

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Museale Verstrickungen: Die digitalen Reproduktionen des
Wiener Werkstätte Stoffmusters „Gespinst“ und seine
Transformation vom Musterentwurf zum Repräsentationsobjekt

verfasst von | submitted by
Renate Teufel BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 823

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Europäische Ethnologie

Betreut von | Supervisor:

Ass.-Prof. Mag. Dr. Bernhard Fuchs

Abstract (Deutsch)

Die Covid-19-Pandemie beschleunigte die Digitalisierung im Museumsbetrieb und verlagerte die museale Vermittlung verstärkt auf Websites, Social Media und interaktive Formate. Vor diesem Hintergrund untersucht die Arbeit das Stoffmusterexponat *Gespinst* der Wiener Werkstätte Künstlerin Felice Rix-Ueno und seine digitalen Abbilder in zwei Ausstellungen des Museums für angewandte Kunst Wien (MAK).

Im Mittelpunkt steht die Transformation der Funktionen und Bedeutungen des Exponats durch digitale Reproduktion und virtuelle Repräsentation. Analysiert wird, wie diese Veränderungen stattfinden und inwiefern das Stoffdesign dadurch im Alltag aktualisiert wird.

Die Untersuchung basiert auf einer qualitativen ethnografischen Forschung (offline/online) und stützt sich auf Theorien von Walter Benjamin und Byung-Chul Han. In der Fallanalyse wird das Stoffmuster *Gespinst* historisch verortet, beschrieben und seine digitalen Reproduktionen werden in verschiedenen medialen Kontexten untersucht.

Die Ergebnisse zeigen, dass die digitale Reproduktion dem Exponat neue Funktionen verleiht, wodurch seine ursprüngliche Bedeutung erweitert und seine Rolle als Repräsentationsobjekt deutlich wird. Fotografische Reproduktionen spielen zudem eine zentrale Rolle bei der Markenbildung und wirtschaftlichen Absicherung des Museums.

Hinweis: Der Text dieser Masterarbeit wurde mit KI-gestützten Systemen, insbesondere den Sprachmodellen von OpenAI, korrigiert und bearbeitet. Die Anpassungen erfolgten zur sprachlichen Präzision und stilistischen Optimierung. Alle Korrekturen wurden von der Autorin überprüft, angepasst und verantwortet, um den wissenschaftlichen Anforderungen zu entsprechen.

Abstract (English)

The Covid-19 pandemic accelerated digitalisation in the museum sector, shifting museum communication increasingly to websites, social media, and interactive formats. Against this background, this study examines the fabric sample exhibit *Gespinst* by Wiener Werkstätte artist Felice Rix-Ueno and its digital images in two exhibitions at the Museum of Applied Arts Vienna (MAK).

The focus is on the transformation of the exhibit's functions and meanings through digital reproduction and virtual representation. The study analyses how these changes occur and to what extent the fabric design is re-actualised in everyday life through digital reproduction.

The study is based on qualitative ethnographic research (offline/online) and draws on theories by Walter Benjamin and Byung-Chul Han. In the case analysis, the textile pattern *Gespinst* is historically contextualised, described and its digital images are examined in various media contexts.

The results show that digital reproduction assigns new functions to the exhibit, expanding its original meaning and making its role as a representational object more evident. Additionally, photographic reproductions play a key role in branding and ensuring the museum's financial stability.

Note: The text of this master's thesis was corrected and edited using AI-powered systems, specifically OpenAI's language models. Adjustments were made to ensure linguistic precision and stylistic optimization. All corrections were reviewed, modified, and approved by the author to meet academic standards.

Danksagung

Diese Masterarbeit hätte ich ohne die Unterstützung vieler Menschen nicht abschließen können. Ihnen allen gilt mein herzlicher Dank.

Mein besonderer Dank gilt Herrn Dr. Bernhard Fuchs, der meine Arbeit betreut und begutachtet hat. Seine Anregungen, die konstruktive Kritik und die spannenden Gespräche haben meinen Arbeitsprozess maßgeblich vorangetrieben.

Auch meinen Mitstudierenden, sowie Frau Dr. Klara Löffler, die mich über Jahre hinweg ermutigt hat, meine Forschung weiterzuverfolgen, danke ich für den Austausch.

Besonders wertvoll war für mich die Unterstützung von Matthias Penker. Unsere Jour Fixes haben mir Struktur und Motivation gegeben. Die Ermutigung, im Schreibprozess mit einem KI-System zu arbeiten, war eine große Bereicherung.

Für das sorgfältige Korrekturlesen danke ich herzlich Helene Stockinger und Mena Huber.

Meiner lieben Familie, meinen Mitbewohner:innen und meinen Freund:innen danke ich von Herzen für die Geduld. Sie haben über die gesamte Zeit hinweg meinen Abschluss mit mir herbeigesehnt.

Danke euch allen!

Inhalt

1. Das Gewebe der Zeit: Einleitung zur musealen Transformation im digitalen Raum	8
1.1 Kapitelübersicht	10
2. Hirngespinnst oder fundierte Forschung? Ein reflexiver Bericht.....	13
2.1. Datenerhebung und Untersuchungsrahmen	14
2.2. Multimodalität und Digitale Werkzeuge	15
3. Wissenschaftliche Verflechtungen: Zur Analyse von Medien, Ausstellungsobjekten und deren Bedeutungen im musealen Kontext.....	17
3.1 Medien der Alltäglichkeit	17
3.1.1 Medien- und Digitalanthropologie im Fachkontext.....	17
3.2 Das Multimodalitätskonzept	18
3.2.1 Multimodale Forschung im Überblick	19
3.3 Zugänge und Entwicklungen in der Museumsforschung	20
3.3.1 Analytische Perspektiven: Museum, Ausstellung, Objekt	20
3.3.2 Semiotik und Museum	21
3.3.3 Aktuelle Entwicklungen der Museumsforschung	23
4. Verknüpfte Denkmuster: Walter Benjamin und Byung-Chul Han.....	24
4.1 Zum Aufsatz Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit	24
4.2 Konzeptuelle Schnittmengen	25
4.2.1 Kult- und Ausstellungswert.....	25
4.2.2 Kunstwerke im Alltag: Aktualisierung.....	27
4.2.3 Die Entmaterialisierung der Welt.....	27
4.3 Forschungsrahmen.....	29
5. Begriffsfäden zum Gedankenweben	30
5.1 Reproduktion	30
5.1.1 Mimesis	31
5.1.2 Digitalfotografie.....	32
5.2 Medien	33
5.2.1 Mediatisierung und Medialisierung.....	35
5.2.2 Medienkonvergenz, Multi-, Intermedialität und Hybridität	36
5.3 Alltag	36
5.4 Multimodalität	39
5.4.1 Zeichenmodalitäten.....	40
5.5 Zeichen.....	42

5.5.1 Ikon, Index, Symbol	43
5.6 Museale Begriffe.....	43
5.6.1 Exponat	43
5.6.2 Inszenierung	44
5.6.3 Repräsentation	45
5.7 Ökonomisierung, Kommerzialisierung, Kommodifizierung	46
6. Verwobene Wirklichkeiten: Ausstellungen, Museumsmedien und Objektfotografie.....	48
6.1 Die untersuchten Ausstellungen „Die Frauen der Wiener Werkstätte“ und „Sterne, Federn, Quasten“	48
6.1.1 Ausstellungsgestaltung	52
6.2 Ausstellungswebseiten und digitale Begleitangebote.....	55
6.2.1 Soziale Medien	56
6.2.2 Zur Zeitlichkeit von Ausstellungen und ihren Begleitmedien.....	57
6.3 Reproduktionsfotografie im Museum	58
7. Zwischen Fäden und Pixeln: Das Stoffmuster „Gespinst“ und seine Reproduktionen.....	59
7.1. Historische Einordnung des untersuchten Textildesigns	59
7.1.1 Arts-and-Crafts, Jugendstil, Art Déco, Wiener Stil und Japonismus ...	59
7.1.2 Verwendungsweisen von Wiener-Werkstätte-Stoffen.....	61
7.1.3 Gespinst und Gespann	62
7.2 Stofffragment und digitale Fotografie: Aspekte visueller Wahrnehmung....	64
7.2.1. Zur (Im)Materialität: Digitale Texturen	66
7.2.2 Unregelmäßigkeiten im Musterbild.....	68
7.2.3 Mediale Übersetzungen eines Stoffmusters.....	69
7.3 Medialer Gebrauch der „Gespinst“-Fotografien.....	71
7.3.1 Positionierung des Mustermotivs in den Ausstellungen und den ausstellungsbegleitenden Medien.....	71
7.3.2 Mediale Nutzung vs. physische Präsentation: Ausstellungsobjekte im Vergleich	74
7.4 Museale Strategien der Sichtbarmachung	79
7.4.1 Kooperationen: Loqi, Akris, Linden und Österreichische Post.....	79
7.4.2 Das „Gespinst“ in Social-Media-Beiträgen: Facebook und Instagram	84
8. Von einzelnen Fasern zum Muster: Beantwortung der Fragestellung und zentrale Erkenntnisse.....	90
8.1 Neue Funktionen, Bedeutungen und Alltagsaktualisierung des „Gespinsts“	91

8.1.1 Prüfung der Hypothese	93
8.2 Markenbildung und digitale Angebote als Strategien ökonomischer Optimierung.....	95
8.2.1 Anknüpfend, nicht abschließend: Zur Fragmenthaftigkeit wissenschaftlicher Reflexion im Museum.....	96
Literatur- und Quellenverzeichnis	97
Anhang A: Beobachtung.....	106
A1 Schwerpunkte	106
A2 Fragensammlung	106
A3 Tabelle Beobachtungen	107
Anhang B: Objektübersicht.....	110

1. Das Gewebe der Zeit: Einleitung zur musealen Transformation im digitalen Raum

Im Jahr 2020 befand sich die Museumswelt in einer tiefgreifenden Krise: Die Covid-19-Pandemie brachte den alltäglichen Betrieb der Institutionen zum Stillstand, zwang die Museen zu Lockdowns und Sparmaßnahmen und führte in vielen Fällen zu erheblichen finanziellen Verlusten oder sogar Schließungen. Inmitten dieser Unsicherheit nahm eine tiefgreifende Transformation Fahrt auf: Museen verlagerten ihre Aktivitäten verstärkt ins Digitale, wobei die Website, Social Media und interaktive Formate zentrale Bausteine musealer Vermittlung wurden (ICOM Österreich, 2020).

Die Digitalisierung wurde zu einem bereichsübergreifenden Thema, wobei webbasierte Angebote den Wirkungsraum erweiterten und orts- sowie zeitunabhängige Zugänge ermöglichten. Online-Sammlungen und Blogs wurden ausgebaut, und immersive Technologien wie AR, VR und 360°-Videos in die museale Präsentation integriert. Die Entwicklung einer digitalen Strategie rückte als fortlaufender Prozess in den Fokus und Online-Marketing, digitale Vermittlungsformate und innovative Werbemaßnahmen gewannen an Bedeutung. Kurz gesagt: Die Digitalisierung wandelte sich von einem Zukunftsprojekt zur gelebten Praxis.

Prinzipien des digitalen Marketings wurden in den Kulturbereich übertragen, erkennbar an Begriffen wie Visitor Journey, Audience Development, Unique Selling Proposition (USP) in Best-Practice-Leitfäden. Museen übernahmen aber nicht nur Begriffe, sondern auch Strategien und Analyseinstrumente aus dem kommerziellen Online-Marketing. Während dies die Reichweite und Attraktivität der Museen steigerte, führte es zugleich zur Anpassung kultureller Inhalte an wirtschaftliche Prinzipien.

Ebenso erheblich wuchs der Markt für digitale Lösungen im Museum insbesondere in den Bereichen Datenanalyse, Besucherforschung und digitale Vermittlungstools. Anbieter wie QWB Lab, GuestViews oder die MuseumsScorecard des Museumsbundes Österreich sammeln und analysieren Museums- und Besucherdaten für interne und externe Nutzung. Gleichzeitig florierte der Markt für digitale Produkte wie Guide-Software, Apps, Medienstationen und Ausgabegeräte. Die Initiative Kulturkommunikation, 2020

gegründet, bot Kulturinstitutionen im deutschsprachigen Raum gezielt Online-Events, Seminare und Schulungen zur digitalen Transformation an.

In dieser Phase der musealen Weiterentwicklung wurde auch die neue ICOM-Museumsdefinition¹ erarbeitet und 2022 in Prag verabschiedet. Sie spiegelt die Herausforderungen der Zeit wider und stellt einen kulturpolitischen Kompromiss dar, der Bewahrung und Forschung beibehält, aber ethisches Handeln, Nachhaltigkeit, Diversität und Partizipation integriert (Leshchenko & Thiemeyer, 2024). Gleichzeitig wurde die Museumswelt durch die Klima- und Energiekrise im Zusammenhang mit dem Ukrainekrieg beeinflusst, während die Professionalisierung des Museumswesens durch Gütesiegel, Berufsverbände und Ausbildungsstandards weiter vorangetrieben wurde.

Am konkreten Beispiel des Museums für angewandte Kunst Wien (MAK), das im Zeitraum der Pandemie insgesamt 213 Tage geschlossen war (Schwarz-Jungmann, 2021, S.32), lässt sich dieser Wandel anschaulich nachzeichnen: 2021 prägte coronabedingt eine intensive Online-Kommunikation die Marketingstrategie des MAK, mit der Museumswebsite und Social Media als zentrale digitale Kanäle. Ein virtueller 3D-Rundgang ermöglichte die detailgetreue Übertragung einer Ausstellung in den digitalen Raum.

Nach der Wiedereröffnung im Mai setzte das Museum weiterhin auf digitale Kommunikationsformate, darunter eine Zoom-Talkreihe, inhaltliche Videos, Online-Führungen und hybride Veranstaltungen. Thematische Schwerpunkte wurden digital vermittelt, ein neuer Online-Guide eingeführt und der seit der Covid-19-Krise ausgebaut Blog etablierte sich. Das Eröffnungsdatum der Großausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* musste wegen Beschränkungen durch die Pandemie mehrmals neu kommuniziert werden. (S. 30–31)

Die fortlaufend erweiterten digitalen Angebote erforderten höheren personellen und finanziellen Aufwand sowie eine stärkere bereichsübergreifende Zusammenarbeit. Daher wurde im März 2021 die Leitung der neuen Stabsstelle Digitales MAK ausgeschrieben, um die digitalen Agenden zu koordinieren. Seit Juni 2021 leitet daher Christian Michlits die Abteilung, die für die strategische

¹ Museumsdefinition im Originaltext: „A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.“

Entwicklung digitaler Museumsangebote, einschließlich Museumsdatenbank, digitale Fotodokumentation und Präsentationsformate, verantwortlich ist (makpresse, 2021).

Im September wurde Lilli Hollein Generaldirektorin des MAK, was die Ausrichtung des Museums maßgeblich beeinflusste (Schwarz-Jungmann, 2022, S. 1). Der Geschäftsführungswechsel führte zu einer vorübergehenden Abwesenheit des Mission Statements, wodurch die strategische Neuausrichtung des Museums sichtbar wurde. Während das frühere Statement des MAK den Schwerpunkt auf digitale Moderne und ökologische Fragestellungen legte, rückte das neue Mission Statement des MAK die Öffnung für ein breites, diverses Publikum in den Fokus (Schwarz-Jungmann et al., 2023, S. 1).

Die Website und die MAK Sammlung Online wurden zwischen 2022 und 2024 kontinuierlich überarbeitet und eine neue Branding Identity sichtbar gemacht, die sich durch eine reduzierte, modulare Struktur und einer von der Architektur inspirierten Farbgebung auszeichnet (Bueronardin, 2024). Die Online-Sammlung wurde um eine mehrsprachige Suchfunktion sowie Verlinkungen zu digitalen Angeboten und Ausstellungen erweitert, sodass Blog-Beiträge, digitale Begleitformate und Shopartikel nun direkt mit den Objekteinträgen verknüpft sind (Schwarz-Jungmann, 2022, S. 40). Zusätzlich wurden Zitiervorschläge, Permalinks, assoziierte Objekte und weitere Navigationsmöglichkeiten integriert.

Die Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten. Die Wiener-Werkstätte-Künstlerin Felice Rix-Ueno (1893–1967)* im Jahr 2023 legte, wie die Großausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* zwei Jahre zuvor, den Fokus auf Künstlerinnen, die in der Vergangenheit zu wenig Beachtung fanden. Im Rahmen dieser beiden Ausstellungen analysiert die Fallanalyse dieser Arbeit das Stoffmusterexponat *Gespinst* und seine digitalfotografischen Abbilder.

1.1 Kapitelübersicht

Der Forschungsbericht reflektiert den Arbeitsablauf und erläutert die eingesetzten Methoden und Werkzeuge. Er thematisiert die Datenerhebung, den Untersuchungsrahmen sowie Beobachtungs- und Dokumentationsmethoden unter multimodalen Ansätzen. Zudem wird die Arbeit mit digitalen Medien, der Einsatz digitaler Werkzeuge und Künstlicher Intelligenz beleuchtet.

Das Forschungsfeld bewegt sich an der Schnittstelle von Medien- und Digitalanthropologie, Multimodalitätsforschung, Museums-, Ausstellungs- und

Objektanalyse sowie Semiotik. Untersucht wird dabei die Repräsentation von Objekten in ausstellungsbegleitenden Medien, wobei interdisziplinäre Verknüpfungen dargestellt, fachlich relevante Entwicklungen beschrieben und die Rolle einer europäisch-ethnologischen Perspektive herausgearbeitet wird.

Die Forschungsfrage wird aus Walter Benjamins historisch-materialistischer Medientheorie und den zeitgenössischen Überlegungen von Byung-Chul Han entwickelt. Basierend auf Benjamins Aufsatz *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (1935) wird die Fragestellung durch Hans Konzept der digitalen Entmaterialisierung, Informatisierung und Entnarrativierung erweitert.

Die zentralen Begriffe, die die Grundlage für die anschließende Fallanalyse bilden, werden in einem weiteren Kapitel definiert und entwickelt. Zunächst wird der Reproduktionsbegriff unter Einbeziehung von Benjamins Aufsatz, dem Mimesis-Konzept nach Aristoteles und der digitalen Fotografie entwickelt. Anschließend erfolgt eine Erarbeitung des Medienbegriffs, ergänzt um die Unterbegriffe Mediatisierung, Medialisierung, Medienkonvergenz, Multi-, Intermedialität und Hybridität. Der Alltagsbegriff, als zentraler Begriff der Europäischen Ethnologie, dient als analytisches Rahmenkonzept und wird auf das spezifische Forschungsfeld angewandt. Darüber hinaus wird ein interdisziplinärer Multimodalitätsbegriff definiert, der das Konzept der Zeichenmodalitäten einschließt. Untersucht werden die musealen Begriffe Zeichen, Exponat, Inszenierung und Repräsentation als theoretische Grundlage für die nachfolgende Fallanalyse. Abschließend erfolgt eine Definition der Konzepte Ökonomisierung, Kommerzialisierung und Kommodifizierung im museumsspezifischen Kontext.

Ausstellungsgestaltung, Begleitmedien und die Praxis der Objektfotografie werden im Hinblick auf die untersuchten Expositionen *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und *Sterne, Federn, Quasten. Die Wiener-Werkstätte-Künstlerin Felice Rix-Ueno (1893–1967)* analysiert. Betrachtet werden Raumgestaltung, Inszenierungsformen, Beleuchtung und grafische Elemente. Anschließend werden die in die Ausstellungsbegleitung eingebundenen sozialen Medien vorgestellt und die zeitliche Struktur der Ausstellung sowie ihrer Begleitmedien thematisiert. Zuletzt wird kurz die museale Digitalisierungspraxis skizziert.

Das Exponat Gespinst und seine Reproduktionen werden folgend auf ihre Funktionen und Bedeutungen in verschiedenen Zusammenhängen untersucht. Im ersten Teil liegt der Fokus auf dem Exponat selbst sowie seinen Abbildern.

Zunächst wird das Stoffmuster historisch verortet und seine ursprünglichen Funktionen erläutert. Anschließend folgt eine detaillierte Beschreibung des Stoffmusters und seiner Objektfotografien, wobei insbesondere Fragen der visuellen Wahrnehmung behandelt werden. Dabei spielen Aspekte wie Materialität und Immaterialität, Unregelmäßigkeiten im Muster sowie die durch verschiedene mediale Übersetzungsprozesse entstehenden Veränderungen eine zentrale Rolle. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf den digitalfotografischen Objektrepräsentationen der Exponatgruppe *Gespinst* mit der Inventarnummer WWS 267, die in den Ausstellungen sowie in den zugehörigen musealen Medien verwendet wurden. Der zweite Teil des Kapitels widmet sich dem medialen Gebrauch der *Gespinst*-Fotografien in unterschiedlichen Ausstellungskontexten. Neben der Positionierung der Abbildungen innerhalb von Ausstellungen wird der Unterschied zwischen medialer Nutzung und physischer Präsentation der Exponate betrachtet. Darüber hinaus wird die Rolle von Kooperationen und Vermarktungsstrategien beleuchtet, insbesondere im Hinblick auf die Präsenz des Stoffmusters in sozialen Medien wie Facebook und Instagram. Ausgewählte Beiträge des MAK auf diesen Plattformen werden nach dem Dreischichtmodell von Bateman und Sachs-Hombach (2019) analysiert, das die Dimensionen Zeichenmodalität, Genre und Medium umfasst.

Die Beantwortung der Forschungsfrage und zentrale Erkenntnisse werden abschließend erläutert. Der Begriff der Artikulation nach Stuart Hall dient dabei der Analyse von Bedeutungsverschiebungen. Das Wechselverhältnis zwischen Funktion und Bedeutung steht im Fokus, ebenso wie die unterschiedlichen Bedeutungsebenen der Objektfotografie im musealen Kontext. Die Beantwortung der Forschungsfrage zeigt auf, welche neuen Funktionen und Bedeutungen das Exponat durch digitale Reproduktion erhält, zeichnet ihre Aktualisierung im Alltag nach und überprüft die zugrunde liegende Hypothese. Die zentralen Erkenntnisse verdeutlichen, dass sich das Museum zunehmend marktwirtschaftlichen Prinzipien unterordnet und seine ökonomische Optimierung durch Markenbildung, Online-Marketing und virtuelle Angebote vorantreibt. Eine kurze Schlussbetrachtung schließt die Arbeit ab.

2. Hirngespinst oder fundierte Forschung? Ein reflexiver Bericht

Mein Forschungsprozess war geprägt von ständigen Fokusverschiebungen, einer Vielzahl an Ideen und explorativen Methoden. Anstelle einer klar abgegrenzten, linearen Untersuchung entwickelte ich ein offenes, weit verzweigtes Forschungsfeld, das durch Umwege, Sackgassen und Neuanfänge gekennzeichnet war. Die Arbeit entwickelte sich für mich zunehmend zu einem dichten, verworrenen Gewebe, zu einem Gespinst, das nicht mehr durchdringbar zu sein schien. Die Neuausrichtungen und Abschweifungen waren aber nicht nur Herausforderungen, sondern wesentlicher Bestandteil meines Erkenntnisprozesses: Das permanente Recherchieren, die methodische Unklarheit und die fortlaufende Reflexion waren Ausdruck einer forschenden Annäherung an ein dynamisches, interdisziplinäres Feld. Erst die Fokussierung auf ein einzelnes Objekt ermöglichte es mir, die gesammelten Daten um ein konkretes Bezugselement zu strukturieren.

Letztlich spiegelt die Arbeit nicht nur die Transformationsprozesse des Museums, sondern auch die dynamische Natur des Forschungsprozesses selbst wider. Die Zusammensetzung des Untersuchungsgegenstands wurde durch mein Interesse an Wien um 1900, Ornament- und Musterdesign, Fotografie, digitale Medien und Marketing bestimmt. Das Museum erwies sich aber auch als geeignetes Forschungsfeld, um einen potenziellen zukünftigen Arbeitsbereich analytisch zu untersuchen und vertieft zu reflektieren. Für eine noch präzisere Untersuchung wäre eine frühere Eingrenzung der Thematik sinnvoll gewesen, um die Analyse gezielter auszurichten. Zudem hätte eine kürzere offene Forschungsphase eine effizientere Strukturierung der Ergebnisse ermöglicht. Besonders wichtig war die Multimodalität als Konzept, da sie verschiedene Darstellungs- und Vermittlungsformen berücksichtigte. Der multidisziplinäre Blick auf das Forschungsfeld erwies sich als entscheidend, um die vielschichtigen Zusammenhänge zwischen Reproduktion, Funktion und Bedeutung des Exponats *Gespinst* größtenteils zu erfassen.

2.1. Datenerhebung und Untersuchungsrahmen

Diese Arbeit beruht auf einer qualitativen ethnografischen Forschung, die auf Beobachtung und Dokumentation basiert und hybrid, sowohl offline als auch online, durchgeführt wurde. Dabei verstehe ich die beiden Sphären nicht als strikt getrennt, sondern als eng miteinander verwoben². Ich lege bewusst den Schwerpunkt auf nicht-menschliche Instanzen. Akteur:innen wie Kurator:innen, Fotograf:innen, Ausstellungsgestalter:innen und Museumsbesucher:innen werden vor allem hinsichtlich gestalterischer, technischer, medialer und objektbezogener Museumspraktiken berücksichtigt. Die Rezeptionsperspektive basiert ausschließlich auf meiner eigenen Wahrnehmung als forschender Person. Meine Herangehensweise war explorativ: Verschiedene Werkzeuge und Ansätze wurden erprobt, angewendet und teils wieder verworfen. Im Feld nahm ich zwei Rollen ein: Zum einen die analytische Perspektive als Forscherin, zum anderen die erfahrungsbasierte Sichtweise als Besucherin des MAK. Die Reflexion und Dokumentation dieses Prozesses hielt ich in einem 74-seitigen Forschungstagebuch fest.

Multisensorisches Wahrnehmen war zentrales Element meiner multimodalen Forschungspraxis. Meine Erhebungsdaten sammelte ich systematisch durch Beobachtungen sowohl vor Ort im Museum als auch bei Onlineveranstaltungen. Dabei fertigte ich textuelle, fotografische und audiovisuelle Notizen an, die ich in Beobachtungsprotokollen zusammenfasste. Insgesamt führte ich sieben Beobachtungen durch, deren Rahmenbedingungen zur besseren Nachvollziehbarkeit der Untersuchung in Anhang A aufgeführt sind. Im Zentrum der empirischen Forschung standen die digitale Präsentation der Ausstellung, der Vergleich von Online- und Offline-Objekten sowie Aspekte der Wahrnehmung und Bedeutungszuschreibung. Die vielfältigen Fokuspunkte ergaben sich im Verlauf einer langen offenen Forschungsphase, wobei ich die Objektauswahl für die Fallanalyse erst spät im Forschungsprozess traf.

Relevante Webinhalte dokumentierte ich über den gesamten Forschungszeitraum hinweg, wobei Praktiken des Stillstellens, Fixierens, Extrahierens und Isolierens zentral waren (Färber, 2023, S. 261). Screenshots und Bildschirmvideos als Momentaufnahmen ermöglichten den Zugriff, die Analyse und Wiedereinbindung in den multimodalen Arbeitsprozess. Außerdem nutzte ich die Speicherfunktion

² Im Sinne einer wechselseitigen Verflechtung digitaler Kultur und Alltagskultur nach Fleischhack, (in Thiemeyer & Ahner, 2020b, 03:48-06:41) mit Verweis auf Boellstorff, Miller und Slater.

von Webseiten als PDF und die Funktion „Gespeicherte Beiträge“ auf Instagram und Facebook. Zur Sammlung relevanter Webseiten verwendete ich die Lesezeichenfunktion im Browser. Je nach Format und Dokumentationszweck war es erforderlich, Inhalte sowohl in der Web- als auch in der Mobilversion zu speichern.

Mein Materialkorpus umfasste eine Vielzahl heterogener Quellen, darunter Webseiten, Presseartikel, Jahresberichte, Handreichungen, Publikationen zur musealen Praxis, Jobinserate, Social-Media-Postings, Newsletter, Zeitschriften, Ausstellungskataloge, museale Medienangebote, Radiosendungen, Podcasts sowie eine umfassende Literaturrecherche. Diese breite Palette an Datenquellen ermöglichte es mir, komplexe museale Realitäten differenziert zu erfassen.

2.2. Multimodalität und Digitale Werkzeuge

Das Konzept der Multimodalität prägt meine Forschungsarbeit auf mehreren Ebenen: Es beschreibt meine Arbeitsweise, den Materialkorpus, die musealen Medien und das Feld selbst. Wie es in multimodalen Forschungen häufig der Fall ist, erforderte die Untersuchung einen multidisziplinären Ansatz (Färber, 2023, S. 268).

Die ausstellungsbegleitenden Medien binden fotografische Objektrepräsentationen in unterschiedliche kommunikative Formate ein, wobei insbesondere die digitale Sphäre durch zeitliche Dynamiken beeinflusst wird. Die Vergänglichkeit und Veränderbarkeit von Online-Inhalten wurde für mich besonders deutlich, wenn Webseiten oder Beiträge plötzlich nicht mehr zugänglich waren, archiviert oder gelöscht wurden, was sich auf die Zitierweise, den Zugriff auf Quellen und die Nachvollziehbarkeit von Inhalten auswirkte. Die Reflexion dieser Dynamik war essenziell, um meinen Umgang mit digitalen Quellen in der wissenschaftlichen Arbeit angemessen zu gestalten. Besonders bestimmend war für mich die kontinuierliche Anpassung des Designs der MAK-Website wie Schrift und Seitenansichten bis hin zur Implementierung eines neuen Corporate Designs.

Die Vielfalt und der Umfang meines Materialkorpus war eine Herausforderung: Um eine flexible Übersicht zu gewinnen visualisierte ich meine Materialgruppen auf dem Online-Whiteboard Miro. Mithilfe eines Metallgitters und Magneten arrangierte ich analog zentrale theoretische Konzepte und Begriffe, wodurch Wechselwirkungen und Zusammenhänge sichtbar wurden. Zudem nutzte ich Browsererweiterungen zur Literatursuche, Google Drive zur Zugänglichmachung

meiner auf dem Smartphone generierten Forschungsdaten, Zotero für die Literaturverwaltung und ChatGPT als Unterstützung im Schreibprozess. Die technischen Hilfsmittel Miro, Zotero und ChatGPT eignete ich mir erst im Verlauf des Forschungsprozesses an.

Zu Beginn der Datenaufbereitung stellte ich mir grundlegende Fragen zum Datenschutz, insbesondere hinsichtlich der Übermittlung von Daten in Drittstaaten, wobei Miro, Google Drive als auch ChatGPT keine DSGVO-konformen Lösungen darstellen. Ich nahm diese Datenschutzproblematik aber bewusst in Kauf und entschied mich trotz Bedenken für die genannten Hilfsmittel, da sie intuitiv in der Handhabung sind und ich in meiner Forschungsarbeit nicht mit personenbezogenen Daten arbeitete. Bei der Nutzung von ChatGPT orientierte ich mich an den Vorgaben der Universität Wien (Herczeg et al., 2024).

Ich nutzte den KI-Chatbot von Open AI zur Optimierung von Formulierungen und Überschriften, für Textkürzungen, Kapitelgliederungen, sprachliche Korrekturen, zur Klärung von Unklarheiten und zur Strukturierung von Argumenten, sowie zur Verbesserung des Leseflusses. Die textuelle Sprache der Arbeit wurde folglich stark von der KI beeinflusst. Es war hilfreich ein Gegenüber zu haben, mit dem ich meine Untersuchungsergebnisse reflektieren und diskutieren konnte. Letztlich blieb aber die inhaltliche Erschließung der Quellen, die Ausarbeitung und finale Argumentation, sowie die Verantwortung für meinen Text vollständig bei mir. Alle Ergebnisse des textgenerativen Tools wurden von mir stets kritisch geprüft und gegebenenfalls angepasst.

Die Arbeit mit ChatGPT war für mich eine ambivalente Erfahrung zwischen Faszination und Skepsis. Das technische Hilfsmittel schränkte einerseits meine Selbstständigkeit ein, andererseits bereicherte es meinen Arbeitsprozess in vielfacher Hinsicht. Ich fühlte mich zunehmend von der KI-Anwendung abhängig und hatte das Gefühl, meinen eigenen Formulierungen nicht mehr ohne Kontrolle durch den virtuellen Assistenten vertrauen zu können. Die zahlreichen textuellen Überarbeitungsschleifen nahmen oft mehr Zeit in Anspruch als erwartet. Zudem generierte die KI wiederholt nichtexistierende Literaturhinweise und unklare Begriffsdefinitionen, etwa für die Begriffe Modalität und Modi. Da der Chatbot Definitionen auf Grundlage der häufigsten Vorkommen in seinem Trainingsdatensatz erstellt, variierte die Bedeutung dieser Begriffe, insbesondere in einem interdisziplinären Feld mit Fachbegriffen, die unterschiedliche Interpretationsmöglichkeiten bieten.

3. Wissenschaftliche Verflechtungen: Zur Analyse von Medien, Ausstellungsobjekten und deren Bedeutungen im musealen Kontext

3.1 Medien der Alltäglichkeit

Mit seinem Fokus auf die ethnografische Analyse digitaler Alltagskulturen aus europäisch-ethnologischer Perspektive eröffnet Christoph Bareither einen nutzbringenden fachlichen Zugang. In dem 2019 erschienenen Artikel *Medien der Alltäglichkeit: Der Beitrag der Europäischen Ethnologie zum Feld der Medien- und Digitalanthropologie* stellt der Autor in Anlehnung an Hermann Bausinger fest, dass Medien nicht getrennt vom Alltag betrachtet werden können. Medien seien „intrinsisch alltagsgebunden“, also „nicht von der soziokulturellen Umwelt isolierte Artefakte, sondern integrale Bestandteile komplexer Alltagswelten“, die sich erst im „alltäglichen Umgang“ begründen würden (Bareither, 2019, S. 3–4).

Die analytische Formulierung *Medien der Alltäglichkeit* beinhaltet diese Grundannahme und begreift Medien als Teil von Prozessen, die auf der Tatsache beruhen, dass sich Alltag in technik- und medienbezogenen Routinen vollzieht (S. 5). Als Doppelperspektive beschreibt die Begriffsbildung die Wechselbeziehung zwischen Medien und Alltag und wirkt demnach in zwei Richtungen: Aus europäisch-ethnologischer Sicht werden Medien stets als Teil des Alltags betrachtet, da dieser Medien hervorbringt und verhandelt, gleichzeitig gestalten und verändern Medien den Alltag und damit unsere Lebensumwelt (Thiemeyer & Ahner, 2020a, 06:21-06:59).

