

Warhol kreeg geen ruzie maar soep

Gebruik van merken in kunst zorgt vaak voor discussie. Niet elk merk reageert even positief.

Door BAS KIST

Sigarettenfabrikant Philip Morris, eigenaar van het merk Marlboro, dreigt de Amerikaanse kunstenaar Brad Troemel voor de rechter te slepen. Volgens Philip Morris pleegt Troemel merkinbreuk omdat hij in één van zijn kunstwerken een Marlboroverpakking heeft verwerkt.

Het kunstwerk met de onmogelijk naam *dean & deluca low calorie snack inside Marlboro box w/ Cerebral Palsy Tissue/Organ Kidney Cancer Green Ribbon Glittery Sticker* (Ethical) ½ zal de consument misleiden, zo stelt Philip Morris in zijn recente brief aan Troemel. Volgens het bedrijf wordt de indruk gewekt dat Philip Morris als sponsor of ondersteuner betrokken is. Als Troemel het werk niet terugtrekt volgt een rechtszaak. Vooralsnog wordt het werk nog steeds te koop aangeboden op Etsy.com.

Gebruik van merken in kunstuitingen is regelmatig voer voor discussie. Vorige jaar kwam Louis Vuitton in conflict met de Deense Nadia Plesner, die een Vuitton-tas had afgebeeld in haar schilderij *Darfurnica*, een protest tegen de onmenselijke situatie in Darfur.

Merkhouders vrezen dat ze controle verliezen als een kunstenaar met hun merk aan de haal gaat. Ze menen dat hun merk alleen gebruikt wordt om de aandacht te trekken. Aan de andere kant roept de kunstenaar dat hij

vrijheid van meningsuiting heeft en dat we dagelijks worden geconfronteerd met merken. Het is niet verwonderlijk dat ze ook de kunstwereld inspireren.

Maar moet een merk in kunst altijd tot ruzie leiden? Nee, het kan ook anders. Dat laat de geschiedenis van mis-

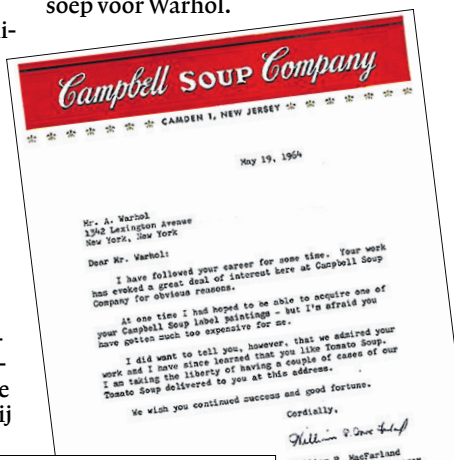
schien wel het meest beroemde 'merkenkunstwerk' zien: de blikken Campbell soep van Andy Warhol. In 1962 maakte Warhol, zonder toestemming

Troemels omstreden werk.

Beeld etsy.com

van Campbell, zijn opvallende 32 *Campbell's Soup Cans*. Op de

website Lettersofnote.com is de brief te lezen die William P. MacFarland, de productmanger van de Campbell Soup Company, op 19 mei 1964 aan Warhol schreef. Geen agressieve sommatiebrief maar alleen bewondering en wat blikken soep voor Warhol.



I did want to tell you, however, that we admired your work and I have since learned that you like Tomato Soup. I am taking the liberty of having a couple of cases of our Tomato Soup delivered to you at this address.

We wish you continued success and good fortune.

William P. MacFarland
Product Marketing Manager

MacFarlands brief. Beeld lettersofnote.com