alle Rechte vorbehalten
Internet: www.kulturverlag-kadmos.de
Umschlaggestaltung: Kaleidogramm. Coverbild © D.M. Nagu, 2015
Gestaltung und Satz: Readymade, Berlin
Druck: Finidr
Printed in EU
ISBN 978-3-86599-289-5

Das Suppenkleid

Judith Elisabeth Weiss

Zuerst sollte die Suppe gelöffelt werden, dann kam das Kleid. Für einen Dollar plus die Coupons zweier beliebiger Suppenkonserven von Campbell wurde es im braunen Umschlag nach Hause geschickt, das *Souper Dress*, dessen Vorteile man dem eingenähten Label entnehmen konnte: »No Cleaning. No Washing. It's carefree, fire resistant unless washed or cleaned. To refreshen, press lightly with a warm iron.« Dieses pflegeleichte Kleid, in der von Yves Saint Laurent erfundenen elegant-praktischen Trapez-Form geschneidert und mit Campbells Suppendosen großzügig motivisch bestückt, taucht heute vereinzelt in Auktionen auf – in exorbitanter Wertsteigerung als dezidierte Antithese zum Konzept der Erschwinglichkeit. Als Andy Warhols ›Suppenkleid‹ hat es Eingang in nur wenige Sammlungen gefunden und kann hier in seiner musealen Transformation vom Gebrauchsgegenstand zum unantastbaren Kunstwerk bestaunt werden. Bereits 1962 hatte Warhol den Suppenhersteller mit seiner ersten Kunstausstellung in Los Angeles nobilitiert, in der er seine berühmten *Campbell's Soup Cans* präsentierte: 32 gleichformatige Siebdrucke mit den Abbildungen von identischen Konservendosen. Allein ihre in Handarbeit ergänzten Aufschriften variieren und dokumentieren das Sortiment des Konzerns von der »Sämigen Muschelsuppe« (*Clam Chowder*) über den »Hühnereintopf« (*Chicken Gumbo*) bis hin zur »Truthahnbrühe mit Nudeln« (*Turkey Noodle Soup*). Der Warenauslage in einem Supermarkt vergleichbar, wurden die Leinwände in der Ausstellung der Ferus Gallery auf Regalen arrangiert und entsprachen in ihrer Serialität und standardisierten Aufmachung der Idee

The Souper Dress, 1966

der industrialisierten Massenproduktion von Waren. Die Pop-Art war geboren, und mit ihr *Campbell's* als Modell für die Schwellenerkundungen von Kunst und Alltag. In unzähligen Spielarten von der hundertfachen Wiederholung der Suppendosen in einem einzigen Bild bis hin zur *Soup Pyramid* (1964) aus realen Konservenbüchsen feierte die Kunst fortan die »Zelebration des Banalen« als »Quelle neuer Schönheiten und Wunder«.[1] Selbst in der professoralen Runde der deutschen Forschergruppe Poetik und Hermeneutik wurde die Pop-Art und das Modell *Campbell's* 1966 diskutiert. Die »ohne Vermittlung brutal« hingestellten Dinge sollten den Beschauer, so die Diagnose von Hans Blumenberg, Max Imdahl, Wolfgang Iser und anderen Teilnehmern, paradigmatisch auf die Frage konzentrieren, was die »Dinge der Dingwelt« eigentlich seien und worin die Differenz zwischen dem praktischen Zweck und der neuen Zwecklosigkeit des präsentierten Alltagsgegenstands bestehe.[2] Das war das eigentliche Thema, das sich am Beispiel der transformierten Suppendose so eingängig zeigen ließ: wie Ästhetisierung als Loslösung von praktischen Zwecken funktionierte.

Das aparte Zellulose-Kleid indes entstammte nicht direkt Warhols Produktion, sondern war das Resultat seiner Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung von Campbell, die den Spieß umdrehte und sich findig der Kunst bediente. Die Ausrufung der Pop-Art als »absolutes Produkt ihrer Zeit«[3] und der zunehmende Erfolg von Warhol, der durch den Kunstgriff des scheinbaren Einverständnisses mit Massenware und Konsum geradewegs das kapitalistische Zentrum der bürgerlichen Gesellschaft adressierte, war dem Suppenhersteller nicht verborgen geblieben. Warhols künstlerische Adaption von Campbell fand ihre Überschreitung in Campbells Aneignung seiner Kunst. Das raffinierte Wortspiel *Souper Dress* suggeriert einerseits eine klare Referenz auf die Suppe als zu vermarktendes Produkt, andererseits kommen die für die Pop-Art charakteristischen Verkehrungen und Verquickungen einer Kultur des *high* und *low* buchstäblich zum Tragen. Das Kleid aus bescheidenem Material sollte die Dame der Swinging Sixties beim abendlichen Soupie-

