

Omnibusprinzip und *Schaufensterqualität*: Module und Motive der Dynamisierung des Musealen im 20. Jahrhundert

Gottfried Korff

Die folgenden Überlegungen haben den Charakter einer Gegenthese. Sie sind gegen eine Ansicht formuliert, die seit einiger Zeit eine diskursbestimmende Rolle in der Kulturöffentlichkeit spielt. Dabei handelt es sich um die Auffassung, daß das, was man mit Begriffen wie Kulturinszenierung, Bilderkult, Ausstellungsspektakel, Erlebnisort Museum oder wie auch immer zu fassen versucht, Erscheinungen einer *event*-hungrigen Gegenwart sind und daß die Massivität, in der sie in den letzten Jahren zu beobachten sind, eine Deformation des Museums, seine Umwandlung in einen Amüsierbetrieb, befürchten lasse. Dem wird entgegengehalten und behauptet, daß die Nähe von Warenästhetik und Ausstellungswesen, Kaufhaus und Museum, in den Diskussionen über Dingpräsentationen in Museen und Ausstellungen in der Moderne immer wieder thematisiert und problematisiert worden ist. Dies belegen die beiden Titelbegriffe, die diesen Diskussionen entstammen: bei *Schaufensterqualität* handelt es sich um einen Begriff Georg Simmels aus einem 1896 erschienenen Essay über die berühmte Berliner Gewerbeausstellung im Treptower Park; und *Omnibusprinzip* ist eine Formulierung, die einen zentralen Stellenwert in einer Ausstellungsreflexion Werner Sombarts kurz nach der Jahrhundertwende einnimmt.

Beide Begriffe sind nicht auf das kunsthistorische Ausstellungswesen bezogen, aber es ist die Frage, ob die für das 20. Jahrhundert bezeichnenden Trends im Ausstellungs- und Museumswesen überhaupt aus der Perspektive des Kunstmuseums, das sich immer wieder als die für den Museumsdiskurs dominante Institution zur Geltung bringt, in den Blick genommen werden können. Sicher ist auch das Kunstmuseum von den Entwicklungen, die im 19. und 20. Jahrhundert prägend für das Beziehungsverhältnis von Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur waren, betroffen, dennoch empfiehlt es sich bei der Frage nach der Beziehung von Museum und Öffentlichkeit, die Perspektive zu weiten und der Spezifik jener Institution besondere Beachtung zukommen zu lassen, die im Zielpunkt der neueren, zum Teil stark kulturpessimistisch eingefärbten Kritik steht, einer Kritik, die übrigens in besonders heftiger Weise

von kunsthistorischer Seite vorgetragen wird: gemeint sind die kulturhistorischen Ausstellungen und die Karriere der kulturhistorischen Museen. Geschichte und Funktion dieser Institutionen wären falsch gedeutet, wenn sie nur als Filialentwicklungen des Kunstmuseums wahrgenommen würden.

Drei Schritte sind vorgesehen: Zunächst werden ausstellungstheoretische Überlegungen von Walter Benjamin, Georg Simmel und Werner Sombart vorgestellt, insbesondere unter waren- und sensationsästhetischen Aspekten, um die Frage zu stellen, ob und inwieweit Museen und Ausstellungen diese waren- und sensationsästhetischen Impulse aufgenommen und präsentationsstrategisch neu modelliert haben. Dann wird in einer knappen ausstellungshistoriographischen Skizze die Dynamik des Exponierens in diesem Jahrhundert aufgewiesen, um abschließend die Vorstellung der ereigniskulturellen Formierung des aktuellen historischen und kulturhistorischen Ausstellungsbetriebs, die Ausgangspunkt für die in der Gegenwart häufig traktierten De- und Transformationsthese ist, zu relativieren.

1. Das Museum als Ort der Oberflächlichkeit (P. Valéry)

Paul Valéry, so weiß man, hielt nicht viel vom Museum. Es langweilte ihn, weil in ihm Wichtiges und Unwichtiges gemischt seien, weil es der toten Kunst- und Dingwelt verpflichtet sei und nicht lebendigen Interessen. Das Museum neige dazu, so Valéry in seiner berühmten Streitschrift von 1923, ein neutralisiertes, ein oberflächliches Verhältnis zur Kultur herzustellen.¹ Valérys Ansicht vom Museum hat manche Zustimmung gefunden, doch auch zur Widerrede Anlaß gegeben. Theodor W. Adorno etwa hat Valérys Kampf gegen das Museum als Donquichotterie bezeichnet, als vergebliches Infragestellen einer Institution, deren Bedeutung in unserer Gesellschaft unaufhörlich wachse.² Adornos Äußerung war hellsichtig: Im Jahr 1953, aus dem sie stammt, war die aktuelle Museumskonjunktur der westlichen Gesellschaften noch nicht einmal in Umrissen in Sicht. Sie setzt erst in den 70ern ein und hat mittlerweile dreimal soviel Museen entstehen lassen als 1953 gezählt werden konnten.³ Die in unvergleichlicher Weise gestiegene Zahl der Museen ist einer der Gründe dafür, daß im Namen Valérys und unter Rückgriff auf seine Museumskritik die Totalmusealisierung beklagt wird, wie es vor Jahren etwa Werner Hofmann in einem brillianten Essay unter dem Titel »Die Allgegenwart des Kunstwerks« getan hat und in dem er an den Oberflächlichkeitsvorwurf von Valéry (»Nous devenons superficiels«) anknüpfte.⁴ Werner Hofmann ist nicht der einzige, der die Museumsentwicklung reserviert be-

trachtet; viele Kunsthistoriker – allen voran Ekkehard Mai⁵ und Helmut Börsch-Supan⁶ – argumentieren ähnlich.

Werner Hofmann hatte sich freilich 1988 in seiner Attacke gegen einen überdrehten Ausstellungs- und Kulturbetrieb der Gegenwart nicht nur auf Valéry berufen, sondern auch an Überlegungen Walter Benjamins aus dem »Kunstwerk«-Aufsatz rückerinnert.⁷ Hofmann zufolge war Benjamin in seinem 1936 veröffentlichten Essay stark von Valéry beeinflusst, oder zutreffender müßte man sagen: angeregt, denn Benjamins Argumentation ist völlig anders gelagert als die Valéry's. Wo Valéry in den seltsamen Ton einer souveränen Larmoyanz verfällt, ist Benjamin mit historisch-analytischer Leidenschaft bei der Sache. Er versucht, die Transformation des gesellschaftlichen Verhältnisses zur Kunst, überhaupt zur kulturellen Überlieferung, aus den Rezeptionsbedingungen der Moderne herzuleiten – ein nach Werner Hofmann »grandios« gescheiterter Versuch, weil der von Benjamin behauptete Verlust der Aura nicht eingetreten sei, was daran liege, daß der Kult- und der Ausstellungswert nicht auseinandergedriftet (wie von Benjamin angenommen), sondern eine »erstaunliche coincidenza oppositorum« eingegangen seien. Dennoch folgt auch Hofmann Benjamins Grundidee – und diese Grundidee ist die Entstehung neuer Wahrnehmungsformen und -schemata aufgrund der Entstehung neuer Gesellschafts- und Kulturbedingungen. Benjamin anerkennt die Logik der Moderne, die Valéry geneigt ist zu ignorieren, der er sich zumindest mit einer Mischung aus Gelassenheit und Vehemenz widersetzt. Werner Hofmann »modernisiert« in gewisser Weise Benjamins Aura-Begriff, um damit den Ritualen und Spektakeln der Erlebnisgesellschaft beizukommen. Dies geschieht, indem er den Ereignischarakter von Ausstellungen und Kulturpräsentationen selbst als Auratisierungsmöglichkeit deutet. »Die massenhafte Rezeption«, so schreibt er, »hat bestimmte Ausstellungsereignisse auratisiert, die kollektive Berausung hat gezeigt, daß auch in den öffentlich-demokratischen Rezeptionsformen Kult- und Ausstellungswert sich verschränken und in eine komplementäre Beziehung treten«.

2. Ausstellungen als Agenturen der Popularisierung (W. Benjamin I)

Benjamins Gedanken über die in der Gegenwart geänderten Bedingungen ästhetischer Rezeption sind von zwei grundlegenden Einsichten geprägt – einmal von dem, was er immer wieder mit dem Begriff »Popularisierung« umkreist hat, und zum zweiten von Verschiebungen des wie auch immer gearte-

ten Ausstellungswerts des kulturellen Erbes. Beide für seine Gegenwart bezeichnenden Phänomene sieht Benjamin in einem Zusammenhang. Die Notwendigkeit der Popularisierung resultiert aus der Tatsache eines im 19. und 20. Jahrhundert entstandenen kulturellen »Masseninteresses«, und die Transformation des Kultwerts in einen Ausstellungswert aus der zunehmenden Medialisierung, eben aus der »technischen Reproduzierbarkeit«. Beides sind Phänomene, die mit einer fundamentalen Demokratisierung von Kunst und Kultur einhergehen, und so ist es keineswegs verwunderlich, daß sich Benjamin intensiv mit ihnen beschäftigt. Seine Aufmerksamkeit gilt ebenso dem »Ausstellen«, dessen Theorie, Praxis und Geschichte, wie auch den Problemen von Echtheit und Authentizität der kulturellen Überlieferung. Wer den »Kunstwerk«-Aufsatz genau liest, wird feststellen, daß der Aura-Begriff keineswegs auf Erhabenes, ästhetisch Gesteigertes oder Ideales gerichtet ist, sondern das historische Dokument, den authentischen Zeugen der Vergangenheit ganz allgemein meint. Aura, so knapp und bündig, ist der »für geschichtliche Gegenstände vorgeschlagene Begriff«. In Bezug auf die Aura stellt sich das Problem Popularisierung in mehrfacher Weise – einmal wegen der »zunehmenden Bedeutung der Massen im heutigen Leben«, denen »Aufklärung« auch über das kulturelle Erbe zuteil werden soll (und Aura hat es ja mit der Dialektik von Nähe und Ferne zu tun), und wegen der Medialisierungsmöglichkeiten, die für Popularisierung genutzt werden können. Benjamin hat seine Vorstellung von Popularisierung, die er als die modifizierte Fortschreibung der Volksbildung ansah, in einer Reihe von Ausstellungs-Rezensionen entwickelt. Sie stammen aus den späten 20ern und frühen 30ern, als Benjamin – auch wegen seiner eigenen Hörfunkproduktion – sich intensiv mit Problemen der popularisierenden Darstellung, der Volkstümlichkeit und der Volksbildung auseinandersetzte.

