

# Als Michelangelo für Rock-Stars werben musste – einschlägige Plakatsammlung in Recklinghausen

geschrieben von Bernd Berke | 18. August 1984

Von Bernd Berke

Recklinghausen. Wer heute zwischen 25 und 35 ist, erlebt zunehmend häufiger, wie seine Jugendjahre bereits der Historie zugeschlagen werden. An diesem Vergessens- und Erinnerungsprozeß nimmt jetzt auch die Kunsthalle Recklinghausen teil – mit einer für die Bundesrepublik bislang beispiellosen Ausstellung von 350 Plakaten zur Rock-Musik der 60er Jahre. Selbst US-Museen beginnen dieses Genre eben erst zu entdecken.

Die seit 1972 „tätigen“ Sammler Tomm Klatt (Recklinghausen) und Rainer Knorr (Neubeckum) haben sich auf Plakate von der US-amerikanischen Westküste konzentriert. Daher ist die einschlägige Produktion hier fast komplett beisammen. So gut wie alle mittlerweile legendären Namen, die damals den West Coast-Sound prägten, kommen vor: Allen voran „The Grateful Dead“. Im Umkreis dieser großen Rock-Family hat sich offenbar das größte graphische Potential entfalten können. Auch jeder weitere Name ein Mythos: Jefferson Airplane, The Byrds, The Doors, Frank Zappa and the Mothers of Invention, und so fort. Schließlich zergehen auch die Veranstaltungsorte etwa „Fillmore West“ und „Avalon Ballroom“ in San Francisco Eingeweihten auf der Zunge.

So sehr die Ausstellung auch Lust auf die passende Musikbegleitung macht (vielleicht wird sie gar geliefert?), geht es doch in erster Linie um optische Aspekte. Die Pop-

Graphiker (z.B. Wes Wilson, Victor Moscoso) haben in nahezu allen Epochen der Kunstgeschichte produktiv gewildert. In Eigentumsfragen lax, machten sie ihre Inspirationsquellen in den wenigsten Fällen kenntlich. Die Herkunft der Motive war denn auch offensichtlich genug: Wenn eine altägyptische Szene für ein Konzert von „Jefferson Airplane“ in San Francisco wirbt, wenn sich Franz von Stucks Jugendstilbild „Die Sünde“ oder Michelangelos nackte Adam-Figur inmitten der grellbunten Pop-Elemente wiederfinden, dann verschwimmt die Grenze zwischen „Hoch“- und „Gebrauchskunst“.

Eine dominierende Rolle spielen psychedelische, wohl nicht selten im Drogenrausch erzeugte, pflanzenartige Windungsformen und explosive Farbzusammenstellungen. Auch die vibrierenden Augentäuschungen der Op-Art sind immer für Effekte gut, besonders in Leuchtfarben. Oft wird auf Mythen der amerikanischen Pionierzeit angespielt – Goldgräber, Indianer, Cowboys. Aber auch US-Mythen der Neuzeit werden zitiert, indem z. B. Disney-Figuren als Gitarren-Freaks abgebildet werden.

Erstaunlich, daß viele Exponate der eigentlichen Funktion eines Plakatanschlags, eingängig zu sein, diametral zuwiderlaufen. Überraschend schon die kleinen Formate, die überwiegend unserem „DIN A 2“ entsprechen. Vielleicht wollte man Papier sparen. Nur im Kontext jener Jahre ist hingegen verständlich, daß oft die Namen der Gruppen im optischen Gestrüpp „versaufen“. Mögliche Schlußfolgerung: „Man“ stand unter Drogen – und es war zweitrangig, wer die Musik dazu machen würde...

Man hätte die Plakate nach Bildelementen (typisch etwa die Skelette und Totenköpfe, nicht nur bei „Grateful Dead“ – den „Dankbaren Toten“) oder nach Rock-Formationen geordnet hängen können. In Recklinghausen hat man sich für die zeitliche Abfolge entschieden, folglich wird die Fülle der Plakate kaum strukturiert. Aus Etatgründen fehlt leider auch ein Katalog, der leicht eine Pioniertat hätte werden können.

Die Ausstellung, für Rock-Fans nahezu ein „Muß“, ist ab Sonntag bis 30. September zu sehen (Öffnungszeiten: di-fr 10-18 Uhr, sa/so 11-17 Uhr). Sie wird passend ergänzt durch Pop-Graphik (Warhol, Wesselmann, Lichtenstein & Co) aus dem Eigenbesitz der Kunsthalle.