

ANDY WARHOL BIS ALEX KATZ

Die Galerie Boisserée ist Mitglied im:



Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler (BVDG) e.V.



The International Fine Print Dealers Association (IFPDA)

ANDY WARHOL BIS ALEX KATZ

ISBN 978-3-938907-90-0

"I don't think art should be only for the select few,
I think it should be for the mass of [...] people
and they usually accept art anyway."
Andy Warhol (1)

Katalogumschlag:

50. Andy Warhol, "Beethoven" Farbsiebdruck, Blatt aus der gleichnamigen Serie von vier Farbsiebdrucken 1987,
101,8 x 101,8 cm, num., Auflage 105 Exemplare, Feldman/Schellmann II.391
[28370]

20. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 7", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 101 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 681
[28393]



ANDY WARHOL BIS ALEX KATZ

"Ikonen der Pop Art:
Campbell's Soups bis Coca-Cola Girls"
– Ausgewählte Graphiken und Skulpturen

GALERIE

BOISSERÉE

J. & W. BOISSERÉE GMBH · KÖLN SEIT 1838
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
MAG. RER. SOC. OEC. THOMAS WEBER
DRUSUSGASSE 7-11
D - 50667 KÖLN
TEL. +49 - (0)2 21 - 2 57 85 19
FAX +49 - (0)2 21 - 2 57 85 50
galerie@boisseree.com
www.boisseree.com

ANDY WARHOL BIS ALEX KATZ

"Ikonen der Pop Art: Campbell's Soups bis Coca-Cola Girls" – Ausgewählte Graphiken und Skulpturen

Hilton Kramer, in der Zeit von 1965 bis 1982 der renommierteste Kunstkritiker der New York Times, schrieb in einem Artikel: "Die Pop Art unterscheidet sich durch nichts von der Kunst der Werbung".¹ Was in dieser Zeit eine kritische Sichtweise auf diese sich neu etablierende Kunstrichtung war, trifft es im Kern doch sehr gut. Wie kein anderer Stil zuvor bezogen sich die Werke der Pop Art auf Werbung, auf Konsumgüter und auf massenmedial bekannte Persönlichkeiten aus Film, Musik, Politik und öffentlichem Leben. Pop Art repräsentierte einen gewissen Konformismus und bediente sich einer Bildsprache, die nicht neu, sondern den Konsumenten bereits sehr wohl vertraut war. Die vorangegangenen Kunstrichtungen entstanden aus zumindest vordergründig höherem Ansinnen. Sei es die Darstellung religiöser oder mythologischer Bildthemen, sei es eine bürgerliche Sicht auf die Welt. In späteren Epochen agierten die Künstler losgelöst von Auftraggebern und setzten sich mit malerischen Fragestellungen auseinander. Die Pop-Künstler aber waren die ersten, die den Blick in den Alltag richteten. Sie erklärten diejenigen Dinge zur Kunst, die den Menschen geläufig waren, die sie bereits hinreichend kannten. Kramers Feststellung ist weiterhin richtig, haben doch die Protagonisten der Pop Art eine profunde Ausbildung in den Bereichen Grafik, Werbung, Gestaltung. Obgleich sie alle fraglos künstlerisch prägend waren und sind, so kannten sie ihre Motivvorlagen aus dem tatsächlichen, täglichen Broterwerb. Roy Lichtenstein arbeitete als Grafiker und technischer Zeichner, Tom Wesselmann war ausgebildeter Cartoon-Zeichner, Robert Indiana arbeitete für Tageszeitungen, Zeitschriften sowie im Verkauf. Die tiefste Ausbildung und die erfolgreichste nichtkünstlerische Laufbahn hatte sicherlich Andy Warhol. Er entwarf brillante Werbeplakate für einen großen US-amerikanischen Schuhproduzenten. Die Herstellungsprozesse von Werbematerialien, allen voran die Siebdrucktechnik waren ihm somit von der Pike auf geläufig. Bereits seit den frühen fünfziger Jahren des 20. Jahrhunderts erlangte er einen sehr guten Ruf als Illustrator für Hochglanzmagazine, insbesondere mit Fokus auf Mode und Lifestyle. Alle vereinte das Bestreben, sich von der reinen Auftragstätigkeit hin zu einem freien, eben künstlerischen Umgang mit den vertrauten Gestaltungsprinzipien zu entwickeln.

Die Pop Art etablierte sich frühestens ab etwa 1952 in zwei parallel verlaufenden Entwicklungen in Großbritannien und in den Vereinigten Staaten. Tatsächlich verliefen die beiden Strömungen nebeneinander mit nur geringer gegenseitiger Inspiration oder Einflussnahme. Obwohl sich die britische Pop Art etwas früher formierte, wurde die

Pop Art schnell zum Inbegriff amerikanischer Kunst und New York löste Paris endgültig als Zentrum der künstlerischen Avantgarde ab. Zu internationalem Ansehen verhalf der Pop Art sicherlich die Aufmerksamkeit der Sammler und Mäzene im damaligen Westdeutschland. Dazu gehörten Förderer und Sammler wie Gunter Sachs und allen voran das Sammlerehepaar Peter und Irene Ludwig; sie haben die bedeutendste Sammlung von Werken der neuen Stilrichtung aufgebaut.

Spätestens mit der documenta 4 im Jahr 1968 war die Pop Art in der bundesrepublikanischen Kunstszene fest verankert. Wie keine andere Stilrichtung erscheint die Pop Art bis heute als modern und inspiriert immer noch zeitgenössische Künstler. Dazu zählen moderne Klassiker wie Jeff Koons, der mit dem Kitsch und dem Konsum entlehnten Motiven den Wesenskern der Pop Art aufgreift oder Takashi Murakami, der sich auf die bildgewaltige Welt des Comics bezieht, ganz gleich wie Roy Lichtenstein, jedoch mit Konzentration auf den asiatischen Comic in Form der Manga- und Animekultur Japans. Die künstlerische Inspiration des Comicstrips lässt sich auch in den populären Werken zeitgenössischer Kunst-Superstars wie KAWS oder Banksy sehr leicht ausmachen. Auch Julian Opie und Alex Katz gehören zu den Künstlern in deren Werken sich die Gestaltungsprinzipien der Pop Art finden lassen.

Die bis heute ungebrochene Anziehungskraft der Pop Art ist eng verknüpft mit der Popularität ihrer Protagonisten, allen voran Andy Warhol. Seine Bekanntheit ist bis heute auch in kunstfernen Kreisen hoch, ein Phänomen, das außer auf ihn nur noch auf Picasso zutrifft. Sicherlich ist das nicht nur auf Warhols künstlerische Arbeit zurückzuführen, sondern auf seine zu Lebzeiten hohe mediale Präsenz und sein Vermögen, sich selbst als Pop-Ikone zu stilisieren.

Andy Warhols Kunst basiert auf dem Prinzip der Reihung, der Wiederholung, der Vervielfältigung. Damit einher geht die Idee der ständigen Verfügbarkeit, das Bereitstellen von Waren und Personen für alle gleichermaßen. Jedes Produkt, jeder Filmstar, jede Sehenswürdigkeit oder Person des öffentlichen Lebens ist für alle verfügbar und erreichbar. Die amerikanische Reinform des Kapitalismus und des Konsums. "Eine Coke ist eine Coke und noch so viel Geld verschafft Dir keine bessere Coke", sagte Warhol.² Alle konsumieren dieselben Produkte, sehen dieselben Filme, hören dieselbe Musik und dank der Massenproduktion ist alles im Überfluss vorhanden.

Der soziale Aspekt spielte in Warhols Werken stets eine Rolle. So kaufte er 1962 alle Sorten von Campbell's Soup. Eine in allen Bevölkerungsschichten bekannte Konserve, erhältlich für 29 Cent. In seiner Siebdruckserie "Campbell's Soup I" (Kat.Nr. 43) reiht er die verschiedenen Suppenvarianten neben und übereinander an, genauso wie sie auch im Supermarktregal zum Verkauf stehen. Er hebt den Verbrauchsartikel auf den Sockel der Kunst, eine Reminiszenz an den Konsum. Mit dem Verfahren des Siebdrucks, das er aus seiner Zeit als Werbegrafiker in Perfektion beherrschte, schaffte er ein serielles Fertigungsprinzip, das wiederum die Kunst genauso verfügbar machen sollte, wie es die Suspendose im Regal ist.

Roy Lichtenstein war zu Beginn seiner künstlerischen Laufbahn stark von europäischen Künstlern wie Paul Klee oder Georges Braque beeinflusst und widmete sich abstrakten, malerischen Tendenzen, die er mit den malerischen Prinzipien des zu diesem Zeitpunkt vorherrschenden Abstrakten Expressionismus zu verbinden suchte. Zum Broterwerb ging er Beschäftigungen als technischer Zeichner nach und entwarf unterschiedliche Designs für Produkte des täglichen Bedarfs. Sicherlich beeinflusst von diesen Tätigkeiten, fand er künstlerische Inspiration in einem ebenfalls vielfältig verfügbaren, massenhaft reproduzierbaren Medium, dem Comic-Strip. So entstanden ab etwa 1950 erste Arbeiten mit Nachzeichnungen von in den USA weitverbreiteten Motiven aus Kaugummiverpackungen.³ Darauf folgte die Adaption allseits bekannter Figuren wie Mickey Mouse oder Donald Duck. 1961 entstand mit "Look, Mickey" das erste große Ölbild, mit stark leuchtenden Primärfarben, vereinfachter Stilistik und der typischen Sprechblase. Bald ließ er die bekannten Figuren hinter sich und suchte sich figürliche Vorlagen in Magazinen und in Werbeanzeigen. Lichtenstein etablierte die Rasterpunkte und erdachte in seiner äußerst stilisierten Malerei fortan eigene Comics. Mit einer ersten Ausstellung dieser Werke in der New Yorker Galerie des berühmten Kunsthändlers Leo Castelli stellte sich auch der kommerzielle Erfolg ein. 1965 besann er sich noch einmal auf seine malerischen Anfänge und blickte, sicherlich auch ironisch, auf die in den USA immer noch spürbare Überhöhung des Abstrakten Expressionismus. Das Intuitive, die Bedeutung des Gestischen und die Relevanz des Pinselstrichs, allesamt vielbesprochene Merkmale dieser Stilrichtung, begründen die Motivwahl seiner berühmten "Brushstrokes" (Kat.Nr. 41). Mit den Darstellungen einzelner oder übereinander gelagerter Pinselschwünge, erhebt Lichtenstein eine malerische Technik, nämlich den Malduktus zum Bildinhalt. Dargestellt in seiner charakteristisch gewordenen Comicmanier, gibt er mit diesen Pinselstrichen eine höchst individuelle Ausdrucksform – die Handschrift des Künstlers – der Nachahmung und der Vervielfältigung Preis.

Pop Art in Reinform.

Tom Wesselmann verband wie kein anderer der Pop-Künstler die Inspiration aus der klassischen europäischen Moderne mit der amerikanischen Welt der Werbung und der allzeitigen Verfügbarkeit von Konsumgütern. Die flächige, stark farbige Malerei, die Reduktion auf klare Formen und die scherenschnittartige Ästhetik der Collage sind klare Hinweise auf das künstlerische Erbe von Henri Matisse, eine große Inspirationsquelle für Wesselmann. Auch die Werke von Fernand Léger und Giorgio de Chirico waren eine wichtige Einflussosphäre, aus der Wesselmann seine eigene Bildästhetik formte.

Wesselmanns Werke sprechen die plakative, prägnante Sprache der Werbung. Er kombiniert Gegenstände des täglichen Gebrauchs mit klassischen Konsumgütern zu erdachten Räumen. Darin bindet er Frauenakte und Portraits ein. Auch hier erinnert seine Gestaltung an die weiblichen Akte von Matisse, der diese sowohl in Naturdarstellungen als auch in fein ausgestalteten Innenräumen inszenierte. Wesselmanns Arrangements sind eine seltsam vertraut anmutende Verbindung zweier kunsthistorischer Gattungen, das Stillleben und die Aktmalerei. Eine Kombination, die in der Werbung hervorragend funktioniert.

Keith Haring arbeitete mit der Bildsprache des Graffitis, der Street Art und der Ästhetik von medialer Popkultur. Mit klarer und stark betonter Linie und reduzierter Darstellung formierte er menschliche und tierische Figuren. Alle ausdrucksstark und immer in Bewegung, vor allem der Tanz spielt eine große Rolle. Bei aller plakativen Farbigkeit, vordergründigen Fröhlichkeit und Verspieltheit birgt sein gesamtes Werk eine ernsthafte, teils gesellschaftskritische Botschaft. Haring thematisierte immer wieder Themen wie Apartheid, soziale Ungerechtigkeit und AIDS-Aufklärung. Damit nutzte er Kunst und im Besonderen die leichte Zugänglichkeit der Pop Art als Kommunikationsinstrument um breite Schichten für relevante bis dringliche Thematiken anzusprechen. Haring transformierte Pop Art von einer kritischen Betrachtung der Konsumgesellschaft zu einer zugänglichen, kraftvollen Stimme der Öffentlichkeit.

