MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Die Konstruktion des 'Fremden' in Plakaten des Weltmuseums Wien

Eine Bildanalyse

verfasst von | submitted by

Sarah Rosenbichler 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 066 810
Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree programme as it appears on the student record sheet:	Masterstudium Kultur- und Sozialanthropologie
Betreut von | Supervisor:	ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Hermann Mückler

Danksagung

Mit folgenden Themen und somit auch mit dieser Masterarbeit habe ich inhaltliche Bereiche erforscht und bearbeitet, die mir schon lange ein großes Anliegen sind: die Konstruktion des Fremden, Diskursfelder in ethnologischen Museen und die (Re)präsentations- und Identitätsfragen von Objekten.

Ich möchte mich daher bei all jenen Personen bedanken, die es mir ermöglicht haben, mich meinem Masterarbeitsthema zu widmen und die mich bei der Fertigstellung der Arbeit auf unterschiedliche Weise unterstützt haben.

Besonders hervorheben möchte ich:

Ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. phil. Hermann Mückler, der mich motiviert hat, diese Fragestellung zu bearbeiten und der mich bei der Erstellung der Arbeit betreut hat. Er hat mir die Freiheit und Kreativität gegeben, meine Arbeit und meine Leidenschaft miteinander zu verbinden.

Mein Dank gilt auch Mag. Gerard Bussel aus dem Weltmuseum Wien, der mir Zugang zu seiner privaten Sammlung von Ausstellungsplakaten des Museums ermöglicht hat.

Danke auch an Hannah für die wöchentlichen Schreib-Marathons, die es mir ermöglicht haben, am Ball zu bleiben.

Zuletzt möchte ich mich auch bei meiner Mutter, Ursula Rosenbichler, bedanken, die mir regelmäßig Feedback gegeben und mir bei allen immer wieder auftauchenden Abzweigungen und Zweifeln zugehört hat.

Abstract

Diese Arbeit befasst sich mit unterschiedlichem Modi der Konstruktion des ‚Fremden' auf Ausstellungsplakaten des Weltmuseums Wien. In ethnologischen Museen steht der Umgang mit ‚fremden' Kulturen und deren (Re)Präsentation im Mittelpunkt von Ausstellungen. Diese Inhalte werden auch auf Plakaten des Weltmuseums Wien widergespiegelt. Um verschiedenen Möglichkeiten der Darstellung des Fremden zu analysieren, wurden fünf Plakate herangezogen und mit Hilfe von Methoden der Bildanalyse und -interpretation näher betrachtet.

Folgende Punkte werden anhand dieser ausgewählten Plakate abgehandelt:

Die Konstruktion des ‚Fremden' und ihr Verhältnis zum Museum ist abhängig von den Informationen die Leser_innen der Plakate mit sich bringen. Diese Informationen können entweder dazu verwendet werden zu neuen Konstruktionen zu gelangen oder aber im Gegenteil, statt alte Interpretationen zu übertünchen, diese in die neue Konstruktion miteinzuarbeiten.

Zusätzlich wird auch auf die Art und Weise eingegangen, wie Bildkompositionen die Ausstrahlung dessen, was als das ‚Fremde' wahrgenommen wird, beeinflusst. Und dass die Konstruktion des ‚Eigenen' und die des ‚Fremden' nebeneinander existieren können.

Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG 8

2 METHODEN DER BILDANALYSE UND -INTERPRETATION 13

2.1 PANOFSKY UND IMDAHL 13

2.2 DIE DOKUMENTARISCHE METHODE DER BILDINTERPRETATION 15

2.3 DIE VISUELLE SEGMENTANALYSE 17

3 DAS THEORETISCHE FRAMEWORK – BILDER, FREMDE, MUSEEN 19

3.1 VON BILDTHEORIE UND SEMIOTIK 19

3.1.1 W.T.J. MITCHELL UND GOTTFRIED BOEHM; DER ICONIC UND DER PICTORAL TURN DER GEISTESWISSENSCHAFTEN 20

3.1.2 ROLAND BARTHES, DER MYTHOS UND DIE RHETORIK DES BILDES 22

3.2 OTHERING UND KONZEPTION DES FREMDEN IM ALLGEMEINEN 26

3.2.1 DAS ‚ANDERE' UND DAS ‚FREMDE' 27

3.2.2 SEHEN UND GESEHENWERDEN 30

3.3 VOM MUSEUM FÜR VÖLKERKUNDE ZUM WELTMUSEUM (WIEN) 32

3.3.1 IDENTITÄTSAUFBAU, FREMDDARSTELLUNG, DAS ‚EIGENE', DAS ‚ANDERE' UND DAS MUSEUM 32

3.3.2 DAS WELTMUSEUM WIEN 38

4 DER NEUE BLICK 41

4.1 BILDBESCHREIBUNG 41

4.2 DAS PLAKAT ALS WERBUNG 45

4.3 DER MYTHOS: BENIN IM MUSEUM 47

4.3.1 HISTORISCHE HINTERGRÜNDE: DIE BENIN-BRONZEN UND DIE PLÜNDERUNG VON BENIN-STADT 47

4.3.2 DER DISKURS: DIE BENIN-BRONZEN UND RESTITUTIONEN 50

4.3.3 BENIN-BRONZEN UND DAS WELTMUSEUM WIEN 53

4.3.4 MYTHOS UNIVERSALMUSEUM 55

4.4 NEUE KONTEXTE: BÜSTENPAAR - KÖNIG UND KÖNIGIN 59

4.4.1 DER NEUE MYTHOS: AUSBRUCH AUS DER GESCHICHTE 61

4.5 WIENS NEUER BLICK AUF DIE WELT 62

5 DIE PERSÖNLICHKEIT DES ‚FREMDEN' 64

5.1 BILDBESCHREIBUNG 64
5.2 AZTEKEN, DIE GROßE LANDESAUSSTELLUNG 69
5.3 GEFÄß MIT KOPF DER PULQUE GÖTTIN MAYAHUEL 70
5.4 DIE KONSTRUKTION EINES OBJEKTS IN BILDERN 72
5.5 WHAT DO MUSEUM OBJECTS WANT? UND DER BLICK DER OBJEKTE 74

6 DAS ‚FREMDE' UND DAS ‚EIGENE': ZWEI SEITEN EINER MÜNZE 77

6.1.1 BILDBESCHREIBUNG 77
6.2 DIE „FEDERKRONE DES MOCTEZUMA" UND IHRE ZAHLREICHEN NAMEN 79
6.3 GENESE EINES MYTHOS 81
6.4 DIE BEDEUTUNG DES FEDERKOPFSCHMUCKS FÜR DAS WELTMUSEUM WIEN 82
6.5 DAS ‚FREMDE' ODER DAS ‚EIGENE'? DAS ‚FREMDE' *UND* DAS ‚EIGENE'. 84

7 STRAHLENDE SÜDSEE – VERLORENES PARADIES 88

7.1 BILDBESCHREIBUNG 88
7.1.1 DOKUMENTARISCHE BILDINTERPRETATION 89
7.1.2 VISUELLE SEGMENTANALYSE 91
7.2 DIE AUSSTELLUNG HINTER DEM PLAKAT 92
7.3 BILDER DER SÜDSEE 93
7.4 EIN BLICK IN DIE VERGANGENHEIT 95
7.5 DER VERLUST DES PARADIESES 96

8 CONCLUSIO UND SCHLUSSBEMERKUNGEN 100

9 QUELLEN 104

9.1 BIBLIOGRAPHIE 104
9.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS 113

10 ANHANG 116

1 Einleitung

Die Erfahrung des ‚Fremden' ist ein Element, das bei der Begegnung mit neuen Kulturen und Menschen immer wieder in Erscheinung tritt. Dieses ‚Fremde' jedoch nicht universell, es entsteht durch Geschichten, Reiseberichte, Bilder. In Europa ist die Geschichte des ‚Fremden' und seiner Konstruktion eng mit der Geschichte des Museums, insbesondere des ethnologischen Museums, verwoben. Dort wird das ‚Fremde' in Sonder- und Dauerausstellungen, konstruiert und präsentiert, angepasst an zeitgenössische Narrative. Der erste Kontakt der Besucher_innen mit diesen Konstruktionen ist jedoch nicht innerhalb der Mauern des Museums, sondern außerhalb auf der Straße in Form von Werbeplakaten. Eben diese Werbeplakate stehen im Mittelpunkt der folgenden Masterarbeit.

Während sich Besucher_innen aktiv im Museum bewegen, ist es möglich, an Werbeplakaten vorbeizugehen, ohne diese bewusst genauer ins Auge zu fassen. Die dort präsentierten Bilder hinterlassen dennoch einen Eindruck. Dieser entsteht durch die Kombination von Bild- und Textebene, die auf den Plakaten vorhanden sind und innerhalb derer das Museum und seine Inhalte präsentiert werden. Diese Inhalte sind im Falle der ethnologischen Museen das ‚Fremde'.

Das Museum, das im Mittelpunkt dieser Arbeit steht, das Weltmuseum Wien[1], welches jetzt schon seit fast 100 Jahren seine Türen geöffnet hält. In dieser Zeit hat es eine Vielzahl von Werbeplakaten publiziert, sowohl für Sonderausstellungen als auch ganz allgemein, um die Besucher_innen an die Türen zu locken. Dies geschieht unter anderem durch das Aufgreifen alter und kolonialer Klischees, durch die Präsentation von Objekten und durch das Hinzufügen und Weglassen von Informationen auf den Plakaten.

Aus diesem Grund lautet die Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit: „Welche Modi der Konstruktion des ‚Fremden' lassen sich in Plakaten des Weltmuseums Wien wiedererkennen?"

Zur Beantwortung dieser Frage wurde eine Auswahl von Plakaten des Weltmuseums Wien aus den Jahren 1965 bis 2020 getroffen. Dabei handelt es sich um eine Mischung aus

[1] In der folgenden Arbeit wird Weltmuseum Wien teilweise durch das Kürzel WMW ersetzt.

Sonderausstellungsplakaten und allgemeinen Werbeplakaten. Insgesamt wurden fünf unterschiedliche Plakate ausgewählt, um in vier Kapiteln unterschiedliche Modi der Konstruktion des ‚Fremden' zu beleuchten. Auswahlkriterium war es, ein möglichst breites Spektrum an Nebenfragen zur Beantwortung der Forschungsfrage zur Verfügung zu haben.

Die in dieser Arbeit verwendeten Methoden stammen aus dem Bereich der Bildanalyse und -interpretation. Im Methodenkapitel wird näher auf die ausgewählten Methoden der dokumentarischen Bildinterpretation von Ralf Bohnsack und der visuellen Segmentanalyse von Roswita Breckner eingegangen.

Das theoretische Framework dieser Arbeit liefert die allgemeinen Kontexte, die den Hintergrund der Plakatinterpretationen bilden. In drei Teilen werden in Kapitel 2 Bildtheorie, die Konstruktion des ‚Anderen' / ‚Fremden' und die Geschichte des Museums näher erläutert. Die theoretischen Grundlagen zu Bild und Bildbetrachtung basieren auf W.T.J. Mitchell (2004; 2008) und den semiologischen Werken „Die Rhetorik des Bildes" (1990) und „Mythen des Alltags" (1985) von Roland Barthe.

Für die Konstruktion des ‚Fremden' wurde sowohl auf postkoloniale Theoretiker wie Homi Bhaba und Edward Said zurückgegriffen als auch auf allgemeine Theorien dessen, was das ‚Fremde' nicht nur in kolonialen Konstruktionen ausmachen kann. Darüber hinaus wird der Rolle der kolonialen Fotografie und der Bildgeschichte im Subjekt-Objekt-Verhältnis der Fotografie besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Den dritten theoretischen Hintergrund der Plakatanalysen bildet die Geschichte des (ethnologischen) Museums als koloniale Institution des 19. Jahrhunderts und seine Entwicklung bis heute. Dabei wird auch auf seine Rolle als Ort der Ausstellung und damit der Präsentation des ‚Fremden' thematisiert und wie dies zu seiner Konstruktion beigetragen hat.

Aus dieser Geschichte ergibt sich auch die Relevanz der folgenden Arbeit für das Fach der Kultur- und Sozialanthropologie. Seit dem 19. Jahrhundert ist das ethnologische Museum einer jener Orte, an denen das Fach der Völkerkunde – aus dem sich im Laufe der Zeit die Kultur- und Sozialanthropologie entwickelt hat – entstanden ist. Ob durch Kategorisierung, Sammlung oder Forschung, Museen haben die Geschichte des Faches maßgeblich geprägt.

Museen im Allgemeinen und ethnologische Museen im Besonderen nehmen seit einigen Jahrzehnten einen zentralen Platz in den Diskussionen rund um Dekolonisierung und postkoloniale Perspektiven ein. Restitutionen und Rückgaben, Provenienzforschung, aber auch die Rolle von Weltmuseen in einer postkolonialen Welt werden immer wieder zum Thema. Einerseits wird in diesen Diskussionen deutlich, wie ethnologische Museen alte Konzepte und Kategorisierungen der Welt am Leben erhalten, andererseits wird auch immer wieder ihre Rolle als Diskussionsraum und multiperspektivische Institution unterstrichen.

Das ‚dekoloniale Museum' ist auch aktuell immer wieder Gegenstand von Publikationen. So ist erst vor wenigen Jahren der Sammelband „Das Museum im kolonialen Kontext" von Pia Schölnberger (2021) erschienen, in dem sich einige der Beiträge auch mit dem Weltmuseum Wien beschäftigen. Der Fokus liegt dabei in vielen Fällen speziell auf der Sammlungs- und Ausstellungsarbeit.

Innerhalb der museologischen Debatten wird auch die Schnittstelle zwischen – kolonialen - Bildern und dem Museum immer wieder in Forschung und Publikationen thematisiert. Elizabeth Edwards, auf die auch in dieser Arbeit Bezug genommen wird, arbeitet beispielsweise zu kolonialer Fotografie, aber auch zu Fotografie im Kontext des Museums[2]. Diane Young wiederum beschäftigt sich mit dem Thema, wie Objekte für Sammlungen fotografiert werden. Der Fokus liegt dabei entweder auf den fotografischen Sammlungen der Häuser oder auf Fotografien für Sammlungen bzw. Bildern im Ausstellungsraum. Arbeiten zu nach außen gerichteten Bildern in Form von Plakaten und Werbung konnten bei der Literaturrecherche für dieser Masterarbeit nicht gefunden werden.

Nach den Kapiteln zu Methoden und dem theoretischen Framework folgen vier Kapitel, die sich mit den unterschiedlichen für diese Arbeit ausgewählten Plakaten befassen. In jedem Kapitel steht ein anderes Plakat mit einer neuen sekundären Fragestellung im Mittelpunkt. Die meisten der Plakate stammen aus der Digitalen Bibliothek der Wienbibliothek im Rathaus. Eine Ausnahme bildet das Plakat „Penacho: Pracht und

[2] Edwards, Elizabeth, und Lien Sigrid. 2016. „Uncertain Images: Museums and the Work of Photographs." London, New York: Routledge. ; Edwards, Elizabeth, und Morton, Christopher A. 2015. „Photographs, Museums, Collections: Between Art and Information." London, New York: Bloomsbury Academic.

Passion", welches ich aus der privaten Sammlung von Mag. Gerard van Bussel fotografieren durfte. Neben dem allgemeinen theoretischen Hintergrund, der für alle Plakate herangezogen wird, wird dieser in jedem Kapitel noch um spezifische Kontexte – historischer und theoretischer Natur – erweitert.

Im Zentrum von Kapitel 4: „Der neue Blick" steht das Plakat „Wiens neuer Blick auf die Welt" und die Frage, wie aktuelle Diskurse und neue Informationen die Interpretation eines Bildes verändern können. Es handelt sich um ein 2019 publiziertes Plakat, welches der allgemeinen Bewerbung des Museums diente und ein Büstenpaar aus dem Königreich Benin zeigt. Zur Kontextualisierung wurde weiterführende Literatur zur Geschichte Benins, zum Kunsthandwerk und zur Fachdiskussion um die Benin-Bronzen herangezogen.

Kapitel 5: „Die Persönlichkeit des ‚Fremden'" ist in Form einer vergleichenden Bildanalyse aufgebaut. Dabei stehen zwei der fünf ausgewählten Plakate im Mittelpunkt. Eines der beiden ist das Älteste in dieser Arbeit besprochene Plakat und stammt aus dem Jahr 1965. Wie auch „Wiens neuer Blick auf die Welt" handelt es sich um ein allgemeines Werbeplakat. Das zweite für dieses Kapitel ausgewählte Plakat stammt hingegen von einer Sonderausstellung, die allerdings nicht vom Weltmuseum Wien konzipiert wurde, sondern als Wanderausstellung nach Wien kam. Es handelt sich um die Große Landesausstellung Baden-Württemberg von 2019 mit dem Titel „Azteken". Die theoretische Grundlage dieses Kapitels bildet die Arbeit von Diane Young „What do Museum Objects Want?" (2022), die sich damit beschäftigt, wie unterschiedliche fotografische Konventionen die Ausstrahlung und Persönlichkeit ethnologischer Objekte in Museen verändern. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie die Präsentation von Objekten auf Plakaten die Wahrnehmung des ‚Fremden', das den Objekten zugeschrieben wird, verändert. Zur Beantwortung dieser Frage werden neben den beiden zentralen Plakaten weitere Marketingmaterialien zum Vergleich herangezogen.

Kapitel 6: „Das ‚Fremde' und das ‚Eigene': zwei Seiten einer Münze" beschäftigt sich dann mit dem Plakat zu „Penacho: Pracht und Passion". Es zeigt den altmexikanischen Federkopfschmuck, der eines der umstrittensten Objekte des WMW ist. Vor dem Hintergrund seiner Geschichte soll in diesem Kapitel die Kehrseite des ‚Fremden' im

Zentrum stehen. Anstatt sich nur mit der Konstruktion des ‚Fremden' zu befassen, wird der Fokus auf das Spiel zwischen ‚Fremdem' und ‚Eigenem' gelegt.

Das letzte der ausgewählten Plakate ist das Plakat zur Sonderausstellung „Strahlende Südsee" und wird in Kapitel 7: „Strahlende Südsee – Verlorenes Paradies" bearbeitet. Hier wird neben allgemeinen Fremdbildern auch der Frage nachgegangen, welche Bilder der Region sich im Laufe des 19. Jahrhunderts durch Reiseberichte entwickelt haben und inwiefern diese zur Konstruktion des ‚Fremden' im Plakat beitragen. Die zentrale Fragestellung des siebten Kapitels wird es jedoch sein, genauer zu untersuchen, wie Text und Bild zusammenwirken, um neue Bedeutungen zu erzeugen, und wie verschiedene Konstruktionen des ‚Fremden' neben- und übereinander existieren können.

Nachdem nun Thema und Inhalt dieser Masterarbeit kurz eingeführt wurden und bevor es zu einer genaueren Erläuterung der verwendeten Methoden kommt, noch ein kurzer Kommentar dazu, was diese Arbeit sein soll – und auch, was sie nicht zu sein versucht. In ihrem Text „Stereotype und Darstellungsmuster des Fremden" (2006) zum Thema Südsee in der Literatur des 19. Jahrhunderts weist Gabriele Dürbeck darauf hin, dass eine genaue Untersuchung der Genese und Wirkung von Stereotypen nicht das Ziel ihrer Arbeit sei. Ihr Anspruch sei es lediglich gewesen, verschiedene Darstellungsstrategien und Funktionen aufzuzeigen, die sich in der Literatur des 19. Jahrhunderts in Bezug auf Stereotype des Fremden zeigen (vgl. Dürbeck 2006: S. 44). Diese Intention will ich hier angepasst aufgreifen. Es ist nicht meine Absicht in dieser Arbeit die Plakate dahingehend zu analysieren, welche Wirkung sie auf Passant_innen haben, die an ihnen vorbeigehen. Es ist auch nicht meine Absicht dem Weltmuseum Wien hinsichtlich der Konstruktion des Fremden gewisse Intentionen zu unterstellen. Vielmehr stellen die diskutierten historischen und fachlichen Kontexte das theoretische Werkzeug zur Verfügung, um die ausgewählten Plakate entlang einer Handvoll von Fragestellungen zu interpretieren. Die sich daraus ergebenden Interpretationen bieten die Grundlage für die verschiedene Modi der Konstruktion des ‚Fremden'.

2 Methoden der Bildanalyse und -interpretation

Nun zu den in dieser Arbeit verwendeten Methoden. Bei den von mir in der Recherche und Forschung verwendeten Methoden handelt es sich um verschiedene Verfahren der Bildanalyse und Bildinterpretation. Die beiden primären Verfahren, auf die ich mich gestützt habe, sind die Methode der dokumentarischen Bildinterpretation von Ralf Bohnsack und die visuelle Segmentanalyse von Roswitha Breckner.

Beide Methoden wurden zur Erweiterung des Methodenwerkzeugkastens der sozialwissenschaftlichen Forschung und mit dem Ziel entwickelt, methodische Lücken in der sozialwissenschaftlichen Forschung zu schließen (Bohnsack 2011: S. 240f; Breckner 2010: S. 144) und haben bereits Zuspruch und Anwendungsfelder in der anthropologisch-ethnographischen Forschung gefunden (vgl. Kirchner, Betz 2015).

Die Grundlagen beider Methoden bauen – in unterschiedlichem Ausmaß – auf der Ikonographisch-Ikonologischen Methode von Erwin Panofsky und der ikonischen Interpretation von Max Imdahl auf (vgl. Bohnsack 2011; Breckner 2010). Aus diesem Grund sollen diese beiden Methoden hier kurz skizziert werden, bevor eine genauere Erklärung der dokumentarischen Bildinterpretation und der visuellen Segmentanalyse folgt.

2.1 Panofsky und Imdahl

Erwin Panofsky entwickelte die Ikonographisch-Ikonologische Methode, in der die Bildanalyse und -interpretation in einem Dreischritt erfolgt (vgl. Panofsky 2006: S. 43).

Der erste Schritt hierbei ist die vor-ikonographische Beschreibung. Diese ist rein deskriptiv. Es handelt sich um eine Beschreibung dessen, was auf dem Bild zu sehen ist, ohne etwaiges Kontextwissen einzubeziehen. Auf der vor-ikonographischen Ebene werden die Bewegungsabläufe, Gegenstände etc. beschrieben (vgl. Bohnsack 2011: S. 56).

Die Analyse dieser Beschreibung findet im zweiten Schritt der Methode statt. In der ikonographischen Analyse wird aus der reinen Beschreibung der Bewegungsabläufe die Handlung, bzw. die Handlungen. Also was sind die Motive, Symbole, was ist die eigentliche Bedeutung des zuvor beschriebenen Bildinhaltes. Das Beispiel, welches

Panofsky nutz um den diesen Schritt zu klären ist, dass an diesem Punkt das Ziehen eines Hutes mit sozialem Wissen zu einem Gruß wird (vgl. Panofsky 2006: S. 37ff).

Der letzte Schritt der Ikonographisch-Ikonologischen Methode ist die ikonologische Interpretation. Hier geht es darum, die reine Formbeschreibung und den Bedeutungsgehalt zu kontextualisieren. Die Ikonologie eines Bildes berücksichtigt im Gegensatz zur Ikonographie neben dem Symbolgehalt noch mögliche historische, soziale und biographische Kontexte des Abgebildeten (vgl. ebd.).

Panofsky erklärt seine Methodenschritte auch anhand des Einsatzes von drei verschiedenen Sinnen. Dabei sind für den Phänomensinn keine spezifischen Vorerfahrung oder Kenntnisse notwendig. Um Ikonographie zu erkennen, braucht es den Bedeutungssinn. Dieser umfasst das literarisch vermittelte Wissen, all das Wissen, das nötig ist, um den Inhalt eines Bildes stilkritisch einordnen zu können. Der letzte Sinn, der für die Ikonologie eines Bildes verantwortlich ist, ist der Dokumentsinn. Dieser Sinn umfasst nun die Gesamtheit geistesgeschichtlicher Hintergründe (vgl. ebd.: S. 10, 15, 28).

Max Imdahl greift Panofskys Ikonographisch-Ikonologisches System für seine ikonische Interpretation auf und erweitert es um eine weitere Ebene, die der Ikonik. Für Imdahl steht die Eigenlogik des Bildes und das Begreifen derselben im Zentrum der Bildinterpretation. „Thema der Ikonik ist das Bild als eine solche Vermittlung von Sinn, die durch nichts anderes zu ersetzen ist" (Imdahl 2006: S. 300).

Umfasst der ikonographische Bildsinn das Wissen um die Ikonographie eines Bildes und der ikonologische Bildsinn das Wissen um die historischen Kontexte (vgl. Imdahl 2006), dann ist bei Imdahl der ikonische Bildsinn „[…] die Reflexion über das Bildanschauliche, wie über das nur Bildmögliche selbst" (Imdahl 2006: S. 308).

Für Imdahl ist eines der auszeichnenden Merkmale eines Bildes seine Simultanität. Diese Komplexität voll zu erfassen und das Bild in seiner Ganzheit zu reflektieren, ist die Aufgabe der Ikonik. Die ikonische Bildbetrachtung funktioniert auf Basis eines wiederholten Durchspielens des Strukturierungspotentials eines Bildes (vgl. Imdahl 2006: S. 318).

Grundlage jeder Analyse ist bei Imdahl die formale Struktur eines Bildes. Er unterscheidet zwischen perspektivischer Projektion, planimetrischer Ganzheitsstruktur und szenischer Choreografie.

Perspektivische Projektion ist die Herstellung von Perspektive und die Darstellung von Räumlichkeit und Körperlichkeit eines Bildes. Dem folgt die szenische Choreografie, das Verhältnis der Bildgegenstände zueinander. Zum einen räumlich, zum anderen aber auch wie sie durch Gesten und Blicke zueinander in Beziehung gesetzt werden (vgl. ebd.: S. 39).

Die planimetrische Gesamtstruktur bezieht sich auf das Bild selbst, ohne Bezüge in der Umwelt zu suchen. Die perspektivische Projektion und die szenische Choreografie benötigen den Bezug zur Körperlichkeit/Räumlichkeit bzw. zu sozialen Gegebenheiten der Umwelt, aus der heraus das Bild entstanden ist. Bei der planimetrischen Komposition hingegen steht das Bild als Fläche und in sich geschlossenes System im Vordergrund. Aus diesem Grund ist sie nach Imdahl der erste Schritt der ikonischen Interpretation, der unabhängig von der Ikonographie eines Bildes erfolgt (vgl. Bohnsack 2011: S. 39f).

2.2 Die dokumentarische Methode der Bildinterpretation

Ralf Bohnsack entwickelte die dokumentarische Bild- und Videointerpretation in Anlehnung an die dokumentarische Methode nach Mannheim (vgl. Bohnsack 2011: S. 15), nachdem er eine Lücke im sozialwissenschaftlichen Methodenrepertoire sah. Innerhalb der Sozialwissenschaften liege der Fokus meist auf der Textanalyse, während Bilder als Forschungsinhalt an den Rand gedrängt würden (vgl. ebd.: S. 25).

Bohnsack greift für seine dokumentarische Bildanalyse[3] auf Methoden der Philosophie und Kunstgeschichte sowie allgemein auf Methoden der Geisteswissenschaften zurück, da sich diese schon länger als die Sozialwissenschaften mit Bildern als Forschungsgegenstand beschäftigen. Vor allem die bereits erwähnte ikonologisch – ikonographische Methode von Erwin Panofsky und die ikonische Bildinterpretation von Max Imdahl tragen viel zu seiner neuen Methode bei. Die dokumentarische Methode der

[3] Bohnsacks Methode ist sowohl für Bild-, als auch Videoanalyse gedacht. Da sich die vorliegende Arbeit mit Plakaten, also statischen Bildern beschäftigt, wurden nur die Aspekte der Methode, die zur Bildanalyse gedacht sind herangezogen.

Bildanalyse wird als Teil des qualitativen Methodenarsenals begriffen. Bohnsack betont deutlich, dass sich die Verfahren der Bildanalyse nicht für eine Adaption in quantitative Verfahren eignen (vgl. ebd.).

Ähnlich wie Imdahl legt Bohnsack Wert darauf, dass seine Methoden sich darauf stützen, das Bild aus seiner Eigenart als Bild heraus, zu interpretieren. Beeinflusst von der Textinterpretation ist in den Sozialwissenschaften eine sequenzielle Herangehensweise an einen Forschungsgegenstand bekannt und üblich. Diese Herangehensweise ist bei einem Bild zunächst schwieriger und verschleiert zusätzlich seine Eigenarten als Bild. Es ist ein Medium, das nicht nur sequenziell, sondern immer auch simultan wahrgenommen wird. Um diese Simultanität zu erhalten, ist laut Bohnsack – ähnlich wie bei Imdahl - eine Analyse des Bildes anhand seiner formalen Strukturen notwendig (vgl. ebd.: S. 42).

Während Bohnsack eine Übertragung der Sequenzanalyse aus der Textinterpretation kritisiert, heißt er komparative Analysen willkommen. Dabei ist es möglich, unterschiedliche Bilder anhand ähnlicher Kompositionen, Bildinhalten etc. zu analysieren und so Vergleichshorizonte herzustellen (vgl. ebd.: S. 43). Im Falle dieser Arbeit wird zumindest eines der Beispiele im Rahmen einer komparativen Analyse interpretiert. Das ausgewählte Werbeplakat der Sonderausstellung „Azteken" von 2020-2021 zeigte ein Objekt, das bereits in den 1960er Jahren auf einem Plakat des damals noch Museum für Völkerkunde genannten Hauses zu sehen war. Zusätzlich war die zum Plakat gehörende Ausstellung eine Wanderausstellung des Linden-Museums Stuttgart. Diese Ausstellung wurde neben Wien und Stuttgart auch im Wereldmuseum Leiden gezeigt. Daher ist es naheliegend, Plakate aller drei Museen zu vergleichen.

