

Arbeit zur Erlangung
des akademischen Grades
Master of Arts (M.A.)

Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle
Fakultät Design
Studiengang Design Studies

Stühle im Regal

Museale Präsentationsmöglichkeiten
von Gebrauchsgegenständen

von Rosa Carole Rodeck
Matrikelnummer 8110

Erstprüfer

Prof. PD Dr. phil. habil. Martin Grunwald
Vertretungsprofessor für Psychologie der Gestaltung
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle

Zweitprüfer

Prof. Uwe Fischer
Professor für Industrial Design
Staatliche Akademie der Bildenden Künste, Stuttgart

Beginn der Arbeit - 01. Oktober 2018
Abgabe der Arbeit - 31. Januar 2019

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	4
1	Einleitung	8
2	Stühle im Regal	12
3	Das Phänomen der Darstellung von Stühlen in musealen Ausstellungen	13
4	Einführung in die Museumsinstitution	16
4.1	Das Museum	16
4.2	Das museale Objekt	18
4.3	Das Kuratieren	19
4.4	Die museale Ausstellung	21
5	Historische Einführung zum Thema Industrieprodukte in musealen Ausstellungen	22
5.1	Die erstmalige Ausstellung massenproduzierter Produkte	22
5.2	Die Museumsreformbewegung	25
5.3	Die Aufnahme industrieller Produkte im Museum	26
5.4	Die Präsentation von Stühlen an der Wand	28
5.4.1	Die Werkbundaussstellung in Paris	29
5.4.2	Die Ausstellung „Cubism and Abstract Art“	30
5.4.3	Die Ausstellungsreihe „Useful Objects“	31
5.4.4	Die Ausstellung „Organic Design in Home Furnishing“	34
5.5	Die Verhaltensregel „Bitte nicht anfassen“	36
5.6	Der Wandel des Ausstellungswesens von Design	37
5.7	Der Schwerpunktwechsel vom Bewahren zum Ausstellen	41
5.8	Historische Zusammenfassung	43

6	Fallstudie zur Inszenierung von industriell gefertigten Stühlen in musealen Ausstellungen	44
6.1	Methodik zur Wahl der Fallstudie	45
6.2	Die Museumsausstellung „Konstantin Grcic. The Good, The Bad, The Ugly“	47
6.3	Die Ausstellungsinszenierung	50
6.4	Die museale Dekontextualisierung von Objekten	55
6.4.1	Der Schwerpunkt auf der visuellen Vermittlung	57
6.4.2	Die Reduktion auf die Produktsprache	59
6.5	Das Produkt als Bedeutungsträger durch die Neukontextualisierung im Museum	64
6.5.1	Wertvoll ist, was oben ist	67
6.5.2	Der Designklassiker im Museum	70
7	Fazit	72
	Nachwort	78

1 Einleitung

Warum dürfen Besucher sich in einer Museumsausstellung nicht auf einen Designerstuhl setzen, obwohl dieser auch im Hotel, im Fachhandel, auf einer Messe, im Café oder privat zu finden ist? Diese Frage stellte sich die Autorin der Arbeit „Stühle im Regal - Museale Präsentationsmöglichkeiten von Gebrauchsgegenständen“ und regte sie dazu an, zu untersuchen, was mit einem Alltagsobjekt passiert, wenn es in den Museumskontext und eine dortige Ausstellung gelangt.

Fig.5
Eames RAR im Regal, Dauer-
ausstellung Schaudapot *Vit-
ra Design Museum*, Weil am
Rhein (2018). ©Rosa Carole
Rodeck



Am Beispiel von industriell produzierten Stühlen wird das Phänomen der erhöhten musealen Präsentation hinterfragt, und es wird erforscht, was die beschriebene Präsentationsform mit dem einstigen Alltagsobjekt¹ macht.

Hierzu werden nicht nur Stühle im Regal, sondern in allgemein erhöhten Positionen betrachtet. Sei es an der Wand, an der Decke, auf Podesten, auf Sockeln oder eben im Regal.

Dieses Phänomen ist, in von der Autorin durchgeführten Recherchen in Fotoarchiven, über Jahrzehnte hinweg in vielen internationalen Museumsausstellungen aufzufinden.²

Eine Beantwortung, wie es zu dieser Darstellung von massenproduzierten Stühlen kam und was diese bewirkt, gibt es bis dato

1

„Alltagsobjekte müssen sich [...] im Gebrauch bewähren.“
Schulze (2017), S.194

2

Siehe Kapitel 5 - 5.7 *Historische Einführung zum Thema Industrieprodukte in musealen Ausstellungen*



Fig.6

Eames DAR Stuhl in der Eingangshalle des Hofmobiliendepots, Wien (2018). ©Rosa Carole Rodeck

3

Die Aufnahme des Industriedesigns im Museum ist erstmals in den 1920er, deutlich vermehrt aber in den 1970er und -80er Jahren zu finden. Die Gründungen von Designmuseen fanden hauptsächlich ab Ende des 20. und Anfang 21. Jahrhunderts statt.

4

Schmid et al. (2018), S.157

5

Söllner, Elisabeth (2018), *Phänomen Designmuseum - Eine Museografie über Die Neue Sammlung in der Pinakothek der Moderne München*. München: Deutscher Kunstverlag.
Bechtloff, Dieter (Hrsg.) (2018). Museumsboom Wandel einer Institution. In *Kunstforum International*. Ausg.251. Köln: Kunstforum International
Schmid (2017), *Was bedeutet es, Design auszustellen?*. Vortrag auf der Arbeitstagung Exponate. Zeichen. Prozesse. Verfügbar unter: <http://www.hfg-gmuend.de/tagung.html>
Rinker et al. (2015), *Design ausstellen - Ausstellen durch Design*, Forschungsprojekt der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd. Verfügbar unter: https://www.hfg-gmuend.de/Design_ausstellen_-_Ausst....html

Götz et al. (2008), *Villa Paragon: Thesen zum Ausstellen, basiert auf den Beiträgen der Teilnehmer am gleichnamigen 20. Designtheoretischen Symposium der Burg Giebichenstein, 9. - 11. November 2006*. Basel: Schwabe.

noch nicht, da sich die meisten Museumsforschungen mit dem Sammlungsbestand, den thematischen und gestalterischen Ausstellungsaspekten oder Objekten der Kunst und Technik auseinandersetzen. Diese bisherigen Forschungsschwerpunkte hängen vor allem damit zusammen, dass im Vergleich zu anderen musealen Sammlungsschwerpunkten, die Aufnahme von Industriedesign, sowie die Gründung des Typ *Designmuseum* noch jung ist.³ Somit wurden bislang „[...] Designausstellungen im museologischen Diskurs im Gegensatz zu Kunst[-] oder Architektur[ausstellungen] kaum thematisiert [...]“⁴

Bereits seit den 2010er Jahren findet die Thematik der fachübergreifenden Ausstellungsgestaltung und dessen Auswirkung auf die Produkte vermehrt Anklang in Magazinen, Dissertationsarbeiten und Hochschulsymposien.⁵ In den seltensten Fällen wird allerdings das Phänomen des Industriedesigns im Museumskontext betrachtet,⁶ sondern Objekte aus dem Bereich der Kunst oder dem Kunsthandwerk stehen im Mittelpunkt der Untersuchung. Zudem werden die Behauptungen, die dort getroffen werden, nicht speziell an einer Ausstellung festgemacht, weswegen den Theorien nicht gefolgt werden kann.

An diesem Punkt setzt die Autorin an und überprüft verschiedene Thesen in Bezug auf eine aktuelle Fallstudie aus dem Bereich der Industriedesign-Ausstellungen.

Der Fokus dieser Arbeit liegt somit, im Gegensatz zu den bisherigen Forschungsschwerpunkten, auf der Analyse einer bestimmten Inszenierungsform im Museum, die wiederum repräsentativ für den allgemein gültigen Umgang mit Industriedesign in diesem Kontext steht. Es wird dabei im Detail betrachtet, wie Design in der Ausstellung platziert wird und wie diese dessen Bedeutung verändert. Des Weiteren wird die perspektivische Überhöhung der Objekte untersucht, da sie durch den rein visuellen Zugang ausschlaggebender Punkt ist, wie das Objekt auf den Besucher wirkt.

Demzufolge steht die Arbeit in Zusammenhang mit dem Themenkomplex der Ausstellungsgestaltung und Didaktik und soll abschließend im Nachwort neue Möglichkeiten aufzeigen, wie man Industriedesign in diesem zukünftig präsentieren kann.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird zunächst das Problem des Ausstellens von Industriedesign im Museum dargestellt. Zudem findet eine Eingrenzung des Themas statt, und es wird herausgestellt, was nicht in der Arbeit vorkommt. Im Anschluss werden dem Leser die Begriffe sowie Strukturen, Aufgaben und Ziele des Museums erklärt, um späteren Verständnisschwierigkeiten vorzubeugen.

In der anschließenden historischen Einführung wird hergeleitet, wie Industriedesign in das Museum und in dessen Ausstellung gelangte und wie es dort zur heutigen erhöhten Präsentation der Stühle kam.

Anhand einer Ausstellungsfallstudie wird im Hauptteil analysiert, wie heutzutage Industriedesign in Museumsausstellungen präsentiert wird und was deren Kontext an der Bedeutung des Alltagsobjekts ändert. Abschließend werden im Nachwort die Fragen beantwortet, ob das Museum nach Meinung der Autorin der geeignete Ort ist, Industriedesign auszustellen, und wenn ja, welchen Anforderungen die dortige Präsentation erfüllen sollte.

6

Schmid (2017). Designausstellungen: Zwischen Banalität und Erhöhung. In Der Rat für Formgebung (Hrsg.) *Design Report - Design ausstellen - wie sich eine Disziplin im Raum präsentiert* (S.54 - 58). Vol. 4/2017.
Farrelly, Liz & Weddell, Joana (2016). *Design objects and the museum*. London: Bloomsbury.

2 Stühle im Regal

7
Vgl. Bartels (2002), S.55

8
Siehe Kapitel 6.4.2 *Die Reduktion auf die Produktsprache*
9

Das beschreibt auch die Direktorin der Neuen Sammlung in München Frau Dr. Nollert in einem Interview. Joa (2018)

10
Das Unikat ist „etwas, was nur einmal vorhanden ist, was es nur [noch] in einem Exemplar gibt.“ Dudenredaktion (1999), S.775

11
„Ein Original kann zwar in vielfältigen Ausführungen oder hohen Stückzahlen am Markt sein, entstammt jedoch immer nur einer einzigen [sic] authentischen Quelle.“ Pricken (2014), S.48
Zudem ist das Original „[...] nur hier und nirgendwo anders genau so [sic] zu betrachten.“ Schuster et al. (2006), S.21

12
Diese Behauptung kann die Autorin durch persönliche Gespräche mit Museumsbesuchern von Industriedesign-Ausstellungen, durch eigene Führungen und durch Gespräche mit Kuratoren und das Lesen von Gästebüchern der Museen treffen.

Industriedesign definiert sich hauptsächlich über seine Benutzbarkeit,⁷ wenn es allerdings in den Museumskontext gelangt, wird es dem alltäglichen Gebrauch und somit seinem ursprünglichen Umfeld entrissen.