Seine Ausgangsüberlegung ist einfach: Eine »neue«, der Popularisierung verpflichtete Volksbildung habe von der »Tatsache des Massenbesuchs« auszugehen.⁸ Ihre Aufgabe sei die Verwandlung von »Quantität in Qualität«. Dabei gehe es nicht darum, »gelehrtes Wissen zu Eigentum der Masse« zu machen, sondern um die Entwicklung massenwirksamer Bilder, »Denkbilder« nennt er sie, die an den Erfahrungen und Interessen eines breiten Publikums ansetzen. »Nicht gelehrter sollen sie«, so schreibt er in Bezug auf die Besucher, »die Ausstellung verlassen, sondern gewitzter«. Dies sei freilich nur dann möglich, wenn »eine gänzliche Umgestaltung und Umgruppierung des Stoffes aus dem Gesichtspunkt der Popularität heraus« erfolge.⁹ Benjamin will sich an populären Interessen orientieren, um Fragen der Massen, Fragen eines großen Publikums, zum Gegenstand von Ausstellungen, Vorträgen oder Funk-Features zu machen. »(...) hier handelt es sich um eine Popularität, die

nicht allein das Wissen mit der Richtung auf die Öffentlichkeit, sondern zugleich die Öffentlichkeit mit der Richtung auf das Wissen in Bewegung setzt«. Mit einem Wort, so liest man in seinen »Hörmodellen«, »das wirklich volkstümliche Interesse ist immer aktiv, es verwandelt den Wissensstoff und wirkt in die Wissenschaft selber ein.«¹² Das, was später als Anthropologisierung von Geschichts- und Gesellschaftswissenschaft weitreichende Fragen entwickeln wird, also die Berücksichtigung von Fragen der Lebenswelt und der *conditio humana*, die von den klassischen Geisteswissenschaften – möglicherweise als Erblast des deutschen Idealismus – vernachlässigt waren, zeigt sich bereits deutlich bei Walter Benjamin. Ein Kultur- und Geschichtsbegriff, der auf Alltäglichkeiten und Selbstverständlichkeiten ausgerichtet ist, der sich auch dem Populären gegenüber offen hält, gehört für ihn zu einem demokratischen Wissenschafts- und Bildungsverständnis.

»Ausstellungen«, so formuliert Benjamin in der Besprechung einer Berliner Ernährungsausstellung von 1928, »sind die vorgeschobenen Posten auf dem Terrain der Veranschaulichungsmethoden.«¹³ Weil sie mit den Mitteln der Reklame, einer fortgeschrittenen Präsentationstechnik und mit multimedialen Strategien operieren, sind Ausstellungen für ihn zugleich Instrumente der Aufklärung und Unterhaltung. Ausstellungen seien immer dann gut beraten, wenn sie mit ihren Bildofferten auf der Höhe der Zeit sind und sich an aktuellen Wahrnehmungsbedingungen, aktuellen Sehgewohnheiten orientieren. Die populäre Ausstellung hat – nach Benjamin – ihre Wurzeln denn auch nicht in den gelehrten Kunst- und Naturalienkabinetten oder den illustren Sammlungen des Adels und des Bürgertums, sondern in den Schaustellungen und Gaukelkünsten der Jahrmärkte und Messen. Erlebnissteigernde Darstellungs- und Veranschaulichungsformen, die auch interaktive Programme mit einbeziehen (»In-Aktion-versetzen des Besuchers«¹⁴), gehören zu den didaktischen Schemata jener Ausstellungen, die neben der Belehrung auch der Unterhaltung dienen wollen, denn »Langeweile verdummt, Kurzweil klärt auf.«¹⁵ Benjamins Ausstellungsüberlegungen heben das als positiv hervor, was die kulturkritische Essayistik Jahre später immer wieder als Oberflächlichkeit, als Tribut an die Zerstreungs- und Freizeitkultur, als Hingabe ans Unseriöse und Circensische denunziert hat und weiterhin denunziert. Mit seinen Popularisierungsideen, die im Kontext ausgedehnter Volksbildungstheorien und -diskurse der 20er Jahre gelesen werden müssen, begibt sich Benjamin in ein Gebiet, das seit dem 19. Jahrhundert durch bildungsbürgerliche Ambitionen und auch kulturpessimistische Verdächtigungen gekennzeichnet war. Popularisierung, so schreibt er, »war noch vor wenigen Jahren ein bedenkliches Grenzland der Wissenschaft, ein Tätigkeitsgebiet freudloser Missionare.«¹⁶

Benjamin zeigt sich frei von dergleichen Berührungsängsten. Er plädiert für eine Anlehnung der Ausstellungsästhetik an die Reklame, an die Konsum- und Kaufhauskultur, an die Unterhaltungstechnik. In Ausstellungen will er, wie er einmal formuliert, den »Anschauungskanon unserer Tage«,¹⁷ zur Geltung gebracht sehen; Ausstellungen haben darüber hinaus, so meint er, den »Blick fürs Authentische« zu schulen,¹⁸ wobei der authentische Gegenstand einerseits als Zeuge und Beleg, andererseits als Montageelement eines visuell-didaktischen Arrangements eingesetzt werden kann. Es gibt Entsprechungen zwischen dem frühen Authentizitäts- und dem später intensiv traktierten Aura-Begriff des »Kunstwerk«-Aufsatzes: Wie die Aura ist das Authentische »Beweisstück im historischen Prozeß«; als »corpus delicti«¹⁹ hatte er es in seinen Berliner Ausstellungsnotizen umschrieben. In der Aura rücke das ehemals Lebendige in die wahrnehmbare Nähe, die – der berühmten Formulierung zufolge – die Aura als »Erscheinung einer Ferne« definiert, »so nah das sein mag, was sie hervorruft.«²⁰

Ausstellungen, die sich bewußt dem Prinzip der Popularisierung unterstellen, dürfen die von der Unterhaltungsindustrie und Warenästhetik, Beeindruckungstechnik und Konsumkultur diktierten Wahrnehmungsformen nicht negieren, vor allem dann nicht, wenn sie massenwirksam sein wollen, aber sie sollten sich, so ist Benjamins Rat, nicht in verdoppelnd-bestätigender Weise, sondern konterkarierend und verfremdend darauf beziehen. Er verlangt »kluge Fallen, die die Aufmerksamkeit locken und festhalten«. Wichtigstes Mittel der verfremdend-akzentuierenden Darstellung ist der »Schock«, der »blitzhafte Erkenntnis« möglich macht. Benjamin empfiehlt Ding-, Text- und Bild-Montagen; er will Authentisches und Fiktives kombiniert sehen, weil nur so Einsichten qua Überraschung erzielt werden können. »Die Masse will nicht belehrt werden«, darauf insistiert er in einer Rezension von 1928, »sie kann Wissen nur mit einem kleinen Chock in sich aufnehmen, der das Erlebte im Innern festnagelt.«²¹ Karl Heinz Bohrer hat in seinen Benjamin-Explikationen gezeigt, daß der Schock mehr ist als eine innovatorische Überraschung, die bis dato Unbekanntes deutlich macht; der Schock wird bei Benjamin als erkenntnistheoretischer Witz eingesetzt, der provokant und verwirrend sein soll. Seine ästhetisch-kognitive Leistung entfaltet er in der Montage, insbesondere in der verfremdenden Montage, die »jede beruhigende Synthese, jede unmittelbare Sinn-Deutung beunruhigend verhindert.«²² Die Seh- und Wahrnehmungsgewohnheiten des »Jetzt«, geprägt durch die Agenturen und Apparaturen der Moderne, werden verunsichert, und dadurch wird Einsicht ermöglicht. Dadurch aber wird der Schein der Wirklichkeit verfremdet, wie es zur gleichen

Zeit übrigens auch die berühmte Brechtsche Dramatik intendiert. Die »Kontemplation« wird zurückgedrängt,²³ und dies ist nach Benjamin die Voraussetzung für die von ihm immer wieder gelobten blitz- und witzhaften Erkenntnisformen. »Verdummend würde jede Anschauung wirken, der das Moment der Überraschung fehlt.«²⁴

Die von keiner kulturkritischen und kulturpessimistischen Haltung eingefärbten Überlegungen Benjamins sind explizit auf Ausstellungen bezogen, betreffen aber auch das Museum, wie zahlreiche Exzerpte im *Passagen-Werk* erkennen lassen. Benjamin sieht die Institution Museum durch Ausstellungen dynamisiert. Das Museum ist die von »der Vergangenheit durchtränkte« Institution. Ausstellungen (Benjamin hat die *expositions universelles* vor Augen) gelten dagegen als Unternehmen einer ausgesprochenen Gegenwärtigkeit, als Orte der »Bewußtwerdung unserer Zeit« (um einen Begriff Sigfried Giedions zu gebrauchen).²⁵ Industrie-Ausstellungen sind Benjamin zufolge vorbildhafte Institutionen einer Zeigekultur, einer zum Zwecke der unterhaltenden und belehrenden Demonstration aufgebauten Merkwelt; von ihnen habe das Museum zu profitieren. Ausstellungen, die für die Zettelkästen des *Passagen-Werks* ein wichtiger Recherchiergegenstand waren, sind nach Benjamins Ansicht Einrichtungen, in denen die Zeit einen ihr gemäßen »Ausdruck« findet. Sie treten, so heißt es in einer Notiz des *Passagen-Werks*, »zwischen 1850-1890 an die Stelle der Museen.«²⁶ Sie zeigen das Transitorische des Jahrhunderts, das Fliehende und Flirrende der Moderne. An den Industrie- und Gewerbeausstellungen des 19. Jahrhunderts sieht er seine Überlegung bestätigt, daß es die Jahrmärkte, Messen und Schaustellungen waren, die Didaktik, Arrangement und Rhetorik der den kultur- und zivilisationsgeschichtlichen Themen gewidmeten Ausstellungen modelliert haben. Jedenfalls scheinen für Benjamin die Groß-Expositionen wichtige Impulsgeber für das Museums- und Ausstellungswesen der 20er Jahre zu sein.

Und in der Tat ist der Einfluß der Industrie-, Gewerbe- und vor allem der Weltausstellungen auf das museale Deponieren und Exponieren äußerst folgenreich gewesen, wie in jüngster Zeit nicht wenige institutionengeschichtliche Untersuchungen zum Museum gezeigt haben; zu erinnern ist etwa an die Arbeiten Barbara Mundts²⁷ und Martin Roths.²⁸ Der Vermutung, daß die Gewerbeausstellungen mit ihrem umfassend ausgebreiteten Warenangebot eine wesentliche Triebkraft für das erst im 20. Jahrhundert entstehende Genre der historischen und kulturhistorischen Ausstellungen darstellen, müßte allerdings in weiteren Detailforschungen nachgegangen werden. Benjamin jedenfalls war in den 30er Jahren, als er die Materialien für sein *Passagen-Werk* recherchierte, davon überzeugt, daß grundlegende Zuschnittslinien der Museums-tätigkeit von den Industrie- und Wirtschaftsausstellungen des 19. Jahrhunderts

diktiert worden sind.²⁹ Für ihn war es deshalb auch keineswegs abwegig, das Museum mit dem Kaufhaus in Beziehung zu setzen. Diesen Gedanken hat er in einer Notiz (L 5,5) festgehalten und dabei die Vermutung ausgesprochen, daß die im Warenhaus angelegte Darbietungs- und Rezeptionspraxis sich mehr und mehr auch auf das Museum übertrage.³⁰