Nun zum Ablauf der dokumentarischen Bildanalyse. Diese besteht aus zwei Schritten. Der erste Schritt ist die formulierende Interpretation. Diese stellt die Frage: Was ist auf dem Bild zu sehen? Dabei orientieren wir uns an Panofskys vor-ikonografischen und ikonografischen Ebenen. Wichtig ist, darauf zu achten, welches Wissen für die Beschreibung eines Bildes herangezogen wird und welches ausgeschlossen wird. Es soll nur auf kommunikativ-generalisiertes Wissen zurückgegriffen werden. Dieses Wissen umfasst den Phänomen- und Bedeutungssinn nach Panofsky und damit beispielsweise auch Stil- und Typengeschichte (vgl. Bohnsack 2011: S. 56f).

Der zweite Schritt ist die reflektierende Interpretation und mit ihr die Frage nach dem Wie. Diese richtet sich eher nach Imdahls Methode der ikonischen Bildinterpretation und arbeitet entlang den formalen Kriterien des Bildaufbaus. Dabei werden die drei Dimensionen nach Imdahl beachtet. Die perspektivische Projektion, die szenische Choreografie und die planimetrische Komposition (vgl. ebd.: S. 57).

Ein weiterer Aspekt der dokumentarischen Bildanalyse, der für diese Arbeit besonders relevant ist, ist Bohnsacks Unterscheidung von zwei Arten von Bildproduzent_innen. Relevant deswegen, weil das zentrale Thema dieser Arbeit die Konstruktion des Fremden in Form von Bildern – den Plakaten des Weltmuseum Wien - ist.

Zunächst gibt es die Bildproduzent_innen in Form von dem, was im Bild dargestellt und gesehen wird. Also jene, die den Inhalt des Bildes ausmachen (vgl. ebd.: S. 31). In dieser Arbeit handelt es sich bei diesen Bildproduzent_innen um die Personen und Objekte, die auf den Plakaten dargestellten sind.

Die zweite Art der Bildproduzent_innen sind diejenigen, die im übertragenen Sinne „hinter der Kamera" stehen. Hierbei handelt es sich um alle Personen, die als Akteur_innen, Fotograf_innen etc. während und auch nach der eigentlichen Aufnahme an der Bildproduktion beteiligt sind (vgl. Bohnsack 2011: 31). Im Fall der ausgewählten Plakate umfasst dies von Fotograf_innen und Grafiker_innen über Kurator_innen bis hin zu Personen aus der Marketingabteilung alle, die an der Gestaltung beteiligt waren. Um diese Arbeit übersichtlich zu gestalten, werden alle möglichen Beteiligten in dieser zweiten Kategorie der Bildproduzent_innen unter der Bezeichnung Weltmuseum Wien zusammengefasst.

2.3 Die visuelle Segmentanalyse

Ähnlich wie auch Ralf Bohnsack hat Roswitha Breckner nach einer Methode gesucht, Bilder in den Mittelpunkt sozialwissenschaftlicher Forschung zu rücken. Ihre visuelle Segmentanalyse hat dabei ähnliche Wurzeln wie die von Bohnsack, ist aber ein methodisch anderer Ansatz. Grundlegende Fragen bei Breckner sind; Wie manifestieren sich Inhalte in einem Bild, in einem Foto, in einer Bildersammlung? Und wie können die spezifischen, in der Regel aber vielfältigen Bedeutungsbezüge eines Bildes analysiert und interpretiert werden? (vgl. Breckner 2010: S. 10). Die Bildtypen, auf die sich Breckner konzentriert und die im Mittelpunkt ihrer Segmentanalyse stehen, sind Fotos und

Fotoalben. Sie betont jedoch explizit, dass ihre Methode auch dazu geeignet ist, andere bildliche Darstellungen zu interpretieren, solange es sich um statische Bilder handelt (vgl. ebd.: S. 14).

Wie bereits die dokumentarische Methode der Bildanalyse handelt es sich auch bei der visuellen Segmentanalyse mit ihrem Fokus auf einzelne Bilder bzw. Bildersammlungen um eine qualitative Methode (vgl. ebd. 2012: S. 162).

Im Vergleich der visuellen Segmentanalyse mit der dokumentarischen Methode lassen sich sowohl Ähnlichkeiten im Ablauf als auch grundlegende Unterschiede in den Analysezielen feststellen. Bohnsack betont in Anlehnung an Imdahl die Simultanität eines Bildes als dessen Besonderheit. Breckner hingegen hebt hervor, dass Bilder sowohl simultan als auch sukzessive wahrgenommen werden. Damit ist gemeint, dass wir Bilder einerseits in ihrer Ganzheit betrachten, andererseits aber verschiedene Segmente eines Bildes unterschiedlich präsent wahrnehmen. Nicht jeder Teil eines Bildes wird uns zeitgleich bewusst. Aus diesem Grund ist die Bildkomposition bei dieser Methode zwar ebenfalls von Bedeutung, das eigene Sehen steht aber im Vordergrund (vgl. ebd.: S. 148).

Der Ablauf der visuellen Segmentanalyse ist folgender: Beim Betrachten des Bildes achten wir wird darauf geachtet, welche Bereiche des Bildes in welcher Reihenfolge auffallen. Gleichzeitig können und sollen neben der genauen Beschreibung des Gesehenen bereits erste eigene Beobachtungen zum Bildaufbau und zum Zusammenspiel der einzelnen Elemente gemacht werden. Die Beschreibung des Bildes hat dabei die Aufgabe, den Bogen von der Wahrnehmung des Bildes zu seiner Interpretation zu spannen (vgl. ebd.: S. 151). Ziel der Bildbeschreibung ist es bei Breckner, Aspekte eines Bildes hervorzuheben, die ohne eine bewusste Beschreibung weniger auffallen. Im Bereich der Beschreibung folgt sie Panfosky. Sie soll sich also im Bereich der vor-ikonographischen Ebene bewegen und diskursive Elemente vermeiden. Ähnlich wie Imdahl und Bohnsack ist es auch Breckner wichtig, dabei in der Eigenlogik des Bildes verankert zu bleiben. (vgl. ebd. 2010: S. 271).

An die Bildbeschreibung schließt sich die Bildanalyse und Interpretation an. Hier nennt Breckner verschiedene Herangehensweisen. Zunächst kann ein Bild entlang und im Kontext von aktuellen kulturellen und gesellschaftlichen Diskursen und Debatten betrachtet werden. Nicht nur, wie sich diese im Bild zeigen, sondern auch, wie dieses die

Diskurse mitprägt. Andererseits kann man Bilder und deren Inhalte aber auch Fallspezifisch interpretieren (vgl. ebd.: S. 29).

Im Zuge dieser Arbeit, wird ersteres mein (im Großteil der Fälle) gewählter Zugang zu den Plakaten des Weltmuseum Wien sein.

3 Das theoretische Framework – Bilder, Fremde, Museen

3.1 Von Bildtheorie und Semiotik

Um über Bilder zu sprechen, die den zentralen Forschungsgegenstand dieser Arbeit darstellen, muss zunächst einmal darüber gesprochen werden, was Bilder sind. Laut W.T.J. Mitchell sind Bilder „[…] jedes Abbild, jede Darstellung, jedes Motiv und jegliche Gestalt, die in bzw. auf irgendeinem Medium erscheint" (Mitchell 2008: S. 11).

Im Forschungsfokus dieser Arbeit handelt es sich um Bilder in Form von Fotografien von Objekten – und in einem Fall einer Szene - die auf Plakaten abgedruckt wurden. Diese Plakate sind das Medium der Bilddarstellung.

Über die bisherige Definition hinaus sind Bilder auch als Vorstellungen in unseren Köpfen zu finden (vgl. Mitchell 2008: S. 12). Diese Erweiterung des Bildbegriffes ist ein weiterer Aspekt, welcher in dieser Arbeit Berücksichtigung finden wird. Es wird sowohl danach gefragt wie die Vorstellungen in unseren Köpfen unsere Wahrnehmung der Plakate beeinflussen, als auch umgekehrt, wie die Bilder auf den Plakaten wiederum unsere Vorstellungen prägen.

Dies ist insofern relevant, als wir Bilder und auch das, was Mitchell Weltbilder nennt – bei ihm die „Welt als Bild" - und das, was sie mit uns machen, nicht ignorieren und hinter uns lassen können, sondern beides unser Verhältnis zu unserer Umgebung und zur Welt grundlegend beeinflusst (vgl. Mitchell 2008: S. 12).

> *„Es hat verschiedene Formen von Weltbildern an verschiedenen Orten und zu unterschiedlichen Zeiten gegeben, und deshalb beschreiben Geschichtswissenschaften und Vergleichende Ethnologie nicht bloß Ereignisse und Praktiken, sondern auch deren Repräsentationen*" (Mitchell 2008: S. 12).

3.1.1 W.T.J. Mitchell und Gottfried Boehm; der Iconic und der Pictoral Turn der Geisteswissenschaften

Ende des 20. Jahrhunderts wurde von zwei Theoretikern – Gottfried Boehm und W.T.J. Mitchell - der ‚Iconic', bzw. der ‚Pictoral Turn' ausgerufen. Bis dahin hatten sich die theoretischen Ansätze der Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften hauptsächlich auf Textebenen und ihre Analyse bezogen. Mit den Begriffen des Pictoral und Iconic Turn sollte demgegenüber die Aufmerksamkeit auf das Bild als soziales Medium gelenkt werden (vgl. Rimmele, Sachs-Hombach, Stiegler 2014: S. 9f). Dabei spielen die Begriffe auf den ‚Linguistic Turn' in der Philosophie Ende der Sechziger-Jahre des 20. Jahrhunderts an (vgl. ebd.: S. 13) und zeigen zugleich die Verschiebung der Forschung der Humanwissenschaften von der Sprache zum Bild auf (vgl. ebd.; Mitchell 2014: S. 43). Trotz des ähnlichen Namens sind die Ziele, die sich hinter den beiden Termini verbergen, in ihren Ansätzen unterschiedlich fokussiert (vgl. Rimmele, Sachs-Hombach, Stiegler 2014: S. 10).

Im deutschsprachigen akademischen Bereich prägte Gottfried Boehm den Begriff ‚Iconic Turn' und versuchte im neuen Feld der Bildwissenschaften eine allgemeine Theorie des Bildes zu finden (vgl. ebd.: S. 10). Nach Boehm ist der Iconic Turn und damit die Hinwendung der Gesellschaft hin zum Bildlichen bereits seit dem 19. Jahrhundert im Gange (vgl. ebd.: S. 13). Innerhalb seiner Theorien identifiziert er mehrere Eigenschaften von Bildern, die auch im Kontext dieser Arbeit von Relevanz sind. Zunächst leben Bilder vom Spiel mit Diskursen und Debatten. Das heißt, das Bild existiert nicht isoliert von der Betrachtung desselben. Diese wiederum wird immer auch beeinflusst von dem, was außerhalb des Bildes passiert (vgl. Boehm 2014: S. 79). Über diese Interaktion mit Bildern hat Boehm folgendes zu sagen: Zunächst hat der Mensch das Bedürfnis wiederzuerkennen. Das bedeutet, dass er bei der Betrachtung auch abstrakter Bilder versucht, Wiederzuerkennen. Deshalb werden aus einer Kombination von Strichen, Strichfiguren, die als Personen erkannt werden (vgl. ebd.: S. 76). Außerdem sei es die Logik der Bilder, dass sie nicht aus sich heraus entstehen. Wir verstehen Bilder in Bezug auf etwas Unbestimmtes, das außerhalb des Bildes liegt. Sie entstehen in Verbindung mit dem Imaginären und Unbestimmten. Diesen Gegensatz bezeichnet er als ikonische Differenz (vgl. ebd.: S. 77).

Der ‚Pictoral Turn' hingegen geht auf W.J.T Mitchell zurück, der im angloamerikanischen Kreis arbeitete. Die Visual Culture Studies, zu denen er gehört, beinhalten neben einer Theorie des Bildes auch eine Kritik der Bilder und ihrer gesellschaftspolitischen Verwendung (vgl. Rimmele, Sachs-Hombach, Stiegler 2014: S. 10). Im Zentrum des Pictoral Turn und wesentlich für seine Genese ist laut Mitchell die ‚Macht der Bilder', welche über Fernsehen, Werbung etc. unsere Wahrnehmung beeinflusst (vgl. Mitchell 2014: S. 43). Das Spiel zwischen Diskurs und Bild ist auch im Pictoral Turn von Bedeutung, wird dabei aber noch stärker in den Fokus der Forschung gerückt. Dabei ist nicht nur das Verhältnis von Bild und gesellschaftlichem Diskurs von Bedeutung, sondern auch die Dichotomie zwischen dem Sehen und dem Lesen eines Bildes. Das Sehen eines Bildes kann auch nur flüchtig sein, ein Blick aus dem Augenwinkel, bis hin zu einer etwas genaueren Betrachtung des Bildes. Das Lesen eines Bildes ist der Versuch, es zu entziffern und zu interpretieren (vgl. ebd.: S. 45).

Mitchell setzt sich mit Konzepten von Panofsky oder Barthes auseinander, ergänzt diese teilweise und verwendet aus deren Theorien bekannte Begriffe, um sie innerhalb seiner eigenen Arbeit neu zu definieren. So erhält beispielsweise die Ikonographie bei Mitchell einen neuen Kontext. Nach Panofsky ist die Ikonografie in seiner Methode die Ebene der Bildbeschreibung, welcher dann die Ikonologie folgt. Bei Mitchell hingegen wird die Ikonographie der Ikonologie gegenübergestellt. Mitchell kritisiert die Gewohnheit der Ikonologie, bestimmte Bilder – Weltbilder – zu universellen zu machen. In der Ikonographie hingegen steht das Ikon weniger im Mittelpunkt und die Fragen ist vielmehr, wie Bilder sich selbst repräsentieren (vgl. Mitchell 2014: S. 52).

Ähnlich wie Roland Barthes beschäftigt sich auch W.T.J. Mitchell mit einer ‚Rhetorik der Bilder', bzw. ‚rhetoric of images'. Während bei Barthes die Frage im Vordergrund steht, was uns Bilder sagen (vgl. Barthes 1990) – später in diesem Kapitel noch mehr dazu –, geht es bei Mitchells Rhetorik der Bilder um die Frage, wie wir über Bilder sprechen (vgl. Mitchell 2004: S. 1).

Mitchells Zugang zu Bildern versteht sich als Ergänzung zur Semiotik. Während in der Semiotik die Frage nach den Inhalten von Bildern und den Zeichen, aus denen sie bestehen, gestellt wird, liegt der Fokus in „Das Leben der Bilder" (Mitchell 2008) darauf, wie wir mit Bildern umgehen und sie beschreiben. Aus diesem Grund beschränkt er Bilder

auch nicht auf rein physische Bilder, sondern erweitert sie um mentale und auch sprachliche Bilder (vgl. ebd.: S. 18). Es sind Bilder, die uns den Zugang zu den Dingen und deren Verständnis ermöglichen. Dies muss nicht auf einer absoluten und objektiven Ebene geschehen. Ein Bild zu haben bedeutet, eine Situation zu erfassen, aber in Form einer Momentaufnahme, die den Moment des Bildes festhält, mit all den Stereotypen und Klischees, die im Bild erhalten bleiben (vgl. ebd.: S. 14f).

Für W.T.J. Mitchell liegt der Endpunkt der Beschäftigung mit Bildern in der Werbung und Propaganda, wobei die Idee des Bildlichen die Verbindung zwischen Theorien zu Kunst und Sprache sowie Konzepten gesellschaftspolitischer und kultureller Werte darstellt (vgl. Mitchell 2004: S. 2f)

3.1.2 Roland Barthes, der Mythos und die Rhetorik des Bildes

Nun von den Bildwissenschaften und den Visual Culture Studies zur Semiologie. Semiologie erhebt den Anspruch, eine allgemeine Wissenschaft der Zeichen zu sein. Trotz dieser Behauptung tut sich die Semiologie schwer, das Wesen von Text und Bild und den Unterschied zwischen beiden genau zu definieren. Als Wissenschaft beschäftigt sich die Semiologie zunächst vor allem mit Texten, sowohl mit geschriebener als auch mit gesprochener Sprache. Erst nach und nach wurden, wie in anderen Human- und Geisteswissenschaften auch, Bilder und die in ihnen enthaltenen Zeichen zum Thema (vgl. Mitchell 2014: S. 53ff). Einer, der sich mit Bildern und ihrer semiologischen Analyse beschäftigte, war Roland Barthes.

Der folgende Abschnitt des Kapitels befasst sich mit zwei Werken von Barthes: „Mythen des Alltags" – deutsche Erstauflage 1964 – und seinen Essays über Bilder in „Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn" mit genauerem Bezug auf „Die Rhetorik des Bildes" – diese Sammlung wurde auf deutsch erstmals 1990 veröffentlicht. Bevor auf die Inhalte genauer eingegangen wird, zunächst eine Bemerkung zur Terminologie bei Barthes. Da seine Werke aus dem Französischen übersetzt wurden, ist diese nicht immer einheitlich. So ist in „Mythen des Alltags" von dem Bedeutenden und dem Bedeuteten die Rede (vgl. Barthes 1985), während in „Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn" Signifikant und Signifikat verwendet wird (vgl. ebd. 1990). Um Unklarheiten zu vermeiden, wird im Folgenden und in der restlichen Arbeit ausschließlich der erste der zwei Begriffssätze verwendet.

In „Mythen des Alltags" definiert Roland Barthes den Mythos folgendermaßen: „Der Mythos ist eine Aussage" (Barthes 1985: S. 85). Damit macht er deutlich, dass der Mythos durch die Art und Weise, wie er geteilt und in die Welt getragen wird, zum Mythos wird. Es ist nicht primär der Inhalt, sondern der gesellschaftliche Umgang, der ein Objekt zum Mythos werden lässt. Dabei ist der Mythos weder an zeitliche noch an materielle Bedingungen gebunden. Ein Mythos kann einen Augenblick oder auch länger bestehen. Er kann sich in Form von Texten, Filmen, Reportagen und auch Werbung manifestieren (vgl. ebd.: S. 85f). Barthes begreift den Mythos als sekundäres semiologisches System, aufgebaut auf dem primären System. Während dieses erste System als linguistisches System bezeichnet wird, das sich einer Sprache bedient, die Barthes als Objektssprache bezeichnet, bedient sich der Mythos einer Metasprache. Ihre Besonderheit besteht darin, dass man in ihr von der Objektsprache spricht. Dies führt dazu, dass die genaue Zusammensetzung der Objektsprache in der Metasprache nicht von Belang ist, solange man sich des globalen Zeichens der Objektsprache bewusst ist. In dieser Überordnung der Meta- über die Objektsprache liegt begründet, dass Schrift und Bild im Mythos auf die gleiche Art und Weise behandelt werden können (vgl. ebd.: S.93f).

Beide Systeme, das linguistische System und der Mythos bestehen aus drei Termini, dem Bedeutenden – dem ersten Terminus -, dem Bedeuteten – dem zweiten Terminus – und dem dritten Terminus, dem Zeichen, der aus der Korrelation der beiden ersten Termini entsteht (vgl. ebd.: S. 90). Um das Verhältnis der drei Termini zu beschreiben, verwendet Barthes in Mythen des Alltags das Beispiel der „‘verleidenschaftlichten‘ Rosen" (Barthes 1985: S. 90). Die Rose als Symbol für Leidenschaft ist der dritte Begriff, das Zeichen. Um zu ihm zu gelangen, wird das Bedeutende, die Rosen, mit dem Bedeuteten, der Leidenschaft, versehen. Obwohl diese zwei Termini auch getrennt existieren, entsteht das Zeichen aus der Verbindung von Rosen und Leidenschaft (vgl. Barthes 1985: S. 90f).

Wenn wir nun vom linguistischen System in den Mythos wechseln, wird dieses Zeichen zum ersten Terminus, zum Bedeutenden des Mythos (vgl. ebd.: S. 95). Dieser Terminus erhält die Bezeichnung Form. Das Bedeutende enthält nun im Mythos eine Doppeldeutigkeit. Als Zeichen des primären Systems ist es der Sinn, es hat einen Inhalt und kann somit auch gelesen werden und in seiner Gesamtheit gelesen und wahrgenommen werden. Als Form muss das Zeichen ‚entleert‘ werden und mit dem

Bedeuteten des Mythos wieder zusammengeführt zu werden (vgl. ebd.: S. 96f). Der neue Terminus für das Bedeutete des Mythos ist der Begriff. Dieser ist eine Geschichte. Eine Kette von Ursachen, Wirkungen und Motiven. Er ist determiniert und erzählt die Geschichte, die in den Mythos eingepflanzt wird (vgl. ebd.: S. 98).

> *„In Wahrheit ist das, was sich im Begriff einnistet, weniger das Reale als eine gewisse Kenntnis vom Realen; beim Übergang vom Sinn zur Form verliert das Bild Wissen, und zwar um besser das des Begriffes anzunehmen*" (Barthes 1985: S. 98).

Die Verschmelzung von Form und Begriff endet im dritten Terminus des Mythos. Dieser ist äquivalent zum Zeichen des linguistischen Systems und trägt nun den Titel Bedeutung (vgl. Barthes 1985: S. 96).

In seinen Essays in ‚Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn' spricht Barthes zwei für diese Arbeit relevante Aspekte im Bereich der Semiotik der Bilder an. Zunächst einmal zur Sonderstellung von Fotografie. Das Besondere an der Fotografie im Vergleich zu anderen bildlichen Medien besteht darin, dass die im Bild transportierte Botschaft analog zur Natur sein kann. Dies liegt darin, dass die Fotografie ein Spiegel der Natur ist, wobei diese nicht automatisch durch die gewählte Darstellungsweise verfälscht wird (vgl. Barthes 1990: S. 38). Daraus soll nicht geschlossen werden, dass die Wahl von Objektiv, Einstellungen und dergleichen nicht bei der Betrachtung eines Fotos von Bedeutung ist (vgl. ebd.: S. 13f), jedoch greifen Fotografien trotz unterschiedlich gewählten Einstellungen nicht direkt in das auf dem Bild dargestellte ein – zumindest dann nicht, wenn das primäre Ziel der Fotografie kein künstlerisches ist, wie es beispielsweise bei der Werbe- und Pressefotografie der Fall ist (vgl. ebd.: S. 38).

Werbung – die Bildgattung, zu der auch die Plakate des Weltmuseums Wien gehören – unterscheidet sich durch zwei Besonderheiten von anderen Bildgattungen. Erstens ist bei der Werbung die Bedeutung des Bildes klar vorgegeben. Genauer gesagt ist das Bedeutete der Werbung so gewählt, dass das Zeichen dergleichen möglichst eindeutig ist (vgl. ebd.: S. 28f). Das zweite besondere Merkmal der Werbung ist, dass sie in der Regel auch ein schriftliches Element enthält. Dabei kann es sich um Etiketten, Beschriftungen und ähnliches handeln (vgl. ebd.: S. 29). Auch die ausgewählten Plakate weisen in allen Fällen mindestens eines dieser schriftlichen Elemente auf.

Die Rhetorik des Bildes besteht nach Barthes aus drei Botschaften. Das eben erwähnte Element der Schrift auf Bildern ist die erste dieser Botschaften. Um diese im Falle der Werbung entziffern zu können, ist es in der Regel nur notwendig, die Schrift und die Sprache, in der die Botschaft geschrieben ist, zu beherrschen (vgl. ebd.: S. 29).

Die beiden anderen Botschaften befinden sich im Bild selbst. In der Werbung haben wir es nie nur mit einer buchstäblichen Botschaft zu tun. Vielmehr findet sich auch eine symbolische Botschaft (vgl. ebd.: S. 37). Die erste dieser Botschaften ist der Träger der zweiten und wird denotierte Botschaft genannt. Es handelt sich um eine nicht codierte Botschaft in Form der in der Werbung dargestellten Objekte. Es ist kein kulturelles Hintergrundwissen erforderlich, um die Inhalte des Bildes zu erkennen. Solange die Entsprechungen außerhalb des Bildes bekannt sind, ist es möglich, die Farben und Formen des Bildes zu den Objekten zusammenzusetzen. Das einzige Konzept, das bekannt sein muss, um diese Botschaft zu lesen, ist die Existenz von Bildern (vgl. ebd.: 31f).

Die letzte der Botschaften ist die konnotierte Botschaft. Diese besteht je nach Bild aus einer unterschiedlichen Anzahl von Zeichen. Diese können einerseits einzelnen Objekten im Bild zugeordnet werden, aber auch die Komposition der Darstellung selbst kann ein Zeichen sein. Zudem ist es bei einem Bild nicht möglich, die Zeichen linear anzuordnen und in eine feste Reihenfolge zu bringen. Um die Zeichen der konnotierten Aussage zu entschlüsseln ist Vorwissen notwendig. Es ist jedoch möglich, dass für verschiedene Zeichen innerhalb desselben Bildes unterschiedliches Vorwissen und auch eine ungleiche Menge an Vorwissen notwendig ist, was kulturell bedingt sein kann (vgl. ebd.: S. 30). Somit hängt das Lesen eines Bildes und seiner Zeichen davon ab, welches Wissen die Leser_in das Bild mit sich bringt. Gleichzeitig ist es auch möglich, dass ein und dieselbe Leser_in Vorwissen aus unterschiedlichen Kontexten mit sich bringt und diese dann gemeinsam, oder getrennt auf das Bild anwendet. Daraus folgt, dass die Zeichen der konnotierten Botschaft unterschiedliche Hintergründe haben können. Diese können kulturell, ästhetisch, historisch usw. bedingt sein (vgl. ebd.: S. 41).

Die Besonderheit von Fotografien in Bezug auf denotierte und konnotierte Botschaft ist die bereits erwähnte Äquivalenz zwischen dem realen Objekt und seiner Darstellung im Bild. Dies führt dazu, dass die Beziehung zwischen Bedeutendem und Bedeutetem hier

keine Transformation ist, wie dies zum Beispiel in der Zeichnung der Fall wäre, sondern eine Aufzeichnung (vgl. ebd.: S. 39).

> *„Das denotierte Bild naturalisiert die symbolische Botschaft, es läßt [!] den (vor allem in der Werbung) sehr differenzierten semantischen Trick der Konnotation unschuldig erscheinen; […]*" (Barthes 1990: S. 40).

Die drei Botschaften der Werbung sind also die sprachliche Botschaft, die nicht codierte – denotierte – Botschaft und die codierte – konnotierte - Botschaft (vgl. Barthes 1990: S. 31). Bei der Untersuchung dieser Botschaften wird bei der sprachlichen Botschaft begonnen (vgl. ebd.: S. 42). Diese kann dazu genutzt werden, der Mehrdeutigkeit des Bildes entgegenzuwirken. Jedes Bild besitzt diese Mehrdeutigkeit, da Bilder eine Reihe von bedeutsamen Elementen besitzen, aus denen die Leser_in manche auswählen kann, während andere von ihr ignoriert werden (vgl. ebd.: S. 34). Es gibt zwei Möglichkeiten, mit der Mehrdeutigkeit des Bildes umzugehen. Handelt es sich um eine Bildbeschreibung, befinden wir uns auf der denotierten Bildebene. Auf der symbolischen Bildebene grenzt der Text die Analyse ein und gibt vor, in welche Richtung die konnotierte Ebene zu interpretieren ist. So können ungewollte Lesearten vermieden werden. Da sich die sprachliche Botschaft in der Regel nicht auf die Gesamtheit der im Bild vorhandenen Zeichen bezieht, können durch sie bestimmte Zeichen hervorgehoben werden und andere in den Hintergrund gedrängt werden (vgl. ebd.: S. 35). Diese Art der sprachlichen Botschaft wird die Verankerung genannt und ist die am häufigsten verwendete Art, die vor allem in der Pressefotografie und in der Werbung finden ist (vgl. ebd.: S. 36). Aus diesem Grund ist sie auch die für diese Arbeit relevante sprachliche Botschaft.

Der Untersuchung der sprachlichen Botschaft folgt die denotierte Botschaft. Dies liegt daran, dass diese die Trägerin der codierten Botschaft ist und wir sie daher als Basis für den letzten Schrittes der Analyse benötigen. Diese endet mit der konnotierten Botschaft (vgl. ebd.: S. 33).

3.2 Othering und Konzeption des Fremden im Allgemeinen

Der zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit, „Welche Modi der Konstruktion des ‚Fremden' lassen sich in Plakaten des Weltmuseums Wien wiedererkennen?" macht es notwendig, diesen Begriff des ‚Fremden' zu definieren oder zumindest einzugrenzen, was

die ‚Konstruktion des Fremden' bedeutet. Die Schwierigkeit, darüber zu schreiben, besteht darin, dass es dieses ‚Fremde' als Absolutes nicht gibt. In der Literatur ist zwar von ähnlichen Konzepten die Rede, aber gleichzeitig wird unterschiedliches Vokabular verwendet wird, um ähnliche Phänomene zu beschreiben. In der einschlägigen Museumsliteratur wird vom ‚Anderen' und seiner Re-Präsentation geschrieben (Bouquet 1994; Plankensteiner 2021; Schicklgruber 2021; i.a.). Homi Bhaba schreibt darüber hinaus nicht nur vom ‚Anderen', sondern im Zusammenhang mit kolonialen Dynamiken auch vom Stereotyp und dem ihm anhaftenden Fetisch und bezieht sich in seiner Konzeptualisierung dieser Begriffe auf Franz Fanon (vgl. Bhaba 2000). Said hingegen nennt den Prozess der Konstruktion selbst – auf den Nahen und Mittleren Osten und Asien bezogen – und nennt ihn Orientalismus (vgl. Said 2021). Ortfried Schäffter benennt die zum ‚Fremden' zugehörige Fremdheit nicht als eine Eigenschafft, sondern ein Beziehungsmuster basierend darauf, dass Fremdheit eine Erfahrung ist, die die eigene Identität herausfordert (vgl. Schäffter 1991: S. 12).

Unter Bezugnahme auf mehrere Autor_innen, soll in diesem Unterkapitel also versucht werden, ein Konzept der Konstruktion des Fremden zu finden, mit dem es möglich ist, die Plakate des WMW zu betrachten. Dazu gehört auch, koloniale Bilder und koloniales Sehen noch einmal unter die Lupe zu nehmen, um die Möglichkeit zu haben, die Rezeption und Infragestellung überkommener Dynamiken in den aktuellen Plakaten zu erkennen und zu beschreiben.

