

# BANANENSPRAYER

THOMAS BAUMGÄRTEL  
2008 – 2018



WIENAND

# **BANANENSPRAYER**

**THOMAS BAUMGÄRTEL 2008 – 2018**

Herausgegeben von / edited by Meinrad Maria Grewenig

**WIENAND**



Abb. / fig.: 1

**Urschablone, 1986** / Ur-Stencil, 1986

(allererste Bananenschablone / the very first banana stencil)

Spraylack auf Kunststoff / spray paint on plastic, 42 × 44,3 cm

# DIE VERKNÜPFUNG VON POP ART- UND URBAN ART MIT ALTEN MEISTERN IN BAUMGÄRTELS ÜBERSPRÜHUNGEN

## THE LINKING OF POP ART AND URBAN ART WITH OLD MASTERS IN BAUMGÄRTEL'S OVERSPRAYED WORKS

### VALERI LALOV

In Thomas Baumgärtels Œuvre sticht, aus der Perspektive der Stilkunde betrachtet, ein Aspekt hervor: eine unverkennbare Verknüpfung von Pop Art und Urban Art mit altmeisterlicher Kunst. Unter dem Pseudonym „Bananensprayer“ zählt er zu jener Vorhut von Urban-Art-Künstlern, welche die Verbindung zu den Errungenschaften früherer Generationen von Künstlern aufrechterhalten. Dennoch ist gerade diese Pop Art und Urban Art mit altmeisterlicher Kunst verknüpfende Facette seines Schaffens in allgemeinen Untersuchungen zur jüngsten Kunstströmung kaum berücksichtigt, ebenso wenig wird ihre heutige Aktualität oder Banksys diesbezügliche Nachfolgerschaft thematisiert. Thomas Baumgärtels eigene Sicht auf die Stilrichtung der Urban Art erfolgt meist durch das Prisma der Pop Art. Bereits seine Bananen-Urschablone aus dem Jahr 1986 (Abb. 1) weist Ähnlichkeiten mit dem Werk eines der Hauptprotagonisten der Pop Art auf: Andy Warhols Entwurf einer Banane für die Hülle der Schallplatte *The Velvet Underground & Nico* und den später daraus entstandenen Siebdruck.<sup>1</sup> In der Folge wurde die Banane zu Thomas Baumgärtels Markenzeichen.<sup>2</sup>

Sie ist zugleich das Motiv, anhand dessen der Bananensprayer nahezu symbolträchtig mikrokosmisch die Wandlungsmöglichkeiten von Urban Art erprobte und sowohl verwandte Intentionen als auch wesentliche Unterschiede zu den Vorgängern der Pop Art beleuchtete. Unter seiner Hand entfaltete die Banane ihre Wirkung nicht nur als Schablonenwerk, sondern auch als Objekt für Installationen, manche davon in monumentaler Größe.<sup>3</sup> Dieses nur scheinbar plakative, sehr wandelbare Motiv liefert in Anlehnung an die Pop Art zahlreiche Bedeutungsebenen aus der Alltagskultur und der Welt des Konsums. Besonders in der Verbindung von Alltag und Kunst leistet der Bananensprayer seinen unverkennbaren Beitrag im Bereich der Urban Art.

Within Thomas Baumgärtel's oeuvre, one aspect stands out from the perspective of stylistics: a distinctive linking of Pop Art and urban art with old masters. Under the pseudonym 'Banana Sprayer', he belongs to the vanguard of urban artists who maintain a connection to the achievements of earlier generations of artists. Yet it is precisely this facet of his oeuvre, which links Pop Art and urban art with old masters, that is barely taken into account in general studies of the latest art movement, nor is its current relevance or Banksy's role as successor in this regard addressed. Thomas Baumgärtel's own view of the genre of urban art is generally filtered through the prism of Pop Art. His original banana stencil from 1986 (fig. 1) reveals similarities to the work of one of the main protagonists of Pop Art: Andy Warhol's image of a banana for the cover of the LP *The Velvet Underground & Nico* and the silkscreen print later derived from this.<sup>1</sup> The banana subsequently became Thomas Baumgärtel's trademark.<sup>2</sup>

At the same time, it is the motif by means of which the Banana Sprayer microcosmically tested the possibilities of urban art's transformation in an almost symbolic manner and shed light on both the related intentions and the essential differences to the predecessors of Pop Art. In his hands, the banana unfolded its effect not only as a stencil work, but also as an object for installations, some of them monumental in size.<sup>3</sup> This only ostensibly bold, highly mutable motif based on Pop Art provides numerous levels of meaning derived from everyday culture and the world of consumption.

It is especially in the combination of everyday life and art that the Banana Sprayer makes his unmistakable contribution in the field of urban art. The origins of urban art are often identified in graffiti in the USA from the 1960s and '70s. Accordingly, the

Die Anfänge der Urban Art werden oft bei den Graffiti aus den 1960er- und 1970er-Jahren in den USA ausgemacht. Dementsprechend befinden sich die Begrifflichkeiten „Graffiti“<sup>4</sup>, „Street Art“ und „Urban Art“ nach wie vor im theoretischen Diskurs.<sup>5</sup> Nachdem infolge einer großen Welle von Graffiti die Kunstrichtung aus den USA in ihrer hauptsächlich gestisch bis abstrakten, ambivalenten Haltung zwischen illegalen (unautorisierten) und legalen (beauftragten) Charakteristiken auf dem europäischen Kontinent angelangt war, galt es hierzulande, entweder die gestalterischen Methoden abzuwandeln oder aber die enormen inhärenten Möglichkeiten in Anlehnung an die Tradition der abendländischen Kunst auszuschöpfen und zu erweitern, bis hin zu einer Verschmelzung.

