

## › WALLPAPER ART ‹

### Zur Ästhetik seriell gestalteter Oberflächen

*Torsten Hahn*



156

**A**m Samstag, den 2. April 1966, wurde in Leo Castellis New Yorker Galerie eine Ausstellung eröffnet, die als Epoche machendes Ereignis erwartet wurde. Schließlich hatte Andy Warhol zuvor häufig genug in Interviews verkündet, mit dieser Ausstellung seine Karriere in der Malerei zu beenden und sich künftig allein dem Film zuzuwenden. Markierung dieses Endes sollte der Aufstieg der mit Helium gefüllten und zum Wegtreiben bestimmten silbernen Kissen »Silver Clouds« sein. Allerdings waren die »Silver Clouds« anhänglicher als gedacht – was dann nur bedeuten konnte, dass es wohl noch nicht vorbei ist: »I had actually announced I was retiring from art. But then the Silver Space Pillows didn't float away and my career didn't float away, either« (Warhol [1975] 2007: 150).

Außer der Installation »Silver Clouds« wird noch ein Siebdruck auf Papier präsentiert, der die Besucher irritierte, zugleich aber, so meine These, für das, was Pop im Sinne der Ästhetik sein kann und was es zugleich von Pop-Art trennt, einschlägig ist. Ausgestellt wurde eine Tapete, die auf gelbem Grund den Kopf einer Kuh zeigt, in sattem Pink. Der Titel des Werks ist entsprechend schlicht »Cow Wallpaper«. Am Anfang vom Ende der Pop-Art, denn 1967 machen sich bereits Erschöpfungserscheinungen bemerkbar, steht diese an der Schwelle dazu, wieder zu dem zu finden, was Pop auszeichnet: Eine ästhetische Erfahrung, ausgelöst durch Produkte der Konsumkultur, und zwar solchen seriell produzierten Dingen und insbesondere Oberflächen, die keinen Raum für Spekulationen über Aura lassen. Anders formuliert: Statt wie gehabt

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. »Pop. Kultur und Kritik« Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert. »Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

157

**UNTITLED 5 (FROM SERIES PERHAPS FINALLY ALONE)** © Elisa Noguera Lopez  
*www.enl.cc*

auf >Werke< zu setzen, die man, bevor sie gekauft werden und z.B. in Wohnungen wandern, in Galerien ausstellt, öffnet sich Warhols Kunst mit dem Tape-tendruck in Richtung Dekorladen – und aus Pop-Art wird Pop.

Der Begriff >Pop< soll im Folgenden eine Differenz zu >Pop-Art< markieren. Der Zuschnitt auf Kunst im engeren Sinne ist im Diskurs um >pop art<, der im Kontext der englischen Independent Group einsetzt (eingedenk aller Schwierigkeiten, die das Setzen eines Nullpunkts immer begleiten), eine sekundäre oder parasitäre. Die Gruppenmitglieder Alison und Peter Smithson bezeichnen mit dieser Wortkombination >pop art< in ihrem Artikel »But Today We Collect Ads« (1956) explizit nicht das für die Galerie oder den Kunstmarkt produzierte Artefakt, sondern die Verbindung aus massenmedial verbreiteter Werbung und massenproduziertem Konsumartikel (Smithson 1956: 49f.). Der Begriff schien dann schlicht passend für jene Werke, die als >Pop-Art< einschlägig geworden sind und zuvor unter Namen wie »Popular Realism, Neo-Dada, the New Sign Painting, Factualism, and Common Object Art« (Scherman/Dalton 2009: 100) behandelt wurden.

Diese Übernahme ging auf Kosten des primären Bedeutungssegments der Prägung. Gleiches gilt, wenn man, wie es häufig geschieht, die Begriffsschöpfung dem ebenfalls in der Independent Group beheimateten Lawrence Alloway (der diese auch gerne für sich reklamiert hat) zuschreibt. Lawrence bezeichnet mit ›pop art‹ die Allianz aus Madison Avenue und massenmedialer Kommunikation, kurzum den Höhepunkt der Entwicklung einer »form of communication that is common to all urban people« (Alloway [1960] 1990: 168). Auf die Verbindung von ästhetischen Formen und seriell produziertem Konsumartikel zielt auch der hier verwendete Begriff ›Pop‹ (dabei sind allerdings die Massenmedien des 20. Jahrhunderts ohne Bedeutung).

### **TAPETEN ODER »ART ART« - ANDY WARHOL**

Die Tapeten sind einer der bisher zu wenig beachteten Schauplätze, auf denen der Kampf um die Grenze von ›high‹ und ›low‹ tobte und tobt. Als gestaltete Oberflächen, die sie sind, können Tapeten ästhetisch erfahren werden. Dann müssen sie aber auch im Sinne der dieser Erfahrung korrespondierenden Lehre von der Kunst – der Ästhetik – beschreibbar sein.

Was zuvor zwar zum Programm der Pop-Art gehörte, aber letztlich im Kunstanspruch unterging, nämlich Populäres zu produzieren, findet in der Tapete ein geeignetes Medium. Die Gestaltung einer Tapete ist ein erster Schritt aus der selbst verschuldeten Unglaubwürdigkeit, die Tony Scherman und David Dalton auf folgende Formel bringen: »If Warhol were to have truly obliterated the barrier between the refined and the vernacular, he would have sold his paintings in supermarkets, at supermarket prices, not painted supermarket products at Sotheby's prices« (Scherman/Dalton 2009: xiv). Das Dilemma, das aus dem gleichzeitigen Anspruch entsteht, Pop zu sein und Kunst zu produzieren, löst sich auf dem Papier der Tapete auf. Mit der Tapetengestaltung gelang es Warhol noch einmal, den Galeristen wie das Publikum zu überraschen – und mit Castelli ausgerechnet jenen Galeristen, der ihn Anfang der 1960er Jahre immer wieder zugunsten von Roy Lichtenstein abgewiesen hatte:

»As if to confirm his ›retired‹ status as a painter, Andy displayed no paintings [...]. In the gallery's front room hovered helium-filled, pillow-shaped silver balloons. In the back room, the only image was found on the wallpaper itself. All four walls had been overlaid with a single repeating image, a hot pink cow's head on a vaguely mottled, yellow background. The original, a photograph, had been silk-screened by Warhol and Malanga, the final product printed and installed by a professional wallpaperer. Rolls of it were for sale, marking Leo Castelli's debut as a household-décor retailer« (ebd.: 325f.).

So schnell wird man vom Galeristen zum Tapetenhändler. Andererseits ist dies der Moment, in dem aus Pop-Art wieder Pop wird. Papiertapeten passen überdies bestens zu Warhols programmatischen Äußerungen: Objekt und ästhetisches Programm finden hier zusammen. Sie erfüllen vor allen anderen

Produkten die Anforderung dessen, was Warhol 1975 als »Business Art« bezeichnet, d.h. als das, was nach der Kunst kommt (»the step that comes after Art«) und durch die Mitarbeiter der Andy Warhol Enterprises produziert wird. Business Art zeichnet sich – neben ihrer ökonomischen Orientierung – durch ein spezifisches Verhältnis zum Raum aus, den sie in seiner Räumlichkeit betont und dessen Potenzial, bereits Kunst zu sein, sie exponiert, statt ihn als leeren Raum dauerhaft zu füllen und die Aufmerksamkeit von ihm abzuziehen. Kunst, im herkömmlichen Sinne, bezeichnet Warhol entsprechend als »junk«, der Raum verschwende (Warhol [1975] 2007: 92, 136).