Erkennbar ist diese Entnahme anhand der Verhaltensregel „Bitte nicht anfassen“, welche über Gattungen hinweg in den meisten Museen die Industriedesign ausstellen zu finden ist. Zusätzlich trägt die erhöhte Positionierung der Industrieprodukte zu einem neuen Kontext bei.

Mit der Aufhebung der praktischen Funktionsbestimmung lassen sich die Gegenstände somit nicht länger unter Gebrauchsaspekten betrachten, sondern weisen auf neue Bedeutungen hin.⁸ Infolgedessen wird die Definition des Industriedesigns negiert, denn fortan ist es ausschließlich rein visuell für den Museumsbesucher zugänglich.

Diese Art der Präsentation ist üblich bei Kunstausstellungen, bei denen Skulpturen auf Sockeln und Gemälde an der Wand gezeigt werden. Kunstobjekte waren jedoch für die rein visuelle Auseinandersetzung bestimmt, wohingegen Industrieprodukte für den haptischen Gebrauch gedacht waren.⁹ Es stellt sich folglich die Frage, wieso seriell hergestellte Produkte, die zum Nutzen gedacht waren, erhöht ausgestellt werden? Denn anders als Kunstobjekte sind sie keine Unikate¹⁰, in den seltensten Fällen nachweisbare Originale¹¹, sondern sind in einer hohen Stückzahl frei auf dem Markt käuflich. Aus welchem Grund es deswegen bei ihnen verboten ist sie anzufassen, ist auch oft für den Museumsbesucher nicht nachvollziehbar.¹²

3

Das Phänomen der Darstellung von Stühlen in musealen Ausstellungen

In diesem Kapitel wird erläutert, wie das Thema inhaltlich und zeitlich in der vorliegenden Arbeit eingegrenzt wurde.

Zeitlich beginnt die Masterarbeit *Stühle im Regal - Museale Präsentationsmöglichkeiten* von Gebrauchsgegenständen bei der Industrialisierung um 1850 und endet im Jahre 2018. Weshalb dieser zeitliche Startpunkt gewählt wurde, wird in der historischen Einführung näher erklärt. Dort werden auch Ausstellungsgestaltungen verschiedener Länder betrachtet. Dabei wird allerdings kein Ländervergleich stattfinden, sondern es wird die allgemeine Szene des musealen Kulturbereichs dargestellt. Falls doch der kulturelle Unterschied auf die Darstellung der Produkte Einfluss genommen hat, wird dies explizit geschrieben.

Da bis heute „[...] keine trennscharfe und allgemeingültige Museumstypologie“¹³ existiert, war es zudem nicht nötig, zwischen den scheinbar unterschiedlichen Museumstypen¹⁴ zu differenzieren. Hinzukommend veränderten die Museen über die Jahre hinweg ihre Namen. So hießen sie anfangs meist Gewerbemuseen, wurden dann zu Museen für Kunsthandwerk, Angewandte Kunst oder Gestaltung.¹⁵ Folglich sind die heutigen Museumstypen nur schwer voneinander trennbar.

Im weiteren Verlauf werden deswegen Ausstellungen in Museen untersucht, deren Sammlungs- und Ausstellungsschwerpunkt unter anderem auf Industriedesign-Produkten des 20. und 21. Jahrhunderts liegt.¹⁶

Der Fokus der Arbeit liegt auf der Untersuchung der Darstellung von Industrieprodukte anhand von Stühlen in einer musealen Ausstellung. Für diese Präsentation gibt es im Museumsbereich und der dazugehörigen Literatur mehrere Begriffe: *Ausstellungsdesign*, *Ausstellungsgestaltung*,¹⁷ *Ausstellungsdisplay*, *Ausstellungsinzenierung*, *Ausstellungsszenografie* oder *Museografie*. Alle scheinen der Literatur nach beliebig untereinander austauschbar zu sein,¹⁸ zudem gibt es keine klaren musealen Definitionen.

13
Hartung (2010), S.3

14
Kunstgewerbe-, Industriegewerbe-, Kunstindustrie-, Design-, Angewandte Kunst-, Gestaltungs-, Designmuseum.

15
Vgl. Eser (2002), S.137 f.

16
Durch die Festlegung des Industriedesign-Fokus werden historische oder technische Museen nicht weiter in dieser Arbeit betrachtet.

17
Vgl. Schwarz et al. (2001), S.11

18
Vgl. ebd., S.11 f.

19
Haupt-Stummer (2013), S.93

20
Vgl. Joachimides (2001), S.14

21
Scholze (2004), S.147

22
Siehe Kapitel 5.5 *Der Wandel des Ausstellungswesens vom Design aus*

23
Die Gestaltung wird in dieser Arbeit als sinnlich wahrnehmbarer Einfluss auf die Erscheinung von Objekten und Räumen verstanden.

24
Ausgenommen technische Produkte

25
Label-Text vom *Museum für Angewandte Kunst*, Wien aus der Ausstellung „MAK Design Labor“ am 02.10.2018

26
Siehe Kapitel 6.4 *Die museale Dekontextualisierung von Objekten*

27
Eckstein (1977), S.7

Das *Ausstellungsdisplay* stammt vom Lateinischen *displicare* und bedeutet soviel wie entfalten oder offenlegen. „Je nach Selbstverständnis seiner AutorInnen liest sich Display als Architektur, Gestaltung, Inszenierung, Installation, Exponat oder Narration,“¹⁹ dementsprechend unpräzise ist dieser Begriff.

Ausstellungsdesign wiederum stellt Schwierigkeiten im deutschsprachigen Raum mit dem geschichtlich, doch noch jungen Begriff Design dar. Unter der *Museografie* ist die museale Inszenierungskunst zu verstehen. Und auch hier wird wieder der undeutliche und fachfremde Begriff Inszenierung verwendet, um als Definition zu dienen.

Der Begriff stammt, wie die *Szenografie*, aus dem Film und Theater²⁰ und gehört „[...] zu den undeutlichsten des Museums- und Ausstellungswesens“²¹, dennoch wird der Begriff *Ausstellungsinzenierung* in Kombination mit musealen Ausstellungen ab 1980 in dieser Arbeit verwendet. Dies hängt vor allem mit dem Wandel in der Objektdarstellung im Museumswesen zusammen.²²

Davor verwendet die Autorin den Begriff der *Ausstellungsgestaltung*²³, da dieser die wenigsten Verständnisschwierigkeiten und sprachlichen Unklarheiten mit sich bringt.

Im Fokus der Produktanalyse in der Ausstellungsgestaltung ab der Industrialisierung ist der Stuhl, der primär als Gebrauchsgegenstand verstanden wird.

Der Stuhl als Objekt wurde gewählt, da er stärker als andere Objekte²⁴ seine alltäglichen Funktionen und Bedeutungen in dem Museumskontext ablegt. Dort ist er nicht mehr länger „[...] ein Gebrauchsobjekt, das sich über seine Zweckmäßigkeit als Sitzgelegenheit definiert, um den sitzenden Körper zu stützen, ohne zu brechen oder umzufallen.“²⁵ Sein wesentlicher Nutzen wird ihm im Museum genommen und fast keine vorherigen Definitionen treffen mehr zu.²⁶ Obwohl er von allen Möbeln „[...] den Sinn, den das Wort Möbel seinem sprachlichen (mobilis - beweglich, movere - bewegen) am vollkommensten [...]“²⁷ aufweist, ist er nicht mehr für jeden zugänglich und leicht beweglich, um täglich mehrfach neu positioniert zu werden. Er steht zudem nicht mehr im ständigen alltäglichen Körperkontakt mit Menschen, wenngleich er das „[...] dem Menschen nächste, seinem Körper angemessenste Möbel

[...]“²⁸ ist. Weswegen auch im Bereich des Entwurfs besondere Anforderungen berücksichtigt werden müssen „[...] wie zum Beispiel Bequemlichkeit, Aussehen, Kontext und Repräsentationszweck [...]“²⁹ Vor allem die Bequemlichkeit die hier an erster Stelle genannt wird, kann nicht vom Besucher im Museumskontext getestet werden.

Diese Dekontextualisierung³⁰ des Stuhls wird vor allem in musealen Ausstellungsgestaltungen deutlich, in denen er im Regal, auf Podesten oder Sockeln steht (Fig.7), an der Wand hängt oder von der Decke hängend präsentiert wird.

Das Phänomen der Dekontextualisierung von Stühlen steht in dieser Arbeit bildlich für den allgemeinen musealen Umgang mit Gebrauchsgegenständen, die im Museum mit der visuell überhöhten Präsentationsform, die neue Wirkung erlangen „[...] ,ich bin wichtig, ich bin bedeutend“³¹.



28
Eckstein (1977), S.7

29
Label-Text vom *Museum für Angewandte Kunst*, Wien aus der Ausstellung MAK Design Labor am 02.10.2018

30
Dekontextualisierung bedeutet, dass ein Objekt nicht mehr in seinem ursprünglichen Kontext ist.

31
Bartels (2002), S.189

Fig.7
Architektenmodelle-Möbelmanifeste, *Neues Museum*, Nürnberg (2018), ©Rosa Carole Rodeck

4.2

Das museale Objekt

41
Schulze (2017), S.20

42
Vgl. ebd., S.23

43
Walz (2016), S.156

44
Ein anderer Begriff für ein Museumsobjekt im Kontext der Sammlung

45
Söllner (2018), S.110 f.

46
Reinhardt et al. (2008), S.16

47
Pricken (2014), S.96

Museen mit ihren Dingen dienen „[...] als Ort der materiellen Begegnung[...]“⁴¹. Erst durch die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Dingen in Wunderkammern und später Museumssammlungen entstand das autonome Museumsobjekt⁴². Was damit gemeint ist, wird im weiteren Verlauf des Kapitels erklärt.

Nur wenn ein Objekt authentisch ist, wird es in die Museumsammlung aufgenommen. Es ist dann authentisch, „[...] wenn es dem sammlungsrelevanten Entstehungs- oder Verwendungszusammenhang entstammt und diesen deswegen materiell belegen kann [...]“⁴³. Es kann dabei sowohl aus einer Privatsammlung als auch aus einem alltäglichen Gebrauchskontext stammen. Unwesentlich woher es stammt, wird es sobald es in die Sammlung aufgenommen wird zur sogenannten *Musealie*⁴⁴. Musealien waren also Dinge, die zuvor in der realen Umwelt auftauchten. In Bezug auf industriell gefertigte Gebrauchsgegenstände, wurden sie von Personen täglich benutzt.

In der musealen Sammlung wird den Alltagsdingen hingegen eine neue Bedeutung zugeschrieben, und sie rücken in den Mittelpunkt, anders als im Alltagsleben. Die Kulturwissenschaftlerin Elisabeth Söllner erklärt dies, dadurch dass vor allem der Umgang mit den Objekten im Museum deutlich macht, „[...] dass sie ihrem Gebrauchskontext entrissen wurden. Es ist beispielsweise üblich, die Sammlungsgegenstände ausschließlich mit Handschuhen zu berühren und nicht mehr in ihrer entstammten Funktion zu nutzen“⁴⁵. Dieser Wandel des Produkts, was zuvor im Gebrauch war und nun im Museumskontext zu finden ist, stellt nicht mehr eine Lösung von alltäglichen Situationen dar, sondern wird zum „[...] Träger sozialer, naturhistorischer und ästhetischer Informationen“⁴⁶. Durch die Befreiung ihrer funktionellen Alltagstauglichkeit, „[...] verwandeln [sie] sich in Zeitzeugen, und [...] in eine Art ‚Erinnerungsspeicher‘“⁴⁷.