David Hockney gehört zusammen mit Richard Hamilton, Patrick Caulfield und anderen zu den Protagonisten der britischen Pop Art. Im Gegensatz zu seinen US-amerikanischen Künstlerkollegen bezieht sich Hockney nicht auf den Massenkonsum und auf die allgegenwärtigen Zeichen der Werbung. Was ihn mit der Pop Art verbindet, sind leuchtende Farben, die klaren Formen und vor allem die spielerische Auseinandersetzung mit Raum, Licht und Perspektive. Vor allem die flächige Farbgestaltung und die fast graphische Malerei zeigen seine Nähe zu den Gestaltungsprinzipien der Pop Art. Dazu gehört auch eine gewisse Serialität seiner Motive, insbesondere die Reihen von Pool-Bildern, Blumenstillleben und

Fensterbildern. Seine vorrangigen Bildinhalte sind Portraits, Stilleben, Interieurs und Landschaften. Besondere Merkmale seiner Werke sind eine gewisse Emotionalität, lebensnahe Sinnlichkeit, Humor und die Einbeziehung des Selbstportraits.

In seiner Arbeit "The Student: Hommage to Picasso" (Kat.Nr. 2), zeigt er sich selbst vis-à-vis mit Picasso, den er teils bewundernd, teils ironisch zum Ausstellungsstück erhebt.

Robert Indiana erweiterte das motivische Vokabular der Pop Art um die Zahlen- und Buchstabenästhetik. Seine Inspiration findet er nicht in der Werbung, sondern in Schildern, Nummerierungen von Autobahnen oder Buchstabenfolgen. Klare flächige Farben, hohe Kontraste und die Konzentration auf eine einzige Ziffer oder ein kurzes prägnantes Wort lassen auf eine präzise Auseinandersetzung mit Zahlenräumen und Texten schließen. Indiana wollte ursprünglich Poet werden, der Umgang mit Wort und Text war ihm sehr vertraut. Wahre Sinnbilder der Pop Art und der gesamten Kunstgeschichte entstanden mit den Werken der Serien LOVE und HOPE. Die Anordnung von zwei Buchstaben oben und zwei unten zu einem starken Wortbild ist weit über die Grenzen der Kunst hinaus bekannt und diese Skulpturen wurden zu universellen Symbolen. Diese Auseinandersetzung mit klarer, vereinfachter Symbolik beinhaltet auch eine gesellschaftskritische Reflektion. Es geht um eine fortschreitende Vereinfachung von Kommunikation aber auch um rein amerikanische Visionen von immerwährendem Optimismus. Seine Kunst hinterfragt Kultur und Identität der modernen amerikanischen Gesellschaft. Vielleicht wurden gerade deshalb seine Werke zu Ikonen der modernen Kunst.

Alex Katz entwickelte sein unverwechselbares Œuvre ab 1950 parallel zu den Pop-Künstlern. Bis heute erarbeitet er seine Motive, die vorrangig Portraits, Szenen gesellschaftlichen Lebens und Landschaften sind. Viele Prinzipien der Pop Art lassen sich in seinen Arbeiten finden und doch ist sein Gesamtwerk einzigartig. Ähnlich wie Tom Wesselmann verfügt Alex Katz über eine hervorragende Kenntnis der europäischen Kunstgeschichte. Vor allem Positionen wie die Malerei Giotto's oder ebenfalls die Bildsprache von Henri Matisse sind ihm äußerst wichtige Inspirationsquellen. Die Parallelen zur Pop Art sind der flächige Farbauftrag, die leuchtende Farbigkeit und stetig wiederholte Motive, allen voran das Portrait.

Inhaltlich lehnt sich Katz ebenfalls an die Pop Art an. Viele seiner Figuren entnimmt er aus Werbung, Werbeanzeigen und Modemagazinen. Gegenseite Inspiration, beispielsweise mit der US-amerikanischen Designerin Claire McCardell,

zeigt diese enge Verbindung.⁴ Katz bezieht ihre Designs in seine Motive ein und McCardell schöpfte Ideen aus seinen Gemälden.

In großen Werkserien wie "Coca-Cola Girl" (Kat.Nr. 13–21) nimmt er direkten Bezug auf eines der bekanntesten amerikanischen Konsumgüter und Testimonials. Das Coca-Cola Girl ist seit den 1920er Jahren der Inbegriff der modernen amerikanischen Frau. Für seine Serie portraitierte Katz Balletttänzerinnen und konzentrierte sich in der Darstellung auf die Bewegungsabfolgen von Tanz und körperlicher Ausdrucksstärke. Die leuchtend weißen Balletttänzüge vor dem klaren, roten Bildgrund rufen sofort die Markenästhetik von Coca-Cola hervor. Coolness, Frische und lebensfrohe Leichtigkeit durchströmen diese Bildwelt.

Losgelöst von der Pop Art sind die Landschaftsdarstellungen und die Portraits von Personen aus Katz' privatem Umfeld. Hier geht es um die eigene sinnliche Erfahrung des Erlebten und Gesehenen, übertragen in seine ureigene Motivik, dem "Cool-Painting"⁵.

Die Ausstellung "Andy Warhol bis Alex Katz, Ikonen der Pop Art: Campbell's Soups bis Coca-Cola Girls" ist eine Reise durch eine der spannendsten Stilrichtungen der Kunst nach 1945. Die Inhalte und die Motivik der Pop Art haben bis heute nichts von ihrer Originalität und Bildwirkung verloren und erscheinen im aktuellen Kontext multimedialer Überpräsenz moderner denn je.

Antonia Talmann-Lindner

Anmerkungen

- 1 Hilton Kramer zit. nach: Honnef, Klaus: Pop Art, Köln 2025, S. 16.
- 2 Andy Warhol, zit. nach: ebd., S. 88.
- 3 Hendrickson, Janis: Lichtenstein, Köln 1997, S. 18.
- 4 Michalarou, Efi: Art Cities: Venice – Alex Katz, in: Art View, April 2024.
- 5 Hughes, Robert: The Rockwell of Intelligentsia, in: Time Magazine, Vol. 127 No. 15, 14.04.1986, S. 96.



1. Keith Haring (Reading, Pennsylvania 1958 - 1990 New York City), "Ludo 1-5", Serie von 5 Farblithographien 1985, 66 x 48,5 cm, sign., num., dat., bez., Auflage 90 Exemplare, Littmann S. 44-47

[28042]



"Ich hatte immer das Gefühl, dass ich es mit Picasso aufnehmen wollte."
David Hockney (2)



2. David Hockney (geb. 1937 Bradford, Yorkshire), "The Student: Homage to Picasso", Aquatintadierung 1973,
75,4 x 56,6 cm, Pr. 57,5 x 43,7 cm, sign., num., dat., Auflage 180 Exemplare, Scottish Arts Council 153
[27238]



3. Robert Indiana (New Castle 1928 - 2018 Vinalhaven), "The American Dream # 2", 4 Farbsiebdrucke (vollständiges Set) 1982,
à 68 x 68 cm, Abb. 60,8 x 60,8 cm, sign., num., dat., bez., bet., Auflage 143 Exemplare, Sheehan 125

[27638]

4. Robert Indiana, "HOPE", rostfreier Stahl 2009,
45,7 x 45,7 x 22,8 cm, sign., num., dat., bez., Auflage 9 Exemplare

[28356]





5. Alex Katz (geb. 1927 Brooklyn, NY), "White Visor", Aquatintaradierung 2003,
84,9 x 170 cm, sign., num., Auflage 75 Exemplare, Albertina 381

[27859]



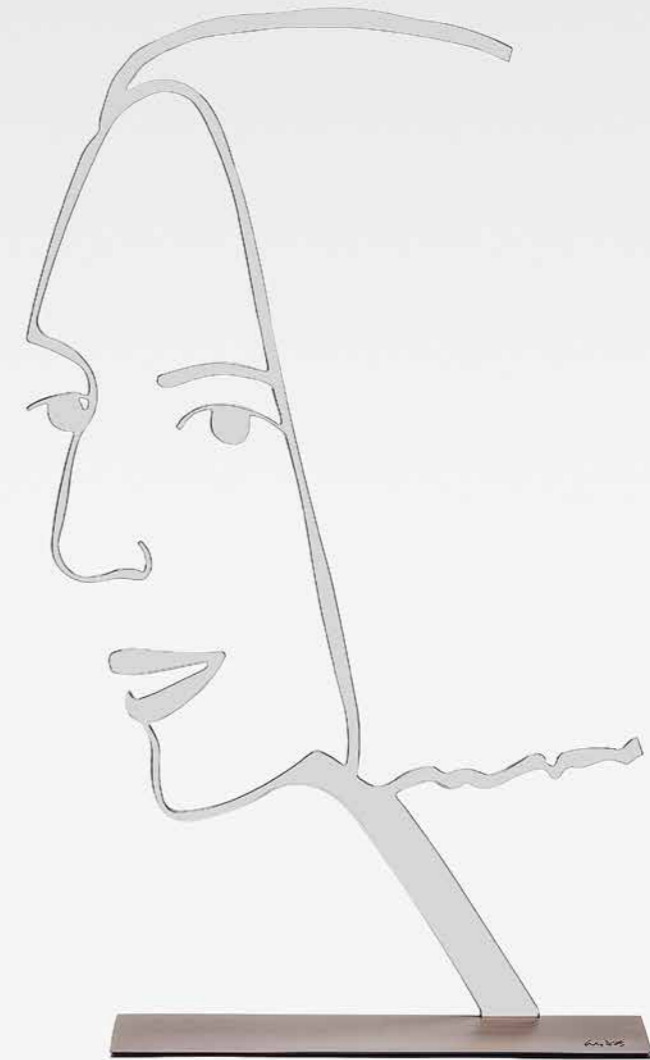
6. Alex Katz, "Blue Hat", Aquatintaradierung 2003/04,
84,5 x 169,8 cm, sign., num., Auflage 75 Exemplare, Albertina 382
[28154]



7. Alex Katz, "Flags", Holzschnitt 2013,
107 x 305 cm, sign., num., Auflage 35 Exemplare, Albertina 523
[25/253]



8. Alex Katz, "Red Hat Ada", Farbholzschnitt 2015,
152 x 108 cm, sign., num., bez., Auflage 40 Exemplare, Albertina 533
[25252]



9. Alex Katz, "Ada 2 (Outline)", Hochglanzpoliertes Aluminium auf Bronzesockel mit Patina 2019,
62 x 38 x 12 cm, sign., num., Auflage 35 Exemplare
[25587]



10. Alex Katz, "Black Dress 2 (Cecily)", Cutout aus pulverbeschichtetem Aluminium 2018,
61 x 19 x 8 cm, sign., num., dat., Auflage 36 Exemplare, Albertina 665

[27624]



11. Alex Katz, "Black Dress 9 (Christy)", Cutout aus pulverbeschichtetem Aluminium 2018,
65 x 19 x 8 cm, sign., num., dat., Auflage 36 Exemplare, Albertina 672

[27623]



12. Alex Katz, "Nicole", Lithographie, Holzschnitt, Siebdruck 2018,
91,2 x 203,3 cm, sign., num., dat., bez., Auflage 83 Exemplare, Albertina 659

[27801]

"Part of what I am about is seeing how I can paint the same thing differently instead of different things the same way."
Alex Katz (11)



13.–21. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 1-9", 9 Farbsiebdrucke 2019,
Auflage 80 Exemplare, Albertina 675 - 683

13. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 1", Farbsiebdruck 2019,
101,6 x 126,7 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 675

[28387]



14. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 2", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 152,2 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 676
[28388]