ren kleiden (frz. *souper*, ›zu Abend essen‹, meist nach einer Veranstaltung; ursprüngl. ›eine Suppe zu sich nehmen‹) und gab sich im werbestrategischen Sprachduktus des Superlativen zugleich als ›Super-Dress‹ zu erkennen. In einer Werbung des Konzerns sieht man eine junge Frau im *Souper Dress* gutgelaunt auf bunten Kissen gebettet, sie lacht, dem Betrachter frontal zugewendet, vergnügt in einen Telefonhörer; natürlich steht ein Teller Suppe neben ihr. »Campbell's *Souper Dress*! On you it'll look … M'm! M'm! Good!« Die Verknüpfung von Essen, Kleiden und Kunst hat hier ihren Grund: Warhols Definition seiner Kunst als »liking things« spiegelt sich in diesem Lachen wider, das sich lakonisch im Akt der steten Wiederholung erschöpft und damit der reproduzierten Wirklichkeit ihren Ernst nimmt, denn diese ist bereits eine Wiederholung der Wiederholung und damit eine Multiplizierung des Standardisierten. Warhols Factory ist wie Campbell eine Maschine, die Wiedererkennbarkeit und Wiedererkennung produziert und die deshalb Objekte des großen Hungers und des schnellen Verzehrs hervorbringt. Im *Souper Dress* fallen Einverleibung und Verkörperung zusammen. Nicht nur ist alles zu haben und kann alles konsumiert und verdaut werden, sondern alles kann dafür eingesetzt werden, dem Wertlosen eine Aura des Anziehenden zu verleihen und das Nichtige in Begehren zu verwandeln.[4] Das Kleid aus Papier folgte der Logik der Wohlstandsgesellschaft: Es war für die einmalige Garderobe zum anschließenden Wegwerfen gedacht und speiste den steten Kreislauf von Angebot und Nachfrage. Als Phänomen der Masse und der damit verbundenen Manifestation des Subjekts im Zustand seines Überholtseins ist das *Souper Dress* jedoch gerade nicht Ausdruck einer beklagenswerten Unterwerfung unter eine Diktatur der Konsumption. Es kokettiert mit der Absage an eine Sprache der Negativität und gibt ein Versprechen von Unendlichkeit, denn jedes industriell gefertigte Produkt kann prinzipiell endlos durch ein identisches ersetzt werden. Es feiert die Aufhebung von Demarkationslinien und ist ein prägnantes Beispiel für die Konvergenz von Mode, Kunst, Werbung und Industrie. Kurzum, das Suppenkleid

ist ein Emblem des Massenkonsums, das in seiner doppelten Brechung von Kunst und Nicht-Kunst die Bedeutung der Bedeutungslosigkeit feiert.

Zugleich vermag es jedoch ironische Effekte hervorzubringen, und zwar in jenem Moment, in dem es als Exponat seine eigene Zeitlichkeit dokumentiert. Die ersehnte Wiederkehr des Gleichen im seriellen Massenprodukt kann nämlich nicht die Zeit und damit die Drohung von Vergehen und Verlust stillstellen. Die Ausstellung des Kleidungsstücks wirft die Frage nach seinem Träger auf und weist als Andeutung und Imagination auf die Spuren eines einst präsenten Körpers. Spätestens hier wird deutlich, dass das Kleid in seiner heiteren Unschuld durchsetzt ist von der Signatur der Endlichkeit, ebenso wie die Kunst Warhols verwoben ist mit Zeichen des Todes.[5] Die wenig später, ab Ende der 1960er Jahre, als kritisches Gegenkonzept zur Pop-Art exponierten Kleidungsstücke von Künstlern wie Christian Boltanski, Bas Jan Ader, Niki de Saint-Phalle oder Annette Messager zeugen von diesem Symbol des leeren Kleides als Hinterlassenschaft und Stellvertreter eines absenten Menschen. Auch wenn sie der Krise des Subjekts verpflichtet bleiben und nicht Garant für eine klare Identität sind oder in der eindeutigen Bestimmbarkeit des Körpers aufgehen, so bleiben sie assoziativ an den Menschen gebunden. Das Kleid als Hülle, der leere Stuhl, das geräumte Zimmer, all diese vom konkreten Subjekt entblößten und ausgestellten Motive in der Kunst zeigen die unfüllbare Lücke auf, die mit der Abwesenheit dieser einen und unverwechselbaren Person zum Reservoir der Erinnerung wird. Das Museum gibt sich hier als »Raum der traurigen Abschiede, die wir nicht vergessen wollen«, zu erkennen.[6] Es verweist auf die Leerstelle, die fehlende Gestalt des Menschen – die Stille, die eintritt, wenn die Suppe ausgelöffelt ist.

