

Zwischen Kunst- und Supermarkt

Große Namen bei „ArtBrands“ im Museum für Neue Kunst

Dass Beuys auch Hundefutter produziert haben könnte, lässt sich vielleicht noch vorstellen. Aber was hat Vermeer, der Lichtkünstler des niederländischen Barock, mit einem Baumhacker zu tun? Wie kommt Goya auf eine Wurstdose? Warum signiert Picasso Autos? Im Museum für Neue Kunst können Kunsthistoriker ins Grübeln kommen: „ArtBrands. Wenn Hunde Beuys fressen“ heißt die Ausstellung, die dort ab heute bis zum 4. Mai zu sehen ist. Sie zeigt Produkte, die die Namen großer Künstler tragen, und lässt so die Grenzen von Kunst- und Supermarkt auf humorvolle Art verschwimmen.

Der Tag eines Kunstliebhabers könnte so beginnen: Sich mit der Zahnpasta von Rembrandt die Zähne putzen, den Sisley-Pullover überstreifen und einen kleinen Kaffee von Cellini trinken, bevor es mit dem Manet-Motorroller zum nächsten Museum geht.

Der Freiburger Künstler, Kunstpädagoge und -historiker Michael Klant hat dergleichen Schätze jahrelang gesucht und gesammelt. 70 seiner Fundstücke sind nun in der Ausstellung zu sehen. Sie reichen von kleinen Büroartikeln bis zu großen Maschinen und quer durch die Kunstgeschichte – teils als zufällige Namensgleichheit von Künstler und Hersteller, teils als gewollte Verführung mit klangvollen Namen, etwa wenn der Meister der sixtinischen Madonna plötzlich zum Patron für einen klebrig-süß gefüllten Kokoskeks wird. Auch unter den

Kunstmarken gibt es also Originale und Fälschungen, gibt es augenfällige Verbindungen und unterschwellige Anspielungen. Bei den Feuer-Röllchen von Richter muss man beispielsweise nicht sofort an überaus realistisch gemalte Bilder von Kerzen denken, ein Fahrrad der Firma Klein nicht zwingend monochrom und blau sein. Wer

Gotta spricht über die Bedeutung von Namen im Marketing (13. März), „Kunst kommt von Sammeln“ behauptet ein Vortrag von Michael Klant (3. April), außerdem werden der Sprachkünstler Stephan Krass zum Thema „Der Name, die Chiffre, das Gedicht und ich – ein poetisches Branding“ (17. April) und das Ensemble chro-



Mit dem richtigen Namen schaffen es sogar Wiener Würstchen ins Museum (Foto: MNK)

sich aber auf das hintersinnige Spiel zwischen Werbung, Wahrnehmung, Kunst und Kommerz einlässt, könnte schnell selbst zum Kunstsammler und Markenfetischist werden und sich auf die Suche nach dem Genialen im Banalen machen.

Anregungen dazu gibt auch das Begleitprogramm: Der „Namensfinder“ Manfred

nophonie mit Mauricio Kagels „Acustica“ (24. April) zu hören sein. Alle Veranstaltungen beginnen um 20 Uhr. ☛

☐ **Öffnungszeiten:** Di–So 10–17 Uhr. Eintritt 5, ermäßigt 3 Euro, Familienkarte 8 Euro. Führungen sonntags um 11 und 15 Uhr. Ein Katalog zur Ausstellung ist für 19,80 Euro an der Museumskasse erhältlich.