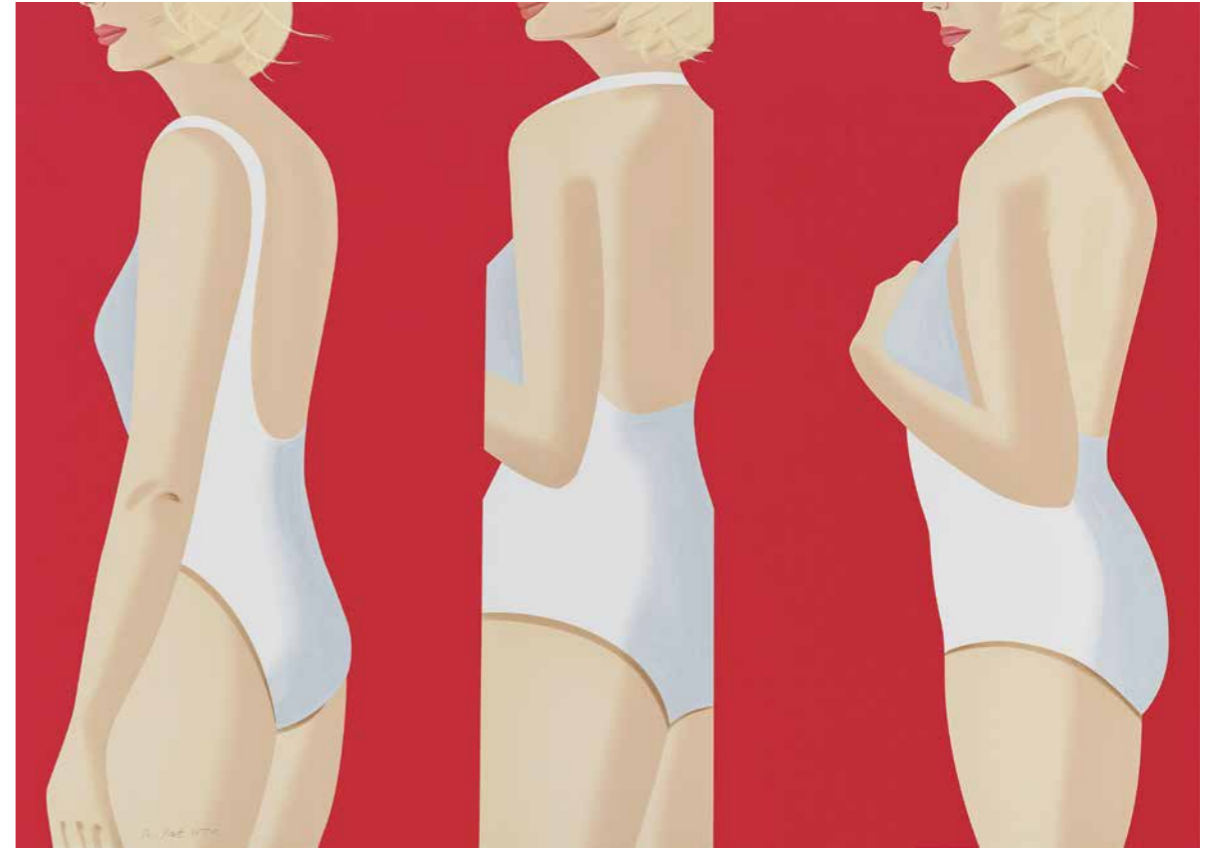
15. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 3", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 127 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 677
[28389]



16. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 4", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 127 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 678
[28390]



17. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 6", Farbsiebdruck 2019,
91,3 x 182,7 cm, sign., num., dat., Auflage 92 Exemplare, Albertina 680
[28392]



18. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 5", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 142,2 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 679
[28391]



19. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 8", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 139,5 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 682
[28394]



20. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 7", Farbsiebdruck 2019,
101,5 x 101 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 681
[28393]



21. Alex Katz, "Coca-Cola Girl 9", Farbsiebdruck 2019,
91,5 x 259 cm, sign., num., dat., Auflage 80 Exemplare, Albertina 683
[28395]



22.–27. Alex Katz, "Porcelain Beauty 1", "Porcelain Beauty 2", "Porcelain Beauty 3", "Porcelain Beauty 4",
"Porcelain Beauty 5", "Porcelain Beauty 6", Emailierungen auf Aluminium 2021,
61 x 52,5 x 1 cm, sign., num., dat., Auflage 25 Exemplare, Albertina 750, 751, 752, 753, 754, 755
[26156] [27001] [26574] [26580] [26878] [26879]

"I have captured twilight in landscapes
that can only be seen for a quarter of an hour.
That fascinates me because it's real high-speed perception."
Alex Katz (3)

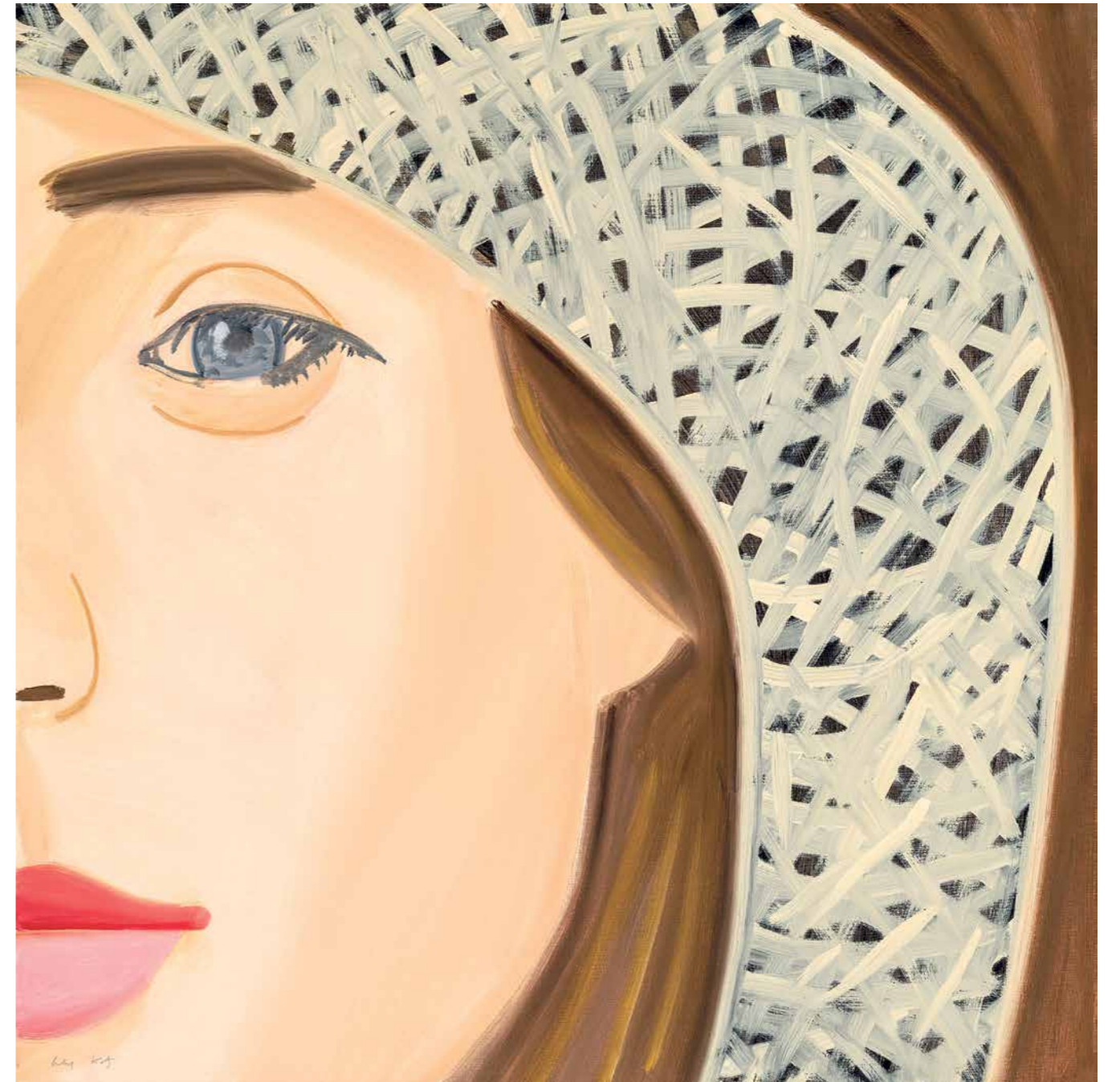
28. Alex Katz, "Yellow Flags 4", Farbaquatintaradierung 2021,
117 x 79 cm, sign., num., Auflage 50 Exemplare, Albertina 708

[25801]



"And then what you do is make a sketch from what you remember of this moment. Then you go out and make another sketch, and then you paint a memory, what you think it looked like."
Alex Katz (4)

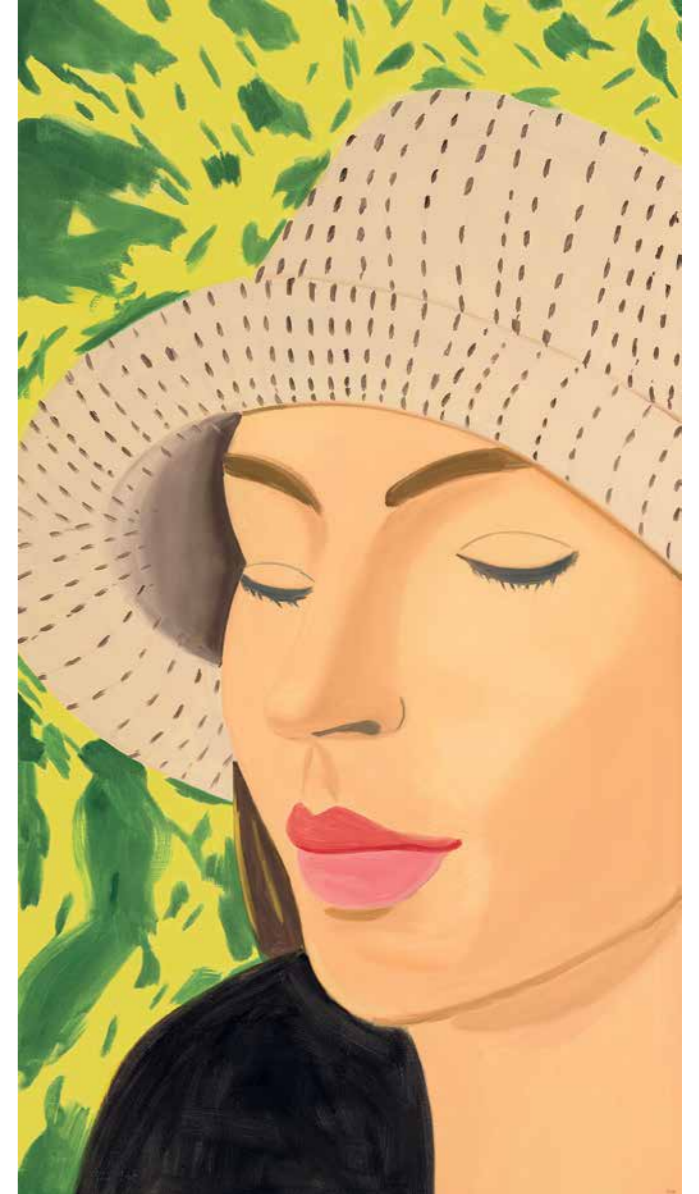
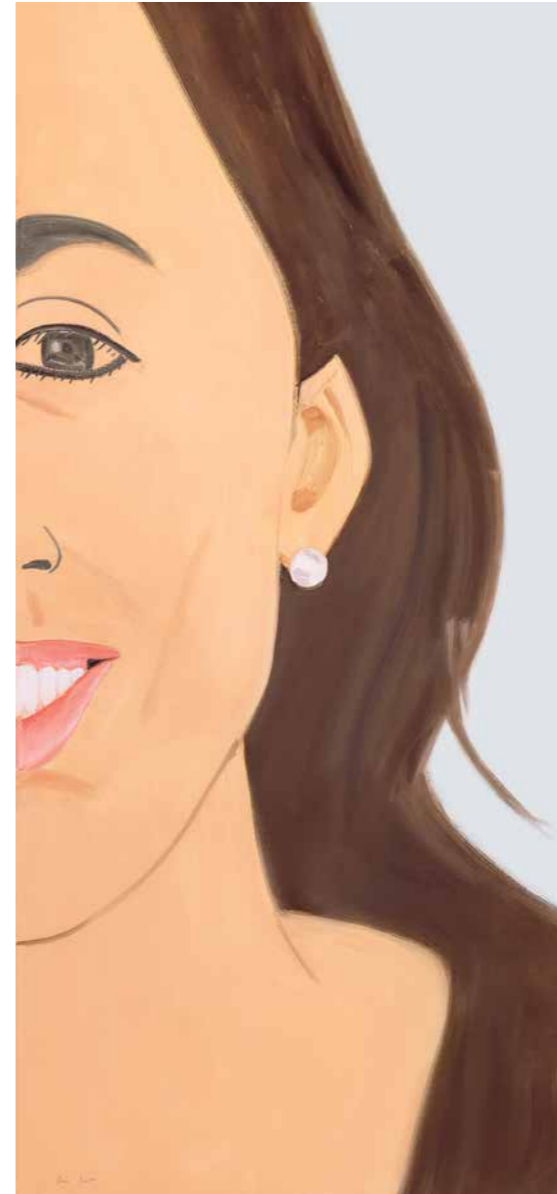
29. Alex Katz, "Straw Hat 1", farbiger Pigmentdruck 2022,
91,5 x 91,5 cm, sign., num., dat., Auflage 150 Exemplare, Albertina 768
[28211]