3.1.1 Medien- und Digitalanthropologie im Fachkontext

Für die Forschung zu (digitalen) Medien existieren verschiedene Labels³. Aufgrund der vielfältigen ethnologischen Fachperspektiven und Traditionen, sowie der unterschiedlichen Forschungskontexte anderer Disziplinen⁴ bleibt unbestimmt, wie der Begriff Medien- und Digitalanthropologie zu fassen ist. Dennoch vereint alle Disziplinen das gemeinsame Ziel, aus ihren jeweiligen Perspektiven zum besseren

³ Begriffe wie Medienanthropologie, Digitalanthropologie, aber auch Medienethnografie, Medienethnologie und digitale Ethnografie finden in unterschiedlichen Kontexten Verwendung. Die darunter veröffentlichten Studien sind jedoch äußerst vielfältig, da verschiedene Disziplinen (digitale) Medien als zentrales Forschungsobjekt betrachten. Bareither weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass die Begriffsverwendungen zum Teil erheblich voneinander abweichen.

⁴ Medien- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Cultural Studies, Geschichts-, Sprach- und Informationswissenschaften, sowie Philosophie.

Verständnis des Wechselverhältnisses von Menschen und Medien beizutragen. Angesichts der transdisziplinären und internationalen Natur des Forschungsfeldes betont Bareither die Notwendigkeit einer klaren Positionierung der Europäischen Ethnologie im Wissenschaftsraum. Insbesondere hebt er hervor, dass die „charakteristische analytische Sensibilität“ des Fachs für das Alltägliche produktiv zum Forschungsfeld der Medienanthropologie beitragen kann. (Bareither, 2019, S. 4–5; Thiemeyer & Ahner, 2020a, 03.33-05.25)

In methodischer Hinsicht stehen Beschreibungen von Medienpraktiken aus theoretisch-spezifischen Blickwinkeln im Zentrum (Bareither, 2019, S. 7). Ziel ist es, Medien in ihrer Alltäglichkeit zu perspektivieren, um dadurch besser zu verstehen, wie sie Alltagswelten prägen (S. 20). Das zentrale Interesse von Medien- und Digitalanthropologie liegt im Wechselverhältnis zwischen Menschen und (digitalen) Medien sowie in den Routinen und Tätigkeiten, die sich daraus ergeben (Thiemeyer & Ahner, 2020a, 24:00-24:11). Alltags- und Digitalkultur sind dabei reziprok verflochten (Thiemeyer & Ahner, 2020b, 04:54-05:50), weshalb sich die Frage stellt, wie digitale Medien und das Internet in den Alltag integriert werden.

3.2 Das Multimodalitätskonzept

Multimodale Formen der Kommunikation werden durch die zahlreichen technischen Möglichkeiten der Digitalisierung gefördert. Bateman und Sachs-Hombach (2019) betrachten dieses Phänomen daher als eine „entscheidende Herausforderung für jedes aktuelle medienwissenschaftliche und medienanthropologische Nachdenken“ (S. 15). Als kulturelle Erscheinung betrifft Multimodalität alle Arten zeitgenössischer Medien, vor allem aber die so genannten Super-Medien. Damit sind multimediale Plattformen gemeint, wie beispielsweise Webseiten, die verschiedene Medienarten wie Blog-Artikel, Musik, Videos sowie interaktive Inhalte in einer einzigen Umgebung kombinieren. Wie Wildfeuer, Bateman und Hiippala (2020) schreiben, können diese Plattformen andere Medien simulieren, nachahmen und kopieren (S. 15). Im Rahmen des Multimodalitätskonzepts bestehen Medien aus Modi (engl. modes) wie beispielsweise Sprache, Text, Ton, Gesten, Mimik, Bilder, Diagramme die durch Gestaltungselemente wie Typografie, Layout und Design beeinflusst werden. Hierbei bezieht sich Multimodalität auf die Verwobenheit der einzelnen Elemente, nicht auf ihr Nebeneinanderstehen (S. 18). Relevant sind Abhängigkeiten und Wechselwirkungen zwischen den Elementen, sowie ihre Individualität im Zusammenspiel miteinander (S. 20).

3.2.1 Multimodale Forschung im Überblick

In der Anthropologie und der ethnografischen Praxis hat Multimodalität eine lange und vielfältige Geschichte. Das Interesse an multimodaler Forschung hat aber erst in den letzten Jahren erheblich zugenommen, wie das Multimodal Ethnography Network der European Association of Social Anthropologists, kurz EASA, auf seiner Webseite berichtet. Das Forschungsnetzwerk ist in der anthropologischen Theorie und Praxis verortet und widmet sich der Erprobung und Erforschung multimodaler Praktiken in der ethnografischen Feldforschung. Es versteht Multimodalität und Multimedia als gleichzeitige Binaritäten: „Members embrace an understanding of multimodality and multimedia that is simultaneously old/new, analogue/digital, low tech/high tech, in person/at a distance“ (EASA, 2024).

Multimodale Forschung wird von der Gemeinschaft als visuelle, akustische, erfinderische, künstlerische und experimentelle Praxis verstanden. Sensibilität für und Resonanz mit den gesellschaftlichen Veränderungen des 21. Jahrhunderts prägen den anthropologischen Ansatz. (EASA, 2024) In der aktuellen Fachdiskussion wird auch darüber debattiert, Multimodalität als eigenständige Forschungsform ins Zentrum des professionellen Selbstverständnisses zu rücken, um potenzielle Konsequenzen für die Wissensproduktion reflektieren zu können (Criado et al., 2022, S. 41).

Betrachtet man die Multimodalitätsforschung im Allgemeinen, haben viele Disziplinen in der Vergangenheit kommunikative Praktiken in einzelne Bestandteile zerlegt, wodurch Zusammenhänge und Wechselwirkungen nicht erkannt wurden⁵. Diese fehlende systematische Untersuchung stellt, so Wildfeuer, Bateman und Hiippala (2020), eine erhebliche Herausforderung für Forschende dar. Das liegt insbesondere daran, dass die Multimodalitätsforschung danach fragt, welche Bedeutung es hat, wenn komplexe kommunikative Ausdrucksformen miteinander kombiniert werden, was dabei geschieht und wie sich diese beschreiben lassen. (S. 8–9) Wie Forscher:innen Multimodalität verstehen, hängt von Forschungstraditionen und Fragestellungen der jeweiligen Disziplin ab (S. 88). Es handelt sich um ein immanent interdisziplinäres und kooperatives Feld (S. 23), weshalb oft unklar ist, welche Methoden und Instrumentarien am sinnvollsten sind, um multimodale Artefakte systematisch zu untersuchen und zu beschreiben (S. 10).

⁵ So lag der disziplinäre Fokus etwa in der Linguistik auf Sprache, in der Kunstgeschichte auf Malerei und in der Filmwissenschaft auf Film.

Inzwischen ist es üblich, mehrere Ansätze und Begriffe gleichzeitig zu verwenden, wenn es der Beantwortung der Forschungsfrage dient (S. 89–91).

Im Zuge der Digitalisierung sind viele neuartige Mischformen aus unterschiedlichen Kommunikationsmodalitäten und -kanälen entstanden, die als multimodale Kommunikationsformen bezeichnet werden können. Aufgrund dieser Erweiterung des Gegenstandsbereichs und der Änderung in der Betrachtungsweise auf alle Formen der Kommunikation wird von einer *multimodalen Wende* (engl. multimodal turn) gesprochen, auch wenn allgemeine Analysemethoden bisher fehlen (Bucher, 2010, S. 42). Trotz der Allgegenwärtigkeit von Multimodalität und des multimodalen Turns steht die Multimodalitätsforschung derzeit noch am Anfang (Wildfeuer et al., 2020, S. 87).

3.3 Zugänge und Entwicklungen in der Museumsforschung

3.3.1 Analytische Perspektiven: Museum, Ausstellung, Objekt

Das Ziel der Museumsanalyse besteht darin, die Institution Museum in ihren konkreten Ausprägungen kritisch zu verstehen, wie Baur (2013) in seinem Einführungswerk darlegt. Vorrangig geht es dabei um Fallanalysen von Museen als kulturelle Phänomene, um dadurch Einsichten in gesellschaftliche, politische und kulturelle Verhältnisse zu gewinnen. Die theoretischen, methodischen und analytischen Ansätze stammen aus verschiedenen Disziplinen, die sich in den letzten Jahrzehnten intensiv mit diesem Forschungsfeld auseinandergesetzt haben. (S. 8–9) Bei ethnografischen Museumsanalysen, so Baur in Bezug auf Gable, sei ein hohes Maß an Sensibilität und Selbstreflexion der forschenden Person erforderlich, da sowohl die eigene gesellschaftliche Position als auch die Grenzen des Feldzugangs berücksichtigt werden müssen (S. 10).

Was unter Ausstellungsanalyse verstanden wird, ist derzeit noch mit unterschiedlichen Annahmen verknüpft (Fackler & Schorr, 2024, S. 145). Laut der Initiative Museumsdenken, bedeutet Analyse im Kontext von Ausstellungen „die jeweils gewählten Exponate und Ausstellungsmittel in ihren Deutungsangeboten zu erkennen, zu interpretieren und zu reflektieren“ (Museumsdenken, 2023). Im Jahr 2022 und 2023 setzte sich das Netzwerk intensiv mit der Debatte rund um die Analyse von Ausstellungen auseinander. Bisher besteht keine Einigkeit über die zu verwendenden Methoden für Ausstellungsanalysen (Fackler & Schorr, 2024, S. 139). Reitstätter und Schorr (2024) arbeiten aber derzeit an der Entwicklung einer Methodik, die unter verschiedenen Rahmenbedingungen erprobt wurde und

unterschiedliche Perspektiven der Ausstellungsanalyse in einem Methodenbuch zusammenführen wird.

Für die Objektanalyse ist das von Bedeutung, da Museumsobjekte stets im „mitüberlieferten Sammlungs- und jeweils neu produzierten Ausstellungskontext“ untersucht werden sollten (Muttenthaler, 2016, S. 35). Muttenthaler (2016) erläutert, dass für Ausstellungen bestimmte Dimensionen eines Exponats gemäß den jeweiligen Deutungsabsichten ausgewählt, hervorgehoben oder neu erzeugt werden. Dabei kann das Spektrum entweder eingeschränkt oder um zusätzliche Interpretationen erweitert werden. (S. 37) Zentrale Eigenschaften von Museumsobjekten sind Materialität und Medialität: „Anschauungs- und Wirkkraft treffen auf Zeichenhaftigkeit und Bedeutungszuschreibung, die mit (ordnenden) Diskursen korrespondieren“ (Muttenthaler, 2016, S. 35).

Wonisch (2016) betrachtet Dinge als Prozess, da es sich meist um Gebrauchsgegenstände handelt, die aus ihrem ursprünglichen Bezugsrahmen genommen und durch Stillstellung zu Objekten oder Exponaten werden. Zentral sind bei ihr Gestaltungs-, Produktions-, Verfalls-, Entscheidungs- und Bewertungsprozesse, sowie Prozesse der Bedeutungsproduktion, Aneignungs- und Verwendungs-zusammenhänge. (S. 181) Auch sie betont die Bedeutung, museale Objekte in ihren „spezifischen musealen Umwelten, Objekt-zusammenhängen und Inszenierungsformen“ zu betrachten und differenziert zwischen dem statischen Medium der Ausstellung, das stillgestellte Objekte präsentiert, sowie der dynamischen Bilderfolge anderer Medien (Wonisch, 2016, S. 184).

3.3.2 Semiotik und Museum

Scholze (2013) betrachtet die Semiotik als eine hilfreiche Disziplin für die Museumsanalyse, da sie als Lehre von Zeichen und Zeichenprozessen Fragen zur Bedeutung und Kommunikation adressiert (S. 121). In musealen Ausstellungen kommen Zeichenprozesse bei der Vermittlung von Inhalten mit Elementen wie Objekten und Texten zum Tragen. Dabei handelt es sich um Prozesse des Kodierens und Dekodierens (S. 129).

Akteur:innen im Museum übernehmen dabei eine zentrale Rolle. Sie beeinflussen die Funktionen und Bedeutungen der Objekte sowie die Art und Weise, wie, wo und in welchen diskursiven Zusammenhängen sie aktualisiert und vermittelt werden. Zu diesen handelnden Personen gehören Produzierende von Ausstellungen und Museumsmedien, Kurator:innen, Ausstellungsgestaltende und

Organisationsteams, Wissenschaftler:innen und Forschende (Publikationen), Verantwortliche für Digitalisierung und Medien, die Abteilung für Kommunikation und Marketing, Museumsdaten-Manager:innen, die Zuständigen für Sponsoring, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sowie die Merchandising-Manager:innen, die für die Entwicklung, Auswahl und Gestaltung der Produkte im Museumsshop verantwortlich sind.

Halls Konzept der Artikulation (Clarke, 2015) hilft dabei zu verstehen, wie Museen kulturelle Bedeutungen erzeugen, indem sie Objekte in wechselnden Kontexten neu verknüpfen und interpretieren. Die Bedeutung eines Objekts ist dabei nicht festgelegt, sondern variiert je nach Ausstellung und gesellschaftlichem Diskurs. Es handelt sich dabei um einen selektiven Prozess, bei dem bestimmte Aspekte betont und andere unterdrückt werden (S. 280). Dieser ist eng mit dem Kodieren und Dekodieren (Hall, 2010) von Inhalten verbunden: Die Museumsakteur:innen gestalten die Präsentation und Interpretation der Exponate und kodieren Bedeutungen in die Ausstellung, die von den Besucher:innen individuell dekodiert werden.

In diesem Zusammenhang können Museumsobjekte als Zeichen interpretiert und die Ausstellungspräsentation als „Komplex kodierter Zeichenrelationen“ verstanden werden (Scholze, 2013, S. 137). Während Ausstellungen selbst als Medium der öffentlichen Präsenz fungieren, werden zugleich verschiedene Medien genutzt, um ausgewählte Inhalte zu präsentieren. Diese mediale Verdichtung, so Scholze, führe zu einer Vielzahl an Bedeutungen, wobei Zeichenprozesse niemals vollständig abgeschlossen werden können und daher immer unvollständig bleiben. (S. 145-146)

Im Forschungszusammenhang relevant ist die Mediensemiotik, die als Teilgebiet der Semiotik Medienprodukte und deren Inhalte analysiert, wobei sie auch Gegenstände der Bildsemiotik umfasst (Krah, 2013a, S. 30–31). Die Bildsemiotik untersucht, was Bilder darstellen und wie sie Bedeutungen vermitteln, dabei wird angenommen, dass Bilder als Zeichen fungieren (Lemme, 2020, S. 71). Standardisierte Methoden zur Analyse von Bildbedeutungen fehlen jedoch bislang (S. 81). Die Kultursemiotik wiederum zielt darauf ab, Bedeutungen, Bezeichnungen, Beziehungen und Benennungen von Symbolen und Zeichen in ihrem kulturellen Kontext zu rekonstruieren (Kaschuba, 2012, S. 186–187). In der Museumsanalyse untersuchen die drei Subdisziplinen, wie Zeichen durch Medienformen wie Bilder und Texte Bedeutungen vermitteln und wie sie kodiert

und dekodiert werden. Die Ausstellung dient dabei als Raum, in dem kulturelle Bedeutungen über verschiedene Medien transportiert werden.

3.3.3 Aktuelle Entwicklungen der Museumsforschung

Die Analyse materieller Kultur⁶ gilt seit jeher als Schwerpunkt der europäisch-ethnologischen Forschung (Walz & Ludwig, 2016, S. 376, zit. nach König, 2014, S. 279), auch wenn sie stets nur eine von vielen Themen innerhalb der Disziplin war. (Walz & Ludwig, 2016, S. 378–379). Das Forschungsfeld Museum ist interdisziplinär angelegt und verbindet Ansätze aus mehreren Fachgebieten (Baur, 2013, S. 7). Als akademische Disziplin hat sich die Museologie von der Untersuchung von Museen⁷, über das Studium von Musealität und Musealisierung⁸, hin zur Analyse der gesellschaftlichen Rolle von Museen⁹ entwickelt und wird zunehmend in das Studium von Kulturerbe¹⁰ integriert (van Mensch, 2016, S. 371–374).

Der aktuelle Boom in der Museumsforschung wird durch die Gründung neuer Studiengänge und der Veröffentlichung zahlreicher Fachpublikationen belegt. So bietet die Universität für angewandte Kunst neben dem Studienprogramm /ecm - educating/curating/making seit dem Wintersemester 2021 den Masterstudiengang Expanded Museum Studies an und auch die Universität für Weiterbildung Krems verfügt über ein vielfältiges Studienangebot im Bereich Museums- und Ausstellungswesen. Der Fachverlag transcript verzeichnet zwischen 2020 und 2024 unter dem Schlagwort „Museum“ 25 Neuerscheinungen.

⁶ Sachkulturforschung.

⁷ Museum Studies.

⁸ Material Culture Studies.

⁹ New Museology, Critical Museology.

¹⁰ (Critical) Heritage Studies.

4. Verknüpfte Denkmuster: Walter Benjamin und Byung-Chul Han

4.1 Zum Aufsatz *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*

Im digitalen Zeitalter gewinnen die historischen Überlegungen von Walter Benjamin besondere Relevanz, da die Epoche, in der er seinen berühmten Essay *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* verfasste, ebenfalls von tiefgreifenden Umwälzungen durch technologische Entwicklungen geprägt war. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren Fotografie und Film, auf die Benjamin in seinem Aufsatz Bezug nimmt, neuartige Medien, welche die kollektive Wahrnehmung veränderten und eine neue Form der Wirklichkeitsabbildung ermöglichten.

Ein vergleichbarer Wandel vollzieht sich heute durch neue Medienformen in der textbasierten, audiovisuellen und multimedialen Kommunikation sowie den sozialen Netzwerken, wobei 360-Grad-Aufnahmen, 3D-Visualisierungen, Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und Künstliche Intelligenz (KI) die neuesten digital-medialen Innovationen darstellen. Mit seiner interdisziplinären Analyse leistete Benjamin einen bedeutenden Beitrag zur Erweiterung des Mediendiskurses seiner Zeit und bleibt bis heute ein zentraler Bezugspunkt für medientheoretische Debatten. In seinem berühmten Kunstwerk-Aufsatz, thematisiert er die Fotografie vor allem in Bezug auf ihre Reproduzierbarkeit. Dies macht den Text als theoretische Grundlage meiner Forschungsfrage besonders relevant.

Benjamin verfasste seinen Essay im Pariser Exil unter schwierigen Umständen, denn als unabhängiger Schriftsteller und säkularisierter Jude konnte er nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten 1935 nicht mehr in Deutschland publizieren (Kloock & Spahr, 1997, S. 18). Die Überlieferung seines Textes ist komplex, da mehrere Fassungen existieren und sich die Sekundärliteratur über deren Unterschiede uneinig ist (Kloock & Spahr, 1997, S. 18–19; Vogt, 2020, S. 1). In meinen Ausführungen beziehe ich mich auf die sogenannte dritte Fassung, die in der Publikation *Grundlagentexte der Medienkultur* (Benjamin, 2019) veröffentlicht wurde.

Zentralbegriff im Kunstwerk-Aufsatz ist jener der technischen Reproduktion, wobei Fotografie und Film im Mittelpunkt der Analyse stehen (Vogt, 2020, S. 2).

Benjamins Relevanz liegt in der Untersuchung des Medien-, Formen- und Funktionswandels der Kunst im frühen 20. Jahrhundert (Kloock & Spahr, 1997, S. 9). Seine Medientheorie ist eng mit ästhetischer Theorie verknüpft, basierend auf dem griechischen Begriff *aisthesis*, der Lehre von der Wahrnehmung (S. 19). Fotografie wird als technisches Reproduktionsmittel, Film als künstlerisches Produktionsmittel untersucht, wobei die Abschnitte aufeinander aufbauen (Krauss, 1998, S. 28). Mein Fokus liegt auf den Abschnitten I–VI, die die Fotografie als Reproduktionsmittel behandeln.

4.2 Konzeptuelle Schnittmengen

Zentrale Aspekte von Walter Benjamins historisch-materialistischer Medientheorie lassen sich mit den kultur-, zivilisations- und zeitkritischen Überlegungen des südkoreanisch-deutschen Philosophen Byung-Chul Han verbinden. Han bezieht sich in seinen Abhandlungen häufig auf Benjamin, wodurch eine enge theoretische Verflechtung zwischen beiden Denkern bereits angelegt ist. Die konzeptuellen Schnittmengen dienen als Basis für die Entwicklung meiner Forschungsfrage.

4.2.1 Kult- und Ausstellungswert

Das Begriffspaar Kult- und Ausstellungswert ermöglichte Benjamin, einen Wandel im Kunstsystem zu beschreiben. Es stellt gegensätzliche Aspekte des Kunstwerks und seiner Rezeption dar. Das Kunstwerk hatte seinen Ursprung im Kult, wo es eine Funktion innerhalb traditioneller Zusammenhänge wie Religion und Magie erfüllte. Frühzeitliche Kunstwerke dienten vor allem kultischen Zwecken und waren nicht für die breite Öffentlichkeit bestimmt. Ihre Sichtbarkeit spielte eine untergeordnete Rolle, entscheidend war ihr reines Vorhandensein als magische Instrumente. Sie blieben daher oft im Verborgenen und waren nur bestimmten Personen oder zu bestimmten Zeiten zugänglich. Im Gegensatz dazu beschreibt der Ausstellungswert das unabhängige Kunstwerk, das außerhalb seines traditionellen Zusammenhangs und aus „nächster Nähe“ betrachtet und erfahren werden kann. (Benjamin, 2019, S. 9; Nitsche, 2010, S. 61–62)

Die Reproduzierbarkeit bewirkte eine Verschiebung vom Kultwert hin zum Ausstellungswert, wodurch die Ausstellbarkeit von Kunstwerken gesteigert wurde. Mit Ausstellbarkeit ist die Eigenschaft eines Kunstwerks gemeint, für ein breites Publikum sichtbar und zugänglich zu sein. Benjamin verdeutlicht dies durch Beispiele:

Die Ausstellbarkeit einer Portraitbüste, die dahin und dorthin verschickt werden kann, ist größer als die einer Götterstatue, die ihren festen Ort im Innern des Tempels hat. Die Ausstellbarkeit des Tafelbildes ist größer als die des Mosaiks oder Freskos, die ihm vorangingen. Und wenn die Ausstellbarkeit einer Messe von Hause [sic] aus vielleicht nicht geringer war als die einer Symphonie, so entstand doch die Symphonie in dem Zeitpunkt, als ihre Ausstellbarkeit größer zu werden versprach als die der Messe. (Benjamin, 2019, S. 9)

Mit der technischen Reproduzierbarkeit, die durch die Fotografie Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts möglich wurde, verschob sich der Schwerpunkt zunehmend auf den Ausstellungswert. Das Kunstwerk erhielt dadurch „ganz neue Funktionen, wobei die künstlerische Funktion zu einer beiläufigen wurde“ (Benjamin, 2019, S. 10).

In der frühen Portraitfotografie sah Benjamin die letzte widerständige „Verschanzung“ des Kultwerts und der Aura (S. 11). Diese Form des Portraits ist heute verschwunden. Im digitalen Zeitalter, geprägt von Facebook, Instagram und Photoshop, wird, so Han (2015), das menschliche Antlitz zu einem „Face“, das vollständig in seinem Ausstellungswert aufgeht (S. 20). Während das Antlitz bei Benjamin nach Distanz verlangt, verhält es sich auf dem Smartphone-Bildschirm anders: Dort kann, das Bild einer Person einfach weggewischt werden (Han, 2023, S. 69–70).

Im Sinne der Ausstellungsgesellschaft, in der alles zur Ware wird und ausgestellt werden muss, um zu existieren, verschwindet der Kultwert, weil Dinge in diesem Zusammenhang nur dann Wert besitzen, wenn sie sichtbar sind. Han (2015) erkennt hier einen Zwang zur Ausstellung, der die Aura als „Erscheinung einer Ferne“ und damit den Kultwert vollständig auflöst. Der Ausstellungswert basiert ausschließlich auf der Erzeugung von Aufmerksamkeit und prägt, so beschreibt er weiter, den „vollendeten Kapitalismus“, der nicht mehr durch den marxistischen Gegensatz von Gebrauchswert und Tauschwert erklärt werden kann. (S. 18–19) In einer solchen Gesellschaft, in der alles auf seinen Ausstellungswert bemessen wird, wird alles nach außen gekehrt, exponiert und zur wertgenerierenden Ware. Vor allem das sichtbare Äußere, das schöne Aussehen, die Oberfläche zählt. Unsichtbares existiert in diesem Kontext nicht, da es keinen Ausstellungswert besitzt. (Han, 2015, S. 22–24)

4.2.2 Kunstwerke im Alltag: Aktualisierung

Walter Benjamin betont, dass bei der Reproduktion eines Kunstwerks dessen "Hier und Jetzt", also seine einmalige Präsenz an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit und damit seine Echtheit verloren gehe, da sich Echtheit der Reproduzierbarkeit entziehe. Er verweist damit auf die unnachahmliche Existenz eines Originals mit seiner spezifischen Geschichte und materiellen Beschaffenheit. Die technische Reproduktion sei, so der Theoretiker, selbstständiger als die manuelle, da sie neue Perspektiven biete, etwa durch Vergrößerungen in der Fotografie. Ein solches fotografisches Bild könne zudem in unterschiedliche Bezugsrahmen eingebunden und dadurch im Alltag präsent werden. Ein ehemals einzigartiges Objekt wird zu einer massenhaft verfügbaren Reproduktion, was seine Aktualisierung in verschiedenen neuen sozialen und kulturellen Kontexten ermöglicht. (Benjamin, 2019, S. 4–5).

Benjamin unterscheidet das Original durch „Einmaligkeit und Dauer“, während die Reproduktion durch „Wiederholbarkeit und Flüchtigkeit“ gekennzeichnet ist. Bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts erkennt er das wachsende Bedürfnis der Menschen, sich die Dinge näherzubringen: „Tagtäglich macht sich unabweisbarer das Bedürfnis geltend, des Gegenstands aus nächster Nähe im Bild, vielmehr im Abbild, in der Reproduktion, habhaft zu werden“ (Benjamin, 2019, S. 6). Dieses Bedürfnis, die Dinge in ihrem Abbild zu erfassen, wird in der Gegenwart durch das Smartphone perfekt bedient, weil es die Welt in Form digitaler Bilder produziert und verfügbar macht. Die Distanz zu den abgebildeten Dingen wird aufgehoben und über den Touchscreen werden sie direkt greifbar und konsumierbar. (Han, 2021b, S. 26–29)

4.2.3 Die Entmaterialisierung der Welt

Der Begriff der Entmaterialisierung ist eng mit den Prozessen der Informatisierung und Entnarrativierung verknüpft. Gemeinsam beschreiben sie einen tiefgreifenden Wandel in der digitalen Gesellschaft. Han (2021b) versteht unter Entmaterialisierung den Verlust der physischen Präsenz von Dingen in der digitalen Welt. Er betont, dass im Zuge der Digitalisierung jedes Materialbewusstsein verloren gehe (S. 112), da zunehmend mit digitalen Abbildern anstelle von materiellen Objekten interagiert werde. Wirklichkeit wird im digitalen Raum zu reiner Information, die entkörperlicht und entwirklicht über Bildschirme wahrgenommen werden kann (S. 30) und sich wie eine Schicht über die Dinge legt (S. 67–68). Daraus resultiert ein Übergewicht an Informationen in der heutigen Lebenswelt. Han stellt fest: „Unsere Obsession gilt nicht mehr den Dingen,

sondern Informationen und Daten. Wir produzieren und konsumieren inzwischen mehr Informationen als Dinge“ (Han, 2021b, S. 8).

Im Gegensatz zu traditionellen Massenmedien wie dem Fernsehen haben digitale Medien kein zentrales Kommunikationszentrum. Alle Teilnehmenden agieren gleichzeitig als aktive Sender:innen und produzieren sowie konsumieren kontinuierlich Informationen und Daten. (Han, 2021a, S. 28) Die in diesem Zusammenhang erzeugten Informationen besitzen eine kurze Aktualitätsspanne, sind zeitlich instabil und führen zu einer Fragmentierung der Wahrnehmung (S. 29–30). Der Zugang zu diesen Informationen wird primär durch Netzwerke und Plattformen gesteuert (Han, 2021b, S. 20). Während Narrative in der Lage sind, Emotionen zu wecken, sprechen Daten vor allem den Verstand an. Der Kapitalismus, so erklärt Han (2023), eignet sich Erzählungen an, um Produkte emotional aufzuwerten und besondere Erlebnisse zu versprechen (S. 94–95). Storytelling wird ihm zufolge zu Storyselling, zu einem Kommunikationsinstrument, das Emotionen gezielt für den Konsum instrumentalisiert (S. 12).

In digitalen Öffentlichkeiten werden solche verkürzten Erzählformate zunehmend eingesetzt, insbesondere in sozialen Medien, wo Beiträge vorrangig dazu dienen, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Reaktionen auszulösen. Solche Formate sind stark verdichtet und folgen der Logik der schnellen Rezeption. Ähnlich funktionieren auch produktbezogene Kommunikationsformen, wobei ein Mikronarrativ rund um ein Objekt konstruiert wird, um es im Rahmen marktförmiger Kommunikation attraktiver zu machen. Die Zunahme verdichteter Kommunikationsformen kann bei Han als Symptom von Entnarrativierung gelten, verstanden als Verlust kohärenter Erzählrahmen zugunsten fragmentierter Informationslogik. Zugleich ist zu berücksichtigen, dass viele mediale Formate dieser Logik nicht folgen, sondern weiterhin komplexe narrative Strukturen ermöglichen.

4.3 Forschungsrahmen

Walter Benjamins Theorie der technischen Reproduzierbarkeit, erweitert durch Byung-Chul Hans Überlegungen zur Digitalisierung, bildet das theoretische Fundament meiner Forschungsfrage. Während sich Benjamin auf einzigartige Kunstwerke bezog, konzentriere ich mich auf ein Ausstellungsobjekt aus dem MAK, das von Anfang an auf Reproduktion angelegt war und somit seit seiner Entstehung einen hohen Ausstellungswert besitzt.

Hypothese

Das Exponat *Gespinst* der Wiener Werkstätte Künstlerin Felice Rix-Ueno, ein 1924 für gewerbliche Zwecke entworfenes Stoffmuster, erhält durch digitale Reproduktion neue Bedeutungen und Funktionen. Das Motiv wird durch virtuelle Repräsentation im Alltag aktualisiert, in neue Kontexte überführt oder als physisches Produkt reproduziert, wodurch seine Ausstellbarkeit und Sichtbarkeit gesteigert werden.

Fragestellung

Welche neuen Funktionen und Bedeutungen erhält das in zwei MAK-Ausstellungen gezeigte Stoffmuster *Gespinst* von Felice Rix-Ueno durch seine digitalen Repräsentationen, und wie wird es durch Reproduktion im Alltag aktualisiert?

Fokus

Die Transformation der Funktionen und Bedeutungen des Stoffmusterexponats, ermöglicht durch digitale Reproduktion und virtuelle Repräsentation, steht im Mittelpunkt.

Ziel

Das Ziel der Arbeit ist es, Funktionen und Bedeutungen des Exponats zu analysieren und zu untersuchen, wie diese durch digitale Repräsentation verändert werden. Zudem wird erforscht, wie das Stoffdesign durch Reproduktion in den gegenwärtigen Alltag integriert und dadurch aktualisiert wird.

5. Begriffsfäden zum Gedankenweben

5.1 Reproduktion

In *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* skizziert Walter Benjamin im ersten Abschnitt die Geschichte der Kunstreproduktion. Er erläutert die Entwicklung der technischen Reproduktion von der Antike bis ins 19. Jahrhundert¹¹. Mit der Fotografie, so Benjamin (2019), wurde „die Hand im Prozeß bildlicher Reproduktion zum ersten Mal von den wichtigsten künstlerischen Obliegenheiten entlastet, welche nunmehr dem ins Objektiv blickenden Auge allein zufielen“ (S. 3). Nach Benjamins Theorie beschreibt Reproduktion die technische Möglichkeit, Kunstwerke massenhaft zu vervielfältigen, wie es durch die Fotografie ermöglicht wird. Die Fotografie löst das Abgebildete von seiner örtlichen Bindung und ermöglicht seine Verbreitung.

Übertragen auf den aktuellen musealen Kontext bezeichnet Reproduktion nach Benjamin die Vervielfältigung eines Objekts als Digitalisat, etwa durch Fotografie, Scans oder die Wiedergabe in Form von Drucken oder digitalen Modellierungen. Diese Reproduktion ermöglicht es, das Objekt aus seinem ursprünglichen Kontext herauszulösen und in einen neuen medialen sowie räumlichen Zusammenhang zu überführen, beispielsweise in Online-Sammlungen, soziale Medien oder Ausstellungspublikationen. Es kann demnach von Reproduktion im Sinne von Übersetzungsprozessen ausgegangen werden.

Der Reproduktionsbegriff ist der Schlüsselbegriff dieser Arbeit, da er die Grundlage für die Auseinandersetzung mit digitalen Abbildern von Exponaten bildet. Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (2024) definiert ihn im Sinne von „reproduzieren“ einerseits als „das Wiedergeben (und Vervielfältigen) durch Photographie oder Druck“ und andererseits „Reproduktion“ als „das durch Photographie oder Druck Wiedergegebene (und Vervielfältigte)“.

Reproduktion als „das Wiedergeben (und Vervielfältigen) durch Photographie oder Druck“ kann sowohl als museale Praxis als auch als Prozess verstanden werden. Als museale Praxis beschreibt der Begriff institutionelle Verfahren, durch die Objekte mittels Reproduktionen in Katalogen, Ausstellungen oder digitalen Archiven zugänglich gemacht werden. Als Prozess umfasst er die technischen und methodischen Schritte, die zur Reproduktion eines Exponats notwendig sind, wie

¹¹ Von Guss und Prägung, Holzschnitt, Druck, Kupferstich und Radierung über die Lithografie zur Fotografie bis zum Tonfilm.

das Fotografieren, Bearbeiten und Drucken, um es in einem neuen medialen oder räumlichen Bedeutungszusammenhang darzustellen.

Im musealen Kontext bezieht sich Reproduktion als „das durch Photographie oder Druck Wiedergegebene (und Vervielfältigte)“ einerseits auf das digital erstellte Abbild eines Exponats und andererseits auf Druckwerke und Merchandise-Artikel, die entweder das digital erstellte Motiv oder ein darauf basierendes Grafikdesign tragen. Darüber hinaus umfasst der Begriff auch Designneuauflagen und zeitgenössische Nachbildungen, die auf Originalmotiven basieren. Der Reproduktionsbegriff, verstanden als das Reproduzierte, lässt sich mit Begriffen wie Darstellung, Abbild, Abbildung, Kopie, Wiedergabe, Nachbildung, Vervielfältigung und Visualisierung synonym verwenden, um die verschiedenen Dimensionen dieses zentralen Begriffs präzise zu erfassen.