4. Schaufenster-Qualität (G. Simmel)

Diese Überlegung Benjamins war freilich nicht neu. Sie steht in der Tradition der Simmelschen These, daß durch das moderne Großstadtleben die Wahrnehmungsfähigkeit und -tätigkeit sensitiv gesteigert werde. Als Orte, an denen die Modellierung einer neuen Wahrnehmung erfolgt, sah Simmel nicht nur den Verkehr, die Mode und das urbane Neben- und Gegeneinander, sondern auch das Kaufhaus, das Schaufenster und die Industrieausstellung. Aus Anlaß der berühmten Berliner Gewerbeausstellung, die 1896 im Treptower Park stattfand (und so etwas wie ein Berliner Weltausstellungs-Ersatz war), hat er seine Gedanken über die kognitive und mentale Wirkung von Ausstellungen dargetan.³¹ Er spricht von einer Paralyse des Wahrnehmungsvermögens, vom Derangement und von der Zersplitterung der Eindrücke, auch von Oberflächlichkeit, Amusement und Reizung.³² Dies ist allerdings nur die Diagnose; die Ursachenanalyse führt auf den spezifischen Erregungszustand der Moderne und – weiter – auf die Apparaturen und Dingkonstellationen, die die Steigerung des Nervenlebens bewirken. Und zu diesen Dingkonstellationen gehört das »ästhetische Superadditum« der Ausstellung, die einen völlig neuen Blick auf die Eigenschaften der Dinge ermöglicht und ihnen damit ein »eigentümliches Relief« verleiht. Durch die Kombinationsvielfalt der Dinge wird ihnen eine neue ästhetische Bedeutsamkeit verliehen, die unter anderem auch ihre »Schaufenster-Qualität« bewirke. Diese wiederum ist die Voraussetzung für ein »neues Sehen« der Dinge, für eine erweiterte kognitive Dechiffrier- und Zuordnungsfähigkeit. Georg Simmel deutet das, was er im Treptower Park beobachtet, als Parabel neuer gesellschaftlicher Strukturen: »Es ist überhaupt sehr merkwürdig: der einzelne Gegenstand innerhalb einer Ausstellung zeigt dieselben Beziehungen und Modificationen, wie sie dem Individuum innerhalb der Gesellschaft eigen sind: einerseits Herabdrückung durch den anders qualifizierten Nachbar, andererseits Hervorhebung auf Kosten eben desselben; einerseits Nivellierung und Vergleichgiltung durch die gleichartige Umgebung, andererseits die Steigerung, die das und der Einzelne gerade durch die Summierung der Eindrücke erfährt (...)«.³³

Die subjektive Kultur, so die Ansicht Simmels, ist mit der objektiven Kultur verwoben – durch die Produktion einerseits, durch eine Mentalwirkung, die durch den Konsum vermittelt wird, andererseits. Mit »steigender Kultur« nimmt für Simmel die Bedeutung der Objektivierungen, der objektiven Kultur zu und bewirkt so deren Eigenlogik und Eigendynamik, die ihre Wirkungen wiederum in psychischen und kognitiven Herausforderungen entfalten.³⁴ Wie Mode und Verkehr ist auch die Ausstellung eine Modellierungsagentur sinnlicher Erkenntnis, die Wahrnehmungen, Empfindungen und eben auch das Nervenleben in entscheidender Weise disponiert. Die »gesteigerte Kultur der Dinge« schafft Erregungszustände und Erfahrungsformen, die historisch neu sind – und folgenwirksam für jede Art der ästhetischen Kommunikation und der sinnlichen Wahrnehmung. Als Konsequenz dieser Beobachtung war unausgesprochen der Gedanke präsent, daß das Medium Ausstellung auch als Ort der Wahrnehmungsschulung, der Dingsortierung, der Erlebnisformierung begriffen werden müsse.

Dieser Gedanke spielt einige Jahrzehnte später eine zentrale Rolle in der Ausstellungstheorie Sigfried Giedions: Als Medien einer »Bewußtwerdung der Zeit« erfüllen Ausstellungen seiner Ansicht nach eine wichtige Funktion im Rahmen gesellschaftlich-historischer Orientierung.³⁵ In einem Entwurf für die schweizerische Landesausstellung 1938 hatte Giedion versucht, seine Ausstellungslehre in die Praxis umzusetzen, indem er anthropologische Diagnosen der Zeit in ein historisch-genetisches und historisch-systematisches Koordinatensystem einordnete. Giedions Entwurf ist über eine Planungsskizze des Jahres 1936 nicht hinausgekommen. Aber sie bezeugt, neben anderen Materialien im Züricher Giedion-Archiv, die hohe Bedeutung, die er dem Medium Ausstellung bei der Erkenntnis von Geschichte und Zeit und deren Popularisierung (im Sinne von gesellschaftlicher Bewußtseinsbildung) beimaß.³⁶ In seiner stichwortartigen Ausstellungs-Historiographie hatte Giedion 1928 darauf hingewiesen, daß das französische Wort »exposition« (und das revolutionäre Frankreich war für ihn Ausgangspunkt des modernen Ausstellungswezens) mehr bedeute als das deutsche »Ausstellung«. »Es meint«, so schreibt er, »Überblick, Nebeneinanderstellen, Vergleich, ja Darstellung einer Lehre«. Der *Dictionnaire pratique du français* von Hachette aus dem Jahr 1989 bestätigt diese Ansicht: als *exposition* gilt dort 1. die *Action de mettre en vue*, 2. die *Présentation au public de produits commerciaux, d'oeuvres d'art* und 3. die *Action d'exposer (des faits, des idées)*. Was Giedion in seiner kursorischen Ausstellungshistoriographie nur skizzenhaft angedeutet hatte, ist mittlerweile in einer breit angelegten und materialreichen Untersuchung von Ingeborg Cleve belegt worden: Musealisierung und Industrialisierung verweisen aufeinander, ihr Beziehungsverhältnis bildet eine auf die französische Revolution zu-

rückgehende Konstellation, die formierend das Ineinander von »Geschmack, Kunst und Konsum« bestimmt.³⁷ Die museale Organisation nicht nur der überlieferten Kunstwelt, sondern auch der industriellen Dingwelt diene der *instruction publique*.

5. Omnibus-Prinzip (W. Sombart)

1908 hatte sich auch Werner Sombart zum Thema Ausstellung geäußert und in der Zeitschrift »Morgen. Wochenschrift für deutsche Kultur« eine längere Abhandlung über die Ausstellung »als Kulturphänomen« veröffentlicht. Darin prägt er den Ausdruck »demokratisches Omnibus-Prinzip«, um die Öffnung für ein allgemeines Publikum (für alle: *omnibus*) als Charakteristikum der Ausstellung hervorzuheben. Ausstellungen, so Sombart, sind »gratis oder gegen billiges Entrée der unbekannteren Masse erschlossene Erbauungs- und Vergnügungsstätten und verhalten sich zu allen intimen und persönlichen Veranstaltungen gleichen Inhalts wie der Omnibus zur eigenen Équipage (...) wie der Volkspark zum fürstlichen Garten oder die Zeitung zum Brief«. Und im gleichen Zusammenhang heißt es von der Ausstellung: »Man kann sie die Mutter oder wenn man will die ältere Schwester des Museums nennen, dem sie wohl meist vorausgegangen ist«. Sombart sieht die Ausstellung dem Museum genetisch und systematisch vorgeordnet, eine Überlegung, die in Anbetracht der Bedeutung der Weltausstellung für die Ausbildung einzelner Museumstypen im 19. Jahrhundert (Kunstgewerbe-, Freilichtmuseen) keineswegs abwegig ist. Aber auch die »modernen« Museumstypen, die sich der Aufklärung über Probleme des Arbeitsschutzes oder der Hygiene widmen, verdanken ihre Gründung den Expositions-Unternehmen, die sich, folgt man Sombart, aus der Verkaufsabsicht, dem Tauschverkehr, der Förderung des Luxuskonsums entwickelt haben. Daraus ergibt sich für ihn ein wichtiges Problem in puncto Ausstellungsentention: die Diskrepanz zwischen ökonomischen und kulturell-didaktischen Interessen, das Auseinanderdriften von Geschäfts- und Belehrungsinteressen, das Gegeneinander der Ausstellung als »Ausbeutungsprojekt des Kapitals« und als Ort der »belehrenden Schau«.

»Die Ausstellung«, so Sombart, »hat zwei Seelen in ihrer Brust: sie ist Messe einerseits, Schauspiel andererseits.«³⁸ Auf jeden Fall gelte es jedoch sicherzustellen, daß sie sich weiterhin an »Herrn Omnibus« richte und nicht nur Fach- und Geschäftsinteressen bediene. Sombart fordert von der Ausstellung, daß sie »die ganzen Errungenschaften des modernen Anschauungsunterrichts sich dienstbar mache«, damit sie »eine Art von Fortbildungsschule für

das lernbedürftige Publikum werde«. Wenn diese didaktisch-pädagogische Zielsetzung mit den Interessen der »Geschäftsleute« in Kollision geriete, dann müsse der »Gedanke staatlicher oder städtischer Subvention erwogen werden«.⁴⁰

Der Blick auf die Ausstellungstheorien des späten Kaiserreichs, also auf Simmels Treptower Beobachtungen von 1896 oder auf Sombarts Ausstellungsreflexionen von 1908, und auf die Ausstellungstheorien der 20er Jahre, auf Walter Benjamins oder Sigfried Giedions Ausstellungsüberlegungen, zeigt zweierlei: *erstens*, daß das Problem der auf Unterhaltung, Information und Amusement ausgerichteten Ausstellungstätigkeit keineswegs neu ist. Es zieht sich durch dieses Jahrhundert; es ist vorbereitet in einem breit entfaltenen Diskurs über die Gewerbe- und Industrieausstellungen des 19. Jahrhunderts und ist präludiert in den politisch-didaktischen Entwürfen der französischen Revolution, worüber uns kürzlich ein kundiger Aufsatz des englischen Museumshistorikers Andrew L. McClellan unterrichtet hat.⁴¹ Der Blick auf die Ausstellungstheorien macht *zweitens* klar, daß diese die ästhetisch gesteigerte Reizwirkung der Warenarrangements nicht nur beklagen und als aufreizenden Nervenkitzel oder kommerzialisierte Trivialitäten denunzieren, sondern für neue Expositionstechniken nutzen wollen, indem sie für die Entwicklung neuer Sensibilitäten und Wahrnehmungsformen plädieren.

Dazu kommt ein allgemeinerer Befund: Die prominenten Ausstellungsüberlegungen sowohl der Zeit um 1900 wie auch die der 20er Jahre schreiben der aus vorindustriellen Jahrmärkten und Messen hervorgegangenen Gewerbeausstellung eine starke Prägekraft bei der Ausbildung des sich im 20. Jahrhundert etablierenden kulturhistorischen Ausstellungs- und Museumswesens zu. Von einer ähnlich impulsgebenden Rolle der *klassischen* Institution Museum kann jedoch nicht die Rede sein. Eher trifft das Gegenteil zu: Gewerbeausstellungen und die aus ihnen entwickelte Warenhausästhetik haben ihrerseits einen dynamisierenden Einfluß auf die *historische Kunstausstellung* im Museum genommen. So jedenfalls stellen sich die Überlegungen Georg Friedrich Kochs in dem Standardwerk über »Die Kunstausstellung« dar. Dynamisierungsfaktoren für den Ausstellungsbetrieb auch der Kunstmuseen waren Koch zufolge die »monströsen« offiziellen Ausstellungen mit ihren unvergleichlichen »Sensations- und Reizmitteln«.⁴²

Sehr viel stärker als die kunsthistorische Ausstellung wird die *kulturhistorische* Ausstellung von den Inszenierungen der Gewerbe-, Industrie- und Weltausstellungen formiert worden sein. Diese Formierung erfolgte in mehrfacher Weise: einmal durch die Aufklärungs-, Informations- und Belehrungsidee,⁴³ die den »Festen des Fortschritts« trotz allen Amusements und trotz aller Geschäftsinteressen eigen war, und zum andern durch die Geschichtsarrangements, die die Welt- und Gewerbeausstellungen aus Komplettierungs-, Dekorierungs-, Exotisierungs-, oder wahrscheinlicher, aus »Kompensations«-gründen schätzten und mit großer Einbildungskraft und Energie ausbauten. So entwickelt sich die historische Ausstellung in diesem Jahrhundert einerseits aus der auf aktuelle Herausforderungen reagierenden Informationsschau (à la Hygiene-, Sozial- und Bauausstellung), andererseits aus dem historischen Kulturbild, das ebenfalls Modul der Gewerbeausstellungen war. Von diesem Kulturbild werden übrigens nicht nur die Präsentationsformen der kulturgeschichtlichen Museen beeinflusst (etwa in Form der Stubenensembles), sondern auch die Installationen kunsthistorischer Museen, wie dies etwa die lange Zeit hiezulande umstrittenen, in Amerika jedoch erfolgreichen Epochen- und Stilbilder Wilhelm von Bodes im Kaiser-Friedrich-Museum (dem heutigen Bode-Museum) belegen.