"Ein flüchtiges Lächeln, ein Blick, ein ganz bestimmtes Licht,
das Sekunden später wieder vorbei ist.
Deshalb sehen alle meine Bilder absolut neu aus."
Alex Katz (5)

30. Alex Katz, "Halsey", farbiger Pigmentdruck 2022,
217,8 x 101,2 cm, sign., num., dat., Auflage 50 Exemplare, Albertina 774
[26893]

31. Alex Katz, "Straw Hat 3", farbiger Pigmentdruck 2022,
192 x 106,5 cm, sign., num., dat., Auflage 100 Exemplare, Albertina 770
[26815]



"I like to make an image that is so simple you can't avoid it,
and so complicated you can't figure it out."
Alex Katz (12)

32. Alex Katz, "Vivien in White Coat", Farbsiebdruck 2022,
137 x 99 cm, sign., num., dat., Auflage 60 Exemplare, Albertina 741
[26447]



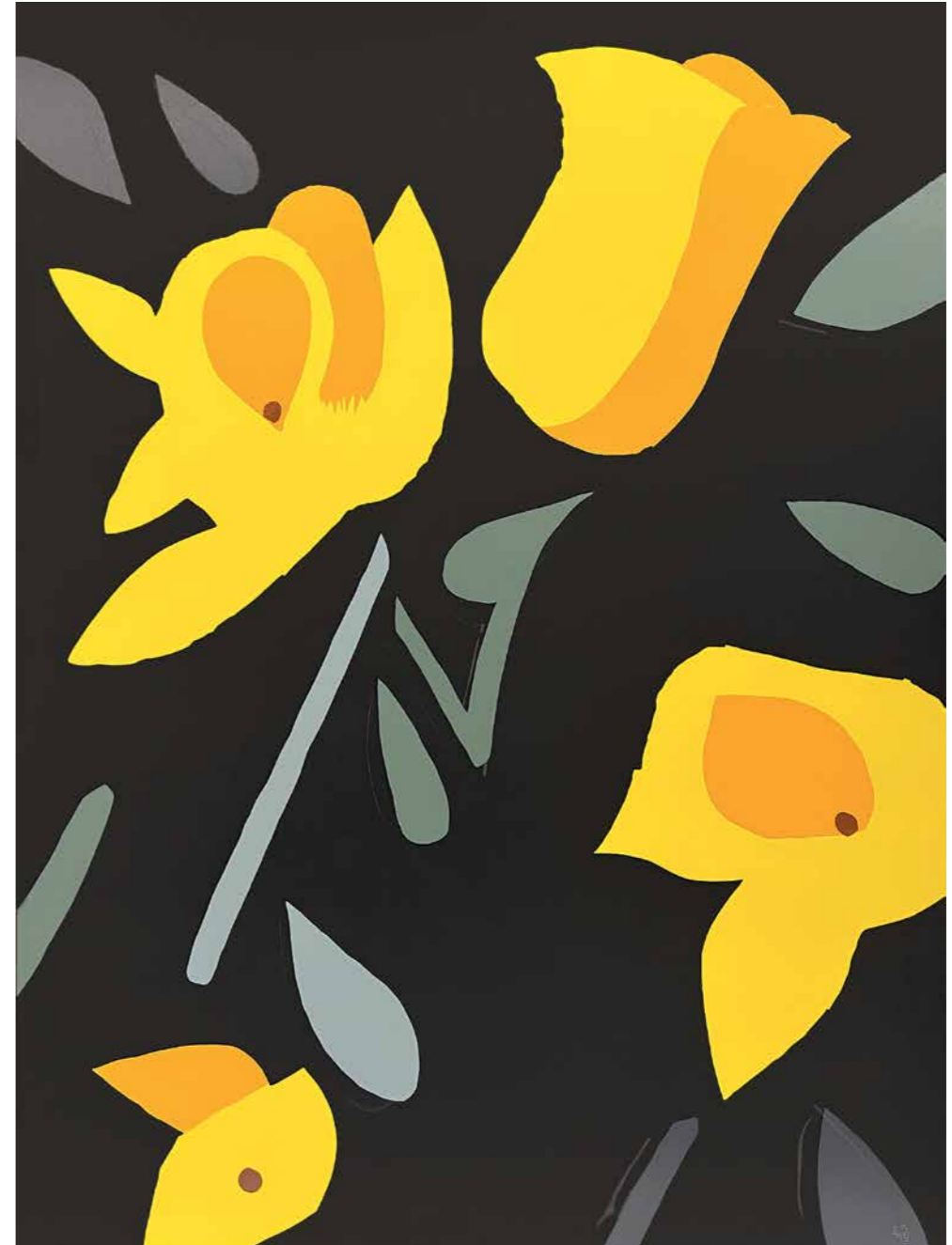
"Die Ewigkeit existiert nur in der unmittelbaren Gegenwart,
ja genau das denke ich."
Alex Katz (13)

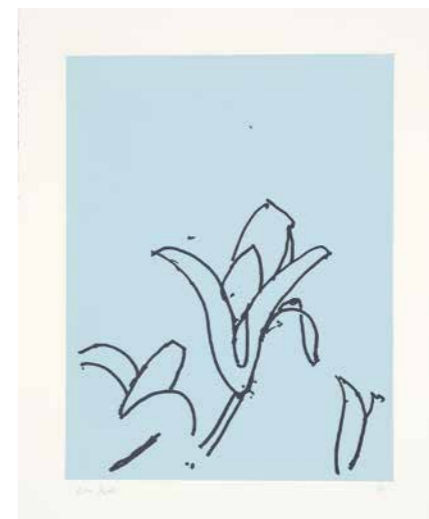
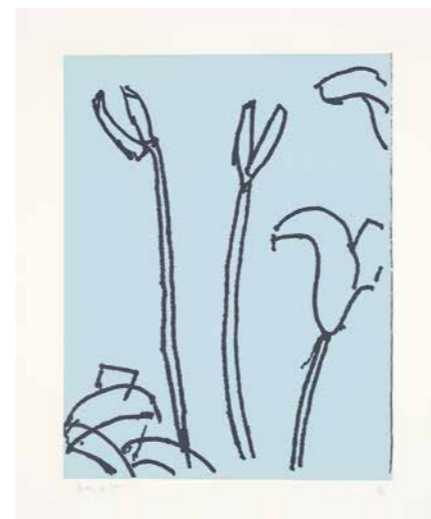
33. Alex Katz, "Sunrise 1", farbiger Pigmentdruck 2022,
137 x 102,7 cm, sign., num., dat., Auflage 100 Exemplare, Albertina 771
[26892]



[I like] "all seasons, everything.
Everything outside."
Alex Katz (4)

34. Alex Katz, "Freesia", Farbholzschnitt 2023,
120,4 x 90,2 cm, sign., num., dat., Auflage 75 Exemplare, Albertina 798
[27388]





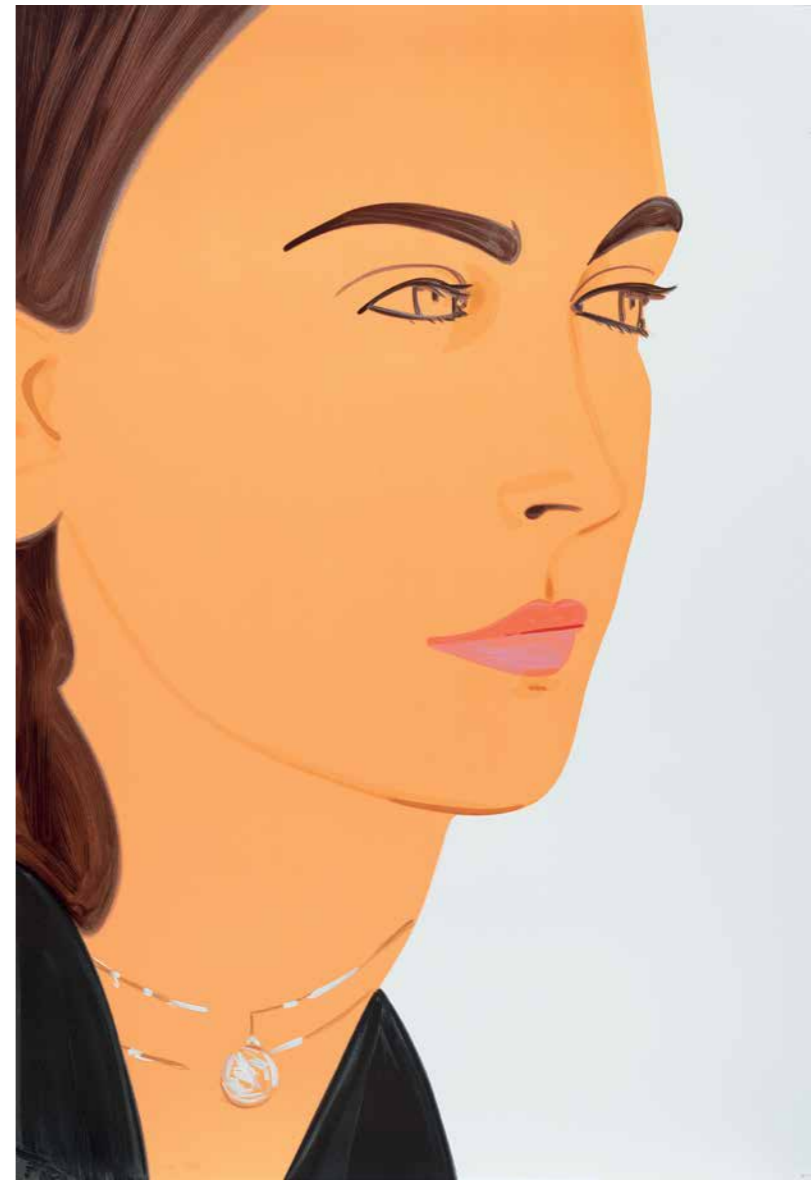
35. Alex Katz, "Lilies 1", Portfolio mit 8 Farbradierungen 2024,
55,6 x 46 cm, Pr. 45,5 x 35,7 cm, sign., num., dat., Auflage 31 Exemplare
[27998]



36. Alex Katz, "Lilies 2", Portfolio mit 3 Farbradierungen 2024,
35,7 x 45,3 cm, sign., num., dat., Auflage 31 Exemplare
[28000]



37. Alex Katz, "Olivia 1", Farbsiebdruck 2025,
149,9 x 101,6 cm, sign., num., dat., Auflage 50 Exemplare
[28012]



38. Alex Katz, "Olivia 3", Farbsiebdruck 2025,
150 x 102 cm, sign., num., dat., Auflage 50 Exemplare
[28396]

"There is no other eternity, other than in the immediate present
which has to do with total consciousness."
Alex Katz (13)



39. Alex Katz, "Olivia 2", Farbsiebdruck 2025,
101,5 x 137 cm, sign., num., Auflage 50 Exemplare
[28225]

"Of course, Pop Art has this very ridiculous relationship to society that's so apparent it looks like signs in the street and things like that, which is more a humorous relationship of the artist to his environment, [...]."
Roy Lichtenstein (6)