Bei der Konzeption einer Museumsausstellung, wird eine zum Thema passende Musealie der Sammlung entnommen und in einen neuen Kontext gestellt. Mit dieser Handlung und der öffentlichen

Präsentation der Musealie wird sie zum Exponat. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird der Begriff der Musealie daher in Bezug auf den Sammlungsbestand verwendet. Wenn es sich um ein Objekt in einer musealen Ausstellung handelt, wird dieses als Exponat bezeichnet. Zudem wird im weiteren Verlauf der Arbeit nicht behandelt, was im Detail mit dem Alltagsobjekt passiert, wenn es zur Musealie wird. Vielmehr geht es um die Herausstellung des Unterschieds zwischen dem inszenierten und alltäglichen Industrieprodukt. Wie dieser Wandel in der Ausstellungsgestaltung zur Bedeutungsschaffung des Objekts beiträgt, wird im Hauptteil anhand einer konkreten Fallstudie untersucht.

4.3

Das Kuratieren

Im Museum trägt der Kurator einen großen Teil für die Auswahl der Objekte bei, die in der Sammlung aufgenommen werden. Zudem ist er den meisten Fällen zuständig für die Konzeption der Inszenierung. Zwar sind auch Ausstellungsarchitekten und -gestalter, Direktoren, Assistenten, Volontäre, Techniker und teilweise Designer an den musealen Ausstellungsgestaltungen beteiligt, dennoch wird in dieser Arbeit der Fokus auf dem Beruf des Kurators liegen. Dies hängt vor allem mit der historischen Entstehung zur Zeit der Industrialisierung des Berufsbildes und dem ständigen Wandel des Aufgabenbereichs zusammen.

Ursprünglich stammt die Berufsbezeichnung des Kurators aus dem lateinischen *cura* und bedeutet soviel wie Sorgfalt oder Sorge. An diesem Wortstamm ist bereits die frühere Tätigkeit der Kuratoren zu erkennen. Sie sollten sich um die Musealien kümmern und sie bewahren. Das Berufsbild des Kurators in diesem Sinne entstand zwischen dem 17. und 18. Jahrhundert, wobei die Literatur keinen exakten Zeitpunkt nennt. Zu dieser Zeit griffen erstmalig „[...] Kunsthändler zur Feder, um Ratschläge für den Aufbau und die Einrichtung einer Sammlung zu erteilen [...]“⁴⁸ Dabei ist zu bemerken, dass es sich um Ratschläge für Sammlungen und nicht Ausstellungen handelte.

48

Pomian et al. (1998), S.9

49
Vgl. Pomian et al. (1998), S.10

50
Vgl. Hoffmann (2014), S.10 f.

51
Das Bewahren der Musealien fällt heutzutage meist auf den Kustodor zurück. Auf den an dieser Stelle nicht weiter eingegangen wird, da er nicht aktiv an der Gestaltung von Ausstellungen beteiligt ist.

52
Ulrich (2015), S.91

53
Kuratieren wird in der heutigen Sprache häufig verwendet, wenn es sich um die Anordnung visueller Dinge handelt.

54
Vgl. Obrist et al. (2015), S.35

55
Vgl. Sommer (2013), S.19

56
Vgl. Locker (2011), S.38

57
Vgl. Walz (2016), S.252

58
Scholze (2004), S.35

Parallel traten Kunsthistoriker und -kritiker auf den Plan, die versuchten sämtliche Spuren zu finden, welche die Werke hinterlassen hatten.⁴⁹ Erkennbar ist, dass es zwar seit dem 17. Jahrhundert Kuratoren gab, allerdings war deren Schwerpunkt nicht die Vermittlung, sondern die Bewahrung, Katalogisieren und Erweiterung der Sammlung⁵⁰. Dieses kuratorische Tätigkeitsfeld blieb bis in das 20. Jahrhundert so bestehen.

Erst seit Beginn des 21. Jahrhunderts überwiegt die Ausstellungskonzeption die anderen Aufgaben der Kuratoren.⁵¹ Mit Kuratoren und Ausstellungsdesignern haben sich mittlerweile also Berufe fest etabliert, „[...] die es vor 50 Jahren noch nicht in dem Sinne gab“⁵². Dies ist unter anderem auch erkennbar an der Verbform *kuratieren*⁵³, die eine Prägung des 20. Jahrhunderts ist⁵⁴.

In dieser Arbeit bezieht sich der Begriff auf das Tun desjenigen, der als Kurator eine Ausstellung organisiert, konzipiert, betreut und zuständig für die Auswahl der Exponate ist. Im heutigen Sinne kümmern sich Kuratoren somit um Objekte, indem sie deren Inhalt anhand von Handlungssträngen in den Ausstellungsraum gestalterisch übertragen⁵⁵. Der Begriff des Kurators bezieht sich in Anlehnung dessen in dieser Arbeit auf den Ausstellungsplaner und Konzeptentwickler von musealen Ausstellungsgestaltungen. Er schafft eine dreidimensionale Umgebung⁵⁶, in welcher er Geschichten über eine Marke, Sammlung, Idee oder Person erzählt. Es geht um das *Zueinander-Setzen*⁵⁷ von verschiedenen Objekten und der Herstellung eines Dialogs zwischen ihren Inhalten. Dadurch „[...] gibt die Art und Weise der Präsentation neben den Ausstellungsinhalten immer auch Hinweise auf akademische Überzeugungen, Lehrhaltungen und - intentionen [...]“⁵⁸ sowie kuratorische Ausstellungs- und Sammlungsinteressen.

4.4

Die museale Ausstellung

Die Museumsausstellung wie wir sie heute kennen, „setzt Objekte und ihre [sic] zahlreichen Bedeutungen in einen Raum, hat eine veranschaulichende Funktion und ermöglicht eine vergleichende Betrachtung.“⁵⁹ Das Präsentieren von Exponaten heißt, dass sie zuvor vom Kurator ausgewählt wurden und durch die Ausstellungs-gestaltung hervorgehoben werden.⁶⁰ Das war allerdings nicht schon immer so der Fall.

In seinen Grundzügen geht das Ausstellen bis in die Antike zurück.⁶¹ Auf diesen historischen Bezug wird in dieser Arbeit allerdings nicht weiter eingegangen, da er keine eindeutigen Zusammenhänge mit dem heutigen Ausstellungswesen aufweist. Das Ausstellungswesen der Kunst im modernen Sinne entstand erst in Italien in der Renaissance im 16. Jahrhundert. Dort „[...] entwickelte sich eine ästhetische Anschauung [...]“⁶², und „[...] erste Ausstellungen, die autonome Kunstwerke als Selbstzweck zeigten [...]“⁶³ fanden statt.

Im 18. Jahrhundert galt dann der Salon in Frankreich als einer der ersten „[...] reine[n] Ausstellungsinstitution [...]“⁶⁴. Dort wurden Objekte in Massen platziert und dienten im Gegensatz zu der Renaissancezeit, dem Wettbewerb oder Verkauf. Ausstellungen waren und sind demzufolge nicht notwendigerweise im Museumskontext zu finden⁶⁵ und dienten nicht zwangsläufig der Wissensvermittlung.

Das Ausstellen von Gebrauchsgegenständen, geschweige denn Industrieprodukten, war zu diesem Zeitpunkt auch noch nicht vorstellbar.

Wie es erst Ende des 19. Jahrhunderts zum musealen Ausstellen von Industrieprodukten um zu dem heutigen Verständnis einer Ausstellung kam, wird im historischen Teil dieser Arbeit behandelt.

59
Heesen (2015), S.191

60
Vgl. Pöhlmann (1990), S.19

61
ebd., S.3

62
ebd., S.3

63
ebd., S.3

64
ebd., S.4

65
Heesen (2015), S.191

5

Historische Einführung zum Thema Industrieprodukte in musealen Ausstellungen

Die Industrialisierung beeinflusste das Design. Das Industriedesign veränderte wiederum die Strukturen des Museums und dessen Ausstellungsgestaltung. Diese teils parallelen Entwicklungen werden aus Platzgründen nicht im Detail in diesem Kapitel erklärt. Vielmehr folgt eine Hervorhebung wichtiger historischer Ereignisse, an denen sich etwas zwischen dem Zusammenhang von Industrieprodukt, Ausstellungswesen und Museumsinszenierung wandelte. Es wird deutlich gemacht, wie die Gestaltungsformen der Ausstellung sich hin bis zum derzeitigen musealen Darstellen von Stühlen im Museum verändert haben.

Zusätzlich dient die historische Betrachtung dazu, in der Fallstudie Rückschlüsse herzustellen und Parallelen zwischen der Entwicklung des Designs und Ausstellungswesen im Museum aufzuzeigen. Zeitlich setzt die Einführung in der Industrialisierung Mitte des 19. Jahrhunderts an. In dieser Epoche wurden Kunstgewerbemuseen gegründet, das Museum war für das öffentliche Publikum zugänglich⁶⁶, und Produkte wurden industriell gefertigt und präsentiert.

66

Siehe Kapitel 4.1 *Das Museum*

5.1

Die erstmalige Ausstellung massenproduzierter Produkte

Bei der Weltausstellung im Londoner Kristallpalast im Jahre 1851 wurden zum ersten Mal Industrieprodukte einem größeren Publikum präsentiert⁶⁷. London als erster Standort der Weltausstellung wurde gewählt, weil England als „[...] Mutterland der Industrialisierung [...]“⁶⁸ galt. Während der Industrialisierung lag der Schwerpunkt auf der Massenproduktion. Im Bezug auf die Objekte führte dies zu Neuerungen, wie beispielsweise der Automatisierung von Maschinen und der Arbeitsteilung⁶⁹.

67

Vgl. Eckstein (1977), S.48

68

Hauffe (2016), S.29

69

Vgl. ebd., S.9

Unter anderem durch die Arbeitsteilung entstand das damals neue Berufsbild des Designers. Der Entwurf und die Herstellung

wurden nicht mehr von der gleichen Person ausgeführt. Der Designer war ab diesem Zeitpunkt an zuständig für den Entwurfsprozess, die Herstellung dessen übernahm meist eine Industriefirma.