5.1.1 Mimesis

Reproduktion und Mimesis stehen in enger Beziehung, da beide auf die Nachahmung von Vorbildern abzielen. Im anthropologischen Sinne lässt sich Mimesis als Konzept nutzen, um Reproduktionsprozesse im Museum zu analysieren, da Reproduktionen das Exponat in neue kulturelle und mediale Kontexte überführen. Im Zusammenhang mit Medieninnovationen, kann die Kamera als „mimetische Maschine“ (Taussig 1997, S.11 zit. in Kimmich, 2016, S. 198–199) betrachtet werden und die fotografische Reproduktion als „mimetischer Prozess“, der das Bild als „mimetisches Produkt“ herstellt und weitere „mimetische Handlungen“ bewirken kann (Bosch, 2014, S. 153–154).

Es muss jedoch betont werden, dass der Reproduktionsbegriff zwar den Aspekt der Mimesis hervorhebt, jedoch ein wesentlicher Unterschied besteht: Während die künstlerische Mimesis im Betrachter durch differenzierte Wirkungen komplexe Reaktionen und Empfindungen hervorruft, bleibt die Reproduktion eine logische Operation, die das Vorgegebene technisch vervielfältigt (Lima et al., 2012, S. 19–20). Zudem kann die Reproduktion bereits im Produktionsprozess angelegt sein, wie es im Kunstgewerbe häufig der Fall ist, wenn Werke für die Serienproduktion bestimmt sind. In solchen Fällen entfällt die Vorstellung einer Nachahmung eines einzigartigen Originals.

Der Mimesis Begriff nach Aristoteles eignet sich besonders gut für die Anwendung im musealen Forschungsfeld. Er versteht Mimesis als „bildhafte Darstellung von Ähnlichem bzw. Ähnlichkeiten“ (Seidensticker, 2010, S. 19). Dabei ist Mimesis für ihn nicht nur Abbildung, sondern auch Schöpfung, die Äquivalenz und Differenz

zur Wirklichkeit schafft (Lima et al., 2012, S. 217; Petersen, 2000, S. 41). Aristoteles unterscheidet Mimesis in drei grundlegenden Aspekten: den verwendeten Mitteln, den nachgeahmten Gegenständen und dem Modus der Nachahmung (League, 2019, S. S.397; Petersen, 2000, S. 37; Seidensticker, 2010, S. 16 u. 20).

Medien der Mimesis: Womit wird nachgeahmt?

Das physische Exponat wird im Ausstellungsraum selbst zum Medium, indem es in Bedeutungszusammenhänge eingebunden wird. Seine digitalfotografischen Abbildungen auf Webseiten, in Social-Media-Beiträgen oder in Druckwerken sowie als Transfermotive auf Merchandise-Artikeln können im musealen Kontext ebenso als Mittel der Mimesis verstanden werden. Das jeweilige Medium prägt die Wahrnehmung und das Verständnis des Objekts.

Gegenstand der Mimesis: Was wird nachgeahmt?

Das ausgestellte Exponat ist ebenso das nachgeahmte Objekt, insbesondere wenn es fotografisch abgebildet oder grafisch verarbeitet wird, um eine Vorstellung von seiner Form, Materialität und Bedeutung zu vermitteln. Der Gegenstand der Mimesis kann aber auch historische oder aktuelle Ereignisse umfassen.

Modus der Mimesis: Wie wird nachgeahmt?

Der Modus der Mimesis im Museum zielt darauf ab, das Objekt zugänglich zu machen und eine bestimmte Wahrnehmung zu fördern. Er beschreibt die Art und Weise, wie ein Gegenstand dargestellt wird, beispielsweise dokumentarisch oder narrativ. Im musealen Kontext betrifft das vor allem die fotografische Darstellung eines Exponats, die wesentlich beeinflusst, wie das Objekt wahrgenommen wird.

5.1.2 Digitalfotografie

In der volkswissenschaftlichen Kulturwissenschaft gelten Fotografien sowohl als Bilder als auch als Dinge, weil sie einerseits visuelle Darstellungen, andererseits aber auch materielle Objekte sind (Hägele, 2009, S. 25). Daher gelten auch digitale Fotografien als mediale Objekte mit spezifischer Materialität, Funktion und sozialer Bedeutung. Sie sind untrennbar mit Hard- und Software verbunden, können ohne sie nicht erzeugt und wahrgenommen werden, weshalb die digitale Infrastruktur als Teil der Materialität digitaler Objekte verstanden werden kann. (Caspers, 2017, S. 56)

Aufnahmen mit dem Fotoapparat funktionieren heute nicht mehr optisch-mechanisch, sondern optisch-elektronisch. Die Bilder entstehen mittels Software

als pixelbasierte Grafiken, wobei sie kein physisches Trägermaterial wie Negativfilm benötigen. Sie bestehen aus einem binären Code aus Einsen und Nullen, der mit Hilfe von Computern gelesen und visualisiert wird. (Hägele, 2009, S. 26–27) Han beschreibt die digitale Fotografie daher als ein reines Positiv, eine „transparente Fotografie ohne Geburt und Tod“ (Han, 2015, S. 20–21).

Software differenziert nicht zwischen Objekttypen, sondern erfasst das Fotografierte als Datenansammlung, weshalb museale Exponate, egal ob zwei- oder dreidimensional, fotografisch vereinheitlicht und in ihrer Erscheinung angeglichen werden, unabhängig davon, ob es sich um ein Stoffmuster oder ein Zierglas handelt. Die fotografische Reproduktion stellt das Hier und Jetzt eines Ausstellungsobjekts still. Herausgenommen aus Zeit und Raum wird das Exponat in seiner aktuellen Erscheinung verewigt. (Sternfeld et al., 2010, S. 117) Dabei gibt es immer ein Vorher und Nachher, weshalb jedes Bild einen narrativen Kern in sich trägt. Sowohl der Bildausschnitt als auch die Distanz zum Exponat prägen die fotografische Aufnahme (Caspers, 2017, S. 57), wobei bereits Benjamin (2019) betonte, dass die Kamera so neue Perspektiven und Details sichtbar machen kann (S. 4).

Zentral in der digitalen Fotografie sind die Prozesse der Entmaterialisierung (Han, 2021b, S. 112) und der Delokalisierung (Raulet zit. in Hägele, 2009, S. 26), die die Auflösung des ursprünglichen materiellen und räumlichen Bezugs eines Objekts beschreiben. Durch die Digitalisierung werden Fotografien unabhängig von Ort und Zeit vervielfältigt, verbreitet und neu kontextualisiert, sodass sie in verschiedenen Medien existieren, ohne an ein physisches Original gebunden zu sein (Hägele, 2009, S. 26–27). Die visuelle Erscheinung bleibt auf der Bildebene trotz Entmaterialisierung erhalten (S. 37). Ein digitalisiertes Museumsobjekt existiert als Repräsentation und Nachbildung eines physischen Artefakts, das als Referenzpunkt dient. Durch digitale Reproduktion erhält das materielle Objekt besondere Aufmerksamkeit, wobei es sich durch seine Materialität und Authentizität von der digitalen Kopie abgrenzt. (Caspers, 2017, S. 57)

5.2 Medien

Medien prägen die Art und Weise, wie „Wirklichkeit“ dargestellt wird, und tragen zugleich zu deren Konstruktion bei (Krah, 2013a, S. 31). Sie sind nicht nur Werkzeuge der Kommunikation, sondern stehen als kulturelle und technische Systeme in einem wechselseitigen Verhältnis zur Gesellschaft (Schachtner, 2022,

S. 233). In diesem Zusammenhang entwickelt Bareither (2019) einen dynamischen Medienbegriff, der die starre Kategorisierung von Dingen als Medien oder Nicht-Medien ablehnt und komplexe Relationen zwischen Menschen, materiellen, technischen und digitalen Elementen analysiert (S. 20–21).

Marshall McLuhan hebt hervor, dass das Medium selbst, unabhängig vom Inhalt, die Wahrnehmung und Vermittlung von Informationen bestimmt. Seine Unterscheidung zwischen heißen Medien, die passive Rezeption fördern, und kalten Medien, die eine aktive Beteiligung erfordern, verdeutlicht die unterschiedlichen Wirkungen medialer Strukturen (Koeppler, 1972, S. 282–283). Während McLuhan mit „The medium is the message“ den Fokus auf die Wirkung des Mediums legt¹², erweitert Neil Postman diesen Ansatz, indem er Medien auch als kulturelle Metaphern versteht, die prägen, wie Gesellschaften Wissen produzieren, Wahrheit verstehen und kommunizieren, wobei deutlich wird, dass sie nicht neutral sind, sondern Weltanschauungen transportieren und gesellschaftliche Normen aktiv gestalten¹³. Der Begriff Medienökologie, der ebenfalls auf McLuhan und Postman zurückgeht, beschreibt diese symbiotische Beziehung zwischen Medien und Kultur (Sprenger, 2019, S. 291). Dabei werden nicht nur die Inhalte, sondern auch die Strukturen betrachtet, durch die Informationen vermittelt und verarbeitet werden.

Krah (2013b) unterscheidet zwischen drei Dimensionen der Medienanalyse: technisch-apparativ, institutionell-sozial und semiotisch-textuell. Ergänzt wird dieser Ansatz durch die Unterscheidung von Präsenzmedien, die unmittelbare Kommunikation ermöglichen, und Distanzmedien, die zeitliche und räumliche Trennung zwischen Sender und Empfänger überwinden. (S. 62–63)

Als digitaler Netzakteur (Schachtner, 2022, S. 236) kann das Museum an verschiedenen digitalen Orten seine Facetten inszenieren, Beziehungsnetze pflegen und durch digitale Plattformen wie Online-Sammlungen und Soziale Medien Kommunikationsprozesse ermöglichen (S. 240). In der Fallanalyse wird deshalb ein Medienbegriff angewandt, der digitale Medien als Zeichensysteme versteht, die Bedeutungen kodieren, dekodieren und aushandeln. Dabei stehen

¹² Siehe *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York 1964.

¹³ Siehe *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, New York 1985.

Multimodalität und die aktive Bedeutungsbildung im Fokus, da Bild, Text und Ton in digitalen Formaten verknüpft werden, um Interaktionen zu gestalten.

Der Medienbegriff im Museum umfasst sowohl die technische Reproduktion von Objekten als auch deren Ausspielung über Museumsmedien, die Teil eines dynamischen Netzwerks von Austauschprozessen zwischen Objekten, Medien, Menschen und Technologien sind. Heiße Medien wie Publikationen, Druckwerke, Video- und Audioführungen und kalte Medien wie interaktive digitale Formate, soziale Medien und Ausstellungswebseiten schaffen spezifische Narrative, priorisieren Inhalte und beeinflussen die Interpretation und Präsentation von Ausstellungen. Sie fungieren als Symbole für Zugänglichkeit und kulturelle Bedeutung, indem sie bestimmte Werte und Perspektiven hervorheben. Darüber hinaus verknüpfen sie die physische Ausstellung mit der virtuellen Welt und tragen zur Markenbildung des Museums bei. Ausstellungsmedien bewegen sich im Spannungsfeld technischer Apparate, sozialer Interaktion und semiotischer Bedeutungsvermittlung und erweitern durch die Kombination von Präsenz- und Distanzmedien die kulturelle und kommunikative Reichweite des Museums.

5.2.1 Mediatisierung und Medialisierung

Mediatisierung beschreibt den Prozess, in dem direkte Kommunikation zunehmend durch medienvermittelte Kommunikation ersetzt wird (Hepp & Krotz, 2012, S. 10 zit. in Hug & Leschke, 2022, S.140). Dies führt zu Veränderungen in gesellschaftlichen Strukturen, Machtverhältnissen und kulturellen Praktiken. Im Museum zeigt sich das dadurch, dass klassische Führungen durch Audioguides, digitale Vermittlungsangebote oder Social-Media-Kommunikation ergänzt oder ersetzt werden.

Medialisierung bezieht sich auf die Veränderung medialer Strukturen und Konstellationen über die Zeit hinweg (Mersch, 2006, S. 117 zit. in Hug & Leschke, 2022, S. 140). Neue Medienentwicklungen bauen immer auf früheren auf und verändern die Darstellung und Wahrnehmung kultureller Inhalte. Im Museum zeigt sich dies etwa, wenn analoge Plakatständer durch digitale Screens ersetzt werden oder Augmented Reality neue Perspektiven auf Objekte ermöglicht.

5.2.2 Medienkonvergenz, Multi-, Intermedialität und Hybridität

Diese Begriffe stehen für unterschiedliche Formen medienübergreifender Prozesse. Medienkonvergenz bezeichnet die Kombination zuvor getrennter Medienformen und Technologien, wodurch neue Kommunikationsformen entstehen (Walter, 2010, S. 29). Der Begriff Multimedialität wird im wissenschaftlichen Kontext verwendet, um die Kombination verschiedener Zeichensysteme oder Medien zu beschreiben. Er kann auch auf Objekte angewendet werden, die „grundsätzlich multimodal“ sind (Kattenbelt, 2008, S. 127; Wildfeuer et al., 2020, S. 15). Intermedialität hebt die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Medien hervor, die sich gegenseitig beeinflussen, ohne dass ein vollständiger Wechsel von einem Medium zum anderen stattfindet (Kattenbelt, 2008, S. 129). Hybridität beschreibt die Verschmelzung zuvor getrennter Elemente zu einem neuen Ganzen, das deren Eigenheiten bewahrt und zugleich Pluralität sowie Grenzüberschreitung ausdrückt (Pfisterer, 2019, S. 183–184).

Ein anschauliches Beispiel für diese medienübergreifenden Konzepte sind Ausstellungswebseiten. Im Sinne der Medienkonvergenz vereinen sie verschiedene Medientypen auf einer digitalen Plattform. Sie sind multimedial, da sie vielfältige Zeichensysteme wie Text, Bild, Farbe, Layout und interaktive Elemente mit unterschiedlichen Medienarten wie Audio und Video kombinieren. Gleichzeitig zeigen sie intermediale Eigenschaften, da die verschiedenen Medienformate in Wechselwirkung treten und sich gegenseitig beeinflussen. Hybridität wird schließlich darin sichtbar, dass analoge und digitale Formate miteinander verschmelzen und dadurch neue Möglichkeiten der Vermittlung entstehen.

5.3 Alltag

Der Alltag ist zentral für die Entstehung von Sinn und Bedeutung, da er den Rahmen bildet, in dem Menschen im Hier und Jetzt miteinander kommunizieren, handeln und ihre Erfahrungen teilen (Loenhoff, 2015, S. 133). Der alltägliche Erfahrungsraum wird sowohl von Schütz und Luckmann als auch von Berger und Luckmann als intersubjektiv geprägt beschrieben, jedoch mit leicht unterschiedlichen Schwerpunkten: Nach Schütz und Luckmann (2017) ist die Alltagswelt intersubjektiv geprägt, da ihre Wirklichkeit auf einem Interpretationsrahmen basiert, in dem die Gegenstände der äußeren Umwelt für alle prinzipiell die gleiche Bedeutung haben. Sie wird durch wechselseitige

Bedeutungszuschreibungen und kontinuierliche Austauschprozesse in sozialen Beziehungen gestaltet (S. 30–31). Berger und Luckmann entwickeln die theoretische Basis von Schütz weiter und beschreiben die „Konstruktion von Wirklichkeit“ als sozialen Prozess, in dem Menschen durch Interaktion und Kommunikation eine gemeinsame Realität erschaffen. Die Alltagswelt ist demnach ein intersubjektiver Raum, der durch Zeichen und soziale Institutionen geprägt wird: Zeichen und Zeichensysteme wie Sprache oder Symbole gehen aus menschlichen Interaktionen hervor und machen die gemeinsame Wirklichkeit verständlich (Loenhoff, 2015, S. 134). Die Wiederholung von Handlungen (Habitualisierung) führt zu stabilen Verhaltensmustern, die zu sozialen Regeln oder Institutionen werden, wodurch eine verbindliche gesellschaftliche Wirklichkeit entsteht (S. 136). Symbolische Sinnwelten legitimieren diese gesellschaftliche Ordnung (S. 138).

Heterotopien stehen in einem Spannungsverhältnis zur Alltagswelt: Nach Foucault handelt es sich dabei um besondere Räume, die sich durch eigene Regeln und eine Andersartigkeit gegenüber der alltäglichen Umgebung auszeichnen (Walz, 2016, S. 19). Während die Alltagswelt durch gemeinsame Bedeutungen geprägt ist, schaffen Heterotopien alternative Ordnungen, die neue Perspektiven ermöglichen.

Der Alltagsbegriff in der Europäischen Ethnologie dient als analytisches Rahmenkonzept, um soziale Ordnungen und kulturelle Bedeutungen zu analysieren. Greverus (1987) differenziert zwischen Freizeit und Alltag, wobei sie sich auf Lefèbvre und Kosík bezieht, die in ihrer Kritik der Alltäglichkeit zwischen dem Alltäglichen und dem Nicht-Alltäglichen unterscheiden (S. 94). Kaschuba (2012) beschreibt den Alltag als „ein Wirkungsfeld gesamtgesellschaftlicher Wandlungsprozesse, die in ihn münden, durch ihn übersetzt, verarbeitet und somit leb-bar gemacht werden“ (S. 127). Bareithers Konzept der „Medien der Alltäglichkeit“ definiert einen weiten Alltagsbegriff, der nicht nur den Alltag einzelner Personen in ihrem Privatbereich umfasst, sondern auch mediale Praktiken in Bezug auf „spezifische Räume“ oder „bestimmte Phänomene“ miteinschließt. Diese sind sowohl für persönliche Lebenswelten als auch für den gesamtgesellschaftlichen Alltag von Bedeutung. (Thiemeyer & Ahner, 2020a, 07:19-07:36) Medienpraktiken werden von ihm als zentrale Elemente von sozialen Aushandlungsprozessen verstanden (Bareither, 2019, S. 6), wobei Routinen, die

durch soziale und technologische Entwicklungen geprägt sind, den Wandel des Alltags beeinflussen.

Räume wie Museen, Kultur und Medien sowie individuelle und kollektive Identitäten stehen in einem wechselseitigen Verhältnis zum Alltag. In der Forschungsarbeit nimmt dieser daher eine zentrale Rolle ein, nicht nur als zentrale Kategorie der Europäischen Ethnologie, sondern auch in Bezug auf das Forschungsfeld, dem MAK, das die Verschmelzung von Kunst und Alltagsleben thematisiert. Während das Museum für die dort Beschäftigten ein alltäglicher Arbeitsraum ist, wird es für Besucher:innen meist als Ort der Freizeitgestaltung wahrgenommen, wodurch eine Differenzierung zwischen Alltag, dem Alltäglichen, und Freizeit, dem Nicht-Alltäglichen, erkennbar wird.

Als Heterotopie, grenzt sich das Museum auch von der Alltagswelt ab, da es Objekte und Themen aus verschiedenen Zeiten und Orten in einem künstlich geschaffenen Raum vereint, der klar von der Außenwelt getrennt ist. Dabei werden die Dinge aus ihren ursprünglichen Kontexten herausgelöst, um einer neuen Ordnung, wie der Sammlungssystematik oder den Ausstellungsnarrativen, zu folgen. Das Museum entfremdet die Objekte und setzt sie in neue Zusammenhänge. (Walz, 2016, S. 19)

Symbolische Sinnwelten dienen als Legitimation für präsentierte Ordnungen und Exponate in Ausstellungen. Sie rechtfertigen kuratorische Entscheidungen, integrieren widersprüchliche Perspektiven und stabilisieren die kulturelle Identität des Museums.

Die analogen und digitalen Museumsmedien (Publikationen, Drucksorten, Webseiten, Social-Media-Kanäle, interaktive Anwendungen) können als Alltagsmedien betrachtet werden, da sie in Routinen und soziale Praktiken eingebunden sind. Der Alltagsbegriff erweitert sich so auf mediale Praktiken, die in der Ausstellungsgestaltung und -vermittlung von Exponaten eine zentrale Rolle spielen. Museen fungieren dabei als „spezifische Räume“, in denen Objektrepräsentationen in ausstellungsbegleitenden Medien als „bestimmtes Phänomen“ von Alltagskultur in Erscheinung treten und durch multimodale Darstellungen wie Bild, Text und Ton zugänglich gemacht werden

5.4 Multimodalität

Der Multimodalitätsbegriff wird in der Zusammenschau von Europäischer Ethnologie, Medienwissenschaft und Multimodalitätsforschung entwickelt. Das "Multi" in Multimodalität steht für „mindestens zwei“, wobei die Definition von Modalität (engl. mode) zwischen den Disziplinen variiert, was zu unterschiedlichen Begriffsverständnissen führt. (Bateman & Sachs-Hombach, 2019, S. 15) Ursprünglich aus dem Lateinischen stammend, bedeutet Multimodalität „Vielfalt der Arten und Weisen“. Aufgrund dieser offenen Bedeutung wird der Begriff in verschiedenen Bereichen angewendet, was eine präzise Definition erforderlich macht. (Wildfeuer et al., 2020, S. 27)

Im kulturwissenschaftlich-ethnografischen Kontext beschreibt Multimodalität die „Komposition unterschiedlicher medialer Praktiken und Objekte“, wobei ihre Verknüpfung selbst zum Forschungsgegenstand wird. Zudem bezieht sich der Begriff auch auf die Arbeitsweise der forschenden Person und beschreibt die multimodale Herangehensweise in der ethnografischen Forschung. (Färber, 2023, S. 263)

Aus medienwissenschaftlicher Sicht hat der Multimodalitätsbegriff zwei Verwendungsweisen: Erstens als empirischer Begriff, um Veränderungen der sich wandelnden Medienkommunikation zu beschreiben und zweitens als kategorialer Begriff, der besagt, dass Multimodalität keine historisch bedingte Kommunikationsform ist, sondern eine grundlegende Eigenschaft aller Kommunikationsformen. Der empirische Begriff beschreibt eine kommunikative Praxis, die unterschiedliche semiotische Ressourcen miteinander verbindet, was sich insbesondere im Zuge der Digitalisierung zeigt. Der kategoriale Begriff bedeutet, dass in allen Formen der Kommunikation mehrere semiotische Ressourcen zur Sinnerzeugung eingesetzt werden. Als analytische Perspektive hat der Multimodalitätsbegriff das Ziel, alle Sinn- und Bedeutungspotentiale umfassend zu erschließen. (Bucher, 2010, S. 42–44)

Im Rahmen der Multimodalitätsforschung reflektiert der Begriff die Komplexität heutiger Medienlandschaften. Er dient als übergeordnetes analytisches Instrument, um die Übergänge und Hybridisierungen zu untersuchen, die moderne Medienkulturen charakterisieren und hebt dabei die vielseitigen Verflechtungen zwischen verschiedenen Kommunikationsmodi hervor, die gegenwärtige Medienstrukturen prägen. Trotz seiner unspezifischen Natur bietet der Begriff durch seine vielseitige Anwendbarkeit einen erheblichen Mehrwert, da er es

ermöglicht, Medienkonstellationen in ihrer vollen Komplexität und Mehrdimensionalität zu analysieren. (Wildfeuer et al., 2020)

Im musealen Ausstellungskontext dient der Multimodalitätsbegriff als analytisches Werkzeug zur Untersuchung der Bedeutungsproduktion durch unterschiedliche visuelle, auditive und interaktive Modalitäten, die sich etwa in Bildern, Texten, Videos oder Audioangeboten manifestieren. Diese Perspektive fördert eine mehrdimensionale Wahrnehmung der vielfältigen Erscheinungen des untersuchten Stoffmusterexponats. Zudem beschreibt Multimodalität eine ethnografische Methodik, die das Sammeln von Daten aus verschiedenen Quellen und über unterschiedliche Zugänge umfasst. Die Kombination dieser verschiedenen Datentypen ermöglicht ein komplexes Verständnis des Forschungsfeldes.

5.4.1 Zeichenmodalitäten

Für die Multimodalitätsforscher:innen Wildfeuer, Bateman und Hiippala bildet das Konzept der Zeichenmodalitäten beziehungsweise semiotischen Modi (engl. semiotic modes) die Grundlage für eine umfassenden multimodale Darstellung. Zeichenmodalitäten haben eine materielle Dimension, die sich auf jene sensorischen Kanäle bezieht, mit denen sie wahrgenommen werden und eine semiotische Dimension, in der sie Bedeutung zugeschrieben bekommen. (Wildfeuer et al., 2020, S. 135–136) Sie basieren auf einem kulturell etablierten Kode oder Zeichensystem, das Regeln zur Zuordnung von Zeichenform und -inhalt sowie zur Kombination von Zeichen bereitstellt und eine absichtsvolle Kommunikation ermöglicht (Stöckl, 2016, S. 6 u. 8).

Zeichenmodalitäten brauchen ein Medium, um sich zu materialisieren, zu gruppieren und anzuordnen. Bateman und Sachs-Hombach (2019) bezeichnen eine Zeichenmodalität als „eine doppelt geschichtete Konfiguration semiotischer Ressourcen zusammen mit den Materialitäten, die diese Ressourcen einsetzen“ (S. 24). Daraus ergibt sich ein Dreischichtenmodell für kommunikative Phänomene aus den theoretischen Konstrukten Zeichenmodalität, Genre und Medium. Eine Zeichenmodalität ist demnach eine „konventionalisierte Form der Gestaltung von Materialität für kommunikative Zwecke“, Genre bezeichnet „konventionalisierte Lösungen für kommunikative Bedürfnisse“ und Medium wird als „institutionalisierte Technik für den Einsatz als auch die Erweiterung der Reichweite von kommunikativen Materialitäten“ verstanden (S. 27). Alle drei Ebenen müssen

zusammen betrachtet werden, da sie aufeinander bezogen und miteinander verknüpft sind.

Das Konzept unterstützt die Analyse des untersuchten Exponats und seiner digitalen Darstellungen in Social-Media-Beiträgen. In sozialen Netzwerken wie Instagram und Facebook fungieren Beitragsbilder als spezifische Ausprägung der visuellen Zeichenmodalität. Sie stellen das Objekt visuell dar, vermitteln durch Form, Farbe und Motiv bestimmte Bedeutungen, transportieren Botschaften und regen zur Interaktion an. Beitragsbilder orientieren sich an Plattformkonventionen wie Bildformaten und Bild-Text-Kombinationen, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und sind gezielt auf ihre kommunikative Funktion hin gestaltet.

Der Social-Media-Beitrag als Genre, ist eine konventionalisierte Lösung, um kommunikative Bedürfnisse, wie zum Beispiel digitale Öffentlichkeitsarbeit, zu erfüllen. Dabei stehen vor allem die Funktion und der Zweck der Postings sowie deren inhaltliche und stilistische Gestaltung im Mittelpunkt. Das Medium, die Social-Media-Plattform selbst, bietet die technische Infrastruktur, um Inhalte zu erstellen, zu verbreiten und zu konsumieren. Sie ist das Werkzeug, mit dem der Zweck des Beitrags realisiert wird.

Beeinflusst wird die Darstellung der Bilder in Sozialen Netzwerken durch technische Affordanzen. Diese ermöglichen und fördern die Interaktion zwischen handelnden Personen und ihrer Umgebung (Wildfeuer et al., 2020, S. 108–109). Ein funktionales Design schafft dabei gezielt Handlungsmöglichkeiten, um die Nutzung intuitiv zu gestalten. Auf Instagram oder Facebook beschreiben Affordanzen die technischen und sozialen Möglichkeiten, Inhalte multimodal zu gestalten und zu vermitteln, beispielsweise durch Bilder, wie Objektfotografien, oder aber auch durch Hashtags und Tagging.

Beitragsbilder als visuelle Zeichenmodalitäten treten nicht isoliert auf, sondern in Kombination mit anderen Zeichenmodalitäten. Diese stehen in wechselseitiger Beziehung zueinander, kontextualisieren sich gegenseitig und erzeugen so eine multimodale Gesamtbedeutung (Sachs-Hombach, 2016, S. 92). Erst durch den multimodalen Kontext werden die Abbildungen in einen Zusammenhang gestellt und können semantisch erschlossen werden. Emojis stehen dabei zwischen Sprache und Abbildungen, da sie visuelle Zeichen sind, die oft sprachliche oder emotionale Bedeutungen ergänzen. Sie können als Erweiterung der textuellen Modalität interpretiert werden, da sie oft direkt in den Fließtext integriert sind und den geschriebenen Inhalt ergänzen oder verstärken. Unterteilt werden können sie

in Gesichtsausdrücke und objektbezogene Symbole wie Tiere, Lebensmittel, Fahrzeuge oder Sportgeräte.

Framing (engl. für Rahmung) stellt dabei einen strategischen, aktiven Prozess dar, bei dem durch Social Media Praktiken im Museum, Handelnde durch selektive Hervorhebung oder Auslassung von Aspekten die Wahrnehmung eines Themas gezielt steuern (Bal, 2016, S. 42).

5.5 Zeichen

Der Zeichenbegriff ist ein zentraler Bestandteil der Semiotik und bezeichnet etwas, das für etwas anderes steht und auf etwas Abwesendes verweist, indem es dieses repräsentiert (Krah, 2013a, S. 16). Jede Form der Kommunikation erfolgt mittels Zeichen, die Informationen übertragen und speichern (S. 15). Zeichen und Medien stehen in einer wechselseitigen Beziehung: Materialität, Medialität und Medienpraktiken spielen eine ebenso wichtige Rolle wie die multimodale Differenzierung von Zeichen und Medien (Deutsche Gesellschaft für Semiotik, 2024).

In musealen Analysen ist die Semiotik besonders relevant, da Museen als „komplex kodierte Zeichenrelationen“ (Scholze, 2013, S. 137) Inhalte über multimediale und visuelle Zeichenprozesse vermitteln. Die Ausstellung als Medium schafft Bedeutung durch Exponate und deren Integration in multimodale Zeichensysteme. Museumsexponate und ihre digitalen Repräsentationen in begleitenden Medien fungieren als visuelle Zeichen, deren Bedeutungen durch Komposition, historische Kontexte und mediale Einbettung geformt werden. Besonders die Abgrenzung zwischen Bild und Bildgebrauch ist hierbei entscheidend, da Bedeutungen erst durch den kulturellen Gebrauch entstehen (Pfurtscheller, 2019, S. 29–30).

Physische Exponate und ihre digitalen Darstellungen sind als visuelle Zeichen zu verstehen, deren Bedeutungen durch verschiedene Kontexte und kulturelle Praktiken bestimmt und ausgehandelt werden. Die Analyse dieser Zeichenprozesse dient dem Verständnis von Bedeutungsproduktion in musealen Ausstellungen.

5.5.1 Ikon, Index, Symbol

Peirce unterscheidet drei Zeichenarten nach ihrem Objektbezug: Ikon, Index und Symbol. Diese sind Idealtypen, die selten in Reinform auftreten, sondern meist in komplexen Bedeutungsrelationen. Ikonische Zeichen ähneln dem, was sie darstellen und können gemäß ihrer altgriechischen Wortwurzel „eikón“ als „Abbild“ verstanden werden. Der Begriff wird häufig mit religiösen Ikonen oder modernen Bildzeichen (Icons) assoziiert, ist jedoch nicht gleichbedeutend. Zeichen, die aufgrund gemeinsamer Eigenschaften von einem Gegenstand auf einen anderen verweisen, werden nach Peirce als „Hypoikonen“ bezeichnet. (Schirra, 2020, S. 91–92) Je größer die Ähnlichkeit, desto stärker ist ihre Ikonizität. Indexikalische Zeichen zeigen die Anwesenheit eines Gegenstands im Hier und Jetzt und fungieren als Hinweise in einem direkten Zusammenhang mit dem Bezeichneten. Sie verweisen nicht auf Abwesendes, sondern auf etwas, das präsent ist. (S. 93) Während Symbole auf vereinbarten Bedeutungen beruhen, erhalten Indizes und Ikonen ihre Bedeutung durch direkte Verbindung oder Ähnlichkeit (S. 95).

Produkte technischer Bildgebungsverfahren stellen einen Sonderfall indexikalischer Zeichen dar, da sie auch ikonische Eigenschaften haben (S. 94). Eine museale Objektfotografie kann nach der Semiotik von Pierce als eine Hypoikone mit indexikalischen Eigenschaften betrachtet werden, weil sie sowohl Ähnlichkeit als auch eine direkte Verknüpfung zum Dargestellten aufweist. Nach ethnologischem Verständnis gelten menschliche Welten als Zeichen- und Symbolwelten (Kaschuba, 2012, S. 184–185). In diesem Sinne ist auch die Museumswelt symbolisch strukturiert, indem sie mittels Objekten, Ausstellungen und Vermittlungsformaten Bedeutungen hervorbringt und kommuniziert.

5.6 Museale Begriffe

5.6.1 Exponat

Ein Museumsobjekt wird nach Heesen (2015) zu einem Exponat, wenn es „vorgeführt, ausgestellt und gezeigt“ wird (S. 35). Dabei wird es aus seinem ursprünglichen Kontext gelöst und in ein neues Zeichensystem integriert, in dem es stillgestellt und funktionslos einen neuen Status außerhalb des alltäglichen Lebens erhält. Als Semiophoren¹⁴ fungieren Museumsdinge nicht nur als materielle Dinge, sondern auch als Träger von unsichtbaren Bedeutungen und Beziehungen

¹⁴ Nach Krzysztof Pomian.

(S. 36–37). Als epistemische Dinge¹⁵ bringen sie im Forschungsprozess neues Wissen hervor, entwickeln sich weiter und ändern ihre Bedeutung, durch fortschreitende Erkenntnisse (S. 41–42).

Han (2021) unterscheidet in seinem Buch *Undinge: Umbrüche der Lebenswelt* zwischen dem "Ding" und dem "Unding"¹⁶ als symbolische Konzepte für Veränderungen in der modernen, digitalisierten Welt. Das Ding stellt dabei ein physisches, greifbares Objekt dar, das sinnlich erfahrbar ist. Das Unding repräsentiert hingegen immaterielle, digitalisierte und somit datenförmige Objekte, das heißt: Information.

Die fotografische Abbildung wandelt physische Exponate in digitale um, wodurch sie ihre Greifbarkeit verlieren und sich in immaterielle, visuelle Zeichen verwandeln. Dennoch bleiben sie als Semiophoren und epistemische Dinge bedeutungsvoll, da sie weiterhin zur Wissensgenerierung beitragen.