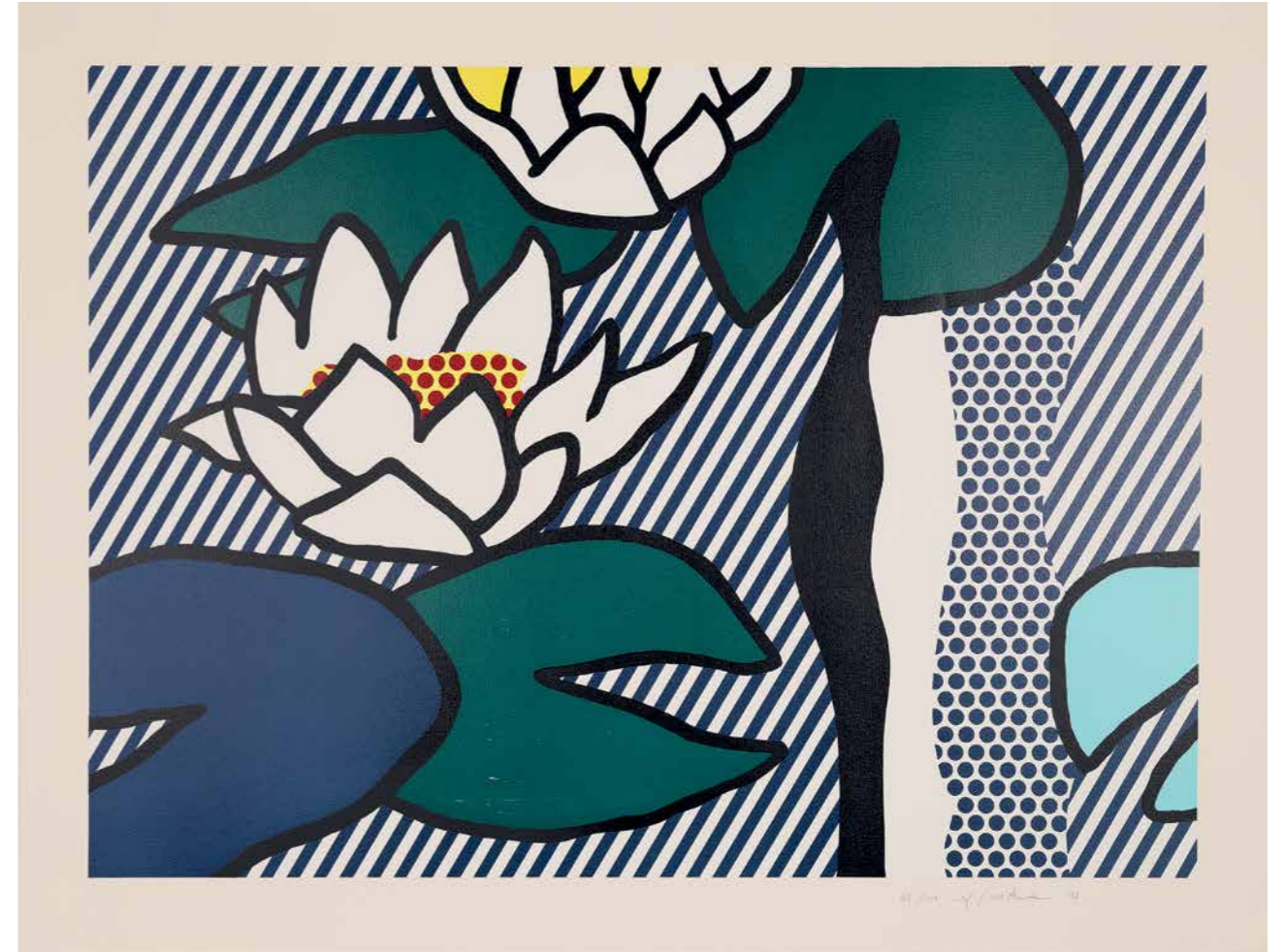
40. Roy Lichtenstein (Manhattan 1923 - 1997 Manhattan), "Industry and the arts II", Farbsiebdruck 1969,
66,2 x 48,4 cm, Abb. 43,6 x 36,4 cm, sign., num., dat., Auflage 250 Exemplare, Corlett 86
[26359]

"There is a refinement always that I try to get into it,
but the art I'm depicting is coarse [...]."
Roy Lichtenstein (6)



41. Roy Lichtenstein, "Brushstrokes", Farbsiebdruck 1967,
58,4 x 78,6 cm, Abb. 55,6 x 76,1 cm, sign., num., Auflage ca. 300 Exemplare, Corlett 45
[27874]

"Well, my purpose, whether I succeed or not of course,
I suppose will be up to history, but my purpose is entirely aesthetic,
and relationships and unity are the thing I'm really after."
Roy Lichtenstein (6)



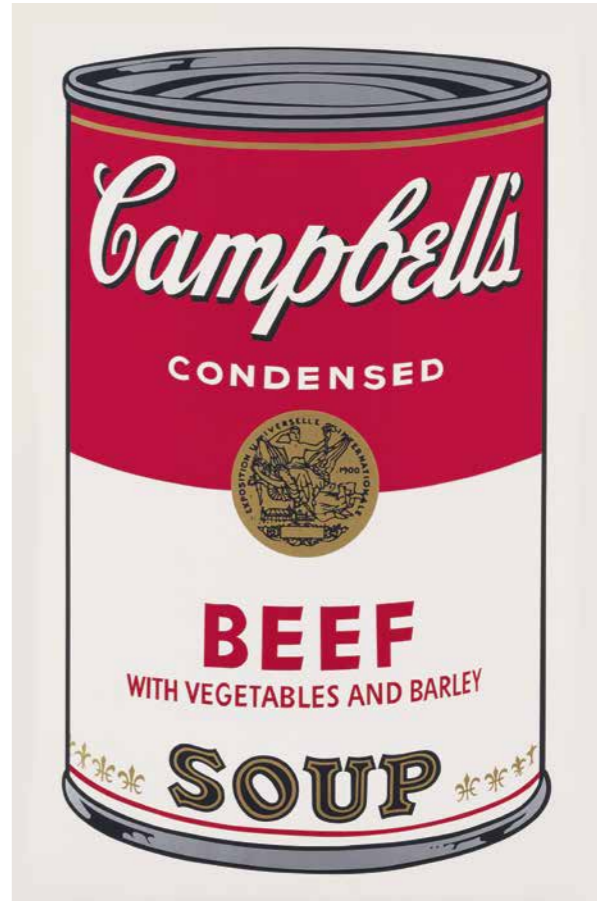
42. Roy Lichtenstein, "Les Nymphéas", Linolschnitt, Holzschnitt, Lithographie und Siebdruck 1993,
78,5 x 102,2 cm, Abb. 66,5 x 90,9 cm, sign., num., dat., Auflage 139 Exemplare, Corlett 280

[28333]



43. Andy Warhol (Pittsburgh 1928 - 1987 New York), "Campbell's Soup I", 10 Farbsiebdrucke (vollständiges Set) 1968, je 88,9 x 58,5 cm, sign., num., Auflage 276 Exemplare, Feldman/Schellmann II.44 - II.53

[28350]



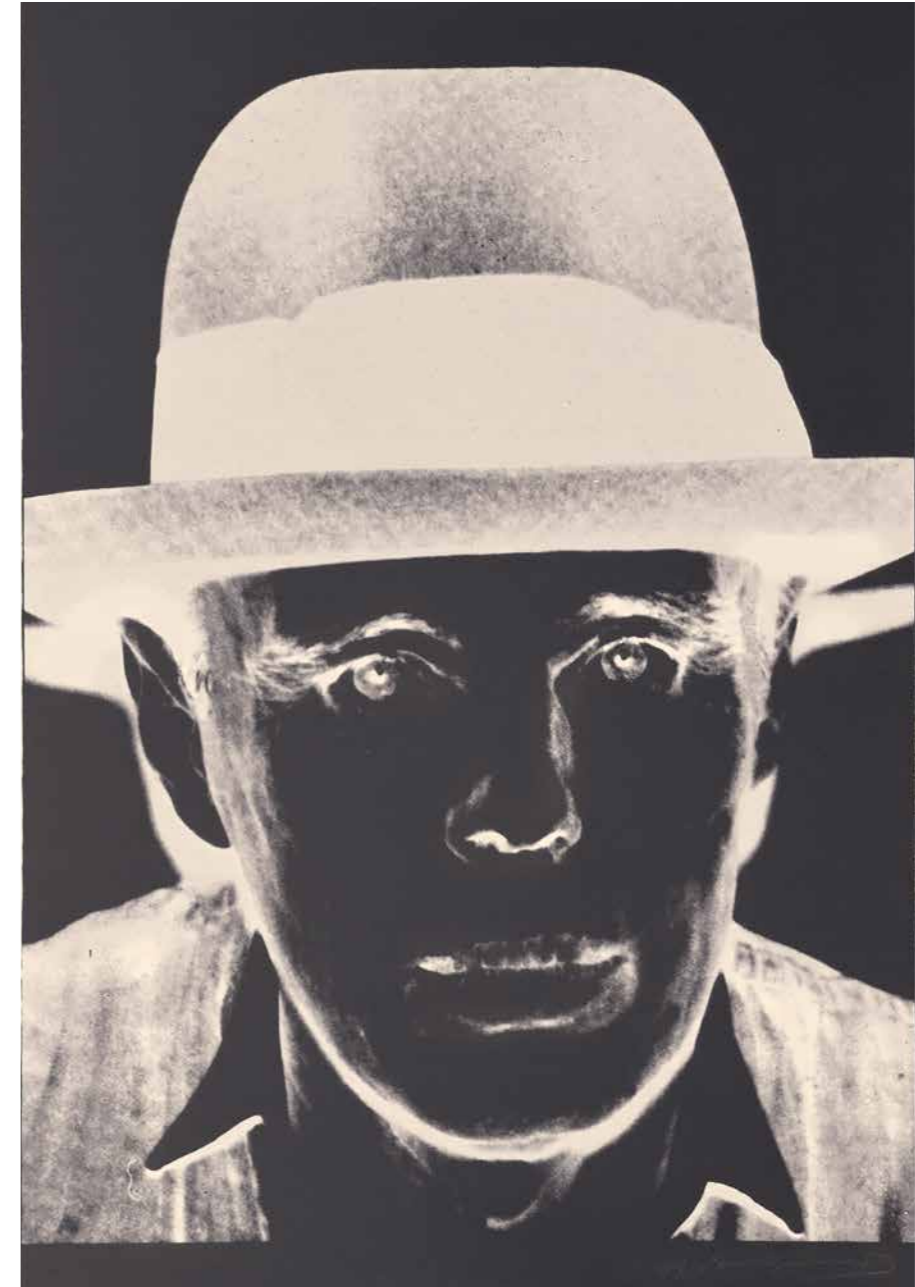




44. Andy Warhol, "Hammer and Sickle", Siebdruck auf Strathmore Paper 1977,
76,7 x 101,7 cm, Abb. 71 x 96,5 cm, Feldman/Schellmann II.161 Variante schwarz-weiß
[27168]