»I really believe in empty spaces, although, as an artist, I make a lot of junk. Empty space is never-wasted space. Wasted space is any space that has art in it« (ebd.: 143). Die »echte« Kunst, dieser »Schrott« oder »Plunder«, in Warhols Diktion »Art Art«, kann so erneut von »Business Art« (Pop-Art) abgegrenzt werden: »Business Art is a much better thing to be making than Art Art, because Art Art doesn't support the space it takes up, whereas Business Art does«. Daraus leiten sich direkt Vorlieben für eher ungewöhnliche Skulpturen ab: »My favorite piece of sculpture is a solid wall with a hole in it to frame the space on the other side« (ebd.: 144).

Wenn die Wand nebst Fenster oder Durchreiche bereits eine Skulptur ist, ist es recht naheliegend, Tapeten zu entwerfen. Eine derart in das Interieur und den Alltag oder, mit einem ebenso emphatischen wie diffusen Begriff, »das Leben« entlassene Kunst, die dabei zugleich den Anspruch auf eine Sondersphäre aufgibt, ist eine Herausforderung für den Beobachter, weil die Wände einer Wohnung im Gegensatz zu denen eines Museums der Selektion von Kunst und Nicht-Kunst nicht vorgreifen. Die Wände des Wohnraums sind keine Materialisierung vorgelagerter ästhetischer Entscheidungsprozesse, alle Last der Unterscheidung liegt also beim Betrachter.

Nicht nur das Motiv (eine Kuh), auch das Produktionsverfahren, dem ich mich nun kurz zuwenden möchte, um den Weg des »pop artist« zur Tapetengestaltung nachzuzeichnen und als durchaus folgerichtigen Schritt zu charakterisieren, ist mit Blick auf die gesellschaftlichen Anforderungen an auratische Kunst eine Zumutung. Statt Ausdruck individueller Kreativität zu sein, ist diese ein Produkt arbeitsteiliger Produktion. Siebdrucke ließ Warhol gerne, wie er stets betonte, von seinen Mitarbeitern ausführen, wobei besonders der ebenfalls an der Produktion der Kuh-Tapete beteiligte Gerard Malanga zu nennen ist.

Dieser ist auch alleiniger Autor des Interviews »Andy Warhol on Automation« (um 1964), einem Interview, in dem Malanga Fragen stellt und als Andy Warhol auch gleich selbst beantwortet – der Beitrag des letzteren, also des »echten« Andy Warhol ist nur noch die Zustimmung zum Verfahren. Die darin propagierte Entmenschlichung bzw. Mechanisierung der Kunst ist eine Enttäuschung von Erwartungen an das Kunstwerk, da Kunst gerne als Residuum des »ganzen Menschen« verstanden wird, als, mit einem Wort Niklas Luhmanns,

»gegenstrukturell« zu den Anforderungen funktionaler Differenzierung und – dies lässt sich ergänzen – fordistischer oder gänzlich automatisierter Arbeitswelten. Denn die Kunst setzt aus Sicht des Soziologen »ihren Ehrgeiz darein, nicht technisierbar zu sein« (Luhmann 1997: 368).

Dies hätte der literarische Höhenkamm um 1800 (wie noch zu zeigen sein wird) nicht anders gesehen. Man kann sich fragen, ob dies zutrifft – und ob die Stärke der Luhmann'schen Theorie der Kunst statt in diesen generalisierenden Aussagen nicht eher in der Theorie des Ornaments liegt (Luhmann 2008: 331–335). Mit Blick auf Warhols Kunstverständnis oder Malangas Verständnis von Warhols Kunstverständnis ist erstere Aussage zumindest eine unzulässige Verallgemeinerung; die Theorie des Ornaments und damit des Spiels von Varietät und Redundanz hingegen anschlussfähig. Im »Interview« von 1964 wird für den Siebdruck ein Weg vorgezeichnet, der menschliche Spuren so weit wie möglich entfernt:

»Q. Close tolerance »silk screening« involves highly skilled technicians. What would happen, let's say, if you had the chance to acquire taped programmed machines with digital signals to guide the intricate silk-screen printing which is ordinarily done by me?

A. Everything would be done with more efficiency« (Malanga [1964] 2004: 60f.).

Automation und Prozesssteuerung sind Themen, die auch das Werk bestimmen, was sich besonders in der »Do-It-Yourself«-Serie von 1962 zeigt. Nach dem Vorbild von Gratis-Vorlagen der Buntstift-Firma Venus Paradise (Bürgi/Zimmer 2010: 72f.) produziert Warhol »Malen-nach-Zahlen«-Bilder, die bis auf eine Ausnahme jeweils nur teilweise ausgemalt sind. Was Warhol selbst im Gespräch mit David Bourdon auf Langeweile beim Ausmalen zurückführt, schließlich habe er ja gewusst, wie die Bilder im fertigen Zustand aussehen würden (Warhol/Bourdon [1962f.] 2004: 8), ist ein Spiel mit der Inklusion des Betrachters in das Werk, d.h. eine Form artistischer Rekrutierung in den Produktionsprozess. Nur wird dessen Einbildungskraft geführt, sodass die Bilder im Sinne Bruno Latours eine direkte und unverstellte Übermittlung von Skripten darstellen. Das unfertige Kunstwerk legt dessen arbeitsteilige Genese, die automatisierte Prozesse beinhaltet, frei.

In das einzig vollständig kolorierte Bild der Serie (»Seascape«) fügt Warhol nach dem Auftragen der Farbe Letraset-Zahlen ein, die die Schritte der Produktion sowie das Moment der Vorsteuerung nachträglich wieder zum eigentlichen Bildthema machen. Auch vor der Auslagerung von Arbeitsschritten sowie der Rekrutierung von unfreiwilligen Mitarbeitern schreckte Warhol nicht zurück: Dem Galeristen Irving Blum (der immerhin, als Warhols Erfolgsgeschichte begann, die Drucke von Campbell-Suppendosen in der Ferus-Galerie so arrangiert hatte, dass eine Anspielung auf Supermarkt-Arrangements entstand, indessen Warhol die Anordnung vorher nicht gekümmert hatte [Scherman/Dalton 2009: 119]) wurden genaue Anweisungen erteilt, wo

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. »Pop. Kultur und Kritik« Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert. »Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

161

**UNTITLED 2 (FROM THE SERIES: PERHAPS FINALLY ALONE)** © Elisa Noguera Lopez  
*www.enl.cc*

die Leinwandrollen der Elvis-Drucke zu zerschneiden und wie sie dann aufzuspannen seien. Rahmen hatte Warhol freundlicherweise mitgeschickt.