Anmerkungen

1 Dorothy Herzka: Pop Art One, New York 1965, S. 5 [übers. von J.E.W.].
2 Vgl. Jürgen Wissmann: Pop Art oder die Realität als Kunstwerk, in: Hans Robert Jauß (Hg.): Poetik und Hermeneutik 3: Die nicht mehr schönen Künste, München 1968, S. 507–530, sowie ebd.: Zehnte Diskussion: ›Op‹, ›Pop‹ oder Die immer zu Ende gehende Geschichte der Kunst, S. 691–706.
3 Alan R. Solomon: The New Art, in: Art International VII/7 (1963), S. 38 [übers. von J.E.W.].
4 Vgl. hierzu auch die Analyse von Dieter Mersch: Art & Pop – kein Thema mehr?, in: Ästhetik und Kommunikation 101/29 (1998), S. 37–46.
5 Vgl. Stephen Koch: The Once-Whirling Other World of Andy Warhol [1973], in: Alan R. Pratt (Hg.): The Critical Response to Andy Warhol, Westport, London, 1997, S. 94–102, hier S. 98.
6 Vgl. Hartmut Böhme: Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne, Hamburg 2006, S. 371 f.

S. 115 Leather Shank Button. Foto © Sage Ross. http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Leather_shank_button_up_close.jpg.

S. 120 Constantin Guys, Femme en velours, 1860–1864. Aquarell. In: José Alvarez (Hg.): Constantin Guys 1802–1892. Fleurs du mal. Dessins des Musées Carnavalet et du Petit Palais, Ausst. kat. Musée de la vie romantique, Paris 2003, S. 138, cat. 32.

S. 125 Félix Vallotton, Le Bon Marché (1893). Holzschnitt. © Brooklyn Museum, Henry L. Batterman Fund.

S. 131 Donwan Harrell PRPS Noir Denim Jeans. Foto: PRPS Jeans, New York. https://theselvedgeyard.files.wordpress.com/2012/03/img_2808.jpg.

S. 139 Der Papyrer. In: Hans Sachs: Eygentliche Beschreibung aller Stände auff Erden, hoher und nidriger, geistlicher und weltlicher, aller Künsten, Handwercken und Händeln […], Frankfurt am Mayn: Feyerabend 1568, o.S.

S. 143 The Souper Dress, 1966. Foto: Takashi Hatakeyama. © The Kyoto Costume Institute. Abdruck mit freundlicher Genehmigung.

S. 150 Inszenierung von »Faserland« durch das Schauspiel Hannover 2012. Foto © Katrin Ribbe/Schauspiel Hannover. Abdruck mit freundlicher Genehmigung.

S. 155 Thomas Bernhard, 1971. Foto (Ausschnitt) © Erika Schmied. Abdruck mit freundlicher Genehmigung des Residenz Verlags.

S. 162 Jackie Kennedy im rosa Chanel-Kostüm, Love Field Airport, Dallas, 22. November 1963. Foto © Cecil W. Stoughton. U.S. National Archives and Records Administration. http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kennedys_arrive_at_Dallas_11-22-63.JPG.

S. 165 Garderobe im Theater Wolfsburg. Foto © Lars Landmann. In: Katrin Barthmann, Rocco Curti, Nicole Froberg: Hans Scharouns Theater für Wolfsburg 1973–2013, hg. Stadt Wolfsburg, Forum Architektur, Berlin 2013, S. 40.

S. 170–176 Collagen © D.M. Nagu.