5.6.2 Inszenierung

Die Inszenierung im musealen Kontext bezieht sich auf das „Erscheinenlassen von etwas Abwesendem“ (Thiemayer, 2015, S. 50–51) und beschreibt die gezielte Präsentation von Exponaten in einem kuratierten Rahmen, um spezifische Bedeutungen zu vermitteln. Eine Rauminszenierung im Museum ist erlebbar, assoziativ, emergent und alternativ: Erlebbar, da sie nur im Hier und Jetzt fassbar ist, assoziativ, weil sie dekodiert werden muss, emergent, weil sie „mehr als die Summe der Einzelteile“ ist und alternativ, weil sie ein „Nacherleben oder Nachempfinden von Situationen“ ermöglicht (S. 55–56). Der Begriff Szenografie wird oft synonym zu Inszenierung verwendet, bezeichnet aber Ausstellungen, die audiovisuelle Medien und verschiedene Künste gleichwertig neben Originalobjekten einsetzen und verstärkt Einflüsse der Eventkultur integrieren (S. 59–61).

Bei medialen Inszenierungen eines Objekts im Internet geht das „einmalige Dasein an dem Orte, an dem es sich befindet“ (Benjamin, 2019, S. 4) verloren, wodurch eine neue Form der Wahrnehmung und Zugänglichkeit entsteht. Im Unterschied zur physischen Inszenierung verändert die digitale Darstellung die Wahrnehmung der Exponate und macht ein ortsunabhängiges Erleben möglich.

Die Inszenierung lässt etwas Abwesendes erscheinen (Thiemayer, 2015, S. 50–51), während Zeichen etwas Abwesendes repräsentieren (Krah, 2013a, S. 16).

¹⁵ Nach Hans-Jörg Rheinberger.

¹⁶ Nach Vilém Flusser.

Folglich spielt sie eine zentrale Rolle bei der Zeichenproduktion, da sie Objekte und ihre Repräsentationen in spezifische, kuratierte Zusammenhänge setzt und so neue Bedeutungen entstehen lässt. Die Art und Weise, wie Exponate präsentiert werden, sei es physisch oder digital, bestimmt, wie sie als Zeichen kodiert und dekodiert werden.

Der für die Forschungsarbeit entwickelte Inszenierungsbegriff betrachtet den ausstellungsbegleitenden Webauftritt ebenso wie die Ausstellung selbst als Inszenierung, da er gezielt gestaltet wird, um bestimmte Inhalte zu vermitteln und die Wahrnehmung zu steuern. Durch die Unterscheidung zwischen analoger und digitaler Ausstellungsinszenierung lässt sich untersuchen, wie sich unmittelbare, sinnliche Erfahrungen von entkörpernten, visuell geprägten und ortsunabhängigen Darstellungen unterscheiden.

5.6.3 Repräsentation

Der Begriff Repräsentation umfasst zwei Bedeutungen: Einerseits die „Vergegenwärtigung von Abwesendem“ oder die „Darstellung einer Vorstellung“, andererseits die „Vertretung“ oder „Stellvertretung“ (Baur, 2015, S. 90). Museale Repräsentationen rekonstruieren und kodieren historische Ereignisse, Objekte oder kulturelle Phänomene, indem sie diese in den gegenwärtigen Deutungsrahmen einbinden:

Repräsentation von Geschichte ist Präsentifikation, Vergegenwärtigung, gegenwärtige Konstruktion von Vergangenheit und dies stets – implizit oder explizit – von einer spezifischen Position aus und auf eine spezifische Position hin. Repräsentation meint also immer das Einholen des historisch (auch geografisch usw.) Fremden in den eigenen Sinn-, Verstehens- und Deutungszusammenhang. (Baur, 2015, S. 96)

Benjamin (2019) verwendet den Begriff „Aktualisierung“ (S. 5) im Kontext seiner Analyse der technischen Reproduzierbarkeit von Kunstwerken, um zu beschreiben wie Reproduktionen Kunstwerke in neuen Kontexten vergegenwärtigen. Während „Präsentifikation“ und „Vergegenwärtigung“ das Hervorrufen von Abwesendem bezeichnen und die „gegenwärtige Konstruktion der Vergangenheit“ eine aktive, kollektive Interpretation vergangener Ereignisse beschreibt, betont Benjamins „Aktualisierung“ das transformative Potenzial, Geschichte in der Gegenwart neu zu deuten und zu verändern.

Repräsentation steht immer in einem Spannungsfeld von Definitions- und Deutungsmacht, sowie Ein- und Ausschluss, da sie nicht nur soziale Praxis

abbildet, sondern selbst aktiv Bedeutungen generiert (Baur, 2015, S. 96–97). Baur erklärt, dass Repräsentation im Museum als „Darstellvertretung“ funktioniert. Das bedeutet, dass Objekte stellvertretend für bestimmte Epochen, Themen oder Biografien gezeigt werden. Dabei nimmt das Museum durch die Auswahl der präsentierten Objekte und Personen, die zu Wort kommen, eine politische Position ein. So wird deutlich, dass Repräsentation immer sowohl Darstellung als auch Stellvertretung ist, die bewusst kuratiert wird, um bestimmte Perspektiven zu vermitteln. (S. 97–98)

Die drei Begriffe Repräsentation, Inszenierung und Zeichen lassen sich durch das gemeinsame Prinzip des Verweizens auf das Abwesende zusammenführen. Repräsentationen machen etwas Abwesendes gegenwärtig, indem sie eine Vorstellung oder einen Stellvertreter bieten (Baur, 2015, S. 90). Inszenierungen erschaffen eine Erfahrung des Abwesenden durch bewusst kuratierte Darstellungen (Thiemayer, 2015, S. 50–51). Zeichen wiederum stehen für das Abwesende und erzeugen durch ihre kodierte Bedeutung eine Verbindung zu dem, was sie repräsentieren (Krah, 2013a, S. 16). Gemeinsam erzeugen sie im Museumskontext Bedeutungen, die Vergangenes oder Entferntes für die Gegenwart erfahrbar machen.

Im digitalen Ausstellungskontext lässt sich der Repräsentationsbegriff verwenden, um zu untersuchen, wie Exponate im Webauftritt oder durch digitale Medien transformiert, zugänglich gemacht und konsumierbar (Han, 2021b, S. 26–29) werden. Die Abbilder der Exponate werden dabei als Objektrepräsentationen bezeichnet, die in ausstellungsbegleitende Medien eingebettet sind. Digitale Fotografien als datenförmige „Undinge“ repräsentieren das exponierte „Ding“ (Han, 2021b). Diese entmaterialisierten Repräsentationen verdeutlichen, wie physische Objekte symbolisch aufgeladen und aktualisiert werden können.

5.7 Ökonomisierung, Kommerzialisierung, Kommodifizierung

Ökonomisierung beschreibt die zunehmende Dominanz wirtschaftlicher Strukturen und Werte in nicht-wirtschaftlichen Bereichen, wie kulturellen Institutionen, einschließlich Museen. Dies umfasst die Einführung von Kostenkalkulationen, Effizienzdenken und Marktanpassungen, um Ressourcen effizienter zu nutzen und wettbewerbsfähig zu bleiben. (Ebner, 2014, S. 107–108) Museen, die sich traditionell durch öffentliche Mittel, Spenden und Eintrittsgelder finanzieren, bewegen sich dadurch zunehmend an der Schnittstelle zwischen gemeinwohlorientiertem und wirtschaftlichem Bereich. Dieser langfristige

Transformationsprozess umfasst auch die Entwicklung von Marketingstrategien, Eigenwirtschaftlichkeit durch Sponsoren oder Besucher:innenzahlen sowie die Anwendung betriebswirtschaftlicher Managementansätze, um institutionelle Effizienz und finanzielle Stabilität zu sichern.

Kommerzialisierung bezeichnet die zunehmende Nachfrageorientierung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, die häufig, aber nicht zwingend, auf Gewinn abzielt (S. 108). In Museen zeigt sich dies beispielsweise durch Shops, kostenpflichtige Führungen, Sponsoring und die Organisation von Veranstaltungen, die gezielt Einnahmen generieren. Dieser Prozess entwickelt sich oft parallel zur Ökonomisierung und führt zu einer schrittweisen Verlagerung von einem rein kulturellen Fokus hin zu einer stärker marktorientierten Ausrichtung.

Kommodifizierung beschreibt die Umwandlung kultureller Objekte in handelbare Waren, wobei ihr kultureller Wert zugunsten des wirtschaftlichen Nutzens in den Hintergrund tritt (S. 108). Sie verbindet Ökonomisierung und Kommerzialisierung, indem die Logik der Warenform auf Produktionsfaktoren und Prozesse ausgeweitet wird. Beispiele im Museum sind die Nutzung historischer Objekte für Merchandising.

Ökonomisierung, Kommerzialisierung und Kommodifizierung prägen die Funktion und Bedeutung sowohl von Objektreproduktionen für Merchandisingzwecke als auch von digitalfotografischen Objektrepräsentationen in verschiedenen Museumsmedien, die durch ihre alltägliche Nutzung fortlaufend neu kontextualisiert und aktualisiert werden.

6. Verwobene Wirklichkeiten: Ausstellungen, Museumsmedien und Objektfotografie

6.1 Die untersuchten Ausstellungen „Die Frauen der Wiener Werkstätte“ und „Sterne, Federn, Quasten“

Die Großausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024a) war von 5.5.2021 bis 3.10.2021 in der Oberen Ausstellungshalle des MAK zu sehen. Kuratiert wurde die Ausstellung von Anne-Katrin Rossberg, seit 2019 Kustodin der MAK-Sammlung Metall und Wiener-Werkstätte-Archiv gemeinsam mit ihrer Vorgängerin, Elisabeth Schmuttermeier, die als Gastkuratorin tätig war. Die Ausstellung zielte darauf ab, die historisch männlich dominierte Künstlerzentrierung aufzubrechen, die Künstlerinnen der Wiener Werkstätte in den Mittelpunkt zu stellen und durch das Zeigen ihrer Werke ihre Sichtbarkeit und Anerkennung als eigenständige Akteurinnen im historischen Kunstgewerbe zu stärken. Sie war ursprünglich von Mai bis September 2020 geplant, wurde aber aufgrund der Covid-19-Pandemie um ein Jahr verschoben.

Nur wenige Künstlerinnen waren gut dokumentiert, weshalb sie nach Ende der Wiener Werkstätte in Vergessenheit gerieten. Während ihrer Ausbildung an der Kunstgewerbeschule konnten sie frei und kreativ in den Bereichen Textildesign, Mode, Wohnaccessoires, Spielzeug, Gebrauchsgrafik, Keramik und Wandgestaltungen arbeiten. Insgesamt wurden 180 Künstlerinnen identifiziert, für rund 140 von ihnen wurden im Rahmen eines Forschungsprojekts erstmals Biografien auf Grundlage von Archivmaterial wie Entwurfszeichnungen, Stoffmustern, Plakaten, Modellbüchern, Fotoalben und Geschäftskorrespondenz erarbeitet. Ergänzend wurde ein öffentlicher Aufruf gestartet, um weitere Daten, Dokumente und Bildmaterial zu sammeln. (Zimmermann, 2021)

Der Ausstellungsrundgang war chronologisch entlang der 30-jährigen Geschichte der Wiener Werkstätte (1903–1932) gegliedert, unterteilt in die Zeit vor, während und nach dem Ersten Weltkrieg. Ergänzend folgte die Ausstellung einer thematischen Struktur, indem Objekte wie Spielzeug, das während der gesamten Zeit des Bestehens der Wiener Werkstätte produziert wurde, in einem Raum zusammengefasst wurden.

1. Lieblingsstücke der Kuratorinnen. Der Eingangsbereich bot einen subjektiven Auftakt. Hier wurden besonders herausragende Werke präsentiert, die als visuelle und inhaltliche Einführung dienten und zentrale Highlights der Ausstellung darstellten.
2. Wiener Kunst im Hause. Ein Nebenraum beleuchtete die Vorgeschichte der Wiener Werkstätte um 1900.
3. Verkaufsraum und künstlerische Produktion. Zentrales Thema war hier der Verkaufsraum der Wiener Werkstätte-Stoffabteilung in der Kärntner Straße 32 sowie die eng miteinander verknüpften Bereiche Postkartengestaltung, Mode- und Kostümdesign. Zudem wurde der Umgang mit Spitze beleuchtet. Mit den Kostümen setzte in der Ausstellung die thematische Auseinandersetzung mit dem Ersten Weltkrieg ein, während die im Eingangsbereich präsentierten Postkarten noch aus der Vorkriegszeit stammten.
4. Modeln und Stoffdruck. Ein kleiner vom Verkaufsraum abgehender Raum präsentierte Modeln und veranschaulichte den Herstellungsprozess der Druckstoffe.
5. Klimt, Mode und Spielzeug. Im folgenden Raumabschnitt wurden ein Klimt-Gemälde und die darin dargestellte Bluse als reales Objekt gegenübergestellt. Ergänzt wurde die Präsentation durch weitere Kleidungsstücke aus Wiener Werkstätte-Stoffen und Accessoires, sowie Spielzeug.
6. Haus und Wohnen. Dieser Bereich präsentierte Entwürfe und Objekte für den Wohnbereich. Gezeigt wurden Tapeten, Keramik, Tischdecken und Kaminverkleidungen, die das gestalterische Spektrum der Wiener Werkstätte im Interieurdesign veranschaulichten.
7. Stoffmuster und Gebrauchsgrafik. Ein schmaler Gang zeigte eine Auswahl an Stoffmustern und Gebrauchsgrafiken.
8. Frauenbild der Kunstgewerblerin. Dieser Raum inszenierte das damals neue Frauenbild im Kunstgewerbe anhand eines Films, figurativer Keramiken und einer Schauvitrine mit Stoffmustern von Felice Rix-Ueno.
9. Mode und Accessoires. Im nächsten Ausstellungsabschnitt wurden Kimonos, Pyjamas, Hauben, Taschen sowie Keramikköpfe gezeigt.
10. Rauchen, Mode und Stoffdesign. Eine Seitennische, von den Kuratorinnen als „Raucherecke“ bezeichnet, widmete sich der Darstellung der rauchenden Frau in der Plakatwerbung. In einer zweiten wurden Stoffmuster in Kombination mit Modeentwürfen gezeigt.

11. Ausgang. Der letzte Abschnitt der Ausstellung präsentierte recherchierte Fotografien von Wiener Werkstätte Frauen, ergänzt durch ihre Namen und biografische Daten, welche die wachsende Rekonstruktion ihrer Geschichte verdeutlichten.

Die Folgeausstellung *Sterne, Federn, Quasten. Die Wiener-Werkstätte-Künstlerin Felice Rix-Ueno (1893–1967)*¹⁷ (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024d), ebenfalls von Anne-Katrin Rossberg kuratiert, wurde von 22.11.2023 bis 21.4.2024 im Zentralen Raum des MAK gezeigt. Felice Rix-Ueno, eine der wenigen gut dokumentierten Wiener Werkstätte-Künstlerinnen und Teil der sogenannten „Favourite Four“¹⁸ wurde für die Fokusschau ausgewählt, da sie Karriere in Japan machte, erzählte Rossberg im Rahmen der Kuratorinnenführung zur Ausstellung. Rix-Ueno entwarf das in dieser Arbeit untersuchte Stoffmuster *Gespinst*. Sie stammte aus einer jüdisch-großbürgerlichen Familie und übersiedelte nach ihrer Heirat mit dem Architekten Isaburo Ueno nach Kyoto, wo sie das International Design Institute gründete und als Universitätsprofessorin tätig war. (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 256)

Akris, ein Schweizer Damen Designermodehaus, war Sponsor der Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*. Inspiriert von den Entwürfen von Rix-Ueno entwickelte der Creative Director des Unternehmens Albert Kriemler 2024 zwei Kollektionen im gehobenen Luxussegment, angesiedelt in einer Preisspanne von 250 bis 5.000 Euro. Laut den Angaben der Kooperationspartner MAK und Akris stieß der Designer im März 2023 im Rahmen eines spontanen Spaziergangs durch das Museumsarchiv erstmals auf die Werke der Wiener Werkstätte-Künstlerin und zeigte sich beeindruckt von deren gestalterischem Ansatz, der ihm als Grundlage für die konzeptionelle Entwicklung der Kollektionen diente (Schwarz-Jungmann et al., 2023, S. 18). Der Bezug zur Künstlerin wurde nicht nur durch die Adaption ihrer Entwürfe hergestellt, sondern auch durch die Integration des musealen Narrativs und der zugehörigen Sammlungsmaterialien aus dem MAK in das kulturelle Storytelling. Eingebunden wurden Elemente wie ihre Künstler:innenbiografie, eine Übersicht ihrer Tätigkeitsfelder, der Fokus auf Einfachheit und Handwerk, historische Bezüge zu Japan, die Gestaltung des Alltags sowie das Frauenbild der Kunstgewerblerin. Das Sponsoring finanziert die MAK-Ausstellung sowie den

¹⁷ Im weiteren Verlauf der Arbeit wird der Ausstellungstitel auf *Sterne, Federn, Quasten* gekürzt.

¹⁸ Auswahl von vier bevorzugten oder herausragenden Künstlerinnen der Wiener Werkstätte: Mathilde Flögl, Maria Likarz, Felice Rix-Ueno und Vally Wieselthier.

zugehörigen Katalog. Die Ausstellung im Zentralen Raum des MAK kann in verschiedene Bereiche unterteilt werden:

1. Eingangsbereich: Portrait und Biografie. Rechts im Eingangsbereich dominierte ein großformatiges Portrait von Felice Rix-Ueno, das als zentrales Aushängeschild der Ausstellung diente. Von dort aus begann die Präsentation mit biografischen Informationen in Textform kombiniert mit historischen Fotografien.
2. Tischvitrine mit Entwürfen und Objekten. Eine Tischvitrine mit Haube präsentierte eine Auswahl an Entwürfen und Objekten, die das gestalterische Spektrum der Künstlerin veranschaulichten.
3. Wandpräsentation Stoffmuster. An einer Wand waren hauptsächlich Stoffmuster und einige wenige Entwürfe einzeln gerahmt zu sehen.
4. Faltvitrine: Stoffmuster und Anwendungen. In einer Paneelvitrine wurden ausgewählte Stoffmuster zusammen mit Fotografien zugehöriger Entwürfe für Mode und Gebrauchsgegenstände präsentiert.
5. Präsentation der Werke der Schwester. Gezeigt wurden auch Keramiken von Kitty Rix.
6. Bilderbuch. Zu den gezeigten Arbeiten zählten auch Illustrationen auf Papier.
7. Vitrine mit Kleidungsstücken. Eine große Vitrine präsentierte sechs Modeobjekte.
8. Tapetenpräsentation. Die Rückseite der Kleidervitrine zeigte reproduzierte Tapeten von Rix-Ueno, während ein dahinterliegender Schaukasten eine Originaltapete aus Wiener Werkstätte-Produktion enthielt. Diese war im Gegensatz zu den Reproduktionen, vor Berührung geschützt.
9. Videoinstallation: Bewegte Stoffmuster. Eine an die Wand projizierte Videoinstallation zeigte digital animierte Stoffmuster in dynamischer Bewegung.
10. Entwürfe und Wandgestaltung. In einer Klappvitrine wurden Entwürfe und Fotografien von Kissen, Gebrauchsgrafik sowie Wandgestaltungen inszeniert. Ergänzt wurde die Präsentation durch ein großes Schwarz-Weiß-Bild, das die Wandmalereien im Verkaufsraum in der Kärntner Straße 32 zeigte und als Klebefolie an der Wand angebracht war.

6.1.1 Ausstellungsgestaltung

Da museale Objekte ihre Bedeutung erst im Zusammenspiel mit ihrer Umgebung, den Objektzusammenhängen und den Inszenierungsformen entfalten (Wonisch, 2016, S. 184), ist die Ausstellungsgestaltung im Vorfeld der Fallanalyse ebenso zu berücksichtigen. In Ausstellungen werden verschiedene Zeichensysteme und Sinnesmodalitäten vereint. Visuelle, auditive, haptische sowie räumliche Elemente greifen ineinander und formen eine komplexe multimodale Kommunikationsstruktur. Diese räumliche Inszenierung beeinflusst die Wahrnehmung und macht Ausstellungen zu dynamischen Vermittlungsformaten in denen Medien und Modalitäten Inhalte transportieren. Bedeutsame Objekte werden meist herausgestellt und zentral präsentiert, Objekte, die nebeneinander platziert sind, als zusammengehörig betrachtet, wodurch Themen strukturiert und einzelne Abteilungen gebildet werden. Die Wegeführung folgt meist entsprechend der Motorik des Menschen, nach rechts. (LVR-Museumsberatung, 2025, S. 15)

Die Großausstellung im Jahr 2021 zu den Frauen der Wiener Werkstätte gestalteten die Architektin Claudia Cavallar und der Lichtdesigner Lukas Lederer. Die Konzeption basierte auf einer „Sequenz von unterschiedlichen Räumen, die für die Wiener Werkstätte wesentlich waren – Geschäfte, Straßen, Wohnräume, Nachtlokale“ (Cavallar, o.A.). Beispielsweise wurde der Verkaufsraum der Textilabteilung durch ein von oben beleuchtetes Schwebdach aus Holzleisten und Stoff abstrahiert, das die charakteristische Deckenform nachbildete. Ergänzt wurde die Inszenierung durch Tisch- und Schaufenstervitrinen. Die Raumübergänge und damit die zeitlichen Abschnitte und Themenbereiche wurden durch Wellblechtreppen markiert, auf denen Papierbahnen mit gedruckten Mustermotiven angebracht waren. Diese sollten Stoffbahnen assoziieren und stellten eine abstrahierte Gestaltungsebene dar. Einbauten aus Holzfaserverplatten kamen zum Einsatz, um im Ausstellungsumgang räumliche Gliederungen vorzunehmen und neue Raumstrukturen zu schaffen. Der Geruch der Platten trug bis zum letzten Tag der Ausstellung auch zu einem olfaktorischen Raumerlebnis bei. Die kleinere Folgeausstellung *Sterne, Federn, Quasten* zeichnete sich durch bunte Bodenstreifen in Rosa, Orange und Schwarz aus, die eine abstrakte Darstellung des Stoffmusters *Archibald* (Museum für angewandte Kunst Wien, 2025) zeigten. Zudem war eine Raumwand mit der Tapete *Mohn* (MAK Design Shop, 2024b) gestaltet, um deren Wirkung im Raumkontext erfahrbar zu machen.

In *Die Frauen der Wiener Werkstätte* wurde die Beleuchtung teilweise durch Stoff oder Diffusoren gefiltert, in *Sterne, Federn, Quasten* kamen abgeschirmte Spots

zum Einsatz. Die Beleuchtung reduzierte Reflexionen und erzeugte eine sanfte Lichtstimmung, die zur ruhigen Atmosphäre beitrug. Zum Schutz lichtempfindlicher Exponate wurde vermutlich eine geringe Beleuchtungsstärke und warmweißes Licht mit niedrigem Blauanteil eingesetzt (LVR-Museumsberatung, 2025, S. 20). In beiden Ausstellungen wurden bevorzugt Seidenstoffexponate gezeigt, da diese die Farbwirkung besonders intensiv zur Geltung brachten. Die Ausstellungskataloge wurden in den jeweiligen Verweilzonen zur Einsicht ausgelegt.

In den Ausstellungen wurden auch Medieninstallationen wie Film und Video eingesetzt, um verschiedene Qualitäten der Sinnlichkeit zu bedienen. Die szenografischen Elemente wurden gleichwertig in die analoge Schau integriert. Von der Firma Linden reproduzierte Tapeten konnten 2023 in *Sterne, Federn, Quasten* mittels QR-Code direkt im MAK-Online-Shop erworben werden, wodurch eine direkte Verbindung zwischen Ausstellungsraum und digitalem Verkaufsangebot integriert wurde.

Die Agentur 3007 gestaltete das Grafikdesign zur Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*. Das Coverbild des Katalogs zeigte ein symbolisches Gesicht, das das Ziel der Ausstellungsmacherinnen widerspiegelte, den Frauen Sichtbarkeit zu verleihen. Das Haar und die Lippen der weiblich anmutenden Figur bestand aus eng aneinander liegenden quadratischen Stoffmusterelementen. In der Ausstellungspublication kamen diese Stofftableaus als Trennblätter sowie für Vor- und Nachsatzpapier zum Einsatz und waren farblich auf das Gestaltungskonzept abgestimmt. Sie wurden auch in digitalen Begleitmedien¹⁹ und zur Ausstellungsbewerbung verwendet. Auge, Ohrring und Zigarette der Frauenfigur setzen sich aus Ausstellungsobjekten verschiedener Bereiche der Werkstättenproduktion zusammen. Das Grafikdesign diente auch als visuelles Konzept für Plakate, Flyer, Broschüren und als Titelbild für digitale Angebote.

1.



2.



¹⁹ DigiStory, Social-Media-Posts und YouTube-Videos.

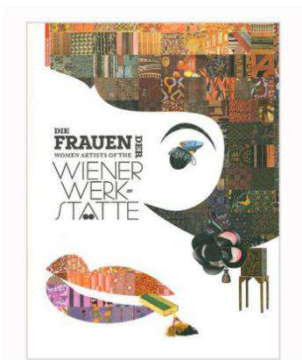
3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



1. Schwebedach Verkaufsraum. Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, MAK, Wien 2021. Eigene Aufnahme.
2. Ausstellungsansicht Klimt, Mode und Spielzeug. Ebenda.
3. Ausstellungsansicht Frauenbild der Kunstgewerblerin. Ebenda.
4. Ausstellungsansicht Ausgang. Ebenda.
5. Grafikdesign zur Ausstellung. Screenshot Cover Publikation zur Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*. Ursprünglich abgerufen am 24.09.2021, aktueller Link: https://www.makdesignshop.at/products/die-frauen-der-wiener-werkstatte?_pos=2&_sid=010fb23c5&_ss=r
6. Eingangsbereich: Portrait und Biografie. Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*, MAK, Wien 2023. Eigene Aufnahme.
7. Wandpräsentation von Stoffmustern. Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*, MAK, Wien 2023. Bild Nr.19 Medien Ausstellungswebseite (Archivversion) © MAK/Georg Mayer. Abgerufen am 05.04.2025 von <https://www.mak.at/felicerixueno>
8. Vitrine mit Kleidungsstücken. Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*, MAK, Wien 2023. Eigene Aufnahme.
9. Tapetenpräsentation. Ebenda.

6.2 Ausstellungswebseiten und digitale Begleitangebote

Während der Laufzeiten wurden die beiden Ausstellungswebseiten kontinuierlich aktualisiert und erweitert, ehe sie nach Ende der Ausstellungen in Archivseiten überführt und stillgelegt wurden. Die Ausstellungswebseite zu *Die Frauen der Wiener Werkstätte* entstand 2021 vor Einführung des neuen Corporate Designs des MAK, das bei der Folgeausstellung *Sterne, Federn, Quasten* im Jahr 2023 bereits umgesetzt wurde. Beide Webseiten hatten eine ähnliche Grundstruktur, darunter die Darstellung von Laufzeit, Einführungstext, Kuratorinnen, Sponsoren, die Möglichkeit zum Ticketkauf sowie dem Footer mit internen und externen Verlinkungen.

Begleitmedien als zentraler Bestandteil von Ausstellungen umfassen sowohl analoge Printmedien wie Kataloge, Broschüren und Plakate als auch digitale Formate wie Webseiten, Videos und Online-Guides. Soziale Medien unterstützen die Bewerbung, Dokumentation und Vermittlung. Ausstellungsbegleitende Medien präsentieren ausgewählte Inhalte in reduzierter Form, können jedoch die räumliche und multisensorische Erfahrung nicht ersetzen. Sie ermöglichen aber eine Verlängerung über den physischen Ausstellungsraum und die Ausstellungsdauer hinaus.

Begleitmedien „Die Frauen der Wiener Werkstätte“

1. Bilddateien: Digitale Reprofotos ausgewählter Exponate.
2. Publikation als Shopartikel im MAK Design Shop.

3. DigiStory. Ein interaktives Onlineformat mit Hintergrundinformationen und Bildmaterial zum Thema.
4. Symposium Gestalterinnen. Vor der Veranstaltung führte die Verlinkung zum Veranstaltungsprogramm, danach zu YouTube-Videos der aufgezeichneten Vorträge.
5. Audiotour. Die Audioführung wurde auf SoundCloud bereitgestellt und konnte während des Ausstellungsbesuchs auf digitalen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets abgespielt werden.
6. Videoführung. YouTube-Video mit den Kuratorinnen Rossberg und Schmuttermeyer.
7. Teaser-Video. Das kurze YouTube-Video diente der Bewerbung der Ausstellung und machte auf deren Inhalte und Highlights aufmerksam.
8. Forschungsprojekt. Die Verlinkung war während der Ausstellungszeit nicht erreichbar und wurde erst in der Archivversion mit Inhalten ergänzt.
9. Faltblatt für Schulen. Handreichung als druckfähige PDF-Datei zur Verwendung als Lernunterlage.
10. Blogbeitrag zur Restaurierung einer Kaminverkleidung von Vally Wieselthier.
11. MAK im Dialog. Zoom-Talk-Format zur Ausstellung, das anschließend als Video auf YouTube bereitgestellt wurde

Begleitmedien „Sterne, Federn, Quasten“

1. Artikel zu Sonderbriefmarken der Österreichischen Post. Anlass ist das Jubiläum 120 Jahre Wiener Werkstätte, der 130. Geburtstag von Felice Rix-Ueno und der 100. Todestag von Dagobert Peche.
2. Publikation. Artikel im MAK Design Shop
3. Blogbeiträge zur Restaurierung eines Kimonos und zum Kulturaustausch zwischen Wien und Japan
4. Interne Verlinkung zur Webseite Sammlung Metall und Wiener Werkstätte Archiv

6.2.1 Soziale Medien

Das Museum nutzte soziale Medien als Marketinginstrument, zur Bewerbung der Ausstellungen, als Vermittlungstool und zu Kooperationszwecken. Bespielt wurden Instagram, Facebook, YouTube, Pinterest, TikTok und SoundCloud, wobei Instagram und Facebook intensiver genutzt wurden. SoundCloud, Pinterest und

YouTube dienen vorwiegend der projekt- und themenspezifischen Veröffentlichung ausgewählter Medientypen.

Die Sozialen Medien unterscheiden sich hinsichtlich ihres Redaktionsaufwands und der Postingfrequenz, wobei die Beiträge je nach Plattform unterschiedliche Halbwertszeiten aufweisen. Instagram-Beiträge zeichnen sich durch eine vergleichsweise kurze Halbwertszeit aus, da Inhalte schnell an Sichtbarkeit verlieren und eine höhere Frequenz erforderlich ist, um präsent zu bleiben (Flügel et al., 2019, S. 65).

1. Instagram verbreitet visuell ansprechende Inhalte wie Fotos, Videos, Stories und Reels, die durch Bildsprache und Storytelling-Konzepte konsistent und narrativ einprägsam gestaltet werden.
2. Facebook wird für die Präsentation von Inhalten und Veranstaltungen eingesetzt.
3. Pinterest ermöglicht das „Pinnen“ von Bild- und Videoinhalten auf sogenannten Themenboards.
4. YouTube wird für Imagefilme, Veranstaltungsaufzeichnungen, Dokumentationen und Begleitungen von Sonderausstellungen sowie Kurzbeiträge als Teaser oder Interviews mit Kurator:innen und Künstler:innen genutzt.
5. SoundCloud ist eine Streamingplattform, die sich für die Bereitstellung von Audioangeboten eignet.
6. TikTok wird in der Museumsarbeit für kurzformatige Videos eingesetzt, um Inhalte durch unterhaltsames Storytelling zu vermitteln.

(Flügel et al., 2019, S. 69–71)

Weder auf TikTok, noch in der interaktiven DigiStory, genauso wie im YouTube-Format *MAK im Dialog*, im Rahmen des *Symposiums Gestalterinnen* sowie im Faltblatt für Schulen und den Blogbeiträgen wurde das Stoffmuster *Gespinst* behandelt, weshalb diese Begleitangebote in der Fallanalyse unbeachtet bleiben.

6.2.2 Zur Zeitlichkeit von Ausstellungen und ihren Begleitmedien

Die Kuratorinnen Schmuttermeyer und Rossberg betonten beide: „Das, was von einer Ausstellung übrigbleibt, ist der Katalog.“ (Birkhäuser Verlag, 2021, 15:25; Feldnotizen Kuratorinnenführung 05.04.2024). Es wird jedoch deutlich, dass auch Begleitmedien wie Social-Media-Posts, Archiv-Webseiten, YouTube-Videos, Blog-Beiträge und Formate wie DigiStory oder Audiotour fortbestehen. Zwar werden diese Inhalte nicht mehr aktiv im Social-Media-Feed oder auf der MAK-Startseite

ausgespielt, da sie keine Aktualität mehr besitzen, sie bleiben aber weiterhin in den Webkanälen zugänglich und recherchierbar. Während die analoge Ausstellung temporär war und physische Drucksorten, mit Ausnahme der Ausstellungskataloge, nach der Laufzeit verschwanden, blieben die digitalen Präsenzen längerfristig als Teil des digitalen Museums-Pools erhalten.

6.3 Reproduktionsfotografie im Museum

Stoffmusterfragmente, wie sie in dieser Arbeit untersucht werden, sind Flachware, die entweder in Form einer fotografischen Aufnahme oder als Scan digitalisiert werden können. Digitalfotografische Aufnahmen erfordern hochwertige Kameras, exakte Beleuchtung und Bildbearbeitung zur präzisen Reproduktion. Konservatorische Maßnahmen wie kurze Transportwege, Materialschutz und schonende Handhabung sichern die Exponate. Metadaten zu Bildformat, Auflösung, Zeit, Ort und Copyright werden meist automatisch in Inventarisierungsdatenbanken übernommen. Der Verwendungszweck bestimmt die Anforderungen an die Bildqualität, wobei das Ziel meist eine möglichst originalgetreue Wiedergabe des Objekts ist. (Greisinger, 2021; Sächsische Landesstelle für Museumswesen (SLfM), 2020)

Die Digitalisierung von musealen Exponaten gehört zu den alltäglichen Arbeitsabläufen im Museum. Sie dient der Dokumentation, Archivierung, Publikation und digitalen Nutzung. Das MAK erstellt seit August 2023 zusätzlich zu Reprofotos dreidimensionale Scans von Objekten (makpresse, 2023; Schwarz-Jungmann et al., 2023, S. 42). Außerdem hat das Museum 2024 zwei Stellenausschreibungen im Bereich Digitalisierung und Museumsdatenbank²⁰ inseriert, was auf eine Intensivierung der Digitalisierung hinweist. Als eigenständige Entitäten, die mit Metadaten ergänzt in Onlinesammlungen integriert werden (Müller, 2018, S. 50), sind digitale Ausstellungsobjekte Informationsträger, die das analoge Exponat vertreten (S. 52–53) und dessen Präsentationskontext um Museumswebsites und soziale Medien erweitern (Caspers, 2017, S. 58). Während die Reproduktionsfotografie die detailgetreue Wiedergabe eines Exponats anstrebt, zeigen fotodokumentarische Aufnahmen dessen Einbettung in den Ausstellungszusammenhang.