3.2.1 Das ‚Andere' und das ‚Fremde'

Das ‚Fremde' – oder auch die' Fremde', wenn nicht bezogen auf Personen – kann nicht für sich alleinstehen, sondern wird immer in Differenz zu dem entwickelt und konstruiert, was als das ‚Eigene' empfunden wird (vgl. Dürbeck 2007: S. 13; Schäffter 1991).

Ähnliches ist auch der Fall, wenn wir statt dem ‚Fremden' über das ‚Andere' sprechen. Ohne das ‚Andere' und die Differenz zwischen dem ‚Selbst' und dem Kolonisierten bricht das koloniale System in sich selbst zusammen. Die Festschreibung und Naturalisierung des Anderen bzw. des ‚Andersseins' ist einer der Grundpfeiler des kolonialen Selbstverständnisses (vgl. Bhaba 2000: S. 97). Die Produktion des Machtgefälles zwischen dem Kolonialen und dem Kolonisierten folgt der Konstruktion der Differenz zwischen den beiden. Die Möglichkeit der Konstruktion von Differenz wiederum ist dem Kolonialen

gegeben, da er die Macht über den wissenschaftlichen Diskurs besitzt und so die Europäer_in differenziert vom Rest der Welt repräsentieren kann (vgl. ebd.: S. 104). Repräsentation ist laut Bhaba ein Konzept „welches das Historische und die Phantasie [sic] (als die Szene des Verlangens) in der Produktion der ‚politischen' Effekte des Diskurses artikuliert" (Bhaba 2000: S. 107). Offen bleibt die Frage, wie sich dieses Verständnis von Repräsentation sich auf die (Re-)Präsentation im Museum auswirkt.

Das ‚Andere' wird im kolonialen Diskurs subjektiviert. Es wird simplifiziert und durch die Erzählungen des Kolonialen auf der Basis von Stereotypen zum Subjekt gemacht, seien es körperliche Merkmale wie Hautfarbe oder Haare oder zugeschriebene Verhaltensweisen (vgl. ebd.: S. 111).

Homi Bhaba identifiziert als eines der größten Probleme des Diskurses über koloniale Dynamiken die Fokussierung auf das ‚Andere'. Selbst Texte, die sich dem, was Bhaba „Differenz" nennt, zuwenden, spezifisch um das Koloniale aufzuzeigen und zu hinterfragen, verstärken gleichzeitig die Wahrnehmung des ‚Anderen'. Diskussionen über die Wahrnehmung und Konstruktion des kolonialen Subjektes lassen sich jedoch in der Aufarbeitung von Geschichte nicht gänzlich vermeiden (vgl. Bhaba 2000: S.11).

Ein weiterer Theoretiker, der sich - von einem literaturwissenschaftlichen Hintergrund ausgehend - mit der Repräsentation und Konstruktion des ‚Anderen' beschäftigt hat, war Edward Said. Sein Ansatz war nicht primär die Dynamik zwischen dem Kolonialen und dem Kolonisierten, sondern zwischen dem Westen und dem, was der Westen den Orient nennt. Dieser ist kein Absolutes, sondern ein Phantom, das im Laufe der Jahrhunderte durch Bilder und Literatur, in der Politik und in Wissenschaft geschaffen wurde. Im Zusammenspiel mit diesem Konzept entstand nicht nur der Orient in den Köpfen des Westens. Durch die Abgrenzung vom Orient entstand auch der Okzident (vgl. Said 2021: S. 22). Das, was die Europäer_in im 19 Jahrhundert als das ‚Fremde' verstand, sei es der Orient, oder andere Regionen, wurde aus eurozentristischen Ansichten heraus konstruiert. Dies führt dazu, dass bei einer Analyse des Fremden oftmals mehr über die Ansichten und Philosophien Europas herausgefunden werden kann als über das Fremde selbst (vgl. Dürbeck 2007: S. 7).

Nach Said sind diese Konzepte des ‚Anderen' jedoch nicht immer in sich schlüssig, ja sie sind es sogar selten. So kann der Orient einerseits ein Ort der Gelehrsamkeit sein,

andererseits aber auch ‚primitiv' und rückständig. Er ist erfüllt von Träumen und Bedürfnisbefriedigung und gleichzeitig voller Gefahren und Terror (vgl. Said 2021: S. 64). Diese Gegensätzlichkeit ist eine Eigenschaft dessen, was als das ‚Fremde' Wahrgenommen wird im Allgemeinen. Das ‚Fremde' existiert in der Dichotomie zwischen Anziehung und Abscheu, Verlangen und Furcht (vgl. Claessens 1991: S. 47).

Fixierte Annahmen über das ‚Andere' nennt Homi Bhaba den Stereotyp. Das Stereotyp ist eine fixierte Form des kolonialen Subjekts. Es kann dazu dienen, den Gegensatz zwischen dem kolonialen Selbst und dem ‚Anderen' zu etablieren und zu festigen (vgl. Bhaba 2000: S. 116). Der Ursprung seiner Genese liegt in der Vielzahl von Quellen und Projektionen, die die Basis des kolonialen Diskurses bilden (vgl. ebd.: S. 121).

> *„Meine Anatomie des kolonialen Diskurses bleibt unvollständig, solange ich das Stereotyp nicht lokalisiere, nämlich als eine arretierte, fetischistische Repräsentationsform innerhalb des diskursiven Identifikationsfeldes […]. Das Imaginäre ist die Transformation, die während der formativen Spiegelphase im Subjekt stattfindet, wenn das Subjekt ein diskretes Bild annimmt, das ihm erlaubt, eine Reihe von Äquivalenzen, Gleichheiten, Identitäten zwischen den Objekten der umgebenen Welt zu postulieren. Dieses Positionieren ist jedoch selber [sic] problematisch, denn das Subjekt findet und erkennt sich durch ein Bild, das gleichzeitig entfremdend und daher potentiell [sic] konfrontativ ist*" (Bhaba 2000: 113f).

Die Problematik des Stereotyps kann also nicht nur darin gesehen werden, welches Bild dem Westen geschaffen wird und welche Eigenschaften dem Kolonisierten zugeschrieben werden, sondern auch darin, mit welchen Bildern (ehemalige) koloniale Subjekte von sich selbst konfrontiert werden, wie Selbstbild und Fremdbild zusammenspielen (vgl. Bhaba 2000).

Vom ‚Anderen' und seinen Stereotypen, zurück zum ‚Fremden'. Während das ‚Fremde' durch die Eigenschaft der räumlichen Entfernung bestimmt sein kann, ist dies nicht die einzige Art, wie es in Erscheinung treten kann. Ortfried Schäffter weist dem Fremden fünf verschiedene Bedeutungen zu. Das Fremde als das Auswärtige, als das Fremdartige, als das noch Unbekannte, als das letztlich Unerkennbare und als das Unheimliche (vgl. Schäffter 1991: S. 14). Während Elementen aus allen diesen Bedeutungsinhalten in dieser

Arbeit in Erscheinung treten werden, sind es Das Fremde als das Auswärtige und das Fremde als das Unbekannte, welche von besonderer Relevanz sind. Das Fremde als das Unbekannte wird definiert als „[…] Möglichkeiten des sich gegenseitig Vertraut-Machens von Erfahrungsbereichen, die prinzipiell Erreichbar sind" (Schäffter 1991: S. 14) und ergänzt so das Museum als Bildungsraum. Das Fremde als das Auswärtige hingegen entwickelt das Fremde entlang einer räumlichen Trennung und dem Unterschied zwischen Zugänglich und Unzugänglich (vgl. Schäffter 1991: S. 14). Dies ist relevant für das ethnologische Museum im speziellen, da es diese Sphären vermischt. Mehr zu der Genese des (ethnologischen) Museums folgt in Kapitel 3.3.

3.2.2 Sehen und Gesehenwerden

Grundlage dieser Arbeit sind Bilder, Bilder auf den Plakaten und mit ihnen auch Bilder in unseren Köpfen, die unsere Reaktion auf die Plakate beeinflussen. Mit dem Bild kommt die Handlung des Sehens.

Homi Bhaba spricht in ‚Die Verortung der Kultur' (2000) über den Unterschied zwischen Sehen und Gesehenwerden. Genauer, um Sehen und Gesehenwerden im Zusammenhang mit kolonialer Überwachung. Die Grundaussage definiert aber auch das Verhältnis zwischen Subjekt und Objekt der Handlung des Sehens. Die koloniale Macht kann der Lust des Sehens frönen, während das kolonisierte Individuum zum Objekt des Blickes wird. So wird es zum Opfer von Stereotypen, die es selbst nicht beeinflussen kann (vgl. Bhaba 2000: S. 113).

Versucht man die Konstruktion des ‚Fremden' im westlichen Denken nachzuvollziehen, kommt man nicht umhin die Rolle der Fotografie und anderer bildlicher Darstellungen des 19. Jahrhunderts zu betrachten, die eine wesentliche Rolle dabei spielten, wie fremde Kulturen in Europa rezipiert und konsumiert wurden (vgl. Edwards 1992: S. 5). Für den Großteil der europäischen Bevölkerung Europas war zu dieser Zeit der Kontakt mit dem ‚Fremden' ausschließlich in Ausstellungen – in Museen und auf Weltausstellungen – und durch Fotografien möglich (vgl. Street 1992: S. 122). Um ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen, entwickelte die Anthropologie im Laufe des 19. Jahrhunderts eine eigene Form der Fotografie, die in der Darstellung des ‚Anderen' verwurzelt war und diese wissenschaftlich festigen sollte. Es stand der dokumentarische Aspekt des Mediums im Vordergrund. Der gewählte Stil war realistisch, Porträts oder als kulturell vermarktete

Szenen waren die bevorzugten Motive (vgl. Edwards 1992: S.8). Neben dem Anspruch des Realismus mussten ethnologische Bilder auch einer bestimmten Ästhetik entsprechen. Dies führte zu romantisierenden Darstellungen des ‚Fremden' – oder mitunter auch zum Gegenteil. Der gefühlte Realismus der Fotografie des Mediums konnte darüber hinwegtäuschen, dass die dargestellten Szenen selbst konstruierte Bilder waren (vgl. Street 1992: S. 123). Für die Auswahl, welche Narrative die Bilder zeigten, waren die jeweiligen kolonialen Bedürfnisse und Kontexte der Ausstellung, Völkerschau etc. verantwortlich, aber auch welche ideologischen Hintergründe Fotograf_innen – oder ihre Auftraggeber_innen – besaßen (vgl. ebd.: S. 124).

Neben den Bildern selbst war es auch die Kombination von Bild und Text, etwa in Form von zum Beispiel Bildbeschreibungen, die das Narrativ prägten. Der Effekt ist ähnlich dem, den Roland Barthes in „Die Rhetorik des Bildes" (1990) in Bezug auf Werbe- und Pressetexte beschreibt. Die Bildunterschriften sollten generalisierte anthropologische Kontexte liefern und so Betrachter_innen helfen, die Bilder einzuordnen. Dabei handelte es sich regelmäßig um die einfachsten Beschreibungen von Geschlecht und Herkunft der abgebildeten Personen (vgl. Edwards 1992: S. 11).

Nun von der Fotografie weg, hin zum Blick im Allgemeinen. Das Konzept des „Gaze", also des Blicks in Bezug darauf, wer sehen darf und wie geblickt wird, stammt ursprünglich aus dem Bereich der Medienwissenschaften, genauer aus dem Bereich der Filmwissenschaften. Das Konzept geht auf Laura Mulveys Aufsatz „Visual Pleasure and Narrative Cinema" (1992) zurück, indem sie die geschlechtsspezifischen Dynamiken im Film vor und hinter der Kamera untersuchte. Wobei es in den folgenden Jahrzehnten immer wieder Akademiker_innen gab, die das Konzept weiterentwickelten und um zusätzliche Perspektiven erweiterten. So wurde in dem Buch ‚Looking for the Other' (vgl. Kaplan: 1997) der „Male Gaze" von Mulvey um den „Imperial Gaze" erweitert, der die eurozentristische Perspektive des Films unter die Lupe nimmt (vgl. ebd.: S. xiii). Ralf Bohnsack stellt in seiner dokumentarischen Methode die Frage nach den Bildproduzent_innen, hinter der Kamera und im Bild (vgl. Bohnsack 2011: S. 31). Diese Bildproduzent_innen sind ungleich an der Produktion des Bildes beteiligt, wobei wiederum die Frage, wer die Macht des Blickes hat, eine Rolle spielt. Wenn die Frage nach dem ‚Gaze' gestellt wird, geht es darum, wer aktive und passive Rollen im Blick einnimmt.

Wer ist Objekt und wer Subjekt des Blicks. Zugleich ist es auch eine Analyse, wie der Blick bestehende soziale Dynamiken verstärkt und formt (vgl. Kaplan 1997: S. 6). Wenn wir mit etwas konfrontiert werden, das wir als das ‚Andere' identifizieren, schwingt der Blick immer mit. Vor allem in Situationen wie dem Reisen, wo wir nicht nur mit dem ‚Anderen', sondern auch mit dem ‚Eigenen', oder dem ‚Anderssein des Eigenen' konfrontiert werden, weil dadurch ein Bewusstsein der Differenz hervorgerufen wird (vgl. ebd.: S. 5f).

Diese Auseinandersetzung findet auch im Museum statt. Auch wenn das ethnologische Museum anerkennt, dass die Konzepte des ‚Anderen' und des ‚Eigenen' überholt sind, kommt es nicht umhin, sie in seiner Ausstellungsgestaltung und Objektpräsentation aktiv mitzudenken (vgl. Schicklgruber 2021: S. 47, 60). Idealerweise kann dadurch im Museum der Blick wieder auf die Betrachtung des ‚Eigenen' gelenkt werden (vgl. ebd. 2017: S. 13).

In Blickverhältnissen bleibt die Dominanz bei der aktiven Person, dem Ursprung des Blicks, während das Objekt in eine passivere Rolle gedrängt wird (vgl. Kaplan 1997: S. 6). Bhaba identifiziert dies im Verhältnis des Kolonialen im Gegensatz zum Kolonisierten, aber auch heute findet sich der/das ‚Andere' in der Regel in der passiven Rolle vor der Kamera und nicht in der aktiven Rolle hinter der Kamera (vgl. ebd.: S. 59). Im Museum, in seinen Ausstellungen und auch davor bei den Plakaten übernimmt die Besucher_in die Rolle der Blickenden, während die Objekte gesehen werden.

3.3 Vom Museum für Völkerkunde zum Weltmuseum (Wien)

3.3.1 Identitätsaufbau, Fremddarstellung, das ‚Eigene', das ‚Andere' und das Museum

Ethnologische Objekte fanden sich in Europa bereits vor dem 19. Jahrhundert in privaten und kaiserlichen Sammlungen (vgl. Bouquet 2012: S. 65) und diese Sammlungen sind auch Teil der Provenienz Geschichte von Objekten, wie dem Quezalfeder-Kopfschmuck im Weltmuseum Wien (vgl. Feest 2012: S. 5). Die Geschichte des Museums, so wie wir es heute kennen, beginnt jedoch im 19. Jahrhundert. Damals wurde es zu einem Ort der Bildung, zu einem Ort, an dem Wissen sowohl produziert als auch reproduziert, rezipiert und disseminiert wird (vgl. Sarr, Savoy 2019: S. 79f). Diese Konsolidierung des Museums als öffentlicher Raum führte dazu, dass die Sammlungen nach und nach der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden (vgl. Bouquet 2012: S. 65). Die rund eineinhalb Jahrhunderte andauernde Geschichte ethnologischer Museen umfasst nicht nur die Existenz der

Institution selbst und ihrer Objektsammlungen, sondern auch diverse Bild- und Filmarchive (vgl. Powroznik 2015: S. 70).

Mit der Öffnung der Museen kam auch deren Förderung durch den Staat. Dieser konnte entscheiden, was es wert war, zur Bildung der Bevölkerung geteilt und gezeigt zu werden. Im Falle der ethnologischen Museen - bzw. einzelner Abteilungen in anders fokussierten Museen wie dem Naturhistorischen Museum in Wien – war es das Wissen über die Welt und ihre Menschen, das geteilt werden sollte (vgl. Bouquet 2012: S. 65).

Damals wie heute waren – und sind – Museen kulturelle und soziale Institutionen mit einem identitätsstiftenden Element. Diese bezieht sich vor allem auf die Identität auf nationaler Ebene (vgl. Kaplan 1994: S. 1). So wurden Museen zu Orten, an denen Ideologien und prominente Weltbilder des 19. Jahrhunderts präsentiert und aufgrund ihres nach außen gerichtetem Charakter im Vergleich zu Institutionen mit ähnlichen Inhalten, wie z.B. adeligen Residenzen, an die Bevölkerung vermittelt wurden (vgl. Kravagna 2009: S. 2f). Das Museum war einer der Orte, an denen sich im 19. Jahrhundert die Wahrnehmung des Nationalstaates und das Selbstbewusstsein der eigenen nationalen Identität herausbildeten und verstärkten konnte (vgl. Bouquet 2012: S. 72). In Bezug auf ethnologische Museen bedeutete dies, dass eines der Ziele darin bestand, die Unterschiede zwischen ‚uns' und den ‚Anderen' greifbar zu machen. Die Techniken zur Darstellung dieser Differenz konnten dabei unterschiedlich sein (vgl. ebd.: S. 65).

Ein Phänomen des 19. Jahrhunderts, das in engem Zusammenhang mit den ethnologischen Sammlungen dieser Zeit steht, sind die Weltausstellungen in verschiedenen europäischen und nordamerikanischen Städten, zusammen mit den in ihnen gezeigten Völkerschauen. Bei diesen Veranstaltungen wurde der technische Fortschritt ‚zivilisierter' Länder im Gegensatz zu den als ‚primitiv' angesehenen Kulturen präsentiert. Die für die Präsentation auf Weltausstellungen gesammelte materielle Kultur wurde wiederum häufig Teil der ethnologischen Sammlungen von Museen und im Anschluss an die Weltausstellungen dort gezeigt (vgl. ebd.: S. 72ff). Die Gegenüberstellung des 'primitiven Anderen', das in den Völkerkundemuseen ausgestellt wurde, sollte zusätzlich zum allgemeinen Erziehungsauftrag auch dazu dienen, die Identifikation mit dem eigenen Nationalstaat zu stärken, indem der Fortschritt der eigenen Kultur hervorgehoben wurde (vgl. ebd.: S. 73). Neben der breiten Öffentlichkeit

dienten Völkerkundemuseen / ethnologische Museen auch der (Aus)Bildung von Kolonialbeamten und Missionaren. Die Museen wurden so zu einem wesentlichen Teil der kolonialen Maschinerie. Während die materielle Kultur aus den Kolonien zurückgebracht und in Europa ausgestellt wurde, rechtfertigten die Narrative der Ausstellungen die weitere Kolonisierung und den ‚Zivilisierungsauftrag' anderer Länder und Völker (vgl. ebd.: S. 74f).

Eine weitere der zentralen Aufgaben des ethnologischen Museums im 19. Jahrhundert war es, Entscheidungen darüber zu treffen, wie die gesammelten Objekte in Ausstellungen präsentiert werden sollten. Darüber hinaus mussten Entscheidungen über die Ordnung der Sammlungen im Allgemeinen getroffen werden. Dies hatte zur Folge, dass Museen der Ort waren, an dem verschiedene Arten der Klassifikation - regional, Nutzen, Material usw. - ihren Ursprung hatten (vgl. ebd.: S. 77f). Dabei waren es nicht nur rein akademisch-wissenschaftliche Überlegungen, die Einfluss auf die Gliederung von Ausstellungen hatten, sondern auch Fragen der Ästhetik oder welche Narrative gerade im Vordergrund standen (vgl. ebd.: S. 81). Ein weiterer Grund für das Sammeln von Objekten war die Annahme der damaligen Zeit, dass der Untergang vieler Kulturen, aus denen gesammelt wurde, unausweichlich sei. Gesammelt wurde also unter dem Vorwand, die materielle Kultur dieser bereits verloren geglaubten Kulturen für ein neues Publikum zu erhalten (vgl. Kravagna 2009: 133ff).

Die Konstruktion des Museums – und in diesem Fall des ethnologischen Museums im Besonderen – als ein universeller Ort des Sammelns und Wissens als Ergebnis seiner Entstehung im vorletzten Jahrhundert wurde im Zuge postkolonialer Debatten in den letzten Jahrzehnten zunehmend hinterfragt und mehr und mehr dekonstruiert (vgl. Beltz 2021: S. 380). Dennoch sind Museen nicht als statisch und unveränderlich zu betrachten (vgl. ebd.: S. 385). So lässt sich gerade in den letzten Jahren ein Wandel in der (Selbst-)Darstellung von Museen beobachten. Viele Museen, die ursprünglich als Völkerkundemuseen bekannt waren, haben in den letzten Jahren ihr Leitbild verändert, um den Anforderungen aktueller Debatten besser gerecht zu werden. Sie sind in vielen Fällen entweder zu ‚ethnologischen Museen' oder aber zu ‚Weltmuseen' geworden. So wurde zum Beispiel das ehemalige Berliner Museum für Völkerkunde zum Ethnologischen Museum oder das Frankfurter Völkerkundemuseum zum Weltkulturenmuseum (vgl.

Kraus 2015: S. 227). Auch das Weltmuseum Wien war bis 2013 ein ‚Museum für Völkerkunde' und wurde im Laufe der Umbauarbeiten seiner Dauerausstellungen neu benannt (Weltmuseum Wien 2015: S. 22).

Eines hat sich in der langen Geschichte des Museums jedoch nicht verändert. Es ist nach wie vor ein Ort, der einerseits nach außen, auf ein Publikum, ausgerichtet ist und andererseits Ebenen des Archivierens, des Sammelns und Ordnens aufweist. Es ist ein Ort, an dem Diskurse rekonstruiert, aber auch für ein wissenschaftliches und allgemeines Publikum disseminiert werden. Als solche ist das Museum als Institution ein integraler Bestandteil der modernen Gesellschaft (vgl. Hetherington 2011: S. 460).

Die Geschichte des Faches Kultur- und Sozialanthropologie und mit ihr die Geschichte des ethnologischen Museums bringt eine gewisse Notwendigkeit der Selbstreflexion mit sich (vgl. Powroznik 2015: S. 71). Als Institution, die im Kontext der Kolonialzeit des 19. Jahrhunderts entstanden ist, kann das Weltmuseum, wenn wir nicht aufpassen, die Werte dieser Zeit reproduzieren. So werden Museen, die sich im Laufe der Zeit zu Weltmuseen entwickelt haben, zu Archiven kolonialer Macht (vgl. Simpson 1996: S. 1). Ethnologische Museen sind, unabhängig davon, ob ihre Gründung in die Kolonialzeit fällt oder nicht, mit den kolonialen Bestrebungen Europas verbunden. Dies ist deswegen der Fall, da die in ihnen gezeigten Sammlungen nicht von ihrem Ursprung zu trennen sind und dieser meist auf dieses Bestreben zurückgeht (vgl. Beltz 2021: S. 385). Aus diesem Grund ist es unumgänglich für Weltmuseen, ihre Vergangenheiten und die Ursprünge ihrer Sammlungen zu reflektieren, diese dabei in ein neues Licht zu rücken, zu dekonstruieren und auch wieder neu zu konstruieren (vgl. Sharon Macdonald in Powroznik 2015: S. 71). Museen sind - und bleiben – Orte des Diskurses und beeinflussen so kritische Debatten über Vergangenheit und Zukunft (vgl. Beltz 2021: S. 385).

Museen gibt es nicht mehr nur in Europa und der westlichen Welt, aber wenn wir über ethnologische Sammlungen sprechen, gibt es einen Kontrast zwischen der westlichen Vorstellung und der des globalen Südens. Wenn wir in Europa den Ursprung der Sammlungen und Ausstellungen im 19. Jahrhundert in dem Wunsch nach Klassifizierung und dem Studium des ‚Anderen' sehen, so sehen die Museen im Globalen Süden anders aus. In vielen Nationalmuseen in größeren Städten und Museen wird nicht das ‚Fremde', sondern stattdessen das ‚Eigene' präsentiert (vgl. Plankensteiner 2018: S. 26). Auch hier

geht es, wie schon im 19. Jahrhundert in Europa, um die Schaffung einer nationalen Identität. Die Hintergründe sind jedoch andere. In Nigeria beispielweise dient das Museum dazu, verschiedene ethnische Zugehörigkeiten und Identitäten zusammenzubringen und die vielen verschiedenen Gruppen des Landes zu einer nationalen Identität zu verschmelzen (vgl. Kravagna 2009: S. 9). In dem Buch „Museum and the Making of ‚Ourselves'" werden weitere Beispiele aus der ganzen Welt angeführt, denen gemeinsam ist, dass sie alle versuchen, die materielle Kultur zu nutzen, um das Selbst zu konstruieren und nicht das ‚Andere', wie es bei uns immer noch der Fall ist (vgl. Kaplan 1994: S. 1).

Nach Felwine Sarr und Bénédicte Savoy gibt es im modernen Museum zwei verschiedene Modi in Bezug auf das Museale. Der erste ist die eben erwähnte nationale Identitätsstiftung. Dieser Modus betrifft nicht nur ethnologische Museen, sondern das Museum im Allgemeinen. Der zweite Modus ist die Bewahrung des nationalen und menschlichen Erbes. Hier muss darauf geachtet werden, dass, wenn die Sammlungen nicht das als das ‚Eigene' empfundene präsentieren. Dann wird es zu einem Museum des ‚Fremden', das Recht nicht nur diese ‚Anderen' darzustellen und sie zu klassifizieren, sondern in manchen Fällen auch für sie zu sprechen (vgl. Sarr, Savoy 2019: S. 79f). Um dies zu vermeiden, kann darauf geachtet werden, welche Stimmen ins Museum geholt werden, um den Ort als einen des Diskurses mitzugestalten (vgl. Beltz 2021: S. 385).

Museen sind Orte, aber auch Akteurinnen der Veränderung, auf politischer, aber auch auf gesellschaftlicher und sozialer Ebene (vgl. Kravagna 2009: S. 5). Mit dem Aufkommen postkolonialer und dekolonialer Diskurse findet seit einiger Zeit auch im Museum ein Perspektivenwechsel statt. Zunehmend wird der Austausch mit den Herkunftskulturen zur Praxis musealer Arbeit und ermöglicht es, die Vergangenheit der Institutionen aufzuarbeiten und die Sammlungen neu zu präsentieren (vgl. Simpson 1996: S. 1). In Museen, in denen die indigenen Herkunftskulturen aus demselben Land wie das Museum stammen, muss jedoch ein Unterschied gemacht werden, da hier andere Möglichkeiten bestehen (vgl. ebd.: S. 2).

Die kritische Reflexion anthropologischer (Re-)Präsentationen findet im Museum nicht nur von ethnologischer und wissenschaftlicher Seite statt. Seit den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts sind Repräsentationen des ‚Anderen' in Ausstellungen, Bildern oder Texten

auch Teil künstlerischer Aufarbeitungen von Geschichte. Diese Aufarbeitungen dienen dazu, den Museen und ihrem aktuellen Umgang mit Geschichte einen Spiegel vorzuhalten (vgl. Kravagna 2009: S. 131).

In der modernen Museologie werden Debatten im Bereich der ethnologischen Ausstellungspraktiken vor allem in zwei übergeordneten Kategorien geführt. Die erste Kategorie sind Fragen und Diskussionen rund um Restitutionen und Rückführungen, sowohl von Objekten – teilweise mit historischem und spirituellem Wert – als auch von menschlichen Überresten (vgl. Kazeem, Martinz-Turek, Steinfeld 2009: S. 7). Die Besonderheit bei der Provenienzforschung von Objekten, die in kolonialen Kontexten erworben wurden, im Vergleich zu Objekten, deren Provenienz auf eine Enteignung während der NS-Zeit hinweist, liegt darin, dass die Unrechtskontexte im ersten Fall oft unklarer und dadurch weniger leicht nachzuweisen sind. Im Fall von Raubkunst, wie zum Beispiel den Benin-Bronzen, ist die Gewaltanwendung zur Zeit der Aneignung klar zu beweisen, da diese auf die Strafexpedition von 1897 zurückzuführen ist. In anderen Fällen sind Situationen schwieriger nachzuweisen oder zu interpretieren. Sarr und Savoy plädieren dafür, dass aufgrund von Machtgefällen alle während der Kolonialzeit erworbenen Objekte einen Unrechtskontext besitzen, sodass der genaue Gewaltkontext in Bezug auf Restitutionsforderungen irrelevant sei. Andere Stimmen hingegen wehren sich gegen diese Einschätzung, da sie den Herkunftskulturen in jedem Fall eine Opferrolle zuspricht (vgl. Plankensteiner 2021: S. 332).

Die zweite Kategorie an Debatten in der Museologie ethnologischer Museen betrifft die Repräsentation im Museum und die damit verbundenen exotisierenden Fremdzuschreibungen (vgl. Kazeem, Martinz-Turek, Steinfeld 2009: S. 7). Durch das Ausstellen von Objekten werden diese in den Museen ‚objektifiziert'. Um dem entgegenzuwirken, werden Ausstellungspraktiken immer wieder erneuert und haben sich so seit dem Stil der Wunderkammern im 19 Jahrhundert weiterentwickelt (vgl. Bouquet 2012: S. 122).