Blum zeigte sich verständlicherweise in späteren Kommentaren einigermaßen empört, weil es keineswegs darum gegangen sei, ihn in den ästhetischen Prozess zu involvieren, sondern Warhol es wohl einfach als unzumutbar empfunden habe, die Drucke selbst zuzuschneiden. Es sei nicht um seine Entscheidung gegangen, sondern nur darum, dass er Anweisungen ausführe (Scherman/Dalton 2009: 174f.). Man kann diese kalkulierte Aktion als weitere Betonung einer arbeitsteiligen, oder, wenn man so will, fordristischen Produktionslogik verstehen, mit der Warhol die immer vorhandenen Unfreiheiten und damit die sonst eskamotierte Arbeit in der Kunstproduktion ausstellt. Zugleich aber ist es der Siegeszug der von den Akteuren des ästhetischen Feldes perhorreszierten

Mechanisierung, mit einigen komödiantischen Wendungen (Neuner 2010: 47–61): Gegen den menschlichen (Rest-)Faktor in den Siebdrucken setzt Warhol Schablonen und industriell gefertigte Siebe, auf die auch Unregelmäßigkeiten in der Reproduktion zurückführbar sind (statt auf ein gerade in der Abweichung seine Kreativität unter Beweis stellendes Subjekt).

Im Fall des Fotosiebdrucks wird mit der gezeichneten Vorlage noch ein weiteres »authentisches« Element aus dem Produktionsprozess getilgt. Diese Arbeitsweise und Steuerung bzw. die Delegation an Spezialisten entspricht weniger der Renaissance-Werkstatt, die immer dann bemüht wird, wenn es darum geht, die Factory ebenso feinsinnig wie kunstgeschichtlich kennerhaft zu charakterisieren, sondern mehr einer Tapetenmanufaktur.

Die Arbeit »Cow Wallpaper« ist darum keine Randerscheinung, sondern ebenso notwendige Folge wie Höhepunkt der Produktion: Hier ist auch das Medium – die Tapete bzw. das Papier – alltäglich. Jeder Verdacht, es mit einem singulären Kunstwerk zu tun zu haben, wird durch das Prinzip der Tapete gleich unterlaufen. Deshalb war es durchaus sinnvoll, in einer Ausstellung, die als die letzte des erfolgreichen Künstlers Warhol angekündigt wurde, eine Tapete zu präsentieren. Mit der Fertigung papiernen Wandschmucks in Rollen stellt sich zugleich die Frage, ob das Prinzip noch weiter steigerbar bzw. noch überbietbar ist. Zumindest ist es an der Zeit, nachzuvollziehen, wie sich die Gestaltung von Tapeten in der Pop-Art etabliert. Die Tapete ist eine wichtige Landmarke auf dem Weg aus der Kunst-Kunst. Aus Pop-Art im engeren Sinne wird mit der Tapete Pop.

162

### **ÜBER DIE GRENZE VON MUSEUM UND WOHNZIMMER**

Mit der Tapete »Right-Hand-Lady« fügte Allen Jones auf der documenta 5 (1972) – nachdem er sich zuvor schon mit »Hatstand, Chair und Table« (1969) seine eigenen Gedanken zu modernem funktionalen Design gemacht hatte – einen Entwurf für eine Wanddekoration im Rahmen der Xartwalls-Serie, d.h. ein Multiple, hinzu. Diese Ausstellung von Künstlertapeten (neben Jones' Multiple wurden Arbeiten von Getulio Alviani, Otmar Alt, Werner Berges, Niki de Saint Phalle, Peter Phillips, Jean Tinguely und Paul Wunderlich gezeigt) findet sich nicht im Katalog der Ausstellung; im Archiv der documenta berichtet aber zumindest noch ein Ausriss aus der »Österreichischen Textil Zeitung« vom 20. Juli 1972 von dieser Tapetenschau. Produziert wurden die Tapeten in zwei unterschiedlichen Rollenbreiten in Marburg; es handelt sich also um Grafiken für die tatsächliche Produktion (und Wandverzierung).

Dass die documenta 5 »Befragung der Realität – Bildwelten heute«, die sich die Entmusealisierung der Kunst auf die Fahnen geschrieben hatte, Tapeten zeigte, ist alles andere als ein Zufall. Denn sie sind wie geschaffen dafür, Kunst bzw. gestaltete Oberflächen aus dem Museum in den Wohnraum zu führen: Sie neutralisieren die Grenze zwischen ästhetischen Bildwelten, die als

Kunst gelten, und solchen Formen, die gebrauchsbestimmt oder Dekor sind. Dies überbrückt die Kluft von Kunst und Alltag bzw. Leben.

Ironie der Geschichte: Hatten die Avantgarden genau das mit ihren Performances, Manifesten und inszenierten Skandalen sowie ihren dekontextualisierten Dingen versucht, ist nun die Tapete an der Reihe – und hat größere Erfolgsaussichten, wie Harry Walter ausführte: »Dass die Tapeten genauso wichtig zu nehmen sind wie die vor den Tapeten verhandelten Sachen, ist das zentrale Thema der Gegenwartskunst. Man braucht für Tapete nur den Begriff Kontext einzusetzen, um sich hier zu orientieren. Eine prosperierende Gesellschaft, die sich zunehmend mit dem Problem ihrer inneren Leere auseinanderzusetzen hat, kann auf Ornamente nicht verzichten. Die Frage ist nur, ob diese Ornamente noch wie Ornamente aussehen oder so universell geworden sind, daß sie als solche gar nicht mehr erkannt werden.« (Walter 2001: 88) Zeitgemäße Ornamente seien u.a. die »seriellen Warenpräsentationen der Supermärkte« (ebd.: 89). Was in Galerien mit ausgestellten Produkten der Konsumkultur begann, ist, folgt man dieser Beobachtung, nun endgültig Teil des Alltags. Umgekehrt ist dieser potenziell Kunst.

Mit der Gestaltung von Gebrauchsdingen wie einer Tapete trifft sich die Pop-Art mit dem revolutionären Anspruch des Designs der 50er, 60er und 70er Jahre, der mit den Namen George Nelson, Isamu Noguchi sowie Charles und Ray Eames (und damit auch mit dem Möbelfabrikanten Herman Miller) verbunden ist. Diese hatten die Grenze von Inneneinrichtung und Kunst und damit zugleich auch die Differenz von Kunst- und Wohnwelt bereits erfolgreich infrage gestellt – das Scheitern ist allerhöchstens eines an der Semantik des Kunstbegriffs und seiner Aufladungen. Die leitende Idee war auch hier, dass es keiner Kunst mehr bedarf, wenn Möbel und Wandgestaltung es schon sind. Zugleich neigen diese Möbel dazu, trotz ihrer Dinghaftigkeit, d.h. Dreidimensionalität, je nach Perspektive zweidimensional und d.h. wie Drucke zu wirken. Man denke z.B. an die von Charles und Ray Eames gestalteten Tische, insbesondere das Modell EDU (Schwartz-Clauss 2012: 180-203). Ebenfalls im Sinne des Kreuzens der Grenze von Design und Kunst hatte Alexander Girard das Themenrestaurant »La Fonda del Sol« gestaltet, wobei Girard auch für seine Tapetengestaltung und die Verwendung populärer Muster bekannt ist.