Es ging Bode darum, in seinen Raumarrangements den »kulturhistorischen Gesichtspunkt« zu akzentuieren – mit dem Ziel, das »richtige« Verständnis der ausgestellten Dinge zu befördern und »das Interesse des Publikums zu fesseln«.⁴⁴ Die »kulturhistorische Anordnung«, für die Bode plädierte, sollte als ein sich wechselseitig erhellendes Ensemble aufgebaut sein, das seine präsentationsästhetische Wirkung aus der Botschaft der *historisch* gedeuteten Kunstwerke bezog. Obwohl Bode stark von den Weltausstellungen⁴⁵ des 19. Jahrhunderts beeinflusst war und nicht wenige Impulse für seine Ausstellungskonzeption von ihnen erhalten hatte, rät er zur Distanz etwa zum Stubenprinzip der Völkerkundemuseen oder auch zu den »Anhäufungen« infolge der »Massenerwerbungen von Weltausstellungen«. Bode entwickelt seine in den letzten Jahren auch in Deutschland wieder vermehrt zur Kenntnis genommenen Ausstellungsprinzipien aus den »Culturbildern« der *expositions universelles*, gab ihnen aber eine eigene didaktische Kontur, möglicherweise beeinflusst durch Jacob Burckhardts »Epochen-Physiognomik«, von der die berühmten »Winke« zum »Studium des Geschichtlichen« ausgehen sollten.⁴⁶ Ausdrücklich heißt es in seinen Memoiren: »Wir wollten keineswegs das Vorbild einiger Kunstgewerbemuseen nachahmen (...), die in einer Folge alter Zimmer das Kunstgewerbe als Ausstattung der Umgebung möglichst vollständig und ge-

treu zur Anschauung zu bringen suchen, sondern wir gedachten durch solche monumentalen Ausstattungsstücke die Kunstwerke in eine zeitgemäße Umgebung zu stellen, die ihre Wirkung erhöhen und der ursprünglichen Absicht möglichst entsprechen sollte.«⁴⁷ Trotz aller Behutsamkeit und Zurückhaltung, die Bode bei seinen Gestaltungen walten ließ, setzte sich das Prinzip der Epochenräume in Deutschland nicht durch. Was Bode 1904 auf der Museumsinsel installiert hatte, widerrief der Purismus der 20er und 30er Jahre⁴⁸ (und auch heute werden die Bodeschen Ideen von Berliner Museumsverantwortlichen nur mit Distanz zur Darstellung gebracht und zur Diskussion gestellt).

Die kulturhistorische Ausstellung der 20er Jahre ist eher Schauarrangement im Sinne der Warenmesse als eine historiographisch aufbereitete themen- und epochenzentrierte Objektdarbietung; sie ist Popularisierungsmedium im Sinne Benjamins. Das liegt sicher auch an der für Deutschland bezeichnenden Diskreditierung der Kulturgeschichte infolge der Ideen- und Kunstprivilegierung des deutschen Idealismus. Die Geschichtswissenschaft beschäftigt sich vorzugsweise mit Schrift (und blieb deshalb lange museumsfremd), die Kunstgeschichte hingegen organisierte ihre Präsentationen, ebenfalls gesteuert von den idealistischen Prämissen, unter dem Aspekt der meisterwerklichen Glanzleistungen und der ästhetischen Eigenkraft. Für die Geschichte der materiellen Kultur in ihrer ganzen zivilisatorischen Breite waren die lokalen und regionalen Museen zuständig, die ihre Arbeit konsequent an den Leitwerten des Sammelns, Katalogisierens und Dechiffrierens ausrichteten. Das Ausstellen historischer Linien, epochaler Szenarien oder milieugeprägter Objektsensibles war Sache anderer Institutionen; vor allem die neuen Hygiene-, Technik- und Wirtschaftsmuseen taten sich beim Exponieren hervor oder auch eigene Ausstellungsunternehmungen, die ihre Themen nicht selten problembezogen darboten, weil ihnen aktuelle Perspektiven wichtig waren (und diese aktuellen Perspektiven werden nicht selten im Kontrast zu historischen Zuständen gewonnen). Ausstellungen dieser Art waren die von Benjamin in Berlin beschriebene Ernährungsausstellung, die *Gesolei* in Düsseldorf (aus der als feste Folgeeinrichtung das heute noch bestehende »Museum für Volk und Wirtschaft« hervorging) oder die Kölner Rheinland-Ausstellung von 1925. Wie einflussreich und imaginationsfördernd in aller Regel die Ausstellungen der 20er Jahre angelegt waren, läßt sich in den Ausstellungsberichten von Joseph Roth,⁴⁹ Siegfried Kracauer⁵⁰ und Bernard von Brentano⁵¹ nachlesen: Bis heute offerieren sie sich als Meisterstücke einer literarischen Expositionskritik.

Weite Teile der Informationssektionen der Düsseldorfer *Gesolei* von 1926 dienten der Aufklärung über soziale, wirtschaftliche und gesundheitspolitische Zusammenhänge der Gegenwart.⁵² Explizit war der Ausstellung daran gelegen, gesellschaftliches Wissen zu popularisieren – mit dem Ziel, die neue Gesellschaftsordnung transparent zu machen. Wenn man der zeitgenössischen Berichterstattung glauben darf, dann war es der *Gesolei* auf das Beste gelungen, die Aufklärungsintentionen mit Unterhaltungsinteressen in eine produktive Kombination zu bringen. Mit dem aus der *Gesolei* erwachsenen »Reichsmuseum für Volk und Wirtschaft« war neben dem Deutschen Museum in München und dem Hygiene-Museum in Dresden eine dritte »nationale« Einrichtung entstanden, die mit musealen Installationen die »Bewußtwerdung der Zeit« befördern wollte.

Die Initiativen in Düsseldorf und Dresden waren in nicht geringer Weise von den Programmen der Bildstatistik und Bildpädagogik Otto Neuraths geprägt. Neurath hatte nach dem Ersten Weltkrieg in Wien ein »Wirtschafts- und Gesellschaftsmuseum« erdacht und gegründet.⁵³ Nach einer kurzen Tätigkeit als Verantwortlicher für die wirtschaftliche »Sozialisierung« Bayerns in der Münchner Räterepublik beschäftigte er sich in den 20er Jahren mit der Entwicklung einer visuell einprägsamen Methode, um die »quantitativ beschriebene Korrelation zwischen Wirtschaft und Lebenslagen« bildstatistisch darzustellen. Neurath, »Universaltheoretiker« und »Gesellschaftstechniker«, Mitbegründer des »Wiener Kreises«, von dem in der Zwischenkriegszeit wichtige Anregungen für eine analytische Philosophie und undogmatische Wissenschaftstheorie ausgingen, setzte deshalb mit Emphase auf die Medien Museum und Bildstatistik, weil er das 20. Jahrhundert als von Bildern geprägtes, durch und durch von Fotografie, Illustrierten, Filmen und Werbematerialien diktiertes Jahrhundert sah. »Der moderne Mensch«, so schrieb er 1925, »ist durch Kino und Illustrationen sehr verwöhnt. Einen großen Teil der Bildung empfängt er in angenehmster Weise (...) durch optische Eindrücke. Will man gesellschaftliche Bildung allgemein verbreiten, so muß man sich ähnlicher Mittel der Darstellung bedienen. Das moderne Reklameplakat zeigt uns den Weg.«⁵⁴ Neurath, der wesentliche Impulse aus der austromarxistischen Arbeiterbildungsbewegung bezog, verortete, der museologischen Euphorie der 20er Jahre verpflichtet, die Arbeit von Museen und Ausstellungen in der Linie klassischer Aufklärungsmaximen (»Die Glückssumme der Menschheit ist zu klein. Sie muß vergrößert werden«⁵⁵). Auch er erinnert an die »großen Weltausstellungen«, die »unterrichtend« und »volksaufklärend« gewesen seien,⁵⁶ und will deren Prinzipien gesellschaftstechnisch ergänzt wissen. »Im Jahr-

hundert des Auges kommen in erster Linie Museen und Ausstellungen, Abbildungen und Filme in Frage. Während man aber technische und hygienische Zusammenhänge durch Photographie, Modelle, Schnitte einigermaßen ausreichend veranschaulichen kann, verlangen die gesellschaftlichen Vorgänge besondere, neuartige Methoden.«⁵⁷

Neuraths Bildpädagogik war, wie er selbst schrieb, als neuer *Orbis Pictus* gedacht. Gesellschaftliche Funktionszusammenhänge sollten durch die verwendete Bildsymbolik und -notation, mit gleichbleibenden Piktogrammen und festgelegten Kombinationsregeln schnell und leicht faßbar werden. Das Neurathsche Museum war also weniger Ort der Objektdokumentation und Dingpräsentation, sondern Ort der sozialen Aufklärung. Das Museum, wie Neurath es theoretisch und praktisch entwarf, war eine Einrichtung, die – anders als das herkömmliche Museum – auf die popularisierende Analyse der Gegenwart bezogen war. Das bildstatistisch fundierte Museum, wie es in Wien, Leipzig und Düsseldorf verwirklicht wurde (in unterschiedlichen Realisierungsgraden), war für Neurath die konsequente Fortschreibung der »aufgeklärten« Museums-idee. »Neben die geschichtlichen Museen, die Vergangenheit bewahren, tritt im 20. Jahrhundert das Museum der Gegenwart«, so hieß es in der Selbstdarstellung des Wiener Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseums. Und weiter wurde inseriert: »Zu den Museen der Technik und der Hygiene gesellt sich heute das Museum für Gesellschaft und Wirtschaft. Die modernen Menschen wollen sich über ihre Lebensbedingungen Rechenschaft geben. Gesellschaft und Wirtschaft konnte bisher mit den Mitteln der Museumstechnik nicht allgemein verständlich dargestellt werden. Die neue, von Wien aus rasch verbreitete Bildstatistik vermag es.«⁵⁸