²⁰ Eine Vollzeitstelle für eine:n Fotograf:in bzw. Digitalisierungsexpert:in sowie eine Teilzeitstelle im Bereich Museumsdatenbank mit Aufgaben in der Fotodokumentation, Digitalisierung und Medienverwaltung.

7. Zwischen Fäden und Pixeln: Das Stoffmuster „Gespinst“ und seine Reproduktionen



sammlung.mak.at

Der QR-Code ermöglicht den direkten Zugriff per Mobilgerät auf die MAK Sammlung Online, in der die im Text behandelten Objekte zur Ansicht bereitstehen. Alternativ ist die Sammlung auch über die angegebene URL erreichbar. Eine detaillierte Auflistung der verwendeten Objekte findet sich in Anhang B: Objektübersicht. Alle im Text genannten Objekte sind fortlaufend nummeriert und werden als (B1), (B2) usw. referenziert.

Das Stoffmuster *Gespinst* (B1) gehört zum Wiener-Werkstätte-Archiv der MAK-Sammlung und ist der Abteilung Textilien und Teppiche zugeordnet. Es ist eines von insgesamt 1.320 Wiener-Werkstätte-Mustern (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 96), wurde 1924 von Felice Rix-Ueno entworfen und bis 1930 von Gustav Ziegler handwerklich ausgeführt. Die in der Online-Sammlung zugänglichen Textilfragmente des *Gespinst*-Designs stammen aus einer Schenkung an das MAK im Jahr 1955. Die Zeitangabe legt nahe, dass es sich dabei um die Nachlassgabe des letzten Besitzers des Archivs und Liquidators der Wiener Werkstätte Alfred Hofmann handelt, dem damaligen Geschäftsführer der Schweizer Tapetenfirma Tekko & Salubra (Steinhäuser, 2023, S. 38 u. 50). Seine Hinterlassenschaft bestand hauptsächlich aus Entwürfen, Grafiken, Stoffmustern sowie Druckmodellen (Mailath-Pokorny, 2016, S. 57).

Bisher wurde das Stoffdesign in drei Ausstellungen präsentiert: erstmals im Jahr 2000 in einer Ausstellung zum Textilentwurf zwischen 1870 und 1930 sowie in den beiden untersuchten Ausstellungen *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und *Sterne, Federn, Quasten* (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024f).

7.1. Historische Einordnung des untersuchten Textildesigns

7.1.1 Arts-and-Crafts, Jugendstil, Art Déco, Wiener Stil und Japonismus

Drei aufeinanderfolgende Kunstströmungen prägten die Wiener Werkstätte, wobei sie sich teilweise überschneiden oder fließend ineinander übergingen. Die Produktphilosophie der Werkstättengemeinschaft, verwirklicht durch die enge

Zusammenarbeit von Künstler:innen und Handwerker:innen, hatte die Vereinigung aller Zweige des Kunstgewerbes und die künstlerische Durchdringung aller Lebensbereiche zum Ziel. Industriell gefertigte Massenware wurde abgelehnt. (Neiß, 2004, S. 112) Diese Herangehensweise orientierte sich an der Arts-and-Crafts-Bewegung, die Mitte des 19. Jahrhunderts in England entstand und das Ziel verfolgte vorindustrielle Techniken in der dekorativen Kunst wiederzubeleben (Triggs, 2009, S. 7). William Morris beeinflusste die Kunst- und Kunsthandwerks-Bewegung maßgeblich. Über seine Firma Morris & Co. vertrieb er Produkte wie Tapeten und Stoffe, von denen einige bis heute hergestellt werden. (Morris & Co, 2024; Wilkinson, 2014, S. 81–82)

Der Jugendstil war ein kurzlebiges Phänomen zwischen 1890 und 1910 (Wilkinson, 2014, S. 95), das nach einer neuen Ausdrucksform suchte, was der Begriff Art Nouveau andeutet. Der Stil war geprägt von kalligraphischen Linien, intensiven Farben, geschwungenen Formen, Blumenmotiven und Darstellungen weiblicher Figuren. In diese Epoche fiel auch die Gründung der Wiener Secession um 1898 (S. 92-93). Art Déco²¹ beschreibt eine internationale Stilrichtung der angewandten und dekorativen Künste der 1920er und 1930er Jahre, die das Kunstgewerbe nachhaltig prägte (Sildatke, 2013, S. 49). Der Name geht auf die Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes von 1925 in Paris zurück, bei der luxuriöse, dekorative Alltagsgegenstände präsentiert wurden. Diese neue Stilrichtung ersetzte die naturalistischen, verspielten Formen des Jugendstils durch eine klare, geometrische Formensprache. (Samuels, 2003, S. 7)

Kräftige, kontrastreiche Farben und geometrisch stilisierte Formen waren zwar typisch für den Art-Déco-Stil, doch die Gründungsmitglieder der Wiener Werkstätte, Koloman Moser und Josef Hoffmann, entwickelten bereits um die Jahrhundertwende eine ähnliche Farb- und Formensprache, den sogenannten „Wiener Stil“ (Tietzel, 1981, S. 273–274). Dieser zeichnete sich ebenfalls durch abstrakte, geometrische Ornamente und klare Linien, sowie eine kontrastreiche Farbgebung aus, etwa helle Linien auf dunklem Grund und umgekehrt (S. 276–277). Anregungen aus der japanischen Kunst und eine scheinbar zufällige, doch klar strukturierte Komposition sind in den Textilentwürfen Koloman Mosers aus dem Jahr 1899 deutlich erkennbar (S. 273–274). Neu war die Möglichkeit, individuellen künstlerischen Ausdruck in die Designs einfließen zu lassen, da erstmals kein strenger Kanon mehr die Motivgestaltung vorgab (S. 283).

²¹ Der Begriff Art Déco setzte sich erst in den 1960er Jahren nachträglich durch und wurde ursprünglich als Style Moderne bezeichnet (Wilkinson, 2014, S. 135).

Ab Mitte des 19. Jahrhunderts beeinflusste der Japonismus die europäische Kunst stark. Japanische Färbeschablonen (Katagami) fanden 1907 in unzähligen Variationen Eingang in die Vorbildersammlung des Museum für Kunst und Industrie und inspirierten die Gestalter:innen der Wiener Werkstätte. Rix-Uenos Formensprache verband Katagami-Schablonen und Wiener Biedermeier-Stoffmuster, wobei geometrische und florale Motive, insbesondere stilisierte Blüten in Fächerform, eine zentrale Rolle spielten. (Scheyerer, 2023) Das Fächermotiv hat seine Wurzeln in der japanischen Kunst- und Handwerksgeschichte der Edo-Zeit (1603–1868) und gilt als klassisches Symbol dieser Tradition. Es wurde zur Verzierung von Stoffen verwendet und häufig mit floralen Elementen wie Blättern, Ranken und Blumen kombiniert²².

Die schlichteste Form dieses Themas sind die sogenannten Fächergestelle (B4). Der Tapetenentwurf *Fächerranke* (B5) von Rix-Ueno aus dem Jahr 1921 zeigt eine Weiterentwicklung eines solchen Fächermotivs hin zu einer floralen Gestaltung. Ein Jahr später folgte das Stoffmuster *Ziergras* (B6), bei dem die Fächer durch einen Stiel zu Blütenranken umgestaltet wurden, wodurch fraktale Verbindungen entstanden. Im Entwurf *Gespinst* (B1) richtet Rix-Ueno ihren Fokus vollständig auf das Rankenelement. Das Fächermotiv wird, wenn überhaupt, lediglich durch die Y-Form an den Enden der Verzweigungen angedeutet.

7.1.2 Verwendungsweisen von Wiener-Werkstätte-Stoffen

Erst ab Mitte der 1920er-Jahre gewannen die hauseigenen Stoffe der Wiener Werkstätte in der Modeabteilung an Bedeutung. Zuvor wurden sie vor allem für Accessoires und als Futterstoff für Kostüme, Jacken und Mäntel eingesetzt. Häufig wurden sie in der Innendekoration verwendet, insbesondere für Lampenschirme und Kissen. Ab 1916 stand die Produktion bedruckter Seidenstoffe im Fokus. (Völker & Pichler, 2004, S. 147 u. 150) Eine Schwarz-Weiß-Fotografie (B7) dokumentiert, dass Josef Hoffmann den Stoff *Gespinst*, vermutlich in der Farbvariation Schwarz-Weiß-Rot, für einen Lampenschirm nutzte.

Aus den Wiener-Werkstätte-Stoffen wurden außerdem Galanteriewaren wie Schirme, Schachteln, Bücher oder Alben, Stoffblumenanstecker, Hüte, Hauben, Beutel, Schuhe, Handtaschen, Stofftiere und Schals in kleinen Serien hergestellt. Darüber hinaus wurden die Musterentwürfe auch für Geschenkkarten, Werbe- und Geschäftsgrafiken genutzt, aber auch für Tischtücher und Servietten. (Völker &

²² Beispielhafte Objekte dazu finden sich in der MAK Sammlung Online unter dem Schlagwort „Katagami Fächer“ (<https://sammlung.mak.at/de/>) sowie in Anhang B, Objekte B2 und B3.

Pichler, 2004, S. 153) Eine Reinzeichnung in der MAK Sammlung Online (B8) belegt, dass das Design *Gespinst* für Tischdecken und Servietten, mutmaßlich aus Baumwolltextil, vorgesehen war.

Die Wiener Werkstätte nutzte die Mustermotive bewusst als Markenzeichen, das ihre Einzigartigkeit betonte. Berichten zufolge wurde den Stoffen besonders bei Modenschauen große Aufmerksamkeit geschenkt. Zudem waren die Verkaufslöke mit den Textilien ausgestattet, was als Alleinstellungsmerkmal diente und im Sinne einer Corporate Identity die Exklusivität der Werkstätte unterstrich. (Völker & Pichler, 2004, S. 155) Die Gebrauchsgegenstände sollten durch eine gezielte Inszenierung zu Kunstgegenständen aufgewertet werden. Die Käufer:innen stammten überwiegend aus einem finanzstarken Kreis von vermögenden Künstler:innen, Intellektuellen und Angehörigen des Großbürgertums. (S. 162)

Es lässt sich nicht abschließend klären, ob die Stoffmustervariation auch zur Herstellung von Kleidung verwendet wurde oder ausschließlich im Wohn- und Einrichtungsbereich zum Einsatz kam. Ein denkbarer Zusammenhang wäre auch, dass in den Verkaufslöken der Wiener Werkstätte, wie jenem in der Kärtnerstraße 32, Stoffbahnen des Musters als Meterware verkauft wurden. Hinweise dazu könnten im historischen Verkaufskatalog aus 1928 zu finden sein (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 96), in dem Rix-Ueno mit 32 Mustern vertreten ist (S. 104).

7.1.3 *Gespinst* und *Gespann*

Das Stoffmuster *Gespinst* (B1) zeichnet sich durch einen einfärbigen, flächigen Hintergrund und verzweigte Y-Formen aus, die an stilisierte Pflanzen, Äste oder Korallen erinnern und das Hauptmotiv bilden. Die netzartigen Strukturen entstehen durch Überlappungen, variieren in Ausrichtung und Länge und vermitteln ein gesponnenes Aussehen. Im Inneren der Verzweigungen befinden sich Striche sowie geometrische Zick-Zack- und rechtwinklige Linien, das sogenannte *Gespann* (B9), das sich farblich abhebt und rhythmisch über die Fläche verteilt.

Hier lassen sich Parallelen zwischen der Linienkomposition von Felice Rix-Ueno und Paul Klees Form- und Gestaltungslehre ziehen: Die Linien könnten sowohl als Brechung im Sinne einer individuellen²³ Gestaltung (Klee et al., 1990, S. 241) interpretiert werden oder aber auch als lineare Rhythmus- und Taktstrukturen (S. 269), die Bewegungsvorgänge symbolisieren und einen „repetierenden Rhythmus

²³ Die Form wird in kleinere, voneinander getrennte Teile zerlegt oder gegliedert.

bei gleichmäßiger Bewegung“ erzeugen (S. 303). Während bei Klee die Linienformen häufig eine präzise definierbare symbolische Bedeutung besitzen (Uhde-Stahl & Klee, 2018, S. 21), bleibt dies bei Rix-Ueno ungewiss.

Der Entwurf *Gespann* wurde zeitgleich mit dem *Gespinst*-Motiv im Auftrag der Wiener Werkstätte umgesetzt. Denkbar wäre, dass die Linienvariationen als eigenständige Dessinvariante entworfen wurden, um die gestalterische Vielfalt in der Stoffproduktion zu erhöhen. Es bleibt jedoch unklar, welches Dessin zuerst entwickelt wurde. Beide Entwürfe könnten für unterschiedliche Produkte oder als Teil einer zusammenhängenden Designserie vorgesehen gewesen sein.

Während das *Gespinst* organisch wirkt, erscheint das *Gespann* technisch und stringent, wobei beide Motive gemeinsam eine komplexe Gesamtstruktur bilden. Diese zeichnet sich durch die Wiederholung der beiden Motivelemente aus, die in unterschiedlichen Winkeln zueinanderstehen und in der Größe variieren. Die Formen sind präzise und klar umrissen. Die Anordnung wirkt eher dynamisch als streng symmetrisch, eine gewisse geometrische Ordnung scheint aber vorhanden. Mit ihren Entwürfen *Sylvester* (B10) und *Purpurnelke* (B11), *Simme* (B12) *Kiuschiu* (B13), *Mandarin* (B14) und *Morgentau* (B15), sowie *Nihon* (B16) und *Geranie* (B17) führt Rix-Ueno von 1924 bis 1929 das Fächermotiv in floralen Formen und die geometrisch-ornamentalen Linienvariationen weiter.



10.



11.

10. Stoffmuster *Gespinst*. Digitalisate MAK Sammlung Online. Abgerufen am 31.03.2025 von https://sammlung.mak.at/de/collect/gespann_103496

11. Stoffmuster *Gespann*. Digitalisate MAK Sammlung Online. Abgerufen am 31.03.2025 von https://sammlung.mak.at/de/collect/gespann_103496

7.2 Stofffragment und digitale Fotografie: Aspekte visueller Wahrnehmung

In den beiden untersuchten Ausstellungen *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und *Sterne, Federn, Quasten* wurden folgende Farbausführungen als Textilfragmente exponiert:

Stoffmuster Gespinst

Motivfarben: Hintergrund-Gespinst-Gespann

1. Blau-Magenta-Schwarz
2. Weiß-Orange-Schwarz
3. Schwarz-Rotorange-Schwarz
4. Schwarz-Weiß-Rot

Stoffmuster Gespann

Motivfarben: Hintergrund-Gespann

1. Weiß-Schwarz
2. Dunkelblau-Hellgrau

In der medialen Ausstellungspräsentation wurden drei digitale Reproduktionsfotografien eingesetzt:

Stoffmuster Gespinst

Motivfarben: Hintergrund-Gespinst-Gespann

1. Blau-Magenta-Schwarz
2. Weiß-Orange-Schwarz
3. Schwarz-Rotorange-Schwarz

Meiner Auffassung nach handelt es sich bei den Digitalisaten um digital-fotografische Aufnahmen, da die in den Quellenangaben genannten Personen als Fotograf:innen ausgewiesen werden, was darauf hindeutet, dass die Reproduktionen nicht im Scanverfahren erstellt wurden. Die Bildnachweise zu den digitalen Visualisierungen variieren: In einigen Fällen wurde ausschließlich das MAK als Quelle genannt, während bei der blau-magenta-schwarzen Variante in einigen Social-Media-Beiträgen der Leiter der Fotodokumentation des Museums, Georg Mayer, vermerkt wurde. In der Pressemappe zur Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten* wurde die Fotografin Kristina Wissik angegeben.

Die digitale Abbildung als Reproduktionsfotografie auf einem Bildschirm und das physische Exponat hinter Glas bieten deutlich unterschiedliche Ansichten des Objekts. Die Farbdarstellung einer digitalen Reproduktion wird von zahlreichen Faktoren beeinflusst, darunter die Beleuchtung bei der Aufnahme, Kameraeinstellungen, Bildverarbeitung und -bearbeitung sowie die Bildschirmtechnologie und die Helligkeitseinstellungen des Endgeräts der Rezipient:innen. Dadurch kann die Farbwiedergabe eines Textils auf einer digitalen Repräsentation verfälscht erscheinen.

Ähnlich ist es bei Druckwerken, die auf digital erstellten Nachbildungen basieren. Hier verändern Faktoren wie die Drucktechnik, die Konvertierung vom digitalen (RGB) zum druckfähigen Farbraum (CMYK), das verwendete Papier und Druckereinstellungen die Farbwiedergabe, sodass die gedruckten Farben von den digitalen Referenzbildern abweichen. Zeitgenössische Visualisierungen, die mithilfe von Grafikdesigntools für Merchandise-Artikel erstellt wurden, weichen ebenfalls in ihren Farbnuancen von den Originaltextilfragmenten und den digitalen Reproduktionen ab. All diese Elemente sind keine neutralen Vermittler, sondern aktive Bestandteile einer Darstellungspraxis, die nicht bloß eine Abbildung des Exponats, sondern spezifische Interpretationen hervorbringt.

Aber auch die im Museum ausgestellten Musterstücke unterliegen äußeren Einflüssen: Die Ausstellungsbeleuchtung und Spiegelungen auf den Glasscheiben von Rahmen oder Vitrinen beeinflussen die Wahrnehmung von Details und die Farbwirkung, die je nach Betrachtungsweise variiert. Farbintensität und Farbton können sich so unter den unterschiedlichen Bedingungen ebenfalls unterscheiden.

In der Onlinesammlung zeigt eine Farbprobenkarte (B18) zwölf Farbausführungen des *Gespinsts*, zusätzlich finden sich zwei weitere auf Baumwolle gedruckte Versionen (B19). Wie zuvor ausgeführt, stehen in der musealen Präsentation drei dieser Farbvarianten im Mittelpunkt: Es handelt sich um Textilfragmente aus Seidenstoff (B1), die in der Onlinesammlung gemeinsam als Exponatgruppe mit der Inventarnummer WWS 267 angeführt werden. Die drei Abbildungen erscheinen in unterschiedlichen Formaten: Orange-Schwarz-Weiß im Hochformat, Rotorange-Schwarz-Schwarz sowie Magenta-Schwarz-Blau im Querformat. Die gewählten Farbkombinationen beeinflussen die visuelle Wirkung des Musters. Obwohl das zentrale Motiv unverändert bleibt, verändern die Farbgebung und die Struktur die visuelle Wahrnehmung:

1. Blau-Magenta-Schwarz

Die Farbkombiosition erzeugt einen subtilen Kalt-Warm-Kontrast, sowie eine harmonische Balance zwischen einem mittleren Blauton und einem mittleren Rotton. Die Farben wirken ruhig (Blau) und gleichzeitig stimulierend (Magenta). Die Y-Formen integrieren sich in den Hintergrund. Die feinen Details in Schwarz verleihen dem Design Präzision und Klarheit.

2. Weiß-Orange-Schwarz

Die Farbgebung aus Orange und Weiß erzeugt eine leichte, luftige Stimmung. Das geometrische Design ist klar ablesbar und die Linienvariationen in Schwarz treten deutlich hervor. Weiß und Schwarz bilden einen maximalen Hell-Dunkel-Kontrast, der durch das warme, leuchtende Orange aufgelockert wird. Die Gesamtwirkung ist freundlich.

3. Schwarz-Rotorange-Schwarz

Der kräftige Hell-Dunkel-Kontrast zwischen Rotorange und Schwarz erzeugt eine intensive und dichte Atmosphäre, wodurch das Muster optisch sehr kompakt wirkt. Das Schwarz rahmt den zentralen Farbton Rotorange ein und verstärkt dessen Wirkung, wodurch es besonders hervorgehoben wird. Die Farbwahl verleiht dem Muster eine strenge Ästhetik.²⁴

7.2.1. Zur (Im)Materialität: Digitale Texturen

Auf einer digitalen Fotografie lässt sich das Material eines Textils nur schwer bestimmen, da Textur und Gewicht haptische Eigenschaften sind, die ohne physische Berührung kaum erfassbar sind. Ergänzende Textinformationen unterstützen jedoch die in der Onlinesammlung verfügbaren Bilddateien und liefern zusätzliche Hinweise zur Materialität. Die Beschaffenheit eines Stoffs beeinflusst nicht nur Textur und Haptik, sondern auch seine visuelle Wirkung, dies gilt sowohl für das Exponat im Museum als auch für dessen immaterielle, fotografische Darstellungen. Ein Baumwollstoff wirkt durch seine feste und raue Struktur robuster als ein weicher, glatter und glänzender Seidenstoff. Baumwolle wurde und wird sowohl 1924 als auch heute häufig zur Herstellung von Alltagsgegenständen wie Kissen und Tischdecken verwendet, wohingegen Seide, mit ihrer feinen Textur und ihrem glänzenden Erscheinungsbild, typisch für die Produktion exklusiver Luxusgüter ist. Die funktionalen Unterschiede könnten, so lässt sich annehmen, auch die Farbwahl der Stoffe je nach Anwendungszweck beeinflusst haben.

²⁴ Die interpretative Farbanalyse basiert auf der Farbenlehre von Johannes Itten, insbesondere seiner Farbtheorie in der Farbkugel (Itten, 2019, S. 67).

In der Onlinesammlung des MAK wird dieser (im)materielle Unterschied deutlich: Ein Eintrag zeigt vier Farbvarianten des Musters auf Baumwolle (B19), ein anderer drei Varianten auf Seide (B1). Während die Drucke auf Baumwolle auf den digitalen Abbildungen matt und gedämpft wirken, strahlen die Farben auf den Seidenstoffen hell. In der digitalen Darstellung der Baumwollstoffe sind die Strukturen der Leinwandbindung deutlich sichtbar, während die feine Textilstruktur des Seidenstoffs erst bei vergrößerter Ansicht erkennbar wird. Die Nähte und Kanten der abfotografierten Muster zeugen ebenfalls von der Materialität der musealen Sammlungsstücke: Bei der Baumwollgruppe werden die ausgefranst oder mit Zick-Zack-Schere zugeschnittenen Ränder der Gewebestücke auf den Abbildungen gezeigt. Im Gegensatz dazu wurden die unregelmäßigen Schnittkanten der Seidenstoffe nicht abgebildet und sind nur im Museum oder auf fotografischen Ausstellungsansichten sichtbar.

Auf der digitalen Fotografie der Variante Schwarz-Rotorange-Schwarz ist eine horizontale Lagerfalte deutlich erkennbar, die sich durch ihre Tiefe und einen ausgeprägten dreidimensionalen Effekt auszeichnet. Eine weitere, vertikale Falte ist hingegen nur schwer zu erkennen und wird erst durch die Zoom-Funktion sichtbar. Sie lässt sich vor allem daran identifizieren, dass sie eine leichte Biegung im Muster der Verästelungen des Stoffmotivs verursacht, wodurch ihre Kontur wahrnehmbar wird. Die Faltenbildung verweist sowohl auf die formbare Beschaffenheit des Materials als auch auf eine gefaltete Lagerung im Rahmen der musealen Konservierung. Darüber hinaus zeigt die Faltenbildung, wie die Materialität des Stoffes auf die Fotografie übertragen wird und somit die Vermittlung der Objekteigenschaften im digitalen Raum beeinflusst.

Auf der Variante Weiß-Orange-Schwarz ist ein Schutzetikett, vermutlich aus Papier, zu sehen, das auf die kommerzielle Nutzung des Dekormusters durch die Wiener Werkstätte verweist: 1913 wurden die Zettel im Rahmen des ersten österreichischen Markenschutzgesetzes für „Bekleidungsgegenstände, Gewebe und Putzwaren“ eingeführt (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 96). Darauf zu sehen ist das Monogramm „WW“ mit handschriftlichen Angaben zum Stoff, wie Titel und Preis. Gemeinsam mit der Rosen- und Wortmarke handelt es sich dabei um eine frühe Form des Corporate Design (Neiß, 2004, S. 156–157). Unregelmäßigkeiten im Stoffdruck, wie sie bei der Variante Blau-Magenta-Schwarz auftreten, wurden in der digitalen Fotoreproduktion detailgetreu wiedergegeben.

7.2.2 Unregelmäßigkeiten im Musterbild

Die Unregelmäßigkeiten auf den Textilfragmenten (B1) mit der Inventarnummer WWS 267 können als Indikatoren für die Geschichte eines Stoffs betrachtet werden. Sie lassen sich als Zeichen einer Zeit interpretieren, in der Textildesign eine enge Verbindung zwischen Kunst und Handwerk bedeutete. Druckmodellen für die handwerkliche Textilproduktion in Österreich um 1924 bestanden meist aus Holz, oft mit Metalleinsätzen oder -stiften, um feine Details zu gestalten, präzisere Muster zu ermöglichen und die Haltbarkeit zu erhöhen. Die Stoffproduktion wurde ausgelagert, da die Wiener Werkstätte selbst nicht über ausreichende Kapazitäten verfügte. Eine unveröffentlichte Liste nennt die Rohwarenlieferanten und Textildruckereien, darunter vermutlich auch Gustav Ziegler, der das Textildesign *Gespinst* realisierte. (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 96) Der Druckprozess der Stoffe wurde in der Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* thematisiert und anhand von Modellen veranschaulicht.

Die analogen Exponate weisen verschiedene spezifische Merkmale auf, die ihre individuelle Beschaffenheit und Wirkung ausmachen. Einige Stoffmuster zeigen teils ausgefrante (Blau-Magenta-Schwarz) und unregelmäßige (Schwarz-Rotorange-Schwarz) Ränder oder einen Zick-Zack-Kantenschnitt (Weiß-Orange-Schwarz). Materialeigenschaften wie der Seidenglanz und die feine Stoffstruktur sind bei den Exponaten erkennbar, jedoch wird deren Wahrnehmbarkeit durch den Einsatz von Glasscheiben in den Ausstellungen beeinträchtigt. Bei dem Muster in Blau-Magenta-Schwarz bleiben die Unregelmäßigkeiten im Stoffdruck erkennbar. Die Farbnuancen wirken aufgrund der Lichtsituation in den Ausstellungen insgesamt dunkler, was die Wahrnehmung der Exponate beeinflusst.

Die digitale Ansicht der Variante Weiß-Orange-Schwarz weist nur geringfügige Druckunschärfen in den *Gespann*-Linien und den Rändern der Y-Formen, sowie eine kleine Verfärbung auf. Die Variation Schwarz-Rot-Orange-Schwarz zeigt ebenfalls nur minimale Abweichungen, wie feine, fadenartige rotorange Ausläufe im schwarzen Hintergrund. Die Linienvariationen wirken in der MAK Sammlung Online an einigen Stellen sehr blass, was auf den im Forschungsprozess aufgenommenen Fotografien im Museum weniger deutlich ersichtlich ist. Die Farbkombination Blau-Magenta-Schwarz zeigt verschiedene Unregelmäßigkeiten: unterschiedliche Farbstärken, unregelmäßige Ränder, kleine weiße Strukturen sowie verschwommene Y-Formen am unteren Stoffende, Ausbleichungen, freischwebende Motivelemente und Verfärbungen. Es ist daher denkbar, dass das Stoffstück in Blau-Magenta-Schwarz als Probedruck angefertigt wurde.

12.



13.



12. Ausstellungsansicht Modeln und Stoffdruck. Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, MAK, Wien 2021. Eigene Aufnahme.

13. Stoffmuster *Gespinst* Blau-Magenta-Schwarz. Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*, MAK Wien 2023. Eigene Aufnahme.

7.2.3 Mediale Übersetzungen eines Stoffmusters

Die dreidimensionalen physischen Exponate werden im musealen Übersetzungsprozess in zweidimensionale virtuelle Reproduktionsfotos übertragen. Diese werden als Druck wiederum in zwei- oder dreidimensionale physische Objekte, wie in Druckwerken oder auf Merchandise-Artikeln, umgesetzt. Diese mediale Transformation führt zu medienbedingten Informationsveränderungen, da jeder Übersetzungsschritt vom realen Objekt zur digitalen Fotografie und schließlich zum Druck spezifische Anpassungen erfordert, die das Ergebnis beeinflussen. Dabei können Informationen sowohl verloren gehen als auch verändert werden. Die Objektreproduktionen unterscheiden sich folglich von den historischen Textilien. Im Sinne der Mimesis lassen sich die medialen Übersetzungen als Neuschöpfungen begreifen, die sowohl Ähnlichkeit als auch Abweichung zur materiellen Wirklichkeit des Stoffes erzeugen.

Die digitalen Fotografien der Exponate präsentieren eine Darstellung ohne sichtbare Stoffkanten, wobei Farben durch Beleuchtung, Belichtung oder Bearbeitung intensiver und kontrastreicher erscheinen. Zusätzlich kann die Bildeinstellung die Farbwahrnehmung beeinflussen. Während Unregelmäßigkeiten im Stoffdruck der Variante Blau-Magenta-Schwarz sowie die Faltenbildung in der Mustervisualisierung Schwarz-Rotorange-Schwarz deutlich erkennbar sind, bleibt die Stoffstruktur in der digitalen Abbildung weitgehend schwer erfassbar.

Die Farbwirkung des Stoffmusters *Gespinst* variiert je nach Druckeinstellungen und Papierqualität. Während das Cover der Publikation durch die Struktur des

Einbandpapiers eine eher orangefarbene Nuance zeigt, erscheint das gleiche Motiv auf dem festeren Vorsatzkarton intensiver in Rotorange. In der mehrseitigen Flyerbroschüre wirken die Farben insgesamt satter, was auf eine abweichende Drucktechnik oder Papierbeschaffenheit zurückzuführen ist. Die Flyerkarte zum Audioguide zeigt das Muster in Blau-Magenta-Schwarz in überbelichteter Darstellung, durch die sich ein deutlich heller Streifen zieht. Zudem lassen sich bei der Broschüre und der Flyerkarte partielle Mattlackierungen erkennen, die bestimmte Motivelemente optisch hervorheben.

Bei den Merchandise-Artikeln kamen offenbar unterschiedliche Ausgangsmotive für den Druck zum Einsatz. Für die MAK-Shopartikel wurde vermutlich die digitale Reproduktionsfotografie der Variante Blau-Magenta-Schwarz als Druckvorlage verwendet, wobei die Farben hier deutlich intensiver als beim historischen Stofffragment erscheinen. Im Gegensatz dazu sind die Tragetaschen der Marke Loqi mit einem vollständig neugestalteten Re-Design des Musters bedruckt. Diese vereinfachte Neuinterpretation unterscheidet sich deutlich von den musealen Reprofotos, da Hintergrund und Y-Formen monochrom koloriert wurden und keine der Unregelmäßigkeiten des historischen Fragments sichtbar sind. Die Gestaltung reduziert das Muster auf klare Formen und eine einheitliche Farbgebung.

Eine besondere Variante stellt die Keramiktasche in Orange-Magenta-Schwarz dar, bei der vermutlich die Reproduktionsfotografie der Version in Blau-Magenta-Schwarz als Ausgangsdatei für den Druck verwendet wurde. Hinweise darauf liefern die identischen Unregelmäßigkeiten der Y-Formen sowie Reste des ursprünglichen blauen Hintergrunds an den Kanten der digitalen Abbildung. Insgesamt lassen sich somit drei verschiedene Ansätze der Merchandise-Interpretation identifizieren: die direkte Adaption eines Reprofotos, eine stilisierte Neugestaltung und eine farbliche Überarbeitung basierend auf einer bestehenden digitalen Vorlage.



14. Vorsatzbogen. Publikation *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, Birkhäuser, 2020. Eigene Aufnahme.
15. Flyerbroschüre und Flyerkarte. Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, MAK, Wien 2021. Eigene Aufnahme.
16. Loqi-Tasche. Produktfotografie Webshop Shooos. Abgerufen am 12.11.2024 von <https://www.shooos.at/product/loqi-felice-rix-fabric-pattern-web-for-the-wiener-werkstaette-recycled-bag-fr-we-r>
17. Keramiktasse *Gespinst*. Produktfotografie MAK Design Shop. Abgerufen am 31.03.2025 von https://www.makdesignshop.at/products/keramiktasse-rix-gespinst?_pos=1&_sid=b65c80e7f&_ss=r

7.3 Medialer Gebrauch der „Gespinst“-Fotografien

7.3.1 Positionierung des Mustermotivs in den Ausstellungen und den ausstellungsbegleitenden Medien

Ein Schaukasten in der Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* präsentierte eine Reihe von Rix-Uenos Entwürfen. Der Ausstellungsbereich, in dem die große Vitrine platziert wurde, beschäftigte sich vor allem mit dem neuen Frauenbild der Kunstgewerblerin und befand sich im letzten Drittel des Rundgangs. Das *Gespinst* war im Rahmen der musealen Inszenierung also lediglich eines unter vielen Stoffmustern. Die Fragmente wurden unauffällig zwischen zahlreichen anderen Mustermotiven platziert, sodass sie in der Fülle der Exponate, trotz ihrer prominenten Inszenierung in den Begleitmedien zur Ausstellung nur schwer auffindbar waren.

Die Objektgruppe *Gespinst* wurde in den Farbkombinationen Weiß-Orange-Schwarz, Schwarz-Weiß-Rot und Blau-Magenta-Schwarz im letzten Drittel der Schauvitrine gezeigt. Das Stofffragment in Blau-Magenta-Schwarz wurde unterhalb der Farbvarianten Weiß-Orange-Schwarz und Schwarz-Weiß-Rot präsentiert. Die Farbversion Weiß-Orange-Schwarz wurde mit der WW-Marke verdeckt auf der Rückseite gezeigt, vermutlich, um einen einheitlichen visuellen Effekt in der Präsentation zu erzielen: Alle Y-Formen streben nach oben, wodurch der Fokus auf den Farbvariationen liegt. Das mit dem *Gespinst* verwandte Design *Gespann* wurde rechts angrenzend an die Motivgruppe positioniert. Zentral in der Vitrine, direkt neben den *Gespinst*-Fragmenten, war der Entwurf *Mohn* (B20) ausgestellt.

