

Oberhausen zeigt die Plakate von Keith Haring: Schlicht und einfach universell

geschrieben von Bernd Berke | 19. Januar 2012

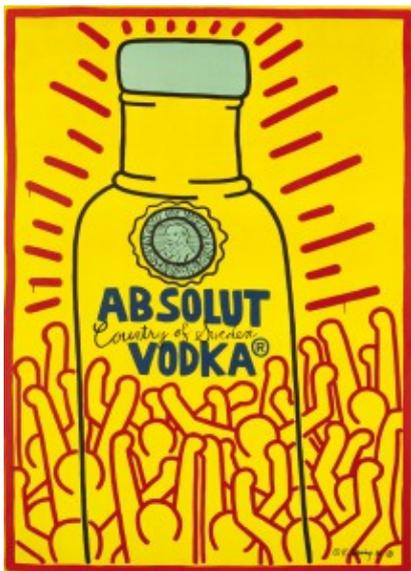
Die meisten kennen Keith Haring vor allem als legendären Graffiti-Künstler. Doch irgendwann drängten seine Schöpfungen vom buchstäblichen Underground (ab 1979 bildliche „Kurznachrichten“ auf freien Werbeflächen in der U-Bahn von New York) in den oberirdischen öffentlichen Raum, sodann auch in Galerien, Museen und auf Plakatwände, ja sogar in die Produktwerbung. Jetzt ist unter dem Titel „Short Messages“ sein komplettes Poster- und Plakatschaffen (85 Entwürfe) im Schloss Oberhausen zu sehen. Die Leihgaben stammen aus dem Hamburger Museum für Kunst und Gewerbe.



Keith Haring: "National Coming Out Day" (Offsetlithographie, 1988 / Copyright Keith Haring Foundation, Fotografie Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg)

Haring (1958-1990) ist nur 31 Jahre alt geworden, er starb an Aids. Doch in der kurzen Spanne zwischen 1982 und 1989 ist in eminent starken, bis heute nachwirkenden Ansätzen bereits ein veritables Lebenswerk von ganz eigener Güte entstanden. Man vermag sich kaum vorzustellen, was daraus noch hätte sprießen und blühen können.

Für hehre Anliegen wie etwa atomare Abrüstung oder Leseförderung zog Haring ebenso plakativ zu Felde wie für eigene Ausstellungen oder für Alkohol- und Zigarettenreklame (Absolut Vodka, Lucky Strike). In allen Fällen gab er sich ersichtlich gleichermaßen Mühe, zur optischen Essenz zu gelangen. Eine Neigung zu kommerziellen Darbietungen kam nicht von ungefähr: Von 1976 bis 1978 hatte er in Pittsburgh Werbegraphik studiert.



Keith Haring:
"Absolut Vodka"
(Schweden, 1988,
Offsetlithographie)
(Copyright Keith
Haring Foundation,
Fotografie Museum
für Kunst und
Gewerbe Hamburg)

Schon früh sind die wesentlichen Zeichen und Chiffren beisammen, die immer und immer wiederkehren, so beispielsweise Hund, Roboter, Engelswesen, vor allem aber das „Strahlen-Baby“ (sozusagen ein zweites Ich des Künstlers) und überhaupt von Strahlkränzen umfasste Figuren, die in ihrem schlichten Sosein und simplen Aktionen aufleuchten, vor allem anfangs so selbstgewiss und optimistisch, dass es europäischen Betrachtern wohl ganz besonders auffallen muss. In der besagten Wodka-Reklame steigert sich denn auch eine Menge unter der Flaschen-Apotheose so selbstverständlich in Verzückung hinein, als könnte es gar nicht anders sein.

Einfachste Handlungsmuster (Fußtritt, Schlag) bezeichnen andererseits auch die Richtung etwaiger Attacken. In „Crack Down“ wird das verhasste Rauschgift schlichtweg zertreten. Weg damit! Es heißt, der kleine Keith hätte unter Anleitung seines Vaters schon mit 3 Jahren Comics kopiert. Man glaubt es ohne weiteres. Es waltet eine höchst prägnante Strichmännchen-Ästhetik, unter der die wenigen Textzeilen nahezu verschwinden. Die universelle Botschaft versteht sich auch und gerade so.