Am Anfang stand der künstlerische Protest unter dem Motto der Meinungsfreiheit. Während Harald Naegeli, bekannt als der „Sprayer von Zürich“, seit Ende der 1970er-Jahre mit seinen stark abstrahierten Strichmännchen und Figuren, aber auch Parolen und Botschaften den öffentlichen Raum als Plattform für seinen Protest gegen die Urbanisierung nutzte und sich noch den Intentionen und Ausdrucksweisen der US-amerikanischen Graffiti verpflichtet fühlte,<sup>6</sup> geschah in der französischen Hauptstadt etwas anderes. Der Pariser Künstler Xavier Prou begann im Jahr 1981 seine Karriere und zog es augenscheinlich vor, den urbanen Entwicklungen mehr zu huldigen, anstatt sich dagegen aufzulehnen.<sup>7</sup>

Bei der Suche nach der passenden Ausdrucksform griff Xavier Prou – im Gegensatz zu den schwer entzifferbaren Schriftzügen beim Graffiti-Writing – auf das Figurative zurück, um in Kommunikation mit Passanten in der großen Stadt zu treten.<sup>8</sup> Zunächst war es die Gestalt einer Ratte als vorgeprägter Code im allgemeinen Gedächtnis, als Sinnbild des Urbanen, durch die die künstlerischen Intentionen auf der Straße an die Betrachter transportiert werden sollten. Unter dem Pseudonym „Blek le Rat“ machte er bereits in den 1980er-Jahren redlich Schule<sup>9</sup> und arbeitet bis heute mit beherzogter Überzeugung: „Ich glaube nicht an den Maler, der behauptet, dieses oder jenes zu erfinden. So etwas gibt es nicht mehr. Das Wie macht den Unterschied.“<sup>10</sup> Diesbezüglich und im Rückblick auf die eigene Findungsphase betonte Blek le Rat eine ebenso tiefgreifende Beeinflussung durch Andy Warhol wie der Bananensprayer.<sup>11</sup>

Um Einbindung in eine kunsthistorische Traditionslinie durch die Verwertung bereits erschaffener Sinnbilder zu erlangen, um auf diesem Weg Innovatives hervorzubringen und um die Gefahr der Rückverfolgbarkeit bei unautorisierten Aktionen auf der Straße zu minimieren, musste zunächst der Strahl der Sprühdose für die figurativen Motive gebändigt werden – nämlich mittels der jahrtausendealten Methode des Schablonierens. Was man in Frankreich „Art du Pochoir“ oder kurz „Pochoir“<sup>12</sup> genannt hat, ist im Englischen heute besser als „Stencil Art“ und im Deutschen als „Schablonengraffiti“ bekannt. Die Pochoir-Bewegung breitete sich kontinuierlich international aus, in Deutschland besonders seit dem Jahr 1986 durch die Kunst des Bananensprayers. Viele der im heutigen Urban-Art-Milieu bekanntesten Pioniere gingen gerade anhand der Durchdringung von Kunst und Alltag im Sinne von Pop Art beziehungsweise Dada die Anbindung an die Errungenschaften früherer Generationen von Künstlern an. Neben der Ironisierung moderner und avantgardistischer Positionen durch postmoderne Zitatkunst griffen sie

terms ‘graffiti’<sup>4</sup>, ‘street art’ and ‘urban art’ are still being discussed on a theoretical level.<sup>5</sup> After a major inflow of graffiti had brought the artistic movement from the USA – with its mainly gestural to abstract, ambivalent attitude between illegal (unauthorized) and legal (commissioned) characteristics – to the European continent, it was necessary in Germany either to adapt the creative methods or to exhaust and expand the enormous inherent possibilities in accordance with the tradition of Western art, up to and including a conflation. In the beginning, artistic protest took place under the motto of freedom of expression. Whereas Harald Naegeli, known as the ‘Sprayer of Zurich’, had been using the public realm as a platform for his protest against urbanisation since the late 1970s with his strongly abstracted matchstick men and figures, but also slogans and messages, and still felt committed to the intentions and modes of expression of American graffiti,<sup>6</sup> something else happened in the French capital. The Parisian artist Xavier Prou began his career in 1981 and apparently preferred to pay homage to urban developments, rather than revolt against them.<sup>7</sup>

In his search for a suitable form of expression, Xavier Prou resorted to the figurative – in contrast to the lettering that is difficult to decipher in graffiti writing – in order to better communicate with passers-by in the big city.<sup>8</sup> At first, it was the figure of a rat as a pre-defined code in the collective memory, as a symbol of urbanity, through which the artistic intentions on the street were to be transported to the viewers. Under the pseudonym ‘Blek le Rat’, he already served as a role model in the 1980s<sup>9</sup> and continues to work today with courageous conviction: ‘I don’t believe in the painter who claims to invent this or that. There is no such thing anymore. The “how” is what makes the difference.’<sup>10</sup> In this respect and in retrospect to his own phase of discovery, Blek le Rat emphasised that Andy Warhol had just as profound an influence on him as he did on the Banana Sprayer.<sup>11</sup>

