

HELMUT NEWTON STIFTUNG

PRESEMITTEILUNG

HELMUT NEWTON. BRANDS

Pressevorbesichtigung: Freitag, 2. Dezember 2022, 10.00 + 11.30 Uhr

Eröffnung: Freitag, 2. Dezember 2022, 19 Uhr

Laufzeit: 3. Dezember 2022 – 14. Mai 2023



Helmut Newton, Monica Bellucci, Blumarine, Nice 1993, © Helmut Newton Foundation | Helmut Newton, Paul Picot Watches, Monte Carlo 1992, © Helmut Newton Foundation

Am **2. Dezember 2022** eröffnet die Berliner **Helmut Newton Stiftung** ihre neue Ausstellung „**HELMUT NEWTON. BRANDS**“; diese vereint über 200 Fotografien, darunter viele unbekannte Motive aus Newtons Kooperationen mit international renommierten Marken wie Swarovski, Saint Laurent, Wolford, Blumarine oder Lavazza. Der Fotograf unterschied kompositorisch und stilistisch nicht zwischen dem Zeitschrifteneditorial und den unmittelbaren Aufträgen solcher Kunden, vermittelt häufig über Werbeagenturen. Selbstironisch nannte er sich „A Gun for Hire“ – und so hieß auch die posthume Ausstellung seiner kommerziellen Fotografie, die 2005 zunächst im Grimaldi-Forum in Monaco und anschließend in seiner Berliner Stiftung zu sehen war.

Die aktuelle Präsentation knüpft an „A Gun for Hire“ an und präsentiert Newtons Aufnahmen, die vor allem in den 1980er- und 90er-Jahren für zahlungskräftige Werbeagenturen und Industriekunden entstanden sind, und zwar meist in und um Monaco. In den vorderen drei Ausstellungsräumen begegnen uns Modebilder im Luxussegment, beispielsweise Newtons Versionen der damals aktuellen Mode von **Yves Saint Laurent**, Haute Couture oder Prêt-à-porter-Entwürfe. Seine fotografischen Inszenierungen sind von Saison zu Saison so unterschiedlich und individuell wie die Damenbekleidung selbst; jenseits aller Realitätsbezüge entführen sie uns zuweilen in ferne gedankliche und exotische Sphären.

Daneben werden Newtons Auftragsarbeiten für **Wolford** ausgestellt, die 1993 und 1994 als Kalender für exklusive Kunden publiziert wurden. Genutzt wurden diese Fotografien auch für Strumpfhosenverpackungen wie für riesige Formate auf Billboards, Linienbussen und Hausfassaden. Die Frauen in den Strumpfhosen und enganliegenden Bodys werden so mitunter zu Giganten im öffentlichen Raum. Weiterhin finden sich in den ersten drei Räumen der Ausstellung Werbebilder unterschiedlicher Designer für die amerikanische Luxuskaufhauskette **Neiman Marcus** sowie Beispiele aus Newtons langjähriger, enger Zusammenarbeit mit Anna Molinari und deren Label **Blumarine**, unter anderem mit den Modellen Monica Bellucci, Carla Bruni oder Carré Otis, realisiert in Nizza und Monaco 1993 und 1994.

Für all diese Werbekampagnen gilt gleichermaßen: Bekannt wurden immer nur einige wenige ausgewählte Motive, die Newton zu Lebzeiten in seine Ausstellungen und Bücher integrierte. **HELMUT NEWTON. BRANDS** bietet erstmals die Möglichkeit, innerhalb einer Ausstellung die gesamten Bildserien zu sehen.

Im Hauptraum der Helmut Newton Stiftung sind weitere „neue“ Bildmotive zu entdecken: Aufnahmen, die Newton für die Tabakwarenfirma **Philip Morris** und **Dannemann**, für den Turiner Kaffeeröster **Lavazza**, den italienischen Winzer **Ca' del Bosco** oder den österreichischen Heimwerkermarkt **Bauwelt** herstellte. Auch diese Motive fotografierte er in den 1980er- und 90er-Jahren, jeweils sehr individuell, an der Marke und ihren Angeboten orientiert und doch im „klassischen“ Newton-Stil.

