

Thomas Klockmann

## **Am Anfang war der Nylonstrumpf!**

*Siebdruck: Kunst in der Nische? oder ganz vorn? oder wo jetzt?*

Es war einmal in Amerika: in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde der Durchdruck durch eine Siebschablone zur industriellen Reife geführt. Der auf große und steigende Auflagen ausgerichtete hochautomatisierte Offsetdruck war durch die Absatzschwierigkeiten in der großen Wirtschaftskrise (great depression) der 1930er Jahre angeschlagen. Der auch in kleineren Auflagen rentable Siebdruck sprang in die Bresche und beschäftigte den von Zunfttraditionen freien amerikanischen Pioniergeist. Im Zuge dieser Entwicklung nahm in den sog. „silk screen units“ – den Siebdruck-Werkstätten – der auch für Künstler eingerichteten Arbeitsbeschaffungsprogramme eine eigenständige künstlerische Entwicklung ihren Anfang.

Nach ihrem Sieg im zweiten Weltkrieg waren die Amerikaner daran interessiert, ihre Erfolgsrezepte in den Amerikahäusern der darniederliegenden deutschen Großstädte weiterzureichen. So gelangte 1948 auch eine Wanderausstellung über den Stand der neuen Drucktechnik nach Stuttgart. Dort beeindruckte sie den Gebrauchsgrafiker Luitpold (Poldi) Domberger: noch am Abend seines Ausstellungsbesuches schlitzte er zuhause – ohne Wissen seiner Frau – einen der seinerzeit wirklich sehr begehrten und gehüteten Nylonstrümpfe auf, um das feinmaschige Gewebe auf seine Tauglichkeit für das interessante neue Druckverfahren zu überprüfen. Wenn man so will – und es nicht allzu genau nimmt – ist dies der Anfang der Geschichte des künstlerischen Siebdrucks in Deutschland. Dombergers Firma wird bald richtig groß, sie drucken für das MOMA (Museum of Modern Art in New York)! Es gibt sie heute noch!

Der Siebdruck passte gut in die Zeit. Deutschland musste und wollte wieder Anschluss an internationale Entwicklungen gewinnen. Im werbewirtschaftlichen und auch im technischen Bereich erschlossen sich dem Siebdruck neue Anwendungsmöglichkeiten. Etwa beim Bedruck von Materialien, die von den auf Papier und Karton ausgerichteten Verfahren nicht bedient werden konnten.

In der bildenden Kunst versprach er eine Öffnung als elitär empfundener Kunstreservate für breitere Bevölkerungsschichten und wurde daher in Ost und West gleichermaßen willkommen geheißen. Im Westen kam hinzu, dass der zunächst als die führende amerikanische Nachkriegskunst gehandelte abstrakte Expressionismus recht früh alt auszusehen begann (wir denken etwa an Jackson Pollock oder Willem de Kooning).

Als „unzeitgemäße und ins Private zurückgezogene Selbstäußerungen“ beurteilte Richard Hamilton, der einmal das Einlegeplakat im weißen Album der Beatles entwerfen würde, die Werke der großen Vorgänger. Was mit Hilfe der freien Abstraktion gesagt werden konnte,

schien längst eine gültige Formulierung gefunden zu haben. Hamilton resümierte später: „Etwa um die Mitte der fünfziger Jahre wurden sich die Künstler bewusst, dass die visuelle Welt durch die Massenmedien so dramatisch verändert worden war, dass sie wieder des Anschauens für würdig erachtet wurde“. Die relative Neuheit, die technische Vollkommenheit und die – vermeintliche – Unterdrückung der künstlerischen Handschrift ließen den Siebdruck als Medium für die neue Botschaft bestens geeignet erscheinen.

Die 1960er Jahre sind dann die Boomjahre: Der Siebdruck wird zum Träger eines erneuerten Teilhabeversprechens – zugleich eines demokratischen Glücksversprechens. Auch das kommerzielle Potenzial war rasch erkannt worden. Friedensreich Hundertwasser druckte Auflagen, die in die Tausende gingen. Gewiss ein Erfolg – aber auch Wasser auf die Mühle derjenigen, die den Siebdruck in erster Linie als Reproduktionsverfahren schätzten und dabei die ihm eigenen künstlerischen Möglichkeiten übersahen.

Tatsächlich zeigte der Siebdruck in dieser Zeit sein Talent, Kunst vor dem Ghetto der Unbezahlbarkeit zu bewahren. Er steht ja auch mit einem Bein im Reich der Popkultur. Dort, wo auch die Schallplatte zu Hause ist – ebenfalls ein Auflagenprodukt. Der Siebdruck gedieh zuerst in den Ländern aus denen auch die guten Bands kamen, in England und in Amerika. Im Kielwasser der Beatles, Byrds und der reitenden Boten vom Quicksilver Messenger Service entstand in der Posterszene San Franciscos 1967 eine Art moderner Jugendstil als Popmusik fürs Auge.