In dieser Zeitspanne gab es verschiedene Phasen des Industriedesigns. Nach *Ästhetische Grundbegriffe Band 2* gab es: Die erste Phase im 19. Jahrhundert, die noch vom Handwerk geprägt war. Die zweite Phase zwischen der Jahrhundertwende und dem Ersten Weltkrieg, bei welcher der Fokus auf der Funktion der Produkte lag. Die dritte Phase, in den 1920er Jahren, in der sich ein „[...] Paradigmenwechsel von Kunst zu Gestaltung im Entwerfen, von Ausdruck zu praktischer Funktion in den Entwurfszielen, von Institution zu wissenschaftlicher Analyse in den Entwurfsgrundlagen“⁷⁰ vollzog. Die vierte Phase, Mitte des 20. Jahrhunderts, bei der es die wissenschaftlich-technische Revolution gab. Und die fünfte Phase in den 1970er Jahren, in der sich erst der Begriff *Design* und *Industrial Design* vollends verbreitete.⁷¹ Die auf die Zeit der ersten Weltausstellung aufbauenden Phasen sind deswegen in der Arbeit wichtig, damit in der weiteren historischen Betrachtung Bezüge zum Wandel des Industriedesigns und den teilweise zusammenhängenden musealen Gestaltungen gezogen werden können.

Zurück zum zeitlichten Ausgangspunkt dieser Arbeit: der ersten Weltausstellung in London.

Die Weltausstellung 1851 war eine kommerzielle Leistungsschau, bei der die Produkte mit Preisen versehen waren, verkauft und in Massen präsentiert wurden. Industriedesign war dementsprechend im Sinne der Ware vertreten. Die Ausstellung diente außerdem zum Wettbewerb unter den Ausstellernationen und als „[...] Plattform nationaler Selbstdarstellung“⁷², bei der verschiedene Länder ihre Produkte eindrucksvoll in den großen Hallen des Kristallpalastes präsentierten.

Eines der ausgestellten Produkte auf der ersten Weltausstellung, auf das an dieser Stelle näher eingegangen wird, war der Bugholzstuhl von Michael Thonet. Während der industriellen Revolution wurde dieser nämlich zum ersten industriell hergestellten Möbel.⁷³ Dieser Fortschritt war Thonets Technik zu verdanken,

70
Hirdina et al. (2010), S.43 f.

71
Vgl. ebd., S.44

72
Hauffe (2016), S.33

73
Vgl. Fiell et al. (2002), S.17

74
Eckstein (1977), S.32

75
Vgl. ebd., S.31

76
ebd., S.33

77
Vgl. Hirdina et al. (2010), S.43

78
Vgl. Heesen (2015), S.189

79
ebd., S.74

80
Vgl. Remmele (2017), S.50

81
An dieser Stelle ist bereits die erhöhte Darstellung von Objekten erkennbar, auf die im Kapitel 6.5.1 *Wertvoll ist, was oben ist* der Fallstudie noch detaillierter eingegangen wird.

82
Korff (1999), S.734

83
South Kensington Museum (1852), später *Victoria and Albert Museum*, London. *Museum für Kunst und Industrie*, Wien (1863). *Kunstgewerbemuseum*, Berlin (1867). *Museum für Kunst und Gewerbe*, Hamburg (1869). Joachimides (2001), S. 20

84
Vgl. Wilson et al. (2016), S.11

85
Vgl. Walz, (2016), S.52

die eine industrielle Serienproduktion von Standardmodellen ermöglichte. Die Bugholzstühle konnten „[...] zerlegt transportiert und vom Verkäufer ohne besondere Fachkenntnisse montiert werden.“⁷⁴ All die Aspekte trugen dazu bei, dass Thonet zwanzig Jahre nach der ersten Weltausstellung die größte Stuhlfabrik hatte und weltweit exportierte⁷⁵. 1910 erreichte er bereits „[...] eine Auflage von fünfzig Millionen“⁷⁶ Stühlen.

Am Beispiel des Bugholzstuhls von Thonet ist erkennbar, dass die Weltausstellung in London als erstmalige öffentliche Präsentation von Industrieprodukten Dreh- und Angelpunkt⁷⁷ der Präsentationsformen von Massenprodukten war.

Obwohl sie aus dem kommerziellen und Wettbewerbskontext stammt⁷⁸, sind dennoch die Tendenzen dieser Präsentationsformen in heutigen Museen und anderen Ausstellungsformaten zu finden. Zwar wurden anders als im Museum bei „[...] den gewerblich-industriellen Ausstellungen des 19. Jahrhunderts Objekte nicht dauerhaft zur Schau gestellt [...]“⁷⁹, gehörten nicht zu einer Sammlung und waren käuflich, wurden aber dennoch in einer museumstypischen Präsentationsart dargeboten. Üblicherweise wurden sie nach verschiedenen sachlichen Gesichtspunkten⁸⁰, zum Beispiel nach ihrer Größe, gruppiert und auf einen Sockel oder in eine Vitrine gestellt und arrangiert.⁸¹ Und „[...] in der Tat ist der Einfluß der Industrie-, [...] und vor allem der Weltausstellung auf das museale Deponieren und Exponieren äußerst folgenreich gewesen [...]“⁸², so sagt der Kulturwissenschaftler Gottfried Korff. Diese Folgerung, die er herstellt, liegt an der zunehmenden Gründung nennenswerter Museen im Bezug auf Industriedesign während des industriellen Fortschritts. Diese Museen⁸³ nahmen sich die Weltausstellung als Vorbild, da bei ihr zum ersten Mal deutlich wurde, dass Industriedesign im modernen Sinne ein Thema war, welches im Museum erforscht werden sollte⁸⁴. In Folge dessen wurde sowohl über die gesellschaftliche Funktion des Museums debattiert als auch über die neue Museumspraxis.⁸⁵

113
Hartung (2010), S.4

technischen Fortschritts nicht Schritt halten konnten, ihre Sammlungen allmählich veralteten und somit quasi ungewollt zu Geschichtsmuseen wurden.“¹¹³

5.4

Die Präsentation von Stühlen an der Wand

114
Im weiteren Verlauf wird MoMA als Abkürzung für das *Museum of Modern Art*, New York verwendet.

Vorreiter der Gestaltungsstrategien war das Museum of Modern Art in New York¹¹⁴, welches bereits drei Jahre nach Gründung eine Abteilung für die kuratorische Tätigkeit in der Architektur und im Design einrichtete.¹¹⁵ Es war Mitbegründer innovativer Parameter für Ausstellungsgestaltungen¹¹⁶ und fungierte als Vorbild weiterer Einrichtungen von Designabteilungen in Museen und zukunftsweisender kuratorischen Tätigkeit.

115
Siehe Kapitel 4.3 *Das Kuratieren*
116
Vgl. Staniszewski (1998), S.4

117
Windlin et al. (2008), S.259

Bereits in der Gründungsphase des MoMA im Jahre 1929 fand „[...] das industrielle Design aufgrund seiner ästhetischen Bedeutung für die Kunst der Moderne Eingang in die Sammlung [...]“¹¹⁷. Mit anderen Worten: Das MoMA gilt als einer der ersten Museen, in dem systematisch Design gleichwertig zu Kunst gesammelt wurde. Bereits im Jahre 1934 besaß es eine umfassende Designsammlung¹¹⁸, und bestimmte was *Avantgarde*¹¹⁹ war.¹²⁰

118
Vgl. Hauffe (2016), S.103 f.

Das gesteigerte Interesse an der Aufnahme von Industrieprodukten geschah durch die wirtschaftliche Entwicklung in den 1920er und -30er Jahren. In diesen Jahrzehnten wurde Design wichtiger, „[...] um sich von [...] schnell wachsenden Mitbewerber[n] zu unterscheiden“¹²¹. Anders als in Europa, wo Gestaltung unter sozialen oder funktionalen Aspekten betrachtet und diskutiert wurde, „[...] war Design in den USA in erster Linie ein Marketingfaktor“¹²². Auch das MoMA nahm sich diesem Trend des Designs als Marketingfaktor an und konzipierte im Zuge dessen kommerzielle Ausstellungen.

119
„(franz.) Die Vorkämpfer für eine Idee.“ Dudenredaktion (1999), S.142

120
Der Schwerpunkt des Museums lag Anfang des 20. Jahrhunderts auf der Bewahrung von Objekten. Dennoch fanden fast monatlich um die 1930er und 1940er Jahre wechselnde Ausstellungen statt.

121
Hauffe (2016), S.94

122
ebd., S.94

In diesem Kapitel wird deswegen eine zusammenfassende Untersuchung der zukunftsweisenden Ausstellungsgestaltungen des MoMAs stattfinden. Interessant dabei ist die spezifische Betrachtung der Darstellung von industriell produzierten Stühlen, nicht nur weil sie in Zusammenhang mit der Thematik der Arbeit stehen,

und die Konstruktion der Stühle zu zeigen. Diese Darstellung ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass dem Besucher die technische Entwicklung deutlich gemacht werden sollte.

Zusammenfassend zu den hier aufgeführten Ausstellungen ist anzumerken, dass, obwohl sie zu unterschiedlichen Zeiten stattfanden und die vier Konzepte gestalterisch wie auch teils inhaltlich allesamt verschiedene Schwerpunkte hatten, bei jeder Präsentation der Stuhl an der Wand zu finden war.

5.5

Die Verhaltensregel „Bitte nicht anfassen“

Die damalige Verhaltensregel für Besucher die industriellen Exponate berühren zu dürfen, nahm nach dem Zweiten Weltkrieg nicht bloß in den USA, sondern auch in Deutschland, ein rasches Ende. Durch die technische Revolution der Massenproduktion¹⁵¹ von Alltagsgegenständen in den 1940er und -50er Jahren gehörte es irgendwann zum allgemeinen Konsens, dass jeder alle Objekte für den Haushalt erwerben konnte und letztlich dann auch besaß. Alltagsgegenstände waren infolgedessen in jedem Haushalt zu finden und im Sinne des Gebrauchs nicht mehr von besonderem Interesse. Um eine neue Begeisterung beim Besucher zu wecken, mussten sich die Produkte zukünftig im Museum vom Alltagskontext abheben. Diese Abgrenzung fand durch die rein ästhetisch-visuelle Darstellung der Exponate statt. Der Besucher sollte sich im musealen Kontext fortan vollkommen auf die Form und Gestaltung des Objekts konzentrieren und es als rein ästhetisches Erlebnis wahrnehmen.¹⁵²

Der neue ausschließlich visuelle Zugang zum Produkt wurde durch die dekontextualisierte Zurschaustellung der Exponate erzielt. Museen stellten ausschließlich Produkte „[...] frei von ökonomischen Faktoren [...]“¹⁵³ aus, denn der Fokus sollte auf der Vermittlung humanistischer¹⁵⁴ Werte liegen. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde es somit zum Gebot des Ausstellens, die kommerzielle Absicht, bei der auch das Ausprobieren der Exponate eine große Rolle spielte, und die Institution des Museums auseinanderzuhalten. Die Ver-

151

Dabei ist nicht die Industrialisierung, die bereits um 1850 ihren Beginn hatte, gemeint, sondern die große Massenproduktion.

152

Vgl. Sommer (2013), S. 17 f.

153

Ultrich (2015), S. 90

154

Vgl. Sommer (2013), S. 17 f.



Fig.14
 „Please do not touch“-Schild
 in der Dauerausstellung bei
 George J. Sowdens *Palace’
 Chair* von 1983. *London Design
 Museum* (2018). ©Rosa Carole
 Rodeck

haltensregel „Bitte nicht anfassen“ (Fig.14) etablierte sich bei Alltagsgegenständen in Museen infolgedessen Mitte der 1950er Jahre in Deutschland und den USA erheblich.