Die »Mengenbilder«, wie Neurath sie nannte, wurden in Zusammenarbeit mit Künstlern geschaffen. Auf der Düsseldorfer *Gesolei* war 1926 der Kontakt zu den Kölner Konstruktivisten (den »Progressiven«) hergestellt worden.⁵⁹ Insbesondere der Kölner Graphiker D. Arntz war um eine typographische Gestaltung bemüht, die die Wiener Bildstatistik zu einem unverwechselbar präzisen, gleichwohl prägnanten Informationssystem machte. Die Neurathschen Museumspläne setzten an die Stelle des einmaligen authentischen Objekts (»ein gestrandeter Walfisch, die erste Lokomotive«) den demokratischen Effekt der Vervielfältigung von »gesellschaftstechnischen« Informationen.⁶⁰ Nach Neuraths Vorstellungen sollten die aufklärenden Mengenbilder nicht nur in den Museen selbst präsentiert werden, sondern mobil angelegt sein, um allüberall in Einsatz zu kommen. Die Volksbildungsideen, die der Neurathschen Bildpädagogik Struktur und Kontur gaben, waren – konträr zu den Benjaminischen Vorstellungen – am Prinzip einer Verbreitung von Wissen orientiert. Wo Neuraths Volksbildungsprinzipien kognitiv-gesellschaftstechnisch dimen-

sioniert sind, so stellen sich Benjamins didaktische Überlegungen als auf affektiv-sinnliche Verstehensprozesse hin ausgerichtet dar. Beiden Konzepten gemeinsam ist die lebensweltliche Orientierung und das Pochen auf Anschaulichkeit (die in beiden Fällen der Grund für die Hochschätzung der Medien Museum und Ausstellung ist). Unterschiede ergeben sich im Blick auf Systematik und Ästhetik: Neurath beruft sich auf bildhafte Informationstechniken, die einem in sich konsequenten Argumentations- und Darstellungsschema folgen, Benjamin setzt auf die bild- und blitzhafte Erkenntnis. Der Benjaminische Ansatz ist den modernen Kunsttechniken der Montage und Collage verpflichtet und deshalb auf Realitätsverfremdungen aus; Neurath, obwohl mit den Kölner »Progressiven« ebenfalls Anschluß an die Avantgarde suchend, setzt auf die schematische Verdoppelung der Realität. Benjamin polemisiert gegen die Statistik: »Wie weit liegen die trockenen Aufrisse der älteren Statistik mit ihrem unschönen Linienwirrwirr hinter uns.«⁶¹ Neurath sah in der Statistik und deren qua Bild erfolgreicher Veranschaulichung das Instrument zur rational kontrollierten Gestaltung der »Lebensordnung im Hinblick auf irdisches Glück«. Die von Benjamin und von Neurath propagierten Ausstellungskonzepte stehen neben- und gegeneinander. Sie bezeugen die Potentiale des Mediums Museum und Ausstellung für die Volksbildung, Aufklärung und Popularisierung. Sie zeigen – in ihrem Neben- und Gegeneinander – die Dynamik des Ausstellungswesens in den 20er Jahren. Gestaltungsmut und Experimentierfreudigkeit sind durchgängiges Kennzeichen der Ausstellungsunternehmungen der Zeit.

8. Sukzessivkontrast: Propaganda, Kontemplation, Kommunikation

Die Experimentierfreudigkeit der an aktuellen und historischen Themen ausgerichteten Ausstellungen bricht 1933 ab. Vor allem der Vielzahl der avantgardistischen Expositionsversuche wird ein Ende gesetzt. An ihre Stelle treten die präsentationsästhetisch aufwendigen Propagandainszenierungen, die kraft ihrer Monumentalität politisch in die Bevölkerung hineinwirken sollen. Allerdings behaupten sich auch in ihnen, so legen es jedenfalls neuere Befunde der Design- und Architekturhistoriographie nahe,⁶² moderne, zum Teil durchaus progressive Gestaltungskonzeptionen, die in den 20er Jahren entwickelt worden waren. Die Bildmontage kommt ebenso in Einsatz wie die Materialcollage und die Bildstatistik. Dies gilt für die Berliner Ausstellung »Deutsches Volk – Deutsche Arbeit« (1934), an der die Bauhäusler Walter Gropius, Mies

van der Rohe, Joost Schmidt und Herbert Bayer beteiligt waren, ebenso wie für »Deutschland« (1936 als Veranstaltung zur Olympiade) und für das Unternehmen »Der Ewige Jude« (1937), das mit suggestiven Fotomontagen arbeitete, und auch für »Gebt mir vier Jahre Zeit«, für das der Poelzig-Schüler Egon Eiermann als Gestalter tätig war. »Im Rahmen dieser Ausstellungen entwickelten die Bauhäusler einen innovativen dynamischen Ausstellungsstil, der sich durch das Kompilieren verschiedener typographischer und bildnerischer Gestaltungselemente, die Kombination von Schrift und Bild, raumgreifende Konstruktionen, den Einsatz von Modellen und Photomontagen sowie nicht zuletzt durch eine im Ausstellungswesen völlig neuartige Didaktik und werbepsychologische Raffinesse auszeichnete.«⁶³ Von der NS-Propaganda wurde das verwirklicht, was im Rahmen der Volksbildungsstrategien geplant worden war: ein mobiles Ausstellungssystem. Für die Herbst- und Wintertournee der Ausstellung »Weltfeind Nr. 1: der Bolschewismus« (1936/37) standen »vier fünf Tonnen schwere Lastzüge mit jeweils zwei Anhängern« zur Verfügung, wie schon vorher bei der Olympia-Werbeausstellung 1935/1936.⁶⁴

Nach Ende des NS-Regimes wurde die Tradition der historischen Ausstellungen sowohl in der BRD wie auch in der DDR nur mit Zurückhaltung aufgegriffen. In der DDR wurde allerdings schon in den 50er Jahren ein historisches Museum gegründet, dessen Präsentationen im »Zeughaus« durchaus Maß an den in den 20er und auch 30er Jahren entwickelten Museums- und Ausstellungsmodellen nahmen: Vorgeführt wurden Schaubilder, in denen Fiktives und Authentisches zusammenmontiert war. In der Bundesrepublik wurde wahrscheinlich deshalb nicht an das experimentierfreudige Ausstellungswesen der Weimarer Republik angeknüpft, weil sich der Sektor Kulturpräsentation in den 50er Jahren eher unpolitisch und deshalb kontemplativ und biedermeierlich gab. Die Ausstellungen, die zum Teil mit großem Erfolg arrangiert wurden, waren Beschwörungen der abendländisch-christlichen Vergangenheit und sollten den Bonner Staat an die Traditionen des europäisch-humanistischen Erbes zurückführen und die Westorientierung in weiter historischer Perspektive beglaubigen: »Werdendes Abendland« (Essen 1956) oder »Karl der Große« (Aachen 1965) sind Beispiele für diesen Versuch.⁶⁵

Eine wichtige Zäsur in der Ausstellungsgeschichte der Bundesrepublik stellt die Entkonventionalisierung der Kultur im Rahmen der Bildungsreform und der 68er-Bewegung dar. In diesen Jahren erfolgt ein deutlicher Bruch mit der lange anhaltenden Abendlands- und Kontemplationszurichtung. Aber die erste Phase der sich an diesen Bruch anschließenden Ausstellungs- und Museumsreform ist konzentriert auf didaktisch-curriculare Schemata⁶⁶ und nicht auf sinnlich anmutende, anschauliche Arrangements. Geschichte wird präsentiert, indem Kunst gezeigt und über Schrifttafeln erklärt und erläutert wird. Mit den

bundesrepublikanischen Landesausstellungen, zunächst in Süddeutschland, entsteht ein Ausstellungstypus, von dem äußerst produktive und energische Impulse auf die dreidimensional-anschauliche Darstellung von Geschichte ausgehen. Kennzeichen der Landesausstellungen sind ein hoher wissenschaftlicher Standard und – bezogen auf die Objektdarbietung – das Prinzip Authentizität. 1981 beginnt mit der Berliner Preußen-Ausstellung die Diskussion über das Prinzip »Inszenierung«, was im Falle des Unternehmens im Gropius-Bau auch daran lag, daß zur historischen Erläuterung neben den Text-Informationen vielfältige Formen des Objektarrangements verwendet wurden.⁶⁷ Die Berliner Ausstellung knüpfte an Experimente der frühen Wirtschafts- und Gesellschaftspräsentationen und deren Folgeeinrichtungen an, was sich bei der Gestaltung des Lichthofs im Gropius-Bau beispielsweise daran zeigte, daß versucht wurde, den Beitrag Preußens auf der Pariser Weltausstellung 1867 in Teilbildern nachzuinszenieren. Hartmut Boockmann kritisierte diese Präsentationsmethode im Novemberheft der Kunstchronik 1981 und deutete sie als Hingabe an das »feine Showbusiness«. Er schlug damit Akkorde und Argumente an, die in der späteren Kritik des Ausstellungswesens der BRD zunehmend eine Rolle spielen sollten (und dies bis heute tun). Auch retrospektiv gilt vielen die Preußen-Ausstellung im gerade wieder hergerichteten Gropius-Bau als frühes Signal einer Entwicklung in Richtung Ereignis, Unterhaltung und *Kulturevents*, eine Entwicklung, die in den letzten Jahren von kunsthistorischer Seite heftig angegriffen wird – mit Argumenten, die freilich ausstellungshistorisch nur wenig plausibel sind. Es handelt sich dabei insbesondere um den Vorwurf der Inszenierung, die als museale Präsentationsform falsch gedeutet ist, wenn sie allein als Reaktion auf ereigniskulturelle Erwartungen der Gegenwartsgesellschaft gesehen wird.

Die »Wahlverwandtschaft« von Museum, Ausstellung und Warenhaus – das bezeugt der Exkurs in die Geschichte dieser Institutionen und insbesondere die spezifische Geschichte der Geschichtsausstellungen – umschreibt keineswegs eine neue Problemkonstellation, die sich erst in den 80er Jahren herausgebildet hat. Noch weniger scheint zuzutreffen, daß mit dieser Konstellation, wie Ekkehard Mai immer wieder konstatiert, die »Langzeitperspektive eines gravierenden Strukturwandels«, eines schleichenden, aber folgenreichen »Museumstransfers« verbunden ist.⁶⁸

Wer auf die Geschichte der kulturhistorischen Ausstellungen blickt und um ihre Einordnung in die Museumsentwicklung dieses Jahrhunderts bemüht ist, wird feststellen, daß die Schnittstellen zwischen »Kunst, Markt und Warenwelt« schon zu Beginn dieses Jahrhunderts vielfältigen Anlaß für Museumsdiskussionen und -konzeptionen waren und im Verlauf des gesamten Jahrhunderts durch wissenschafts-, ideologie- und institutionengeschichtliche

Entwicklungen modelliert und verändert worden sind. Unbestreitbar ist die Beobachtung, daß durch ereignisgesellschaftliche Entwicklungen der letzten Jahre, wie sie seit einiger Zeit Dauerthema der deutschen Soziologie sind, »lifestyle«-orientierte »event«-Offerten in den Museen zugenommen haben. Entwicklungen dieser Art beziehen sich freilich nicht nur auf das Museum, sondern auch auf andere Medien kultureller Sinnvermittlung – dort oftmals in sehr viel radikalerer Form. Nicht falsch wäre sogar die Behauptung, daß sich der Museums- und Ausstellungssektor oftmals in einen deutlichen Kontrast zum hektischen *drive* anderer Kulturinszenierungen und mediengesteuerter Sinnvermittlungen gesetzt hat: Ausstellungen werden vermehrt auch als *Räume gegen die Beschleunigung*, als Orte der *Realpräsenz*, als Form einer *anti-medialen Konträrfaszination* entworfen.⁶⁹ Am bekanntesten in diesem Zusammenhang sind die Ausstellungsprojekte Peter Greenaways, der daraus sogar eine neue museale Strategie entwickelt hat. Konsequenter legt er museale Dingenordnungen als Orte einer auf die Wahrnehmung bezogenen *Geschwindigkeitsbegrenzung* an – so in Rotterdam, in Paris und in Wien, alles mit Beifall aufgenommene Unternehmungen, die den Filmregisseur als einen *Theoretiker und Praktiker der Langsamkeit* erweisen, dem es darum geht, »die ›Kino-Situation zu überwinden‹ und das Publikum zu den Räumen und Körpern zurückzubringen, die es im Ersatz der Kinoleinwand verloren hat«.⁷⁰

9. Die Multiplikation des Museums (H. Lübke)

Dennoch: das was als Transformation oder sogar Deformation des Museums angesehen wird, ist möglicherweise nichts anderes als eine im aktuellen ereigniskulturellen Diskurs gesteigert wahrgenommene Erscheinungsform eines Vorgangs, der im Zeichen einer *longue durée* vermessen werden muß. Denn es ist keineswegs unwahrscheinlich, daß die Erschließung »neuer«, dem Kaufhaus ähnlicher Reiz- und Sensationsschemata in Museen das Ergebnis längerfristiger Trends im Bereich jener Einrichtungen sind, die es mit der Bewahrung, Erhaltung und Vermittlung kulturellen Erbes zu tun haben. Es ist evident, daß das Konservierungsinteresse von Relikten der Vergangenheit in den letzten beiden Jahrhunderten progredient zugenommen hat; Hermann Lübke hat das immer wieder beschrieben, um sich einen Reim auf unser frenetisch gesteigertes »Vergnügen an alten Gegenständen« zu machen.⁷¹ Dieser Vorgang der Multiplikation des Museums ist Lübke zufolge nichts anderes als ein Folgephänomen der Modernisierung und definierbar als »Kompensationsmechanismus«.