Auch in Deutschland greift die kurz vor oder im 2. Weltkrieg geborene Künstlergeneration den Siebdruck als neue Ausdrucksform auf. Zu nennen wären etwa Gernot Bubenik in Berlin oder Werner Nöfer in Hamburg. Im Jahr 1968 geht in Kassel die 4. documenta an den Start. 75% aller dort gezeigten grafischen Arbeiten sind Siebdrucke! Jugend- und Stadtteilkulturzentren, Schulen und Volkshochschulen richten Druckwerkstätten ein – in Hamburg-Altona z.B. in der „Motte“. Auch ein Harburger Gymnasium ist dabei – und verkauft mir später, als die Euphorie verflogen war, die Gerätschaften, die heute in meiner Werkstatt stehen.

In den 1970er Jahren zeichnet sich ein Bedeutungsverlust ab. Karl Bachlers Buch „Serigraphie – Geschichte des Künstlersiebdrucks“ erschien 1977 und signalisierte, dass eine Entwicklung sich soweit konsolidiert und verlangsamt hatte, dass sie überblickt werden konnte. Der Siebdruck ist damals aber nicht einfach abgetreten und gestorben. Wer ihn kennen und lieben gelernt hatte, blieb ihm treu und gab sein Wissen weiter. Er überwinterte in den Grafikkalendern und in den Subkulturen der Streetart-, T-Shirt- und Graffiti-Szene. Während der digitalen Revolution gelang dem Siebdruck dann sogar ein mehr oder weniger überraschendes Comeback. Selbst ein Kind technischen Fortschritts – war es diesem Druckverfahren möglich, die digitale Revolution nicht nur zu überleben, sondern von ihr sogar zu profitieren.

Die Siebdruck-Grafik ist – noch immer – in den meisten Fällen ein mithilfe von Schablonen hergestelltes Bild mit einer festgelegten Auflagenhöhe – auch wenn gelegentlich Unikatlitho angefertigt werden. Die Technik ist offen für das Bildzitat – für intelligentes Bildrecycling. Als Erbe der Bilderbögen- und Oblatenmanufakturen ist der Siebdruck im guten Sinne durchaus volkstümlich. Seine Magie ist der des Films verwandt: der Elvis-Biograf Peter Guralnick hat einmal sehr schön gesagt: „Ein guter Film verbindet Illusion und Realität so, dass sich die Anziehungskraft von beiden miteinander verbindet und zugleich stark hervortritt.“ Das trifft auch für den Siebdruck zu, besonders dann, wenn im Bild noch etwas an das erinnert, was wir „die Wirklichkeit“ zu nennen gewohnt sind: eine Blume, ein Kind, ein Auto, ein Mensch.

Der Drucktisch und die vorgelagerten Bereiche der Schablonen- und Filmherstellung unterscheiden sich von der schon nostalgisch gefärbten Werkstattatmosphäre der Lithographie, der Radierung oder des Holzschnitts. Sie bieten die Chance, die Sache mit der Wirklichkeit auf Augenhöhe auszuhandeln. Die technisch-industriell und stark arbeitsteilig geprägte Neuzeit wird ja oft beschuldigt, mit der ästhetischen Freiheit des Individuums aufgeräumt zu haben. Hart formuliert es z. B. der Kulturhistoriker Wolfgang Schivelbusch: „Der vorindustrielle Handwerker bildete sich in lebendiger unmittelbarer Aktion mit seinem Gegenstand. Diese lebendige Verbindung wird vernichtet durch die sich immer mächtiger dazwischenschiebende Maschinerie“

Aber die alte Zeit kommt nicht wieder und die neue hat meist auch Chancen im Gepäck. Meine „Siebdruckmaschine“ hält mich jedenfalls nicht davon ab, der Welt nahezukommen, sie mir anzueignen, etwas zu erzählen, wie es frühere Generationen mit Grabstichel und Kupfer oder mit Bleistift und Papier getan haben. Der Siebdruck verträgt sich auch ganz gut mit der wirklich revolutionären Maschine unseres Zeitalters – dem Rechner. Was das Magazin LIFE für den amerikanischen Künstler Robert Rauschenberg war – er entnahm ihm für seine grafische Arbeit u.a. die Bilder John F. Kennedys und der Mondlandung – sind die im Weltmeer des Web umhertreibenden Bildsplitter und -flöße für den Siebdrucker von heute.

Im Rückblick erscheint der Siebdruck als Schwellentechnik zwischen den alten analogen Druckverfahren und den an Fahrt gewinnenden elektronischen Medien. Die gegenwärtig zu beobachtende kleine Renaissance des Siebdrucks ist wohl eine Renaissance in den Nischen. Sie bestätigt übrigens die ebenfalls wieder höher im Kurs stehende Medientheorie des kanadischen Literaturwissenschaftlers Herbert Marshall McLuhan.