Das Ausstellen hat immer auch einen bildhaften Aspekt an sich. Im vorigen Unterkapitel war vom ‚Gaze' die Rede, dem Blick der männlich, imperial usw. sein kann und der die Bilder auf der anderen Seite des Blicks mitkonstruiert (vgl. Kaplan 1997: S. 6). Der Besuch im Museum bedingt fast – bis auf wenige Ausnahmen – das Blicken und Sehen, es ist das,

womit Besucher_innen die meiste Zeit verbringen. Während Ausstellungstexte den Rundgang begleiten, stehen die Exponate und das Betrachten der Vitrinen im Mittelpunkt. Die Vitrinen als Gesamtgestaltung werden zu einem Bild, das aufgenommen wird und ein Narrativ vertritt (vgl. Saunders 2001: S. 19). Da man in Ausstellungen nicht umhinkann, eine Geschichte zu erzählen, wird es im ethnologischen Museum schwierig, die Darstellung des ‚Anderen/Fremden' nicht zu thematisieren und damit zu kontextualisieren (vgl. Kazeem, Martinz-Turek, Steinfeld 2009: S. 8). Wenn sie schon nicht unumgänglich sind, so sollte es doch auch das Ziel der Ausstellungsarbeit sein, die Besucher_innen auf mögliche Narrative hinzuweisen und dazu zu bringen, präsentierte Bilder des ‚Fremden' zu hinterfragen (vgl. Schicklgruber 2021: S. 47).

Mittlerweile sind Museen nicht mehr unbedingt in erster Linie sich selbst und der Forschung verpflichtet, auch wenn dies noch immer eine der Säulen der Museumsarbeit ist. Ebenso ist der schon öfter erwähnte Bildungsauftrag des Museums nicht einseitig erfüllbar. Museen stehen heute vor allem auch einem zahlenden Publikum gegenüber, das es in die Häuser zu locken gilt. Dies kann durch Sonderausstellungen und andere Aktionen geschehen (vgl. Powroznik 2015: S.72). Eine Möglichkeit, Neugierde zu wecken sind Plakate. Von diesen und den Darstellungen darauf auf ihnen kann ein roter Faden zu den Narrativen der Ausstellungen und Vitrinen gezogen werden. Die Tätigkeit auf Seiten der Besucher_innen bleibt die gleiche, das Blicken und so zu rezipieren.

3.3.2 Das Weltmuseum Wien

Das heutige Weltmuseum Wien wurde 1928 in der Neuen Burg eröffnet und ging aus den ethnologischen Sammlungen des Naturhistorischen Museums hervor. Diese wurden fast 89 Jahre lang in Schauräumen und Sonderausstellungen präsentiert, bis die Dauerausstellung 2004 zugunsten einer Erweiterung des Hauses geschlossen wurde. Trotz der nicht zugänglichen Dauerausstellung fanden in der Zeit zwischen 2004 und der Wiedereröffnung 2017 weiterhin Sonderausstellungen statt (vgl. Haag, Engelsman 2017: S. 11). So stammen sowohl das Plakat zu ‚Penacho – Pracht und Passion' von einer dieser Ausstellungen und in Kapitel 4: „Der neue Blick" wird auf eine weitere, ‚Benin: Könige und Rituale', eingegangen.

Den Namen ‚Weltmuseum Wien' erhielt die Institution erst im Jahr 2013, davor war sie unter dem Namen ‚Museum für Völkerkunde Wien' bekannt (vgl. ebd.). Mit dem neuen

Namen gingen auch neue Intentionen des Museums gegenüber der Öffentlichkeit einher, die in einer Publikation zur Wiedereröffnung bekannt gegeben wurden. Wie mehrere, bereits erwähnte Autor_innen anmerkten (vgl. Kravagna 2009, Plankensteiner 2018 u.a.) erkennt auch das neue Weltmuseum Wien an, dass zwei Schlüsseltätigkeiten des Museums, das Sammeln und Forschen, hinter den Kulissen stattfinden. Gleichzeitig versteht das WMW, dass es seine Sammlungen in Ausstellungen präsentiert, die nach außen, an die Öffentlichkeit gerichtet sind. Dadurch entsteht die Notwendigkeit, diese Ausstellungen den Besucher_innen zugänglich zu machen, nicht nur physisch, sondern auch inhaltlich (vgl. Schicklgruber 2017: S. 13). Die ausgestellten Objekte wurden aus ihrem ursprünglichen Kontext genommen, ohne zusätzliche Arbeit zur Re-Kontextualisierung bleiben sie einfache materielle Gegenstände ohne Inhalt, daher ist es die Aufgabe des Museums ihre Geschichte zu erzählen. Von Besucher_innen werden die Objekte in den Ausstellungen als Boten einer ‚fremden Welt' betrachtet, und die Rolle des Museums ist die einer Vermittlerin zwischen Publikum und Objekt. Ziel soll es dabei nicht sein, das Objekt als ‚Fremdes' zu exotisieren, sondern im Idealfall die Sicht der Besucher_in auf sich selbst und das Bekannte zu hinterfragen. Hinter dieser Verschiebung der Perspektive stehen drei Grundgedanken. Erstens ist das ‚Andere', das den Objekten zugrunde liegt, zu komplex, um es in all seinen Facetten vollständig darstellen zu können. Zweitens gibt es keine absolute Interpretation eines Objekts, seiner Bedeutung und seiner Geschichte, die Interpretationen sind immer vielfältig. Dies führt zum dritten Grundgedanken, dass das Museum seinen Anspruch auf die höchste Autorität über die Sicht der Objekte aufgibt (vgl. ebd.).

Doch trotz der gewollten Verschiebung von Narrativen des ‚Fremden' hin zur Wahrnehmung des ‚Eigenen' ist das Weltmuseum Wien als ethnologisches Museum nicht getrennt von Diskursen der Museologie über Sammlungen materieller Kultur und deren Präsentation, was bereits vor der Wiedereröffnung erkannt wurde. Im Jahr 2015 erschien eine Broschüre mit den Plänen für die neue Dauerausstellung. In dieser Broschüre wurde die Frage nach dem Konzept der ‚Anderen' mehrfach aufgeworfen. So wies zum Beispiel Barbara Plankensteiner in dem Text, der einen Überblick über die neuen Schwerpunkte und Themen des Museums geben sollte, darauf hin, dass sowohl Selbst- als auch die Fremdpräsentation neben Kolonialismus und Rassismus zentrale Themen den neuen Ausstellungen sein werden (vgl. Plankensteiner 2015: S. 15).

Parallel zum allgemeinen Konzept des neuen Museums wurden bereits einzelne, auch regionalspezifische Ausstellungsräume näher beleuchtet. Wie in der allgemeinen Übersicht standen auch in diesen Texten Fragen der Darstellung des ‚Anderen' auf verschiedenen Ebenen immer wieder im Zentrum der Ausführungen (vgl. Weltmuseum Wien 2015: S. 16, S. 19). So heißt es zum Beispiel am Beginn des Textes zum Raum ‚Ein Dorf in den Bergen:

> *„Der Ausstellungsraum ‚ein Dorf in den Bergen' geht das Wagnis ein, über ‚die Anderen' zu sprechen und die Museumsbesucher in das Leben von Menschen einzuführen, die auf den ersten Blick fremd sind*" (Weltmuseum Wien 2015: S. 16).

Die Existenz des ‚Fremden'/des ‚Anderen' in den Ausstellungen ist also eine vom Weltmuseum Wien ausgehende Tatsache. Aus diesem Grund soll es in den folgenden Bildinterpretationen nicht darum gehen dieses ‚Fremde' zu suchen und zu beweisen. Vielmehr geht es darum verschiedene Modi der Darstellung und Konstruktion dieses Fremden vor dem Hintergrund von geschichtlichen und fachlichen Kontexten zu analysieren. Die Auseinandersetzung ist damit, welche Arten der Konstruktion des Fremden zum Vorschein treten und wie sich diese in museale, postkoloniale, oder fachgeschichtliche Diskussionen einordnen lassen.

4 Der neue Blick

Während sich die folgenden Kapitel mit Plakaten beschäftigen, die für Sonderausstellungen konzipiert wurden, stellt dieses Kapitel in dieser Hinsicht eine Ausnahme dar. Es handelt sich um ein Plakat zur allgemeinen Bewerbung der Weltmuseums Wien und wurde 2019 veröffentlicht. Dies führt zu einer besonderen Eigenschaft dieses Plakats, im Vergleich zu den restlichen in dieser Arbeit genutzten. Bei einer Sonderausstellung wäre der ungefähre Nutzungszeitraum durch die Dauer der Ausstellung vorgegeben. Bei einem allgemeineren Werbeplakat, wie dem folgenden, ist es im Nachhinein jedoch schwierig festzustellen, wie lange es im Umlauf war. Aus diesem Grund werden Kontexte nicht nur aus der Zeit vor der Publikation des Plakats zu seiner Kontextualisierung herbeigezogen.

Das übergeordnete Thema dieses Kapitels ist die Frage, wie sich die Bedeutung eines Bildes mit zusätzlichen Informationen über seinen Kontext verändert. Welcher Wandel vollzieht sich in der Wahrnehmung dessen, wie das Weltmuseum Wien das ‚Fremde' auf Plakaten präsentiert und sich damit auch selbst im Diskurs positioniert? Als Interpretationsschlüssel dient in diesem Kapitel das semiologische System des Mythos nach Roland Barthes (vgl. 1985).

Das Kapitel ist schrittweise aufgebaut, wobei der Kontext die Interpretation bedingt. So wechseln sich Hintergründe und Interpretationen des Bildes ab, wobei eine gegebene Interpretation des Plakats direkt auf dem soeben gegebenen Kontext aufbaut. Diese Herangehensweise wurde für dieses Kapitel gewählt, nachdem Barthes Konzept des Mythos auf der Entleerung des Sinns zur Transformation in Form basiert (vgl. Barthes 1985: S.69) Solange der Kontext des Bildes neue Informationen zur Verfügung stellt, wird diese Information in den Begriff des Mythos eingespeist und wiederholt so den Prozess.

4.1 Bildbeschreibung

Das Plakat zeigt zwei Figuren vor einem flächigen und monotonen Hintergrund mit mehreren grafisch gestalteten Schriftelementen. Der Hintergrund ist ganzflächig einfarbig, ohne Schattierungen. Als Farbe wurde rosa gewählt. Der exakte Farbton könnte als altrosa oder in dieser Farbfamilie liegend bezeichnet werden.

Abbildung 1: Wiens neuer Blick auf die Welt

Bei den 2 Figuren handelt es sich um Statuen aus braunem Metall. Typengeschichtlich erinnern die beiden Objekte an sogenannte Benin-Bronzen. Dabei handelt es sich um Figuren, oft von Königen aus dem Königreich Benin im heutigen Nigeria.

Bei beiden Statuen ist nur die Hälfte des Gesichtes zu sehen. Sie sind so im Bildfeld positioniert, dass auf der jeweiligen Seite die Außenkante des Plakats entlang der Nase durch die Mitte der Gesichter verläuft. Die zweite Gesichtshälfte verschwindet hinter dem Bildrand.

Nun zu den näheren Beschreibungen der beiden Figuren selbst:

Die linke der beiden Statuen ist männlich und die kleinere der beiden Statuen – zumindest auf dem Bild. Sie ist so positioniert, dass man sie in ihrer ganzen Länge sehen kann. Man kann also erkennen, dass es sich um eine Büste handelt. An der Kleidung des abgebildeten Mannes fällt der Schmuck auf, den er um den Hals trägt, bestehend aus einer Vielzahl von Ketten, darunter eine Art Halskrause. Außerdem trägt er auf dem Kopf eine Art Krone oder einen ähnlichen Kopfschmuck. Unter den Ketten verborgen und daher nur bei genauem Hinsehen zu erkennen, trägt er eine Art Hemd, bzw. ist sein Oberkörper bekleidet. Dieses Hemd ähnelt entweder einer Art Kettenhemd oder besteht aus einem fast netzartigen Stoff. Typengeschichtlich ist davon auszugehen, dass es sich bei dem Schmuck, der Kopfbedeckung und möglicherweise der Kleidung um die Regalien eines Königs handelt.

Die zweite Statue rechts auf dem Plakat ist im Gegensatz zur männlichen Figur nicht nur vertikal, sondern auch unten vom Bildrand abgeschnitten. Daher kann allein aus der Bildbetrachtung nicht mit Sicherheit gesagt werden, dass es sich auch hier um eine Büste handelt. Aufgrund der Ähnlichkeiten zum König ist jedoch davon auszugehen, dass es sich auch hier um eine Statue handelt, die nur Kopf und Schultern zeigt. Diese Figur stellt Im Gegensatz zur ersten Statue eine Frau dar, möglicherweise eine Königin. Wie die erste Büste trägt auch diese eine aufwändige Kopfbedeckung, die das Haar bis auf einzelne

Zöpfe vollständig bedeckt und reich verziert ist. Beim Schmuck um den Hals fehlt die große Halskrause der linken Statue, es sind jedoch auch hier mehrere Ketten zu erkennen. Die Kleidung des Oberkörpers ist wegen des Schmucks nicht zu erkennen. Die Schulter innerhalb des Bildfeldes ist nicht bedeckt.

Neben den beiden Statuen sind auf dem Plakat vier grafische Elemente zu sehen.

Bei der Betrachtung des Plakats fällt als erstes der weiße Kreis in der Mitte auf. Auch wenn man das Plakat als Ganzes betrachtet, ist dieser Kreis aufgrund seiner weißen Farbe und seiner zentralen Position eines der ersten Elemente, das ins Auge fällt. In schwarzer Schrift ist der Text ‚Wiens neuer Blick auf die Welt' zu lesen. Direkt darunter befindet sich der Hinweis auf die Website des WMW: ‚www.weltmuseumwien.at'. Hier wurde ein kleineres Schriftformat gewählt und die schwarze Farbe beibehalten.

Das zweite grafische Element auf dem Plakat ist das aktuelle Logo des Weltmuseum Wien (vgl. Weltmuseum Wien o.J.m). Es befindet sich in der linken oberen Ecke des Bildes. Die Farbe des Logos ist hell, fast weiß, passt sich aber dem Hintergrund an, der in Richtung Altrosa geht.

In der unteren Ecke des Plakats, ebenfalls auf der linken Seite, befindet sich eine weitere Blase. Diese ist farblich nicht flächig weiß, sondern in Grautönen schattiert, was den Eindruck von Plastizität vermittelt. Der Inhalt - wieder in Schwarz- lautet: ‚Einfach. Mehr. Sehen. Mit Ihrer Jahreskarte', wobei der letzte Satz fett gedruckt ist.

Das letzte grafische Detail des Bildes befindet sich am unteren Bildrand. Dort kann man eine Reihe von Sponsoren und möglicherweise Kooperationspartner_innen des WMW finden.

Weiter zum formalen Aufbau des Plakats. Angefangen bei der Art und Weise, wie, trotz des einfarbigen, flachen Hintergrunds Perspektive in das Bild projiziert wird. Zunächst fällt auf, dass es auf dem Plakat selbst keinen Hinweis auf die tatsächliche Größe der Büsten gibt. Das heißt, es ist nicht klar, ob die beiden abgebildeten Objekte in Lebensgröße dargestellt sind – was angesichts der Originalgröße des Plakats von 168x119 cm (vgl. Wienbibliothek im Rathaus o.J.c) eher unwahrscheinlich ist. Auch das Größenverhältnis der beiden Figuren zueinander ist unbekannt. Es ist möglich, dass eines der beiden Objekte kleiner ist oder dass beide – annähernd – gleich groß sind. Mit diesen

Anmerkungen im Hinterkopf kommen wir nun zur perspektivischen Gestaltung. Trotz des flachen Hintergrunds wird die Perspektive im Plakat durch die unterschiedliche Größe der beiden Köpfe erzeugt. Da perspektivisch weiter entfernte Objekte oft kleiner sind, scheint die männliche Figur weiter nach hinten gerückt. Dies wird noch durch einen weiteren Aspekt der Positionierung der beiden Büsten verstärkt. Die weibliche Figur ist am unteren Rand abgeschnitten, während man die männliche in ihrer vertikalen Gesamtheit zu sehen ist. Das letzte Element, das die perspektivische Wahrnehmung des Dargestellten noch einmal verstärkt, ist die Sprechblase mit dem Inhalt „Wiens neuer Blick auf die Welt". Während sie sich über die kleinere männliche Büste legt, wird sie wiederum teilweise von der größeren, weiblichen Figur verdeckt. Dadurch entsteht der Eindruck, dass sie sich perspektivisch vor der linken, aber hinter der rechten Figur steht. Perspektivisch ist also auch hier die Figur des Königs nach hinten gerückt.

Nun zum Verhältnis der Figuren zueinander. Auf den ersten Blick stehen die beiden Büsten, abgesehen von ihrer visuellen Ähnlichkeit, in keiner direkten Beziehung zueinander. Es gibt keine Elemente an den Objekten, die in direkter Linie miteinander verbunden werden könnten. Bei näherer Betrachtung erweist sich dies jedoch nicht ganz zutreffend. Die Ausnahme bilden die Augen. Zunächst sind die beiden Büsten im Bild so angeordnet, dass sich die Augen fast auf gleicher Höhe befinden (siehe Abbildung 2, rote Linien). Auch wenn die Figuren keinen Blickkontakt miteinander haben und somit keine direkte Beziehung zwischen ihnen hergestellt wird, so verbindet sie doch die Blickrichtung. Beide Büsten wurden frontal fotografiert und blicken damit genau in das Auge der Betrachterin des Plakats. Durch die annähernd gleiche Augenhöhe der beiden Statuen ist es zudem möglich, mit beiden Figuren gleichzeitig in Kontakt zu treten.

Abbildung 2: Wiens neuer Blick auf die Welt - Planimetrie

Der letzte Teil dieser Bildbeschreibung beschäftigt sich mit der Planimetrie des Plakats. Dazu wurde ein Raster im Verhältnis des Goldenen Schnittes – ab/a=b – über das Bild gelegt (siehe Abbildung 2, grünes Raster). Zusätzlich wurde die Mittellinie vertikal und horizontal markiert (siehe Abbildung 2, weiße Linien). Das Bildelement, das den größten Teil des Bildes einnimmt, ist die weibliche Büste. Sie füllt drei rechten Segmente des Goldenen Schnitts fast vollständig aus. Sie ist also nicht nur perspektivisch in den Vordergrund gerückt, sondern auch planimetrisch, flächenmäßig. Ihre Größe und Position sind zudem so gewählt, dass sich bis auf ihre Schulter und ein dekoratives Element ihrer Kopfbedeckung, die die gesamte Figur sich im rechten Teil des Rasters befindet. Der zentrale Teil ihres Gesichtes befindet sich in der mittleren horizontalen Ebene des Rasters. Die Linien des Goldenen Schnitts verlaufen entlang ihrer Augenbraue und ihrer Oberlippe. Im Gegensatz dazu nimmt die männliche Figur aufgrund ihrer geringeren Größe sehr viel weniger Raum ein. Sie befindet sich mit Ausnahme Kopfbedeckung vollständig in den beiden unteren Segmenten des linken Teils des Rasters. Auch bei dieser Büste befindet sich das Gesicht in der mittleren horizontalen Ebene. Da die beiden Büsten unterschiedlich prominent auf dem Plakat platziert sind, entsteht eine visuelle Asymmetrie.

Beim Zeichnen der Mittellinien und des Rasters fällt auf, dass sich an keinem der Schnittpunkte wichtige Elemente des Plakats befinden. Das bedeutet, dass an den Punkten, die das Auge zuerst im Bild sucht, keine der wichtigen Informationen des Bildes zu finden sind. Die gesamte Bildmitte, in der sich neben dem Mittelpunkt auch die Schnittpunkte des Goldenen Schnitts befinden, ist freigelassen. Stattdessen sind die fokalen Elemente des Bildes, die beiden Büsten und die Blase mit „Wiens neuer Blick auf die Welt", fast U-förmig – asymmetrisch - um das Zentrum angeordnet.

4.2 Das Plakat als Werbung

Da Bildinterpretationen von den inhaltlichen Kontexten abhängen, über die die lesende Person verfügt, soll hier zunächst eine Interpretation des Plakats ohne weiteren inhaltlichen Kontext erfolgen. Auch wenn noch nicht viele Informationen über das Dargestellte vorliegen, ist es die denotierte Botschaft im Bild zugänglich. Die Inhalte des Plakats erschließen sich schrittweise, je nachdem welche und wie viele Information über das Museum, die Geschichte der Benin-Bronzen oder die Objekte selbst zur Verfügung

stehen. Auf dieser ersten Ebene der Interpretation geht es weniger um die möglichen Bedeutungen, die im Plakat verborgen sind, als vielmehr um die Intention des Mediums.

Die meisten Menschen, die einem Plakat wie diesem begegnen, tun dies wahrscheinlich auf der Straße, beim Einkaufen, beim Spazierengehen, auf dem Weg zur Arbeit. Diese Personen können ein Fachpublikum sein, oder aber auch nicht. Gehen wir einmal davon aus, dass es sich in den meisten Fällen nicht um ein Publikum handelt, welches die abgebildeten Objekte auf einen Blick erkennt. Vielleicht waren sie schon einmal zu Besuch im Weltmuseum Wien, vielleicht aber auch nicht.

Laut Roland Barthes ist das Vorwissen, welches die Leser_in einer Werbung mitbringt von Person zu Person unterschiedlich (vgl. 1990: S. 30). In diesem Fall ist die Annahme, dass das Wissen darauf beschränkt ist, dass es sich beim Weltmuseum Wien um ein ethnologisches Museum handelt. In diesem Fall ist die konnotierte Botschaft des Plakats eine implizite Einladung dazu das Museum zu besuchen und so die Objekte des Bildinhaltes vor Ort zu sehen.

Der Text des Plakats, also seine schriftliche Botschaft ist in diesem Fall keine einfache Beschreibung. Zumindest nicht der Text ‚Wiens neuer Blick auf die Welt'. Im Fall von Sonderausstellungen geben ähnliche schriftliche Elemente Hinweise darauf um welche Objekte es sich handelt, oder zumindest wie sie regional zu verorten sind (siehe Abbildung 3; Abbildung 9). Die Objekte auf diesem Plakat bleiben allerdings ausgehend von seiner schriftlichen Botschaft unbekannt. Wenn wir dazu zurückkehren, dass ein Aspekt des Fremden das Fremde als das Unbekannte ist, das ultimativ dennoch erfahren werden kann (vgl. Schäffter 1991: S. 14), dass sich diese Nuance des Fremden, die sich im Plakat wiederfindet. Es werden keine Informationen gegeben, das bedeutet jedoch nicht, dass diese Informationen außer Reichweite sind. Das Unbekannte zu erfahren, wird genutzt, um Neugierde zu wecken und so Besucher_innen ins Museum zu locken.

In diesem ersten Schritt stand das Plakat als Werbung im Vordergrund. Welche Objekte genau auf ihm dargestellt sind ist, ist im Großen und Ganzen nebensächlich, solange es sich um Objekte aus den Sammlungen des Weltmuseums handelt. In weiterer Folge sollen historische und museale Kontexte erläutert werden, um so zwei Versionen, des im Bild versteckten Mythos zu finden.

Dafür ist es notwendig das primäre semiologische System zu bilden, auf dem der Mythos in Folge aufbaut (vgl. Barthes 1985: S. 93). Dafür wird nur auf die bildliche Ebene des Plakats eingegangen da auf die schriftliche Ebene in Kapitel 4.5 Bezug genommen wird.

Beim Bedeutenden handelt es sich um die Objekte. Das Bedeutete hingegen ist die Werbung. So landen wir beim Zeichen – im Fall des primären Systems in seiner Version als Sinn – der bewerbenden Objekte.

Dieses primäre System wird nun herangezogen um zwei verschiedene Mythen zu bilden. Dies ist deswegen möglich, weil laut Barthes der Begriff – zweiter Terminus des Mythos – „weniger das Reale, als eine gewisse Kenntnis vom Realen ist" (Barthes 1985: S. 98). Es ist daher möglich diese Kenntnis des Realen zu erweitern und zu verändern und so die Bedeutung des Mythos anzupassen.

4.3 Der Mythos: Benin im Museum

Bevor der erste Mythos gefunden werden kann, ist es notwendig den Kontext der dargestellten Objekte näher zu beleuchten. Dazu soll zunächst ein Teil der Geschichte der Benin-Bronzen sowie der Kontext, in dem sie nach Europa gelangt sind, dargestellt werden.

4.3.1 Historische Hintergründe: Die Benin-Bronzen und die Plünderung von Benin-Stadt

Die sogenannten Benin-Bronzen haben ihren Ursprung im Königreich Benin, welches sich heute auf dem Staatsgebiet von Nigeria befindet (vgl. Harding 2010: S. 11). Dazu zwei Anmerkungen. Warum ‚sogenannte' Benin-Bronzen? Unter der Bezeichnung Benin-Bronzen sind eine Reihe von Kunstwerken aus Metall bekannt. Trotz des Namens bestehen diese in vielen Fällen nicht aus Bronze, sondern aus Messing und anderen Metallen und Legierungen (vgl. McGuigan 2020: S. 24). Die zweite Anmerkung bezieht sich auf das Königreich Benin. Neben diesem gibt es heute zusätzlich im Osten Nigerias den Staat Benin, früher Volksrepublik Benin. Um Irritationen zu vermeiden, sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass in Folgenden – außer bei expliziter Erwähnung – wie auch in der einschlägigen Literatur (vgl. Harding 2010; Hicks 2020; McGuigan 2020; u.a.) mit dem Begriff ‚Benin' immer das Königreich gemeint ist.

Neben den Bronzen wurde in Benin eine Vielzahl weiterer Kunst geschaffen. Beliebte Materialien, mit denen neben Metallen noch gearbeitet wurde, waren beispielsweise

Elfenbein, Holz, oder Ton (vgl. Harding 2010: S. 202). Der primäre Auftraggeber aller Kunst war der Oba, der König, eine Amtsbezeichnung, die auch heute noch vorhanden ist. Dieser residierte in einem reich verzierten Palast in Benin-Stadt (vgl. ebd.: S. 11). Die königlichen Auftraggeber bestimmten auch die Inhalte der Kunst. So gehörten Büsten zur Herrschaftslegitimation und königliche Insignien zum Standardrepertoire. Reliefs zeigten bedeutende Herrscher und wichtige Momente der Geschichte. Skulpturen und Kunstwerke hatten meist einen religiösen Hintergrund oder waren Prestigeobjekte. Der Besitz war dem Oba vorbethalten, bzw. er konnte Würdenträgern die Nutzung bestimmter Objekte gestatten (vgl. Plankensteiner 2007: 26ff). Die dem König unterstehenden Künstler – bewusst männliche Form, da zumindest unter den Bronzegießern keine Frauen erlaubt waren – waren in Handwerksgilden organisiert (vgl. Gore 1997: S. 57). Die Gilde der Bronzegießer war und trägt bis heute den Namen Igun ne Eronmwon, deren Standort sich heute auch in Benin-Stadt, in der nach ihr benannten Igun Street befindet. Da Bronzegießer auch heute noch der Gilde angehören müssen, um arbeiten zu dürfen, befinden sich fast alle in dieser Straße (vgl. ebd.: S. 55). Die verwendete Gusstechnik ist über die Jahre nahezu gleichgeblieben und wird als Gelbguss bezeichnet. Dabei wird – nicht immer vom Bronzegießer selbst – ein Modell des geplanten Kunstwerkes aus Wachs angefertigt und anschließend in Ton eingehüllt. In diesen Ton werden Löcher gebohrt, durch die das Wachs herausgeschmolzen werden kann. Zurück bleibt ein Negativ des Wachsmodells, in das das Metall gegossen wird (vgl. ebd.).

Wie viele andere Kunst- und Nutzobjekte aus der außereuropäischen Welt, die im 19. Jahrhundert nach Europa gebracht wurden, ist auch die Geschichte der Benin-Bronzen eng mit der kolonialen Geschichte verbunden. Bis zum Ende des vorletzten Jahrhunderts war Großbritannien zum größten Kolonialreich der Welt aufgestiegen. Es hatte unter anderem viele Gebiete Westafrikas in sein Imperium einverleibt. Darunter auch Teile des heutigen Nigerias. Das Königreich Benin selbst war zu dieser Zeit zwar noch unabhängig, aber gleichzeitig von fast allen Seiten von britisch kontrollierten Gebieten umgeben. Als diese versuchten, ihren Einflussbereich immer weiter auszudehnen, geriet Benin zunehmend in Bedrängnis (vgl. Harding 2010: S. 232ff, S. 239). In dem Versuch das Königreich so weit wie möglich unter britische Kontrolle zu bringen, kam der Brite Henry Gallwey 1892 nach Benin-Stadt, um mit dem damaligen Oba Ovonramwen einen Handelsvertrag abzuschließen. Dieser Vertrag war, wie viele britische Verträge zu dieser

Zeit, so formuliert, dass er die britische Autorität in einer Region stärken und, ausweiten sollte, während die Macht der Herrschenden vor Ort untergraben wurde. Trotz Formulierungen, die den Briten mehr Freiheiten einräumten, wurde der Vertrag vom Oba unterzeichnet. Nach seinem Verständnis war der Vertrag weniger bindend als aus Sicht der Briten, da wichtige soziale Gepflogenheiten bei Vertragsabschluss nicht eingehalten wurden. Aus diesem Grund sah er kein Problem darin Teile des Vertrages zu ignorieren. Nach einiger Zeit wurde eine Gruppe britischer Amtsträger nach Benin entsandt, um Oba Ovonramwen doch noch zur Einhaltung des neuen Vertrages zu zwingen. Die Briten kamen nie bei ihm an. Sie wurden - möglicherweise ohne das Wissen des Oba – auf dem Weg nach Benin-Stadt getötet (vgl. ebd.: S. 236f).

Als Antwort auf den Angriff in Benin startete Großbritannien eine Militärkampagne bzw. eine sogenannte Strafexpedition. Im Februar 1897 wurde Benin-Stadt mit Gewalt eingenommen und niedergebrannt. Oba Ovonramwen konnte zunächst fliehen, wurde aber später von Großbritannien seines Amtes enthoben und als Gefangener ins Exil geschickt, wo er schließlich auch verstarb (vgl. ebd.: S. 237f). Es ist unklar, wie viele Bewohner von Benin-Stadt im Zuge der Strafexpedition getötet wurden, bis heute sind keine genauen Zahlen bekannt. Die Stadt selbst wurde in Folge der Kampagne weitgehend zerstört, genauso wie auch der Palast des Oba (Hicks 2020: S. 130f). Im Zuge der Zerstörung wurden zahlreiche Kunstobjekte als Raubkunst und Kriegsbeute nach Europa verschleppt. Der größte Teil davon stammte aus dem Palast und aus dem Besitz der königlichen Familie. Kurze Zeit nach dem Ende des Feldzuges tauchten die geraubten Objekte auf dem Kunstmarkt auf und gelangten von dort in Museen, aber auch in Privatbesitz. Bis heute ist schwer nachzuvollziehen, wie viele Objekte, Elfenbeinschnitzereien, Benin-Bronzen usw. aus Benin abtransportiert wurden (vgl. Hicks 2020: S. 227). Die Raubkunst wurde zunächst vor allem an britische Museen verteilt und in Folge auf dem privaten Kunstmarkt gehandelt. Auch Preußen beanspruchte einen Teil für sich, nachdem es die Strafexpedition unterstützt hatte (vgl. Hicks 2020: 144f).