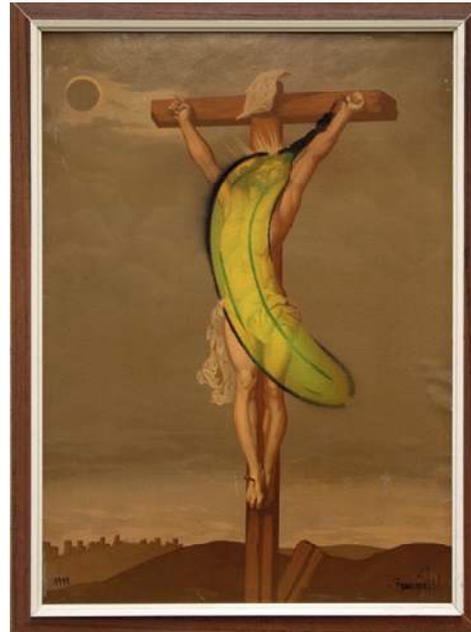
In order to become part of an art-historical tradition by exploiting already existing symbols, to produce innovations in this way and to minimize the danger of traceability in unauthorized actions on the street, the spray can’s jet first had to be tamed for the figurative motifs – namely by means of the millennia-old method of stencilling. What in France was called ‘L’art du pochoir’ – or ‘pochoir’<sup>12</sup> for short – is better known today in English as ‘stencil art’ and in German as ‘Schablonengraffiti’. The pochoir movement spread continuously internationally, in Germany especially since 1986 through the art of the Banana Sprayer. Many of the best-known pioneers in today’s urban art milieu approached a connection to the achievements of earlier generations of artists precisely through the penetration of art and everyday life in the sense of Pop Art or Dada. In addition to ironising modern and avant-garde positions through postmodern appropriation art, they also took up the subversion of communication structures and the Situationist discourse on signs.<sup>13</sup> Superficially, urban art is largely credited with ‘transferring’ high art from the White Cube to the street, as a reversal of the principle of Pop Art as it were. After the protagonists of Pop Art had made the commercial socially acceptable and the object of high art, urban artists now brought the old masters and their symbolism onto the street, thus not only making them accessible to everyone, but in this way also placing them in a completely new context bound to the present. The reloaded artworks reached more people from different social strata and received

Abb./ fig. 2:

**Kunst und Religion** / Art and Religion, 1989

Spraybanane auf Ölgemälde / sprayed banana on oil painting

48 x 35 cm, Privatsammlung / Private Collection



auch die Subversion von Kommunikationsstrukturen und den Zeichendiskurs der Situationisten auf.<sup>13</sup> Der Urban Art wird zu meist vordergründig das „Heraustragen“ der Hochkunst aus dem White Cube auf die Straße hoch angerechnet, gleichsam als eine Umkehrung des Prinzips der Pop Art. Nachdem deren Vertreter das Kommerzielle salonfähig und zum Gegenstand der Hochkunst gemacht hatten, brachten nun die Urban-Art-Künstler die alten Meister und ihre Symbolik auf die Straße, machten sie somit wiederum nicht nur jedermann zugänglich, sondern stellten sie auf diese Weise auch in einen völlig neuen, in die Gegenwart gebundenen Kontext. Die neu aufgelegten Kunstwerke erreichen mehr Menschen aus unterschiedlichen sozialen Schichten und bekommen durch die neu entstandenen Kontexte zusätzliche Konnotationen und Bedeutungsebenen – eine gesellschaftliche Bereicherung durch erneuerte alte Meister.<sup>14</sup>

Die Verwandtschaft zur Pop Art erreicht nahezu programmatische Ausmaße vor der Folie, dass gerade diejenigen Pioniere der Kunstströmung Urban Art wie der Bananensprayer und Blek le Rat ebenso wie die Protagonisten der jüngeren Generation, allen voran Banksy, die einen engen Bezug zur vorausgehenden Kunstrichtung aufweisen, heute einen enormen Bekanntheitsgrad genießen. Der ambivalente Umgang mit Konsum spielt bei ihnen eine zentrale Rolle. Vor ihnen erkannten zwar der Sozialwissenschaftler Hugo Martinez<sup>15</sup> und viele der Graffiti-Künstler der 1970er-Jahre, dass die Ausübung des Künstlerberufs von der Kommerzialisierung der eigenen Kunst abhängig ist, dennoch blieb der große Durchbruch der Vorgänger auf dem Kunstmarkt wegen der damaligen Positionierung ihrer Subkultur aus.<sup>16</sup> Deshalb eigneten sich die Nachfolgenerationen weitere Strategien der Vermarktung an.<sup>17</sup> Dabei wurden stets neue Konsum-beziehungsweise Kommerziaspekte angeschnitten und weitergedacht.

Im Zuge dieser künstlerischen Praktiken mit dem Ziel, sich Methoden und Strategien anzueignen, sie zu aktualisieren beziehungsweise zu erweitern, gelangte Thomas Baumgärtel Ende der 1980er-Jahre an einen weiteren kritischen Punkt gegenüber der Konsumgesellschaft. Die Arbeit *Kunst und Religion* (Abb. 2) gibt als erste Zeugnis von einem neuen Aspekt, von einer neu eingeschlagenen Richtung in Thomas Baumgärtels Œuvre, die Mitte der 1990er-Jahre zur Werkgruppe der Übersprühungen

additional connotations and levels of meaning through these newly created contexts – social enrichment through regenerated old masters.<sup>14</sup>

The kinship with Pop Art reaches almost programmatic proportions when one considers that especially those pioneers of urban art as a movement such as the Banana Sprayer and Blek le Rat, as well as the protagonists of the younger generation, above all Banksy, who have a close relationship to the preceding art movement, enjoy an enormous degree of popularity today. The ambivalent treatment of consumption plays a central role for them. Although, before them, the sociologist Hugo Martinez<sup>15</sup> and many of the graffiti artists of the 1970s had already recognised that exercising the profession of an artist depended on the commercialisation of their own art, the great breakthrough of their predecessors onto the art market failed to materialise due to the positioning of their subculture at the time.<sup>16</sup> For this reason, the following generations adopted additional marketing strategies.<sup>17</sup> In doing so, new aspects of consumption and commerce were always touched upon and developed further.