In der Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten* begegnete mir das Musterdesign erneut. Diesmal wurden die Stoffmusterstücke aber nicht gesammelt in einer Vitrine, sondern einzeln gehängt in Bilderrahmen an einer Wand gezeigt. Auch in dieser Ausstellung war das Stoffmuster *Gespinst* insgesamt drei Mal vertreten: Zwei Mal gerahmt und gehängt und einmal in Kombination mit einem Anwendungsbeispiel. Die Wandbildergruppe befand sich direkt nach der mit biografischen Informationen zur Künstlerin beklebten Fläche im Eingangsbereich der Ausstellung. Dieser Bereich präsentierte zahlreiche, mir bereits bekannte Stoffmuster der Künstlerin, wobei die Farbgebung der Stoffe im Vergleich zur Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* variierte.

Die Rahmung der Stofffragmente verlieh den Motiven, im Gegensatz zur Schaukasteninszenierung im Jahr 2021, die Anmutung einzelner Werke. Auf der Wand waren insgesamt 47 Entwürfe von Rix-Ueno versammelt, wobei *Gespinst* und *Gespann* im ersten Viertel positioniert wurden. Die *Gespinst*-Ausführung mit Schutzmarke in Weiß-Orange-Schwarz wurde als Exponat mit der Nummer drei platziert, wobei das Stoffstück so präsentiert wurde, dass die Marke lesbar ausgerichtet war und die Y-Formen nach unten zeigten. Wie im Jahr 2021 wurden die Motivvariationen *Gespinst* und *Gespann* 2023 in räumlicher Nähe zueinander platziert: Die blau-magenta-schwarze Variante des *Gespinsts* als Bild mit der Nummer zehn und anschließend daran die Variation *Gespann* in Dunkelblau-Hellgrau mit der Nummer 14.

Die Farbvariante des *Gespinsts* in Schwarz-Rotorange-Schwarz wurde in einer paraventartigen Faltvitrine präsentiert, kombiniert mit dem Ausdruck einer Schwarz-Weiß-Fotografie jener Lampe von Josef Hoffmann (B7) die mit dem Stoffmuster, vermutlich in der Variante Schwarz-Weiß-Rot, bespannt wurde. Die

Größe des Stofffragments beeinflusste möglicherweise die Auswahl, weshalb es dem schwarz-weiß-roten Exemplar vorgezogen wurde. Die charakteristische Lagerfalte, die auf der Fotografie in der Online-Sammlung sichtbar ist, fehlte beim in der Ausstellung gezeigten Exemplar. Dies könnte darauf hindeuten, dass der Seidenstoff vor der Präsentation gebügelt wurde oder dass es sich um ein anderes Fragment als jenes auf der Objektfotografie handelt. Das Stoffstück wurde auf einem Papierbogen montiert und mithilfe von Pinnnadeln in der Vitrine fixiert. Die Faltvitrine präsentierte zudem den Entwurf *Mohn* (B20) sowie weitere Muster, ergänzt durch Entwürfe für mögliche Anwendungsbeispiele.





23.



24.

18. Vitrine Stoffmuster Felice Rix-Ueno. Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, MAK, Wien 2021. Eigene Aufnahme.
19. Objektgruppe *Gespinst*. Ebenda.
20. Ausschnitt Wandpräsentation Stoffmuster. Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*, MAK, Wien 2023. Eigene Aufnahme.
21. *Gespinst* Weiß-Orange-Schwarz. Ebenda.
22. *Gespinst* Blau-Magenta-Schwarz. Ebenda.
23. *Gespinst* Schwarz-Rotorange-Schwarz mit Lampe Josef Hoffmann. Ebenda
24. Faltvitrine: Stoffmuster und Anwendungen. Ebenda.

7.3.2 Mediale Nutzung vs. physische Präsentation: Ausstellungsobjekte im Vergleich

Um die Unterschiede zwischen der medialen Nutzung von Ausstellungsobjekten und ihrer physischen Präsentation in der Ausstellung zu verdeutlichen, werden im Folgenden zwei Exponate der Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* analysiert, die in den ausstellungsbegleitenden Medien eine besonders prominente Rolle spielten: ein historisches Gruppenfoto, das fünf Frauen in der Wiener Werkstätte zeigt und der Zigarrenschrank von Rose Krenn. Deutlich wird, dass Funktionen und Bedeutungen eines Objekts je nach medialer Repräsentation und musealer Präsentation variieren können.

Das Gruppenfoto wurde medial mehrfach genutzt²⁵, um die Frauen der Wiener Werkstätte zu repräsentieren und die Ausstellung zu bewerben. Vor Ort im Museum wurde das Gruppenfoto lediglich kleinformig zwischen anderen Exponaten platziert, was zunächst irritierend wirkte. Es stellte sich jedoch heraus, dass es primär als Anschauungsbeispiel für den Entwurf einer Spitzendecke diente, die im Hintergrund der Fotografie sichtbar war. Das Foto erfüllte medial

²⁵ Als Bilddatei in der Medienrubrik der Webseite, als Titelbild auf Pinterest, in der DigiStory, als Anzeigebild auf der Webseite, im Vorwort der Publikation (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 6) sowie als Beitragsbild in mehreren Social-Media-Posts auf Facebook und Instagram.

eine repräsentative und werbende Funktion, während es im Ausstellungsraum eher ergänzenden Charakter hatte.

Der Zigarrenschrank wurde als Leitobjekt der Ausstellung hervorgehoben und medial inszeniert²⁶. Seine besondere Bedeutung wird durch die Platzierung im Eingangsbereich deutlich: Dort wurde er als einziges freistehendes Objekt auf einer leicht erhöhten Holzplatte präsentiert, um ihn als Blickfang in Szene zu setzen. Das Exponat wird vom MAK als seltenes Beispiel femininer Möbelkunst narrativ gerahmt, da es von einer Frau für ein Herrenzimmer entworfen wurde, zu einer Zeit, in der dies unüblich war. Im Gegensatz zu den meisten anderen Objekten der Ausstellung, die aus dem Archiv stammen, ist der Zigarrenschrank Teil der permanenten Schausammlung und somit unabhängig von der „Frauenausstellung“ ein zentrales Objekt des Museums.



25. Gruppenfoto. Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, MAK, Wien 2021. Eigene Aufnahme.

26. Zigarrenschrank. Ebenda.

Das Stoffmuster *Gespinst* war in der Medienrubrik beider untersuchten Ausstellungswebseiten in der Farbgebung Blau-Magenta-Schwarz präsent. Auf der Webseite zur Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024a) wurde ein Ausschnitt der Objektfotografie

²⁶ Er erscheint im Guide, im Faltblatt für Schulen, in der DigiStory, auf fotografischen Ausstellungsansichten, wird im Audioguide besprochen, ist in das Grafikdesign integriert, im Ausstellungskatalog vertreten (Thun-Hohenstein et al., 2020, S. 16) und wird zudem im Social-Media-Auftritt auf Facebook und Instagram thematisiert.

dargestellt, der das erste Drittel des Gesamtbildes zeigt²⁷. Auf der Webseite zur Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten* (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024d) war das Stoffmuster ebenfalls in die Medienrubrik eingebettet, dort als Highlight in vollständiger Ansicht²⁸. Die Abbildung des Stoffmusters *Gespinst* und des *Kimonos aus dem WW-Stoff Donnerwetter* (B21) waren im Medienbereich beider Ausstellungswebseiten präsent, was darauf hinweist, dass diese Objekte medial intensiver genutzt wurden als andere thematisch verwandte Ausstellungsobjekte.

Die Webseite zum Forschungsprojekt *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, die während der Laufzeit lediglich als ungültiger Link angezeigt wurde, zeigte in der Archivversion eine Bildergalerie mit vier mehrfach verwendeten Abbildungen (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024b). Darunter befand sich ein kleiner Ausschnitt aus dem ersten Drittel der digitalen Objektfotografie der Stoffmustervariation *Gespinst*. Alle Bilder waren Teil der Mediensektion der Ausstellungswebseite und wurden mehrfach in die Ausstellungspräsentation integriert.

In der Publikation zur Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten* erschien die Objektfotografie *Gespinst* in Blau-Magenta-Schwarz auf Seite 59 in Kombination mit der Schwarz-Weiß-Fotografie der Lampe von Josef Hoffmann (B7). Wie in der Ausstellung diente die Präsentation dem Vergleich zwischen dem Stoffmusterentwurf und dessen Anwendung an einem Objekt. Auf dem Flyer zum Audioguide wurde das Stoffmuster am unteren Ende der englischsprachigen Seite, rechts direkt neben dem QR-Code platziert.

Als gestalterisches Element für verschiedene Merchandise-Artikel trat es im Museumsshop in vielfältiger Form auf: Es war auf Bleistiften und Notizbüchern abgebildet, diente als dekoratives Motiv für Geschenkpapier, Tragetaschen und Lesezeichen. Bei der Ausstellung 2021 war das Stoffmuster im MAK Design Shop stärker präsent als bei der Folgeausstellung zu Rix-Ueno im Jahr 2023. Lediglich die Bleistifte im entsprechenden Design waren noch im Sortiment. Mit der neuen Ausstellung wurden neue Produkte eingeführt, die das aktualisierte Ausstellungenskonzept widerspiegeln.

Das Motiv in der Farbversion Weiß-Orange-Schwarz war sowohl in der Ausstellung 2021 als auch in der Folgeausstellung 2023 Teil der Pressebilder, die vom MAK

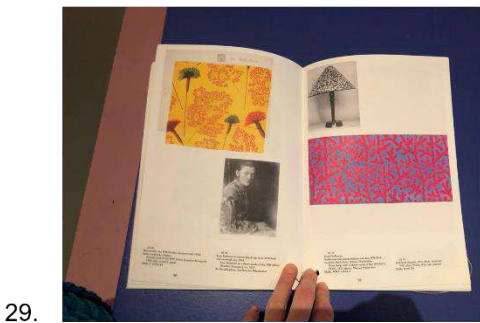
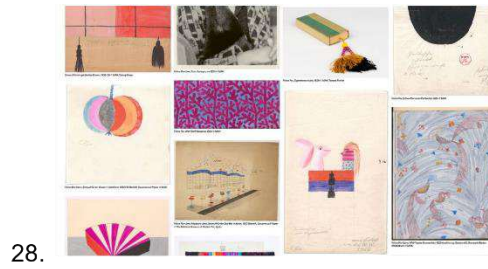
²⁷ Abbildung 9/33.

²⁸ Abbildung 6/32.

zum Download bereitgestellt wurden. Die Wochenzeitung *Falter* (Scheyerer, 2023) platzierte die Abbildung des Stoffmusters im Rahmen der medialen Ankündigung der Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten* in gleicher Größe neben dem Portrait von Felice Rix-Ueno. Ebenso zierte das Motiv das Cover des Jahresberichts 2021 (Schwarz-Jungmann). Auf der Plattform Pinterest erschien die Variation im Zusammenhang mit der musealen Schau *Die Frauen der Wiener Werkstätte* neben dem Portrait von Rix-Ueno. Während das *Gespinst* im *Falter*-Artikel und auf Pinterest nach oben strebte und die WW-Schutzmarke auf dem Kopf stand, schienen die korallenartigen Verästelungen auf dem Cover des Jahresberichts nach unten zu wachsen. Das Etikett wurde in der oberen rechten Ecke in Leserichtung platziert, da es in diesem Fall eine repräsentative Funktion für das Museum erfüllte.

In der Grafik zur Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* war das *Gespinst* in der Farbkombination Schwarz-Rotorange-Schwarz mehrfach integriert: einmal in der Bubikopf-Frisur der stilisierten Frauenfigur und ein weiteres Mal in der Oberlippe des Gesichts, jedoch nur als Teilstück eines Quadrats. Die digitalfotografische Reproduktion wurde hier in ein neues Werk integriert, dessen Einzelteile selbst Reproduktionen darstellen. Zudem fand sich das Stoffmuster auf der zweiten Seite des Vorsatzpapierbogens des Ausstellungskatalogs wieder, wobei es sich um dieselbe Darstellung in Schwarz-Rotorange-Schwarz handelte.

Die auffällige Falte im Stoffstück deutet auf eine Übereinstimmung mit der in der MAK Sammlung Online gezeigten fotografischen Abbildung hin. Bemerkenswert ist, dass gerade die Fotografie mit den sichtbaren Lagerfalten für die grafische Gestaltung genutzt wurde. Ob diese Entscheidung bewusst getroffen wurde, bleibt unklar. Als eigenständiges Objekt wurde das *Gespinst* im Katalog nicht präsentiert, obwohl im Anschluss an das Kapitel zum Vergleich von Bauhaus und Wiener Werkstätte andere Stoffmusterentwürfe gezeigt wurden. Das Grafikdesign wurde auch für Ausstellungsplakate, Broschüren und verschiedene Onlineformate verwendet. Als Coverbild der Publikation erschien es auch auf digitalen Abbildungen im MAK Design Shop.



27. Auszug Ausstellungswebseite (Archivversion). Screenshot Medien zur Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*. Abgerufen am 05.04.2025 von https://www.mak.at/programm/ausstellungen/die_frauen_der_wiener_werkstaette?reserve-mode=reserve&event_id=1569708793781
28. Auszug Ausstellungswebseite (Archivversion). Screenshot Medien zur Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*. Abgerufen am 05.04.2025 von <https://www.mak.at/felicerixueno>
29. *Gespinst* mit Lampe in Ausstellungskatalog. Publikation STERNE, FEDERN, QUASTEN - Die Wiener-Werkstätte-Künstlerin Felice Rix-Ueno (1893–1967), Birkhäuser 2023. Eigene Aufnahme.
30. bis 33. Merchandise-Artikel *Gespinst*. MAK Design Shop. Eigene Aufnahmen.
34. Portrait Felice Rix-Ueno mit *Gespinst*. Screenshot Pressebilder in Falter-Artikel. Abgerufen am 25.10.2024 von <https://www.falter.at/zeitung/20231212/wer-die-quaste-nicht-ehrt>
35. Cover MAK Jahresbericht 2021. Screenshot. Abgerufen am 15.01.2024 von <https://www.mak.at/jart/prj3/mak-resp/images/img-db/1649083923926.pdf>
36. Titelbild Audiotour *Die Frauen der Wiener Werkstätte*. Screenshot Mobilversion. Ursprünglich abgerufen am 23.05.2023, aktueller Link: <https://soundcloud.com/makwien/sets/die-frauen-der-wiener>

7.4 Museale Strategien der Sichtbarmachung

7.4.1 Kooperationen: Loqi, Akris, Linden und Österreichische Post

Im Rahmen der Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* kooperierte das MAK mit Loqi (LOQI GmbH, 2024), um eine Tragetasche mit dem Stoffmustermotiv *Gespinst* in Blau-Magenta-Schwarz (MAK Design Shop, 2024a) zu entwickeln, die als Bestandteil der Ausstellungskommunikation und als kommerzielles Produkt eingesetzt wurde. Das Unternehmen kollaboriert mit Künstler:innen, Museen, Kulturinstitutionen und anderen Marken und bringt künstlerische Werke auf recycelten Materialien als Taschen in Umlauf. Im Rahmen eines Gewinnspiels zur Ausstellung wurde die Tragetasche prominent in den sozialen Medien präsentiert. Neben der musealen Vermarktung erfolgte der Vertrieb über die Unternehmenswebsite von Loqi und weiteren Webshops. Dadurch wurde das *Gespinst*-Design als fotografische Produktdarstellung wiedergegeben, einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht und zugleich durch den Alltagsgebrauch als „Shopper“ aktualisiert.

Die Kollektion *Spring/Summer 2024* von Akris wurde unter dem Titel *Neue Mode inspiriert von Felice Lizzi Rix-Ueno* (Akris AG, 2024b) präsentiert. Ein YouTube-Video hielt die Fashion Show zur Kollektion fest, wobei sich das Gesamtkonzept der Modenschau am Entwurf *Mohn* (B20) orientierte und in einer stilvollen Szenerie inszeniert wurde: Ein schwarzer Flügel auf einer weißen Bühne und Live-Musik begleiteten die Auftritte der Mannequins, während ein kunstvoll gestaltetes Mohnblumenfeld als Bühnendekoration den thematischen Bezug zum Entwurf unterstrich. (Akris AG, 2024c) Die Kollektion *Prefall 2024* knüpfte an diese

Auseinandersetzung an. Biografische Informationen und Bildmaterial aus dem MAK wurden sowohl auf den Konzeptwebseiten zu den Designreihen als auch in begleitende Kommunikationsmaßnahmen integriert. (Akris AG, 2024a, 2024c)

Das Marketing-Narrativ der Kollektionen basierte auf der Verwendung von Rix-Uenos Kosenamen *Lizzi*, der zur Emotionalisierung beitrug, indem er eine persönliche und vertrauliche Ansprache schaffte und der Kampagne und den Designs eine lockere, spielerische Ausstrahlung verlieh. Elemente wie das „Fantasiekonzept“²⁹ wurden gezielt eingesetzt: „Diese Kollektion feiert die unerschöpfliche Vorstellungskraft der «Fantasie». Eine Hommage an Lizzi - und an alle Frauen, die überraschen. Willkommen im Lizzi-Land!“ (Akris AG, 2024c). Zentrale Motive wie Sterne, Federn beziehungsweise Vögel und Quasten, die auch in der musealen Inszenierung hervorgehoben wurden, standen im Fokus. Die narrative Strategie ermöglichte eine inhaltliche Verbindung zwischen der Ausstellung im Wiener MAK und den Kollektionen des Schweizer Modehauses.

Das japanische Unternehmen Linden (Linden co.,Ltd, 2023b) brachte die Künstler:innen-Edition *L.Rix Fantasy* heraus, die ebenso auf Entwürfen von Rix-Ueno basiert. Die Tapeten der Künstler:innen-Edition wurden in einem traditionellen Surfaceprint-Verfahren auf einer 150 Jahre alten Druckmaschine in England produziert. Ergänzend wurden dekorativ-funktionale Alltagsgegenstände wie Postkarten, Raumdüfte im Musterdesign, Tücher, Notizhefte, Klebebänder, Tassen und vieles mehr angeboten (Linden co.,Ltd, 2023c). Die Produkte verdeutlichen die Strategie, künstlerische Motive nicht nur ästhetisch, sondern auch funktional zugänglich zu machen und in den Alltag zu integrieren. Die Tapeten waren auch Teil der Ausstellungsgestaltung von *Sterne, Federn, Quasten*, wobei mittels QR-Code eine direkte Verlinkung vom Ausstellungsraum zum MAK Design Shop hergestellt wurde.

Auch bei dieser Zusammenarbeit stand das „Fantasiekonzept“ der Künstlerin sowie die Verbindungen zu Japan und zum Handwerk im Zentrum des Marketingnarrativs. Der 130. Geburtstag der Künstlerin wurde gezielt zur Präsentation der Edition genutzt (Linden co.,Ltd, 2023a). Entwürfe, Fotografien, biografische Informationen, das MAK selbst, sowie der Herstellungsprozess der

²⁹ Akris schreibt dazu: „Lizzi war davon überzeugt, dass nur die innere Kreativität zu einer eigenen Identität führen kann, wobei sie vor allem an die unerschöpfliche Ausdruckskraft des Handwerks glaubte.“ (Akris AG, 2024c); „Lizzis Blick auf das Leben war außergewöhnlich. Ihr ging es [sic] nicht darum die Natur realistisch abzubilden, sie kreierte [sic] ihre eigene bunte Welt. Ihr Design wurde von Freude [sic], Lebenslust und vor allem von ihrer Fantasie bestimmt [sic].“ (Akris AG, 2024a).

Tapeten wurden in YouTube-Videos veranschaulicht (Linden co.,Ltd, 2023a). Die kunstinspirierten Alltagsgegenstände wurden auch auf der Instagram-Seite zur Künstler:innen-Edition als wiederkehrender Content präsentiert und mit Fotografien von Originalentwürfen aus dem MAK kombiniert (l.rixfantasy, 2023).

Eine weitere Kooperation wurde zwischen der Österreichischen Post (Österreichische Post, 2024) und dem MAK im Rahmen der Philatelie initiiert, bei der museale Sammlungsentwürfe zur Gestaltung und Produktion von Sonderbriefmarken herangezogen wurden (Österreichische Post, 2023). Der so entstandene Markenblock enthielt zwei Motive: einen unverwirklichten Briefmarkenentwurf von Dagobert Peche aus dem MAK-Postarchiv, sowie den Entwurf für den Stoff *Geranie* (B21) von Felice Rix-Ueno. Die Ausgabe erfolgte anlässlich des 120-jährigen Jubiläums der Wiener Werkstätte sowie des 100. Todestages von Peche und des 130. Geburtstages von Rix-Ueno.

Die offizielle Übergabe der Briefmarken fand in der Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten* vor dem Exponat des Stoffentwurfs *Geranie* statt. Dabei wurden mehrere Reproduktionsebenen in Szene gesetzt: Der Stoffentwurf wurde als Briefmarke auf einem Markenblock reproduziert, der Markenblock wiederum auf einem gelben Postplakat abgebildet. In der Ausstellung präsentierten Stellvertreter:innen des MAK³⁰ und der Post³¹ den Markenblock in einem Plexiglasständer sowie das Postplakat vor dem originalen Exponat. Eine Fotografie dieser Präsentation dokumentierte und vervielfachte diese Reproduktionen wiederum, wobei sowohl der Stoffentwurf als auch die Briefmarken und deren Darstellungen in einen neuen Kontext eingebunden wurden.

Motive wie *Mohn* (B20), *Geranie* (B22) und *Vogel aus Papiermaché* (B23) wurden von Akris, Linden und der Österreichischen Post parallel verwendet, das *Gespinst*-Design nur von Loqi in Zusammenarbeit mit dem MAK. Die Ansätze der Unternehmen bei der Reproduktion der musealen Entwürfe unterscheiden sich vor allem im Grad der Nähe zum Originalwerk: Entweder handelte es sich um direkte Reproduktionen oder kreative Weiterentwicklungen, die so einem breiten Publikum zugänglich gemacht wurden.

Bei den Loqi-Taschen wurde das Motiv grafisch bereinigt, wodurch zwar die Verbindung zum Original erhalten blieb, es jedoch zu einer visuellen Vereinfachung und Modernisierung kam. Durch subtile Neugestaltungen

³⁰ Kuratorin Anne-Katrin Rossberg und Generaldirektion Lilli Hollein.

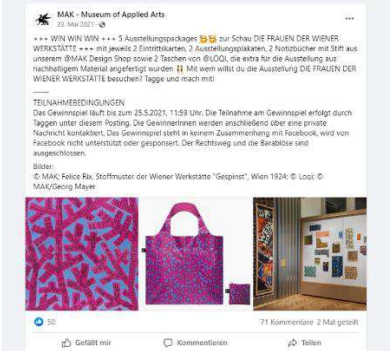
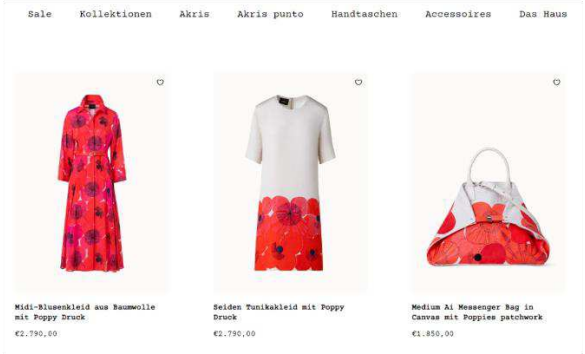
³¹ Leiterin der Philatelie Patricia Liebermann.

interpretierte das Modeunternehmen Akris die historischen Entwürfe, ohne sich deutlich von den Originalentwürfen zu entfernen. Die Tapeten von Linden wurden originalgetreu unter Beibehaltung der historischen Drucktechnik reproduziert, da hier Authentizität im Vordergrund stand. Die Sonderbriefmarken der Österreichischen Post setzten das Motiv ohne umfangreiche Adaption um, passten es jedoch an die technischen und gestalterischen Anforderungen des Briefmarkenformats an.

Das MAK nutzte den Loqi-Merchandise-Artikel Tragetasche als Mittel zur Identitätskommunikation und Erweiterung seiner Reichweite, wobei die Zusammenarbeit ganz dem Markencharakter von Loqi entsprach. Das Unternehmen hebt insbesondere den Nachhaltigkeitsaspekt seiner Taschen hervor, die mehrfach zertifiziert und nach eigenen Angaben nachhaltig sowie CO₂-neutral produziert werden. Durch die Kollaboration erhielt die Kunststofftasche kulturellen Wert, während das MAK im Gegenzug davon profitierte, ein nachhaltiges Produkt, das seinem Image als *Grünes Museum* (Museum für angewandte Kunst Wien, 2024c) entspricht, zu einem erschwinglichen Preis von 15 Euro im Design Shop anbieten zu können.

Der von Akris-Designer Kriemler betonte Bezug zu Funktionalität und Handwerk (Akris AG, 2024c), sowie der Einheit von Kunst und Leben (Schwarz-Jungmann et al., 2023, S. 18) fügt sich ebenso nahtlos in die Identität und Geschichte des MAK ein, denn auch die Wiener Werkstätte nutzte Modeschauen zur Präsentation des Unternehmens (Neiß, 2004, S. 153), um ein bestimmtes zahlungskräftiges Klientel anzusprechen. Die Kooperation zwischen dem Sponsor und dem Museum generierte wechselseitige Synergieeffekte: Das Museum profitierte von erhöhter Sichtbarkeit und erreichte durch die Marketingaktivitäten des Modeunternehmens ein finanzstarkes Publikum. Gleichzeitig gewann das Modelabel kulturelles Prestige und Glaubwürdigkeit durch die Verbindung mit dem historischen Kontext. Die Kollektionen aktualisierten die historischen Exponate und betonten deren kulturelle Relevanz, während das Storytelling mit Ausstellungs- und Publikationsinhalten eine kohärente Erzählung schuf, die beide Marken stärkte.

Im Hinblick auf die über 100 Jahre alte Drucktechnik wie sie vermutlich auch von William Morris zur Zeit der Arts and Crafts-Bewegung in England oder von der Firma Salubra 1928 im Auftrag der Wiener Werkstätte angewandt wurde, lässt sich auch ein Bogen von der Linden-Produktion zur Identität des MAK spannen. Dabei können auch Parallelen zur Wiener Werkstätte gezogen werden, wenn es um die Gestaltung von Alltagsgegenständen und Wohnraumdekor geht.

37. 
38. 
39. 
40. 
41. 
Tapete MOHN - Design Felice Rix-Ueno
€180,00
42. 
マスキングテープ ブックカバー メモ ポストカード
ペンスタンドホルダー ダストボックス ハンカチ リードディフューザー
43. 



37. Gewinnspiel Loqi-Taschen. MAK-Facebook-Posting. Abgerufen am 06.12.2022 von <https://www.facebook.com/MAKVienna/posts/pfbid04hmdhGeQa2TenBEKDbsSGMmyu3Mq19RMLApbcwGzhu99QdsRUX6xwP7297JAdyaUI>
38. Fashion Show Akris. Screenshot Youtube. Abgerufen am 31.01.2024 von <https://www.youtube.com/watch?v=NSZW5b1XJJ0>
39. Modelle der Kollektion Spring/Summer 2024. Screenshot Webshop Akris. Abgerufen am 15.07.2024 von <https://de.akris.com/collections/spring-summer2024>
40. Adaption des musealen Entwurfs *Vogel aus Papiermaché*. Screenshot Webshop Akris. Abgerufen am 20.07.2024 von <https://de.akris.com/collections/prefall-2024>

41. Tapete Mohn aus der Produktlinie L.Rix Fantasy von Linden. Screenshot MAK Design Shop. Abgerufen am 05.04.2025 von <https://www.makdesignshop.at/products/tapete-blutengarten-design-felice-rix-ueno>
42. Produkte L.Rix Fantasy. Screenshot Website Linden. Abgerufen am 03.04.2025 von <https://linden-sunrock.jp/brand/l-rix-fantasy/>
43. Übergabe Sonderbriefmarken Österreichische Post. Screenshot aus MAK-Artikel, Fotos © Stefanie J. Steindl. Abgerufen am 08.12.2024 von https://www.mak.at/artikel&article_id=1696416519814

7.4.2 Das „Gespinst“ in Social-Media-Beiträgen: Facebook und Instagram

Die digital-fotografischen Abbildungen der Stofffragmente in Blau-Magenta-Schwarz und Weiß-Orange-Schwarz wurden besonders häufig im Zusammenhang mit den untersuchten Ausstellungen in den sozialen Medien Facebook und Instagram eingesetzt. Ausgewählte Beiträge des MAK auf diesen Plattformen werden daher nach dem Dreischichtmodell Zeichenmodalität- Genre- Medium nach Bateman und Sachs-Hombach (2019) analysiert. Untersucht wird, wie visuelle und textuelle Elemente in den Beiträgen kombiniert werden, welche kommunikativen Funktionen sie erfüllen und wie die technischen Affordanzen der Meta-Plattformen Facebook³² und Instagram³³ Bedeutung und Funktion der Reproduktionsfotografien beeinflussen. Soziale Interaktionsmodalitäten wie Kommentare, Likes und damit die Rezeption der musealen Social-Media-Beiträge bleiben unberücksichtigt. Ebenso werden jene Postings, in denen die Exponate auf fotografischen Ausstellungsansichten oder im Zusammenhang mit der Ausstellungsgrafik erscheinen nicht einbezogen.

Die Facebook- und Instagram-Postings des MAK zeigen ein einheitliches Erscheinungsbild durch Accountnamen³⁴ und Logo mit dem Wappentier Greif als Profilbild, entsprechend dem Corporate Design des Museums. Die Elemente sind Teil des jeweiligen Plattformlayouts der Beitragsformate. Inhalte wie Bilder, Texte, Sprache, Emojis, Hashtags, Verlinkungen und Copyright-Angaben variieren. Die Beitragsbilder werden an die jeweiligen Plattformen angepasst, beispielsweise durch die Verwendung von Bildausschnitten, um der Plattformästhetik des Mediums gerecht zu werden. Die Darstellung wird maßgeblich durch die technischen Spezifikationen der jeweiligen Plattformen beeinflusst, wie zum Beispiel durch die Vorgaben für spezifische Bildformate oder die Begrenzung der Zeichenanzahl in Bildunterschriften.

³² Analyse auf Grundlage der Desktop-Ansicht.

³³ Analyse auf Grundlage der Darstellung für mobile Geräte.

³⁴ Bei Facebook lautet dieser MAK - Museum of Applied Arts und bei Instagram mak_vienna.

Das Gewinnspiel: Gespinst-Ausstellungspackages

Am 23. Mai 2021, zu Beginn der Ausstellungslaufzeit von *Die Frauen der Wiener Werkstätte* veröffentlichte der Facebook-Account des Museums einen Beitrag (Museum für angewandte Kunst Wien, 2021c), bei dem das Stoffmuster *Gespinst* in Blau-Magenta-Schwarz im Rahmen eines Gewinnspiels im Zentrum stand. Es wurden „Ausstellungspackages“ verlost, die aus zwei Eintrittskarten, zwei Ausstellungsplakaten, zwei Notizbüchern mit Stift aus dem MAK Design Shop und zwei Tragetaschen der Loqi-Kooperation bestanden. Die Teilnahme am Gewinnspiel erfolgte durch das Markieren einer weiteren Person im Kommentarbereich. Die Fragestellung „Mit wem willst du die Ausstellung DIE FRAUEN DER WIENER WERKSTÄTTE besuchen?“ regte zur Interaktion an. Auf Instagram wurde ebenfalls ein Beitrag zum Thema veröffentlicht (Museum für angewandte Kunst Wien, 2021d), jedoch ohne die Verlosung direkt dort durchzuführen. Stattdessen verwies der Post auf das Gewinnspiel auf Facebook, wodurch die Interaktion zwischen den Plattformen strategisch verknüpft wurde.

Die Beitragsbilder zeigten einen Ausschnitt der *Gespinst*-Objektfotografie, wie er auch auf der Ausstellungswebseite in die Medienrubrik integriert wurde, eine Abbildung der Taschen von Loqi auf weißem Hintergrund sowie eine Ausstellungsansicht auf dem ein Wiener-Werkstätte-Plakat und Stoffmusterfragmente in einer Schauvitrine zu sehen waren. Im Unterschied zum Beitrag auf Facebook wurde im Instagram-Post lediglich der Fotoausschnitt des *Gespinsts* in Blau-Magenta-Schwarz verwendet. Der auf Deutsch verfasste Facebook-Beitrag begann mit den englischen Worten „+++ WIN WIN WIN +++“, wodurch auf den ersten Blick erkennbar war, dass es sich um ein Gewinnspiel handelte. Die Großschreibung in Kombination mit den Plus-Symbolen lenkte gezielt die Aufmerksamkeit auf den Beitrag. Auch der Ausstellungstitel wurde im Text zu Bewerbung der Ausstellung in Großbuchstaben geschrieben. Der Einsatz der Partygesicht-Emojis 🥳 sollte vermutlich die Freude über einen möglichen Gewinn betonen. Das „Hasenohren“-Emoji 🐰, das zwei Frauen mit Hasenohren in tanzender Pose zeigt, verdeutlichte das Prinzip der Verlosung, indem es darauf hinwies, dass eine zweite Person markiert werden sollte.

Der Instagram-Beitragstext war zweisprachig verfasst (Deutsch und Englisch). Er stellte eine emotionale Verbindung zur Ausstellung her, was durch den einleitenden Satz „Wir bekommen nicht genug von den Frauen der WW und von diesem wunderbaren Stoff mit dem Titel ‚Gespinst‘ von Felice Rix.“ sowie den dreifachen

Einsatz des 🥰 „überwältigt Emoji“ unterstrichen wurde. Das „funkelnde Herz“ 💖 fand dreifach Verwendung, um eine positive Reaktion auf das Gewinnspiel zu vermitteln. Die genutzten Hashtags bezogen sich auf die laufende Ausstellung und das Museum. In beiden Social-Media-Beiträgen wurden sowohl eine Verlinkung zum MAK Design Shop, als auch zum Kooperationspartner Loqi eingebunden. In der Zusammenschau ergänzten sich visuelle und textuelle Zeichenmodalitäten multimodal: Das erste Beitragsbild im Facebook-Post brachte das Muster der Merchandise-Produkte zur Geltung, während die Abbildung der Tragetaschen die Verbindung zum Shop und dem Kooperationspartner veranschaulichte. Die Ausstellungsansicht diente der Ausstellungsbewerbung. Im Instagram-Posting wurde die digitale *Gespinst*-Darstellung gezielt verwendet, um eine intermediale Verbindung zum Gewinnspiel auf Facebook herzustellen.