Innerhalb des ersten Jahres nach der Plünderung von Benin-Stadt wurden die Objekte auf Museen im restlichen Europa und auch in Nordamerika verteilt. Auf die zeitgenössischen Ethnolog_innen und Forscher_innen übte die Kunst aus Benin eine große Faszination aus (vgl. van Beurden 2017: S. 211). Die ersten Einschätzungen zur Handwerkskunst aus Benin

waren jedoch, dass es ohne europäischen Einfluss nicht hätten entstehen können. Als Begründung wurde deren feine Machart und anspruchsvolle Technik bei der Herstellung genannt. Im paternalistischen Denken der Europäer des 19. Jahrhunderts war es unmöglich, dass die Kunst rein afrikanischen Ursprungs sein konnte (vgl. Nevadomsky, Osemweri 2007: S. 255).

Heutzutage besitzen Großbritannien und Deutschland die größten Sammlungen von Raubkunst aus Benin. Deutschland aufgrund der Hilfe Preußens bei der Strafexpedition. Aber auch in Österreich befinden sich einige der Objekte. So zählte das im Weltmuseum Wien um 2017 insgesamt 167 Objekte, die mit der Benin-Expedition in Verbindung gebracht werden können (vgl. van Beurden 2017: S. 213). Die Suche in der Online-Sammlung des WMW nach dem Stichwort ‚Benin' ergibt hingegen 290 Objekte auf (vgl. Weltmuseum Wien 0.J.i). Unter diesen Objekten befinden sich allerdings auch Sammlungsteile mit jüngeren Zugangs- und Herstellungsdaten. Zudem sind nicht alle Objekte der Sammlungen des WMW sind in der Online-Sammlung katalogisiert.

4.3.2 Der Diskurs: Die Benin-Bronzen und Restitutionen

Nachdem die Geschichte der Benin-Bronzen in Europa geklärt wurde, bleibt die Frage offen, welche Diskurse rund um ihre Platzierung in europäischen Museen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Plakats aktuell waren.

Um hier einen Kontext zu schaffen, ist es zunächst notwendig zu beleuchten, welche Diskussionen generell um afrikanisches Kulturgut in europäischem Besitz geführt wurden. 2017 gab es ein richtungsweisendes Ereignis für derartige museale Diskurse. In diesem Jahr unternahm der französische Premierminister Emmanuel Macron eine diplomatische Reise durch Frankreichs ehemalige Kolonien auf dem afrikanischen Kontinent. In seiner Rede in Burkina Faso erwähnte er auch den Besitz afrikanischer Kunst und anderer Objekte in französischen Museen. Obwohl dies nur ein kleiner Teil der Rede war, schlugen die Aussagen hohe Wellen. Im Jahr darauf gab Macron eine Studie in Auftrag, die klären sollte, wie viele Schätze Afrikas sich tatsächlich auf französischem Boden befinden und welche Möglichkeiten der Rückgabe bestehen. Der senegalesische Ökonom und Essayist Felwine Sarr und die französische Kunsthistorikerin Bénédicte Savoy wurden beauftragt, die Studie zu erstellen und den daraus resultierenden ‚Bericht über die Restitution afrikanischer Kulturgüter' zu verfassen, der 2018 veröffentlicht wurde

(vgl. Paquette 2020: S. 303f). Um den Auftrag mit Fokus auf Frankreich und seine früheren Kolonien in Afrika südlich der Sahara bestmöglich auszuführen, zogen Savoy und Sarr Expert_innen aus unterschiedlichen afrikanischen Ländern herbei. Es arbeiteten Vertreter_innen aus Senegal, Mali, Kamerun und dem Staat Benin an der Studie mit (vgl. Sarr, Savoy 2019: S. 18). Das Fazit des Berichtes lautete: Viel zu viele der historischen afrikanischen Kunst- und Kulturgüter befinden sich nicht auf dem afrikanischen Kontinent, sondern sind über die ganze Welt verstreut (vgl. Sarr, Savoy 2019). Auch wenn das Königreich Benin nicht direkt am Bericht beteiligt war, da es keine ehemalige Kolonie Frankreichs ist, standen die Benin-Bronzen doch immer wieder im Fokus der Diskussionen, als der ‚Bericht über die Restitution afrikanischer Kulturgüter' in Politik und in der Museumscommunity in den Mittelpunkt von Restitutions-Debatten rückte (vgl. Ochiagha 2023).

Schon vor der inzwischen oft Sarr-Savoy-Bericht genannten Publikation nahmen die Benin-Bronzen eine zentrale Stellung in musealen Diskursen ein, wenn es um Restitution im Allgemeinen und die Rückgabe von Objekten nach Afrika im Besonderen ging. Einer der Gründe dafür ist, dass es bereits im Jahrzehnt der nigerianischen Unabhängigkeit nach 1960 Forderungen nach Rückgaben von Raubkunst aus Benin gab (vgl. Monks 2022: S.60). Die Rückgabeforderungen kamen nicht nur aus dem damals noch neuen Staat Nigeria, sondern auch aus den Reihen des Königshauses von Benin. Dieses überlebte den Tod Oba Ovonramwens und besteht bis heute (vgl. van Beurden 2017: S. 213ff). In einer der ersten Forderungen wandte sich 1967 Nigeria an ICOM – das International Commitee of Museums – und bat um die Rückgabe mehrerer bedeutender Kunstwerke aus Benin-Stadt. Anlass war die Eröffnung des neuen Nationalmuseums von Nigeria. Diese Bitte wurde, wie viele der folgenden, abgelehnt (vgl. Sarr, Savoy 2019: S. 42). In den folgenden Jahrzehnten gab es immer wieder Versuche, Benin-Bronzen, Elfenbeinkunst und andere der verschleppten Objekte zurückzuholen. Immer wieder kam es zu Rückgaben und auch Ankäufen. Meistens bleiben die Anfragen unbeantwortet (vgl. van Beurden 2017: S. 213ff). Ein Grund für europäische Museen Restitutionen abzulehnen, war beispielweise, dass es in Nigeria museale Sammlungen gibt, die auch Objekte aus Benin-Stadt inkludieren. Von Seiten Nigerias wurde hingegen argumentiert, dass diese Sammlungen meist klein seien und nicht die eindrucksvollsten, wertvollsten oder bedeutendsten ihrer

Kulturgüter enthielten. Diese befinden sich seit Ende des 19. Jahrhunderts auf europäischem Boden (vgl. ebd.: S. 19).

Ein weiterer Grund, warum Benin-Bronzen in den Restitutionsdebatten eine zentrale Rolle einnehmen, ist ihre spezielle Geschichte. Während viele Objekte in ethnologischen Museen in kolonialen Kontexten in die Sammlungen gelangten, sind die genauen Umstände der Aneignung nicht immer geklärt. Im Falle der Objekte aus Benin-Stadt ist die Geschichte der Strafexpedition und der anschließenden Plünderung der Stadt bekannt. Dies ermöglicht im Gegensatz zu anderen ethnologischen Museumsobjekten das Erkennen eines eindeutigen Gewaltkontextes bezüglich der Geschichte der Benin-Bronzen (vgl. Monks 2022: S. 60).

Neben der Geschichte der Benin-Bronzen und dem allgemeinen Kontext rund um Restitutionen ist gerade um das Jahr 2019 - das Jahr der Veröffentlichung des Plakats - viel Bewegung in die Debatte um die Benin-Bronzen gekommen. 2017 trat Bénédicte Savoy aus dem Beirat zur Gestaltung des neuen Humboltforums in Berlin zurück. Als Grund nannte sie Kritik an der bestehenden Haltung zur Aufarbeitung der kolonialen Vergangenheit Deutschlands. Dies inkludiert auch Restitutionsdebatten und den Umgang damit (vgl. Plankensteiner 2018: S. 25). Im darauffolgenden Jahr, 2018 publizierte sie gemeinsam mit Felwine Sarr den bereits erwähnten „Bericht über die Restitution afrikanischer Kulturgüter", der sich zwar primär mit Objekten in Frankreich aus ehemaligen Kolonien in Afrika beschäftigte, doch auch panafrikanisch Wellen schlug. Im folgenden Jahr, dem der Publikation des Plakats, wurde in Nigeria und mit Hilfe der Benin Dialog Gruppe der Legacy Restitution Trust geründet. Mit diesem Trust, der den Begriff Restitution im Namen trägt, konkretisierten sich die Pläne für ein Edo Museum of West African Art. Gemeinsam mit den Plänen stiegen auch die Hoffnungen auf Seiten Nigerias und Benins, dass der Bau eines solchen Museums den Druck auf europäische und US-amerikanische Museen in Bezug auf Rückgaben verstärkt würde (vgl. McGuigan 2020: S. 24).

Dem Sarr-Savoy-Bericht folgte eine Reihe von Publikationen, die in der Museumsfachwelt mehr oder weniger kritisch aufgenommen wurden. In „Afrikas Kampf um seine Kunst" (2022) zeichnete Bénédicte Savoy nach ihrer Zusammenarbeit mit Sarr eine Geschichte der Restitutionsforderungen seit Beginn des 20. Jahrhunderts nach, wobei die Raubkunst

aus Benin immer wieder eine prominente Rolle einnimmt. Dan Hicks wählte mit „The Britisch Museums" (2020) einen engeren Ansatz, indem er sich konkret mit der Geschichte der Plünderung von Benin-Stadt und der aus dem dortigen königlichen Palast geraubten Kunstwerke befasste. Es gab also eine Reihe von Veränderungen und Publikationen, die dazu führten, dass das Thema Restitutionen im Allgemeinen und die Benin-Bronzen im Besonderen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Plakats ‚Wiens neuer Blick auf die Welt' in der ethnologischen Museumslandschaft eine besondere Aufmerksamkeit genossen.

Während viele dieser Umstände einen negativ-kritischen Blick auf die Situation werfen, gibt es zumindest für das Weltmuseum Wien auch positive Kontexte. So wurde 2019 das WMW mit dem Kenneth Hudson Preis des European Museum Forum ausgezeichnet. Grund für die Auszeichnung war der differenzierte Umgang des Museums mit seinen Sammlungen sowie die Anerkennung der Schwierigkeiten, die sich im Umgang und der Arbeit mit Objekten mit kolonialer Geschichte ergeben (vgl. Schicklgruber 2021: S. 49).

4.3.3 Benin-Bronzen und das Weltmuseum Wien

Im Frühjahr 2007 wurde im damals noch unter dem Namen Museum für Völkerkunde Wien bekannten Haus eine Sonderausstellung zur Kunst des Königreiches Benin unter dem Titel ‚Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria' eröffnet (vgl. OTS 2007). Die Ausstellung entstand unter der wissenschaftlichen Leitung von Barbara Plankensteiner – die später auch stellvertretende Direktorin des Museums wurde – und in Zusammenarbeit mit der nigerianischen National Commission for Museums and Monuments, der NCMM. Neben dem Museum für Völkerkunde und der NCMM waren mehrere europäische und amerikanische Institutionen und Museen beteiligt. Einer der Gründe war, dass die Ausstellung nach ihren Präsentationen in Wien nach Berlin, Paris und Chicago in die dortigen ethnologischen Museen wanderte (vgl. Seipel et al. 2007: S. 11).

‚Benin: Könige und Rituale' unterschied sich in einem Aspekt von früheren ähnlichen Ausstellungen über das Königreich Benin in anderen ethnologischen Museen. Zum ersten Mal reiste das Kurator_innenteam während der Vorbereitungszeit nach Nigeria und besuchte dort den Königshof von Benin. Dem Team gelang es, eine Audienz beim damals regierenden König Omo N'Oba Erwdiauwa CFR zu erhalten. Diese Audienz ermöglichte die Verhandlungen über die Leihgaben aus königlichem Besitz für die Sonderausstellung.

Es war das erste Mal, das Objekte, aus dem aktuellen königlichen Besitz außerhalb Nigerias gezeigt worden waren (vgl. ebd.: 2007: S. 11).

Im Gegenzug wurde dem Oba im Ausstellungskatalog Raum gegeben, sich zur Geschichte der Kunst seines Reiches zu äußern. Am Ende seines Geleitworts zum Katalog wandte er sich mit einer Bitte an die österreichische Regierung und Öffentlichkeit. Die Bitte lautete, zumindest einige der in österreichischem Besitz befindlichen Objekte zu restituieren (vgl. Omo N'Oba Erediauwa CFR 2007: S. 13). Dieser Bitte wurde jedoch nicht Folge geleistet (vgl. van Beurden 2017: S: 213).

Die Sonderausstellung in Wien blieb jedoch in Bezug auf Restitutionsfragen nicht gänzlich ereignislos. So wurde im Anschluss an die Ausstellung und deren Welttournee auf Initiative des damaligen Museumsdirektors des NCMM, Nath Mayo Adediran, und der damaligen stellvertretenden Direktorin des Museums für Völkerkunde, Barbara Plankensteiner, die Dialoggruppe Benin gegründet (vgl. Plankensteiner 2023: S. 234f). Im Jahr 2010 als Reaktion auf die Forderungen nach Rückgaben entstanden, war es das Ziel dieser neu gegründeten Vereinigung, Lösungen auf Restitutionsfragen zu finden. Besonderes Augenmerk sollte dabei auf die Schaffung eines Raumes für offene Diskussionen gelegt werden. In den Jahren nach der Gründung schlossen sich immer mehr Museen aus Europa – und auch aus den USA – der Benin-Dialog-Gruppe an. 2018 kam mit dem Edo State Government – dem nigerianischen Bundesstaat, in dem heute Benin-Stadt liegt – ein weiterer Partner aus Nigeria zum Bündnis hinzu (vgl. ebd.: S. 235). Neben der Dialoggruppe Benin - und mittlerweile auch mit ihr verbunden - wurde 2019 der Legacy Restitution Trust gegründet. Dabei handelt es sich um eine gemeinnützige Stiftung, deren primäre Aufgabe die Planung eines Museums ist. Das Edo Museum of West African Art – auch MOWAA genannt - ist ein Museum, das zukünftig rückerstattete und zeitgenössische Kunstwerke zeigen soll und in Benin-Stadt gebaut wird. Die Eröffnung ist für 2025 geplant (vgl. Allen 2024). Für die Sammlungen dieses Museums haben vor allem deutsche Institutionen und Museen Restitutionen entweder zugesagt oder aber bereits durchgeführt. So hat beispielsweise auch das Museum am Rothenbaum – Kulturen und Künste der Welt, MARKK, in Hamburg, wo Barbara Plankensteiner seit 2017 Direktorin ist, seine Sammlungen bereits an Nigeria zurückgegeben – wobei diese teilweise noch im MARKK lagern (vgl. Bodenstein 2023: S. 228ff).

4.3.4 Mythos Universalmuseum

Die neuen Kontexte, die uns nun beim Betrachten des Bildes zur Verfügung stehen, sind zum einen die Geschichte der Plünderung von Benin-Stadt und damit die Geschichte, wie Bronzen aus Benin, die den abgebildeten Objekten ähnlich sind, in europäische Museen gelangt sind. Zum anderen die Diskurse, die in der Museumsfachwelt um diese Objekte geführt werden.

Mit den zusätzlichen Informationen blicken wir also auf ein Plakat, auf dem das Weltmuseum Wien sich mit Objekten bewirbt, die mit einer gewalttätigen Kolonialgeschichte in Verbindung stehen. Auch wenn viele, vielleicht sogar die meisten Objekte in ethnologischen Museen einen kolonialen Hintergrund haben, so wurde in diesem Kapitel deutlich, dass die Herkunft nicht immer so eindeutig mit – militärischer – Gewalt verbunden ist. Innerhalb der Sammlungen sind Benin-Bronzen nicht die einzigen umstrittenen Objekte, die das WMW im Laufe der Zeit auf Plakaten beworben hat. In Kapitel 6: „Das ‚Fremde' und das ‚Eigene': zwei Seiten einer Münze" wird auf das, für das Weltmuseum wohl prominenteste Objekt, die ‚Federkrone des Moctezuma II' eingegangen. Doch auch wenn die Benin-Bronzen möglicherweise nicht eines der bekanntesten Objekte des Museums sind, so sind sie als Kollektiv doch einer der international am meisten diskutierten Fälle.

Im Jahr 2003 unterschrieben 18 Museen, hauptsächlich in Europa und Nordamerika die ‚Declaration on the Importance and Value of Universal Museums'. Unter diesen Museen befand sich auch das Museum für Völkerkunde Wien. Ziel dieser *declaration* war es, das Konzept des ‚universalen' Museums zu verstetigen, ein Konzept, das hauptsächlich ethnologische Museen oder sogenannte ‚Weltmuseen' betrifft, in denen Objekte aus verschiedenen Kulturen zusammenkommen. Die Grundidee hinter dem Universalmuseum ist, dass ‚Weltkultur' allen gehört und daher in diesen Museen bleiben sollte, um öffentlich zugänglich zu sein. Mit dieser Argumentation wurden in vielen Fällen Restitutionsforderungen abgewehrt. Sobald bestimmte Objekte als ‚Weltkultur' definiert sind, können sie nicht an eine bestimmte Anspruchsgruppe zurückgegeben werden, sondern müssen in Museen zugänglich bleiben. Dabei wird ignoriert, dass sich diese ‚Universalmuseen' meist im globalen Norden angesiedelt sind, obwohl viele der Objekte aus dem globalen Süden stammen. Gleichzeitig bedingen internationale

Machtverhältnisse auch, dass die Mobilität von Einwohner_innen des globalen Südens vielfach eingeschränkt ist und sie daher nicht ohne weiteres in die Länder reisen können, in denen ‚Weltkultur' ausgestellt wird (vgl. Curtis 2006).

Das Konzept des Universalmuseums kann also als Legitimierung dafür gesehen werden, das Museum mit Objekten zu bewerben, die als fremdes Kulturgut interpretiert werden. Durch das ‚Universalmuseum' werden Objekte des ‚Fremden' zum ‚Eigenen'. Es gibt keinen Besitzanspruch der Herkunftsgesellschaften auf Objekte in ethnologischen Museen mehr. Statt des ‚Eigenen' und des ‚Anderen' ist nun alles ‚Weltkultur'. Wenn wir uns des Fremden als das Auswärtige besinnen, welches teilweise durch Zugänglichkeit und Unzugänglichkeit definiert wird (vgl. Schäffter 1991: S. 14), gibt es auch hier eine Umkehr des ‚Fremden' zum ‚Eigenen'. Objekte, die aus der ‚Fremde', im Sinne von nicht zugänglichen Orten und Zeiten stammen sind nun in Wien für uns zugänglich und so zum ‚Eigenen'. Für Angehörige der Ursprungskulturen hingegen werden sie zum ‚Fremden', da nicht zugänglich.

Der Anspruch der An*Eignung* auf Seite der ‚Universalmuseen' bedeutet eine Ent*Wendung*- und Ent*Fremdung* – auf Seiten der Hersteller_innen eines Objekts. In der gekürzten, für die allgemeine Öffentlichkeit publizierten Version ihres Berichtes beschreiben Felwine Sarr und Bénédicte Savoy die Entwendung von Kulturgut als auf zwei Ebenen stattfindend. Zunächst gibt es den Aspekt der Aneignung, die auf Seiten der neuen ‚Besitzer_innen' stattfindet. Diese Aneignung kann ökonomisch, ästhetisch, intellektuell oder auch alles zusammen sein. (vgl. Sarr, Savoy 2019: S. 21).

Die zweite Ebene, von der Sarr und Savoy schreiben, ist die eigentliche Entfremdung von der Herkunftskultur, die physisch, aber auch konzeptionell stattfindet. Durch den physischen Verlust von bedeutsamen Objekten und materieller Kultur werden Prozesse in Gang gesetzt, die zum Verlust von Geschichte und Identität führen (vgl. ebd.). Schon der griechische Historiker Polybios beschrieb, wie Gefühle des Identitätsverlustes durch die Erfahrung von Objekten der eigenen Kultur, die angeeignet wurden und nun in einem neuen Kontext, verstärkt werden (vgl. Polybios zit. nach Sarr, Savoy 2019: S. 21f).

Übertragen auf das Plakat zeigen sich die beiden Aspekte der Aneignung/Entfremdung wie folgt. Auf Seiten des Museums findet eine Kombination aus ästhetischer und ökonomischer Aneignung statt. Ästhetik, da es sich beim Plakat um ein Bild handelt und

die Ästhetik der Objekte genutzt wird, um Passant_innen aufmerksam zu machen. Das Plakat ist Werbung. Das Ziel ist es, Besucher_innen ins Museum zu locken, sie dazu zu bringen sich Tickets, vielleicht sogar Jahrestickets zu kaufen. Wir befinden uns also auf der nächsten Ebene, jener der ökonomischen Aneignung. Die intellektuelle Ebene kommt erst in einem nächsten Schritt dazu, da uns auf dem Plakat die Information zu den Büsten noch fehlt. In Bezug auf das Plakat interessiert sie uns jedoch nicht.

Zurück zu Polybios, um die Seite der Herkunftsgesellschaft, in diesem Fall das Königreich Benin und sein Haus, zu interpretieren. Polybios sprach aus der Perspektive eines eroberten Volkes, dessen kulturelles Erbe nun an einem neuen Ort präsentierte wurde (vgl. Polybios zit. nach Sarr, Savoy 2019: 21f). Auch wenn seit der Plünderung von Benin-Stadt mehr als ein Jahrhundert vergangen ist, kann die Präsentation der Büsten auf den Plakaten ähnliche Gefühle auslösen, wie sie schon Polybios beschreibt.

Nun zu den Auswirkungen der besprochenen Informationen auf die Bedeutung des ersten Mythos. Der Sinn der ‚bewerbenden Objekte' im primären System muss seiner Inhalte entleert werden, um Platz für den neuen Begriff zu bieten. Dadurch stehen wir wieder vor einem Plakat mit zwei Objekten. Durch den Begriff lassen wir dem Bild nun die unterschiedlichen besprochenen Kontexte einfließen. Eine mögliche Bedeutung des neu geschaffenen Mythos wäre nun eine Botschaft, die das Konzept des ‚Universalmuseums' unterschützt. Bei den Benin-Bronzen handelt es sich um im besten Fall höchst umstrittene Objekte. Das Bedeutete in diesem Kontext wird die Bedeutung zu einem Besitzanspruch. Durch die Nutzung auf einem allgemeinen Werbeplakat - im Gegensatz zur Bewerbung einer Sonderausstellung – werden die beiden Büsten zu einem allgemeinen Kulturgut, welches im Museum allen zugänglich sein kann.

Darüber hinaus haben die sind Objekte aus Benin eine spezifische ikonische Wirkung, ausgehend von einem bestimmten Objekt. Dieses Objekt ist die sogenannte Queen Idia Maske, die zu einem Symbol für panafrikanische Kunst und den Kampf um die Rückkehr historischer Objekte und Kunstwerke auf den afrikanischen Kontinent geworden ist. Es handelt sich um eine aus Elfenbein geschnitzte Maske, die sich heute im British Museum befindet und wie die meisten anderen Objekte aus Benin nach der Strafexpedition dorthin gelangte (vgl. Savoy 2021: S. 87).

Das panafrikanische World Black and African Festival of Arts and Culture, auch FESTAC genannt, fand 1977 in Lagos, Nigeria statt (vgl. ebd.: S. 84). In diesem Jahr fand die Veranstaltung nicht nur zum ersten Mal unter diesen Namen statt, sondern mit der Namensänderung ging auch eine Änderung des Logos einher. Als neues Logo wurde eine schwarz-weiße Fotografie der eben erwähnten Queen Idia Maske aus dem British Museum gewählt (vgl. ebd.: S. 87). Die Maske wurde bereits 1966 bei einer früheren Veranstaltung des Festivals in Dakar verwendet. Damals allerdings nicht als Logo der gesamten Veranstaltung, sondern lediglich auf dem Cover einer Informationsbroschüre von Nigeria (vgl. ebd.: S. 18). Zu diesem Zeitpunkt gab es bereits öffentliche Forderungen nach Restitution des Objekts, die vom British Museum und dem Vereinigten Königreich abgelehnt wurden. Als die Queen Idia Maske dann im Zuge des FESTAC77 als Logo und damit stellvertretend für verlorene Kunst verwendet wurde, bedeutete dies, dass sie fortan einen ikonischen Status erlangte. Dabei wird ihre Ikonik nicht nur für die Forderungen des Königreichs Benin genutzt, sondern steht inzwischen symbolisch für den Kampf um die Rückgaben afrikanischer Kunst insgesamt (vgl. Kaplan 2007: 141). So wurde beispielsweise ein Foto der Queen Idia Maske auch auf dem Cover des Buches „Afrikas Kampf um seine Kunst" von Bénédicte Savoy verwendet (vgl. Savoy 2021).

Wenn wir nun von der Ikonik der Queen Idia Maske ausgehen, kann die Bedeutung des Plakats wieder etwas anders interpretiert werden. Es handelt sich darauf zwar nicht um eine Queen Idia Maske, aber auch das Plakat zeigt einen Gegenstand, der eine königliche Repräsentation darstellt und aus der gleichen Herkunftskultur stammt. Auf dem Plakat ist die weibliche Figur, die Königin, nach vorne gerückt, sie ist also präsenter und prominenter im Bild. Auch wenn aufgrund der unterschiedlichen Herstellungstechniken und Materialien keine große Ähnlichkeit zwischen den beiden Objekten besteht, stammen beide aus dem gleichen regionalen Kontext und können so miteinander in Verbindung gebracht werden. Wie die Büsten sind auch die bekannten Abbildungen der Idia Maske frontal fotografiert, wodurch eine perspektivische Ähnlichkeit entsteht. Durch die ikonographische Annäherung der Queen Idia Maske ist eine mögliche Interpretation des Bildes die Angleichung des WMW an den Kampf um Restitutionen. Es ruft diesen Kampf kommentarlos in Erinnerung, was als eine stille Anerkennung interpretiert werden kann.

4.4 Neue Kontexte: Büstenpaar - König und Königin

Die bisherigen Analysen und Interpretationen in diesem Kapitel beziehen sich entweder direkt auf die Inhalte, die sich aus dem Plakat herauslesen lassen, oder allgemeine Kontexte der Geschichte der Benin-Bronzen und ihre Rolle in musealen Debatten. Auf die abgebildeten Objekte selbst wurde bisher nicht eingegangen. Um mehr über sie zu erfahren, kann an mehreren Orten recherchiert werden. Zunächst hat das Weltmuseum Wien, wie viele andere Museen heute auch eine Onlinesammlung, die über die Website des Museums zugänglich ist. In dieser Datenbank sind 27.000 Objekte aus den Sammlungen des Museums über eine Stichwortsuche abrufbar (vgl. Weltmuseum Wien o.J.h). Die Informationen zu den einzelnen Objekten werden in einer Art Steckbrief dargestellt. Dazu gehören beispielsweise Angaben zur Inventarnummer, zur Herkunft, zum Eingangsdatum oder zum Material. Je nach Objekt können unterschiedliche Informationen vorhanden sein, abhängig davon wie viel über die Herkunft des Objekts bekannt ist. Neben den Steckbriefen gibt es keine weiteren Informationen oder Kurzbeschreibungen der Objekte (vgl. Weltmuseum o.J.e), wie dies teilweise in den Onlinesammlungen anderer Museen der Fall ist.

Die Objekte auf dem Plakat sind, obwohl es sich um zwei separate Büsten handelt, unter einer Inventarnummer zusammengefasst und tragen den Objekttitel „Büstenpaar: König und Königin". Aus der Objektseite geht auch hervor, dass sich beide in der Dauerausstellung befinden - im Saal „Benin und Äthiopien: Kunst, Macht, Wiederstand", der im 1. Stock des Museums zu finden ist (vgl. Weltmuseum Wien o.J.e). Bei den Recherchen zu dieser Arbeit waren es jedoch die Angaben zum Zugangsdatum und zur Datierung, welche zu Anpassungen der Interpretation des ersten Mythos führten. Im Steckbrief ist die Information zu Zugangsdatum ist das Jahr, in dem das Objekt in die Sammlung aufgenommen wurde, die Datierung hingegen ist die Information, wann das Objekt – vermutlich – hergestellt wurde. Ein stichprobenartiger Vergleich mit anderen Objekten aus einer Stichwortsuche mit dem Wort „Benin" zeigt, dass viele der anderen Objekte, die ebenfalls Büsten oder gegossene Reliefs sind, das gleiche Zugangsdatum haben. Dieses ist 1899. Die Datierung der Objekte ist, wenn sie überhaupt existiert, sehr grob gefasst, zum Beispiel „18. Jahrhundert" (vgl. Weltmuseum Wien o.J.d; Weltmuseum Wien o.J.l). Diese zwei Informationen stammen mit der bisher besprochenen Geschichte der Benin-Bronzen überein. Das Jahr 1899 liegt etwa zwei Jahre nach der Plünderung von

Benin-Stadt, fällt also in die Zeit nach der Strafexpedition, als die Raubkunst in Europa auf Museen verteilt (vgl. Hicks 2020: S. 144f).