In the course of these artistic practices aimed at appropriating, updating or expanding methods and strategies, in the late 1980s Thomas Baumgärtel succeeded in reaching another critical point with regard to consumer society. The work *Kunst und Religion* (Art and Religion, fig. 2) is the first to give testimony to a new aspect, a new direction in Thomas Baumgärtel's oeuvre, which in the mid-1990s would lead to the group of oversprayed works – in a certain sense modifications of paintings from the private sphere: 'In 1994, I sprayed a banana for the first time over a reproduction of a typical mountain landscape, such as those which, in some cases, can still be found hanging over sofas in Bavarian households.'<sup>18</sup> Dorothee Baer-Bogenschütz described this overspraying of canvases by unknown artists as an awakening to new life, a kind of laconic fertilisation of the 'old masters' for new generations of viewers, and as 'diversification'.<sup>19</sup>

Following her example, let us now take a look at the mixed media work titled *Mc Donald's*, for which, in 2013, the banana sprayer converted a canvas from his own property. The transformation took place in the manner that had been increasingly practiced

führen sollte – gewissermaßen Modifizierungen von Gemälden aus Privatbeständen: „1994 habe ich erstmalig eine Reproduktion einer typischen Gebirgslandschaft, wie sie bayerische Haushalte zum Teil noch heute überm Sofa hängen haben, mit einer Banane übersprüht.“<sup>18</sup> Dorothee Baer-Bogenschütz bezeichnete dieses Übersprühen von Leinwänden unbekannter Künstler als ein Erwecken zu neuem Leben, als eine Art lakonische Fruchtbarmachung der „alten Meister“ für neue Generationen von Betrachtern und als „Diversifizieren“.<sup>19</sup>

Ihrem Beispiel folgend sei an dieser Stelle der Blick auf das Mixed-Media-Werk mit dem Titel *Mc Donald's* gerichtet, wofür der Bananensprayer 2013 eine Leinwand aus seinem Eigentum umfunktionierte. Die Umwandlung fand in der seit 1994 vermehrt praktizierten, bis heute noch andauernden Manier statt. Der Träger war also keine Blanko-Leinwand, sondern eine bereits bemalte. Der Urheber der ersten Bemalungsschicht blieb weitestgehend unbekannt, sozusagen ein alter Meister, der eigentlich keiner ist.<sup>20</sup>

Der Betrachter erkennt bei *Mc Donald's* sofort eine Berglandschaft – ob real oder ideal sei dahingestellt –, die im Stil der Weißhöhen alter Meister durch Thomas Baumgärtels Übersprühung um eine neue Dimension erweitert wurde. Im Vordergrund der Darstellung hat er den Buchstaben M angebracht, bestehend aus zwei stilisierten Bananen.

Dorothee Baer-Bogenschütz sieht im Vorgängerbild *Mc Donald Ranch* (Abb. 3) aus dem Jahr 2003 weit mehr als eine bloße Umdeutung oder „Anverwandlung“ des klassischen Motivs einer stimmungsvollen Gebirgslandschaft und deren Überführung ins Exotische durch die Bananen: „Die Banane befruchtet buchstäblich die Komposition.“<sup>21</sup> Dies lässt sich auch im jüngeren Bild feststellen. Es ist gewissermaßen eine Metamorphose, die in beiden Kunstwerken vollzogen wird. Der Buchstabe M erinnert zugleich stark an die Initiale jener Fast-Food-Kette, deren Bekanntheitsgrad trotz mancher Verfemung scheinbar keinen Abbruch erlitten hat. Handelt es sich in beiden Fällen um ein Loblied, um eine Ironisierung oder vielmehr um eine humoristische Aktualisierung des Gebirgsbilds? Überträgt das Logo eine vordergründig ironische Note auf beide Landschaften oder aber auf die Kunstwerke vor der Übersprühung, gar auf den Konsumenten selbst? Somit erschließt sich eine Kontextualisierung in viele Richtungen. Der Betrachter wird mit dem Satirischen und Antibürgerlichen unmittelbar konfrontiert. Die Anspielung auf die Initiale und der ironische Umgang, die Gleichzeitigkeit der Ungleichzeitigen, besonders die Überführung in die Jetztzeit veranlassen zu einer längeren Auseinandersetzung. Vorbildfunktion mag Marcel Duchamps *Ready-made L.H.O.O.Q.* (1919) zukommen, einer Reproduktion der *Mona Lisa*, von Duchamp mit Schnauzer und Bart ausgestattet,<sup>22</sup> sowie Francis Picabias Replik<sup>23</sup> darauf.<sup>24</sup>