Auch das geschieht nicht ohne Vorgänger – eine Erwähnung (bei der ich es wegen der besonderen Wertschätzung des Handdrucks, der die Arts and Crafts-Bewegung auszeichnet, an dieser Stelle auch belassen möchte) von William Morris' Tapetenentwürfen drängt sich geradezu auf. Dennoch stellt sich nach wie vor die Frage, warum die für die Inneneinrichtung entworfene Tapete – also eine, die nie für eine Ausstellung in Kassel bestimmt war – eben zunächst einmal nicht als Kunst, sondern als Dekor gilt und ästhetisch ausgeklammert wird.

Die Antwort liegt erstens in der Etablierung der strikten Unterscheidung von Kunst und angewandter Kunst und zweitens im Siegeszug der Gehaltsästhetik

des frühen 19. Jahrhunderts. Mit diesem Ausschluss erzeugen beide umgekehrt die ästhetische Welt des Pop (zumindest im visuellen Register), nämlich der Dinge, die aufgrund ihrer Produktionsweise, ihrer Verortung im Raum (z.B. durch Klebstoff direkt mit der Wand verbunden, statt wenigstens an dieser zu hängen), ihrer gewöhnlich zerstreuten Rezeption usw. als der ernsthaften Aufmerksamkeit des Ästhetikers nicht würdig scheinen. Es fehlt ihnen etwas, das Kunstwerke auszeichnet, sei dies in ihrer Entstehung eine Widerständigkeit gegen die Arbeitswelt der Gegenwart oder eben ein Gehalt, der eine Beschäftigung mit den Dingen legitimiert.

Das gegenwärtige Gerede vom Gehalt ist sicherlich nur eine banalisierte Form der Gehaltsästhetik, hatte doch selbst Hegel – um den prominentesten Vertreter dieser Form von Ästhetik zu nennen – mit seiner These vom Ende der Kunst den Raum für ein freies Formspiel eröffnet (wohl kaum auf Tapeten, aber immerhin). Dennoch ist auch nach dem Ende der Philosophie des Geistes das Geraune um den Gehalt des Werks in seiner trivialisierten Form das eigentliche Hindernis in der Beobachtung von seriell gestalteten Oberflächen sowie der Beurteilung ihrer Kunstförmigkeit.

Mit anderen Worten: Den Produkten der angewandten Kunst scheint es aufgrund der mechanisierten bzw. automatisierten und vor allem seriellen Produktion an Aura im Sinne Benjamins zu mangeln, was die Herausgeber der Münchner Goethe-Ausgabe auch dazu verführt hat, im Goethe'schen Text »Kunst und Handwerk« (1797) eine Vorwegnahme von Walter Benjamins »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« (1936) zu sehen (Klaus H. Kiefer et al. 1986: 1005). Man muss, scheint es, in die Zeit »um 1800« zurückgehen, um das Rätsel der Tapete zu lösen und etwas über die Produktion des Phänomens Pop zu erfahren.

### **MECHANISCHER ZIERRAT: GOETHE, KANT UND SCHILLER**

In Goethes »Kunst und Handwerk« wird ein Szenario der Bedrohung entworfen: Die Zukunft der Kunst selbst steht auf dem Spiel, bedroht wird sie von den mechanisch produzierten Dingen der Massenkultur. Es ist ein merkwürdiger Text, der trotz seiner vermeintlichen Sicherheit in der Unterscheidung von Kunst und Handwerk einigermaßen verunsichert wirkt. Kunst entsteht, so Goethe, durch den Künstler; die entsprechende Formulierung selbst ist eigen-tümlich: »Wir sind überhaupt an allem reicher was sich erben läßt, also an allen Handwerksvortheilen, an der ganzen Masse des Mechanischen, aber das was angeboren werden muß, das unmittheilbare Talent, wodurch der Künstler sich auszeichnet, scheint in unsern Zeiten seltner zu sein« (Goethe [1797] 1896: 56).

Bemerkenswert scheint mir die Formulierung, weil ihr Sinn einerseits klar ist – Talent ist kein Teil der Ausbildung, oder, wie man mit Blick auf »Wilhelm Meisters

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. »Pop. Kultur und Kritik« Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert. »Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

165

**UNTITLED 7 (FROM THE SERIES: PERHAPS FINALLY ALONE)** © Elisa Noguera Lopez  
*www.enl.cc*

Lehrjahre« sagen muss, der Bildung. Dann aber ist die Frage, wie sich Talent durch das Kunstwerk dem Betrachter mitteilt, wenn es eben nicht kommunizierbar ist. Jahre nach der Hochzeit der Genieästhetik und Lavaters »Was ist Genie?«, einem Text, der eben die Nicht-Mittelbarkeit des Genies hervorhebt (Lavater [1778] 1969: 80), greift Goethe hier noch einmal auf deren Grundüberzeugungen zurück – und reaktiviert damit auch ihre Paradoxa.

Wenn es nun schon schwierig ist, die Essenz des Kunstwerks dem Betrachter mitzuteilen – dieser kann echte von angewandter Kunst primär, so Goethes Argumentation, nur dadurch unterscheiden, dass das Interessante des echten Kunstwerks sich nicht verbraucht und Veränderungen aller Art sich verbieten, es also exklusiv ist und den Betrachter eben nicht zur Mitarbeit einlädt –, so lagert der Künstler doch einen Gehalt, nämlich das ihm ureigentümliche Talent,

in die Materie ein. Mit diesem Gehalt ist zugleich die Unterscheidung von Oberfläche und Tiefe gesetzt, letztere ist dem echten Kunstwerk vorbehalten und Kriterium der Differenz: »Eine Materie erhält durch die Arbeit eines echten Künstlers einen innerlichen, ewig bleibenden Werth, anstatt daß die Form, welche durch einen mechanischen Arbeiter selbst dem kostbarsten Metall gegeben wird, immer in sich bei der besten Arbeit etwas Unbedeutendes und Gleichgültiges hat, das nur so lang erfreuen kann, als es neu ist, und hierinnen scheint mir der eigentliche Unterschied des Luxus und des Genusses eines großen Reichthums zu bestehen« (Goethe [1797] 1896: 56f.).

Das dieser echten Kunst entgegengesetzte Luxusprodukt, das nur ein Formspiel auf einer Oberfläche bietet, der keine Tiefe zugeordnet ist, und sich verbraucht, entsteht in Fabriken – und damit nimmt der Text eine volkswirtschaftliche Wendung, die aber gegen die zeitgleich geführte Diskussion des Phänomens ›Luxus‹ aus Sicht der politischen Ökonomie, wie sie sich im »Journal des Luxus und der Moden« findet, klar abfällt.