Ergänzt wird die Präsentation im hinteren Ausstellungsraum durch Bilder weiterer Kollaborationen, u.a. mit dem Modeschmuckhersteller **Swarovski**, **Volkswagen** und **Chanel**. Mitte der 1970er-Jahre realisierte Newton sogar zwei Werbefilme für das berühmte Parfüm Chanel N° 5 mit Catherine Deneuve. Polaroids, analoge Kontaktbögen ausgewählter Werbe-Shootings, Look Books der Modekunden sowie einige Anzeigen in Magazinen sind in Vitrinen ausgebreitet und verweisen auf die unterschiedliche Verwendung von Newtons Werbefotografie.

Die Zusammenarbeit mit Modefirmen jenseits des Editorials begann in Newtons Werk bereits recht früh; von 1962 bis 1970 arbeitete er beispielsweise für **Nino-Moden** aus Nordhorn, das damals größte deutsche Textil-Unternehmen, oder 1968 für den Londoner **Biba**-Katalog. Im gleichen Jahr übernahm er einen Auftrag des französischen Automobilherstellers **Citroën**. So inszenierte Newton jahrzehntelang Alltags- und Luxusprodukte und wurde mittels seiner visuellen Umsetzungen und deren Veröffentlichungen zum Verbindungsglied zwischen den Produzenten und Konsumenten. Seine Bildgeschichten waren universell verständlich, konnten also problemlos in unterschiedlichen, nationalen Magazinen des gleichen Verlages veröffentlicht werden, gleichgültig ob als Editorial oder als Werbung.

Diese Werkgruppen von Helmut Newton sind erstmals Bestandteil einer Überblicksausstellung zu seiner Werbefotografie. In diesem meist unterschätzten und gleichzeitig so wirkungsmächtigen Bereich angewandter Fotografie geht es um die zweckmäßige Visualisierung von konkreten Produkten, im Fall von Newton um Damenstrumpfhosen, Abendkleider, Kaffeepulver, Fernsehgeräte, Sägeblätter, Tafelsilber, Rotwein, Autos, Armbanduhren, Modeschmuck und Zigarren. Mal werden die Gegenstände von Newton exponiert, ja sprichwörtlich auf einen Sockel gehoben, mal marginalisiert. Letztendlich stellt die angewandte, kommerzielle Fotografie, die für Werbezwecke verwendet wurde, einen der wichtigsten Aspekte in Newtons Werk dar. Und deshalb ist die aktuelle Ausstellung **HELMUT NEWTON. BRANDS** mit über 100 nahezu unbekanntem Fotografien im Hinblick auf die systematische Werkerschließung so wichtig.

Anlässlich der neuen Ausstellung „Helmut Newton. Brands“ erscheint bei **TASCHEN** die überarbeitete Neuauflage von „Helmut Newton. A Gun for Hire“ mit Vorworten von Matthias Harder und June Newton sowie Statements von Pierre Bergé, Tom Ford, Josephine Hart und Anna Wintour, Hardcover, 23 x 30,5 cm, 1,85 kg, 240 Seiten, ISBN 978-3-8228-4643-8 (Englisch, Deutsch, Französisch), € 50 | US\$ 70 | £ 50; [taschen.com](https://www.taschen.com)

Bei Fragen und für Pressematerial kontaktieren Sie bitte:

Helmut Newton Stiftung

Museum für Fotografie

Dr. Matthias Harder

Jebensstraße 2, 10623 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 318 648 56

www.helmutnewton.com

info@helmut-newton-foundation.org

Pressekontakt

Nadine Dinter PR

Fasanenstraße 70, 10719 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 398 87 411

Mobil: +49 (0) 151 123 70 951

presse@nadine-dinter.de

press@helmut-newton-foundation.org