Ein weiteres Vorbild der „bananigen“ Übersprühungen stellen die Werke des Situationisten Asger Jorn dar, der Ende der 1950er-Jahre Gemälde vom Flohmarkt in Teilen übermalte.<sup>25</sup> Hieran knüpfte der Bananensprayer an, indem er die unautorisierte Anbringung von Kunstwerken seiner Urban-Art-Mitstreiter weiterdachte und seine eigene Tätigkeit zumindest teilweise von den öffentlichen Plätzen ins Private verlagerte. Erschufen viele der Urban-Art-Künstler ausgehend von ihren Motivfindungen „für die Straße“ bekanntlich auch Kunstwerke auf unterschiedlichen Trägern für den privaten Gebrauch, schien es genauso für

Abb./ fig. 3:

**Mc Donald Ranch**, 2003

Spraylack auf Ölbild, spray paint on oil painting, 54 x 66 cm, WVZ-Nr. / cat. rais. no. 858  
Privatsammlung / Private Collection



since 1994 and still continues to this day. The painting support was therefore not a blank canvas, but one that had already been painted. The author of the first layer of painting remained largely unknown, an old master, so to speak, who is actually not a master at all.<sup>20</sup>

In *Mc Donald's*, the viewer immediately recognises a mountain landscape – whether real or ideal is beside the point – which has been extended by a new dimension through Thomas Baumgärtel's overspraying in the style of the white elevations of the old masters. In the foreground of the image, he has applied the letter M, consisting of two stylised bananas.

Dorothee Baer-Bogenschütz sees much more in the predecessor to this work, *Mc Donald Ranch* (2003, fig. 3), than a mere reinterpretation or 'adaptation' of the classical motif of an atmospheric mountain landscape and its transfer into the exotic through the bananas: 'The banana literally fertilises the composition.'<sup>21</sup> This can also be said of the more recent picture. One could say that both artworks were subjected to a metamorphosis. At the same time, the letter M strongly recalls the initial of the fast-food chain, the degree of popularity of which has apparently not declined, despite occasional condemnation. Is it in both cases a hymn of praise, an irony, or rather a humorous updating of the mountain image? Does the logo transfer a superficially ironic note to both landscapes or to the artworks before being oversprayed, even to the consumer himself? A contextualisation is thus developed in numerous directions. The viewer is directly confronted with the satirical and the anti-bourgeois. The allusion to the initial and the ironic treatment, the simultaneity of the non-simultaneous, and especially the transfer into the present time cause one to contemplate the image that much longer. Marcel Duchamp's *Ready-made L.H.O.O.Q.* (1919), a reproduction of the *Mona Lisa*, embellished by Duchamp with moustache and beard,<sup>22</sup> and Francis Picabia's replica of this,<sup>23</sup> may serve here as a role model.<sup>24</sup>

Another predecessor of the 'banana' overspraying are the works of the situationist Asger Jorn, who, in the late 1950s, partially overpainted pictures purchased at a flea market.<sup>25</sup> The banana sprayer took up this theme by further developing the unauthorised installation of works of art by his urban art col-

Baumgärtel der nächste logische Schritt im Sinne der Urban Art zu sein, Kunstobjekte aus Privatbeständen zu übersprühen. Ebenjenes Ergebnis stellt die oben thematisierte Verknüpfung mit den Errungenschaften früherer Generationen von Künstlern dar, die Verbindung zwischen alten Meistern, Pop Art und Urban Art, wie sie im Werk des Bananensprayers zutage tritt.

In seinem Akt der Appropriation, so Dorothee Baer-Bogenschütz, überführt Thomas Baumgärtel das bereits Abgelegte, auf Flohmärkten oder in Trödeläden Erstandene in die herrschende Alltagskultur und macht es für den aktuellen Diskurs verfügbar.<sup>26</sup> An diesem Knotenpunkt wird im Sinne der Dadaisten und Situationisten dekonstruiert und neu angeordnet,<sup>27</sup> hier werden die performativen Strategien der Avantgardegruppen übernommen, der Ware vom Flohmarkt ein „Mehrwert“ verliehen, die postulierte Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen betont und in die Jetztzeit eingebunden,<sup>28</sup> gar an einen dezidiert urbanen Kontext angeknüpft. Es entstehen neue Zusammenhänge, neue Bilder, neue Sehweisen.<sup>29</sup>

Diese bildgestalterische Manier der Verknüpfung von Pop Art und Urban Art mit alten Meistern, die Thomas Baumgärtel seit Mitte der 1990er-Jahre praktiziert, inspirierte die jüngeren Generationen von Sprayern, darunter auch Banksy, zu vielen stilistisch ähnlichen Kunstwerken. Der heutige britische Superstar der Urban Art begann 2001 eine Werkgruppe, die unter mehreren Namen, besonders aber unter *Crude Oils*<sup>30</sup> bekannt ist. 17 Jahre später, am 7. März 2018, hatte er damit schon so viel Aufmerksamkeit erlangt, dass sein Bild *Bacchus at the Seaside* (2009)<sup>31</sup> für den sagenhaften Betrag von 669 000 Pfund Sterling versteigert wurde.

Als eine mögliche Erklärung dafür kann die Beobachtung von Ulrich Blanché herangezogen werden, dass bei Banksys *Crude Oils* im Gegensatz zu Duchamps und Jorns Werken formal wie inhaltlich oft eine humoristische Verbesserung in Form einer inhaltlichen Aktualisierung dieser Bilder, nicht deren rein ikonoklastische Ironisierung oder Zerstörung im Vordergrund stünde.<sup>32</sup> Trifft dies zu, so richtet sich der Blick auf sein womöglich direktes Vorbild – den Bananensprayer. Dieses Beispiel dient als Beleg für die Aktualität und Beliebtheit des Baumgärtel'schen „bananigen“ Facettierens der alten Meister im Sinne von Pop Art beziehungsweise Urban Art.