»[D]as einzige Gegenmittel gegen den Luxus, wenn er balancirt werden könnte und sollte«, so Goethe, sei »die wahre Kunst und das wahr erregte Kunstgefühl«, dagegen bereite »der hochgetriebene Mechanismus, das verfeinerte Handwerk und Fabrikenwesen der Kunst ihren völligen Untergang [...]. So tragen die Engländer mit ihrer modern-antiquen Topf- und Pasten-Waare, mit ihrer schwarz-, roth- und bunten Kunst ein ungeheures Geld aus allen Ländern und wenn man es recht besiehet, hat man meist nicht mehr Befriedigung davon, als von einem andern unschuldigen Porcellain-Gefäße, einer artigen Papiertapete oder ein paar besonderen Schnallen« (ebd.: 58f.).

166

Zugleich hätten »[k]luge Fabrikanten und Entrepreneurs [...] die Künstler in ihren Sold genommen und durch geschickte mechanische Nachbildungen die eher befriedigten als unterrichteten Liebhaber in Contribution gesetzt [...]« (ebd.). Wenn es um den Verfall der Kunst geht, dürfen, so scheint es, die Tapete und die Mechanisierung der Produktion der Fabrik nicht fehlen. Nun sind all diese Gegenstände Teil der Konsumkultur; die Papiertapete sticht aber dennoch hervor, weil sie ein großformatiges Bildmedium ist, das die Malerei herausfordert.

Merkwürdigerweise ist der Ort der Tapete in den verschiedenen Formen des Wissens – u.a. Kunst, Technologie und politischer Ökonomie – nach wie vor zu rekonstruieren. Vielleicht ist sie uns als Oberfläche einfach zu vertraut, um irritieren zu können, was die Voraussetzung für einen solchen Versuch der Verortung ist. Sichtbar wird dieser Mangel u.a. in Form einer Lücke – wurde doch ausgerechnet der Artikel »Tapete«, den Denis Diderot und Jean-Baptiste le Rond d'Alembert für die »Encyclopédie«, die das gesamte Wissen der Zeit sammeln und vernünftig anordnen sollte, angefragt hatten, letztlich nicht veröffentlicht. Publiziert wurde hingegen der Artikel »Domino«, dessen Autor Jean-Baptiste Michel Papillon, ein Tapetenfabrikant, eben auch den Beitrag zum Thema ›Tapete‹ verfasst hatte.

Dominos oder Dominotierpapiere bzw. Buntpapiere sind einer der Vorläufer der europäischen Tapetenproduktion. Diese wurden von sog. »Dominotiers« angeboten, allerdings als Einzelblätter, die sich zwar aneinanderlegen ließen, deren Muster aber keinen Rapport aufweisen (Leiß 1970a: 217). Es fehlt damit die durch serielle Wiederholung produzierte Mustereinheit. Hergestellt wurden diese durch ein Druckverfahren, das auf Schablonen (sog. Patronen) beruhte. Zunächst wurden z.B. Hutschachteln und Schubladen mit diesen Bögen ausgeschlagen, dann einzelne Teile der Wand dekoriert. Es ist diese Tradition des Bedruckens von Buntpapier, die zunächst verschwinden muss, damit sich die Tapete verbreiten und durchsetzen kann. Daher ist es kaum verwunderlich, dass der Artikel »Domino« des Tapetenfabrikanten Papillon in weiten Teilen eine Verunglimpfung des Buntpapiers darstellt.

Erst der Druck solcher Muster »auf zusammengeleimte Blätter in Rollen« (ebd.: 217), also seine Reproduktion auf der Fläche, erzeugt den für die Rollenware Tapete typischen »Rapport«-Effekt (Thümmler 2000: 12). Beim Druck kamen, wie bei Warhol, verschiedene Formen und Stempel zum Einsatz. Als Goethe seinen Aufsatz schreibt, hatte sich gerade der erste Tapetenhersteller in Deutschland etabliert. Johann Christian Arnold eröffnete seine Tapetendruckerei 1789 in Kassel (!), was die Möglichkeit bedeutete, sich von französischen und vor allem englischen Importen unabhängig zu machen. Arnolds Mustersatz war schon beträchtlich; insgesamt haben wir wohl davon auszugehen, dass in den kleineren Betrieben Deutschlands »Streublumen, Bouquets, Streifen mit Streublumen, einfachen Bordüren und kleinen figürlichen Motiven im Rapport« den Formvorrat ausmachten (Leiß 1970b: 270).

Diese Form der Manufaktur und des Designs zog schnell einen »polizeylichen« (im Sinne des 18. Jahrhunderts) bzw. volkswirtschaftlichen Blick auf sich, der an der Unterscheidung von Kunst und Handwerk mitarbeitete – allerdings selbstbewusst vonseiten des Handwerks auf Entkopplung drängte. So fragt das »Journal des Luxus und der Moden«, das seine Leser regelmäßig nicht nur mit dem neuesten modischen Faltenwurf, sondern auch mit den aktuellen Tapetenmustern bekannt machte, wie die inländischen Arbeiter, und dies meint auch und besonders die in der »Tapeten-Fabrikation« beschäftigten, zweckmäßig staatlicherseits zu unterstützen seien. Der Herausgeber des Journals Friedrich Justin Bertuch empfiehlt 1793 eine Entkopplung des Kunsthandwerks, in diesem Fall des Entwurfs von Formen, von den Kunstakademien: »Vielleicht sind akademische Künstler von großem Werthe in der Stadt; allein diese helfen zu unserm Zwecke nicht. Sie bilden vielleicht zwar wieder gute Historien- Landschafts- oder Portrait-Mahler; aber gewiß selten einen guten Handwerker oder Manufacturisten, indem dies eine ganz andere Sache ist« (Bertuch 1793: 455).

In einem 1808 erschienenen Artikel mit dem Titel »Elementar=Zeichenwerk zum Gebrauch der Kunst- und Gewerk=Schulen der preußischen Staaten« wird die Ausdifferenzierung von akademischer Kunst und angewandter Kunst weiter

vorangetrieben: Anzeigt wird ein »Elementar-Zeichenwerk«, das »gestochene Vorbilder«, mit anderen Worten also »Musterkarten« enthält, die z.B. »Vorbilder von Pflanzen, Laub und verzierten Leisten« (Anonymus 1808: 284) zeigen. Diese können dann technisch reproduziert werden.

Die Frage ist nun, ob diese Oberflächen dennoch für die Ästhetik im Sinne der Philosophie der Kunst taugen. Im Zeichen der Gehaltsästhetik bleibt das Medium Tapete durch seine Betonung von Oberfläche und Gestaltung auf der Strecke, nicht aber im Fall einer Ästhetik, die auf Form setzt – wie Immanuel Kants Philosophie der Kunst, welche die »Kritik der Urteilskraft« (1790) bietet. Diese ist, was nur auf den ersten Blick verwundert, offen für die Schönheit der Gestaltung (und damit des Designs) und erlaubt ästhetisches Urteilen auch da, wo es erst ab den 1960er Jahren wieder offiziell gefragt und erlaubt war: Tapeziert auf Wände, die den Rahmen für Abendgesellschaften abgeben. Im Zusammenspiel der Gäste, besonders ihrer Kleidung und der Dinge und vor dem Hintergrund des profanen Bildmediums Tapete wird, so Kant, ein ästhetischer Effekt erzeugt.