Jubiläum: Todestag

Am 15. Oktober 2023 thematisierte ein Facebook-Post (Museum für angewandte Kunst Wien, 2023b) den Todestag von Rix-Ueno, der sich genau an dem Tag jährte, als der Beitrag ausgespielt wurde. Er diente zugleich der Ankündigung der ab November 2023 laufenden Ausstellung *Sterne, Federn, Quasten*. Der Jubiläumstag bot einen gezielten Anlass, die Ausstellung vorzustellen und ins öffentliche Interesse zu rücken. Ein entsprechender Beitrag wurde auch auf Instagram online gestellt (Museum für angewandte Kunst Wien, 2023a), der sich nur in einigen Feinheiten unterschied. Das Stoffmuster *Gespinst* wurde in Verbindung mit weiteren prominenten, medial häufig verwendeten Ausstellungsobjekten gezeigt.

Das erste Beitragsbild zeigte eine historische Portraitfotografie der Künstlerin, die in der Ausstellung ein zentrales Element der Bewerbung und Präsentation war. Das zweite und dritte Bild veranschaulichten das Stoffmuster *Gespinst* in den Farbvarianten Blau-Magenta-Schwarz und Weiß-Orange-Schwarz. Ebenso waren ein Zigarrenschuber, der sowohl Teil der Ausstellungsgrafik von *Die Frauen der Wiener Werkstätte* als auch der Medienrubrik der Folgeausstellung *Sterne, Federn, Quasten* war, sowie ein Perlbeutel, der in beiden Ausstellungen präsentiert wurde, in den Post eingebunden. Im Instagram-Beitrag wurde ein Bild ergänzt: der Kimono aus dem Stoff *Donnerwetter* (B21), ein ebenfalls oft verwendetes Objektfoto, das sowohl auf beiden Ausstellungswebseiten als auch in beiden Ausstellungen präsent war. Der Beitragstext erschien auf Deutsch und Englisch. Anlässlich des Todestags erfolgte eine Vorstellung Rix-Uenos sowie ein Verweis auf die ab November 2023 startende Ausstellung. Anschließend wurde

Ausstellungstitel und Laufzeit genannt. Der Text gab einen Überblick zum beruflichen Werdegang der Künstlerin, ging auf ihre Ausbildung an der Kunstgewerbeschule bei Josef Hoffmann, ihr vielseitiges Schaffen und ihre Weiterentwicklung zur Universitätsprofessorin und Gründerin eines Designinstituts in Japan ein. Besonders hervorgehoben wurden ihre „hundertentwurfzeichnungen“, insbesondere für Stoffmuster.

Emojis verstärkten die visuelle Kommunikation des Beitrags. Die funkelnden Sterne ✨ und die pinke Schleife 🎀 verwiesen auf den Ausstellungstitel *Sterne, Federn, Quasten*, während die Farbpalette 🎨 und das Bürogebäude 🏢 Rix-Uenos Studienzeit bei Josef Hoffmann symbolisierten. Die Konfettikanone 🎉 in Kombination mit der japanischen Flagge 🇯🇵 stand für ihren Karriereerfolg als Universitätsprofessorin und Institutsgründerin. Nach der Nennung der Kuratorin war neben dem Wort Sponsor ein Stern-Icon ⭐ platziert, das die Verlinkung von Akris im Beitrag markierte. In der Instagram-Version des Posts wurden geringfügige textuelle Änderungen vorgenommen und ein Feder-Bildsymbol zwischen den funkelnden Sternen und der pinken Schleife hinzugefügt, um den Ausstellungstitel noch genauer zu verdeutlichen, wobei die Anpassungen in der englischen Version nur teilweise übernommen wurden. Die Zeichenmodalitäten wirkten im Beitrag zusammen: Rix-Ueno wurde durch textuelle Informationen und eine Portraitfotografie vorgestellt, während die Objektfotografien als Belege ihres Schaffens dienten. Der Text hob insbesondere die Vielzahl an Stoffmusterentwürfen hervor, wobei die beiden Farbvarianten des Musters *Gespinst* exemplarisch präsentiert wurden.

Storytelling: Geschlechterverhältnisse im Stoffmusterbuch und Gestaltung eines Kriegsglases

Am 25. Juni 2021 (Museum für angewandte Kunst Wien, 2021e) und am 17. Dezember 2023 (Museum für angewandte Kunst Wien, 2023d) wurde das weiß-orange-schwarze *Gespinst*-Objektfoto mit dem auf dem Kopf stehenden Etikett in Facebook-Beiträgen veröffentlicht. Im Jahr 2021 kombinierte das MAK die Abbildung mit einer Ausstellungsansicht, die eine Schauvitrine mit Stoffmustern zeigte, ergänzt durch ein Foto einer Mustertafel sowie Darstellungen von Modellbucheinträgen. Auf textueller Ebene thematisierte der Beitrag die Geschlechterverhältnisse vor und nach dem Ersten Weltkrieg im Zusammenhang mit einem Musterbuch für Stoffe. Florale Emojis markierten Verweise auf die Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und die dazugehörigen Führungen,

wobei ein Hyperlink zur Website eingebettet wurde. 2023 wurde die Stoffmusterabbildung in gleicher Darstellung gemeinsam mit einer Fotografie eines Kriegsglases und einer *Sterne, Federn, Quasten*-Ausstellungsansicht publiziert, die das Kriegsglas in einer Tischvitrine zeigt. Auf textueller Ebene wurden biografische Informationen sowie die Entwurfsbereiche, in denen Rix-Ueno tätig war, thematisiert. Der Beitrag rückte das von ihr entworfene Kriegsglas in den Mittelpunkt.

Betrachtet man die Zeichenmodalitäten in ihrer Zusammenschau, so stand das Stoffmuster *Gespinst* im Posting aus 2021 stellvertretend für die Stoffmuster der Wiener Werkstätte, während es 2023 die Vielzahl der Entwürfe und Arbeiten von Rix-Ueno repräsentierte. Emojis markierten die Verweise auf die Ausstellung und die dazugehörigen Führungen und fungierten als visuelle Orientierung hin zu weiterführenden Informationen. Sie wurden außerdem gezielt eingesetzt, um Beitragsinformationen zu verbildlichen, beispielsweise ein Doktorhut-Emoji 🎓 für die Studienzeit oder ein Stern ★ als Verweis auf den Sterndekor des Kriegsglases.

(Wieder)Eröffnungen

Der *Gespinst*-Ausschnitt in Blau-Magenta-Schwarz erschien mehrfach als Instagram-Beitragsbild. Am 29. April (Museum für angewandte Kunst Wien, 2021a) wurde das Stoffmuster in einem Posting gemeinsam mit Exponaten aus der Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*, dem Coverbild des Ausstellungskatalogs und Fotografien zu den laufenden Ausstellungen präsentiert. Die Textebene thematisierte in deutscher und englischer Sprache die Wiedereröffnung des Museums nach dem Lockdown sowie die aktuellen Ausstellungen. Die zahlreich eingesetzten Emojis fungierten als visuelle Marker, die die Zuordnung zu den jeweiligen Ausstellungen unterstützten. Ergänzend kamen Hashtags und Verlinkungen zum Museum und den jeweiligen Ausstellungen zum Einsatz, um die digitale Sichtbarkeit und Reichweite des Beitrags zu erhöhen.

Das Posting vom 30. April (Museum für angewandte Kunst Wien, 2021b) präsentierte das Stoffmuster *Gespinst* ebenso gemeinsam mit dem Covergrafikdesign sowie medial häufig verwendeten Bilddateien, darunter ein historisches Foto von Künstlerinnen der Wiener Werkstätte, der bereits mehrfach erwähnte Kimono (B21) und ein Perlbeutel. Der Beitragstext erschien zunächst in englischer und anschließend in deutscher Sprache, da die Zielgruppe des Posts

vorwiegend aus internationalen Besucher:innen bestand. Das laufende Ausstellungsprogramm wurde durch direkte Ansprache des Publikums mit dem Slogan „Hungrig nach Kunst, Design und Architektur? Im MAK warten zahlreiche neue Ausstellungen wie DIE FRAUEN DER WIENER WERKSTÄTTE auf euch!“ sowie durch einen Gutscheincode beworben. Hashtags und Verlinkungen verwiesen auf die Zusammenarbeit mit dem Wiener Tourismusverband sowie auf das MAK und die Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*.

Das Objektbild *Gespinst* diente in beiden Postings als visuelle Repräsentation der Ausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und unterstützte die gezielte Bewerbung nach den Covid-19-Lockdowns. Während der erste Post eine breit angelegte Marketingstrategie verfolgte, indem er alle temporären Ausstellungen nach der Wiedereröffnung bewarb, richtete sich der zweite Post gezielt an Tourist:innen. Durch die Kombination aus visuellen und textuellen Elementen, mehrsprachiger Kommunikation, Hashtags und Verlinkungen wurde die Reichweite maximiert und die Ausstellung strategisch positioniert.

Am 9. November 2023 (Museum für angewandte Kunst Wien, 2023c) wurde das *Gespinst* in Weiß-Orange-Schwarz erneut als visuelles Element in einem Instagram-Beitrag zur Eröffnung der *Ausstellung Sterne, Federn, Quasten* verwendet. Ergänzt wurde das Bild durch ein historisches Portrait der Künstlerin sowie zwei Kissenentwürfe, die ebenfalls in der Medienrubrik auf der Ausstellungswebseite vertreten waren. Der zweisprachige Beitragstext hob Rix-Uenos vielseitige Schaffensbereiche hervor. Die gezielte Bewerbung der Ausstellung wurde durch einen Link zur Webseite ergänzt. Emojis verstärkten die Textebene, während die Verlinkung zum Sponsor Akris dessen Beteiligung sichtbar machte. Das Stoffmusterexponat stand hier in Verbindung mit weiteren Ausstellungsobjekten exemplarisch für das Gesamtwerk der Künstlerin. Der Beitrag diente der gezielten Bewerbung der Ausstellung und fungiert gleichzeitig als Marketingmaßnahme für den Sponsor.

8. Von einzelnen Fasern zum Muster: Beantwortung der Fragestellung und zentrale Erkenntnisse

Die Analyse verdeutlicht, dass die Bedeutung eines Museumsobjekts nicht fix ist, sondern das Ergebnis eines dynamischen, diskursiven Prozesses. Reproduktionen übernehmen dabei andere Funktionen als das physische Exponat und binden dieses in veränderte Bezugsrahmen ein. Dieses Verständnis knüpft an Halls (2020) Konzept der Artikulation an, das Bedeutungen als nicht festgelegte Verbindungen von Elementen begreift, die nicht notwendig zusammengehören und unter bestimmten Bedingungen immer wieder neu artikuliert werden können (S. 235).³⁵ Übertragen auf das Exponat *Gespinst* ist die Reproduktion keine bloße Kopie, sondern eine Neuartikulation, durch die sich seine Bedeutung verändert. In Ausstellungen, auf Merchandising-Artikeln, in Social-Media-Beiträgen oder in der Onlinesammlung wird das Objekt jeweils unterschiedlich gerahmt, kodiert und wahrgenommen. Ihre Bedeutung ist nie absolut, sondern abhängig von sozialen, historischen, kulturellen und institutionellen Bedingungen.

Obwohl Bedeutungen und Funktionen in der Fragestellung als getrennte Kategorien angeführt wurden (die Funktion bezieht sich auf die vorgesehene Nutzung eines Objekts, die Bedeutung beschreibt dessen diskursive Verankerung), zeigte die Analyse, dass sich die beiden Dimensionen nur schwer isoliert betrachten lassen. Die analytische Trennung der beiden Aspekte diene der systematischen Untersuchung um die ursprüngliche Nutzung des Stoffmusters von seinen späteren Umdeutungen sowie unterschiedlichen Bezugsrahmen zu differenzieren. In der Praxis stehen Funktionen und Bedeutungen aber in wechselseitiger Beziehung: Einerseits kann die Funktion selbst als Bedeutungsebene verstanden werden, andererseits besteht die Funktion eines Ausstellungsobjekts darin, Bedeutung zu tragen, die durch seine Inszenierung geformt wird. Da sich in der Analyse zeigte, dass Funktions- und Bedeutungsebenen weitgehend deckungsgleich sind, erscheint eine Zusammenführung der beiden Dimensionen sinnvoll, um die Wechselwirkungen zwischen den beiden Ebenen besser darzustellen.

Die folgenden Funktions- und Bedeutungsebenen konnten identifiziert werden, diese werden in 8.1 nochmal erläutert:

³⁵ „An articulation is thus the form of the connection that can make a unity of two different elements, under certain conditions. It is a linkage which is not necessary, determined, absolute, and essential for all time.“

1. historisch, erinnernd, identitätsstiftend
2. künstlerisch-handwerklich, materiell, gestalterisch
3. ästhetisch, semiotisch, kommunikativ, vermittelnd, kontextualisierend, narrativ
4. medial, dokumentarisch
5. repräsentativ, ökonomisch, demokratisierend

Angemerkt werden muss, dass die Auflistung niemals vollständig sein kann und offen für Erweiterung und Anpassung bleiben muss, da das *Gespinst* je nach Wahrnehmung, Nutzung und gesellschaftlichem Wandel neue Bedeutungen und Funktionen erhält. Einige der Begriffe lassen sich je nach Rahmung auch als Modi der Mimesis verstehen, wie narrativ, dokumentarisch oder ästhetisch.

8.1 Neue Funktionen, Bedeutungen und Alltagsaktualisierung des „Gespinsts“

Die Fallanalyse hat gezeigt, dass das Stoffmuster *Gespinst* durch digitale Reproduktion neue Funktionen erhält, die seine ursprüngliche Bedeutung erweitern. Es wird zum Repräsentationsobjekt, das insbesondere in der musealen Außenwirkung eingesetzt wird und als Zeichen auf Abwesendes verweist, indem es dieses repräsentiert. Seine Bedeutung entsteht nicht allein mittels seiner Abbildung, sondern wird durch mediale Einbettung geformt und an den jeweiligen Zweck angepasst. Dadurch erhält das *Gespinst*motiv zeitgemäße Relevanz und wird Teil aktueller Kommunikations- und Konsumpraktiken.

Die ökonomische Bedeutung des digitalen *Gespinst*bildes war in den beiden Ausstellungen *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und *Sterne, Federn, Quasten* zentral, da es eine Schlüsselrolle im Museumsmarketing und im Merchandising spielte. Es fand Anwendung auf Shopartikeln, in Social-Media-Kampagnen sowie in der Print- und Online-Kommunikation und prägte somit maßgeblich die visuelle Identität des MAK während den Laufzeiten. In diesem Sinne wurde das *Gespinst* zu einem Aushängeschild, das die Außenwahrnehmung des Museums beeinflusste.

Als Teil eines kulturellen Narrativs vermittelte die digitale Repräsentation der *Gespinst*fragmente Werte, Geschichte und Ästhetik und spielte eine zentrale Rolle in der medialen Inszenierung des Museums. Die digitalen Fotos dienten der Informationsvermittlung aber auch repräsentativen Zwecken in Web- und Printmedien und fungierten auf Plattformen als Vermittler zwischen Museum und

Publikum. Neben der medialen und kommunikativen Nutzung trug die Digitalisierung des *Gespinst*exponats auch zur Erweiterung wissenschaftlicher Zugänge bei: Sie erlaubte nicht nur dessen präzise Erfassung, Dokumentation und Archivierung, sondern durch die Zugänglichmachung in der MAK Online Sammlung auch eine detaillierte Analyse. Zusätzlich wurde seine Sichtbarkeit gesteigert und ein Beitrag zur Demokratisierung von Kunst und Kultur geleistet.

Bildhafte Darstellungen in Social-Media-Beiträgen dienten nicht nur der Abbildung des *Gespinsts*, sondern wurden durch wiederholten Einsatz gezielt als repräsentatives Zeichen für das künstlerische Schaffen der Künstlerin Felice Rix-Ueno und der Wiener Werkstätte Frauen genutzt. Auf Beitragsbildern für Gewinnspiele sowie Postings zu Jubiläums- und Eröffnungstagen war das *Gespinst* Bestandteil von Werbemaßnahmen für museale Angebote, Kooperationspartner und Sponsoren. Ziel dabei war die emotionale und narrative Vermittlung von Inhalten, um das Publikum aktiv einzubinden und so die Interaktion zu steigern.

Informationen wie biografische Eckdaten, die Erwähnung der Studienzeit von Rix-Ueno bei Wiener-Werkstätte-Gründer Josef Hoffmann und Angaben zu ihrem künstlerischen Schaffen wurden bewusst redundant eingesetzt, um eine narrative Kontinuität innerhalb der Social-Media-Kommunikation zu schaffen. Dabei entsprach das narrative *Framing* der *Gespinst*bilder sowohl dem Storytelling im Social-Media-Kontext als auch den Prinzipien musealer Vermittlung. Nur in den Social-Media-Beiträgen zum Gewinnspiel der *Gespinst*-Merchandising-Produkte wurde die Objektfotografie bzw. das Exponat explizit thematisiert. In den übrigen Beiträgen diente das Motiv hingegen primär repräsentativen Zwecken und fungierte als Stellvertreter für etwas Abwesendes, sowie als wiederkehrendes visuelles Element, das zur Identifikation der Ausstellung beitrug.

Auf Shopartikeln blieb das Stoffmuster über die Ausstellungslaufzeiten hinaus als Motiv präsent und verlängerte so seine kulturelle und kommunikative Wirkung. Indem es vom Exponat zum Design wurde, das erworben werden konnte, symbolisierte es die Verbindung von Kultur und Kommerz und spiegelte die wirtschaftliche Dimension des Museums wider. Soziale Medien dienten dabei als kommerzielle Schnittstelle, indem Storytelling als Strategie eingesetzt wurde um das MAK, seine Ausstellungen und Produkte zu bewerben. Als Merchandising-Motiv erhielt das *Gespinst* seine historische Funktion als Konsumprodukt zurück, diente als Identitätsmerkmal des MAK und der beiden Ausstellungen *Die Frauen der Wiener Werkstätte* und *Sterne, Federn, Quasten*. Dabei vollzog sich ein

Wandel von der einst exklusiven Verfügbarkeit des Stoffdesigns für ein wohlhabendes Bürgertum hin zu einem Produkt für ein diverses Museumspublikum. Die Kooperationen des MAK mit den Unternehmen Loqi, Akris, Linden und der Österreichischen Post verdeutlichten das strategische Vorgehen, unterschiedliche Zielgruppen in verschiedenen Preiskategorien anzusprechen.

Der gezielte Einsatz der *Gespinst*-Abbildungen nach ihrer Farbgebung verdeutlichte die strategische Nutzung in verschiedenen Medienkontexten. Die Objektfotografie des Stoffes in Blau-Magenta-Schwarz wurde in den untersuchten Medien hauptsächlich für Marketing und Merchandising genutzt, fand aber auch Anwendung in den Bereichen Vermittlung und Dokumentation. In der Variation Weiß-Orange-Schwarz mit Schutzetikett, das auf seinen historischen Ursprung in der Wiener Werkstätte verweist, konnte die *Gespinst*-Objektfotografie als repräsentatives Leitbild verstanden werden. Eingesetzt wurde es vor allem in den Bereichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Als Cover des Jahresberichts repräsentierte es 2021 die Identität des MAK und dessen Fokus auf eine Schwerpunktaktivität: die Großausstellung *Die Frauen der Wiener Werkstätte*. Als Pressebild unterstrich es die medialen Ausstellungsankündigungen beider untersuchten Ausstellungen. Die Variante Schwarz-Rotorange-Schwarz war als Element im Grafikdesign Teil der gestalterischen Gesamtkommunikation von *Die Frauen der Wiener Werkstätte* in analogen sowie digitalen Medien.

Die Reproduktion des Stoffmustermotivs *Gespinst* in der digitalen und medialen Sphäre führte zu einer kontinuierlichen Aktualisierung im Alltag, indem es fortlaufend in neue inhaltliche Zusammenhänge eingebettet und reartikulierte wurde. Alltägliche museale Routinen und Praktiken der analogen wie digitalen Ausstellungsgestaltung ermöglichten eine fortwährende Bedeutungsverschiebung, die auch gesellschaftliche Wandlungsprozesse sichtbar werden ließ.

8.1.1 Prüfung der Hypothese

Die ursprüngliche Hypothese lautete, dass das Exponat *Gespinst* durch digitale Reproduktion neue Bedeutungen und Funktionen erhält und das Motiv durch virtuelle Repräsentation im Alltag aktualisiert wird, wodurch seine Ausstellbarkeit und Sichtbarkeit gesteigert werden. Die Ergebnisse zeigen, dass die Hypothese teilweise differenziert werden muss:

Das *Gespinst* erhält zwar durch digitale Reproduktion und virtuelle Repräsentation neue Bedeutungen und Funktionen, aber es behält auch seine historische Funktion als auf Alltagsgegenständen angewandtes Stoffmuster bei.

Nachgewiesen werden kann die historische Nutzung für den Wohnbereich, insbesondere für Lampenschirme sowie für Tischdecken und Servietten. Im Unterschied dazu wird das Design in der Gegenwart zur Gestaltung von Museumsshopartikeln wie Taschen, Notizbücher, Geschenkpapier, Stifte oder Lesezeichen verwendet. Ein Bezug zur Bedeutung, die Musterstoffe zur Zeit der Wiener Werkstätte hatten, lässt sich aber eindeutig herstellen. Damals wie heute werden Textilkompositionen, früher im kunstgewerblichen, heute im musealen Kontext, für die Gestaltung von Büchern, Taschen und Geschäftsgrafiken verwendet, in Verkaufslokalen angeboten und als Markenzeichen im Sinne einer Corporate Identity genutzt. Das Image des MAK baut so gesehen auf einer historischen Grundlage auf, wobei es die Strategie, Geschichte und Gegenwart zu verbinden, verfolgt.

Bestätigt werden kann aber, dass das Stoffmustermotiv *Gespinst* im Alltag aktualisiert, in neue Zusammenhänge eingebunden und in vielfältiger Form rematerialisiert wird, wodurch es zu einer Steigerung der Ausstellbarkeit und Sichtbarkeit kommt. Beispielsweise erreicht es als Bild in Social-Media-Beiträgen durch mediale Funktionalisierung ein breites Publikum, was seine historische Bedeutung und seine gestalterischen und künstlerischen Qualitäten betont. Als musealer Merchandising-Artikel im Museumsshop und Bestandteil verschiedener Drucksorten wird das Exponat *Gespinst* auf unterschiedliche Weise Teil des Alltags. Für Museumsbesucher:innen tritt es als Souvenir oder in Alltags- bzw. Freizeitmedien in Erscheinung, wodurch es über den Museumsbesuch hinaus wirksam bleibt. Für Museumsmitarbeiter:innen spielt es eine Rolle im Zusammenhang mit Vermittlungs- und Vermarktungspraxen. Die gleichzeitige Präsenz an verschiedenen Orten entzieht dem Museumsexponat seine Exklusivität und fördert seine Demokratisierung, indem es einem globalen Publikum zugänglich wird, was auch seine Ausstellbarkeit im physischen und digitalen Raum erhöht. Das MAK als Deutungsinstanz prägt das Stoffmuster *Gespinst* durch symbolische Besetzung, wobei es als Träger von Bedeutung wiederum auf das Museum zurückwirkt.

8.2 Markenbildung und digitale Angebote als Strategien ökonomischer Optimierung

Die Forschungsarbeit bewegte sich im Spannungsfeld von Museum, Medien und Alltag und betrachtete Reproduktionen nicht als Ersatzformen physischer Ausstellungsobjekte, sondern als gleichwertige Entitäten und feste Bestandteile des Alltags (Sternfeld et al., 2010, S. 118). Sie untersuchte, warum und wie Exponate medial präsentiert werden und welche Funktions- und Bedeutungsebenen sich dadurch ergeben. Das Museum wurde dabei als Raum verstanden, in dem physische Objekte und digitale Repräsentationen koexistieren. Zusammenfassend bot die Analyse ein Verständnis für museale Transformationsprozesse im Zusammenhang mit digitalen Technologien und Ökonomisierung. Das Stoffmuster *Gespinst* wirkte dabei nicht nur als epistemisches Objekt, sondern auch als Metapher für ein komplexes, verflochtenes Forschungsfeld und einen vielschichtigen Arbeitsprozess.

Die zentralen Ergebnisse der Arbeit zeigen, dass das MAK im Kontext des digitalen Kapitalismus zunehmend als Marke agiert und seine ökonomische Existenz durch Sichtbarkeitsstrategien sichert. Digitale Fotografien spielen dabei eine entscheidende Rolle, da sie die unbegrenzte Reproduktion von Exponaten in verschiedenen Medien ermöglichen und damit die Wahrnehmung des Museums steuern. Digitale Reprofotos dienen daher nicht nur der Dokumentation und Vermittlung, sondern auch der Markenbildung, der Besucher:innenbindung und der ökonomischen Verwertung.

Um relevant zu bleiben, ist das MAK auf digitale Präsenz und Selbstinszenierung angewiesen. Durch den ständigen Kreislauf von Produktion, Verbreitung und Vermarktung digitaler Bilder wird das Museum selbst Teil der Logik des digitalen Kapitalismus. Dieser Zwang zur Sichtbarkeit verstärkt sich durch die permanente Verfügbarkeit digitaler Reproduktionen, die über Merchandising, Marketing und Werbung in eine endlose Verwertungsschleife überführt werden. Jener wirtschaftliche Optimierungsprozess der laut den Forschungsergebnissen des MAK mit der Wiener Werkstätte als erstes österreichisches Unternehmen mit eigener Corporate Identity begann (Schwarz-Jungmann, 2021, S. 21), wird bis heute im Museum für angewandte Kunst fortgeführt. Das digitale Zeitalter intensiviert diesen Vorgang mittels Online-Marketing und virtueller Angebote, wodurch Museen vermehrt zwischen kulturellem Anspruch und ökonomischen Zwängen agieren müssen.

8.2.1 Anknüpfend, nicht abschließend: Zur Fragmentarität wissenschaftlicher Reflexion im Museum

Die letzten fünf Jahre haben die Museumslandschaft tiefgreifend verändert. Digitale Angebote und Social Media spielten während und nach der Pandemie eine zentrale Rolle, da diese Bereiche in vielen Museen zuvor lange unterfinanziert, personell unterbesetzt und strukturell kaum reflektiert worden waren. Die Meta-Plattformen Facebook und Instagram sowie X stehen jedoch zunehmend in der Kritik, insbesondere im Zusammenhang mit globalen Entwicklungen wie der Verbreitung von Desinformation, algorithmischer Verzerrung, politischer Einflussnahme, mangelnder Regulierung und ihrer Rolle in gesellschaftlichen Konflikten. Parallel dazu rückt die Implementierung von Künstlicher Intelligenz als neuer musealer Schwerpunkt in den Fokus.

Während die Medienrevolution des frühen 20. Jahrhunderts bereits grundlegende Veränderungen durch Fotografie und Film mit sich brachte, zeichnen sich die aktuellen Entwicklungen durch eine höhere Geschwindigkeit, größere Reichweite und tiefere gesellschaftliche Durchdringung aus. Damit steht die digitale Medienrevolution nicht nur in Kontinuität zur Vergangenheit, sondern übertrifft sie in ihrer Tragweite und den Herausforderungen, die sie mit sich bringt. Die Nutzung gängiger sozialer Medien und KI-Software in der digitalen Ausstellungspraxis sollte daher künftig sowohl in musealen Best-Practice-Leitfäden als auch in der fachübergreifenden Museumsforschung angemessen reflektiert werden.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Akris AG. (2024a). *Akris Inspiration Prefall 2024 Kollektion* [Konzeptwebseite Kollektion]. Akris DE. Abgerufen am 20.07.2024 von <https://de.akris.com/pages/pf24>
- Akris AG. (2024b). *Spring/Summer 2024 | Damen Ready to Wear | Akris und Akris punto* [Designer Damen Mode Shop]. Akris DE. Abgerufen am 15.07.2024 von <https://de.akris.com/collections/spring-summer2024>
- Akris AG. (2024c). *SS24 Modenschau Paris | Frühling Sommer 2024 Kollektion | Akris* [Konzeptwebseite Spring 2024 Kollektion]. Akris DE. Abgerufen am 15.07.2024 von <https://de.akris.com/pages/ss24-fashion-show>
- Bal, M. (2016). *Lexikon der Kulturanalyse* (Arbeitskreis Kulturanalyse, Hrsg.; B. Pohl, Übers.). Verlag Turia + Kant.
- Bareither, C. (2019). Medien der Alltäglichkeit: Der Beitrag der Europäischen Ethnologie zum Feld der Medien- und Digitalanthropologie. *Zeitschrift für Volkskunde*, 115(1), S. 3–26.
- Bateman, J. A., & Sachs-Hombach, K. (2019). Multimodalität im Schnittbereich von Medientheorie und Semiotik. *Zeitschrift für Semiotik*, 41(1–2), Article S.11–36. <https://doi.org/10.14464/zsem.v41i1-2.707>
- Baur, J. (2013). Museumsanalyse: Zur Einführung. In J. Baur (Hrsg.), *Museumsanalyse: Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes* (2., unveränderte Auflage, S. 7–14). transcript-Verlag.
- Baur, J. (2015). Repräsentation. In H. Gfrereis, T. Thiemeyer, & B. Tschofen (Hrsg.), *Museen verstehen: Begriffe der Theorie und Praxis* (S. 85–100). Wallstein Verlag.
- Benjamin, W. (2019). Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (1935). In A. Ziemann (Hrsg.), *Grundlagentexte der Medienkultur* (S. 7–17). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15787-6_2
- Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. (2024, August). *Reproduktion – Schreibung, Definition, Bedeutung, Etymologie, Synonyme, Beispiele* [Onlinewörterbuch]. DWDS. Abgerufen am 06.10.2025 von <https://www.dwds.de/wb/Reproduktion>
- Birkhäuser Verlag (Regisseur). (2021, Juli 1). *Die Frauen der Wiener Werkstätte—Interview mit Elisabeth Schmuttermeyer (MAK, Wien)* [YouTube-Video]. Abgerufen am 10.02.2025 von <https://www.youtube.com/watch?v=HiPljmu7MkY>
- Bosch, A. (2014). Mimesis und Transformation. Das fotografische Bild als Aktant mit paradoxen Wirkungen. *Paragrana*, 23(2), 153–164. <https://doi.org/10.1515/para-2014-0215>
- Bucher, H.-J. (2010). Multimodalität – eine Universalie des Medienwandels: Problemstellungen und Theorien der Multimodalitätsforschung. In H.-J. Bucher, T. Gloning, & K. Lehnen (Hrsg.), *Neue Medien, neue Formate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation* (S. 41–79). Campus. https://www.researchgate.net/publication/220033149_Bucher_Hans-Jurgen_2010_Multimodalitat_-_eine_Universalie_des_Medienwandels_Problemstellungen_und_Theorie

- Bueronardin. (2024). *Museum für angewandte Kunst, MAK Branding, Identity* [Agentur-Website]. Bueronardin. Abgerufen am 05.12.2024 von <https://bueronardin.com/cases/mak-identity>
- Caspers, B. (2017). Fotografie. In M. Martínez (Hrsg.), *Erzählen* (S. 56–60). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05364-0_7
- Cavallar, C. (o.A.). *Frauen der WW* [Projektwebseite]. claudiacavallar.at. Abgerufen am 10.02.2025 von <https://www.claudiacavallar.at/index.php?id=83>
- Clarke, J. (2015). Stuart Hall and the theory and practice of articulation. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 36(2), S. 275–286. <https://doi.org/10.1080/01596306.2015.1013247>
- Criado, T. S., Farías, I., & Schröder, J. V. (2022). Multimodale Werte: Zur Institutionalisierung mehr-als-textueller Ethnographie. *Alltag-Kultur-Wissenschaft. Beiträge zur Europäischen Ethnologie, Lebenswelten gestalten. Neue Felder und Forschungszugänge einer Designanthropologie*(9), S. 27–43.
- Deutsche Gesellschaft für Semiotik. (2024). *Medien* [Fachbereichswebseite]. Deutsche Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V. Abgerufen am 03.09.2024 von <https://www.semiotik.eu/Medien>
- EASA. (2024). *Multimodal Ethnography Network (MULTIMODAL)* [Netzwerkwebseite]. EASA European Association of Social Anthropologists Association Européenne Des Anthropologues Sociaux. Abgerufen am 26.07.2024 von <https://www.easaonline.org/networks/multimodal/>
- Ebner, A. (2014). Theorie der Vermarktlichung: Ein institutionalistischer Ansatz. In D. Bögenhold, *Soziologie des Wirtschaftlichen: Alte und neue Fragen* (S. 99–113). Springer VS.
- Fackler, G., & Schorr, C.-M. (2024). Die Ausstellung als komplexes Wirkungsgefüge verstehen: Holistische Ausstellungsanalyse unter Berücksichtigung von Situativität und Intersubjektivität. In G. Fackler, DASA Arbeitswelt Ausstellung, Julius-Maximilians-Universität Würzburg, & Institut für Museumsforschung (Hrsg.), *Besser ausstellen: Innovative Wege der Konzeption und Evaluation von Ausstellungen* (S. 137–156). transcript.
- Färber, A. (2023). Stillstellen? Zeitlichkeit multimodaler Arbeitsweisen mit (mehr als) Film und Fotografie. In *Zeit. Zur Temporalität von Kultur* (S. 260–269). Waxmann.
- Flügel, C., Mergen, S., Morandini, F., & Schmidt, A. (2019). *Das erweiterte Museum: Medien Technologien und Internet* (R. Franken-Wendelstorf, S. Greisinger, C. Gries, & A. Pellengahr, Hrsg.). Deutscher Kunstverlag.
- Greisinger, S. (2021, Juni). *Arbeitshilfe Fotografische Bestandsaufnahme in der Dokumentation Basiswissen Objektfotografie* (Landesstelle Für Die Nichtstaatlichen Museen Bayern, Hrsg.).
- Greverus, I.-M. (1987). *Kultur und Alltagswelt: Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie* (Sonderausg.). Institut für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie.
- Hägele, U. (2009). Scheinwelten. Über die Digitalisierung der Fotografie und ihre Bedeutung für die Kulturwissenschaft. In I. Ziehe, U. Hägele, & Deutsche

- Gesellschaft für Volkskunde (Hrsg.), *Digitale Fotografie: Kulturelle Praxen eines neuen Mediums; [die 4. Tagung der Kommission Fotografie der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde (DGV) „Digitale Fotografie. Kulturelle Praxen eines neuen Mediums“ in Marburg ... Vom 19. Bis 21 September 2008 ...]* (S. 23–38). Waxmann.
- Hall, S. (2010). Encoding—Decoding (1980). In C. Greer (Hrsg.), *Crime and media: A reader* (S. 44–55). Routledge.
- Hall, S. (2020). On Postmodernism and Articulation: An Interview with Stuart Hall by Larry Grossberg and Others [1986]. In D. Morley (Hrsg.), *Essential Essays, Volume 1* (S. 222–246). Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9781478002413-012>
- Han, B.-C. (2015). *Transparenzgesellschaft* (Vierte Auflage). Matthes & Seitz.
- Han, B.-C. (2021a). *Infokratie: Digitalisierung und die Krise der Demokratie* (Erste Auflage). Matthes & Seitz Berlin.
- Han, B.-C. (2021b). *Undinge: Umbrüche der Lebenswelt*. Ullstein.
- Han, B.-C. (2023). *Die Krise der Narration* (Erste Auflage). Matthes & Seitz Berlin.
- Herczeg, P., Steinacher, R., Forgó, N., Leichtfried, M., Römmer-Nossek, B., Böhm, R., Karall, E., Filipovic, A., Kayali, F., Tschatschek, S., Lieberzeit, P., & Sonntagbauer, K. (2024). *Guidelines der Universität Wien zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI) in der Lehre: 2. Auflage 2024*. 65. <https://doi.org/10.25365/phaidra.544>
- Hug, T., & Leschke, R. (2022). <Von der Medialisierung der Welt und der Mediatisierung des Diskurses>: Sondierungen im Spannungsfeld von Begriffspolitik in medialen Infrastrukturen und begriffsanalytischen Differenzierungen. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, S. 137–161. <https://doi.org/10.21240/mpaed/00/2022.10.31.X>
- ICOM Österreich. (2020). *Ergebnisse der ICOM Umfrage: Museen und die Corona-Krise | ICOM [Umfrage]*. ICOM Österreich. Abgerufen am 25.02.2025 von <http://icom-oesterreich.at/page/ergebnisse-der-icom-umfrage-museen-und-die-corona-krise>
- Itten, J. (2019). *Kunst der Farbe: Subjektives Erleben und objektives Erkennen als Wege zur Kunst* (Studienausgabe, 7. Auflage). Christophorus Verlag.
- Kaschuba, W. (2012). *Einführung in die Europäische Ethnologie* (4., aktualisierte Auflage). Verlag C.H. Beck.
- Kattenbelt, C. (2008). Multi-, Trans- und Intermedialität: Drei unterschiedliche Perspektiven auf die Beziehungen zwischen den Medien. In *Theater und Medien / Theatre and the Media – Grundlagen – Analysen – Perspektiven. Eine Bestandsaufnahme*. (S. 125–132). transcript. <https://doi.org/10.25969/MEDIAREP/12539>
- Kimmich, D. (2016). Das Missverständnis der Mimesis. Bemerkungen zur Theoriegeschichte der mimetischen Verständigung. In K. Sachs-Hombach, *Verstehen und Verständigung: Intermediale, multimodale und interkulturelle Aspekte von Kommunikation und Ästhetik* (S. 194–205). Herbert von Halem Verlag.
- Klee, P., Spiller, J., & Klee, P. (1990). *Das bildnerische Denken* (5. Aufl). Schwabe.
- Kloock, D., & Spahr, A. (1997). *Medientheorien. Eine Einführung*. Fink.