Die knappe Gegenüberstellung von Baumgärtels Umwandlungen mit denen von Duchamp, Picabia, Warhol, Jorn und Banksy haben zugleich die These von Baer-Bogenschütz bestätigt, dass „Bananisierung“ nicht gleichzusetzen ist mit Banalisierung.<sup>33</sup> An *Mc Donald's* wird umso deutlicher, dass es nicht nur handwerkliche Leistung und kreative Motivfindung sind, die ein Werk zur Hochkunst erheben. Vielmehr macht die Anknüpfung an den Zeitgeist widerspiegelnde, aktuelle gesellschaftliche Entwicklungsprozesse den besonderen Reiz aus, sich mit der künstlerischen Intention intensiver auseinanderzusetzen. Die der Pop Art nahestehenden Urban-Art-Pioniere und -Protagonisten aus der jüngeren Generation lassen eine enorme Bandbreite an Positionen beziehungsweise Intentionen sogar innerhalb der einzelnen Strömung erkennen. Sie geben in ihrer individuellen Sprache pointiert, aber auch empathisch, die Phänomene unserer Zeit wieder und weisen in die Zukunft, üben soziale Kritik, brechen, bilden und erneuern Meinungen.

leagues and shifting at least some of his own activities from the public realm to the private sphere. Just as many urban artists also created artworks on various supports for private use based on their motifs 'for the street', it also seemed for Baumgärtel to be the next logical step in the spirit of urban art to spray art objects in private hands. The same result is represented by the above-mentioned connection with the achievements of earlier generations of artists, namely the link between old masters, Pop Art and urban art, as revealed in the work of the Banana Sprayer.

According to Dorothee Baer-Bogenschütz, in his act of appropriation, Thomas Baumgärtel transfers what has already been discarded, things acquired at flea markets or antique shops, into the prevailing everyday culture, thus making it available for contemporary discourse.<sup>26</sup> At this nodal point, things are deconstructed and reassembled in the spirit of the Dadaists and Situationists.<sup>27</sup> Here, the performative strategies of the avant-garde groups is adapted; the merchandise acquired at the flea market is given 'added value', emphasising the postulated simultaneity of the non-simultaneous and integrating it into the present,<sup>28</sup> indeed even linking it to a decidedly urban context. The result is new contexts, new images, new ways of seeing.<sup>29</sup>

This pictorial strategy of combining Pop Art and urban art with old masters, which Thomas Baumgärtel has been practicing since the mid-1990s, inspired a younger generation of sprayers, including Banksy, to create many stylistically similar works of art. The superstar of contemporary British urban art began a group of works in 2001 that is known by several names, most notably *Crude Oils*.<sup>30</sup> Seventeen years later, on 7 March 2018, he had already attracted so much attention that his painting *Bacchus at the Seaside* (2009)<sup>31</sup> was auctioned for the whopping sum of 669,000 pounds sterling.

One possible explanation for this is Ulrich Blanché's observation that, in Banksy's *Crude Oils*, in contrast to the works of Duchamp and Jorn, a humorous improvement in the form of an updating of the content of these images, rather than their purely iconoclastic ironisation or destruction, is often in the foreground, both formally and thematically.<sup>32</sup> If this is the case, attention must be drawn to what was possibly his direct role model: the Banana Sprayer. This example serves as proof of the topicality and popularity of the Baumgärtel'sque 'bananised' faceting of the old masters in the spirit of Pop Art or urban art. At the same time, the brief comparison of Baumgärtel's transformations with those of Duchamp, Picabia, Warhol, Jorn and Banksy confirm Baer-Bogenschütz's thesis that 'bananisation' is not to be equated with banalisation.<sup>33</sup> *Mc Donald's* demonstrates all the more clearly that it is not only craftsmanship and a creative motif that elevate a work to the status of high art. It is rather the connection to current social development processes which reflect the spirit of the times that makes it so appealing to delve more intensively into the artist's intention. The urban art pioneers and protagonists of the younger generation, both of whom are close to Pop Art, reveal an enormous range of positions and intentions, even within the individual currents. In their individual language, they reflect the phenomena of our time both trenchantly and empathically, pointing to the future, exercising social criticism, and breaking, forming and renewing opinions.