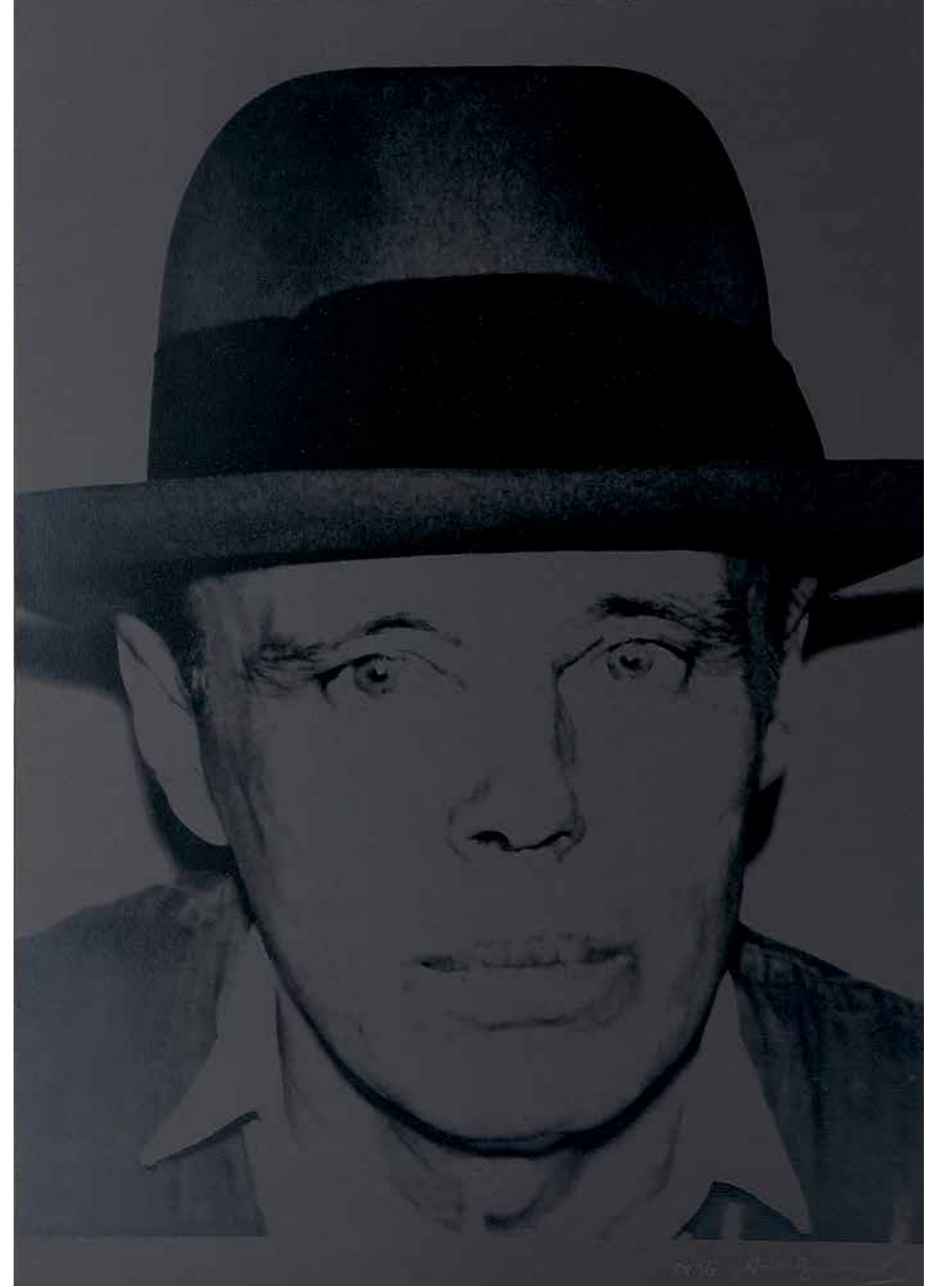
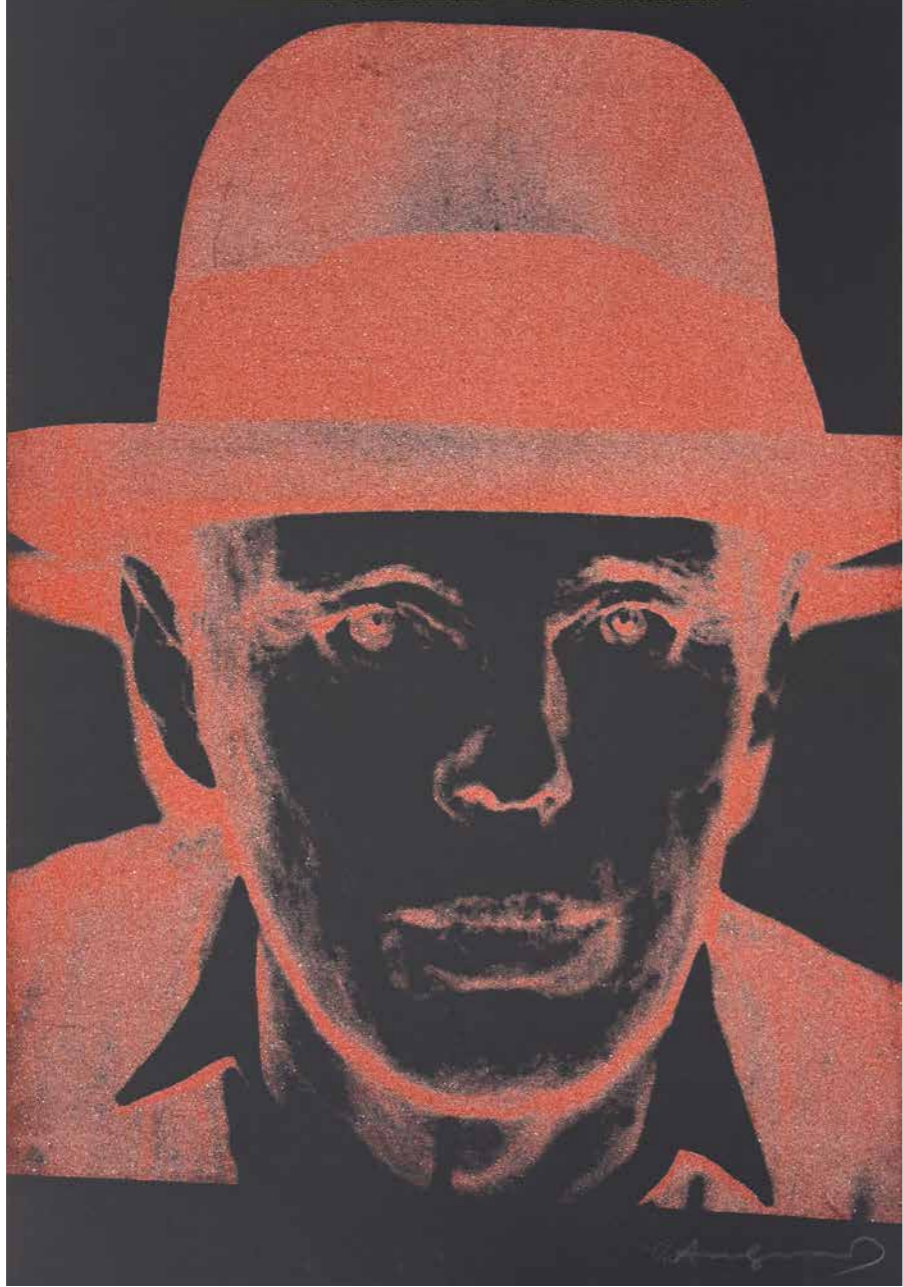


45. Andy Warhol, "Vesuvius", Farbsiebdruck 1985,
80 x 100 cm, sign., num., Auflage 310 Exemplare, Feldman/Schellmann II.365
[27202]



46. Andy Warhol, "Joseph Beuys", 3 Farbsiebdrucke (vollständiges Set), II.245 und II.247 mit Diamantstaub 1980, 112,5 x 76,5 cm, sign., num., bez., Auflage 108 Exemplare, Feldman/Schellmann II.245 - II.247

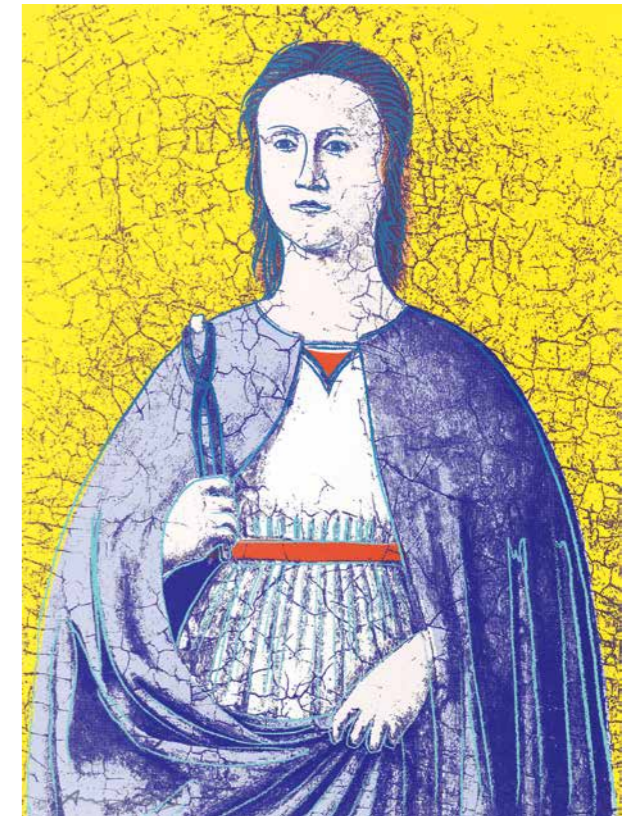
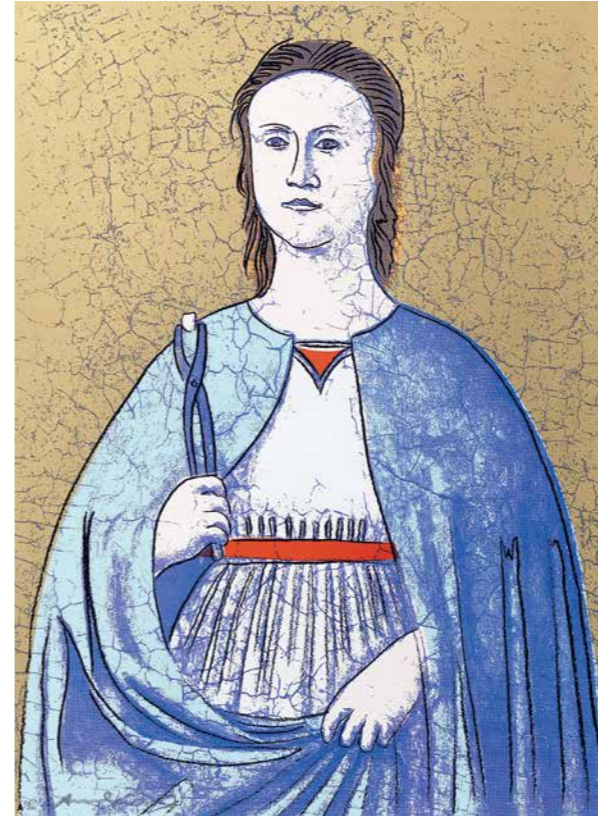
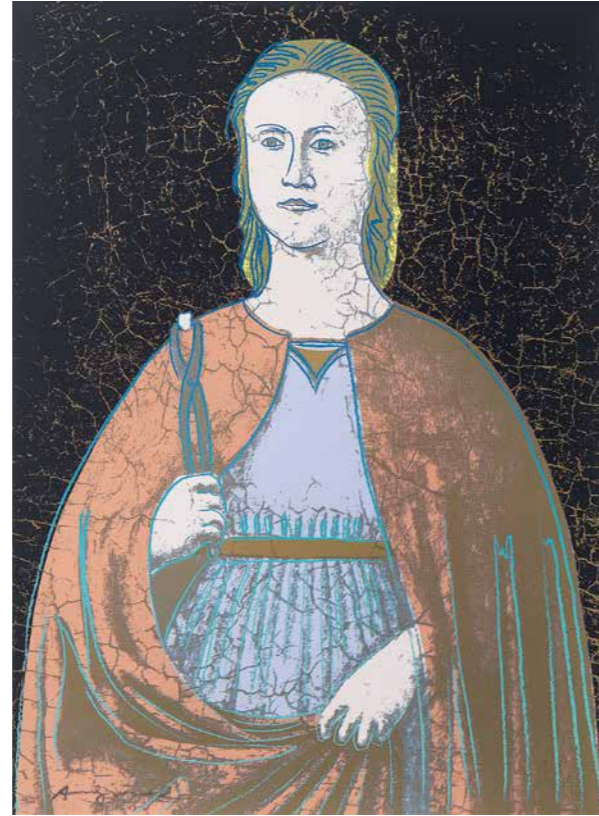
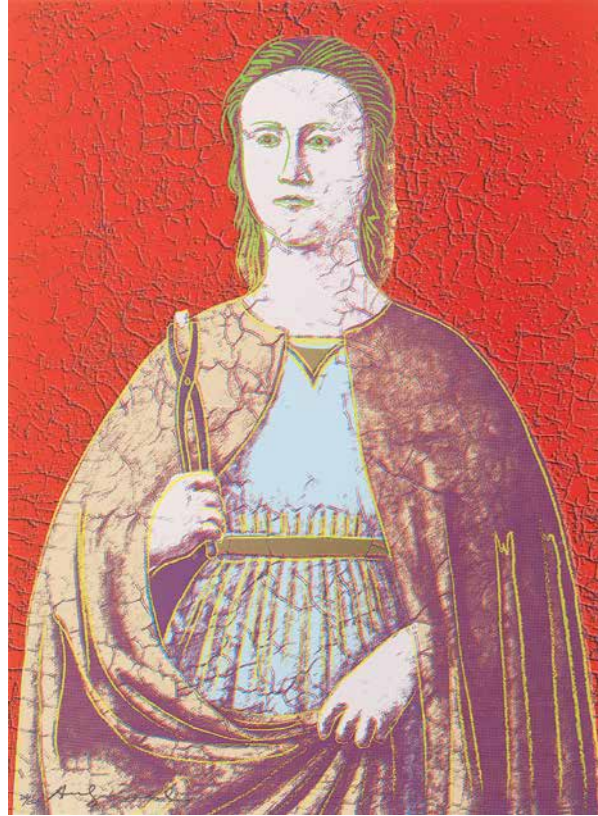
[28332]