Verlängern wir dies in die 1960er Jahre, dann hatte z.B. ein Abend im »Fondal del Sol« das Potenzial, ein ephemeres Kunstwerk zu sein, zumindest im Blick des für den Moment am Geschehen nicht beteiligten Beobachters. Dies kann, muss sich aber nicht einstellen: Nicht alle Luxusgegenstände eignen sich gleich, nicht jede Perspektive regt die Urteilskraft an, nicht jeder Anzug passt dem Träger wirklich, was dann das Formspiel stört. Der Geschmack sollte schon stimmen. Wenn es sich fügt, d.h. sich ein überraschendes Passen ergibt, realisiert sich eine ästhetische Erfahrung, die Gegenwart und Form betont: eben Pop. In diesem Sinne führt der Königsberger Philosoph zum Thema Tapeten in der »Kritik der Urteilskraft« aus:

»Zu der Malerei im weiten Sinne würde ich noch die Verzierung der Zimmer durch Tapeten, Aufsätze und alles schöne Ameublement, welches bloß zur Ansicht dient, zählen; imgleichen die Kunst der Kleidung nach Geschmack (Ringe, Dosen, usw.). Denn ein Parterre von allerlei Blumen, ein Zimmer mit allerlei Zieraten (selbst den Putz der Damen darunter begriffen), machen an einem Prachtfeste eine Art von Gemälde aus, welches, so wie die eigentlich sogenannten (die nicht etwa Geschichte, oder Naturkenntnis zu lehren die Absicht haben), bloß zum Ansehen da ist, um die Einbildungskraft im freien Spiele mit Ideen zu unterhalten, und ohne bestimmten Zweck die ästhetische Urteilskraft zu beschäftigen«. Und weiter heißt es zur Frage der Produktion dieser Dinge: »Das Machwerk an allem diesen Schmucke mag immer, mechanisch, sehr unterschieden sein, und ganz verschiedene Künstler erfordern; das Geschmacksurteil ist doch über das, was in dieser Kunst schön ist, sofern auf einerlei Art bestimmt: nämlich nur die Formen (ohne Rücksicht auf einen Zweck) so, wie sie sich dem Auge darbieten, einzeln oder in ihrer Zusammensetzung, nach der Wirkung die sie auf die Einbildungskraft tun, zu beurteilen« (Kant [1790] 1994: 261f.).

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. »Pop. Kultur und Kritik« Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert. »Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

169

**UNTITLED 1 (FROM THE SERIES: PERHAPS FINALLY ALONE)** © Elisa Noguera Lopez  
*www.enl.cc*

Die Einbildungskraft schert sich primär also nicht um den Künstler, sein Talent und die Art und Weise, wie ein Ding hergestellt wurde. Dies führt u.a. dazu, dass Kant am 24. März 1797 Post von Johann Böninger und Johann Langer bekam, den Gründern des Duisburger »Mechanographischen Instituts« – einem Institut für technische Reproduktion also, das Figurentapeten produzierte. Diese übersenden ihm »eine Probe unseres Versuchs einer mechanischen Vervielfältigung von Malereien«. Auftrag der technischen Reproduktionen sollte die Beförderung der »wahre[n], Auge und Geist zugleich befriedigenden Schönheit in den inneren Verzierungen der Wohnungen« (Böninger/Langer [1797] 1922: 194) sein.

Für die Öffnung der Ästhetik auf das Formenspiel von Tapeten ist aber nicht nur die Indifferenz gegenüber der Unterscheidung mechanisch/nicht-mechanisch entscheidend. Strikt ausgeschlossen aus diesem Feld wird von Kant zudem jegliche Form der beherrschenden Tapetenbetrachtung. Dies erklärt sich aus

der Anlage der Lehre vom Schönen von selbst, wird aber noch einmal eigens hervorgehoben. Heute mag dieser Ausschluss angesichts des Gegenstandes ›Tapete‹ ein wenig verschroben anmuten, mit Blick auf den weiteren Kontext bzw. die um das Objekt Papiertapete wuchernden Diskurse ist es das aber keineswegs. Davon überzeugt z.B. ein im »Magazin für die bürgerliche Baukunst« erschie- nener Artikel von 1790: »Ein Zimmer ihres Pallastes hat die Dame der Natur- geschichte gewidmet; auf den Tapeten der Wände sind alle Pflanzen nach dem Linneischen System gemalet; sie sind numerirt, damit man sie in dem System dieses berühmten Naturkündigers nachschlagen kann, und in einer so artigen Perspektive geordnet, so daß einem vorkömmt, als wenn man einen gut einge- richteten botanischen Garten vor sich hätte. [...] Wo freye Luft ist, an dem Ge- wölbe und der Decke, sind Vögel abgemalet und ebenfalls nach einem System numerirt« (Anonymus 1790: 251).

Aber zurück zum Prachtfest: Dieses ist ein Ensemble aus verschiedenen Din- gen und Materialien (Papier, Stoff usw.). In der interesselosen Zusammenschau wird aus Wohnen und Leben Kunst. Es muss aber nicht immer Pop als Gesamt- kunstwerk sein, auch das solitäre Betrachten von Tapeten zeitigt solche Effekte. Denn auf diesen treibt die freie Schönheit ihr Spiel: »Viele Vögel (der Papagei, der Kolibri, der Paradiesvogel), eine Menge Schaltiere des Meeres sind für sich Schönheiten, die gar keinem nach Begriffen in Ansehung seines Zwecks be- stimmten Gegenstände zukommen, sondern frei und für sich gefallen. So bedeuten die Zeichnungen à la grecque, das Laubwerk zu Einfassungen, oder auf Pa- piertapeten u.s.w. für sich nichts: sie stellen nichts vor, kein Objekt unter einem bestimmten Begriffe, und sind freie Schönheiten« (Kant [1790] 1994: 146).

170

Die Einbildungskraft unterscheidet Medien nicht nach ihrer Würdigkeit, sondern wird von solchen aktiviert, die Formspiel bieten. Die Art der Produk- tion, nämlich die Arbeitsteiligkeit und die Serialität, der durch Schablonen vorgesteuerte Druck sowie das Material sind hier für die Unterscheidung Schönheit/Nicht-Schönheit irrelevant. Was zählt, ist das Interesse an der Form und ihr Spiel. Es geht nicht darum, dass eine Tapete eine Tapete und damit eine alltägliche Oberfläche ist, sondern um die Einstellung des Beobachters bzw. die Aktivierung des Spiels der Einbildungskraft. Und zugleich geht es, bleibt man bei dem Prachtfest, um eine potenzielle Öffnung für die Gegenwart, was im Kontext der Pop-Diskussion insbesondere interessant ist.