- 1 Siehe Feldman, Frayda/Schellmann, Jörg: *Andy Warhol Prints. A Catalogue Raisonné 1962–1987*, 4. Aufl. überarbeitet und erweitert von Frayda Feldman and Claudia Defendi, New York 2003, S. 61, Abb. II.10.
- 2 Die erste intensive Auseinandersetzung mit der Banane als Motiv seiner Kunst datiert ins Jahr 1983, als Thomas Baumgärtel während der Zivildienstzeit im katholischen Krankenhaus in Rheinberg eine Bananenschale „kreuzigte“, siehe hierzu „Aktionen“ auf der Internetseite <<http://www.bananensprayer.de/pages/index.html>> [14.2.2019].
- 3 Vgl. den beachtlichen Querschnitt durch das Œuvre des Bananensprayers in: Thomas Baumgärtel 1997–2007, Ausst.-Kat. Leopold-Hoesch-Museum, Düren, u. a. 2007–09, Heidelberg 2007.
- 4 Eine deutschsprachige Aufarbeitung des Begriffs „Graffiti“ im Kontext von Urban Art liefert Blanché, Ulrich: *Something to s(pr)ay: Der Street Artist Banksy. Eine kunstwissenschaftliche Untersuchung*, Marburg 2010, S. 17–24.
- 5 Zur Begriffsdiskussion siehe u. a. Reinecke, Julia: *Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*, Bielefeld 2007, S. 13–17, und Blanché 2010 (wie Anm. 4), S. 13–45.
- 6 Vgl. Treeck, Bernhard van: *Das große Graffiti-Lexikon, stark erweiterte Neuauflage*, Berlin 2001, S. 282–284 und S. 358–360.
- 7 Vgl. w, Valeri: „Blek le Rat signiert sich zum Pionier der Urban Art“, in: Karnatz, Sebastian/ Kirchberger, Nico: *Signatur und Selbstbild. Die Rolle des Künstlers vom Mittelalter bis in die Gegenwart*, Berlin 2019, S. 30–39 (in Vorbereitung).
- 8 Siehe Hinrichs, Susanne: *Street Art: Von der Straße in die Galerie. Die Etablierung der Street Art am Beispiel der Arbeiten von Banksy*, Saarbrücken 2015, S. 15; Seno, Ethel: „Abstrakte Botschaften“, in: Dies. (Hrsg.): *Trespass. Die Geschichte der urbanen Kunst*, Köln 2010, S. 256–279, hier: S. 258; Blanché 2010 (wie Anm. 4).
- 9 Vgl. Ambroise-Rendu, Marc: „L'école de Blek le Rat. Les murs de Paris et l'art du pochoir“, in: *Le Monde*, 7.11.1986.
- 10 Zit. nach McGregor, Ken: *Blek le Rat*, Melbourne 2017, S. 62.
- 11 McGregor 2017 (wie Anm. 10), S. 69.
- 12 Zur Pochoir-Thematik siehe insbesondere Metz-Prou, Sybille/Treeck, Bernhard van: *Pochoir. Die Kunst des Schablonen-Graffiti*, Berlin 2000.
- 13 Vgl. Hinrichs 2015 (wie Anm. 8), S. 20/21.
- 14 Lorenz, Annika: „Verboten ist verboten!“ *Kunsthistorische Perspektiven auf Street Art*“, in: Klitzke, Katrin/Schmidt, Christian (Hrsg.): *Street Art. Legenden zur Straße*, Berlin 2009, S. 34–51, hier: S. 45.
- 15 Vgl. Reinecke 2007 (wie Anm. 5), S. 26/30. Siehe hierzu Hinrichs 2015 (wie Anm. 8), S. 11–14.
- 16 Siehe u. a. zu der Strategie der Imagebildung Claß, Jörg-Steffen: *Von der Subkultur zur Kulturindustrie. Aneignungsstrategien der Postmoderne*, Stuttgart 2006, S. 11, sowie Rühse, Viola: *Kritische Urban Art und ihre Vereinnahmung im heutigen Kunstbetrieb* (unter besonderer Berücksichtigung von Banksy).
- 17 Siehe dazu u. a. Claß 2006 (wie Anm. 16), S. 11, sowie Hinrichs 2015 (wie Anm. 8), S. 2/3.
- 18 Zit. nach Baer-Bogenschütz, Dorothee: „Übersprühungen“, in: Thomas Baumgärtel. *Übersprühungen*, Ausst.-Kat. Galerie Brunnhofer, Linz 2003, S. 2–5, hier: S. 3
- 19 Ebd., S. 2.
- 20 Ebd.
- 21 Ebd., S. 3.
- 22 L.H.O.O.Q., 1919, bearbeitetes Readymade, Bleistift auf Kunstpostkarte, 19,7 × 12,4 cm, Privatsammlung, Paris; siehe insbesondere Daniels, Dieter: *Duchamp und die anderen. Der Modellfall einer künstlerischen Wirkungsgeschichte in der Moderne*, Köln 1992, S. 186.
- 23 Ebd. Picabia bezeichnete seine Reproduktion als „Dada-Bild von Marcel Duchamp“ und zeigte sie auf dem Titel seiner Zeitschrift 391 im März 1920. Da ihm Duchamps Readymade allerdings nicht vorlag, vergaß er, neben dem Schnauzer auch den Spitzbart auf seiner Replik hinzuzufügen.
- 24 Siehe Baer-Bogenschütz 2003 (wie Anm. 18), S. 4.
- 25 Vgl. Klein, Naomi: *No Logo. Taking Aim at the Brand Bullies*, London 2001, S. 283.
- 26 Vgl. Baer-Bogenschütz 2003 (wie Anm. 18), S. 2.
- 27 Vgl. Lorenz 2009 (wie Anm. 14), S. 45/46.
- 28 Vgl. Baer-Bogenschütz 2003 (wie Anm. 18), S. 4/5.
- 29 Vgl. Hinrichs 2015 (wie Anm. 8), S. 20/21.
- 30 Vgl. Blanché, Ulrich: *Konsumkunst. Kultur und Kommerz bei Banksy und Damien Hirst*, Bielefeld 2012, besonders S. 109–112.
- 31 Siehe <<http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2018/contemporary-art-evening-auction-118020/lot.54.html>> [29.1.2019].
- 32 Vgl. Blanché 2012 (wie Anm. 30), S. 112.
- 33 Vgl. Baer-Bogenschütz 2003 (wie Anm. 18), S. 5.
