

Foto: © Oliviero Toscani

1991 provozierte Oliviero Toscani mit dem Foto eines blutverschmierten Neugeborenen einen Skandal und Boykottaufrufe gegen Benetton.



Foto: © Oliviero Toscani

„Kunststoff in unserer Zeit“ lautete die Abschlussarbeit Toscanis an der Kunstgewerbeschule Zürich im Jahr 1965.

# Mehr Mut à la Toscani, bitte!

Mit seiner aufsehenerregenden Benetton-Werbung hat Oliviero Toscani (Jahrgang 1942) in den 1980er und '90er Jahren regelmäßig für Skandale und gesellschaftliche Debatten gesorgt. Nun zeigt eine Retrospektive in Zürich erstmals sein gesamtes Schaffen. Sie ist eine kritische Verneigung vor einem Meister.



Foto: © Oliviero Toscani

Aus heutiger Sicht kaum nachvollziehbar, aber 1991 löst dieses Bild heftige Proteste gegen Benetton in Italien aus.

Bereits 1975 fotografierte Oliviero Toscani für eine Polaroid-Werbung den Pop-Art-Künstler Andy Warhol mit seiner Polaroid SX-70.



Foto: © Oliviero Toscani

Die blutgetränkte Kleidung eines getöteten Soldaten im Bosnienkrieg nutzte Toscani 1994 für die Kampagne von United Colors of Benetton.



Foto: © Oliviero Toscani

TEXT DAMIAN ZIMMERMANN

**E**ine Nonne und ein Priester, die sich küssen. Ein schwarzer Hengst, der eine weiße Stute besteigt. Ein schreiendes und blutverschmiertes Baby im Augenblick der Entbindung. Mit diesen Motiven hat Oliviero Toscani ab Mitte der 1980er Jahre für die Modefirma Benetton geworben. Damit hat er regelmäßig für Aufsehen und Skandale gesorgt. Aber er hat auch gesellschaftliche Debatten ausgelöst. Über Themen wie Rassismus, Geschlechterzugehörigkeit und Sexualmoral. Aber auch darüber, was Werbung sein kann und wo die Grenze zur Kunst überschritten wird. Und natürlich auch darüber, was man der Öffentlichkeit zumuten kann, darf und muss.

Im Museum für Gestaltung in Zürich ist nun die erste Retrospektive zu sehen, die

das gesamte Werk des italienischen Fotografen und Skandalwerbers zeigt. „Die bisherigen Ausstellungen haben sich meist auf ein oder zwei Aspekte wie die Benetton-Werbung konzentriert“, erklärt der Kurator und Museumsdirektor Christian Brändle. Er wolle hingegen den ganzen Toscani zeigen, also auch seine Anfänge an der Kunstgewerbeschule in Zürich, seine Zeit als junger Werbefotograf im New York der 1970er Jahre und seine ersten legendären Anzeigenkampagnen mit Andy Warhol für Polaroid oder die provokante Anzeige für Jesus Jeans, auf der eine Nahaufnahme eines Hinterns in einer sehr kurzen und sehr engen Hose der Marke Jesus Jeans zu sehen ist und auf der der Satz steht „Wer mich liebt, soll mir folgen“.

Das war bereits 1973 und somit gut zehn Jahre vor seiner Zusammenarbeit mit Benetton, die eine Zäsur bedeutete. Toscani fotografierte für die Anzeigen ethnisch möglichst diverse Modelle und prägte den ursprünglichen Slogan „All the Colors of the World“, der später in „United Colors of Benetton“ umformuliert wurde. Die ersten Motive waren bunt und vielfältig, aber auch brav und fast ein wenig bieder wie beispielsweise die drei Kinder mit unterschiedlichen Hautfarben, die uns fröhlich ihre Zungen entgegenstreckten. Die Message war klar und hatte den Vorteil, dass die Anzeige kostengünstig auf der ganzen Welt gezeigt werden konnte.

Doch im Laufe der Zeit änderte sich das drastisch, und es kamen provokantere Motive >





Foto: © Therese Frare + Oliviero Toscani

Die Familie am Sterbebett von David Kirby löste erneut eine Diskussion darüber aus, was Werbung darf.