Es wäre m.E. vielversprechend, dies in das 19. Jahrhundert zu verlängern und so die Geschichte der Diskussion um Pop bzw. die Möglichkeit von Pop als Kunst auf Grundlage dieser Bestimmung zu untersuchen. Dann würde, so mein Verdacht, Baudelaires »À une passante« (1860) und der Effekt, den das Schwingen des Saums eines Kleides zeitigt, ebenso wie der Constantin Guys gewidmete Essay »Der Maler des modernen Lebens« (1863) und die darin enthaltene Aufwertung der Modezeichnung im Verbund mit der Be- stimmung von Modernität als eine Vermittlung der pop-ästhetischen Inhalte

von Kants »Kritik der Urteilskraft« mit der Gegenwart (selbstverständlich jenseits eines direkten Einflusses) aufscheinen.

Die Wohnung und die Gegenstände des – in der Sprache der Zeit – »Luxus«, d.h. des Konsums, werden zum Ort eines angeregten Spiels der Einbildungskraft – mit dem Vorteil immer neuer Formen und Anordnungen: Pop-Effekte um 1800 (um bei der Form des Angenehmen zu bleiben). Auch hier zeigt sich das späte 18. Jahrhundert als fruchtbare Zeit nicht nur einer Diskussion des Populären, wie sie etwa Schiller und Bürger im Streit Autor-Rezensent verbindet, sondern auch der Dinge, die im 20. Jahrhundert die Entmusealisierung der Kunst einleiten sollen: Tapeten mit Vögeln oder mit Kühen. Das Motiv und die Farbwahl sind eher sekundär, das Formspiel entscheidet.

Die Frage, die sich dann noch stellt, ist, mit einem Wort Vilém Flussers, die nach der Oberflächencodierung, Kant scheint von floralen Motiven bzw. solchen aus der Tierwelt auszugehen – und diese sind in der Tat im 18. Jahrhundert weit verbreitet. Zugleich aber drängen neue abstrakte, rein ornamentale bzw. arabeske Muster nach vorne. Diese sind bereits erfolgreich, werden aber noch kritisch beäugt. Auch hier macht sich schnell Kulturkritik breit. Es drohe nämlich »auch dem papiernen und baumwollenen Tapetenreiche eine Revolution«, wie es in einem Artikel im »Journal des Luxus und der Moden« aus dem Jahr 1801 heißt. Diese Revolution ist die Ablösung figürlicher Darstellungen durch »vergoldete[n] Krikelkrakel«, der sich erstens durch »schnelle Hinfälligkeit« auszeichne, also modisch ist, zweitens »das Auge bald ermüde, und Ueberdruß erzeuge« (Anonymus 1801: 168). Tatsächlich passen gerade diese Arabesken und verspielten Linien besser zu den Vorgaben der Ästhetik der reinen Form, weil durch sie jeder primär didaktische Gebrauch, der sich als Kunstkritik oder -theorie nicht wieder direkt auf die Form oder die Formlehre bezieht und dafür Beispiele sucht, erschwert wird.

Sobald der Schritt zur Linie gemacht ist, wird deutlich, dass der Ausschluss des Mediums Tapete aus dem Reich der Medien der Kunst dem Produktionsprozess sowie ihrer nicht-musealen Verbreitung geschuldet ist. Ansonsten hätte dieses Medium in den Blick rücken müssen, vor allem wenn Friedrich Schiller Christian Gottfried Körner das auf William Hogarths »The Analysis of Beauty« (1753) zurückgehende Konzept der Schönheitslinie in einem Brief erläutert, der Teil von »Kallias, oder über die Schönheit« (1793) geworden ist. Schillers Erläuterung, warum die abrupt und spitzwinklig ihre Richtung ändernde Linie nicht schön, die wellige (wie ein auf der Seite liegendes, leicht aufgezogenes »S« geformte) hingegen schön sei, wenn seine »Feder besser wäre« (Schiller [1793] 1992: 315), führt genau jene Form von Schönheit vor (in diesem Fall abzüglich des durch Mechanisierung möglichen Gewinns an Präzision), die es Kant erlaubt hatte, die Grenze von Kunsthandwerk (Design) und Kunst zu vernachlässigen.

Schiller verliert im Gegensatz zu Kant kein Wort darüber, wo gerade solche Formen zu finden sind. Dies ändert sich, wenn man eine Ebene tiefer schaut, nämlich

auf die Schiller'schen Briefe vor ihrer Sortierung und Reinigung zwecks des Entwurfs einer Ästhetik in Briefform. In diesen zeigt sich der Klassiker als Tapeten-, Form- und experimentierfreudiger Farbenthusiast und zugleich wenig verlegen, wenn es darum geht, Gefallen in Sachen Tapetenbeschaffung zu erbiten. So wird Goethe im Zuge einer Lieferung von Epigrammen zum Mittler zwischen dem Tapetenbegeisterten und der Fabrik; dabei wirken die Epigramme ein wenig nebensächlich, mehr wie ein Vorwand. Am 22. Januar 1796 schreibt Schiller in diesem Sinne an Goethe: »Hier eine kleine Lieferung von Epigrammen. Was Ihnen darunter nicht gefällt, lassen Sie nur gar nicht abschreiben. [...] Darf ich Sie mit einem kleinen Auftrage belästigen? Ich wünschte 63 Ellen Tapeten von schöner grüner Farbe und 62 Ellen Einfassung, welche ich ganz Ihrem Geschmack und Ihrer Farbentheorie überlasse« (Schiller [1796] 1969: 170f.). Gleiches ereignet sich bei einer Lieferung von »Xenien« 1796 (ebd.: 171f.). Immerhin wird dem Farbentheoretiker noch die Auswahl überlassen, Körner hingegen um weitere Delegation gebeten. Es scheint, als hielte Schiller den Adressaten der »Kallias-Briefe« für nicht ganz geschmackssicher. Zumindest schreibt er am 8. Januar 1798 an Körner: »Ich höre, daß man in Dresden Borduren zu Zimmern [...] haben kann. Willst Du so gut seyn und mir eine Bordure zu einem blauen Zimmer von den Frauen aussuchen lassen und mir einige Muster davon senden, und mich zugleich wissen lassen, ob man sie nur Stück- oder auch Ellenweise kaufen kann« (Schiller [1798] 1977: 184). Die Rede von Stück und Elle zeigt hier noch einmal an, dass wir uns auf der Grenze zur Fabrikation von Rollen befinden. Und kurz darauf, am 12. Februar 1798, folgt auf eine knappe ästhetische Kritik an Goethes »Braut von Corinth« ein erneuter Auftrag: »Sey so gut und nimm mir von Nro A neunzig Ellen und von Nro B vierzig Ellen. Letzteres ist recht hübsch zu einer gelben Tapete [...]« (ebd.: 204).