Im Gegensatz dazu fallen Zugangsdatum und Datierung bei dem Objekt „Büstenpaar: König und Königin" in dasselbe Jahr und wesentlich jünger. Beides Daten fallen in das Jahr 2006 (vgl. Weltmuseum Wien o.J.e). Dies bedeutet, dass die Objekte nicht nur über 100 Jahre später in die Sammlung aufgenommen wurden, sondern auch, dass die zum Zeitpunkt des Zugangsdatums als Zeitgenössische Kunst galten. Sie können also nicht zu jenen Objekten gehören, die nach der Strafexpedition der Briten mitgenommen wurden. Eine weitere Information, die bei vielen Objekten fehlt, sind Angaben zu Künstler_innen. Beim Büstenpaar, welches aus der ‚Werkstatt Omodamwen und Söhne' stammt, ist diese Angabe jedoch vorhanden. Als Sammler_in ist Barbara Plankensteiner vermerkt (vgl. Weltmuseum Wien o.J.e). Zusammen mit dem Zugangsdatum ist anzunehmen, dass die Objekte möglicherweise im Zuge der Vorbereitungen für die Sonderausstellung ‚Benin: Könige und Rituale' 2007 erworben wurden, da 2006 das Jahr des Besuches des kuratorischen Teams in Nigeria war (vgl. Seipel et al. 2007: S. 11; Weltmuseum Wien o.J.e).

Im Katalog dieser Ausstellung finden sich weitere Informationen zu dem Büstenpaar und seiner Bedeutung innerhalb der Kunst Benins. Bei Abgüssen der Art, zu der die beiden Büsten zählen, handelt es sich um Herrscherporträts, die jedoch keine genaue Wiedergabe einer Person, sondern vielmehr idealtypische Darstellungen von König_innen sind. Im Falle des besprochenen Büstenpaares handelt es sich bei der männlichen Figur um Oba Erediauwa. Bei der weiblichen Figur handelt es sich vermutlich um das Portrait seiner ersten Frau. Die reichen Verzierungen der Büsten sind königliche Insignien, die zur Zeit der Ausstellung „Benin: Könige und Rituale" in Verwendung waren. Eine Veränderung in der Bronzegießerei seit der Zeit vor der Strafexpedition besteht darin, dass königliche Gattinnen in der Kunst kaum zu finden waren, während sie heute zu den beliebtesten Motiven der Bronzegießer gehören sind (vgl. Plankensteiner 2007: S. 509).

Die Werkstatt Omodamwen & Sons, welche die Künstler hinter den Büsten sind, gehört einer Familie, die seit Generationen in Benin-Stadt Kunst erzeugt. Mitglieder der Familie waren bereits vor 1897 Bronzegießer, wobei ein Vorfahre das Missfallen des Oba erregte

und zeitweise ins Exil gehen musste. Einige Jahrzehnte später kehrte sein Enkel Joseph Omodamwen 1914 – im Jahr der Wiedererrichtung die Monarchie - nach Benin-Stadt zurück, um das Handwerk wieder aufzunehmen und prägte die Entwicklung des Kunsthandwerks im 20. Jahrhundert mit (vgl. Gore 1997: S. 57f).

Die königliche Familie war nun nicht mehr der Hauptauftraggeber der Künste, was zusammen mit einer Weiterentwicklung der Gusstechniken und neuen Inspirationen aus der Holzschnitzerei zu neuen Motiven im Bronzeguss führte. Neue Inhalte der Kunst zeigten nicht nur das alltägliche Leben, sondern waren auch von Volksgeschichten inspiriert und verarbeiteten koloniale Erfahrungen auf (vgl. ebd.: S. 58). Der Erfolg von Joseph Omodamwen führte dazu, dass er sich seine Werkstatt abseits von Igun Street aufbauen konnte, er ist damit der einzige Bronzegießer außerhalb dieser Straße. Zehn von Jonathans Söhnen sind ihm in das Handwerk gefolgt (vgl. ebd.: 60). Aktuell führt nur noch einer der Nachfahren die Werkstatt. Phil Omodamwen, der u.a. ein Ausstellungsobjekt für das Völkerkundemuseum der Universität Zürich gestaltet hat (vgl. Völkerkundemuseum der Universität Zürich 2024).

4.4.1 Der neue Mythos: Ausbruch aus der Geschichte

Der Kontext des Plakats ‚Wiens neuer Blick auf die Welt' wird nun neben dem allgemeinen geschichtlichen Hintergrund der Benin-Bronzen um den spezifischen Kontext des Büstenpaares erweitert. Damit stellen wir im Mythos einen neuen Begriff zur Verfügung, der in Verbindung mit der Form die Bedeutung verändert.

Eine der Hauptaufgaben des Museums ist das Sammeln, im Fall ethnologischer Museen das Sammeln und Erforschen materieller Kultur. Diese ist nicht konstant, sondern verändert sich im Laufe der Zeit, was auch eine Veränderung der Sammlungsschwerpunkte und damit der Ausstellungen mit sich bringen sollte. Ethnologische Museen sind nicht nur Museen der Geschichte von Kultur, sondern vor allem auch ihrer Entwicklung und Zukunft (vgl. Powroznik 2015: S.71). Einer der Kritikpunkte an ethnologischen Museen ist, dass sie das ‚Fremde, also die Kulturen, die sie ausstellen – meist außereuropäische Kulturen – in einer Art historischem Glaskasten belassen. In diesem Glaskasten können sich die Kulturen nicht weiterentwickeln, sie verharren in der (kolonialen) Vergangenheit. Das ‚Fremde' wird dann in einer

Gegenüberstellung seiner Tradition mit der europäischen Moderne dargestellt (vgl. Plankensteiner 2018: S. 25).

Die Interpretation des Plakats mit dem Blick auf die Geschichte der Benin-Bronzen wirft Fragen nach Aneignung und Anspruch auf. Die Bedeutung der Objekte ändert sich, wenn wir den Begriff so weit verändern, dass wir wissen, dass es sich nicht um Raubkunst, sondern um einen modernen Bronzeguss und somit um zeitgenössische Kunst handelt. Das heutige Gusshandwerk Benins hat sowohl seinen historischen Hintergrund in seiner Bedeutung im vorkolonialen Königreich als auch eine Weiterentwicklung in einigen Aspekten seiner Techniken und Motive. Diese Verschmelzung von Neuem und Altem zeigt sich auch im Büstenpaar. Benins Könige waren eines der häufigsten Motive in vorkolonialen Zeiten, während die Darstellungen der Gemahlinnen unüblich war (vgl. Plankensteiner 2007: S. 509).

Die Vielseitigkeit des Objekts wird auf dem Plakat deutlich. Das Motiv der Benin-Bronzen allgemein ist bekannt aus Diskussionen um Rückgaben. Sie gehören damit in den Bereich der Traditionen und der (vor)kolonialen Geschichte. Gleichzeitig sind sie ein Symbol dafür, dass mit der Zäsur des Kolonialismus das Kunsthandwerk Benins nicht verloren gegangen ist, sondern bis heute praktiziert wird. Die Positionierung des ‚Fremden' im Museum wird dadurch zu etwas, das sowohl Geschichte besitzt, aber in dieser Geschichte nicht steckengeblieben ist, sondern sich weiterentwickelt hat. Dieses Bild wird auf das Weltmuseum selbst reflektiert und führt es aus der Kritik, dass ethnologische Museen in der Geschichte verharren. Die Sammlung entwickelt sich mit materieller Kultur mit und legt Wert darauf diese zu präsentieren und zu teilen. Das Museum zeigt sich so nicht primär in seiner Rolle innerhalb kolonialer Geschichte, sondern als Akteur der Möglichkeiten diese zu überwinden.

4.5 Wiens neuer Blick auf die Welt

Nach der Analyse der Ikonographie der Benin-Bronzen bleibt die Frageoffen, wie der Text auf dem Plakat die Aussagen des Bildes verändert. Der Leitsatz des Plakats lautet ‚Wiens neuer Blick auf die Welt'. Der Blick ist in der Medienwissenschaften ebenso von Bedeutung (vgl. Kaplan 1997), wie in kolonialen Dynamiken die Beziehung zwischen den Sehenden und jenen, die gesehen werden, von Bedeutung ist (vgl. Bhaba 2000). Die

Aussage des Plakats kann auf zwei Ebenen näher betrachtet werden. Die rein textliche und die Kombination daraus, wie der Text auf das Bild wirkt.

Wenn wir den Text selbst analysieren, können wir eine klare Subjekt-Objekt-Dynamik erkennen. Es gibt Wien und es gibt die Welt. Wien ist das aktive Subjekt der Aussage, als solches ist es Wien, dem es erlaubt ist, zu blicken und somit aktiv an der Dynamik zu teilzunehmen. Im Gegensatz dazu ist es die Welt, die gesehen wird – vermutlich innerhalb der Mauern des Museums. Die Welt, im Kontext des ethnologischen Museums das ‚Fremde', das ehemalig Kolonisierte, ist in der passiven Rolle. So wird der Imperial Gaze nach Kaplan bereits vor dem Betreten des Museums rezipiert.

Eine andere Interpretation des Satzes vor der neueren Geschichte ethnologischer Museen ist jedoch, dass es nicht primär weder um Wien noch um die Welt geht, sondern dass der neue Blick der wichtigste Teil des Satzes ist, bzw. das Neue im Blick. Mit der Umbenennung des Museums für Völkerkunde in Weltmuseum Wien geht eine Neuausrichtung des Museums einher. Fragen der kolonialen Vergangenheiten und der Präsentation des ‚Anderen' rücken stärker in den Mittelpunkt (vgl. Plankensteiner 2015: S. 15). Die Rolle des Museums wird hinterfragt und somit auch das Sehen im Museum. Vielleicht ist der neue Blick einer, der nicht einfach nur sieht, sondern auch hinterfragt.

Im Titelsatz des Plakats ist es zwar Wien, das auf die Welt blickt, die Betrachter_in des Plakats ist allerdings nicht die Einzige, die im Austausch mit dem Bild blickt. Der Blick auf das Plakat ist ein Blick zurück auf die Betrachter_innen. Museumsobjekte, die frontal fotografiert werden, wird die Möglichkeit gegeben, mit ihren Betrachter_innen in Kontakt zu treten, ihnen wird so ein Element der Selbstbestimmung gegeben (vgl. Young 2022: S. 67). Vor dem Plakat stehend blicken der König und seine Gemahlin aus dem Königreich Benin fast herausfordernd zurück. Der Blick von ‚Wien' wird von der ‚Welt' erwidert. Der neue Blick ist dadurch etwas, was nicht mehr nur passiv aufgenommen wird, er hat zwei Seiten, ist interaktiv.

In Bezug auf dieses erste bearbeitete Plakat ist das ‚Fremde' und die Konstruktion dessen also nicht etwas, was unverändert bleibt. Die Konstruktion ist abhängig von den Informationen, die Leser_innen des Bildes haben. So kann das ‚Fremde' vom passiven Objekt des Blickes und aus der historischen Opferrolle wegtreten. Mit den neuen Informationen wird es zu einem aktiven Mitgestalter seiner eigenen Geschichte.

5 Die Persönlichkeit des ‚Fremden'

Das folgende Kapitel konzentriert sich auf zwei Plakate, die beide dasselbe Objekt aus den Sammlungen des WMW zeigen. Ziel ist eine vergleichende Analyse und Interpretation der Art und Weise, wie das Objekt auf den Plakaten verwendet wird. Bei einem der beiden Plakate handelt es sich um ein aktuelleres Plakat der Sonderausstellung „Azteken", während das zweite das älteste Plakat ist, welches in dieser Arbeit genauer unter die Lupe genommen wird. Die leitende Frage in diesem Kapitel ist wie Fotografie von Objekten und damit zusammenhängende Bildkomposition die Wahrnehmung des ‚Fremden' auf den Plakaten ändert. Zur Analyse der in diesem Kapitel bearbeiteten Plakate wurde eine Arbeit von Diana Young herangezogen. In „What do Museum Objects Want?" (2022) vergleicht Young die Eindrücke, die Objekte vermitteln, in Abhängigkeit von den fotografischen Techniken, die bei der Erstellung von Objektbildern verwendet werden.

In diesem Kapitel wird neben den zwei zentralen Plakaten noch weiteres Vergleichsmaterial herangezogen. Dabei handelt es sich einerseits um zusätzliches Marketingmaterial der Sonderausstellung „Azteken", aber auch um Objektfotografien der auf den Plakaten gezeigten Objekten aus den Sammlungen verschiedener Museen. Zusätzlich wird auch noch einmal auf das Plakat „Wiens neuer Blick auf die Welt" und das darauf abgebildeten Büstenpaar zurückgegriffen.

5.1 Bildbeschreibung

Die folgenden Bildbeschreibungen stammen von zwei unterschiedlichen Plakaten, die das gleiche Objekt aus den Sammlungen des Weltmuseums zeigen. Das erste der beiden Plakate zeigt einen Kopf aus Stein vor einem orangefarbenen Hintergrund. Aus dem Titel der Ausstellung auf dem Plakat geht hervor, dass es sich um ein Objekt aztekischen Hintergrundes handelt. In der Datenbank der Wienbibliothek gibt es mehrere verschiedene Ausgaben desselben Plakats. Das Plakat selbst scheint das gleiche zu sein, aber die Farbgebung ist in allen Plakaten leicht unterschiedlich. Da die Plakatsammlungen nur als Digitalisate zugänglich sind, konnte nicht festgestellt werden ob die Farbunterschiede auf den Digitalisierungsprozess zurückzuführen sind oder sich

die Bildträger selbst unterscheiden. In dieser Arbeit wurden lediglich 2 der Plakate zum Vergleich herangezogen. In der Version des Plakats in Abbildung 3 ist der Hintergrund dunkler und mehr rot als orange. Außerdem sind die Brauntöne des Objekts stärker hervorgehoben. Version zwei des Plakats – Abbildung 4 – hat dagegen einen klar orangen Hintergrund und der Stein, aus dem die Figur besteht, ist grün.

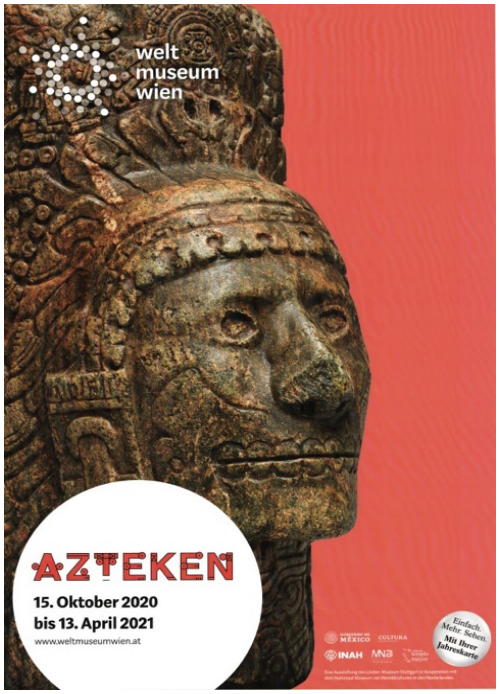


Abbildung 3: Azteken

Das Objekt ist auf dem Plakat nicht vollständig zu sehen. Sowohl der hintere Teil als auch der obere und untere Teil sind vom Bildrand abgeschnitten. Die Figur ist im Halbprofil fotografiert. Ohne weiteren Kontext ist die Darstellung des Kopfes und seiner einzelnen Elemente schwer einzuordnen. Soweit erkennbar, besteht das gesamte Objekt aus einem einzigen Material. Die Spitze der Nase ist abgebrochen. Im Gesicht, vor allem um den Mund, sind Verzierungen eingeritzt. Die Schnitzereien am Mund könnten auch Zähne darstellen. Der Teil der Figur, der um das Gesicht herum geschnitzt ist, kann sowohl als eine Art Kopfschmuck als auch als stilisierte Haare interpretiert werden. Nachdem das Objekt vom Bildrand abgeschnitten wurde, ist es nicht möglich zu erkennen, welche Form der Rest des Objekts hat, oder einen möglichen Nutzen aus den vorhandenen Informationen zu ziehen.

Die Figur befindet sich in der linken Hälfte des Plakats. Das Halbprofil zeigt nach rechts. Das aktuelle Logo des Weltmuseums Wien befindet sich in der oberen linken Ecke. In der unteren Ecke der gleichen Seite befindet sich in einer Blase der Titel der Ausstellung ‚Azteken'. Diese Blase hat in der ersten Version des Plakats – Abbildung 3 - einen weißen Hintergrund, in der zweiten Version – Abbildung 4 - hat der Hintergrund einen grünen Farbton. In der Sprechblase befindet sind auch die Dauer der Ausstellung und die URL der Website des WMW. Die Schriftart, in der der Ausstellungstitel geschrieben ist, ist keine allgemein verwendete Schriftart und wurde wahrscheinlich speziell für die Ausstellung entworfen. Ihr Design erinnert an aztekische Kunst, Kultur und Schriftzeichen. Die Schrift

hat dieselbe Farbe wie der Hintergrund des jeweiligen Plakats. Die letzten Elemente, die auf dem Plakat zu finden sind, sind eine Liste an Sponsor_innen der Ausstellung und ein Hinweis auf die Jahreskarte des Museums. Beide befinden sich in der rechten unteren Ecke.

Bei der Betrachtung der Planimetrie wird schnell klar, dass das Objekt den größten Teil der Plakatfläche einnimmt. Wenn der goldene Schnitt verwendet wird, ist zu sehen, dass das Objekt den gesamten linken Teil des Rasters bis zur rechten vertikalen Linie ausfüllt. Diese Linie verläuft entlang des Halses, durch die Mitte des Gesichtes – in etwa entlang der Nase – und schließlich entlang des oberen Teils der Figur. Der Kopf ist also in dieser Hinsicht nahezu perfekt in den Goldenen Schnitt eingefügt. Auch der Ausstellungstitel befindet sich komplett in der linken Hälfte. Das rechte Segment des Goldenen Schnittes ist mit zwei Ausnahmen völlig leer gelassen. Sponsor_innen und Jahreskartenhinweis am unteren Eck und die im Halbprofil hintere Gesichtshälfte sind die einzigen Elemente in diesem Teil, der ansonsten nur aus der Hintergrundfarbe besteht. Visuell entsteht so ein Gleichgewicht zwischen Leere rechts und Inhalt links.

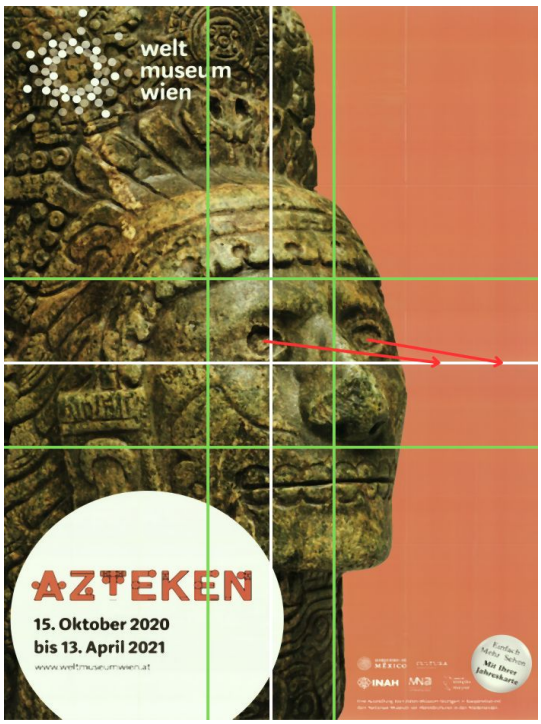


Abbildung 4: Azteken - Planimetrie

Die perspektivische Komposition des Plakats gliedert sich in einen klaren Hinter-, Mittel- und Vordergrund aufgeteilt. Der Fokus liegt auf dem Mittelgrund, da sich dort das Objekt befindet. Der Hintergrund ist flach und einfarbig, ohne Schattierungen. Das Logo und die Blase mit dem Ausstellungstitel liegen über dem Objekt und gehören somit eindeutig zur perspektivischen Ebene, die am weitesten nach vorne gerückt ist. Die einzigen Elemente, die nicht klar einer Ebene zugeordnet werden können und somit wieder etwas aus dem Schema fallen, sind die Sponsor_innen und die ‚Jahreskarten-Blase'. Da diese nur auf dem

orangen Hintergrund zu sehen sind, ist es nicht klar, ob sie sich auf einer Ebene mit dem Objekt befinden, dahinter, oder davor.

Da auf dem Plakat nur eine Figur zu sehen ist, gibt es keine Dynamik innerhalb des Bildes, die analysiert werden könnte. Zur Beziehung zwischen Bildinhalt und Betrachter_in ist wiederum zu sagen, dass kein direkter Kontakt zwischen Steinkopf und Beobachter_in hergestellt wird. In Abbildung 4 ist die Blickrichtung des Objekts entlang roter Pfeile eingezeichnet. Diese führen nach rechts aus dem Bild heraus, der Blick geht in eine unbestimmte Ferne. Während die Betrachter_in das Plakat ansieht, blickt das Objekt also nicht zurück.

Nun zum nächsten Plakat, welches das gleiche Objekt zeigt. Während eine Datierung des ersten Plakats anhand der Daten der Sonderausstellung möglich ist, lässt sich dieses Plakat, ähnlich dem Plakat ‚Wiens neuer Blick auf die Welt', allein aufgrund des Bildinhaltes nicht eindeutig zeitlich zuordnen. Da das Museum noch unter dem Titel ‚Museum für Völkerkunde' angeführt wird, ist davon auszugehen, dass es spätestens 2013 veröffentlicht wurde. 2013 war das Jahr in dem das Museum für Völkerkunde zum Weltmuseum Wien wurde. Nachdem zu diesem Zeitpunkt die die Dauerausstellungen geschlossen waren, ist es allerdings unwahrscheinlich, dass das Plakat aus dieser Zeit stammt (vgl. Haag, Engelsmann 2017: S. 11). Es handelt sich eindeutig um eine Fotografie des Plakats und nicht um einen Scan oder eine digitale Version. Man sieht den Untergrund zu sehen, auf dem das Plakat liegt oder hängt, und man sieht die Falten im Material.

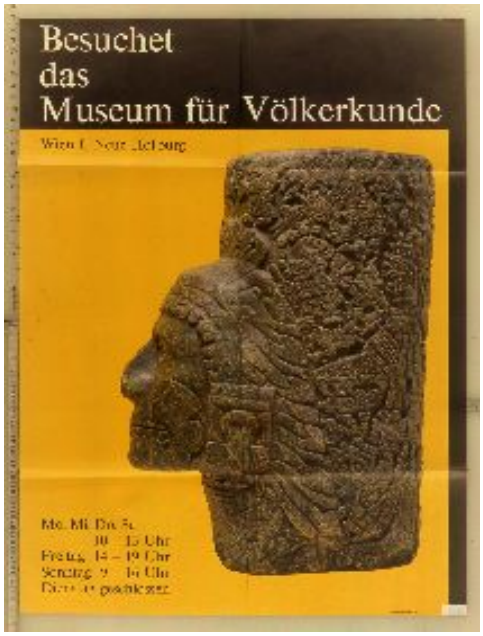


Abbildung 5: Besuchet das Museum für Völkerkunde

Der Hintergrund des Plakats ist wie beim ersten Plakat flach und nicht schattiert. Diesmal ist er in zwei Flächen unterteilt. Die größere der beiden Flächen ist in einem dunklen Gelb gehalten. Am Rand und in einem schmalen Streifen am rechten Rand ist die Fläche schwarz. Die obere schwarze Fläche ist breit genug, um die Aufforderung „Besuchet das Museum für Völkerkunde" unterzubringen. Die Schriftfarbe ist weiß.

Das Objekt befindet sich auf einem gelben Hintergrund. Auf dem Plakat ist der Steinkopf als Ganzes zu sehen, sodass man abzuschätzen kann, dass er etwa doppelt so hoch ist wie das Gesicht. Der hintere Teil des Objekts ist ein Zylinder, aus dem das Gesicht herausragt. Ohne weitere Informationen ist es auch hier nicht möglich, die Verwendung der Figur anhand des Bildes zu bestimmen. Die Fotografie des Steinkopfes zeigt ihn im Profil mit dem Gesicht auf der linken Seite des Zylinders. Die Details der Schnitzereien sind im Vergleich zum ersten Plakat schwieriger zu erkennen. Dies ist auf die schlechtere Bildqualität des Plakats selbst zurückzuführen, außerdem scheint die Fotografie des Objekts selbst auf dem Plakat weniger scharf und detailliert zu sein. Der Teil der Haare/des Kopfschmuckes ist noch zu erkennen, mit Elementen, die Ohrringe oder Teil eines Kopfbandes sind. Die Schnitzereien des Gesichts sind nicht mehr sichtbar, aber es ist zu erkennen, dass die Spitze der Nase fehlt. Auf dem Zylinder sind weitere Schnitzereien zu erkennen, wobei schwer zu entscheiden ist, welche der Rillen entlang des Sockels tatsächlich Verzierungen sind und bei welchen es sich um mögliche Risse im Stein aufgrund von Alter und Verwitterung handelt.

Auf dem gelben Teil des Plakats befinden sich zwei weitere Elemente. In der linken oberen Ecke, direkt unter der Aufforderung zum Besuch, ist etwas zu lesen, was aufgrund der Bildqualität schwer zu erkennen ist. Das erste Wort ist ‚Wien'. Mit der zusätzlichen Information, dass die Adresse des Museums ‚Neue Burg' enthält, sind auch diese beiden Worte zu entziffern. Es handelt sich also um die Adresse des Museums. Weitere Informationen zu den Öffnungszeiten stehen links unter dem Objekt. Auch diese sind auf Grund der Bildqualität nur schwer zu erkennen.

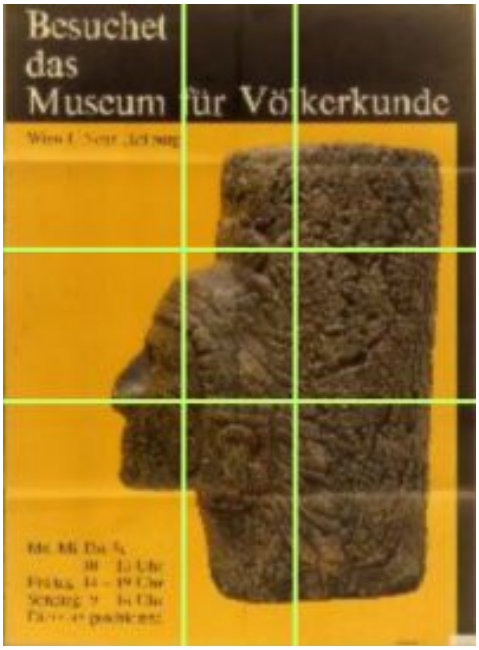


Abbildung 6: Besuchet das Museum für Völkerkunde - Planimetrie

Im Gegensatz zum ersten, in diesem Kapitel beschriebenen Plakat handelt es sich hier um eine allgemeine Werbung für das Museum. Dies lässt sich an den vorhandenen – und auch fehlenden – Informationen auf dem Plakat ablesen. Zunächst fehlt die Information über den Titel und den

Zeitraum einer Sonderausstellung, wie es bei ‚Azteken' der Fall war. Auch die Einladung zum Besuch ist allgemein gehalten. Da es sich um ein allgemeines Plakat handelt, fehlt für die Betrachter_innen auch jegliche Information zum Objekt selbst. Vom vorherigen Plakat wissen wir, dass es zu den Azteken gehört. Diese Information fehlt auf diesem Plakat allerdings.

Die Komposition des Plakats ist nach dem Einzeichnen des Goldenen Schnitts weniger klar durchdacht als im Fall des Sonderausstellungsplakats. Der größte Teil des Objekts befindet sich im rechten Teil des Rasters, aber da es diese nicht vollständig ausfüllt, wirkt es weniger präsent. Die linke vertikale Linie verläuft entlang des Gesichts, während eine der horizontalen Linien auf Höhe der Nasenspitze verläuft.

Auch im Bereich der perspektivischen Projektion und der szenischen Choreografie gibt es in diesem Fall nicht viel anzumerken. Die Elemente des Plakats, das Objektbild sowie verschiedene Überschriften und Verweise sind flächig angeordnet. Während sich im Plakat zu ‚Azteken' die Elemente teilweise überlappen und so Perspektivität und Mehrschichtigkeit entstehen, stehen in diesem Plakat die einzelnen Elemente alle nebeneinander und scheinen sich somit in der gleichen bildlichen Ebene zu befinden. Außerdem schwebt das Objekt im Bild. Man sieht die Skulptur als Ganzes, weshalb die Illusion fehlt, dass sie auf einer imaginären Oberfläche steht.

Der Blick des Kopfes nach links bedeutet, dass auch hier keine Beziehung zwischen dem Kopf und etwaigen Betrachter_innen aufgebaut ist. Die Betrachter_in blickt, während das Objekt gesehen wird.

5.2 Azteken, die Große Landesausstellung

Das jüngere der beiden Plakate in diesem Kapitel wurde für die Ausstellung ‚Azteken' publiziert. Dabei handelte es sich um eine Sonderausstellung des Linden Museums Stuttgart, welche in Zusammenarbeit mit dem Nationaal Museum van Wereldkulturen aus den Niederlanden und mit Unterstützung des Instituto Nacional de Anthropología e Historia von Mexiko (INAH) konzipiert und zusammengestellt wurde (vgl. de Castro 2019: S. 11f). Die Ausstellung wurde aus Wanderausstellung in verschiedenen Museen gezeigt. Bevor sie zwischen Oktober 2020 und Juni 2021 in Wien Station machte, wurde ‚Azteken' erstmals in Stuttgart gezeigt und wanderte nach ihrem Besuch im WMW weiter nach Leiden, um auch dort zu verweilen (vgl. Weltmuseum Wien o.J.c).

Es soll an dieser Stelle noch auf weitere Plakate und Bilder eingegangen werden, die zum Marketing von ‚Azteken' verwendet wurden, um diese dann zum Vergleich mit den Plakaten aus der Bildbeschreibung heranzuziehen. Das Weltmuseum Wien selbst zeigte ein zweites Plakat mit einem anderen Objekt aus der Ausstellung (siehe Anhang 1). Auf diesem Plakat befindet sich der Hinweis zur Verlängerung der Ausstellung in Wien. Es ist daher auszuschließen, dass dieses Plakat bereits vor der Eröffnung der Ausstellung in Umlauf war. Während das allgemeine graphische Design des Plakats dem des ersten entspricht, sind Hintergrundfarbe und Objekt andere. Das Bild zeigt ein Objekt aus dem Museo del Templo Mayor in Mexiko-Stadt. Es handelt sich dabei um eine lebensgroße Statue von Mictlantecuhtli (vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 338).