5.6

Der Wandel des Ausstellungswesens von Design

In den 1970- und 80ern fand ausgehend von Italien, ein Wandel durch die Memphis-Bewegung im Designverständnis in Europa statt, welches sich wiederum auf die Ausstellungsinszenierung auswirkte.

In ihren Grundzügen geht die Memphis-Bewegung auf Ettore Sottsass zurück.¹⁵⁵ Er war selbst Designer und wollte mit der Bewegung gegen den Funktionalismus¹⁵⁶ und die damit verbundene Anpassung des Designs an die Industrie vorgehen. Der Funktio-

155
 Vgl. Radice et al. (2018) S.175

156
 Der Funktionalismus war eine Epoche im Design, bei der sich die Gestalt des Objekts aus dem Zweck dessen ableitete.

5.8

Historische Zusammenfassung

Die historische Einführung sollte wichtige Stellen hervorheben, die dazu beigetragen haben, dass Industrieprodukte Eingang in Museen fanden. Ausstellungen wurden länderübergreifend betrachtet, da die *Szene* des Museumswesens¹⁸⁷ sich historisch ähnlich in den gewählten Ländern vollzog.¹⁸⁸ Zudem sollte sie verdeutlichen, was der historische Wandel im Ausstellungswesen letztlich für einen Einfluss auf die heutige Inszenierungsform hatte.

Beginn war die Industrialisierung in den 1850er Jahren, bei der bereits massenproduzierte Stühle im Ausstellungskontext außerhalb des Museums zwar präsentiert wurden, aber erst mit der Museumsreformbewegung um 1880 Eingang in die Museen fanden. Parallel dazu wurden (Kunst-) Gewerbemuseen gegründet. Diese legten fortan ihren Schwerpunkt auf Industrieprodukte des 20. und 21. Jahrhunderts. Zudem wurde das Museum durch regelmäßige Öffnungszeiten zugänglicher für Besucher, und sie erlangten zunehmend an Wichtigkeit.

Auf die Besucher wurde daraufhin ab den 1920er und -30er Jahren mehr Bezug durch die verschiedenen Gestaltungen von Ausstellungen genommen. Zusätzlich entstanden in dieser Zeitspanne erste Designabteilungen in Museen, und Stühle wurden, den fotografischen Recherchen nach, erstmalig an der Wand im musealen Kontext gezeigt.

Ab den 1950er Jahren passte sich das Industriedesign, unterstützt durch die Entwicklungen nach dem Zweiten Weltkrieg und der industriellen Revolution in Deutschland, an den Museumskontext und dessen Präsentationsformen an.¹⁸⁹ Kommerzielle Interessen und Nutzungsaspekte der Exponate nahmen ab, und der neue Fokus lag auf der rein visuellen Wahrnehmung der Exponate¹⁹⁰.

Vor allem in den 1980er Jahren wandelte sich mit der Memphis-Bewegung auch das allgemeine Verständnis vom Design. Der Schwerpunkt des Designexponat lag bei den inhaltlichen Funktionen und nicht mehr bei dem Gebrauchswert. Dies hatte auch Auswirkungen auf die museale Inszenierung in den meisten Museen.

187

In Bezug auf Museen, die industriell produzierte Güter, zeigen.

188

An den Stellen, wo dies nicht der Fall war, wurde in den vorigen Kapiteln kenntlich gemacht.

189

Hier ist der Kontext der Kunst im Museum gemeint, die deutlich früher als das Design Eingang in die Institution fand und bei der ausschließlich das Visuelle von Interesse in der Vermittlungsebene war.

190

Die Verhaltensregel „Bitte nicht anfassen“ ist wahrscheinlich in diesem Wandel zu finden.

191

Siehe Kapitel 6.5 *Das Produkt als Bedeutungsträger durch die Neukontextualisierung im Museum*

192

Kunstgewerbe-, Industriege-
werbe-, Kunstindustrie-, De-
sign-, Angewandte Kunst-, Ge-
staltungs-, Designmuseum etc.

Man distanzierte sich von der Handhabung mit dem Objekt, und das Exponat wurde zum reinen Bedeutungsobjekt.¹⁹¹

Dass das Industrieprodukt am Beispiel des Stuhls infolgedessen als Bedeutungsobjekt ausgestellt wird und dadurch seinen *banalen* Charakter des Gebrauchs komplett im Museum verliert, wird im Folgenden am Beispiel einer Fallstudie gezeigt, die exemplarisch für den heutigen Umgang mit Industriedesign in Museen¹⁹² stehen soll.

6

Fallstudie zur Inszenierung von industriell gefertigten Stühlen in musealen Ausstellungen

Anhand der Fallstudie „Konstantin Grcic. The Good, The Bad, The Ugly“ wird die Inszenierung im weiteren Verlauf von industriell produzierten Stühlen exemplarisch dargestellt.

Da nicht der vergleichende Aspekt von Ausstellungen in Betracht gezogen werden sollte, wurde bewusst eine Fallstudie gewählt, die allerdings repräsentativ für die derzeitig häufig auftretende museale Inszenierung von Stühlen steht.

Wenn trotzdem an Stellen Bezüge zu anderen Industriedesign-Ausstellung gezogen werden sollten, ist dies als Erkennung von Parallelen zu verstehen und in keiner Weise untereinander wertend.

Die Fallstudie fand im Jahre 2015/2016 statt und widmete sich der Thematik des seriell hergestellten Stuhls mit den Produkten des *chair_ONE* und *stool_ONE*. Die zeitgenössische Ausstellungsinszenierung wurde zur Analyse gewählt, um zu untersuchen mit welchen inszenatorischen Mitteln derzeitig Kuratoren, und in diesem Falle auch ein Designer, arbeiten.

Für den Einblick in aktuelle Ausstellungsinszenierungen, die ähnliche Inszenierungsformen aufwiesen, besuchte die Autorin in den Jahren 2016 bis 2019 mehrere Ausstellungen.

Die Ausstellung der Fallstudie selbst wurde nicht besucht, dennoch stellte Die Neue Sammlung ausreichend Bildmaterial zur Verfügung und Interviews, mit an der Konzeption beteiligten Personen, wurden geführt.

Im Folgenden wird an erster Stelle die Wahl der Ausstellung „Konstantin Grcic. The Good, The Bad, The Ugly“ begründet. Im Anschluss wird die Inszenierung derer beschrieben und eine Bestandsaufnahme der Exponate und Texte wird vorgenommen. Es wird analysiert, wie der industriell produzierte *chair_ONE* ausgestellt wurde und welchen Einfluss die Inszenierung wiederum auf den Stuhl als Gebrauchsgegenstand genommen hat. Anhand von Theorien von Jochen Gros, Friedrich Waidacher, Tebea Schmid und Gottfried Korff sowie mit Rückbezügen zur Historie wird erforscht, was mit einem Industrieprodukt geschieht, wenn es in einer Museumsausstellung präsentiert wird.

6.1

Methodik zur Wahl der Fallstudie

Wie bereits in der Einleitung der Arbeit zu lesen war, ist die Thematik der Inszenierung von Industrieprodukten in musealen Ausstellungen noch jung. Um sich trotzdem ein Bild des Phänomens der Präsentation von Stühlen in Ausstellungen zu verschaffen, forschte die Autorin im deutschsprachigen Raum¹⁹³ in Ausstellungskatalogen und online in Bildarchiven von Museen. Ausgewählt wurde der deutschsprachige Raum, weil der Zugang in die Archive sowie zu den Kuratoren und Besuche der Ausstellungen einfacher war. Ein Schwerpunkt der Museumssammlung musste außerdem auf dem Industriedesign, zwischen Anfang des 20. und 21. Jahrhundert, liegen. Wenn diese beiden Kriterien nicht gegeben waren, wurde ein Museum nicht weiter in Betracht gezogen.

In den unterschiedlichen Museumstypen¹⁹⁴ der drei Länder wurde in Archiven nach Auflistungen der bisher stattgefundenen Ausstellungen, die sich dem Thema Industriedesign widmeten, gesucht. Diese Auflistungen waren teilweise nicht öffentlich zugänglich, weswegen die Autorin sie teils selbst erstellen musste und teils erst per Nachfrage erhielt. Es entstand eine Liste mit Industriedesign-Ausstellungen seit der Gründung der jeweiligen Institution. Diese Zusammenstellung diente in der Recherche dazu, sich ein Gesamtbild zu verschaffen, ab wann und zu welchem Thema im deutschsprachigen Raum Industrieprodukte ausgestellt wurden.

193

Unter den deutschsprachigen Raum fallen in dieser Arbeit Deutschland, die Schweiz und Österreich.

194

Siehe Kapitel 4.1 *Das Museum*

6.5

Das Produkt als Bedeutungsträger durch die Neukontextualisierung im Museum

263

Söllner (2018), S.26

264

Postmoderne: „[umstrittene] Bezeichnung für verschiedene Strömungen der gegenwärtigen Architektur, Kunst und Kultur.“ Dudenredaktion (1999), S.580

265

Vgl. Breuer (2018), S.146

266

Der Begriff entstammt einer Kritik, die Friedrich Waidacher an dem von Krzysztof Pomian geprägten Begriff *Semiofhor* hatte. Der Philosoph und Historiker Krzysztof Pomian leitet den Begriff vom griechischen *semeion* (Zeichen) und *pherein* (tragen) ab. *Semiofhor* sind somit *Zeichenträger*.

In der Museumsforschung wird er am gängigsten in der Literatur verwendet. Problematisch ist nur, dass er unterschiedlich interpretiert wird. So auch von Friedrich Waidacher, der das *Zeichen* wie ein Verkehrsschild versteht und weniger als zeichenhafte Produktsprache, die im Ausstellungskontext für Bedeutungen wie die kulturelle, historische oder ökologische eines Produkts stehen kann. Wegen dieser Unstimmigkeit des Begriffs führt Waidacher den Begriff *Nouophoren* aus dem griechischen *nous* (Geist, Bedeutung, Sinn) und *pherein* (tragen), also Bedeutungsträger, ein. Da dieser Begriff präziser für die Beschreibung der Objektwandlung ist, wird er von der Autorin bevorzugt.

Auch „[...] wenn in Besprechungen über Design häufig gerade die Funktionalität, verstanden als [...] praktische Handhabung der Dinge, betont wird [...]“²⁶³, liegt der Fokus in der Inszenierung der Grcic-Ausstellung auf der Reduzierung der Produktsprache, also inhaltlichen Funktionen, des Industrieprodukts. Die, vor allem auf die Bedeutung eines Exponats ausgerichtete Aufmerksamkeit in einer Ausstellung, ist nach der Historikerin Gerda Breuer ein Kennzeichen der Postmoderne^{264, 265}

Deswegen wird im Bezug auf die Ausstellung „Konstantin Grcic. The Good, The Bad, The Ugly“ im Folgenden untersucht, in wie weit der neue Kontext der Ausstellungsinszenierung dazu beiträgt, dass ein Industrieprodukt zu einem Bedeutungsträger wird.

