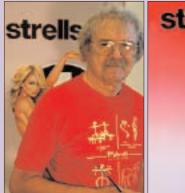
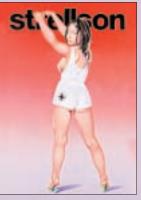
POP-ART AUF DEN LEIB GESCHNEIDERT

Der Schweizer Modemarke Strellson ist es gelungen, Mel Ramos exklusiv für das Design einer Sonderkollektion zu gewinnen. Neben zwei speziell für diese Reihe gemalten Pin-up-Girls in Ramos typischen Pop-Art-Stil zieren auch Porträts und Zitate des Künstlers die Kleidungsstücke und Accessoires der Lifestyle-Marke.

Text HEIKE HEEL





Chiquita-Bananen sehen so viel schmackhafter bilden zwei Motive, die der Künstler exklusiv für aus, wenn sich eines der barbusigen Pin-up-Girls des Künstlers Mel Ramos hinter der Scha- Handschrift des Künstlers ist beim ersten Blick le verbirgt. Auch Coca-Cola scheint durstlöschender zu sein, sobald sich eine seiner Ladies dieser Kunstrichtung plakativ werdende Verlinso 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. Wie sie zählt auch er zu den Ikonen dieser Epoche.

Sportswear, kaufte zunächst privat einen Ramos-Druck und ließ sich von den nackten Tatsachen inspirieren. "Kunst ist im Hause Strellson immer schon eine Basis für die Entwicklung von Mode gewesen", sagt er. Seine Argumente, warum nur Ramos als prominente Leitfigur der Sonderkollektion Frühjahr/Sommer 2009 infradung eine einmalige Sache bleiben. ge kam: "Ramos ist der noch lebende und noch produzierende Pop-Art-Künstler schlechthin. Er son-Designern aber schon ganz oben in der verbindet in seinen Werken Konsumgüter und Schublade. Man hat bereits einen anderen Label mit Kunst wie kein Zweiter." Die Galerie Geiger in Konstanz stellte dann den ersten Kontakt des Modehauses mit dem in Oakland le- einfach spannend. Dabei fühlen wir uns in der benden Künstler her. Spontanes Interesse war das erfreuliche Ergebnis dieser Anfrage. Den wohl. Einen Rembrandt wird es auf unseren Blickfang der daraufhin entstandenenKollektion Shirts nicht geben."

die Modemarke auf die Leinwand brachte. Die lesbar. Das Ergebnis: Pop-Art at its best. Die in kung 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 Künstlers in Prints auf T-Thomas Beller, Chefdesigner bei Strellson Shirts, Jacken aber auch Taschen und weiteren Accessoires vermarktet. Wer eines der Ramos-Stücke kaufen möchte, um dessen Pin-ups auf stolz geschwellter Brust zu tragen, kann dies ab März tun. Allerdings nur so lange wie der Vorrat reicht, denn sowohl für den Künstler als auch für das Modehaus wird diese exklusive Verbin-

> Pläne für Folgeprojekte liegen bei den Strell-Künstler für eine der nächsten Kollektionen im Blick. "Die Verbindung von Mode und Kunst ist Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts besonders

