

DIE  WELTWOCH

Luxus
First Choice

Ab April 2006 Fr. 8,-, Sam. 9,-



© Bild: Peter Lindbergh



Endlich Frühling

Neuheiten, die man haben muss (und ein paar Klassiker).
Mit Dorothee Vogel, Diego Della Valle, Olivier Burger
– und Met Kamos für Strellson

Pinnaub eines von
Ramos' Werken.



Mel Ramos und
Joseph Beuys, 1967.



Mit Gloria
Tellebraga.

Der letzte Pop-Artist

Die Modemarke Strellson und der
Künstler Mel Ramos arbeiten zusammen.
Ergebnis: zwei nur für die Schweizer
gemalte Sujets. Und ein
paar weitere Überraschungen.
Von Heike Heel



Mit Bruce
Naumov.



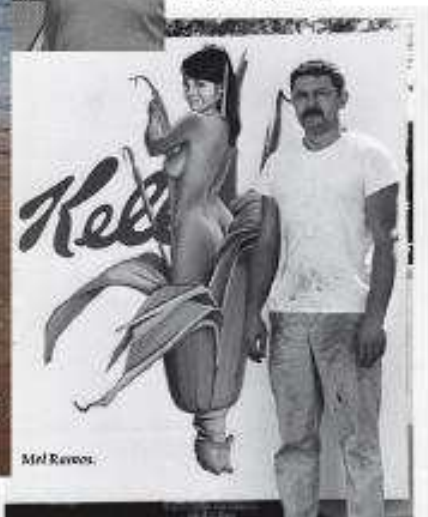
Links
und Mel
Ramos.



Mit New Yorker Galeristen
mit Roy Lichtenstein (l.).



Ramos mit
David Hockney (l.).



Mel Ramos.

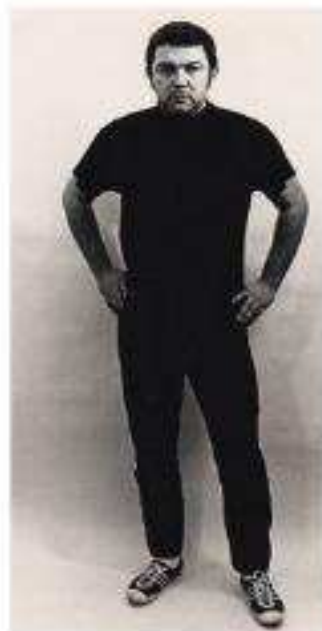
Chiquita-Bananen sehen so viel schmackhafter aus, wenn sich eines der barbusigen Pin-up-Girls des Künstlers Mel Ramos hinter der Schale verbirgt. Auch Coca-Cola scheint durstlöschender zu sein, sobald sich eine seiner Ladys zufrieden an die Flasche schmiegt. Ramos zählt zu den Pop-Art-Künstlern der ersten Stunde. Mit Andy Warhol, Joseph Beuys und David Hockney war er befreundet, und wie sie zählt auch er zu den wichtigen Vertretern dieser Kunstrichtung. Thomas Beller, Chefdesigner von Strellson Sportswear, kaufte zunächst privat einen Ramos-Druck und liess sich davon inspirieren. «Kunst ist im Haus Strellson immer schon eine Basis für die Entwicklung von Mode gewesen.» Die Argumente, warum nur Ramos als Leitfigur der Sonderkollektion Frühjahr/Sommer 2009 in Frage kam, sind vielfältig. «Ramos ist der noch lebende und noch produzierende Pop-Art-Künstler schlechthin. Er verbindet in seinen Werken Konsumgüter und Labels mit Kunst wie kein Zweiter», so Beller.

Ein Galerist stellte den ersten Kontakt des Modehauses mit dem in Oakland lebenden Künstler her. Eine äusserst positive Reaktion, die auf ein spontanes Interesse schliessen liess, war das erfreuliche Ergebnis dieser Anfrage. «Ramos ist ein erfahrener Künstler, der äusserst *relaxed* und *settled* ist. Er malt, weil er gerne malt, nicht weil er muss. Somit kann er sich frei für diejenigen Projekte entscheiden, die ihn auch interessieren.» Und frei hat sich Ramos auch für das Strellson-Projekt entschieden. Den Blickfang der Kollektion bilden zwei Motive, die der Künstler exklusiv für die Modemarke auf die Leinwand brachte. Seine Handschrift 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



Der Künstler in seinem Atelier in Los Angeles (und in seinem Element).



Mel Ramos, als junger Mann.

Künstlers in Prints auf T-Shirts, Jacken, aber auch Taschen und weiteren Accessoires vermarktet. Jeder, der eines der Ramos-Stücke kaufen möchte, um dessen Pin-ups zu tragen, kann dies ab sofort tun – doch 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. «Wir finden die Verbindung von Mode und Kunst immer spannend. Hierbei fühlen wir uns in der Kunst des 20. und des 21. Jahrhunderts sehr wohl. Einen Rembrandt wird es auf unseren Shirts nicht geben. Mel Ramos war eine einmalige Geschichte. Aber ich habe bereits einen anderen Künstler für eine der nächsten Kollektionen im Blick», sagt Beller.



L.A. Index
Ramos' Atelier in
Südkalifornien.