Inzwischen ist es dieses zweite Plakat, welches auf der Website des Museums im Zusammenhang mit der Ausstellung präsentiert wird, Auf der Informationsseite zur Ausstellung zeigt der Banner die Farben und das Objekt dieses Plakats, anstatt des Ursprünglichen. Auch in der Bildergalerie ist nur die Statue von Mictlantecuhtli zu finden und nicht der steinerne Kopf (vgl. Weltmuseum Wien o.J.c).

Ein weiteres Bild, das in der Vermarktung der Ausstellung immer wieder auftaucht und auf ihre Konzeption im Linden Museum Stuttgart zurückgeht, ist eine steinerne Figur, die auf dem Cover des Ausstellungskatalogs abgebildet ist (vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019; siehe Anhang 2). Es handelt sich dabei um eine Figur des Gottes Quezalcoatl aus Grünstein aus den Sammlungen des Landesmuseums Württemberg Stuttgart (vgl. ebd.: S.341). Auch dieses Bild wird in Folge zum Vergleich herangezogen.

5.3 Gefäß mit Kopf der Pulque Göttin Mayahuel

Außer der Annahme, dass es sich bei den Objekten auf den ausgewählten Plakaten um ein Objekt aztekischen Ursprunges handelt, lassen sich direkt aus den Bildern keine weiteren Informationen ableiten. Für diese Arbeit war die Quelle der Plakate die Wienbibliothek im Rathaus. Dort sind jedoch keine weiteren Angaben zu den Objekten zu finden. In der Beschreibung des Plakats der Sonderausstellung ‚Azteken' findet sich unter den Angaben zum Inhalt lediglich „Foto: Azteken-Figur" (Wienbibliothek im Rathaus o.J.b). Bei dem älteren Plakat, welches aus dem Jahr 1965 stammt, ist die Angabe noch weniger hilfreich. Hier heißt es: „Vermutlich ein Stück von einem Totempfahl, […]" (Wienbibliothek im Rathaus o.J.a).

Diese Information über die aztekische Herkunft kann jedoch verwendet werden, um das Objekt in der Online-Sammlung des Weltmuseums zu finden. Mit dem Suchbegriff ‚Azteken' erscheinen insgesamt 18 Objekte in der Ergebnisliste auf (vgl. Weltmuseum Wien o.J.j). Dank der kurzen Liste ist es leicht, den gesuchten Steinkopf zu finden. Das Objekt mit der Inventarnummer 6069 trägt den Titel „Gefäß mit Kopf der Pulque Göttin Mayahuel". Das Zugangsdatum ist das Jahr 1878 (vgl. Weltmuseum Wien o.J.g). Damit gehört das Gefäß zu den ältesten Beständen des Museums und geht auf die Sammlungen des Naturhistorischen Museums zurück, also auf eine Zeit vor der Gründung des Museums für Völkerkunde und bevor das Naturhistorische Museum seine eröffnet wurde (vgl. van Bussel 2017: 14).

Wie in anderen Beiträgen der Online-Sammlung findet sich auch hier Objektbilder, die das Gefäß aus verschiedenen Blickwinkeln zeigen. Zwei dieser Bilder sind modernere Fotografien, die das Objekt zweimal im Halbprofil mit dem Blick jeweils nach rechts nach links zeigen. Bei den letzten beiden Bildern handelt es sich um Abzüge aus der Fotosammlung des Museums – Inventarnummern 6333 und 6337 –, die das Objekt aus verschiedenen Perspektiven zeigen, darunter auch von oben und von unten (vgl. Weltmuseum Wien o.J.a; Weltmuseum Wien o.J.b; Weltmuseum Wien o.J.g).

Weitere Informationen zum Objekt und seiner Verwendung sind im Katalog der Ausstellung zu finden. Der Teil des Objekts, der entweder als Kopfschmuck oder als Haar interpretiert wurden, ist laut Objektbeschreibung Haar mit großen Ohrringen (vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 340). Auch über den Teil des Objekts hinter dem Gesicht gibt es Informationen. Dieser Teil war nur auf dem älteren Plakat zu sehen und ist hier aufgrund der schlechteren Qualität nicht erkennbar (siehe Abbildung 5). Laut Bildbeschreibung handelt es sich um Darstellungen verschiedener Szenen von Gött_innen der aztekischen Mythologie (vgl. ebd.). Das Objekts wurde für Pulque verwendet, ein leicht alkoholisches Getränk, das mit der Nacht und den Seelen verstorbener Krieger in Verbindung gebracht wurde (vgl. ebd.).

Derzeit ist es nicht möglich, das Objekt in den Ausstellungsräumen zu sehen, da es nicht ausgestellt ist (vgl. Weltmuseum Wien o.J.g). Auch während der Sonderausstellung war dies kein Objekt, das mit der Ausstellung mitwanderte, sondern nur in Wien zu sehen war (vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 340).

5.4 Die Konstruktion eines Objekts in Bildern

Bis auf ein Plakat zeigen alle in dieser Arbeit näher betrachteten Plakate ein oder mehrere Sammlungsobjekte. Gleiches gilt auch für die Vergleichsbeispiele in diesem Kapitel, bei denen es sich ebenfalls um Bilder handelt, in deren Mittelpunkt ein Objekt aus einem ethnologischen Museum steht. Die Grundlage all dieser Plakate, bevor die textlichen Elemente hinzugefügt werden, sind also Objektbilder.

Objektbilder besitzen einen ausschlaggebenden Vorteil gegenüber den physischen Objekten und das ist ihre im Vergleich leichte Zugänglichkeit. Während Ausstellungen immer mit limitierten räumlichen Ressourcen arbeiten müssen, bieten Online-Sammlungen über Objektbilder der Öffentlichkeit Zugang zu Objekten, die normalerweise in Depots verborgen sind. Darüber hinaus werden Fotografien auch zu Zwecken der Inventarisierung nach innen oder des Marketings nach außen angefertigt, sie haben also vielseitige Anwendungen (vgl. Young 2022: S. 65). Beim Fotografieren eines Objekts wird versucht, möglichst neutral zu bleiben, unabhängig davon, dass das Museum als Ort alles andere als neutral ist. Grund dafür ist, dass der Nutzen nach innen – Inventarisierung, Katalogisierung – und die Bedürfnisse des Museums in dieser Hinsicht im Vordergrund stehen, anstatt zu fragen, wie ein Objekt in einem Foto am besten präsentiert werden könnte. Es ist üblich, das Objekt im Dreiviertelprofil zu fotografieren. Vor allem bei Objekten, die ein Gesicht haben. Selten wird den Objekten die Möglichkeit gegeben, in die Kamera zurückzublicken. Vor allem, wenn die Fotografien für die Mitarbeitenden des Museums und nicht für die Verwendung nach außen gedacht sind, wird auch darauf geachtet, sie vor einem leeren Hintergrund zu fotografieren, ohne Elemente, die die Aufmerksamkeit vom eigentlichen Objekt abziehen könnte (vgl. ebd.: S. 66f).

Wie Beleuchtung, Positionierung und Hintergründe die Wirkung eines Objekts in einem Foto verändern können zeigte Diana Young, die in ihrer Forschungsarbeit mit gekoppelter Ausstellung „What do Museum Objects Want?" eben diesen Unterschied zum Forschungsthema machte (vgl. Young 2022). Dafür wurden von Ausgewählten Objekten jeweils zwei Fotos mit unterschiedlichen Einstellungen gemacht. In einem Fall wurde die für Museen übliche Art und Weise gewählt und im anderen Fall im Stil von Portraitfotografien (vgl. ebd.: S. 71). Von allen in diesem Kapitel angesprochenen

Objektbildern gibt es ebenfalls mindestens zwei Fotografien, was es möglich macht auch hier ähnliche Vergleiche anzustellen und zu sehen, wie die Bedingungen die Wirkung und Ausstrahlung eines Objektbildes verändern.

Kommen wir noch einmal kurz auf die Objekte des Plakats „Wiens neuer Blick auf die Welt" zurück. Wie bei dem Pulque-Gefäß handelt es sich auch bei dem Büstenpaar aus dem Königreich Benin um Objekte, die Gesichter erkennen lassen. Dies ist nicht die einzige Gemeinsamkeit, die für dieses Kapitel relevant ist. Diese wird bei einem Blick in die Online-Sammlung des WMW deutlich. Vergleicht man die dort zu findenden Objektbilder mit den Fotos auf den Plakaten, so fällt auf, dass diese übereinstimmen. Bemerkenswert ist, dass es von allen drei Objekten mehrere Fotos in der Online-Sammlung zu finden sind. Im Falle des Büstenpaares handelt es sich um drei Fotos, ein Foto, auf dem die beiden Skulpturen zusammen fotografiert wurden, sowie ein Foto des Königs und eines der Königin. Letztere Fotos (siehe Anhang 3; Anhang 4) finden sich auf dem Plakat wieder. Vom Pulque-Gefäß sind, wie bereits erwähnt, vier Bilder in der Galerie zu sehen, zwei aktuellere Fotografien und zwei historische Abzüge aus der Fotosammlung. Die zwei vorhandenen historischen Abzüge beinhalten dabei insgesamt fünf Fotografien, weshalb in der Galerie insgesamt sieben Objektbilder zu finden sind (vgl. Weltmuseum Wien o.J.g). Für das Plakat der Sonderausstellung wurde eine der aktuelleren Fotografien gewählt (siehe Anhang). Auch im Fall des Plakats von 1965 scheint es eine Übereinstimmung zu geben. Der Abzug mit der Inventarnummer 6337 zeigt das Objekt von beiden Seiten im Profil. Diese Fotos sind jedoch nicht farbig, während das Bild auf dem Plakat dies schon ist (siehe Anhang 6; Abbildung 5). Auch im Fall des zweiten Werbeplakats des Weltmuseums Wien (siehe Anhang) handelt es sich beim Bild des Objekts um die gleiche Fotografie, die auch im Ausstellungskatalog zu finden ist (vgl. Abb.; vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 338).

Der größte Unterschied zwischen den meisten Objektbildern und den Objekten auf den Plakaten ist der jeweils gewählte Ausschnitt. Während die Objektbilder die jeweiligen Gegenstände in der gewählten Perspektive als Ganzes zeigen, ist nur auf dem Plakat von 1965 das abgebildete Objekt vollständig zu sehen (siehe Abbildung 1; Abbildung 3; Abbildung 5; Anhang 5; Anhang 6).

Abschließend ist anzumerken, dass nicht nachvollzogen werden kann, ob die Objektbilder aus der Datenbank für die Ausstellungsplakate verwendet wurden oder ob es vielleicht vor den jeweiligen Ausstellungen und Plakaten keine Bilder der Objekte im Inventar existierten. Das bedeutet, dass die Fotografien mit der Intention der Verwendung für Marketingzwecke geplant und dann in die Online-Sammlung hochgeladen wurden. Auch bei dem Büstenpaar, das bereits im Katalog der Ausstellung „Benin: Könige und Rituale" ein Objektbild hatte, handelt es sich um das Bild, das König und Königin zusammen zeigt (vgl. Plankensteiner 2007: S. 509). Da jedoch die Analyse der Verwendung der Bilder im Vordergrund steht, ist es auch nicht relevant, die ursprünglichen Motive der Fotografie herauszufinden.

5.5 What Do Museum Objects Want? und der Blick der Objekte

Wie lassen sich nun Diana Youngs Ansätze aus „What Do Museum Objects Want?" auf die Fotografien der Objekte auf den Plakaten anwenden?

Das von ihr erwähnte Dreiviertel-Profil findet sich in mehreren der in diesem Kapitel bereits erwähnten Fotografien von Objekten. Die beiden Plakate zu „Azteken" in Wien zeigen diese Perspektive. Auch das Objekt auf dem Cover des Ausstellungskataloges ist so abgebildet. Ausnahmen bilden das Pulque-Gefäß auf dem Plakat von 1965 und das Büstenpaar. Im ersten Fall wird dem Objekt der Blick zurück in die Kamera ebenfalls verwehrt. Young setzt den Blick in die Kamera damit gleich, dem Objekt seine eigene Präsenz zurückzugeben (vgl. Young 2022: S. 67). Auch bei Kaplan (1997) und Bhaba (2000) waren sehen und gesehen werden, passive und aktive Rolle in der Dynamik des Blickes immer wieder von Bedeutung. Im dreiviertel Profil – oder Halbprofil – wird die aktive Präsenz dem Objekt verwehrt. In Fällen, wie dem Büstenpaar auf dem Plakat ‚Wiens neuer Blick auf die Welt' hingegen ermöglicht der direkte Blick in die Kamera ein Maß an Selbstbestimmung.

Im Vergleich zum Plakat von 1965 oder auch zu den Objektbildern wird dem Pulque-Gefäß im Kontext des Plakats der Sonderausstellung mehr Persönlichkeit verliehen. Der Blick, wenn auch nicht in die Kamera, so doch nicht ganz abgewandt wie im Profil, gibt mehr vom Gesicht preis. Also den Teil des Objekts, mit dem wir in Kontakttreten. Die digitale Fotografie ermöglicht auch bessere Detailaufnahmen von Objekten (vgl. Young 2022: S. 67), wodurch ermöglicht wird, dass statt dem ganzen Objekt in schlechterer Qualität, ein

Teil in höherer Auflösung gewählt wird. Wir sehen also nicht nur mehr vom Gesicht, sondern auch mehr Details. Durch den gewählten Ausschnitt im Plakat wird das Objekt auf sein Gesicht reduziert. Das Gesicht ist nun nicht mehr Teil des Objekts, wie im Plakat von 1965, sondern die Gesamtheit dessen, was die Betrachter_innen des Plakats sehen. So zusammengesetzt erinnert das Bild an ein Porträt, dessen Blick in die Ferne gerichtet ist, das Gefäß wird als Person und nicht als Objekt abgebildet. Eigenschaften wie Stolz und Nachdenklichkeit können nun aus dem Gesicht herausgelesen werden, während es vorher nur ein Gesicht auf einem Gefäß war. Im Vergleich dazu steht das Objekt als Objekt im Zentrum des Plakats von 1965. Die Darstellung im Profil lässt es weniger dynamisch erscheinen, starr. Durch das abgewandte Gesicht kommen Betrachter_innen gar nicht erst dazu eine Persönlichkeit in das Objekt hineinzulesen.

Zu beachten ist auch, welche Rolle die Farbgebung, für die im Plakat oder Objektbild vermittelten Eigenschaften spielt. Während im Fall des Pulque-Gefäßes die Bilder gleich sind, kommen die Farben im Plakat im Vergleich zu den Objektbildern anders zur Geltung. Dies kann sowohl auf die Bearbeitung als auch auf den unterschiedlichen Hintergrund zurückzuführen sein, der eine Kontrastfarbe zu den Grüntönen des Materials darstellt. Für das Objektbild in der Galerie der Online-Sammlung wurde die Skulptur vor einen grauen Hintergrund gestellt und gut ausgeleuchtet. Dadurch fehlen die Kontraste in den Gesichtszügen und den Schnitzereien, obwohl diese gut zu erkennen sind. Die Farbe des Steins ist im Vergleich zu den beiden Plakatversionen verblasst. Der farbige Hintergrund in den Plakaten bringt die Objekte im Gegensatz dazu zum Leuchten. Trotz dem abgewandten Blick kriegt das Objekt Präsenz und Persönlichkeit, die durch den engeren Ausschnitt noch einmal verstärkt wird.

Nun noch vergleichend zu den weiteren erwähnten Plakaten. Das Plakat, das die Verlängerung der Ausstellung in Wien ankündigte, zeigt einen ähnlichen Effekt, basierend auf der Hintergrundfarbe des Plakats im Gegensatz zum Objektbild aus den Sammlungen. Das Objektbild des Museo del Templo Mayor, das im Ausstellungskatalog und in der Bildgalerie zur Ausstellung auf der Website des WMW zu finden ist, ist vor einem tiefschwarzen Hintergrund abgebildet (vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 338; Weltmuseum Wien o.J.c). Der Hintergrund des Plakats – und auch Banner auf der Ausstellungswebsite - ist hingegen in einem blaugrünen Farbton gehalten. Den Schatten

im Bild nach zu urteilen, handelt es sich wiederum in beiden Fällen um dieselbe Fotografie. Durch den schwarzen Hintergrund wirkt die leicht nach vorne gebeugter Haltung der Statue jedoch einschüchternd und unheimlich. Im Plakat hingegen wirkt sie durch den helleren Hintergrund freundlicher. Der breite, grinsende Mund mit Zähnen wirkt im ersten Fall bedrohlich, im zweiten dagegen einladend.

Vergleicht man die Figur des Quezalcoatl auf dem Cover des Ausstellungskatalogs mit seiner Objektabbildung im Ausstellungskatalog ist wieder ein ähnlicher Effekt zu beobachten. Auf den ersten Blick scheint es sich auch hier zweimal um die gleiche Fotografie zu handeln, auch wenn der Hintergrund wieder ein anderer ist. Bei genauerem Hinsehen sind die Schatten des Fotos auf dem Cover jedoch tiefer und das Licht fällt auf andere Stellen der Figur, die Kontraste sind stärker (siehe Anhang 2; vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 341). In der flachen Beleuchtung des Objektbildes im Katalog und vor dem gewählten grauen Hintergrund wirkt die Figur unscheinbar, fast zerbrechlich. Im Gegensatz dazu steht das Cover. Der dunkle Hintergrund, die stärkeren Kontraste und die tieferen Schatten heben die knöcherne Form der Figur hervor. Die Schatten in den Augenhöhlen geben ihr einen durchdringenden Blick, einen Blick, bei dem man vielleicht sogar froh ist, dass die Figur den eigenen Blick nicht erwidern kann. Es entsteht ein Eindruck von Macht, der vielleicht sogar etwas unheimlich wirkt und im Gegensatz zu den einladenden Eindrücken der Plakate des Weltmuseums Wien steht.

Diese Beispiele zeigen, dass die Wahl des Fotos für eine Ausstellung und die Bildgestaltung von Plakaten als Gesamtes insofern von Bedeutung sind, da sie mitbeeinflussen, welches Bild der Objekte Besucher_innen mit sich ins Museum nehmen. Im Fall des Plakats von 1965 war es das Objekt, als Objekt, mit dem für das Museum beworben wurde. Das Objekt selbst stand im Vordergrund. Inzwischen gibt es verschiedene Techniken, mit denen die Objekte auf den Plakaten zum Leben erweckt werden. So wird nicht nur mit dem Inhalt des Objekts gelockt, sondern auch eine bestimmte Stimmung vermittelt, die in der Ausstellung zu erwarten ist. Die Objekte erhalten eine Persönlichkeit, die im Idealfall die Neugier weckt, mehr über ihre Geschichte zu erfahren. Das ‚Fremde' wird hier also nicht nur durch historischen Kontext oder Ikonographie konstruiert, sondern dadurch welches Gefühl den Betrachter_innen der Plakate vermittelt wird. Die Wahl der Darstellung beeinflusst, was Besucher_innen vom

‚Fremden' – in diesem Fall in Form der Azteken – erwarten. Ist es die Präsenz und der Stolz des ursprünglichen Ausstellungsplakats mit dem Pulque-Gefäß, oder die dunkle Stimmung der Figur des Quezalcoatl auf dem Buchdeckel des Ausstellungskataloges.

6 Das ‚Fremde' und das ‚Eigene': zwei Seiten einer Münze

Es wäre wohl nicht übertrieben anzumerken, dass das Objekt, das im Zentrum des folgenden Kapitels steht, eines der bekanntesten, aber auch umstrittensten Objekte des Weltmuseums Wien ist.

Herkunft, Verwendung und Restitution waren Themen, die zu verschiedenen Zeiten im Fokus der Debatten um den Federkopfschmuck standen, der lange Zeit als ‚Federkrone des Moctezuma' bekannt war. Im Laufe dieser Debatten wurde der Federkopfschmuck zu einer Ikone in vielerlei Hinsicht. Einige Aspekte seiner Ikonik werden in diesem Kapitel behandelt.

Ansprüche auf den Federkopfschmuck wurden von verschiedenen Seiten erhoben. Aus diesem Grund steht in diesem Kapitel nicht nur die Konstruktion des ‚Fremden' im Mittelpunkt. Vielmehr soll auch die Kehrseite der Medaille, die Konstruktion des ‚Eigenen' in Bezug auf das Weltmuseum Wien in den Blick genommen werden.

6.1.1 Bildbeschreibung

Wie Im Fall des Plakats von 1965 im vorhergehenden Kapitel handelt es sich auch in diesem um eine Fotografie des bearbeiteten Plakats und nicht um ein Digitalisat. Eventuelle Unregelmäßigkeiten in der Farbgebung oder beim Zeichnen der Referenzlinien sind darauf zurückzuführen.

Das Plakat unterscheidet sich grafisch jenen der Sonderausstellung „Azteken" und „Wiens neuer Blick auf die Welt". Im Zentrum des Plakats befindet sich ein Objekt, welches die Bildfläche so weit ausfüllt, dass es nicht in seiner Gesamtheit zu sehen ist. Es handelt sich um einen Kopfschmuck aus grünen, blauen und braunen Federn mit goldenen Verzierungen, wobei die grünen Federn die längsten sind und den größten Teil des Objekts ausmachen. Die Form erinnert an einen Fächer mit einem etwas höheren Mittelteil, der mehr Elemente der braunen und blauen Federn enthält. Da es sich beim Plakat um ein Hochformat handelt, der Federkopfschmuck jedoch sehr breit ist, werden sowohl die Seiten als auch die obere Spitze des Objekts von den Bildrändern

abgeschnitten. Der Kopfschmuck befindet sich vor einem schwarzen Hintergrund, der in starkem Kontrast zu dem farbenfrohen Objekt steht.

Unter dem Objekt befindet sich ein dunkelgraues Band, welches Platz für verschiedene Schriftelemente bietet. Das Band schließt nicht mit dem unteren Bildrand ab. Stattdessen ist noch ein weiterer Abschnitt in der Farbe des Hintergrundes zu sehen. Die Schriftelemente sind - mit Ausnahme des Ausstellungstitels, der in schwarz gehalten ist - alle in weißer Schrift gehalten. Auch hier wurde die Entscheidung getroffen, den Federkopfschmuck als einziges farbiges Objekt auf dem Plakat zu belassen.

Abbildung 7: Penacho: Pracht und Passion

Das Wort „Penacho" – der primäre Ausstellungstitel - ist deutlich größer geschrieben als der Rest der Informationen auf dem Plakat. Durch die gleiche Farbe wird auch „Pracht und Passion" direkt dem Ausstellungstitel zugerechnet. Der Untertitel „Der altmexikanische Federkopfschmuck in Wien" hebt sich optisch von den ersten beiden Titeln der Ausstellung ab. Dies geschieht zum einen durch die unterschiedliche Farbe, zum anderen durch die deutlich kleinere Schriftgröße. Auf der rechten Seite steht der Name des Museums – hier noch Museum für Völkerkunde – und das Datum der Ausstellungseröffnung. Alle weiteren notwendigen Informationen wie Adresse und Website sind am unteren Rand des grauen Bandes zu finden.

In der Gesamtkomposition des Plakats ist der Federkopfschmuck symmetrisch mittig ausgerichtet. Abweichungen von dieser Symmetrie sind auf die organischen Materialien des Schmuckes zurückzuführen. Der Federkopfschmuck nimmt etwa die Hälfte bis zwei Drittel der zur Verfügung stehenden Bildfläche ein. Er ist so positioniert, dass die Mitte der Bildfläche auf einen Teil der blauen Federn im vorderen Fächer fällt, der optisch hervorsticht. Dieser gleiche Teil des Objekts füllt auch die mittleren Segmente des

Rasters im Goldenen Schnitt aus. Die Schriftelemente sind so angeordnet, dass der Ausstellungstitel in die linken und mittigen Segmente fällt, während Museum und Datum sich im rechten befinden (siehe Abbildung 7).

Abbildung 8: Penacho: Pracht und Passion - Planimetrie

Im Vergleich zu den Objektbildern im Fall des Pulque-Gefäßes und des Büstenpaares liegt die Vermutung nahe, dass die farbigen Hintergründe auf den Plakaten nachträglich eingefügt wurden. Auf dem Plakat der Ausstellung ‚Penacho' wirft das Objekt einen Schatten auf den Hintergrund. Außerdem ist in diesem Fall das Objekt die vorderste Ebene des Bildes. Bei allen bisher bearbeiteten Plakaten wurden die Bild- und Schriftelemente entweder nebeneinander angeordnet oder einzelne grafische Elemente über die Objektbilder gelegt. In diesem Fall sieht es zwar auf den ersten Blick so aus, als stünden der Kopfschmuck und das graue Band nebeneinander, bei genauerer Betrachtung fällt jedoch auf, dass dies nicht der Fall ist. Die untersten Spitzen der blauen Federn schieben sich über den dunkelgrauen Bereich. Dadurch und durch die Schattierung entsteht trotz der flach liegenden Kopfbedeckung eine Plastizität im Plakat. Zusätzlich zum Farbkontrast ist das Objekt am weitesten im Vordergrund und somit das wichtigste Element des Plakats und sein klarer Blickfang.

6.2 Die „Federkrone des Moctezuma" und ihre zahlreichen Namen

Das erste Mal, dass der Federkopfschmuck in österreichischen Aufzeichnungen auftauchte, war in einem Nachlassinventar der Sammlungen von Erzherzog Ferdinand II auf Schloss Ambras aus dem Jahr 1569. Hier beginnt auch die Vielzahl von Titeln und Beschreibungen, die er im Laufe der Jahre erhalten hat. Während heute – und auch in dieser Arbeit – meist vom Federkopfschmuck die Rede ist, wurde das Objekt in den Ambraser Sammlungen als „mörischer Hut" bezeichnet (vgl. Feest 2012: S. 5). In den folgenden knapp 200 Jahren gelangten Teile der Sammlungen zunächst in die Steiermark und anschließend nach Wien, wobei die ursprüngliche Identifizierung als Kopfbedeckung

unterwegs verloren ging. Der Grund dafür war möglicherweise, dass ein Teil des Objekts, ein goldener Schnabel am Stirnband der Federkrone, verschwunden war. Ab 1788 wurde der vormals „mörische Hut" als „indianische Schürze" in das inventarisiert. Damit änderte sich nicht nur die Bezeichnung, sondern auch die dem Objekt zugeschriebene Funktion (vgl. ebd.: S. 6).

Ende des 19. Jahrhunderts wurde Ferdinand von Hochstetter, Intendant des neu gegründeten Nahturhistorischen Museums, auf den Federkopfschmuck aufmerksam und veranlasste seine Übergabe in die Sammlungen der ethnographisch-anthropologischen Abteilung des Museums, welche unter seiner Leitung waren. Die Aufnahme in das neue Inventar erfolgte nun unter der Bezeichnung einer „altmexikanischen Prachtstandarte" (vgl. ebd.: S. 7). Hochstetter war auch dafür verantwortlich, dass der Federkopfschmuck erstmals Moctezuma II zugeschrieben wurde, da er vermutete, dass das Objekt entweder ihm oder einem seiner Würdenträger gehört haben könnte (vgl. ebd.: S. 8). Moctezuma II wurde als letzter Herrscher des aztekischen Reiches bekannt und war an der Macht, als die Spanier dieses eroberte. Kurz nach deren Ankunft wurde er als Geisel genommen und starb in Geiselhaft, wobei die genauen Umstände seines Todes nicht geklärt sind (vgl. van Bussel 2017: S. 19, 23).

Während die Zuschreibung an Moctezuma längere Zeit Bestand hatte, kamen wenig später erste Zweifel an der Identifizierung des Objekts als Standarte auf. Die Mexikanistin Zelia Nuttal konnte den Federkopfschmuck Ende der 1880er vor der Eröffnung des Naturhistorischen Museums in Augenschein nehmen und brachte Argumente für seine Verwendung als Kopfschmuck vor. Es folgte eine Zeit des Diskurses, bis 1908 beim Amerikanistenkongress in Wien die Zuschreibung als Kopfschmuck endgültig bestätigt wurde (vgl. Feest 2012: S. 9f).

Die Zuschreibung der Federkrone an Moctezuma II. ist nach heutigem Forschungsstand mehr als fragwürdig. Zwar wurden ähnliche Federschmucke von Würdenträgern in Mesoamerika getragen, die Insignien, die mit dem Herrscheramt, das Moctezuma innehatte, in Verbindung gebracht wurden, hatten jedoch eine andere Form (vgl. van Bussel 2017: S. 27). Zudem gilt die genaue regionale Herkunft des Objekts als ungeklärt (vgl. ebd.: S. 33). Dennoch hat sich der Titel des Objekts als „Federkrone des Moctezuma" im Laufe des 20. Jahrhunderts durchgesetzt. Dies geschah durch bildliche und

theatralische Darstellungen im Film und auf der Bühne, wo Requisiten in Form des Kopfschmucks für die Rolle des Moctezuma verwendet wurden, aber auch durch die Beharrlichkeit der Medien, die diese Beschreibung immer wieder in Überschriften verwendeten (vgl. van Bussel 2012: S. 126).

In der aktuellen Literatur des Weltmuseums Wien ist meist entweder von „Der Federkopfschmuck" (Weltmuseum Wien o.J.f), „Der Altmexikanischen Federkopfschmuck" (vgl. Haag et al. 2012) oder „Der Quezalfeder-Kopfschmuck" (vgl. van Bussel 2017) die Rede. In Mexiko hingegen ist das Objekt unter dem Namen „El Penacho" bekannt).