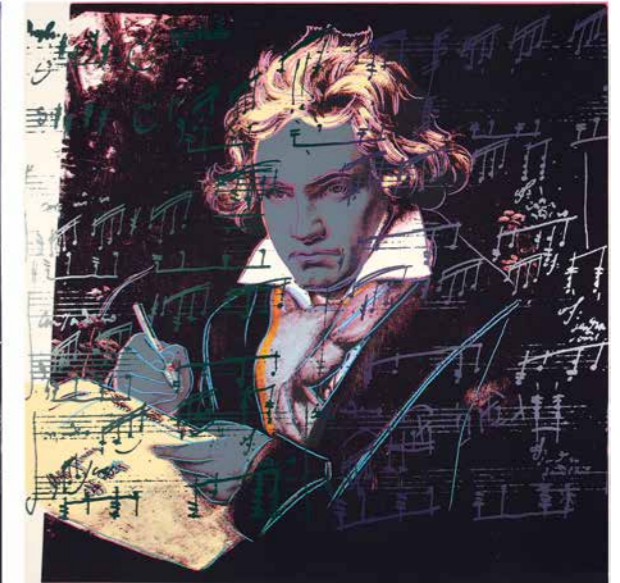
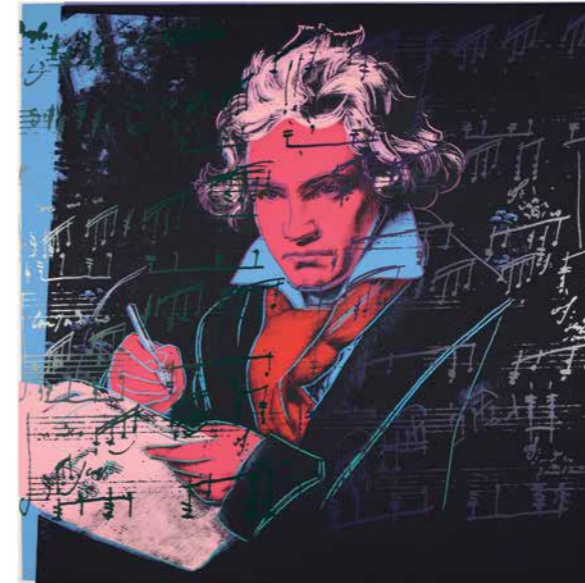
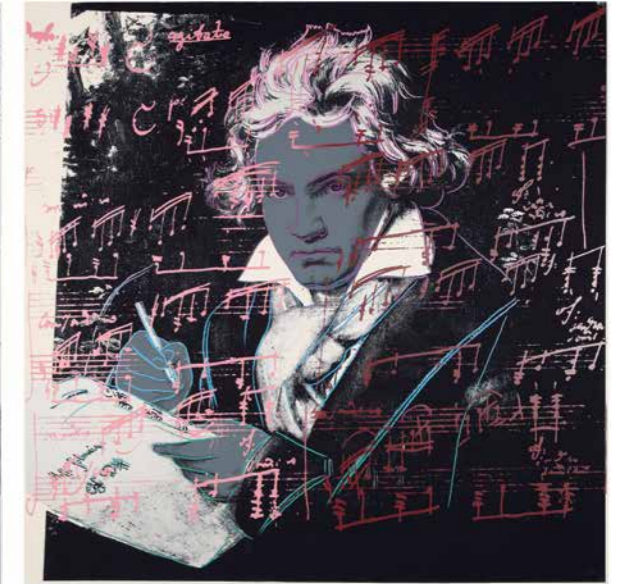
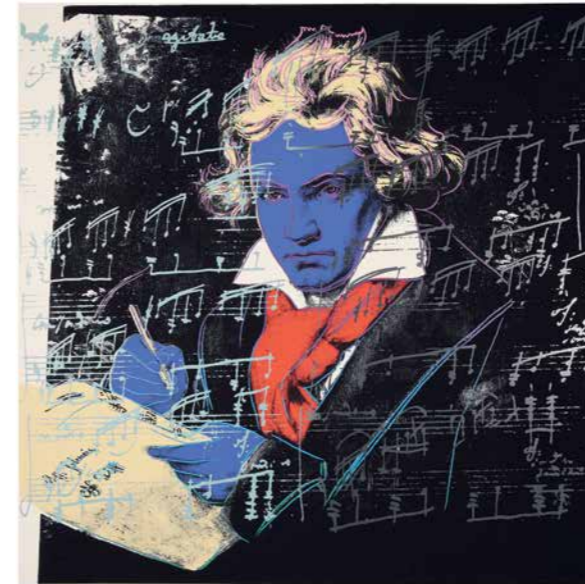
47. Andy Warhol, "Diamond Dust Shoes (black)" aus "Shoes",
Siebdruck in Schwarz mit Diamantstaub 1980, 102 x 151,5 cm,
sign., num., bez., Auflage 72 Exemplare,
Feldman/Schellmann II.256

[27113]



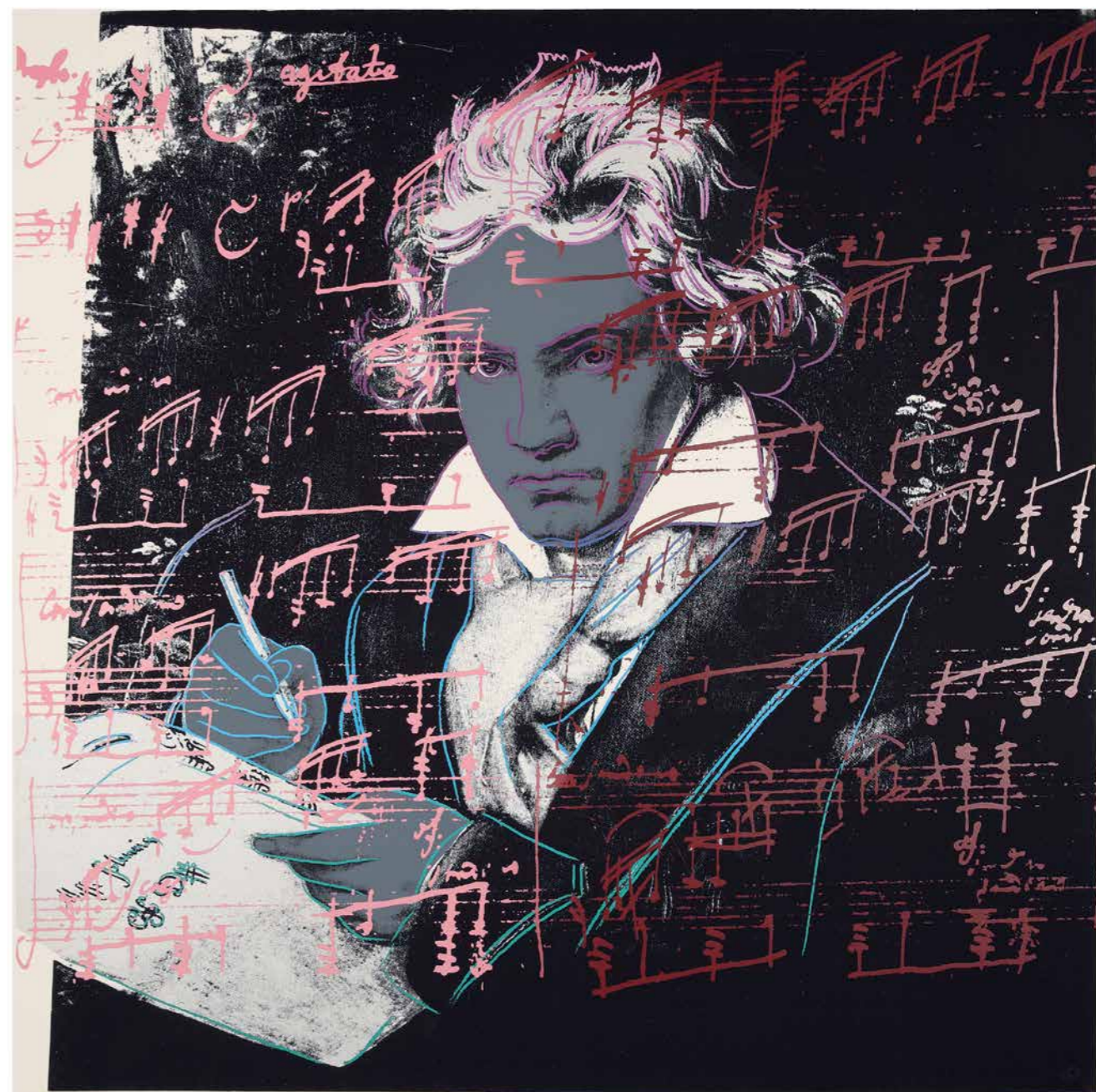
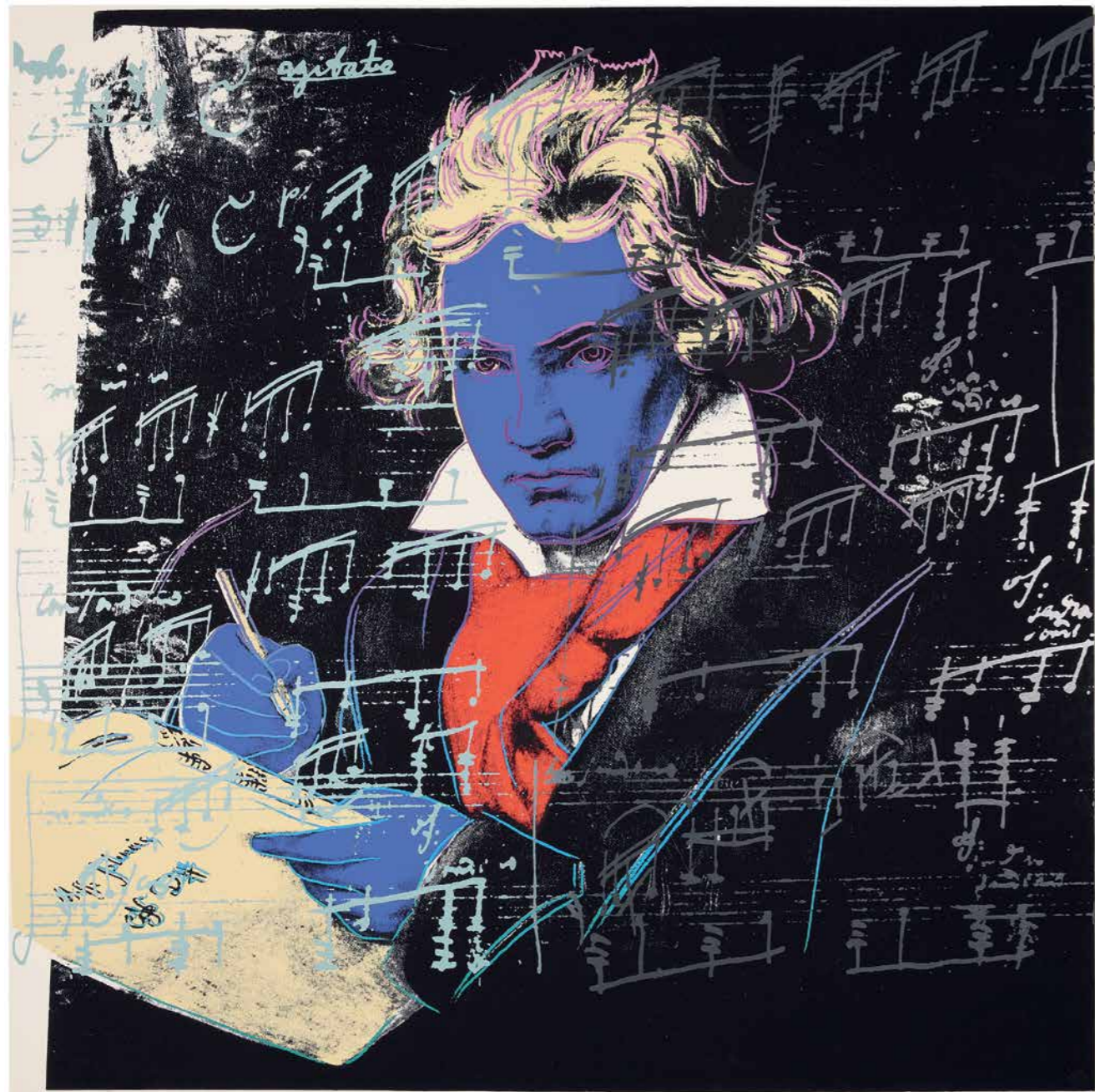
48. Andy Warhol, "Saint Apollonia", 4 Farbsiebdrucke (vollständiges Set) 1984,
76 x 56 cm, sign., num., Auflage 293 Exemplare, Feldman/Schellmann II.330 - II.333
[28403]