- 1 *Frayda Feldman and Jörg Schellmann, Andy Warhol Prints. A Catalogue Raisonné 1962–1987, fourth edition revised and expanded by Frayda Feldman and Claudia Defendi* (New York 2003), p. 61, fig. II.10.
- 2 *The first intensive preoccupation with the banana as a motif of his art dates back to 1983, when Thomas Baumgärtel 'crucified' a banana peel during his time as an alternative service worker in the Catholic hospital in Rheinberg: 'Actions' on the artist's website <http://www.bananensprayer.de/pages/index.html> [last accessed on 20 February 2019].*
- 3 *See the considerable cross section through the Banana Sprayer's oeuvre in: Thomas Baumgärtel 1997–2007, exhib. cat. Leopold-Hoesch-Museum, Düren et al. 2007–09 (Heidelberg 2007).*
- 4 *A German-language reappraisal of the term 'graffiti' in the context of urban art is provided in: Ulrich Blanché, Something to s(pr)ay: Der Street Artist Banksy. Eine kunstwissenschaftliche Untersuchung (Marburg 2010), pp. 17–24.*
- 5 *For more on the discussion of the term, among others: Julia Reinecke, Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz (Bielefeld 2007), pp. 13–17; and Blanché 2010 (see note 4), pp. 13–45.*
- 6 *Bernhard van Treeck, Das große Graffiti-Lexikon, greatly expanded new edition (Berlin 2001), pp. 282–4, 358–60.*
- 7 *Valeri WWW, 'Blek le Rat signiert sich zum Pionier der Urban Art', in: Sebastian Karnatz and Nico Kirchberger, Signatur und Selbstbild. Die Rolle des Künstlers vom Mittelalter bis in die Gegenwart (Berlin 2019), pp. 30–9 (publication pending).*
- 8 *Susanne Hinrichs, Street Art: Von der Straße in die Galerie. Die Etablierung der Street Art am Beispiel der Arbeiten von Banksy (Saarbrücken 2015), p. 15; Ethel Seno, 'Abstrakte Botschaften', in: idem. (ed.), Trespass. Die Geschichte der urbanen Kunst (Cologne 2010), pp. 256–79, here p. 258; Blanché 2010 (see note 4), p. 26.*
- 9 *Marc Ambroise-Rendu, 'L'école de Blek le Rat. Les murs de Paris et l'art du pochoir', in: Le Monde, 7 November 1986.*
- 10 *Quoted in: Ken McGregor, Blek le Rat (Melbourne 2017), p. 62 [translated].*
- 11 *McGregor 2017 (see note 10), p. 69 [translated].*
- 12 *For more on the topic of the pochoir, see especially: Sybille Metz-Prou and Bernhard van Treeck, Pochoir. Die Kunst des Schablonen-Graffiti (Berlin 2000).*
- 13 *Hinrichs 2015 (see note 8), pp. 20f.*
- 14 *Annika Lorenz, "Verboten ist verboten!" Kunsthistorische Perspektiven auf Street Art', in: Katrin Klitzke and Christian Schmidt (eds.), Street Art. Legenden zur Straße (Berlin 2009), pp. 34–51, here p. 45.*
- 15 *See: Reinecke 2007 (see note 5), pp. 26f. See: Hinrichs 2015 (see note 8), pp. 11–14.*
- 16 *Jörg-Steffen Claß, Von der Subkultur zur Kulturindustrie. Aneignungsstrategien der Postmoderne (Stuttgart 2006), p. 11; and Viola Rühse, Kritische Urban Art und ihre Vereinnahmung im heutigen Kunstbetrieb (unter besonderer Berücksichtigung von Banksy).*
- 17 *See, among others: Claß 2006 (see note 16), p. 11; and Hinrichs 2015 (see note 8), pp. 2f.*
- 18 *Quoted in: Dorothee Baer-Bogenschütz, 'Übersprühungen', in: Thomas Baumgärtel. Übersprühungen, exhib. cat. Galerie Brunnhofer, Linz, 2003, pp. 2–5, here p. 3.*
- 19 *Ibid., p. 2.*
- 20 *Ibid.*
- 21 *Ibid., p. 3.*
- 22 *L.H.O.O.Q., 1919, modified readymade, pencil on art postcard, 19.7 × 12.4 cm, Private Collection, Paris; see especially: Dieter Daniels, Duchamp und die anderen. Der Modellfall einer künstlerischen Wirkungsgeschichte in der Moderne (Cologne 1992), p. 186.*
- 23 *Ibid. Picabia described his reproduction as a 'Dada image of Marcel Duchamp' and illustrated it on the cover of his magazine 391 in March 1920. Since he did not have Duchamp's readymade in front of him, however, in his replica, he forgot to add the goatee.*
- 24 *See: Baer-Bogenschütz 2003 (see note 18), p. 4.*
- 25 *See: Naomi Klein, No Logo. Taking Aim at the Brand Bullies (London 2001), p. 283.*
- 26 *Baer-Bogenschütz 2003 (see note 18), p. 2.*
- 27 *Lorenz 2009 (see note 14), pp. 45f.*
- 28 *Baer-Bogenschütz 2003 (see note 18), pp. 4f.*
- 29 *Hinrichs 2015 (see note 8), pp. 20f.*
- 30 *Ulrich Blanché, Konsumkunst. Kultur und Kommerz bei Banksy und Damien Hirst (Bielefeld 2012), in particular pp. 109–112.*
- 31 *<http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2018/contemporary-art-evening-auction-118020/lot.54.html> (last accessed on 25 February 19).*
- 32 *Blanché 2012 (see note 30), p. 112.*
- 33 *Baer-Bogenschütz 2003 (see note 18), p. 5.*