Der dekontextualisierte Gegenstand ermöglicht es dem Kurator, ihn in einem neuen Kontext neu zu interpretieren, um ihm jedesmal eine neue Bedeutung zuschreiben zu können. Eine Bedeutungszuweisung findet statt, die dem Exponat einen neuen Nutzen und Wert gibt. Er wird nach Museologen und Kulturwissenschaftler Friedrich Waidacher zum sogenannten *Nouophor*²⁶⁶.

Nouophoren sind Bedeutungsträger, die je nach Interpretation und Wertung innerhalb einer Ausstellung thematische, epochale, kulturelle oder gesellschaftliche Zusammenhänge in einem Exponat und seinem neuen Kontext darstellen können. Dabei ist es gleich, ob es sich um ein Kunstobjekt oder ein Industrieprodukt handelt. Je nach Ausstellungsinszenierung und Interpretation des Kurators variiert somit auch, was das Produkt als Bedeutungsträger vermitteln soll. Das bedeutet, dass ohne dass sich der Gegenstand selbst verändert, sich der Museumskontext auf die Bedeutung des Gegenstandes auswirkt.²⁶⁷ Außerdem ist damit verbunden, dass die Bedeutung dem Objekt nicht inhärent²⁶⁸ ist, sondern sie ihm durch die Neukontextualisierung zugetragen wird.

Bei der Fallstudie ist der *chair_ONE* der *Nouophor*, um als Endprodukt eines Gestaltfindungsprozesses von KGID zu dienen. Im Gegensatz dazu kann der *chair_ONE* allerdings auch ohne jeglichen

eindeutigen Kontext ausgestellt werden. Z.B. in der Dauerausstellung des *Vitra Schaudepots*.

Dort wird er mit Designobjekten aus unterschiedlichen Ländern und Epochen ausgestellt (Fig.28), und es ist für den Betrachter nicht klar erkennbar, ob die Positionierung der Objekte als Vermittlungsebene für die Form- und Materialienwahl stehen soll. Die, von den Kuratoren vorgenommene Kategorisierung und gleichzeitige Begründung, warum die Exponate alle gemeinsam im selben Regal stehen, ist die Darstellung der Designepoche 1985 bis heute.²⁶⁹ Der *chair_One* wird dadurch zu einem *Nouophor* für eine Design-Epoche.



Das Erkennen der Bedeutung eines Objekts findet in der Museumsausstellung allerdings erst „[...] im Dialog zwischen Zeigenden, Betrachtenden und Gezeigtem“²⁷⁰ statt.

An erster Stelle steht der Zeigende, im Museum der Kurator, der das primäre Zuweisen von Bedeutungen für ein Exponat übernimmt. Er interpretiert das jeweilige Objekt in Bezug auf die Ausstellung und stellt dessen bestimmte Aspekte in den Vordergrund. Bei der Fallstudie in der Neuen Sammlung wurde z.B. durch das zuvor beschriebene inszenatorische Mittel²⁷¹ des Sockels und das allgemeine Thema der Ausstellung die Bedeutung der Gestaltungsqualität des *chair_ONE* hervorgehoben.²⁷²

267

Vgl. Götz et al. (2000), S.71

268

Inhärent bedeutet einer Sache innewohnend

Fig.28

Stühle von 1985 - 2002 in der Dauerausstellung des *Vitra Schaudepots* in Weil am Rhein (2018). Von links oben nach rechts unten: Jasper Morrison *Plywood chair* (1988), Jasper Morrison *The Thinking man chair* (1986), Jasper Morrison *Moulded Plywood chair* (1984/85), Jasper Morrison *Handlebar Table* (1981), Antonio Citterio *visavis* (1992)., Maarten van Severin *Chair No.2* (1992), Konstantin Grcic *chair_ONE* (2002), Ross Lovegrove *go stacking chair* (1998), Tom Dixon *pylon chair* (1991). ©Rosa Carole Rodeck

269

Normalerweise sind an den Regalen seitlich Jahreszahlen angebracht, die darauf hinweisen, dass die Inhalte jeweils für eine Dekade stehen. Da das fotografierte Regal mit dem *chair_ONE* allerdings am Ende der Ausstellung vor Kopf an der Wand steht, sind seitlich keine Daten angebracht, wodurch der Kurator die Möglichkeit erhält, mehrere Jahrzehnte gemeinsam auszustellen.

270

Walz (2016), S.251

271

Siehe Kapitel 6.3 *Die Ausstellungsinszenierung* und 6.4.2 *Die Reduktion auf die Produktsprache*

272

„Erfolgt die Präsentation von Alltagsgegenständen nach ihrer Materialität [...], so tritt eher die (handwerkliche) Bearbeitung und Gestaltung in den Vordergrund. Werden die Objekte hingegen im Kontext ihrer Funktion und des Gebrauchs gezeigt, werden sie zu Zeugnissen einer bestimmten kulturellen Praxis.“ Muttenthaler et al. (2006), S.46

273

Vgl. Altemeier (2015)

274

Siehe Kapitel 6.4.2 *Die Reduktion auf die Produktsprache*

275

Vgl. Pomian et al. (2013), S.51

An sekundärer Stelle der Bedeutungszuweisung steht der Ausstellungsbesucher. Denn der Kurator gibt zwar durch die Neukontextualisierung in der Ausstellung und die vorherige Interpretation die Objektbedeutung vor, dennoch interpretiert jeder Ausstellungsbesucher subjektiv das Exponat und zieht seine Schlussfolgerungen daraus. Schließlich hängt die vom Kurator intendierte Bedeutung zu erkennen einerseits von dem didaktischen Aufwand, der in einer Ausstellung betrieben wird ab als auch vom Vorwissen des Betrachters. Wenn dieser unwissend ist, versteht er keine vom Kurator intendierten Exponatbedeutung.

Somit ist es stark vom Besucher abhängig, wie er das Produkt in der Ausstellungsinszenierung wahrnimmt und interpretiert. Dadurch kann es bei unterschiedlichen Besuchern zu individuellen Bedeutungszuweisungen kommen.

Ein Besucher könnte den *chair_ONE* z.B. als typisch für die 2000er Jahre, als Darstellung des Kontrasts leicht und schwer, als Stuhl für den öffentlichen Raum oder privaten Raum, als Einsatz neuer Rohstoffe oder als Skulptur²⁷³ deuten. Der Nächste sieht in ihm wiederum eine für Konstantin Grcic typische Arbeit.

Diese unterschiedlichen Bedeutungen des Stuhls, die durch die Inszenierung entstehen können, passieren bei der Fallstudie „Konstantin Grcic. The Good, The Bad, The Ugly“ vor allem durch das geringe didaktische Angebot²⁷⁴.

Nach dem Philosophen und Historiker Krzysztof Pomian erlangt der Gegenstand mehr an Bedeutung, je weniger die praktische Funktion in der Ausstellung kenntlich gemacht wird.²⁷⁵ Dies ist allerdings ein Trugschluss, denn je weniger Bezüge zu den praktischen Funktionen für den Besucher erkennbar sind und je weniger ihm die inhaltlichen Funktionen vermittelt werden, desto schwieriger wird es für ihn, den *chair_ONE* einzuordnen und ihm damit eine Bedeutung und einen Wert zuzuweisen.

Somit bleiben, obwohl der Fokus auf den produktsprachlichen Bedeutungen des Stuhls liegen, diese für den Besucher unklar. Der *chair_ONE* erscheint ihm nur wegen der Präsentationsart als bedeutend und wertvoll.

6.5.1

Wertvoll ist, was oben ist

Die Neukontextualisierung und die mit dem Museum verbundene Bedeutungsproduktion eines Exponats findet innerhalb einer Ausstellung durch das Einsetzen von inszenatorischen Mitteln statt.

Um einen Stuhl, der mehrfach im Alltag der westlichen Kultur auftaucht, von diesem Kontext in einer Museumsausstellung zu distanzieren, wird er in einer erhöhten Position, sei es in einem Regal, an der Wand oder einem Sockel ausgestellt. Dies grenzt ihn auch von anderen Stühlen, die in der Ausstellung zu sehen sind, ab. So z.B. von den Stühlen des Wachpersonals, die als Sitzfläche dienen.²⁷⁶

Weil ein Stuhl in der Museumsausstellung auftaucht, bedeutet dies somit noch lange nicht, dass es sich um den Gegenstand der eigentlichen Betrachtung handelt. Erst durch die Inszenierung auf einem Sockel und in Vitrinen wird dem Objekt eine Bedeutung beigemessen und führt zu einer Legitimation zum Ausstellen dessen.²⁷⁷

Die vorherige Rollenverteilung zwischen Nutzer und Objekt wird aufgehoben. Der Sockel grenzt das Gewöhnliche weitestgehend ab und trägt dazu bei, dass das Objekt *besonders* auf den Betrachter wirkt. Er verweist innerhalb der Museumsausstellung auf einen Wert, den normalerweise Kunstwerke und wertvolle Artefakte beanspruchen.²⁷⁸

Das Objekt wird des Weiteren durch die erhöhte Positionierung auf Augenhöhe mit dem Betrachter gebracht.

Dadurch leitet er ein Verhalten²⁷⁹ bei dem Ausstellungsbesucher an, was dazu führt, dass er dem Objekt Bedeutung beimisst. Es gilt: „Wertvoll ist, was oben ist [...]“²⁸⁰. Hierbei ist es gleich, ob es sich um ein Unikat aus der Kunst oder um ein massenproduziertes Industrieprodukt handelt, da beide erhöht im Museum präsentiert werden.

276

Vgl. Bartels (2002), S.188

277

Siehe Kapitel 6.4.1 *Der Schwerpunkt auf der visuellen Vermittlung*

278

Vgl. Jongerius (2018), S.91

279

Vgl. Pricken (2014), S.18

280

ebd., S.153

Fig.29

Der *chair_ONE* mit *Betonsockel* ist auf einem weißen Sockel mittig von vier Vitrinen umgeben zu sehen. ©Gerhard Kellermann.



281

Vgl. Schmid (2018), S. 158

Auch die Positionierung im Raum trägt zu der Bedeutungsproduktion bei. So erscheinen mittig platzierte Exponate wichtiger²⁸¹ als andere. Dies ist auch an der Positionierung des *chair_ONE* erkennbar, der mittig von vier schwefelgelben Vitrinen umgeben im Raum steht (Fig.29). Auch die drei anderen finalen Produkte sind so platziert, dass der Besucher sie umkreisen kann (Fig.30). Zudem steht keine Vitrine direkt an der Wand. Im Fall der finalen Industrieprodukte bei der Grcic-Ausstellung trägt auch die alleinstehende Präsentation einen Wert der Einzigartigkeit bei. Diese Singularität wird durch den Begriff *Original*, den die Kuratoren der Neuen Sammlung für die Musealien verwenden, verdeutlicht.



Fig.30
Der *chair_ONE 4Star* auf einem weißen Sockel, weiter von der grauen Wand entfernt als die Vitrine. ©Gerhard Kellermann.

Die Verwendung des Begriffs *Original* ist im Kontext seriell gefertigter Produkte wie dem *chair_ONE* allerdings fraglich, da dieser beliebig häufig reproduziert wurde und werden kann.