Die Musealisierung geht Hand in Hand mit einer Anthropologisierung, wie sie in Geschichte und Kunstgeschichte dieses Jahrhunderts zu konstatieren ist – besonders auffällig seit den 60er und 70er Jahren. Nicht mehr die Haupt- und Staatsaktionen, nicht mehr die Helden, nicht mehr die *master pieces* bestimmen unser Bild von Vergangenheit, sondern mehr und mehr die Geschichte der Kulturzustände, der Empfindungen, der kollektiven Artikulationen. Krzysztof Pomian hat in seiner Museums- und Sammlungsgeschichte nachgewiesen,⁷² daß es im 19. und 20. Jahrhundert zu beispiellosen Ausweitungen des Interesses an und des Schutzes von historischen Relikten gekommen ist, wobei dieser Trend in einem Zusammenhang steht mit den historiographischen Neuansätzen, die eine breit angelegte Kultur-, Zivilisations- und Mentalitätsgeschichte begünstigt haben – ganz gleich ob diese von Lamprecht, Warburg, den Annales-Historikern oder den amerikanischen cultural-studies-Erfindern stammen. Mit dieser *Anthropologisierung* der Geschichte,⁷³ die nicht nur neue Methoden benutzt und nicht nur neue Kollektive als Gegenstand der Historiographie »entdeckt«, sondern sich auch »neuen« Quellengattungen wie bildlichen und dinglichen Überlieferungen zugewandt hat, trat die kulturgeschichtlich orientierte Vergangenheitsdarstellung in Konkurrenz zur kunstgeschichtlichen Objektdarbietung. Die Expansion des kulturgeschichtlichen Ausstellungswesens mit seinen »neuen« Präsentationsformen, die darum bemüht sind, selbstevidente Ensembles authentischer Schaustücke zu schaffen, stellt für die Kunsthistorik, die sich bis vor kurzem als Leitwissenschaft des Exponierens empfehlen konnte, eine nicht geringe Herausforderung dar: Sie sieht die von ihr monopolisierte kulturelle Definitionsmacht im Darbieten anschaulicherer Geschichtswelten bestritten. Vielleicht erklärt sich daher die Vehemenz mancher Attacke gegen den *Bilderkult*, das *Museumsspektakel* und den *Amüsierbetrieb*. Die Ausstellungsprinzipien, die sich durchgesetzt haben, entsprechen nicht dem ästhetischen Purismus, den die Museumswissenschaft *Kunstgeschichte* in den 20er und 50er Jahren ausgebildet hat. Es ist jener Purismus, der, wie Thomas W. Gaethgens dargetan hat,⁷⁴ selbst den Bodeschen Epochenbildern keine Chance ließ.

Ein weiterer längerfristiger Trend, der das Museum und die Eindrucksqualitäten der Institution Kaufhaus aneinandergerückt hat, ist der Entwicklung der Museumsarchitektur abzulesen. Museen, welchen Typs auch immer, werden nicht mehr als Musentempel und Schatzkammern, denen der Gestus des Imponierens eingetragen ist, gebaut, sondern als Informations- und Dienstleistungszentren. Daghild Bartels hat festgestellt, daß das Konzept des Museums als gehobene Form des Konsums sich »famos etabliert« habe und sie referiert eine von Paolo Fumagalli vorgenommene Berechnung zur Wandlung der Raumaufteilung in Museen, die Rückschlüsse auf deren Rollenwandel er-

möglichst: »Im 19. Jahrhundert durften die Ausstellungsräume, die der Sammlung galten, neunmal mehr Platz beanspruchen als jene Räume, die für sekundäre Museumsfunktionen vorgesehen waren, als da sind: Verwaltung, Lager, Cafeteria, Museumsshop, Vortrags- beziehungsweise Theatersaal. Heute beanspruchen diese Sekundärdienste doppelt soviel Platz wie die eigentlichen Schauräume.« Daghild Bartels folgert daraus mit dem Architekturkritiker Wolfgang Pehnt: Museen sind heute »für ein Publikum gebaut, das die Ausstellungsräume zum Anlaß eines synästhetischen Erlebnisses nimmt (...) Die Besucher werden in steter Zirkulation gehalten. Die neuen Museen thematisieren ihre eigene Rezeption, indem sie nicht nur das zu Betrachtende, sondern das Betrachten selbst darstellen.«⁷⁵ Pehnt und Bartels skizzieren in kritischer Absicht ein Szenario, das Habermas vor Jahren in »Strukturwandel der Öffentlichkeit« als Errungenschaft aufgeklärter Museumsnutzung interpretiert hatte.⁷⁶

Die Entkonventionalisierung der Kultur, die in der alten Bundesrepublik nachhaltig von dem intellektuellen Aufbruch der späten 60er bestimmt wurde, wirkte sich also nicht nur auf die Inhalte (Stichworte: erweiterter Kulturbegriff, Alltagsgeschichte, Ergänzung des *high* durch Spielarten des *low*), sondern auch auf die Rezeptionsvoraussetzungen und -bedingungen in Form einer neuen Präsentationsmethodik und eines geänderten Besucherverhaltens aus. Deshalb sind diese Vorgänge als Teile eines spannungsreichen Doppelprozesses nicht unzutreffend gekennzeichnet: als Musealisierung des Popularen (*Alltag* und *low* ziehen ins Museum) und als Popularisierung des Musealen (Änderung der Präsentations- und Rezeptionsformen). Das Verhältnis von Museum und Öffentlichkeit, Kulturverständnis und Wissenschaft hat sich verändert und damit neue Kontextbedingungen für die Popularisierung des Musealen entstehen lassen. Diese haben, gemessen an anderen Medien, die Reichweite des Museums eingeschränkt, ihm aber – aufgrund seiner synästhetischen Möglichkeiten und seiner authentischen Konträrfaszination – die Chance gegeben, spezifische Informationsinteressen zu bedienen. So ist das Museum auch Medium der Reflexion gesellschaftlicher Differenzenerfahrung und -wahrnehmung; es ist – und daher rührt möglicherweise ein Teil seiner aktuellen Reputation – in bezug auf seine Inhalte und Erkenntnisformen Medium der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung.

10. Plädoyer für eine »sinnliche Erkenntnis« (H.R. Jauß)

Popularisierung – das ist freilich nach wie vor keine problemlose Strategie. Valéry's Oberflächlichkeitsvorwurf taucht in diesem Zusammenhang stets genauso auf wie Adornos Verdikt der Halbbildung.⁷⁷ Seit einiger Zeit wird vor einem Populismus gewarnt, sich in den Angeboten eines banalen Edu- und Infotainements oder in dem von Peter Sloterdijk diagnostizierten »Skandal der Unterforderung«⁷⁸ zeige. Skandalös sei der Populismus, verstanden als die sich anbietende Popularisierung (also anders als Benjamin sie gedacht hatte) in Museen deswegen, weil es sich dabei um gewissermaßen »öffentliche Programme« handele, die – anders als kommerzielle Unternehmungen – kulturstaatliche Aufgaben wahrzunehmen hätten. Und in der Tat sind die Aufgaben des Museums anders gelagert als die der Unterhaltungsmedien, dennoch aber ist auch das Museum eine Institution, die in der Ära der Massenkultur mit den Problemen der Popularisierung konfrontiert ist.

Konfrontationen dieser Art werden in Deutschland in aller Regel kulturpessimistisch kommentiert. Eine Ausnahme bildeten die »ästhetischen« Stimmen auf dem Aufklärungskongreß 1987 in Frankfurt. Was selten in Deutschland zu beobachten ist, geschah in den Argumentationen von Hans Robert Jauß, Willibald Sauerländer und Peter Glotz.⁷⁹ Es wurde – ganz im Sinne Benjamins, der 60 Jahre zuvor ähnliches getan hatte – für die produktive Verbindung von Erkenntnis und Unterhaltung, von Verstehen und Genießen, von *delectare et prodesse*, von Aufklärung und Sinnlichkeit plädiert. Die Bedeutung des Ereignisses und der Kommunikation für Bildungsvorgänge, das verstehende Genießen im Rahmen einer Geselligkeit wurde ebenso als Positivum beschworen wie auch die Potentiale einer neuen Sensibilität, die sich im bewußten Kontakt und Kontrast zur Kommerzialisierung und Trivialisierung entwickeln könnte. Gepocht wurde auf die verschüttete Kraft ästhetischer Bildung, die unter den Bedingungen der Warenwelt nicht mehr *kontemplativ*, sondern *kommunikativ* ausgerichtet sein müsse, das Publikum solle auch da erreicht werden, wo der Verstand und der Diskurs ihre Grenzen hätten. Die Massenkultur dürfe nicht der Gegenaufklärung überlassen bleiben, forderte Jauß und empfahl, sie zum Instrument einer politischen Kultur zu machen. Jauß warnte davor, die Ideale der ästhetischen Autonomie, so wie sie in der Gipfelepoch bürgerlichen Selbstverständnisses – zwischen 1750 und 1850 – entwickelt worden sind und für die für viele das Wort Museum steht, zum Maßstab aller Erfahrung von Kunst und Kultur zu machen, »als ob ein Reich autonomer Kunst schon vor und auch nach ihrem idealistischen Gipfel allemal vom Reich der Politik, aber auch von aller Belehrung, Unterhaltung, Geselligkeit, kurzum: von der Kultur des Alltags, geschieden gewesen und geblieben wäre.«⁸⁰

Die Geschichte des modernen Museums läßt jedenfalls nicht wenige Ansätze erkennen, die schon in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert, um die Jahrhundertwende und in den 20er Jahren dessen Bereitschaft und Fähigkeit zeigen, sich gegenüber Interessenrichtungen und Wahrnehmungsweisen einer zunehmend durch Warenzirkulation, Konsum und Massenkultur gekennzeichneten Gesellschaft zu öffnen und dabei auf jeweils zeittypische Formierungen und Modellierungen der »sinnlichen Erkenntnis« zu setzen. Das erweist sich an der Reaktion auf die Weltausstellungen, beginnend mit dem Crystal Palace 1851 ebenso wie bei den Bodeschen Präsentationsinitiativen in der Zeit um 1900, die den in der idealistischen Kunstauffassung gründenden Verlust an Vieldeutigkeit und Vielgestaltigkeit kultureller Überlieferungsformen entgegenzutreten wollten, aber auch in den sozialpolitisch intendierten Großausstellungen der 20er Jahre, die sich nicht ohne Erfolg an den visuellen Modellierungen der »Reklame« und der Unterhaltungsindustrie orientierten (und diese zum Teil ästhetisch überboten). Versuche dieser Art waren immer auch, wie Florian Illies dies in bezug auf Bodes Epochenräume genannt hat, Strategien gegen die »kunsthistorische Wahrnehmungshygiene« mit ihren Engführungen der Möglichkeiten einer »ästhetischen Erkenntnis«.⁸¹