Ist es hier Gelb, das das Interesse Schillers erregt, wurde Cotta in einem Brief vom 10. Mai 1797, der noch einmal das im Privatbrief unproblematische Nebeneinander von Kunsttheorie und Tapeten demonstriert, um eine farblich ausgefallene Besorgung gebeten: »Haben Sie noch die Güte mir Aristoteles Dichtkunst von Curtius übersetzt [...] mitzubringen? Auch bitte ich, wenn es Sie nicht beschwert, mir Zwey Stücke Tapeten von beiliegendem Muster und 96 Ellen Borduren worin Lilla die vorstechende Farbe ist, aus der Braunschweiger Fabrik [...] mitzubringen« (Schiller [1779] 1977: 77).

Unterhalb des Ästhetik-Diskurses mit Anspruch auf Wahrheit und Veröffentlichung zur Belehrung eines größeren Publikums wuchert ein Tapeten-Diskurs, der immer noch darauf wartet, im Sinne der Ästhetik angemessen – oder sei es nur: häufiger – beachtet zu werden. ◆

## L I T E R A T U R

- ALLOWAY, LAWRENCE** (1990): Notes on Abstract Art and the Mass Media [1960], in: David Robbins (Hg.): The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty, Cambridge (MA)/London, S. 168. ♦ **ANONYMUS** (1790): Beschreibung nachahmungswürdiger Tapeten, in: Allgemeines Magazin für die bürgerliche Baukunst, 2. Teil, S. 250-252. ♦ **ANONYMUS** (1801): Neueste Tapeten und Lampen in England, in: Journal des Luxus und der Moden, 16, April, S. 167-170. ♦ **ANONYMUS** (1808): Elementar=Zeichenwerk zum Gebrauch der Kunst- und Gewerk=Schulen der preußischen Staaten, in: Journal des Luxus und der Moden, 23, April, S. 283-285. ♦ **BECKMANN, JOHANNES** (1787): Anleitung zur Technologie, oder zur Kenntnis der Fabriken, Handwerke und Manufacturen vornehmlich derer, die mit der Landwirtschaft, Policy und Cameralwissenschaft in nächster Verbindung stehn. Nebst Beyträgen zur Kunstgeschichte. 3. Auflage, Göttingen. ♦ **BERTUCH, FRIEDRICH JUSTIN** (1793): Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland, in: Journal des Luxus und der Moden 8, September, S. 449-462. ♦ **BÖNINGER, JOHANN/LANGGER, JOHANN** (1922): Brief vom 24.03.1797, in: Preußische Akademie der Wissenschaften (Hg.): Kant's gesammelte Schriften, Bd. XII. Zweite Abtheilung: Briefwechsel. Bd. 3: 1795-1803, Berlin/Leipzig, S. 149-150. ♦ **GOETHE, JOHANN WOLFGANG VON** (1986): Kunst und Handwerk [1797], in: Klaus H. Kiefer/Hans J. Becker/Gerhard H. Müller/John Neubauer/Peter Schmidt (Hg.): Sämtliche Werke nach Epochen seines Schaffens. Münchener Ausgabe. Bd. 4.2: Wirkungen der Französischen Revolution 1791-1797, München, S. 118-121, Kommentar, S. 1005-1006. ♦ **GOETHE, JOHANN WOLFGANG VON** (1896): Kunst und Handwerk [1797], in: Im Auftrag der Großherzogin Sophie von Sachsen (Hg.): Goethes Werke. Bd. 47: Schriften zur Kunst 1788-1800, Weimar, S. 55-59. ♦ **KANT, IMMANUEL** (1994): Kritik der Urteilskraft [1790], in: Wilhelm Weischedel (Hg.): Werkausgabe. Bd. X, Frankfurt am Main. ♦ **LAVATER, JOHANN CASPAR** (1969): Was ist ein Genie? [1778], in: Physiognomische Fragmente zur Beförderung der Menschenkenntnis und Menschenliebe. Faksimiledruck nach der Ausgabe 1775-1778. Bd. 4, Zürich, S. 80-99. ♦ **LEISS, JOSEF** (1970a): Die Tapeten von 1680-1750, in: Heinrich Olligs (Hg.): Tapeten. Ihre Geschichte bis zur Gegenwart. Bd. 1, Braunschweig, S. 214-227. ♦ **LEISS, JOSEF** (1970b): Die ersten Tapeten-Manufakturen in Deutschland, in: Heinrich Olligs (Hg.): Tapeten. Ihre Geschichte bis zur Gegenwart, Bd. 1, Braunschweig, S. 265-294. ♦ **LUHMANN, NIKLAS** (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft, Frankfurt am Main. ♦ **LUHMANN, NIKLAS** (2001): Die Ausdifferenzierung des Kunstsystems [1998], in: ders.: Schriften zu Kunst und Literatur, hg. v. Niels Werber, Frankfurt am Main, S. 316-352. ♦ **MALANGA, GERARD** (2004): Andy Warhol on Automation. An Interview with Gerard Malanga, in: Kenneth Goldsmith (Hg.): I'll Be Your Mirror. The Selected Andy Warhol Interviews, 1962-1987, New York, S. 59-62. ♦ **MENDES BÜRGI, BERNHARD/ZIMMER, NINA** (Hg.) (2010): Andy Warhol: The Early Sixties. Paintings and Drawings 1961-1964, Ostfildern. ♦ **OELLERS, NORBERT** (Hg.) (1969): Schillers Werke. Nationalausgabe. Bd. 28: Briefwechsel. Schillers Briefe 1.7.1795-31.10.1796, Weimar. ♦ **OELLERS, NORBERT/STOCK, FRITHJOF** (Hg.) (1977): Schillers Werke. Nationalausgabe. Bd. 29: Briefwechsel. Schillers Briefe 1.11.1796-31.10.1798, Weimar. ♦ **SCHERMAN, TONY/DALTON, DAVID** (2009): POP. The Genius of Andy Warhol, New York. ♦ **SCHILLER, FRIEDRICH** (1992): Kallias, oder über die Schönheit [1793], in: ders.: Werke und Briefe. Bd. 8: Theoretische Schriften. Frankfurt am Main, S. 276-329. ♦ **SCHWARTZ-CLAUSS, MATHIAS** (2012): Pop – die Auflösung von Kunst und Design, in: Mateo Kries/Mathias Schwartz-Clauss (Hg.): Pop Art Design, Vitra Design Museum, S. 180-203. ♦ **SMITHSON, ALISON/SMITHSON, PETER** (1956): But Today We Collect Ads, in: Ark. The Journal of the Royal College of Art, November, S. 49-50. ♦ **THÜMLER, SABINE** (2000): Tapetenkunst. Französische Raumgestaltung und Innendekoration 1730-1960. Sammlung Bernard Poteau, München. ♦ **WALTER, HARRY** (2001): Ewig währt am längsten, in: Johann-Karl Schmidt (Hg.): ABR. Ornament und Versprechen, Stuttgart. ♦ **WARHOL, ANDY** (2007): The Philosophy of Andy Warhol. (From A to B and Back Again) [1975], London. ♦ **WARHOL, ANDY/BOURDON, DAVID** (2004): Warhol Interviews Bourdon [1962-63], in: Kenneth Goldsmith (Hg.): I'll Be Your Mirror. The Selected Andy Warhol Interviews, 1962-1987, New York, S. 6-14.