»Toscani hat die Themen gewaltsam in den öffentlichen Raum getragen, sodass sich ihnen niemand entziehen konnte.«

Christian Brändle, Kurator der Ausstellung



Foto: © Oliviero Toscani

Nach der Kampagne „Zum Tod verurteilt“ im Jahr 2000 trennten sich die Wege von Toscani und Benetton.

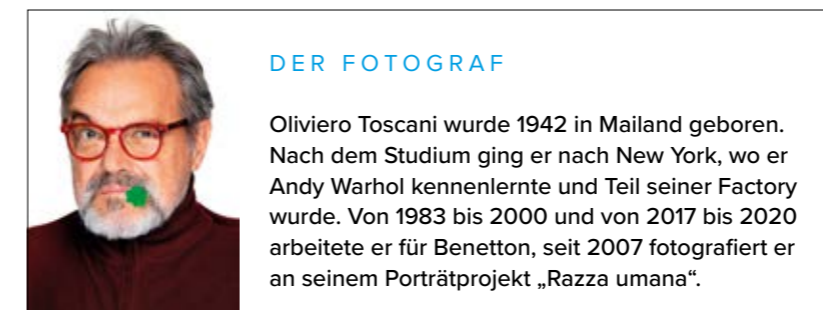
hinzu wie die Aufnahme, die drei Herzen zeigt, auf denen jeweils „White“, „Black“ und „Yellow“ steht. Oder die bereits erwähnte Nonne und der Priester. Und weil diese Anzeigen auf der ganzen Welt gezeigt wurden, waren die Reaktionen auch sehr unterschiedlich. Im katholischen Italien sorgten die Nonne und der Priester für einen riesigen Skandal, in Japan gab es hingegen nur ein Achselzucken. Auch in Deutschland wurden Anzeigen wegen Sittenwidrigkeit regelmäßig verboten, beispielsweise die mit einem överschmierten Vogel, zum Thema Kinderarbeit oder mit dem Foto eines Hinterns, auf

dem der Stempel HIV abgedruckt war. Der Bundesgerichtshof stellte damals fest: „Wer Gefühle des Mitleids in so intensiver Weise wie in den beanstandeten Anzeigen zu kommerziellen Zwecken ausnutzt, handelt wettbewerbswidrig.“ Das fanden nicht alle gut, und Zeitschriftenverlagen gingen Einnahmen durch fehlende Anzeigen verloren.

Und auch Toscani selbst konnte diese Prüderie nicht verstehen. „Schlagen Sie die Zeitungen auf: Links die Berichte über Flüchtlinge, Krieg, Todeskampf, rechts daneben ein perfektes Bild von Claudia Schiffer in Chanel. Da herrscht Krieg, und die Werbung nimmt

einfach keine Notiz davon. Wenn sich in 50 Jahren jemand die Zeitungen von heute ansieht, wird er die Welt nicht verstehen“, sagte Toscani im Interview mit der österreichischen Tageszeitung „Der Standard“.

Aber waren die Benetton-Anzeigen von Toscani wirklich eine Zäsur im wörtlichen Sinne? Oder bloß ein radikales, aber dennoch singuläres Phänomen? Schließlich bedeutet Zäsur, dass danach nichts mehr so ist wie es vorher war. Tatsächlich jedoch hat bis heute niemand mehr versucht (oder sich getraut), was Toscani und Benetton zusammen gemacht haben, nämlich die nahezu kompromisslose Vermischung aus Werbung, Journalismus und Kunst, aus Aufklärung und Verführung. Ganz im Gegenteil möchte man meinen, dass die Werbung im öffentlichen Raum vor allem eines geworden ist: langweilig. Ein bisschen mehr Toscani würde der Werbung genauso guttun wie der öffentlichen Debatte. **f**



DER FOTOGRAF

Oliviero Toscani wurde 1942 in Mailand geboren. Nach dem Studium ging er nach New York, wo er Andy Warhol kennenlernte und Teil seiner Factory wurde. Von 1983 bis 2000 und von 2017 bis 2020 arbeitete er für Benetton, seit 2007 fotografiert er an seinem Porträtprojekt „Razza umana“.

Foto: © Fabrizio Spucches

► Ausstellungshinweis

„Oliviero Toscani: Fotografie und Provokation“, Museum für Gestaltung Zürich, bis 15. September 2024, [museum-gestaltung.ch](http://museum-gestaltung.ch)