Keith Haring:
"Montreux 1983. -
17ème Festival de

Jazz" (Siebdruck /
Copyright Keith
Haring Foundation,
Fotografie Museum
für Kunst und
Gewerbe Hamburg)

Aber Vorsicht: Wer sich in flotten Deutungsversuchen erginge, käme nicht so schnell an ein Ende. Hin und wieder windet Haring seinen überschaubaren Kosmos ins wuchernd Ornamentale, ja Labyrinthische, so dass man doch mühselig entwirren und entziffern muss. Auch arbeitet er bisweilen „gegen den Strich“, indem er etwa zum Jazzfestival von Montreux (1983) Breakdance-Figuren ihre dynamischen Spiralen vollführen lässt. Wer den gar hübschen Fachbegriff dafür vermissen sollte, erhält ihn hier gratis dazu: „*Figura serpentina*“. Schlängelnd verdrehte, verzwirbelte Welt.

Das allererste Plakatmotiv kam zur großen Antiatom-Demo (12. Juni 1982 in New York) heraus, Keith Haring ließ 20000 Exemplare auf eigene Kosten und daher auf preiswertem Papier drucken. Aus gleichem Grund sind manche Exponate heute so empfindlich, dass man auch in Oberhausen nicht umhin kommt, das Licht zu dimmen.



Keith Haring: Poster
for Nuclear
Disarmament (1982 /
Copyright Keith
Haring Foundation,
Fotografie Museum für
Kunst und Gewerbe
Hamburg)

Interessante Querverweise ergeben sich, weil Haring gern mit Künstlern wie Andy Warhol, Jean-Michel Basquiat oder Yoko Ono kooperiert hat. Sogar der Eigenbrötler Roy Lichtenstein (den Oberhausen im letzten Jahr präsentiert hat) ließ sich zu einer solchen Gruppenarbeit herbei. Wiederum fürs Jazzfestival in Montreux (1986) hat Warhol ein Notenbild angelegt, zwischen dessen Linien sich typische Haring-Figuren tummeln. Allerliebste.

Für seine Ausstellung im Stedelijk Museum zu Amsterdam plakatiert Haring 1986 seinen Namen und bezieht ihn bildwitzig auf den Hering. Hier strotzt sein Schaffen noch vor ungebändigter Kraft.

1987 dann die niederschmetternde Diagnose: Keith Haring leidet an Aids. Nun entwirft er vor allem Plakate zum Kampf gegen die Immunschwäche und zum schwulen Selbstbewusstsein – mit aller grellen Dringlichkeit. Den rosa Winkel, den die Nazis zur Brandmarkung der Homosexuellen benutzt hatten, dreht er kurzerhand um, so dass er als Pyramide historische Dignität gewinnt und gleichzeitig zukunftsfröhlich himmelwärts weist.

Eine Haring-Figur, die denkbar kurzlebige Seifenblasen in die Luft pustet (und auf diese eh schon vergänglich schillernden Gebilde auch noch einsticht), mag als zeitgemäßes Todesbild gelten. Ab 5. Februar wird diese Qualität im ungewohnten Kontext womöglich noch deutlicher. Dann werden an gleicher Stätte auch einige Todesdarstellungen aus der frühen Neuzeit gezeigt.

**Keith Haring: „Short Messages“. Poster und Plakate 1982-1990.
Vom 22. Januar (Eröffnung 19 Uhr) bis zum 6. Mai 2012.
Ludwiggalerie Schloss Oberhausen, Konrad-Adenauer-Allee 46.
Geöffnet Di-So 11-18 Uhr, Mo geschlossen. Eintritt 6,50 Euro
(ermäßigt 3,50 Euro), Familie 12 Euro. Infos/Buchung
Schulführungen 0208/41 249-28. Internet
<http://www.ludwiggalerie.de>**