In Hinsicht dieses Problems werden im Museumskontext unter *Originalen* vor allem die Objekte verstanden, die aus der *ersten Generation*²⁸² stammen. Das Problem, welches sich daraus ergibt, ist, dass es historisch nicht nachvollziehbar und festzustellen ist, ob der für die Sammlung angekaufte Gegenstand aus der ersten Serie stammt. So erklärt dies auch Frau Dr. Angelika Nollert im Interview: „Manchmal kann man das auch gar nicht so genau sehen. Man versucht es [die Originalität] dann herzuleiten. Innerhalb der ersten Generation ist es dann allerdings egal, welches [Objekt] man

282

Siehe Kapitel 8.4.1 *Interview mit Frau Dr. Angelika Nollert, Direktorin der Neuen Sammlung, München*

283

Siehe Kapitel 8.4.1 *Interview mit Frau Dr. Angelika Nollert, Direktorin der Neuen Sammlung, München*

284

„Interessant ist dazu [...], dass das Original in der heutigen Zeit auch immer noch besser zu sein scheint, als wenn ein Objekt es nicht ist.“ ebd.

285

Vgl. Söllner (2018), S.113

286

Vgl. Pöhlmann (1990), S.201

287

Auch heute noch dient der Sockel in gewisser Weise zum Schutz. Allerdings nicht mehr vor natürlichen Schäden wie Feuchtigkeit, sondern Schäden, die ein Besucher zufügen könnte.

288

Obwohl in der Literatur häufig in diesem Bezug der überhöhten Darstellung und der Objekterscheinung für den Betrachter von einer *auratischen* Wirkung gesprochen wird, wird der Begriff *Aura* bewusst weggelassen, da in den seltensten Fällen erklärt wird, was damit exakt gemeint ist, beziehungsweise auf welche Theorie der Autor sich bezieht. Deswegen hätte die Autorin in diesem Falle nur Mutmaßungen anstellen können. Auch auf die Theorie von Walter Benjamin zur *Aura* wird an dieser Stelle nicht eingegangen, weil es den Rahmen der Arbeit überschreiten würde. Vielmehr geht es in dieser Arbeit um die Analyse der Inszenierung, wofür sich die Begriffe der Erhöhung und Überhöhung eignen und klare Beschreibungen darstellen.

hat.²⁸³ Obwohl es diese Unklarheiten bezüglich des *Originals* gibt, wird dem *chair_ONE* Wertigkeit und Bedeutung beigemessen²⁸⁴. Durch die Aufnahme in die Museumssammlung ist er es wert, auf diese Art ausgestellt zu werden²⁸⁵.

Der Sockel, der früher noch dazu diente, vor Bodenfeuchtigkeit zu schützen²⁸⁶, wird somit heutzutage hauptsächlich im Museum eingesetzt, um die Bedeutung und den Wert von Objekten hervorzuheben.²⁸⁷ Ein Industrieprodukt wie der *chair_ONE*, der einer unter vielen ist, wird im Museum folglich überhöht.²⁸⁸

6.5.2

Der Designklassiker im Museum

Durch die Musealisierung und die damit verbundene Handhabung wird einem Industrieprodukt ein höherer Wert zugeschrieben. Es wird zum sogenannten *Designklassiker* erhoben. Dazu tragen vor allem vier Aspekte im Museum bei.²⁸⁹

Die Museen selbst tragen dadurch, dass sie gesellschaftlich anerkannte²⁹⁰ Institutionen sind, schon zur Wahrnehmung von Werten bei²⁹¹ und legitimieren ihn gleichzeitig.

Des Weiteren hilft innerhalb des Museumskontexts die Ausstellungsinszenierung und die damit verbundene Dekontextualisierung ihm dabei eine wertvolle und bedeutende Wirkung zu verleihen. In ihr werden die Objekte dekontextualisiert und neukontextualisiert. Mit den erwähnten stilistischen Mitteln der Überhöhung wird der Gegenstand vor unerlaubtem Zugriff geschützt und die Besucher werden auf Abstand gehalten²⁹².

An dritter Stelle steht das wiederholte Zeigen der gleichen Industrieprodukte.²⁹³ Darüber sind sich auch die Ausstellungsmacher im Klaren²⁹⁴, so die Historikerin für Kunst- und Designgeschichte Gerda Breuer. Durch den Ruf, den eine Ausstellung hat, und das breite Publikum, was durch sie erreicht wird, festigt sie damit den Wert eines Objekts. Dazu trägt auch das Hervorheben der ausschließlich positiven Kriterien in den Museen bei.²⁹⁵

Das wiederholte Auftreten der Industrieprodukte findet nicht allein in Ausstellungen statt, sondern spiegelt sich auch in der Museumssammlung wieder. Die Designerin Hella Jongerius fasst dies

in dem Katalog der Ausstellung *Hella Jongerius & Louise Schouwenberg. Beyond the New*²⁹⁶ wie folgt zusammen: „I'm impressed by the sheer quantity and diversity of *Die Neue Sammlung* archives, but I'm also aware that most museums in the world collect exactly the same design items.“²⁹⁷“²⁹⁸ Jeder sammelt im Grunde das Gleiche.

Auch die Autorin konnte dies feststellen, da alle befragten und besuchten Museen²⁹⁹ in ihrer Sammlung ein Exemplar des *chair_ONE* besitzen, wodurch er bereits heute als *Designklassiker* angesehen wird.

Hella Jongerius stellt in dem Zusammenhang allerdings ganz klar heraus, dass das Sammeln von Industriedesign-Produkten ein Problem in sich birgt: „[...] museums may collect the same artists but the collections are always different. This doesn't apply to design, however.“³⁰⁰“³⁰¹

Anders als Kunstwerke, bei denen dieselben Künstler gesammelt werden, sind die Industriedesign-Objekte nicht einzigartig. Paradoxerweise trägt die Erhöhung zu einem *Designklassiker* somit dazu bei, dass einem Industrieprodukt ein Wert der Einzigartigkeit zugeschrieben wird, das allerdings, wie der *chair_ONE* von Konstantin Grcic, gar nicht einzigartig ist.³⁰²

Trotzdem ist der *Designklassiker* vorteilhaft für die museale Vermittlung. Da laut Tabea Schmid³⁰³ die Designgeschichte zufällig ist³⁰⁴, lässt sie sich durch das wertvolle *Einzelstück*³⁰⁵ einfacher fassen. In Bezug auf die Designgeschichte fungiert der *Designklassiker* somit wie eine wichtige Person, anhand derer historische Ereignisse festgemacht werden können. Zudem versteht der Betrachter leichter Zusammenhänge, wenn das gleiche Objekt immer wieder auftaucht. Ein Teilwissen ist ihm dann womöglich schon aus vorherigen Ausstellungen präsent.

Problematisch ist allerdings an dem *Designklassiker*, dass es sich um einen konstruierten Wert handelt³⁰⁶, der nicht mehr hinterfragt³⁰⁷ wird. Denn, je mehr Menschen das Produkt in dem anerkannten Kontext in dieser Art der Überhöhung sehen und „[...] so tun, als wäre ein bestimmter Wert tatsächlich existent, desto realer und stabiler wird er“³⁰⁸. Auch die Institution selbst hat kein Interesse daran, dass die Exponat- und Musealienwahl hinterfragt wird. Das hängt damit zusammen, dass, sobald Museen massen-

289
Vgl. Breuer (2000), S. 137 f.

290
Vgl. Pricken (2014), S. 20

291
Vgl. Waidacher et al. (2005), S. 33
292
Vgl. Schmid (2017) S. 55

293
Vgl. Schmid (2018), S. 161

294
Vgl. Breuer (2000), S. 139

295
Vgl. Schmid (2018), S. 161

296
Die Ausstellung war die dritte in der Reihe, die in Kooperation mit der Neuen Sammlung in München im Jahre 2017/2018 stattfand.

297
Übersetzung ins Deutsche: „Ich bin beeindruckt von der Quantität und Vielfalt der Archivbestände der Neuen Sammlung, aber mir ist auch bewusst, dass die meisten Museen der Welt dieselben Designobjekte sammeln.“

298
Jongerius (2018), S. 130

299
Museum für Angewandte Kunst, Wien, *Museum für Angewandte Kunst*, Köln, *Museum für Gestaltung*, Zürich, *Neues Museum*, Nürnberg, *Vitra Design Museum*, Weil am Rhein, *Design Museum*, London, *Design Museum*, Copenhagen, *Victoria & Albert Museum*, London, *Grassi Museum für Angewandte Kunst*, Leipzig

300
Jongerius (2018), S. 130

301

Übersetzung ins Deutsche:
„Museen können zwar den gleichen Künstler sammeln, aber die Sammlungen sind immer anders. Dies gilt jedoch nicht für das Design.“

302

Vgl. Breuer (2000), S.140

303

Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsprojekt *Design ausstellen - Ausstellen durch Design*

304

Vgl. Schmid et al. (2017), S.56

305

Vgl. Breuer (2000), S.140

306

Siehe Kapitel 6.4.1 *Der Schwerpunkt auf der visuellen Vermittlung*

307

Vgl. Schmid et al. (2017), S.56

308

Pricken (2014), S.19

309

So beispielsweise bei den Weltausstellungen zur Zeit der Industrialisierung

haft hergestellte Produkte als *Designklassiker* deklarieren, das Objekt automatisch eine Wertanlage für sie darstellt. Würde man es kritisiert und anzweifeln, könnte der Wert folglich sinken.

Museen schaffen sich somit selbst die *Designklassiker*, denn sonst wäre es deutlich schwieriger, den Umgang, den sie mit Massenprodukten betreiben und deren Wert zu rechtfertigen.

7

Fazit

Industrieprodukte waren in erster Linie zunächst mit ihrer praktischen Funktion präsent und wurden dementsprechend auch bei Wettbewerbs- und kommerziellen Ausstellungen gezeigt.³⁰⁹ Durch die Industrialisierung und zugleich museale Öffnung für das breite Besucherpublikum nahmen allerdings auch Museen zunehmend Industrieprodukte auf.

Ab der Museumsreformbewegung Ende des 19. Jahrhunderts lag dort das Interesse darin, gegen die Industrie und den damit zusammenhängenden Kommerz vorzugehen.

Besucher sollten, frei von ökonomischen Aspekten, eine ästhetische Geschmacksbildung im Museum erlangen. Produkte, die zuvor noch im Gewerbemuseen im Gebrauchszusammenhang präsentiert wurden und bei denen das Ausprobieren für den Besucher möglich war, wurden vermehrt dekontextualisierter ausgestellt. Exponate wurden in Vitrinen, auf Sockeln oder Podesten auf Augenhöhe präsentiert. Der Fokus der musealen Ausstattungs-gestaltungen verengte sich auf die reine Anschauung.

Design wurde immer mehr der Kunst, statt der Industrie oder dem Handwerk im Ausstellungswesen zugeordnet. Dies ist auch erkennbar an den Umbenennungen der Museen, die letztendlich meistens den Namen *Kunstgewerbemuseum* trugen.

Der Wandel hin zur Dekontextualisierung fand allerdings nicht nur Zuspruch, sondern auch Kritik wurde laut, bei der die Produkte im Museum als *heimatlos* bezeichnet wurden. Alle Bestrebungen zu dem Zeitpunkt der Jahrhundertwende, Produkte wieder mehr in ihrem ursprünglichen Kontext zu zeigen, scheiterten.