- Koeppler, P. (1972). Exkurs: Das Medium selbst ist die Nachricht: Understanding Marshall McLuhan. *Maske und Kothurn*, 18(4), S. 281–287. <https://doi.org/10.7767/muk.1972.18.4.281>
- Krah, H. (2013a). Kommunikation und Medien: Semiotische Grundlagen. In H. Krah, M. Titzmann, & N. Borstnar (Hrsg.), *Medien und Kommunikation: Eine interdisziplinäre Einführung* (3., stark erw. Aufl, S. 13–33). Stutz.
- Krah, H. (2013b). Kommunikationssituationen und Sprechsituationen. In H. Krah, M. Titzmann, & N. Borstnar (Hrsg.), *Medien und Kommunikation: Eine interdisziplinäre Einführung* (3., stark erw. Aufl, S. 57–85). Stutz.
- Krauss, R. H. (1998). *Walter Benjamin und der neue Blick auf die Photographie*. Cantz.
- League, P. (2019). Grooving Heavy, Dancing Drunk: Gustemic Metaphor and Mimetic Polytemporality in Anatolian Greek Music. *Ethnomusicology*, 63(3), S. 393–417. <https://doi.org/10.5406/ethnomusicology.63.3.0393>
- Lemme, S. (with Universität Bielefeld). (2020). *Visualität und Zugehörigkeit: Deutsche Selbst- und Fremdbilder in der Berichterstattung über Migration, Flucht und Integration*. transcript.
- Leshchenko, A., & Thiemeyer, T. (2024). Die Kompromissformel. Der Weltverband der Museen ICOM hat eine neue Museumsdefinition beschlossen. *neues museum*, 2024(4). <https://doi.org/10.58865/13.14/244/1>
- Lima, L. C., Kretschmer, J., Gumbrecht, H. U., & Lima, L. C. (2012). *Mimesis: Herausforderung an das Denken*. Kulturverl. Kadmos.
- Linden co.,Ltd. (2023a). *Felice [Lizzi] Rix Ueno's 130th Anniversary / Linden* [Produktwebsite]. Linden. Abgerufen am 15.07.2024 von <https://linden-sunrock.jp>
- Linden co.,Ltd. (2023b). *Linden / ライセンス商品やオリジナルの壁紙、ステーションナリー、フレグランス雑貨の企画、製造、販売を行っております*. [Homepage]. Linden. Abgerufen am 25.12.2024 von <https://linden-sunrock.jp/>
- Linden co.,Ltd. (2023c). *L.Rix Fantasy* [Webshop]. リンデン. Abgerufen am 05.09.2024 von <https://linden-shop-jp.com/collections/l-rix-fantasy-%e4%b8%8a%e9%87%8e%e3%83%aa%e3%83%81>
- Loenhoff, J. (2015). Die Objektivität des Sozialen. In B. Pörksen (Hrsg.), *Schlüsselwerke des Konstruktivismus* (S. 131–147). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19975-7>
- LOQI GmbH. (2024). *Startseite LOQI* [Homepage]. LOQI GmbH. Abgerufen am 22.12.2024 von <https://loqi.eu/de/collections/all>
- l.rixfantasy. (2023). *Instagram L.Rix Fantasy* [Social Media Profil]. Instagram L.Rix Fantasy by Linden. Abgerufen am 18.12.2024 von <https://www.instagram.com/l.rixfantasy/>
- LVR-Museumsberatung. (2025). *LVR-Museumsheft Nr. 2 Gestalterische Elemente in der Ausstellung Eine Handreichung der LVR-Museumsberatung* (Hilfestellung Museumsarbeit 2; LVR-Museumshefte, S. 39). Landschaftsverband Rheinland (LVR). https://www.lvr.de/media/wwwlvrde/kultur/berdasdezernat_1/publizieren_und_informieren/dokumente_44/15_1332_barrierefreiePDF_Kemsies_3.pdf

- Mailath-Pokorny, A. (2016). *Restitutionsbericht 2014 und 2015* (Restitutionsbericht 15, 16; S. 217). Gemeinderatsausschuss für Kultur und Wissenschaft Stadtssenat Gemeinderat.
- MAK Design Shop. (2024a). *Loqi Tragetasche Felice Rix-Ueno* [Webshop]. MAK Design Shop. Abgerufen am 08.12.2024 von <https://www.makdesignshop.at/products/loqi-tragetasche-ww-design>
- MAK Design Shop. (2024b). *Tapete MOHN - Design Felice Rix-Ueno* [Museumsswebshop]. MAK Design Shop. Abgerufen am 18.12.2024 von <https://www.makdesignshop.at/products/tapete-mohn-design-felice-rix-ueno>
- makpresse. (2021, August 25). *Die schier grenzenlosen Möglichkeiten des Digitalen: Der neue Leiter des Digitalen MAK Christian Michlits im Interview*. MAK Blog. Abgerufen am 23.07.2024 von <https://blog.mak.at/digitales-mak/>
- makpresse. (2023, August 9). *3D-Scans: MAK-Objekte zum Greifen nahe* [Artikel]. MAK Blog. Abgerufen am 14.02.2025 von <https://blog.mak.at/3d-scanner/>
- Morris & Co. (2024). *Morris & Co. | Founded by William Morris* [Produktwebsite]. Morris & Co. Abgerufen am 30.01.2025 von <https://www.wmorrisandco.com/uk/>
- Müller, K. (2018). *Digitale Objekte – subjektive Materie Zur Materialität digitalisierter Objekte in Museum und Archiv*. In F. Neumann (Hrsg.), *Dinge als Herausforderung: Kontexte, Umgangsweisen und Umwertungen von Objekten*. transcript Verlag.
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2021a, April 29). *Museum of Applied Arts Vienna auf Instagram: „Wir öffnen wieder ...“* [Social Media Beitrag]. Instagram. Abgerufen am 29.01.2025 von <https://www.instagram.com/p/COP9mnfjKvg/>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2021b, April 30). *Museum of Applied Arts Vienna auf Instagram: „Hungry for art, design and architecture?“* [Social Media Beitrag]. Instagram. Abgerufen am 29.01.2025 von <https://www.instagram.com/p/COSMc8BjCDw/>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2021c, Mai 23). *Gewinnspiel +++ WIN WIN WIN +++ MAK - Museum of Applied Arts | Facebook* [Social Media Beitrag]. Facebook. Abgerufen am 27.01.2025 von <https://www.facebook.com/MAKVienna/posts/pfbid04hmdhGeQa2TenBEKDbSGMmyu3Mq19RMLApbcwGzhu99QdsRUX6xwP7297JAdyaUI>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2021d, Mai 23). *Museum of Applied Arts Vienna auf Instagram: „Wir bekommen nicht genug ...“* [Social Media Beitrag]. Instagram. Abgerufen am 27.01.2025 von <https://www.instagram.com/p/CPNoE0Tj2U6/>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2021e, Juni 25). *Musterbücher für Stoffe MAK - Museum of Applied Arts | Facebook* [Social Media Beitrag]. Facebook. Abgerufen am 29.01.2025 von <https://www.facebook.com/MAKVienna/posts/zwei-wiener-werkst%C3%A4tte-musterb%C3%BCcher-f%C3%BCr-stoffe-sind-im-mak-erhalten-ein-fr%C3%BChes-v/10158507277034895/>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2023a, Oktober 15). *Museum of Applied Arts Vienna auf Instagram: „Das ist Felice Rix-Ueno, deren Todestag ...“*

- [Social Media Beitrag]. Instagram. Abgerufen am 27.01.2025 von <https://www.instagram.com/p/CyaSStkRION/>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2023b, Oktober 15). *Todestag Das ist Felice Rix-Ueno, deren..- MAK - Museum of Applied Arts | Facebook* [Social Media Beitrag]. Facebook. Abgerufen am 27.01.2025 von <https://www.facebook.com/MAKVienna/posts/pfbid02P4Eurgndo4N8qVECeRgg9FKfPpVijU468NnHPucD5AoeiVYUXuTN8ciEorgjF3Jkl>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2023c, November 9). *Museum of Applied Arts Vienna auf Instagram: „Mit ihrem hochpoetischen, eigenständigen Stil ...“* [Social Media Beitrag]. Instagram. Abgerufen am 29.01.2025 von https://www.instagram.com/p/CzbVET4MJ_e/
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2023d, Dezember 17). *Kriegsglas MAK - Museum of Applied Arts MAK - Museum of Applied Arts | Facebook* [Social Media Beitrag]. Facebook. Abgerufen am 29.01.2025 von <https://www.facebook.com/MAKVienna/posts/zu-beginn-des-ersten-weltkriegs-im-alter-von-21-jahren-entwarf-felice-rix-ihre-e/752979690207053/>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2024a). *Die Frauen der Wiener Werkstätte 5.5.2021—3.10.2021 (Archivversion)* [Ausstellungswebseite]. mak.at. Abgerufen am 30.10.2024 von https://www.mak.at/programm/ausstellungen/die_frauen_der_wiener_werkstaette&reserve-mode=reserve&event_id=1569708793781
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2024b). *Forschungsprojekt—MAK Museum Wien* [Ausstellungswebseite (Archivversion)]. mak.at. Abgerufen am 18.01.2025 von https://www.mak.at/museum/forschung/forschungsprojekt&article_id=1610078413318
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2024c). *Grünes Museum—MAK Museum Wien* [Museumswebseite]. mak.at. Abgerufen am 24.12.2024 von <https://www.mak.at/gruenesmuseum>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2024d). *STERNE, FEDERN, QUASTEN Die Wiener-Werkstätte-Künstlerin Felice Rix-Ueno (1893–1967) 22.11.2023—21.4.2024 (Archivversion)* [Ausstellungswebseite]. mak.at. Abgerufen am 30.10.2024 von <https://www.mak.at/felicerixueno>
- Museum für angewandte Kunst Wien. (2025, Januar 23). *Stoffmuster, Archibald, Felice Rix-Ueno, MAK Inv.nr. WWBW 6* [Onlinesammlung]. MAK Sammlung Online. Abgerufen am 12.02.2025 von https://sammlung.mak.at/de/collect/archibald_102953
- Museumsdenken. (2023, Februar 28). *Debatte Ausstellungsanalyse* [Netzwerkwebseite]. museumsdenken. Abgerufen am 29.08.2024 von <https://www.museumdenken.eu/post/ausstellungsanalyse>
- Muttenthaler, R. (2016). Beredsam und wirkungsvoll. Dimensionen der Dinge aus museologischer Perspektive. In M. Griesser (Hrsg.), *Gegen den Stand der Dinge: Objekte in Museen und Ausstellungen* (S. 35–48). De Gruyter.
- Neiß, H. (2004). *Wiener Werkstätte. Zwischen Mythos und wirtschaftlicher Realität*. Böhlau.
- Nitsche, J. (2010). *Walter Benjamins Gebrauch der Fotografie*. Kulturverl. Kadmos.
- Österreichische Post. (2023, Oktober 11). *Sondermarke Wiener Werkstätte—PostAG* [Postwebseite]. Sondermarke Wiener Werkstätte. Abgerufen am

19.12.2024 von <https://www.post.at/p/z/sondermarke-november-wiener-werkstaette>

- Österreichische Post. (2024). *Österreichische Post AG - Bequem versenden—PostAG* [Homepage]. Abgerufen am 25.12.2024 von [post.at](https://www.post.at/). <https://www.post.at/>
- Petersen, J. H. (2000). *Mimesis, Imitatio, Nachahmung: Eine Geschichte der europäischen Poetik*. Fink.
- Pfisterer, U. (2019). Hybridität. In U. Pfisterer (Hrsg.), *Metzler Lexikon Kunstwissenschaft* (S. 183–185). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-04949-0_52
- Pfurtscheller, D. (2019). Bilder zwischen Zeichen, Handlungen und Praktiken. Grundbegriffe einer handlungsorientierten visuellen Kommunikationsforschung. In K. Lobinger (Hrsg.), *Handbuch visuelle Kommunikationsforschung* (S. 22–43). Springer.
- Reitstätter, L., & Schorr, C.-M. (Hrsg.). (2024). *Methodenbuch Ausstellungsanalyse [in Vorbereitung]*. Abgerufen am 29.08.2024 von https://base.uniak.ac.at/portfolio/p/0krQqQ5XAYHaeJobDqv1SE1addA9jKHvevKkAQYxugr2q76xkXlvA7/Arbeitstagung_Ausstellungsanalyse_Programm.pdf
- Sachs-Hombach, K. (2016). *Verstehen und Verständigung: Intermediale, multimodale und interkulturelle Aspekte von Kommunikation und Ästhetik*. Herbert von Halem Verlag.
- Sächsische Landesstelle für Museumswesen (SLfM) (Hrsg.). (2020). *Objektfotografie im Museum. Handreichung zur Dokumentation und Erschließung von musealen Sammlungen*.
- Samuels, C. (2003). *Art Deco textiles*. V&A Publ.
- Schachtner, C. (2022). Medien, Kultur, Subjekt: Eine Analyse zum aktuellen Medien-, Kultur- und Subjektwandel in Anknüpfung an Marshall McLuhan. In B. Wieser, K. Mertlitsch, & A. Bammé (Hrsg.), *Transformationen: Sozialphilosophische Perspektiven der Veränderung* (S. 231–246). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38609-2>
- Scheyerer, N. (2023, Dezember 12). *Felice Rix-Ueno im Mak: Wer die Quaste nicht ehrt ...* [Onlinezeitung]. Falter. Abgerufen am 25.10.2024 von <https://www.falter.at/zeitung/20231212/wer-die-quaste-nicht-ehrt>
- Schirra, J. (2020). Das bildphilosophische Stichwort 35: Symbol, Ikon, Index. *IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft*, 16(2), S. 89–101. <https://doi.org/10.25969/MEDIAREP/16344>
- Scholze, J. (2013). Kultursemiotik: Zeichenlesen in Ausstellungen. In J. Baur (Hrsg.), *Museumsanalyse: Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes* (2., unveränderte Auflage, S. 121–148). transcript-Verlag.
- Schütz, A., & Luckmann, T. (2017). *Strukturen der Lebenswelt* (2., überarbeitete Auflage, Online-Ausgabe). UTB. <https://doi.org/10.36198/9783838548333>
- Schwarz-Jungmann, J. A. (2021). *MAK Jahresbericht 2021* (S. 42) [Jahresbericht]. Museum für angewandte Kunst Wien. Abgerufen am 30.10.2024 von https://www.mak.at/jart/prj3/mak-resp/data/uploads/MAK-Jahresbericht2021_DT_2022-04-07_1504790.pdf

- Schwarz-Jungmann, J. A. (2022). *MAK Jahresbericht 2022* (S. 48) [Jahresbericht]. Museum für angewandte Kunst Wien. Abgerufen am 30.10.2024 von https://www.mak.at/jart/prj3/mak-resp/data/uploads/MAKJahresbericht2022_DT_2023-06-12_1206788.pdf
- Schwarz-Jungmann, J. A., Hell-Ghignone, S., Ulrike Sedlmayr, Anna Adamek, Janina Falkner, Olivia Harrer, Sandra Hell-Ghignone, Lilli Hollein, Christian Michlits, & Judith Anna Schwarz-Jungmann. (2023). *MAK Jahresbericht 2023* (S. 50) [Jahresbericht]. Museum für angewandte Kunst Wien. Abgerufen am 30.10.2024 von https://www.mak.at/jart/prj3/mak-resp/data/uploads/mak-jahresbericht-2023-dtweb_2024-06-04_1106544.pdf
- Seidensticker, B. (2010). Aristoteles und die griechische Tragödie. In *Die Mimesis und Ihre Künste* (S. 13–41). BRILL.
- Sildatke, A. (2013). *Dekorative Moderne: Das Art Déco in der Raumkunst der Weimarer Republik*. LIT.
- Sprenger, F. (2019). *Epistemologien des Umgebens: Zur Geschichte, Ökologie und Biopolitik künstlicher environments*. transcript Verlag. <https://doi.org/10.1515/9783839448397>
- Steinhäuser, L. (2023). Transgressive Patterns at the MAK: Transnational and Transmedial Dimensions in the Wiener Werkstätte's Artistic Textiles and Fashion. In R. Bonnefoit & M.-É. Celio-Scheurer (Hrsg.), *Tracing Wiener Werkstätte Textiles: Viennese textiles from the Cotsen Textile Traces Study Collection* (S. 37–52). Birkhäuser. <https://doi.org/10.1515/9783035627718>
- Sternfeld, N., Ziaja, L., & schnittpunkt. ausstellungstheorie & praxis (Hrsg.). (2010). *Fotografie und Wahrheit: Bilddokumente in Ausstellungen*. Turia + Kant.
- Stöckl, H. (2016). 1. Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen. In N.-M. Klug & H. Stöckl (Hrsg.), *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext* (S. 3–35). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110296099-002>
- te Heesen, A. (2015). Exponat. In H. Gfrereis, T. Thiemeyer, & B. Tschöfen (Hrsg.), *Museen verstehen: Begriffe der Theorie und Praxis* (S. 33–44). Wallstein Verlag.
- Thiemeyer, T. (2015). Inszenierung. In H. Gfrereis, T. Thiemeyer, & B. Tschöfen (Hrsg.), *Museen verstehen: Begriffe der Theorie und Praxis* (S. 45–62). Wallstein Verlag.
- Thiemeyer, T., & Ahner, H. (2020a). *Folge 2: Christoph Bareither über Medien der Alltäglichkeit und Technik in Covid19-Zeiten* (2) [Mp3 audio]. Abgerufen am 22.07.2024 von <https://publikationen.uni-tuebingen.de/xmlui/handle/10900/131638>
- Thiemeyer, T., & Ahner, H. (2020b). *Folge 4: Julia Fleischhack über digitale Anthropologie* (4) [Mp3 audio]. Abgerufen am 22.07.2024 von <https://publikationen.uni-tuebingen.de/xmlui/handle/10900/131640>
- Thun-Hohenstein, C., Rossberg, A.-K., Schmuttermeyer, E., Brandow-Faller, M., Kreuzhuber, E., Steinhäuser, L., & Völker, A. (2020). *Die Frauen der Wiener Werkstätte*. Birkhäuser.
- Tietzel, B. (1981). Stoffmuster des Jugendstils. *Zeitschrift für Kunstgeschichte*, 44(3), S. 258–283. <https://doi.org/10.2307/1482141>
- Triggs, O. L. (2009). *Arts & Crafts* (1. Aufl). Parkstone.

- Uhde-Stahl, B., & Klee, P. (2018). *Paul Klees geheime Symbolik*. Gebr. Mann Verlag.
- van Mensch, P. (2016). Museologie – Wissenschaft für Museen. In M. Walz (Hrsg.), *Handbuch Museum: Geschichte, Aufgaben, Perspektiven* (S. 370–375). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05184-4_82
- Vogt, J. (2020). Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In H. L. Arnold (Hrsg.), *Kindlers Literatur Lexikon (KLL)* (S. 1–3). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05728-0_5918-1
- Völker, A., & Pichler, R. (with Österreichisches Museum für Angewandte Kunst). (2004). *Die Stoffe der Wiener Werkstätte: 1910 - 1932*. Brandstätter.
- Walter, M. (2010). Medienkonvergenz. In M. Walter, *In Bewegung* (S. 27–47). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92560-8_2
- Walz, M. (Hrsg.). (2016). *Handbuch Museum: Geschichte, Aufgaben, Perspektiven*. J.B. Metzler Verlag.
- Walz, M., & Ludwig, A. (2016). Museen als Forschungsgegenstand anderer Wissenschaften. In M. Walz (Hrsg.), *Handbuch Museum: Geschichte, Aufgaben, Perspektiven* (S. 375–381). J.B. Metzler Verlag.
- Wildfeuer, J., Bateman, J., & Hiippala, T. (2020). *Multimodalität: Grundlagen, Forschung und Analyse – Eine problemorientierte Einführung*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110495935>
- Wilkinson, P. (2014). *50 Schlüsselideen Architektur* (R. Schneider, Übers.). Spektrum Akademischer Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-8274-3066-3>
- Wonisch, R. (2016). Perspektiven einer Objektanalyse. In M. Griesser (Hrsg.), *Gegen den Stand der Dinge: Objekte in Museen und Ausstellungen* (S. 181–186). De Gruyter.
- Zimmermann, C. (2021, April 14). Starker Formensinn: Frauen der Wiener Werkstätte | WELTKUNST [Magazin-Blogbeitrag]. *WELTKUNST, das Kunstmagazin der ZEIT*. Abgerufen am 06.02.2025 von <https://www.weltkunst.de/ausstellungen/2021/04/frauen-wiener-werkstaette-mak-starker-formensinn>

Anhang A: Beobachtung

A1 Schwerpunkte

Die digitale Präsentation der Ausstellung

1. Präsentation, Werbung und Vermittlung von Ausstellungen online
2. Strategien der Verlinkung zwischen digitalem und physischem Raum
3. Anpassung von Inhalten für Soziale Medien

Digitale und physische Repräsentation im Vergleich

4. Unterschiedliche Repräsentation von Objekten in digitalen und physischen Formaten
5. Wahrnehmbarkeit von Materialität und Nutzungsspuren
6. Diskrepanzen zwischen Online-Prominenz und physischer Platzierung
7. Irritationen durch abweichende Online-Offline-Darstellungen

Wahrnehmung und Bedeutungszuschreibung

8. Einfluss der digitalen Präsentation auf die Wahrnehmung von Objekten
9. Aufwertung oder Veränderung durch digitale Inszenierung

A2 Fragensammlung

Die digitale Präsentation der Ausstellung

1. Wie werden Ausstellungen online präsentiert, beworben und vermittelt?
2. Welche Verbindungen bestehen zwischen den digitalen Ausstellungsformaten und dem physischen Ausstellungsraum?
3. Werden in der Ausstellung Verweise nur von Online nach Offline gesetzt, oder gibt es auch Verlinkungen von Offline nach Online?
4. Wie werden Inhalte für Social-Media-Kanäle aufbereitet und an die jeweiligen Plattformen angepasst?
5. Welche Inszenierungsstrategien kommen auf den verschiedenen digitalen Kanälen zum Einsatz?

Vergleich der Online- und Offline-Präsenz

6. Welche Objekte stehen im Fokus von Online- und Print-Materialien im Vergleich zur realen Ausstellung?

7. Wie unterscheidet sich die digitale Repräsentation (Fotos, Abbildungen) von der tatsächlichen Materialität der Exponate?
8. Inwiefern sind Nutzungsspuren oder Details in der Online-Version sichtbar, die in der realen Ausstellung möglicherweise weniger wahrnehmbar sind?
9. Fehlen bestimmte online beworbene Objekte in der physischen Ausstellung, oder werden sie dort anders präsentiert?
10. Werden Online-Elemente (z. B. Muster) isoliert gezeigt, sodass sich das Gesamtobjekt in der Ausstellung nicht direkt wiederfindet?
11. Welche Irritationen entstehen, wenn Online- und Offline-Präsentation nicht übereinstimmen?

Wahrnehmung und Bedeutungszuschreibung

12. Wie beeinflusst die Online-Präsentation die Wahrnehmung der Objekte in der physischen Ausstellung?
13. Gibt es eine Diskrepanz zwischen der Online-Prominenz eines Objekts und seiner tatsächlichen Platzierung im Ausstellungsraum?
14. Werden bestimmte Objekte durch die Online-Darstellung aufgewertet?

A3 Tabelle Beobachtungen

<i>Nr.</i>	<i>Zeitangabe</i>	<i>Ort</i>	<i>Setting</i>	<i>Fokus</i>	<i>Modus</i>
1	07.05.2021 14:00–16:00	MAK	Ausstellung <i>Die Frauen der Wiener Werkstätte</i>	1. Verknüpfungen zwischen der physischen Ausstellung und ihrem Onlineauftritt 2. Vergleich der Präsentationsstrategien in beiden Medienräumen 3. Wechselspiel von Immaterialität und Materialität 4. Analyse von Gebrauchsspuren in der Offline- und Onlinedarstellung 5. Gegenüberstellung selbst aufgenommener Fotos mit digitalen Museumsmedien	1. Erster explorativer Ausstellungsbesuch 2. Vergleichende Wahrnehmung der Ausstellung aus Besucher:innenperspektive mit einer zweiten Person

(Fortsetzung auf der nächsten Seite)

Tabelle Beobachtungen (Fortsetzung)

Nr.	Zeitangabe	Ort	Setting	Fokus	Modus
2	25.05.2021 18:30–19:15	Online (Zoom)	Zoom Talk <i>MAK im Dialog</i>	1. Kuratorische Vermittlung 2. Struktur und Gestaltung der Ausstellung 3. Repräsentation von Geschlechterverhältnissen 4. Störungen der digitalen Interaktion durch Verbindungsprobleme	1. Gesprächsrunde: Kuratorin Anne-Katrin Rossberg im Dialog mit Sammler Ernst Ploil und Gastkuratorin Elisabeth Schmutter- meier
3	09.09.2021 15:00–16:30 10.09.2021 10:00–13:00	MAK	Symposium <i>Gestalterin- nen</i>	1. Inhalte, Struktur und Gestaltung der Ausstellung 2. Repräsentation von Geschlechterverhältnissen	1. Kuratorinnenführung 2. Fachvorträge und Diskussion
4	01.10.2021 11:00–13:00 02.10.2021 15:00–18:00	MAK	Ausstellung <i>Die Frauen der Wiener Werkstätte</i>	1. Erfassung der inhaltlichen Schwerpunkte und Leerstellen des Audioguides 2. Visuelle und auditive Erfassung der Ausstellungssituation 3. Analyse der medialen Rahmung von Exponaten durch den Vergleich digitaler Objektbilder mit ihrer physischen Einbettung in der Ausstellung	1. Multi-sensorische Erfassung der Ausstellung 2. Dokumentation der Ausstellung
5	19.11.2022 15:00–17:30	MAK	Ausstellung <i>100 Beste Plakate 21 und Schausam- mlung Wien 1900</i>	1. Betrachtung des Exponats <i>Gespinst</i> als Bestandteil eines Plakats 2. Inszenierung des Objekts <i>Zigarrenschrank</i> an seinem etablierten Standort im Museum 3. Dokumentation des Produktangebots im MAK Design Shop	1. Vergleichender Museumsbesuch

(Fortsetzung auf der nächsten Seite)

Tabelle Beobachtungen (Fortsetzung)

Nr.	Zeitangabe	Ort	Setting	Fokus	Modus
6	24.01.2024 15:00–17:45	MAK	Ausstellung <i>Sterne, Federn, Quasten. Die Wiener- Werkstätte- Künstlerin Felice Rix- Ueno (1893– 1967)</i>	1. Untersuchung Ausstellungsgestaltung und Objektinszenierung 2. Differenzierung von Original und Reproduktion 3. Verortung des Stoffmusters <i>Gespinst</i> und bereits bekannter Exponate 4. Analyse der Veränderungen im Angebot des Museumsshops im zeitlichen Vergleich	1. Vergleichende Betrachtung der neuen Schau mit Fokus auf das analysierte Exponat <i>Gespinst</i>
7	05.04.2024 15:50–17:30	MAK	Ausstellung <i>Sterne, Federn, Quasten. Die Wiener- Werkstätte- Künstlerin Felice Rix- Ueno (1893– 1967)</i>	1. Preisgestaltung des Angebots zur Ausstellung im MAK Design Shop 2. Hintergründe zur Ausstellung aus kuratorischer Perspektive	1. Kuratorinnenführung

Anhang B: Objektübersicht

Die folgenden Objekte wurden in der Arbeit thematisiert und sind über die MAK Sammlung Online zugänglich. Die vollständigen Datensätze mit Abbildungen und Metadaten sind über die angegebenen Permalinks abrufbar. Die Webadressen sind zur besseren Darstellung umgebrochen und für die Nutzung durchgehend einzugeben.

Nr.	Titel	Material	Inventarnr.	Permalink
B1	Gespinst	Seide	WWS 267	https://sammlung.mak.at/de/collect/gespinst_103497
B2	Muster mit Gegenständen (kibutsu monyō 器物文様), Streumuster (chirashi monyō 散らし文様): Fächer	Imprägniertes Papier	OR 3925-1538	https://sammlung.mak.at/de/collect/muster-mit-gegenstaenden-kibutsu-monyo-器物文様-streumuster-chirashi-monyo-散らし文様-faecher_319163
B3	Muster mit Gegenständen (kibutsu monyō 器物文様), Pflanzenmuster (shokubutsu monyō 植物文様): Fächer, Blätter, Ranken und Blumen	Imprägniertes Papier	OR 3925-5055	https://sammlung.mak.at/de/collect/muster-mit-gegenstaenden-kibutsu-monyo-器物文様-pflanzenmuster-shokubutsu-monyo-植物文様-faecher-blaetter-ranken-und-blumen_339863
B4	Muster mit Gegenständen (kibutsu monyō 器物文様), Streumuster (chirashi monyō 散らし文様): Fächergestelle	Imprägniertes Papier	OR 3925-4835	https://sammlung.mak.at/de/collect/muster-mit-gegenstaenden-kibutsu-monyo-器物文様-streumuster-chirashi-monyo-散らし文様-faechergestelle_339146
B5	Tapete Fächerranke	Papier	KI 12874-2	https://sammlung.mak.at/de/collect/tapete-faecherranke_239522
B6	Ziergras	Seide	WWS 857	https://sammlung.mak.at/de/collect/ziergras_104094
B7	Stehlampe, Stoff Lampenschirm: Gespinst	Seide	WWF 119-24-2	https://sammlung.mak.at/de/collect/stehlampe-stoff-lampenschirm-gespinst_110041744

(Fortsetzung auf der nächsten Seite)

Objektübersicht (Fortsetzung)

<i>Nr.</i>	<i>Titel</i>	<i>Material</i>	<i>Inventarnr.</i>	<i>Permalink</i>
B8	Zwei Reinzeichnungen für eine Decke und Serviette aus dem WW-Stoff Gespinst	Papier	WWSP 1467	https://sammlung.mak.at/de/collect/zwei-reinzeichnungen-fuer-eine-decke-und-serviette-aus-dem-ww-stoff-gespinst-rix-no-859_268273
B9	Gespann	Seide	WWS 266	https://sammlung.mak.at/de/collect/gespann_103496
B10	Sylvester	Seide	WWS 677	https://sammlung.mak.at/de/collect/sylvester_103909
B11	Purpurnelke	Seide	T 11502-126	https://sammlung.mak.at/de/collect/purpurnelke_277531
B12	Simme	Seide	WWS 679	https://sammlung.mak.at/de/collect/simme_103911
B13	Kiuschiu	Seide	WWS 372	https://sammlung.mak.at/de/collect/kiuschiu_103602
B14	Mandarin	Baumwolle	WWV 110	https://sammlung.mak.at/de/collect/mandarin_104212
B15	Morgentau	Seide	WWS 491	https://sammlung.mak.at/de/collect/morgentau_103722
B16	Nihon	Seide	WWS 523	https://sammlung.mak.at/de/collect/nihon_103754
B17	Geranie	Seide	WWS 264	https://sammlung.mak.at/de/collect/geranie_103494
B18	Farbprobe (Revue, Philantrop, Gespinst, Phantast)	Papier	WWFP 18	https://sammlung.mak.at/de/collect/revue_124404
B19	Gespinst	Baumwolle	WWV 63	https://sammlung.mak.at/de/collect/gespinst_104165
B20	Mohn	Papier	KI 12921-1	https://sammlung.mak.at/de/collect/w-w-stoff-mohn_239759
B21	Kimono aus dem WW-Stoff Donnerwetter	Seide	T 11163	https://sammlung.mak.at/de/collect/morgenmantel-aus-dem-wiener-werkstaette-stoff-donnerwetter_101624
B22	Geranie	Papier	KI 12910-2	https://sammlung.mak.at/de/collect/w-w-stoff-geranie_239738
B23	Vogel aus Papiermaché	Papier	KI 12861-4	https://sammlung.mak.at/de/collect/vogel-aus-papiermache_239442