Also nun ein Gedanke auf seiner Fährte: ausgereifte Kommunikationstechniken, so hat es der originelle Denker – übrigens in der Blütezeit des Siebdrucks – formuliert, kippen im Reifestadium immer in etwas anderes um, aber gleichzeitig bringen sie etwas Vergangenes wieder ins Leben zurück: In den 1920er Jahren reifte der Siebdruck als führende Dekorations- und Werbetechnik heran. In den 1940er Jahren ist er dann in Kunst umgekippt. Für den künstlerischen Siebdruck begann sich in New York der Name

Serigrafie durchzusetzen, ein eigener Verein: die „serigraphic society“ begründete sich – Amerika schickte sich an, den Franzosen die Idee der modernen Kunst zu klauen.

Amerika war als Führungsmacht aus dem 2. Weltkrieg hervorgegangen und wollte das nun auch auf dem Gebiet der Kunst demonstrieren. Die Siebdruckgrafik handelte in der Zeit des aufblühenden Konsumlebens der 1950er und -60er Jahre – auch aufgrund ihrer Geschwisterschaft zum Werbebild – oft von etwas „Wirklichem“, von dem die Menschen glaubten, dass sie es bräuchten – und auch erreichen könnten. In diesem Zusammenhang profitierte der Siebdruck mit seinen reprografischen Fähigkeiten von der Anschaulichkeit und Glaubhaftigkeit der Fotografie und ihrer massenhaften Verbreitung in Druckerzeugnissen und vom Fernsehbild.

Nachdem Andy Warhol von der Werbung zur Kunst übergelaufen war, fanden Elvis, Marilyn, viele Dollarscheine und sogar Campells Fertigsuppen ihren Platz auf einer gern nicht zu kleinen, im Siebdruckverfahren bedruckten Leinwand. Bilder von der Nachtseite der Freiheit, von elektrischen Stühlen, gesuchten Verbrechern, Flugzeugabstürzen und Autounfällen bleiben umstritten, werden aber bald teuer bezahlt.

Geld war nach McLuhan in seinem Reifestadium von der Münze zur Mastercard gekippt, von realem Vermögen zu Kredit und Schulden geworden. Während dem Besitzer eines neuen Autos nicht mehr angesehen werden konnte, ob er in seine gefüllte Brieftasche gelangt oder sich das Geld nur geliehen hatte, formulierte Warhol einen merkwürdigen Satz: „Ich fände es großartig, wenn mehr Leute mit Siebdruck arbeiten würden, so dass keiner mehr wusste, ob mein Bild wirklich meins oder das eines anderen wäre.“ Darüber kann man lange nachdenken.

Heute – in der Auseinandersetzung mit der machtvollen Bildschirmkultur der Gegenwart – behauptet sich der Siebdruck an der Schnittstelle zwischen digitalem Entwurf, überlieferten Methoden traditioneller Schablonenherstellung und handwerklich-künstlerischer Produktion. Die "Generation Photoshop" muss die Filme für ihre Druckvorlagen nicht mehr beim – vormals durchaus teuren – Belichtungsservice bestellen. Sie zieht sie einfach aus dem heimischen Drucker. Und auch die Fundstücke aus der anarchistischen Bildwelt des Internets verleibt sich der immer schon der Collage zugeneigte Siebdruck ebenso mühelos und geräuscharm ein wie den Scan aus der Tageszeitung.

Am Ende des 20. Jahrhunderts hat sich die Spirale ein weiteres Mal gedreht. Die digitale Revolution zerstörte die noch mit Rasterfolien und Fotochemie hantierende Reprotechnik, aber dem Siebdruckkünstler gab sie damit gleichzeitig die Mittel anhand, zuhause oder in seiner Werkstatt mit PC und Drucker sein eigenes Belichtungsstudio aufzumachen.

Wunder über Wunder! Der Siebdruck ist wieder da! Zurück aus den Archiven und Museen. Wir entdecken an ihm jetzt neu, was ihn früher auch schon auszeichnete, was wir heute

aber anders gewichten. Die Gegenkultur von heute ist – um es etwas vereinfacht auszudrücken – nämlich nicht mehr dagegen, sondern dafür. Aber wofür?

Für Geschmacksanarchie, fürs Mitmachen in eigener Sache. Für den eigenen öffentlichen Auftritt, der sich in der Wahrnehmung durch die anderen vollendet. Selbstdarstellung als Lebenskunst trifft den Nerv unserer Zeit. Die Siebdruckgrafik trifft bei einem Publikum, dass sich in den sozialen Netzwerken ganz selbstverständlich auch als Produzent von Bildern sieht, auf Neugier und wiedererwachendes Interesse.

Aus den Weltbürgern, denen Andy Warhol in den 1960er Jahren 15 Minuten Berühmtheit prophezeit und zugestanden hatte, können jetzt wieder 15 (oder auch ein paar mehr) Menschen werden, die an einem Bild immer mal wieder und etwas länger Freude haben, es einfach nicht vergessen!

© Thomas Klockmann

Näheres zum Autor und seiner Siebdruckwerkstatt unter [www.kukii.de](http://www.kukii.de)