Erst deutlich später, Mitte des 20. Jahrhunderts, wurden sie in den Ausstellungen des MoMA wieder im kommerziellen Kontext gezeigt. Sie wurden in Rauminstallationen miteinander arrangiert³¹⁰ und bei einigen Ausstellungen im Museum direkt verkauft³¹¹. Allerdings fanden zur selben Zeit dort auch Ausstellungen statt, in denen die Produkte weiterhin kontextlos gezeigt wurden. Stühle wurden an der Wand oder in Regalen platziert und dekontextualisiert ausgestellt. Das MoMA fokussierte sich somit nicht vollends auf den Marketingfaktor der Industrieprodukte, sondern behielt auch immer den kulturellen Aspekt bei.

Ein weiterer großer Schritt in die Richtung des dekontextualisierten Präsentierens von Industrieprodukten geschah in den 1970er und -80er Jahren in Deutschland und Italien. Zu dieser Zeit diente die äußere Objektgestalt nicht mehr zwingend dem Gebrauchswert, sondern als Kommunikationsplattform inhaltlicher Funktionen. Nach den Theorien der Produktsprache und der Memphis-Bewegung, die sich massiv gegen die Industrie stellte, besaß allein die Gestalt eines Objekts so viele Informationen, dass es ohne ein museales Vermittlungsangebot ausgestellt wurde. Das Erkennen der produktsprachlichen Aspekte eines Industrieprodukts hing allerdings auch stark mit dem Vorwissen des Betrachters zusammen, weswegen das für sich alleinstehende Objekt nicht zwangsläufig für jeden Besucher der Ausstellungen verständlich war.

Erkennbar ist in der musealen Ausstellungsgeschichte, dass trotz immer wieder neuen Bestrebungen gegen das erhöht ausgestellte und somit dekontextualisierte Industrieprodukt, sich diese Inszenierungsform bis heute in so gut wie allen Museen nicht geändert hat.³¹² Wodurch auch die Kritik daran weiterhin bestehen bleibt.

310

Siehe Kapitel 5.4.3 *Die Ausstellungsreihe „Useful Objects“*

311

Siehe Kapitel 5.4.4 *Die Ausstellung „Organic Design in Home Furnishing“*

312

So auch bei der gewählten Fallstudie der Grcic-Ausstellung, bei der massenproduzierte Produkte auf Sockeln ausgestellt wurden.

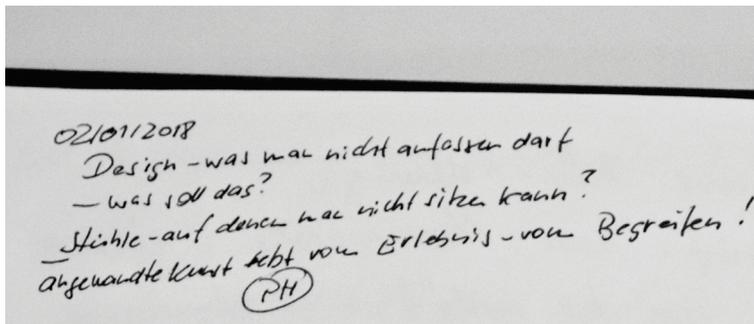
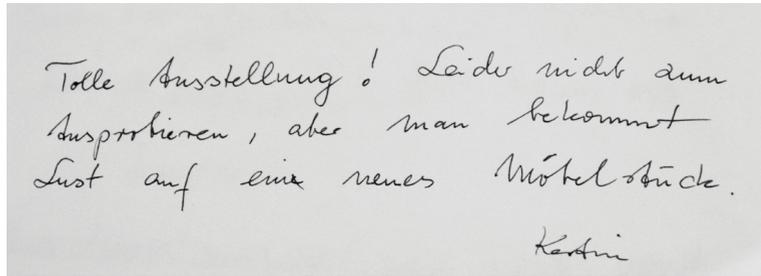


Fig.31

„Design - was man nicht anfassen darf - was soll das? Stühle auf denen man nicht sitzen kann? Angewandte Kunst lebt vom Erlebnis - vom Begreifen!“ Auszug aus dem Gästebuch zur Ausstellung „Jasper Morrison - Thingness“ (2017/18) im Grassi Museum für Angewandte Kunst, Leipzig. ©Rosa Carole Rodeck

Fig.32

„Tolle Ausstellung! Leider nicht zum Ausprobieren, aber man bekommt Lust auf ein neues Möbelstück.“ Auszug aus dem Gästebuch zur Dauerausstellung (2016) im *Designmuseum Danmark*, Copenhagen. ©Rosa Carole Rodeck



In Gästebüchern (Fig.31, Fig.32) und in Gesprächen mit Ausstellungsbesuchern konnte die Autorin mehrfach feststellen, dass es für sie schade und ärgerlich ist, sich nicht auf die Stühle setzen zu dürfen.

Warum dürfen sich Besucher dennoch nicht in einer Museumsausstellung auf einen Designerstuhl setzen, obwohl es an anderen öffentlichen und privaten Orten gestattet ist? Und welche Probleme bringt diese derzeitige Inszenierung von Industrieprodukten mit sich?

Im Allgemeinen durchlaufen Industrieprodukte bei der Sammlungsaufnahme eine Musealisierung. Sie bekommen einen neuen und höheren Wert von der Institution zugeschrieben und dienen für diese primär als Wertanlage.

Hierbei ergibt sich das erste Problem von Industrieprodukten im Museum, denn der Wert, den sie bekommen, wird meist vom Museum selbst konstruiert. Die Wertkonstruktion hat allerdings keinen Zusammenhang mehr mit dem Gebrauchswert. Wäre dies der Fall, und der Gebrauch der Objekte im Museum erlaubt könnte der Besucher durch eine Berührung dem Exponat einen Schaden zufügen und somit die Höhe der musealen Wertanlage mindern.

Damit dies erst gar nicht passiert, wird dem Ausstellungsbesucher schon allein visuell durch die Inszenierung die Bedeutung des Objekts verdeutlicht. Vor allem Sockel, Podeste und Regale tragen durch die erhöhte Darstellung automatisch zur Überhöhung bei. Durch die inszenatorischen Mittel nimmt der Besucher das Objekt stark abgegrenzt von seinem ursprünglichen Kontext wahr und misst ihm dadurch eine höhere und *besondere* Bedeutung zu. Vor

allem bei Laien unterstützt zusätzlich die Regel „Bitte nicht anfassen“ deren Verhalten und Wahrnehmung, denn das was nicht angefasst werden darf, ist nach allgemeiner Auffassung von hohem Wert.

Der Umgang im Museum mit seriell hergestellten Designobjekten ist folglich derselbe wie mit Kunstwerken. Allerdings wird bei letzteren nie hinterfragt, warum sie nicht berührt werden dürfen. Das hat den simplen Grund, dass sie anders als käufliche Industrieprodukte nie für den alltäglichen Gebrauch gedacht waren.

Es konnte somit in der Arbeit *Stühle im Regal - Museale Präsentationsmöglichkeiten von Gebrauchsgegenständen* festgestellt werden, dass auch die Inszenierung einen großen Teil zur Bedeutung eines Industrieprodukts im Museum beiträgt.

Allerdings wird die Bedeutung nicht ausschließlich von außen an das Objekt herangetragen. Spätestens mit der Theorie der Produktsprache in den 1970er und -80er Jahren wurde erkannt, dass die Bedeutung auch vom Objekt selbst, durch seine inhaltlichen Funktionen, möglich ist. Das Industrieprodukt ist somit selbst schon ein Bedeutungsträger.

Welche inneren Bedeutungen in der Ausstellung allerdings von Relevanz sind, bestimmt der Kurator. Dieser interpretiert das Produkt und unterstützt durch Vermittlungsmedien wie Texte, Fotografien oder der Wahl und Zusammenstellung der Exponate je nach Ausstellungsthema die inhaltlichen Bedeutungen. Er stellt daher das dekontextualisierte Produkt in einen neuen Kontext, um dem Besucher ein bestimmtes Wissen darüber zu vermitteln.

An dieser Stelle entsteht das zweite Problem, das auf alle Musealinen zutrifft. Durch die subjektive Interpretation des Kurators kann es nämlich auch zur *falschen* Neukontextualisierung kommen.

Das dritte Problem, was sich im Zuge dessen ergibt, ist, dass die produktsprachlichen Funktionen eines Exponats ohne ausreichendes Vermittlungsangebot sehr schwer bis gar nicht für Laien und Fachfremde zu verstehen sind. Wenn als Informationsquelle lediglich nur Inventartexte³¹³ dienen, und das ist in den meisten Museumsausstellungen im deutschsprachigen Raum der Fall, muss sich der Besucher selbst einen Reim aus den Bedeutungsfunktionen des Industrieprodukts machen. Das Erkennen der Funktionen, Be-

313

Wie es im Museum bei Werken aus der Kunst der Fall ist.

deutungen und somit der Wertigkeit eines Objekts hängt infolgedessen sehr stark mit dem Vorwissen eines Ausstellungsbesuchers zusammen.

Obwohl sich das Museum historisch betrachtet immer mehr dem breiteren und allgemeineren Publikum öffnete und es in der heutigen Definition der ICOM als *Bildungsstätte* bezeichnet wird, stellt sich die Frage, ob das Museum mit der derzeitigen Inszenierung von Industriedesign-Produkten dem gerecht wird. Im Grunde genommen wird nämlich durch die dekontextualisierte Darstellung von Stühlen im Regal, auf Podesten oder Sockeln hauptsächlich das Fachpublikum angesprochen. Diese machen allerdings den kleinsten Teil der Besucher aus, verstehen aber als Einzige die Neukontextualisierung und inhaltlichen Funktionen durch Erfahrungswerte und Vorwissen.

Laien und fachfremde Besucher, die nach inoffiziellen Gesprächen immer noch als Gefahrenquelle gelten, bleiben bis heute dadurch, dass Industrieprodukte in Museumsausstellungen zur Wertanlage werden, eher unerwünscht. Und obwohl die rein kontemplative Betrachtung im Bereich des Industriedesigns nie die primäre Intention war, ist sie ab dem Zeitpunkt der Musealisierung zum Schutz des Exponats erwünscht, da das Museum seinen Richtlinien der Konservierung weiterhin verpflichtet ist.

Die höhere Wertigkeit, die dem Produkt im Museum zugeschrieben wird, ergibt sich aus der Kombination der finanziellen und teils willkürlichen Aufwertung der Bedeutung und verändert damit die Mensch-Produkt-Beziehung. Aus diesen Gründen ist das Platznehmen selbst auf massenproduzierten Stühlen im Museum nicht gestattet.

Es stellt sich nun durch die aufgezeigten Probleme die abschließende Frage, ob das Museum überhaupt den Anforderungen der Präsentation von Industriedesign gerecht wird.

Um dies zu beantworten, wird die Autorin Ideen zur Änderung und möglicherweise Verbesserung der musealen Ausstellungsinszenierung für Industrieprodukte sowie ein vollkommen neues Ausstellungskonzept im Nachwort vorstellen.