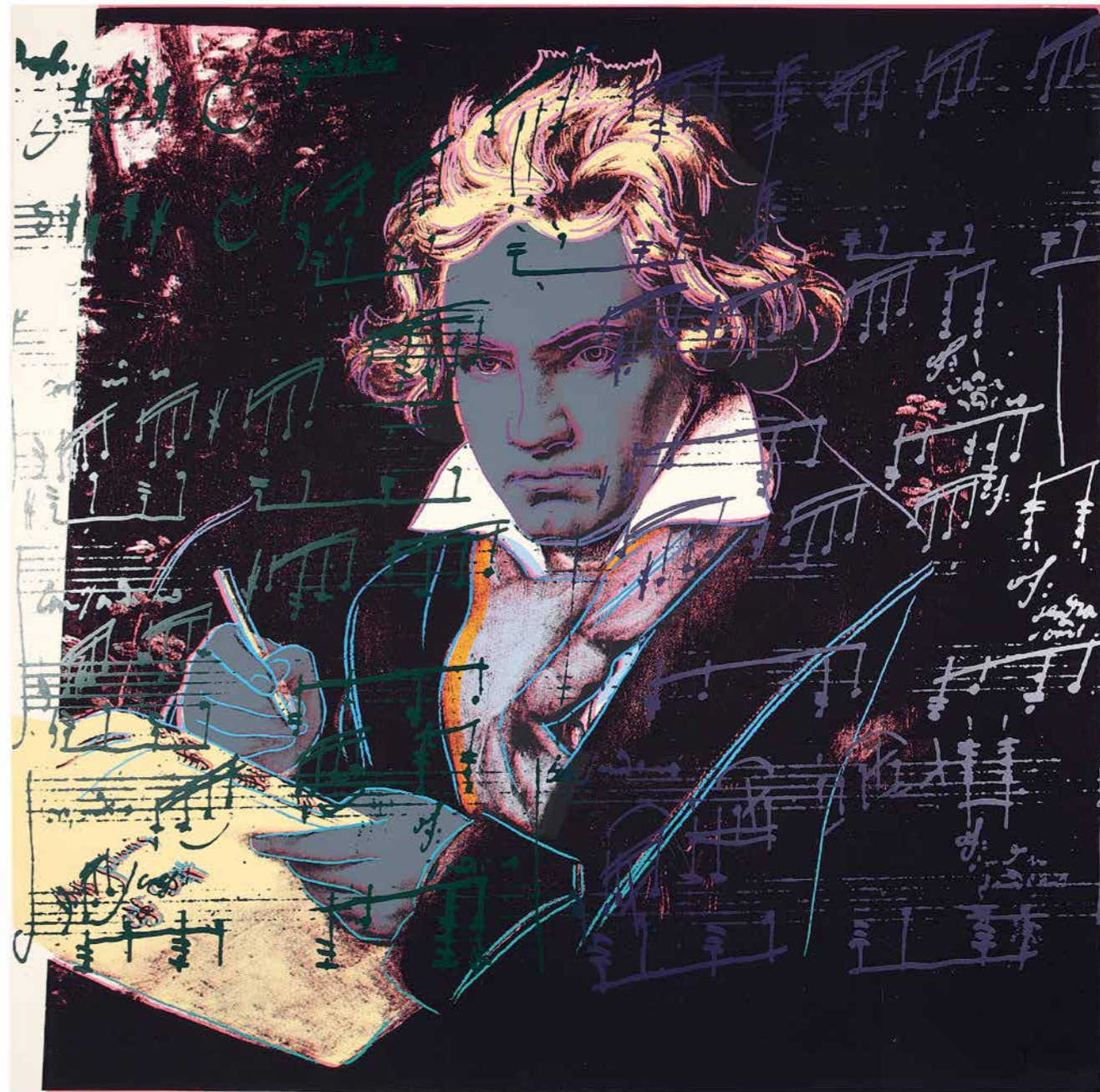
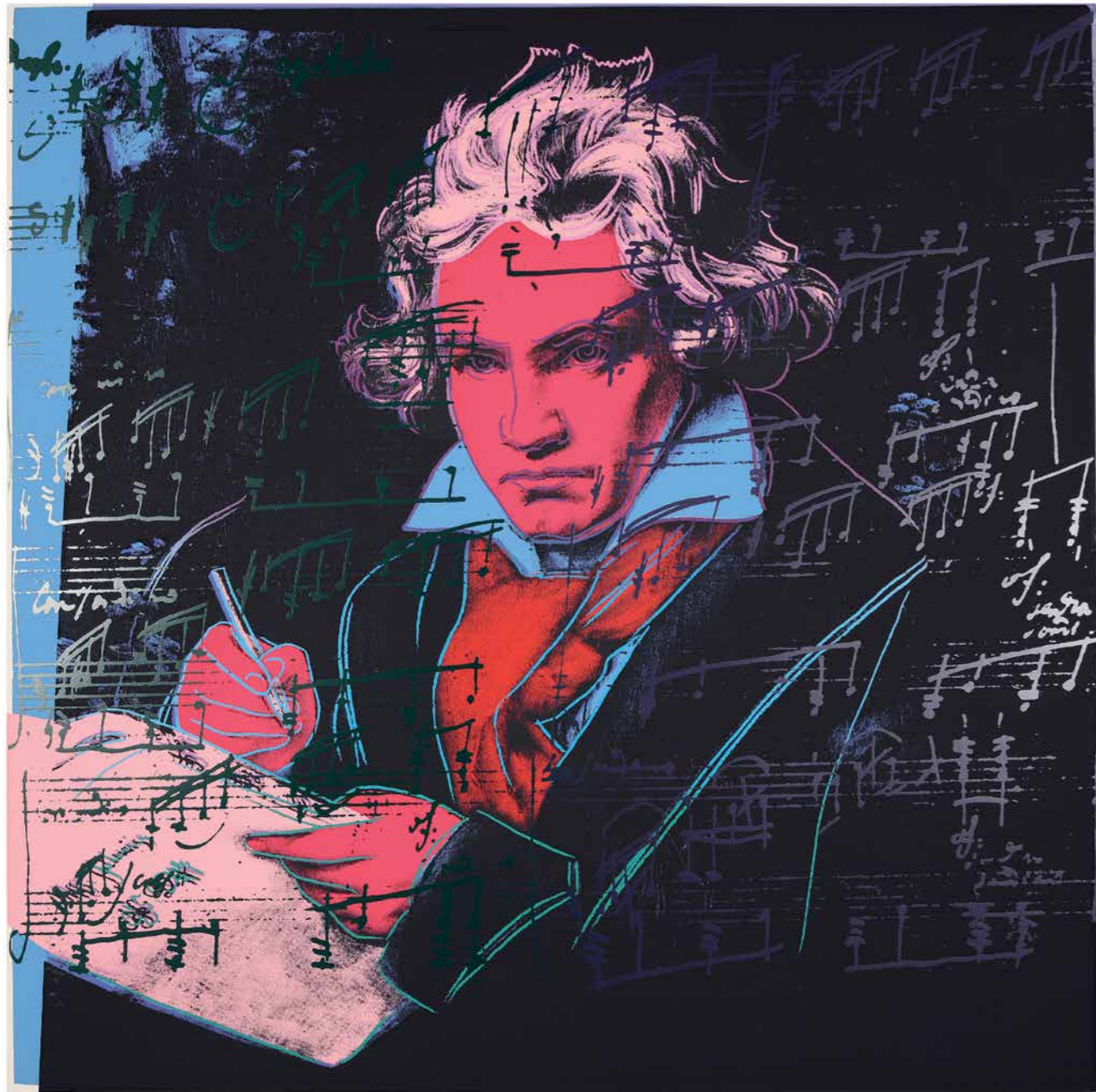
"The idea is not to live forever,
it is to create something that will."
Andy Warhol (8)



49. Andy Warhol, "Beethoven", 4 Farbsiebdrucke (vollständiges Set) 1987,
101,8 x 101,8 cm, num., Auflage 105 Exemplare, Feldman/Schellmann II.390 - II.393
[28008]

50. Andy Warhol, "Beethoven" Farbsiebdruck, Blatt aus der gleichnamigen Serie von vier Farbsiebdrucken 1987,
101,8 x 101,8 cm, num., Auflage 105 Exemplare, Feldman/Schellmann II.391
[28370]





"I want to stir up intensive,
explosive reactions in the viewers."
Tom Wesselmann (9)



51. Tom Wesselmann (Cincinnati 1931 - 2004 New York), "Monica Sitting Legs Spread",
Alkyd-Öl auf Stahl Cut-Out 1986/97, 26,7 x 27,9 cm, sign., num., Auflage 31 Exemplare, Registration number E23
[27939]



52. Tom Wesselmann, "Nude and Mirror", Siebdruck auf Museumskarton 1990,
147,3 x 167,6 cm, Abb. 116,8 x 122 cm, sign., num., Auflage 130 Exemplare, Registration number P9012
[27177]



53. Tom Wesselmann, "Claire Sitting with Robe Half Off (Vivienne)", Farbsiebdruck auf Museumskarton 1993,
154,9 x 121,9 cm, Abb. 129,5 x 96,5 cm, sign., num., bez., Auflage 120 Exemplare, Registration number P9329
[27171]

"There is no question that from the early on
there was the nude, the landscape etc.
It was the nude. I built my foundation on it."
Tom Wesselmann (10)



54. Tom Wesselmann, "Monica Nude with Cezanne", Farbsiebdruck auf Museumskarton 1994,
102,5 x 145,3 cm, sign., num., bez., Auflage 120 Exemplare, Registration number P9332

[28120]

Herausgeber, digitale Scans, Photographie der Exponate und Satz:
Thomas Weber, Galerie Boissérée

Katalogisierung der Exponate:
Dr. Antonia Talmann-Lindner, Galerie Boissérée
Sara Ficarra, Galerie Boissérée

Text und Auswahl der Zitate:
Dr. Antonia Talmann-Lindner, Galerie Boissérée

(1) Andy Warhol zit. nach: Interview with Gretchen Berg, in: The East Village Other, 1.11.1966. (2) David Hockney zit. nach: Kazanjian, Dodie, in: David Hockney ist jetzt 87, in: Vogue Germany, 10.04.2025. (3) Alex Katz zit. nach: Alex Katz: Portraits and Landscapes, Ausst. 22.3.2024-16.2.2025, Museum Brandhorst, München 2024. (4) Alex Katz zit. nach: Peiffer, Prudence: A seasoned eye: Alex Katz explains his idea of painting eternity, in: MoMa Magazine, 02.07.2024. (5) Alex Katz zit. nach: Welt am Sonntag, 3.11.2011. (6) Oral history interview with Roy Lichtenstein, 1963 November 15-1964 January 15. Archives of American Art, Smithsonian Institution. (7) Andy Warhol zit. nach: "Ich bin fast vollkommen leer, mir fällt nichts mehr ein.", in: Die Zeit, 24.08.2006. (8) Andy Warhol zit. nach: The Economic Times, 21.02.2026. (9) Tom Wesselmann zit. nach: Gardner, Paul: Tom Wesselmann, in: ARTnews, Vol. 81, No. 1, Januar 1982, S. 69. (10) Tom Wesselmann zit. nach: Škodlar Vuji, Živa: Talking about art: an interview with Mr. Tom Wesselmann, in: Visconti Fine Art Blog, März 2004. (11) Alex Katz zit. nach: Levin, Gail/Mosby, Dewey F.: Alex Katz, Picker Gallery (1984). (12) Alex Katz zit. nach: Coen, Vittoria/Liebmann, Lisa: Alex Katz, New York 1999. (13) Alex Katz zit. nach: Markhof Mautner, Marietta/Bauer, Gunhild: Gespräch mit Alex Katz in New York, 4.+7.12.2009, Archiv der Albertina Wien.

Farbkorrektur:
Anna Hähn, Koblenz – www.annahaehn.de

Druck und Herstellung:
inpuncto:asmuth druck + medien gmbh, Köln

ISBN 978-3-938907-90-0

© 2026 Galerie Boissérée, Keith Haring, Andy Warhol und VG BILD-KUNST, Bonn

GALERIE
BOISSERÉE

J. & W. BOISSERÉE GMBH · KÖLN SEIT 1838
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
MAG.RER.SOC.OEC. THOMAS WEBER
DRUSUSGASSE 7-11
D - 50667 KÖLN
TEL. +49-(0)2 21 - 2 57 85 19
FAX +49-(0)2 21 - 2 57 85 50
galerie@boisseree.com
www.boisseree.com



KATALOG – GALERIE BOISSERÉE

GALERIE BOISSERÉE – HIGHLIGHTS
– Katalog mit ausgewählten Werken
aus den Beständen der Galerie
312 Seiten, Euro 10, auch online:
www.boisseree.com



Wir laden Sie ein, unsere Homepage zu besuchen:
www.boisseree.com

Auf dieser informieren wir Sie umfassend über die aktuelle Ausstellung
und unsere geplanten Aktivitäten.

Neben der derzeitigen Ausstellung können Sie sich auch die vergangenen
mit nahezu allen bzw. zahlreichen ausgestellten Exponaten ansehen.
Den Bestand der Galerie bemühen wir uns, Ihnen relativ aktuell zu präsentieren.

Auf der Homepage besteht für Sie auch die Möglichkeit, sich in unsere
Newsgroup per E-Mail einzutragen. Wir werden Sie dann mit unserem
Newsletter vorab über kommende Ausstellungen und das Galerieprogramm
informieren.

Über den virtuellen Besuch unserer Galerieräume, aber insbesondere
über Ihren persönlichen Besuch freuen wir uns.





GALERIE

BOISSERÉE

J. & W. BOISSERÉE GMBH · KÖLN SEIT 1838
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
MAG. RER. SOC. OEC. THOMAS WEBER
DRUSUSGASSE 7-11
D-50667 KÖLN
TEL. +49-(0)221-2578519
FAX +49-(0)221-2578550
galerie@boisseree.com
www.boisseree.com