Allein dadurch, daß die Geschichte des Museums durch das ihr eingelagerte Wechselspiel von Deponieren und Exponieren diktiert ist, haben sich im Verlauf der Museumsgeschichte immer wieder Kontakte und Kontraste zur Unterhaltungsindustrie und zum Showbusiness (im wörtlichen Sinne) ergeben, die zum Teil äußerst produktiv auf die Tätigkeit des Museums gewirkt haben. Durch das Wechselspiel von Deponieren und Exponieren, von Speicherfunktion und Kommunikationsfunktion, durch die historischer Sinn jeweils aktualisiert wird, ist das Museum mit zahlreichen gesellschaftlichen Teilsystemen verflochten – mit Wissenschaft, Bildung, Unterhaltung, Wirtschaftspolitik etc. Aus diesen Verflechtungen, die sich je nach historisch-politischem Kontext in unterschiedlicher Intensität ausgewirkt haben, hat das Museum nicht selten produktive Energien bezogen. Sie haben seine pluralen Kompetenzen und Möglichkeiten auch jenseits der Definitions- und Funktionsbeschreibung des von Jauß angeführten »idealistischen Gipfels« immer wieder und beeindruckend unter Beweis gestellt.

- 1 Paul Valéry: Das Problem der Museen, in: ders.: Über Kunst. Essays, Frankfurt/M. 1959, S. 52-58.
- 2 Theodor W. Adorno: Valéry Proust Museum, in: ders.: Kulturkritik und Gesellschaft I. Prismen/ohne Leitbild (= Gesammelte Schriften, Bd. 10/1), Frankfurt/M. 1977, S. 181-194, s. S. 193f.
- 3 Vgl. dazu die Zahlen in: Das historische Museum. Labor, Schaubühne, Identitätsfabrik, Frankfurt a.M., New York 1990, S. 11f.
- 4 Werner Hofmann: Die Allgegenwart des Kunstwerks. Kritische Anmerkungen zu Valéry und Benjamin, in: Frankfurt Allgemeine Zeitung vom 7. Mai 1988 (Tiefdruckbeilage).
- 5 Ekkehard Mai: Expositionen. Geschichte und Kritik des Ausstellungswesens, München/Berlin 1986; ders.: Bilderdienst. Kunst, Geschichte, Publikum, in: Kursbuch 91 (1988), S. 109-123; ders.: MuseumsTransfer. Strukturwandel einer erfolgreich verlorene gegebenen Institution, in: Neue Zürcher Zeitung vom 17. Juli 1995, S. 21.
- 6 Helmut Börsch-Supan: Kunstmuseen in der Krise. Chancen, Gefährdungen, Aufgaben in den mageren Jahren, München 1993.
- 7 Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt a.M. 1963.
- 8 Ebd., S. 18.
- 9 Walter Benjamin: Bekränzter Eingang. Zur Ausstellung »Gesunde Nerven« im Gesundheitshaus Kreuzberg, in: ders.: Gesammelte Schriften, Bd. IV, 2, Frankfurt a.M. 1980, S. 557-561, S. 559.
- 10 Ebd.
- 11 Walter Benjamin: Zweierlei Volkstümlichkeit. Grundsätzliches zu einem Hörspiel, in: ders.: Gesammelte Schriften, Bd. IV, 2, Frankfurt/M. 1980, S. 671-673, s. S. 672.
- 12 Walter Benjamin: Zweierlei Volkstümlichkeit. Grundsätzliches zu einem Hörspiel, in: ders.: Gesammelte Schriften, Bd. IV, 2, Frankfurt/M. 1980, S. 671-673, s. S. 672.
- 13 Ebd.
- 14 Walter Benjamin: Jahrmarkt des Essens. Epilog zur Berliner Ernährungsausstellung, in: ders.: Gesammelte Schriften, Bd. IV, 2, Frankfurt/M. 1980, S. 527-532, s. S. 527.
- 15 Walter Benjamin: Bekränzter Eingang (wie Anm. 9), S. 559.
- 16 Ebd. S. 561.
- 17 Walter Benjamin: Jahrmarkt des Essens (wie Anm. 14), S. 527.
- 18 Walter Benjamin: Bekränzter Eingang (wie Anm. 9) S. 560.
- 19 Ebd., S. 561.
- 20 Ebd.
- 21 Walter Benjamin: Das Kunstwerk (wie Anm. 7).
- 22 Walter Benjamin: Jahrmarkt des Essens (wie Anm. 14), S. 528.
- 23 Karl Heinz Bohrer: Plötzlichkeit. Zum Augenblick des ästhetischen Scheins, Frankfurt/M. 1981, S. 75.
- 24 Walter Benjamin: Bekränzter Eingang (wie Anm. 9), S. 560.
- 25 Ebd.
- 26 Walter Benjamin: Das Passagen-Werk, hg. von Rolf Tiedemann, Frankfurt/M. 1982, Erster Band, S. 513. Zum Verhältnis von Benjamin und Giedion bei der Formulierung

- einer »Theorie der Ausstellung« vgl. Gottfried Korff: *Esposizioni reali e esposizioni immaginarie*, in: *Rassegna VIII* (1986), S. 72-81 (Sonderheft: Sigfried Giedion: un progetto storico).
- 27 Walter Benjamin: *Das Passagen-Werk* (wie Anm. 26), S. 513.
- 28 Barbara Mundt: *Die deutschen Kunstgewerbemuseen im 19. Jahrhundert*, München 1974 (= *Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts*).
- 29 Martin Roth: *Heimatmuseum. Zur Geschichte einer deutschen Institution*, Berlin 1990 (= *Berliner Schriften zur Museumskunde*, 7).
- 30 Martin Wörner: *Vergnügung und Belehrung. Die Inszenierung der Volkskultur auf den Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts*, Diss. rer. soc., Tübingen 1997.
- 31 Walter Benjamin: *Das Passagen-Werk* (wie Anm. 26), S. 522.
- 32 Georg Simmel: *Berliner Gewerbe-Ausstellung*, in: »*Die Zeit*« (Wien) vom 25. Juli 1896, S. 59f.
- 33 Zur Faszination der 1896er Gewerbeausstellung vgl. neuerdings auch die äußerst beeindruckenden Berichte von Alfred Kerr: *Wo liegt Berlin? Briefe aus der Reichshauptstadt*, Berlin 1997, S. 145-163.
- 34 Georg Simmel: *Berliner Gewerbe-Ausstellung* (wie Anm. 32), S. 60.
- 35 Georg Simmel: *Der Begriff und die Tragödie der Kultur*, in: ders.: *Philosophische Kultur. Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne. Gesammelte Essays*, Berlin 1983, S. 195-218.
- 36 Vgl. dazu das Kapitel »Die grossen Ausstellungen« in Sigfried Giedion: *Raum, Zeit, Architektur. Die Entstehung einer neuen Tradition*, Ravensburg 1965, S. 175-203.
- 37 Vgl. dazu auch Gottfried Korff: *Esposizioni reali* (wie in Anm. 25).
- 38 Ingeborg Cleve: *Geschmack, Kunst und Konsum. Kulturpolitik als Wirtschaftspolitik in Frankreich und Württemberg (1805-1845)*, Göttingen 1996 (= *Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft*, Bd. 111).
- 39 Werner Sombart: *Die Ausstellung*, in: *Morgen. Wochenschrift für deutsche Kultur* vom 28. Februar 1908 (9/08), S. 249-256, s. S. 250.
- 40 Ebd. S. 256.
- 41 Ebd.
- 42 Andrew Mc Clellan: *The Musée du Louvre as Revolutionary Metaphor during the terror*, in: *The Art Bulletin*, LXX (1988), S. 300-313.
- 43 Friedrich Georg Koch: *Die Kunstausstellung. Ihre Geschichte von den Anfängen bis zum Ausgang des 18. Jahrhunderts*, Berlin 1967, S. 273.
- 44 Vgl. dazu etwa Ralph W. Dexter: *Putnam's Problems Popularizing Anthropology*, in: *American Scientist* 54 (1966), S. 315-332.
- 45 Wilhelm Bode: *Die Aufgaben unserer Kunstgewerbemuseen (1896)*, in: ders.: *Wilhelm (von) Bode: Kunst und Kunstgewerbe am Ende des 19. Jahrhunderts*, Berlin 1901, S. 51-82, s. S. 64f.
- 46 Vgl. dazu Wilhelm Bode: *Von der Weltausstellung in Chicago (1893)*, in: ders.: *Kunst und Kunstgewerbe* (wie Anm. 45), S. 51-82.
- 47 Vgl. dazu Dieter Jähning: *Kunstgeschichtliche Betrachtungen: Jakob Burckhardts Topologie der Künste*, Bd. 1, Tübingen 1984, S. 13-24.
- 48 Wilhelm von Bode: *Mein Leben*, 2 Bde, Berlin 1930, Bd. 1, S. 149.
- 49 Vgl. dazu Thomas W. Gaethgens: *Ein Bismarck der Künste. Kenner, Sammler, Forscher: Wilhelm von Bode*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 9. Dezember

- 1995 (Tiefdruckbeilage). Zu Bodes Epochenräumen vgl. auch: Irene Geismeyer: *Ein musealisierter Museumstyp in fotografischen Dokumenten*, in: *Jahrbuch Preußischer Kulturbesitz* 30 (1993), S. 223-244.
- 50 Joseph Roth: *Berliner Saisonbericht. Reportagen und journalistische Arbeiten 1920-1939*, Köln 1984.
- 51 Siegfried Kracauer: *Schriften*, Bd. 5/1 (= Aufsätze 1915-1926); Bd. 5/2 (= Aufsätze 1927/1931) Frankfurt/M. 1990.
- 52 Bernard von Brentano: *Wo in Europa ist Berlin? Bilder aus den zwanziger Jahren*, Frankfurt/M. 1981.
- 53 Vgl. dazu Grosse Ausstellung Düsseldorf 1926. *Gesundheitspflege, soziale Fürsorge und Leibesübungen*. Amtlicher Katalog, Düsseldorf 1926; vgl. dazu auch Ekkehard Mai: *Gesolei und Pressa: Zu Programm und Architektur rheinischen Ausstellungswesens in den zwanziger Jahren*, in: Kurt Düwell/Wolfgang Köllmann (Hg.): *Zur Geschichte von Wissenschaft, Kunst und Bildung an Rhein und Ruhr, Wuppertal 1985* (= *Rheinland-Westfalen im Industriezeitalter*, Bd. 4), S. 271-287.
- 54 Paul Neurath/Elisabeth Nemeth (Hg.): *Otto Neurath oder Die Einheit von Wissenschaft und Gesellschaft*, Wien/Köln/Weimar 1994, S. 59-74 und S. 377-310; vgl. dazu auch: Rainer Hegselmann: *Otto Neurath, der Wiener Kreis und das Projekt einer empirischen Aufklärung*, in: Ursula Apitzsch (Hg.): *Neurath-Gramsci-Williams. Theorien der Arbeiterkultur und ihre Wirkung*, Hamburg, Berlin 1993, S. 13-36.
- 55 Friedrich Stadler (Hg.): *Arbeiterbildung in der Zwischenkriegszeit: Otto Neurath/Gerd Arntz. Katalog einer Ausstellung des Österreichischen Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseums*, Wien 1982, S. 236.
- 56 Paul Neurath/Elisabeth Nemeth (Hg.): *Otto Neurath* (wie Anm. 54), S. 39f.
- 57 Ebd. S. 300.
- 58 Ebd. S. 301.
- 59 Friedrich Stadler (Hg.): *Arbeiterbildung* (wie Anm. 55), S. 236.
- 60 Gerd Arntz: *Otto Neurath, ich und die Bildstatistik*, in: Friedrich Stadler (Hg.): *Arbeiterbildung* (wie Anm. 54), S. 31-34, s. S. 33. Vgl. dazu auch Gerd Arntz: *Kritische Grafik und Bildstatistik*, Kölnischer Kunstverein 1977, Köln/Den Haag 1977; *Neue Gesellschaft für bildende Kunst* (Hg.): *Politische Konstruktivisten. Die »Gruppe progressiver Künstler« Köln/Berlin 1975. Zur Rezeption: Berlin, Berlin. Materialien zur Geschichte der Stadt. Eine Publikation im Rahmen der Ausstellung im Martin-Gropius-Bau 1987*, Berlin 1987.
- 61 Paul Neurath/Elisabeth Nemeth (Hg.): *Otto Neurath* (wie Anm. 54), S. 303.
- 62 Walter Benjamin: *Jahrmarkt des Essens* (wie Anm. 13), S. 530.
- 63 Vgl. dazu Monika Faber: *Ganz modern und kühn. Die Avantgarde und die Propagandaexposition in den dreißiger Jahren*, in: Jan Tabor (Hg.): *Kunst und Diktatur. Architektur, Bildhauerei und Malerei in Österreich, Deutschland, Italien und der Sowjetunion 1922-1956*, Baden 1994, S. 72-79; Monika Mayer: *Gesunde Gefühlsregungen. Das Wiener Ausstellungswesen 1933-1945*, ebd. S. 294-301; Sabine Weißler: *Bauhaus-Gestaltung in NS-Propaganda-Ausstellungen*, in: Winfried Nerding (Hg.): *Bauhaus-Moderne im Nationalsozialismus. Zwischen Anbiederung und Verfolgung*, München 1993, S. 48-63.
- 64 Christoph Zuschlag: *»Entartete Kunst«. Ausstellungsstrategien im Nazi-Deutschland*, Worms 1995 (= *Heidelberger Kunstgeschichtliche Anhandlungen*, N.F. Bd. 21), S. 323.

- einer »Theorie der Ausstellung« vgl. Gottfried Korff: *Esposizioni reali e esposizioni immaginarie*, in: *Rassegna VIII* (1986), S. 72-81 (Sonderheft: Sigfried Giedion: un progetto storico).
- 27 Walter Benjamin: *Das Passagen-Werk* (wie Anm. 26), S. 513.
- 28 Barbara Mundt: *Die deutschen Kunstgewerbemuseen im 19. Jahrhundert*, München 1974 (= *Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts*).
- 29 Martin Roth: *Heimatmuseum. Zur Geschichte einer deutschen Institution*, Berlin 1990 (= *Berliner Schriften zur Museumskunde*, 7).
- 30 Martin Wörner: *Vergnügung und Belehrung. Die Inszenierung der Volkskultur auf den Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts*, Diss. rer. soc., Tübingen 1997.
- 31 Walter Benjamin: *Das Passagen-Werk* (wie Anm. 26), S. 522.
- 32 Georg Simmel: *Berliner Gewerbe-Ausstellung*, in: »*Die Zeit*« (Wien) vom 25. Juli 1896, S. 59f.
- 33 Zur Faszination der 1896er Gewerbeausstellung vgl. neuerdings auch die äußerst beeindruckenden Berichte von Alfred Kerr: *Wo liegt Berlin? Briefe aus der Reichshauptstadt*, Berlin 1997, S. 145-163.
- 34 Georg Simmel: *Berliner Gewerbe-Ausstellung* (wie Anm. 32), S. 60.
- 35 Georg Simmel: *Der Begriff und die Tragödie der Kultur*, in: ders.: *Philosophische Kultur. Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne. Gesammelte Essays*, Berlin 1983, S. 195-218.
- 36 Vgl. dazu das Kapitel »Die grossen Ausstellungen« in Sigfried Giedion: *Raum, Zeit, Architektur. Die Entstehung einer neuen Tradition*, Ravensburg 1965, S. 175-203.
- 37 Vgl. dazu auch Gottfried Korff: *Esposizioni reali* (wie in Anm. 25).
- 38 Ingeborg Cleve: *Geschmack, Kunst und Konsum. Kulturpolitik als Wirtschaftspolitik in Frankreich und Württemberg (1805-1845)*, Göttingen 1996 (= *Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft*, Bd. 111).
- 39 Werner Sombart: *Die Ausstellung*, in: *Morgen. Wochenschrift für deutsche Kultur* vom 28. Februar 1908 (9/08), S. 249-256, s. S. 250.
- 40 Ebd. S. 256.
- 41 Ebd.
- 42 Andrew Mc Clellan: *The Musée du Louvre as Revolutionary Metaphor during the terror*, in: *The Art Bulletin*, LXX (1988), S. 300-313.
- 43 Friedrich Georg Koch: *Die Kunstausstellung. Ihre Geschichte von den Anfängen bis zum Ausgang des 18. Jahrhunderts*, Berlin 1967, S. 273.
- 44 Vgl. dazu etwa Ralph W. Dexter: *Putnam's Problems Popularizing Anthropology*, in: *American Scientist* 54 (1966), S. 315-332.
- 45 Wilhelm Bode: *Die Aufgaben unserer Kunstgewerbemuseen (1896)*, in: ders.: *Wilhelm (von) Bode: Kunst und Kunstgewerbe am Ende des 19. Jahrhunderts*, Berlin 1901, S. 51-82, s. S. 64f.
- 46 Vgl. dazu Wilhelm Bode: *Von der Weltausstellung in Chicago (1893)*, in: ders.: *Kunst und Kunstgewerbe* (wie Anm. 45), S. 51-82.
- 47 Vgl. dazu Dieter Jähning: *Kunstgeschichtliche Betrachtungen: Jakob Burckhardts Topologie der Künste*, Bd. 1, Tübingen 1984, S. 13-24.
- 48 Wilhelm von Bode: *Mein Leben*, 2 Bde, Berlin 1930, Bd. 1, S. 149.
- 49 Vgl. dazu Thomas W. Gaethgens: *Ein Bismarck der Künste. Kenner, Sammler, Forscher: Wilhelm von Bode*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 9. Dezember

- 1995 (Tiefdruckbeilage). Zu Bodes Epochenräumen vgl. auch: Irene Geismeyer: *Ein musealisierter Museumstyp in fotografischen Dokumenten*, in: *Jahrbuch Preußischer Kulturbesitz* 30 (1993), S. 223-244.
- 50 Joseph Roth: *Berliner Saisonbericht. Reportagen und journalistische Arbeiten 1920-1939*, Köln 1984.
- 51 Siegfried Kracauer: *Schriften*, Bd. 5/1 (= Aufsätze 1915-1926); Bd. 5/2 (= Aufsätze 1927/1931) Frankfurt/M. 1990.
- 52 Bernard von Brentano: *Wo in Europa ist Berlin? Bilder aus den zwanziger Jahren*, Frankfurt/M. 1981.
- 53 Vgl. dazu Grosse Ausstellung Düsseldorf 1926. *Gesundheitspflege, soziale Fürsorge und Leibesübungen*. Amtlicher Katalog, Düsseldorf 1926; vgl. dazu auch Ekkehard Mai: *Gesolei und Pressa: Zu Programm und Architektur rheinischen Ausstellungswesens in den zwanziger Jahren*, in: Kurt Düwell/Wolfgang Köllmann (Hg.): *Zur Geschichte von Wissenschaft, Kunst und Bildung an Rhein und Ruhr, Wuppertal 1985* (= *Rheinland-Westfalen im Industriezeitalter*, Bd. 4), S. 271-287.
- 54 Paul Neurath/Elisabeth Nemeth (Hg.): *Otto Neurath oder Die Einheit von Wissenschaft und Gesellschaft*, Wien/Köln/Weimar 1994, S. 59-74 und S. 377-310; vgl. dazu auch: Rainer Hegselmann: *Otto Neurath, der Wiener Kreis und das Projekt einer empirischen Aufklärung*, in: Ursula Apitzsch (Hg.): *Neurath-Gramsci-Williams. Theorien der Arbeiterkultur und ihre Wirkung*, Hamburg, Berlin 1993, S. 13-36.
- 55 Friedrich Stadler (Hg.): *Arbeiterbildung in der Zwischenkriegszeit: Otto Neurath/Gerd Arntz. Katalog einer Ausstellung des Österreichischen Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseums*, Wien 1982, S. 236.
- 56 Paul Neurath/Elisabeth Nemeth (Hg.): *Otto Neurath* (wie Anm. 54), S. 39f.
- 57 Ebd. S. 300.
- 58 Ebd. S. 301.
- 59 Friedrich Stadler (Hg.): *Arbeiterbildung* (wie Anm. 55), S. 236.
- 60 Gerd Arntz: *Otto Neurath, ich und die Bildstatistik*, in: Friedrich Stadler (Hg.): *Arbeiterbildung* (wie Anm. 54), S. 31-34, s. S. 33. Vgl. dazu auch Gerd Arntz: *Kritische Grafik und Bildstatistik*, Kölnischer Kunstverein 1977, Köln/Den Haag 1977; *Neue Gesellschaft für bildende Kunst* (Hg.): *Politische Konstruktivisten. Die »Gruppe progressiver Künstler« Köln/Berlin 1975. Zur Rezeption: Berlin, Berlin. Materialien zur Geschichte der Stadt. Eine Publikation im Rahmen der Ausstellung im Martin-Gropius-Bau 1987*, Berlin 1987.
- 61 Paul Neurath/Elisabeth Nemeth (Hg.): *Otto Neurath* (wie Anm. 54), S. 303.
- 62 Walter Benjamin: *Jahrmarkt des Essens* (wie Anm. 13), S. 530.
- 63 Vgl. dazu Monika Faber: *Ganz modern und kühn. Die Avantgarde und die Propagandaexposition in den dreißiger Jahren*, in: Jan Tabor (Hg.): *Kunst und Diktatur. Architektur, Bildhauerei und Malerei in Österreich, Deutschland, Italien und der Sowjetunion 1922-1956*, Baden 1994, S. 72-79; Monika Mayer: *Gesunde Gefühlsregungen. Das Wiener Ausstellungswesen 1933-1945*, ebd. S. 294-301; Sabine Weißler: *Bauhaus-Gestaltung in NS-Propaganda-Ausstellungen*, in: Winfried Nerding (Hg.): *Bauhaus-Moderne im Nationalsozialismus. Zwischen Anbiederung und Verfolgung*, München 1993, S. 48-63.
- 64 Christoph Zuschlag: *»Entartete Kunst«. Ausstellungsstrategien im Nazi-Deutschland*, Worms 1995 (= *Heidelberger Kunstgeschichtliche Anhandlungen*, N.F. Bd. 21), S. 323.