6.3 Genese eines Mythos

Der Federkopfschmuck ist seit fast 450 Jahren in Österreich nachweisbar. Während sein Verbleib an in den verschiedenen Sammlungen von Schloss Ambras bis heute im Weltmuseum Wien dokumentiert ist, kann dies für seinen Ursprung im heutigen Mexiko und seine Überfahrt nach Europa nicht gesagt werden. In den Aufzeichnungen über Objekte, die die Spanier aus den Kolonien entfernten / raubten, ist derjenige aus dem Weltmuseum unter den verschiedenen anderen Kopfschmuck-Objekten nicht zu finden. Dieser sollte wegen des goldenen Schnabels, den er zu jener Zeit noch besaß, leichter identifiziert werden können (vgl. van Bussel 2017: S. 14).

Der Federkopfschmuck hatte nicht immer den ikonischen Status, den er heute hat, weshalb er nicht immer mit der gleichen Vorsicht behandelt wurde. Bevor er in die Sammlungen des Naturhistorischen Museums aufgenommen wurde, wurde er Opfer von Insektenbefall, was dazu führte, dass Ferdinand von Hochstetter eine Restaurierung des Objekts veranlasste. Diese führte zu seiner heutigen flachen Form. Diese ist darauf zurückzuführen, dass der Kopfschmuck zu einer Zeit restauriert wurde, als die Theorie seiner Verwendung als Standarte vorherrschend war (vgl. Feest 2012: S. 9).

In Mexiko gewann der Federkopfschmuck zu Beginn des 20. Jahrhunderts und in der Zeit nach der Mexikanischen Revolution an Aufmerksamkeit. Aus dieser Zeit stammen die ersten Rückgabeforderungen das Objekt betreffend durch General Abelardo L. Rodriguez, dem Interimspräsidenten Mexikos von 1932 bis 1934. Nachdem diese erfolglos blieben, bemühte er sich um die Anfertigung einer Replika, die im Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía ausgestellt wurde. Diese Replika orientierte sich an der

restaurierten Version im WMW und hat daher ebenfalls eine flache Form (vgl. Olvido Moreno Guzmán, Olmedo Vera 2012: S. 107). Auch im weiteren Verlauf des Jahrhunderts gab es immer wieder Rückgabeforderungen, auch von Personen aus der österreichischen Politik und Öffentlichkeit. In den 1980er Jahren wurde der Verein Yakuikanahuak International gegründet, der in den folgenden Jahrzehnten jährlich Demonstrationen vor dem Museum organisierte, um die Restitution des Objekts zu verlangen. Diese Gruppe wurde allerdings nicht vom mexikanischen Staat unterstützt, weshalb ihre Anliegen ignoriert wurden (vgl. van Bussel 2012: S. 124).

Die Bedeutung des Federkopfschmucks als Symbol hat sich erst im Laufe der Zeit entwickelt. Im vorkolonialen Mexiko waren verschiedene Arten von Federkopfschmuck in mehreren Kulturen von Bedeutung (vgl. Robles García 2012: S. 103). Der Quezalvogel selbst, dessen Schwanzfedern für den Großteil des Kopfschmucks verwendet wurden, war nicht direkt im aztekischen Herrschaftsgebiet beheimatet. Es gibt jedoch Quellen, dass die Azteken mit seinen Federn handelten und sie als Tribut erhielten. Darüber hinaus gibt es Belege dafür, dass Objekte, die dem WMW aus Quezalfedern ähnlich sind, von verschiedenen Würdenträgern verwendet wurden (vgl. Van Bussel 2012: S. 129). Gleichzeitig lässt die Quellenlage lässt jedoch nicht den Schluss zu, dass der Federkopfschmuck im Weltmuseum Wien tatsächlich aus der Stadt Tenochtitlan oder ihrer Umgebung stammt, aztekische die der Herrschersitz war (vgl. Feest 2012: S: 25).

Aufgrund der Assoziation von Federkopfschmuck mit Autorität in den vorkolonialen Kulturen Mexikos wurden sie während der kolonialen Herrschaft der Spanier gänzlich verboten. Im Laufe der Zeit wurden sie im Widerstand gegen den Kolonialismus und der Rückbesinnung auf die vorkolonialen Wurzeln zu einem Symbol des Kampfes für indigene Rechte (vgl. Robles García 2012: S. 106). In diesem Kontext wurde das Objekt, das oft als ‚Heilige Krone des Moctezuma' bezeichnet und verstanden wurde, zu einer Ikone der mexikanischen vorkolonialen Identität, die die Stärke und Macht der aztekischen Kultur symbolisiert (vgl. ebd.).

6.4 Die Bedeutung des Federkopfschmucks für das Weltmuseum Wien

Im Zuge der Restitutionsdebatten und der Platzierung des Federkopfs im Weltmuseum Wien wurde das Objekt zu einem inoffiziellen Symbol des Museums. Es gibt Postkarten und Plakate inklusive eigener Erwähnung in Wien-Reiseführern (vgl. van Bussel 2012: S.

128). Auch auf der Website des Museums hat der Kopfschmuck seinen Platz gefunden. Unter „Sammlungen" findet man in einem kurzen Artikel relevante Informationen zum Objekt, ohne das Museum besuchen zu müssen (Weltmuseum Wien o.J.f). Für alle, die noch etwas mehr wissen wollen, gibt es eine eigene Publikation des Museums, geschrieben von Gerard van Bussel mit dem Titel „Der Quezalfeder-Kopfschmuck" (2017). Sowohl auf dem Cover der Publikation als auch zu Beginn des Objekteintrages auf der Website sind Ausschnitte derselben Fotografie zu sehen, die auch das Plakat ziert.

Im Laufe der Zeit wurde die Federkrone in den Räumen der verschiedenen Museen – Naturhistorisches- und Weltmuseum – immer wieder anders präsentiert. In der Dokumentation finden sich auch immer wieder Erwähnungen des Untergrunds, auf dem das Objekt befestigt war. Ich möchte kurz auf zwei Passagen in einem Beitrag von Lilia Rivero Weber im Sammelband ‚Der altmexikanische Federkopfschmuck' (vgl. Haag et al. 2012) hinweisen. Die erste Passage bezieht sich noch auf die Zeit, in der sich das Objekt in den Sammlungen des Naturhistorischen Museums befand, und lautet: „Im Jahr 1908 wurde er aus der Vitrine, in der man ihn auf schwarzem Grund präsentiert hatte, genommen und auf einen grauen Untergrund übertragen" (Rivero Weber 2012: S. 140). Die zweite Bemerkung bezieht sich auf eine jüngere Begebenheit, wiederum zum Thema der Übertragung des Kopfputzes „[…], dass der Federkopfschmuck im Jahr 1992 von einer grauen auf eine schwarze Trägerplatte umgebettet wurde" (Rivero Weber 2012: S. 140). Auch heute noch ist die Trägerplatte, auf der der Kopfschmuck ausgestellt ist, mit einem schwarzen Stoff überzogen (vgl. Rivero Weber 2012: S. 146). Der Hintergrund des Federschmuckes auf dem Plakat ist, wie in der Bildbeschreibung erwähnt, ebenfalls schwarz (siehe Abbildung 7). Es gibt also einen Trend dahingehend, den Federkopfschmuck immer wieder auf einem neutralen Hintergrund zu präsentieren, der dennoch einen möglichst großen Kontrast zu den Farben der Federn bietet und diese gut zur Geltung kommen lässt.

Heute wird der Federschmuck in der Dauerausstellung des WMW in einer speziell angefertigten Vitrine aufbewahrt. Diese soll mögliche Erschütterungen des Objekts bei hohem Besucheraufkommen im Museum verhindern (vgl. van Bussel 2017: S. 51). Die Vitrine geht auf eine Kooperation von mexikanischen und österreichischen Expert_innen zurück, die von 2010-2012 gemeinsam an einem Forschungsprojekt rund um den

Federkopfschmuck arbeiteten. Das Projektteam war multidisziplinär zusammengesetzt, wobei das Hauptaugenmerk darauf lag, mehr über die Materialien und Herstellungstechniken sowie den aktuellen Zustand des Objekts zu erfahren. Daraus sollten die konservatorischen Notwendigkeiten rund um den Federkopfschmuck abgeleitet werden (vgl. Rivero Weber 2012: S. 136f).

6.5 Das ‚Fremde' oder das ‚Eigene'? Das ‚Fremde' *und* das ‚Eigene'.

Während das vorige Kapitel die Frage ‚What do Museum Objekts Want?' von Diane Young aufgegriffen hat, ist diese Frage am Beispiel des Federkopfschmuckes weniger aufschlussreich. Auch wenn der Federkopfschmuck kein Gesicht wie die Pulque-Vase oder das Büstenpaar hat, so gibt es doch eine Vorder- und eine Rückseite. Die Möglichkeiten, das Objekt zu fotografieren, sind jedoch sehr begrenzt. Der Zustand des Objekts ist derart fragil, dass selbst während der Konservierung die Rückseite nur mit Hilfe eines Glastisches, auf dem die Federkrone ausgebreitet war, fotografiert werden konnte (vgl. Rivera Weber 2012: S. 145). Gleichzeitig standen neben der auf dem Plakat gewählten auch andere Möglichkeiten der Objektpräsentation offen. Da die Federn des Quezalvogels irisierend sind, erscheinen die Farben des Kopfschmucks bei entsprechendem Lichteinfall blau-violett (vgl. van Bussel 2017: S. 45). Dies sind jedoch nicht die Farben, die mit dem Federkopfschmuck in Verbindung gebracht werden, was vermutlich zur Wahl der Darstellung auf dem Plakat beigetragen hat. Der schwarze Hintergrund bewirkt, wie bereits mehrfach in diesem Kapitel erwähnt, dass die Farben des Kopfschmucks besonders gut zur Geltung kommen. Darüber hinaus finden sich in der Komposition des Plakats einige Details, die zu einem intensiveren objektzentrierten Ganzen führen, als dies in anderen Plakaten der Fall ist. Während bei den Plakaten „Wiens neuer Blick auf die Welt" und „Azteken" immer ein Element der Bildkomposition im Vordergrund der Objekte platziert ist (siehe Abbildung 1; Abbildung 3), ist der Federkopfschmuck das vorderste Element in seinem Plakat (siehe Abbildung 7). Die Hintergründe der anderen Plakate sind ebenfalls farbig, teilweise im Kontrast zu den darauf abgebildeten Objekten, während Schwarz im Vergleich dazu einen neutraleren Hintergrund zur Verfügung stellt. Aus diesen Details lässt sich schließen, dass, während bei den anderen Plakaten die Wahl des Objekts für die Sonderausstellung/das Museum als Ganzes zweitrangig sein kann, dies bei der Ausstellung „Penacho" nicht der Fall ist.

Dies ist nicht verwunderlich, da diese Ausstellung auf dieses eine Objekt ausgerichtet war und nach dem binationalen Forschungsprojekt zur Konservierung des Kopfschmuckes stattfand.

Bevor noch einmal auf die Frage der Besitzansprüche und Deutungshoheiten über das Objekt und damit auf die Konstruktion des Fremden im Plakat eingegangen wird, eine kurze Anmerkung zu den Kontexten, die in diesem Kapitel für die Interpretation des Plakats herangezogen werden. Im Falle des Plakats „Wiens neuer Blick auf die Welt" wurden auch Fachkontexte aus den Jahren nach der Publikation des Plakats zur Kontextualisierung herangezogen. Grund dafür ist, dass es sich um ein allgemeines Plakat handelt und daher der genaue Verwendungszeitraum nicht bekannt ist. Im Fall des Plakats für die Ausstellung „Penacho" kann jedoch ein ungefährer Zeitraum – die Dauer der Ausstellung - bestimmt werden. Die Diskussionen um den Federschmuck endeten jedoch nicht mit der Veröffentlichung der Ergebnisse des Expert_innenteams oder der Ausstellung. Erst 2022 wurde aktivistische Audioguides ins Museum geschmuggelt (vgl. Affenzeller 2022). Diese und andere Diskussionen / Interventionen, die in einem gewissen zeitlichen Abstand zur Ausstellung stattfanden, sind nicht direkt in die Interpretation eingeflossen.

Das Ergebnis des Expert_innenteams, das von 2010 bis 2012 an der Konservierung des Federkopfschmucks arbeitete, war hinsichtlich einer Rückgabe des Objekts, dass dieses zu fragil sei, um ohne grundlegende Gefährdung seiner Integrität nach Mexiko transportiert zu werden (vgl. Weltmuseum Wien o.J.f). Damit wäre die Diskussion zur Restitution des Objekts zum Zeitpunkt der Ausstellung der beendet gewesen. Der Federkopfschmuck ‚gehört' dem Weltmuseum Wien und wird nun auch so auf dem Plakat präsentiert, legitimiert nicht nur durch Expert_innen des Museums selbst, sondern durch ein binationales, österreichisch-mexikanisches Team.

Das ‚Eigene' und das ‚Andere' in Bezug auf den Federkopfschmuck bezieht sich weniger auf die Herkunftskultur des Objekts – auch weil diese nicht restlos geklärt ist – als vielmehr auf eine Frage des Besitzanspruches. Michael Kraus kritisiert in diesem Zusammenhang die inhärente Wertzuschreibung von Objekten. Dabei besteht die Tendenz, alles, was das ‚Andere' betrachtet wird, von vornherein als minderwertiger zu

betrachten. Gibt es nun aber Dinge, denen ein hoher Wert zugeschrieben wird, folgt der Versuch, sie auf die Seite des ‚Eigenen' zu holen (vgl. Kraus 2015: S. 230).

Die Federkrone wird als ein begehrenswertes Objekt wahrgenommen, sonst hätte es im Laufe der Zeit nicht so viele Diskurse über ihre Herkunft und ihren rechtmäßigen Platz gegeben. Als solches ist es naheliegend Besitzansprüche auf das Objekt zu erheben. Das Objekt zum ‚Eigenen' zu machen, auch wenn es seinen Ursprung nicht im ‚Eigenen', sondern im ‚Fremden' hat. Obwohl die Ausstellung in Anschluss an das Ergebnis einer binationalen Zusammenarbeit konzipiert wurde, kommt diese auf dem Plakat nicht zum Ausdruck. Das Objekt erscheint hier nur im Kontext des Weltmuseums.

Gleichzeitig ist im Text des Plakats eine Vermischung von Bezug auf das ‚Eigene' und Entfremdung des Objekts zu erkennen.

Wie bereits in einem früheren Unterkapitel erwähnt, hatte der Quezalfeder-Kopfschmuck im Laufe der Zeit eine Vielzahl von Bezeichnungen, von denen die bekannteste ‚Krone des Moctezuma' oder ‚Heilige Krone des Moctezuma' war. Da diese Herkunft des Objekts inzwischen als widerlegt gilt, ist es naheliegend, dass dieser Name nicht für die Ausstellung gewählt wurde, auch wenn er der am häufigsten verwendete ist. Stattdessen wurde die Ausstellung „Penacho" genannt. Damit wird eine Verbindung dazu hergestellt, wie der Federkopfschmuck in Mexiko bekannt ist und ein für deutschsprachige Besucher_innen des Museums eher fremder Begriff verwendet. Der Titel der Ausstellung wirbt also nicht mit dem Bekannten, sondern bewusst mit dem Unbekannten.

Die zweite Zeile des Titels besteht aus Eigenschaftszuschreibungen: ‚Pracht' und ‚Passion'. Pracht ist bereits auf dem Plakat zu sehen und eine mögliche Zuschreibung durch die Betrachter_innen, die durch die Hervorhebung im Text lediglich verstärkt wird. ‚Passion', also Leidenschaft, ist nicht unbedingt ein Adjektiv, das Objekten direkt zugeschrieben wird, was die Frage aufwirft, was genau damit gemeint ist. Ist das Objekt selbst leidenschaftlich? Ist es eine Anspielung auf die Leidenschaft der Expert_innen bei der Erhaltung des Federkopfschmuckes und seiner Erforschung? Passion könnte sich auch auf die Jahre der Streitereien um den Besitz des Objekts beziehen. Es ruft auch die Ikonik in Erinnerung, die die ‚Heilige Krone des Moctezuma' im Kampf um indigene Rechte einnimmt. Wenn wir uns zurückbesinnen auf die „verleidenschaftlichen Rosen" von Barthes (vgl. Barthes 1985: S. 90). können wir daraus schließen, dass wir es mit einem

semiologischen System zu tun haben. Das Objekt steht im ersten Terminus, während „Pracht" und „Passion" der zweite sind und aus der Assoziation der beiden kommen wir zum Zeichen des prächtigen und Leidenschaftlichen Federkopfschmucks:

Der Untertitel der Ausstellung lautet ‚Altmexikanische Federkopfschmuck in Wien'. Dies ist eine Beschreibung des Objekts und bestätigt noch einmal, dass dieses Objekt im Zentrum der Ausstellung steht, für all jene, die mit dem Begriff Penacho nichts anfangen können. Zwei Elemente fallen auf. Zunächst ‚altmexikanisch', die nicht ganz geklärte Herkunft des Objekts wird also bereits auf dem Plakat hervorgehoben. So wie die Federkrone lange Zeit als Moctezuma II. gehörig interpretiert wurde, so wurde sie auch als zu den Azteken gehörig wahrgenommen. Die Azteken sind auch die Gruppe, der der Kopfschmuck im Museum selbst zugeschrieben wird. In der Sonderausstellung „Azteken" war er im Ausstellungskatalog zu finden (vgl. Kurella, Berger, de Castro 2019: S. 319) und in der Publikation zum Objekt von 2017 finden sich Beiträge speziell zur aztekischen Geschichte (vgl. van Bussel 2017: S. 21). Gleichzeitig wird in derselben Publikation auf die ungeklärte Herkunft hingewiesen (vgl. ebd.: S. 33) und in den Sammlungen des Museums wird unter Kultur lediglich „mexikanisch' vermerkt (vgl. Weltmuseum Wien o.J.k).

Die zweite regionale Angabe auf dem Plakat ist „in Wien". Dies kann wiederum, als ein Besitzanspruch interpretiert werden, nun verstärkt durch die Tatsache, dass der Kopfschmuck nicht transportiert werden kann, ohne ihn zu gefährden. Durch den Zusatz „in Wien" wird die Verbindung zwischen der Stadt und dem Objekt, die zu diesem Zeitpunkt bereits mehrere hundert Jahre andauert, hervorgerufen und im Auge der Betrachter_in gefestigt. Die Bindung ans Museum wird nicht nur implizit durch die Tatsache, dass das Objekt vom Museum beworben wird und dort zu sehen ist, hergestellt, sondern auch durch die Worte auf dem Plakat verstärkt.

Im Fall dieses Plakats ist zu sehen, dass das ‚Fremde' und das ‚Eigene' nicht immer Gegensätze sind, sondern die Grenze zwischen den beiden verschwimmen kann. Zusätzlich geschieht die Konstruktion des ‚Fremden'/'Eigenen' hier auch weniger auf bildlicher als auf schriftlicher Ebene. Das Objekt selbst als Bild ist in der Komposition des Plakats im Vordergrund, die Textebene stellt allerdings die Informationen und so die Konstruktion zur Verfügung. Das Fremde in seinem Aspekt als Unbekanntes ist zu finden im übergeordneten Ausstellungstitel. Dieses Unbekannte findet seine Aufklärung in

einem ersten Schritt bereits im Untertitel der Ausstellung. Dieser Untertitel wiederum greift gewissermaßen das ‚Fremde' als das Auswärtige auf. Die Beschreibung als „altmexikanisch" trennt den Federkopfschmuck von uns sowohl in räumlicher, als auch historischer Hinsicht. Gleichzeitig wird die räumliche Trennung durch die Beschreibung „in Wien" zur gleichen Zeit wieder aufgehoben. Der Federkopfschmuck wird so zur gleichen Zeit als ‚Fremd' und ‚Eigen' zugeschrieben.

7 Strahlende Südsee – Verlorenes Paradies

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit dem einzigen in dieser Arbeit untersuchten Plakat, das nicht objektzentriert ist. Während die Basis der bisherigen Plakate Objektfotografien waren, handelt es sich diesmal um eine szenische Fotografie mit einer Person im Mittelpunkt.

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit Bildern aus dem Südpazifik und der Verwendung alter Klischees in neuen Kontexten. Auch hier spielen der Ausstellungstitel und die Textebene des Plakats eine Rolle. Dabei soll Barthes Rhetorik des Bildes, insbesondere seine Inhalte über die Textbotschaften eines Bildes, Ankerpunkte für die Analyse des Plakats vorgeben.

Die Frage, die in diesem Kapitel im Vordergrund steht, ist, wie sich das Fremde unter dem Einfluss verschiedener Narrative konstruiert wird. Dabei geht es vor allem darum, wie die Mehrdeutigkeit des Textes die Lesarten der Bilder beeinflusst und wie Text und Bild zusammenwirken, um die jeweiligen Botschaften zu verstärken und zu kontrastieren.

7.1 Bildbeschreibung

Die Fotografie, die für das Plakat ausgewählt wurde, ist keine Abbildung eines der Objekte aus den Sammlungen des Museums, sondern zeigt einen Mann bei einer Handlung vor einem szenischen Hintergrund. Es wirkt wie ein Schnappschuss, da sich das Motiv in Bewegung befindet. Bei der Beschreibung dieses Plakats wird zunächst nach der Methode der dokumentarischen Bildinterpretation von Bohnsack vorgegangen, die bereits in den vorangegangenen Kapiteln die zentrale Methode war. Anschließend wird jedoch in diesem Fall auch die visuelle Segmentanalyse angewendet.

7.1.1 Dokumentarische Bildinterpretation

Das Plakat besteht aus zwei Teilen. Der erste Teil, der etwas mehr als die obere Hälfte ausmacht, zeigt die Fotografie. Der untere Teil besteht hauptsächlich aus verschiedenen Informationen über die Ausstellung.

Das Foto zeigt einen Mann mit rotem Lendenschurz, der auf einem Boot kniet und ein Ruder in den Händen hält, dessen Ruderblatt nicht zu sehen ist. Das Boot ist ein Auslegerboot aus weißem und hellbraunem Holz. Auf den ersten Blick scheint der Mann auf einem Floß zu knien. Das liegt daran, dass der Bug im Schatten liegt und dadurch farblich mit dem umgebenden Wasser verschmilzt. Die Farbe des Wassers ist ein dunkles Blau, das stellenweise fast schwarz erscheint. Hinter dem Mann steht ein Haus aus Holz mit spitzem Giebel und einem Dach aus Palmblättern oder ähnlichem Material. Das Fundament des Hauses ist mit Steinen befestigt und es steht direkt am Ufer. Der Rest des Ufers ist mit Palmen und anderen Bäumen und Pflanzen bewachsen. Auch hinter dem Haus ist Wald zu sehen. Der Himmel auf dem Foto ist strahlend blau und bis auf eine Wolke vollkommen wolkenlos.

Abbildung 9: Strahlende Südsee

Der Titel der Sonderausstellung, „Strahlende Südsee", befindet sich in der Mitte des Plakats. Durch die weiße Schrift hebt er sich vom Rest der Komposition, welche eher dunkel gehalten ist, ab.

Der untere Teil des Plakats besteht hauptsächlich aus Schriftelementen. Diese befinden sich auf einem blauen Hintergrund in einer Farbe, die der Farbe des Meeres so ähnlich ist, dass es schwer ist zu erkennen ist, wo das Foto endet. Der Untertitel der Ausstellung, „Inselwelt Mikronesien", und die Dauer der Ausstellung sind in Orange gehalten und auf linker Seite geschrieben. Direkt darunter, in weißer Schrift, steht der Ort der Ausstellung – das Museum für Völkerkunde – mit Adresse und Öffnungszeiten. Auf der rechten Seite ist eine abstrakte Darstellung eines Menschen auf einem Fisch zu sehen, ebenfalls in der orangen Farbe des Untertitels.

Im folgenden Abschnitt wird die planimetrische Komposition des Plakats einmal in Bezug auf das gesamte Plakat und dann nur in Bezug auf die Fotografie betrachtet.

Abbildung 10: Strahlende Südsee - Planimetrie

Das Verhältnis zwischen dem oberen und dem unteren Teil des Plakats entspricht dem Verhältnis des Goldenen Schnitts, wobei das Foto den größeren Teil einnimmt. Außerdem liegt der sichtbare Teil des Auslegerbootes auf der oberen horizontalen Linie des Goldenen Schnitts. Die linke vertikale Linie verläuft durch den Mann, dessen Knie sich am Schnittpunkt der beiden Linien befindet (siehe Abbildung 10).

Eine ähnliche Positionierung der Person bleibt auch erhalten, wenn der Goldene Schnitt nur für die Fotografie verwendet wird. Die Breite des Bildes bleibt gleich, die linke Linie verläuft immer noch durch den Mann. Das Boot befindet sich nun nicht mehr auf der oberen Linie, sondern auf der unteren. Die gesamte Figurengruppe des Mannes auf dem Boot befindet sich somit innerhalb des mittleren, horizontalen Segments (siehe Abbildung 11).

Unabhängig davon, ob man das Plakat als Ganzes oder nur die Fotografie für sich betrachtet, befindet sich der Mann also in einer Position, in der der Blick auf ihn gelenkt wird.

Abbildung 11: Strahlende Südsee - Planimetrie; nur Fotografie

Weiter zu den Ebenen des Plakats – und der Fotografie. In dem Bild mit dem Mann auf dem Boot steht der Mann zwar im Zentrum, ist aber nicht das vorderste Element im Bild. Er befindet sich in der Mitte des Wassers, daher sind Teile des Meeres vor ihm. Im Hintergrund befinden sich das Ufer, das Haus, der Wald und der Himmel. Sie bilden im Gegensatz zu den einfarbigen Hintergründen früherer Plakate eine Szenerie.

Der untere Teil des Plakats ist zwar nicht direkt von den Bildelementen des Fotos betroffen, aber durch die ähnliche Farbgebung zwischen diesem Teil und dem Wasser wird die Illusion der Kontinuität des Meeres erzeugt. Dadurch scheint sich dieser Teil zumindest vor der Person und dem Boot zu befinden. Der Titel der Ausstellung überlagert sich über beide Teile des Plakats. Es wird dadurch die harte Linie zwischen den beiden noch mehr verdeckt und der Schriftzug des Titels als vorderste Ebene des Plakats definiert.

Nun zurück zur Fotografie an sich und dem Verhältnis der Bildelemente zueinander. Durch die hellere Farbe im Gegensatz zum Rest des Bildes stechen zwei Elemente stärker hervor. Zum einen das Haus und zum anderen das Boot, wobei der Mann die Verbindung zwischen den beiden darstellt. Beide Objekte bestehen, wenn man ihre Fluchtlinien einzeichnet, aus Gruppierungen von Dreiecken. In Abbildung 12 sind die Fluchtlinien des Hauses blau und die des Bootes rot eingezeichnet. Beim Einzeichnen der Fluchtlinien fällt auf, dass der Mann die Verbindung zwischen den beiden Objekten herstellt und damit auch den Hintergrund mit den weiter vorne liegenden Bildteilen verbindet. Zunächst kniet der Mann auf dem Boot, die Verbindung wird hier also durch Berührung hergestellt. Gleichzeitig befindet er sich in Bewegung und ist so von der Betrachter_in aus gesehen nach links gelehnt. Die Neigung seines Körpers liegt genau in der Verlängerung einer der Fluchtlinien des Hauses.

Abbildung 12: Strahlende Südsee - Fluchtlinien

Nicht nur innerhalb des Plakats bestehen Beziehungen. Zum Zeitpunkt der Aufnahme blickt der Mann gerade nach vorne, in die Richtung, in welcher die Kamera gestanden hätte. Anstelle der Kamera steht nun die Betrachter_in des Plakats. Zwischen ihr und dem Fotografierten besteht Blickkontakt.

7.1.2 Visuelle Segmentanalyse

Die folgende visuelle Segmentanalyse basiert auch auf meinen eigenen Beobachtungen beim Betrachten des Plakats.

Das erste Element, das auf dem Plakat ins Auge fällt, ist der Titel der Ausstellung. Dafür gibt es drei Gründe. Erstens die weiße Farbe, die sich vom dunklen Hintergrund abhebt. Zweitens die Größe und drittens die Positionierung im Vordergrund und über beiden Teilen des Plakats.

Danach war es schwer zu entscheiden, wohin der Blick als nächstes gelenkt werden sollte. Einerseits das Boot mit dem Mann darauf, wobei das Boot – wiederum wegen seiner hellen Farbe – zuerst ins Auge fällt. Zum anderen das Haus im Hintergrund. Auch hier ist es die Farbe. Bei der Objektgruppe Mann und Boot ist zu beachten, dass das Boot zwar kurz für sich alleine wahrgenommen wird, der Mann aber als zum Boot gehörig auffällt

Der nächste Schritt war die Wahrnehmung der Fotografie als Ganzes, einschließlich des szenischen Hintergrunds.

Zuletzt wurde der untere Teil des Plakats betrachtet. Zuerst die Informationen auf der linken Seite und dann die Figur auf der rechten Seite.

7.2 Die Ausstellung hinter dem Plakat

Das Besondere an der kolonialen Fotografie ist, dass ihr kolonialer Kontext in vielen Fällen außerhalb des sichtbaren Bildbereiches liegt. Die koloniale Präsenz ist abstrakt und nicht immer auf den ersten Blick sichtbar. Vielmehr enthüllt sie sich nach und nach, je mehr man über den historischen Kontext des Bildes weiß, die Schichten werden langsam freigelegt (vgl. Edwards 1992: S. 12). Ähnliches lässt sich über den Inhalt des Plakats „Strahlende Südsee" sagen. Mit den Informationen zur Geschichte Mikronesiens im 20. Jahrhundert und den damit verbundenen Motivationen der Kuratorinnen der Ausstellung eröffnen sich immer mehr Deutungsmöglichkeiten in Bezug auf das Plakat. Diese geschichtlichen, neokolonialen/neoimperialen Kontexte sind im Plakat nicht auf den ersten Blick zu erkennen.

Die Fotografie auf dem Plakat ist auch auf dem Cover des Ausstellungskatalogs zu sehen. Über die Copyright-Seite des Katalogs lässt sich herausfinden, dass der Titel des Bildes bzw. die dazu angegebene Kurzbeschreibung „Auslegerboot von Yap, Westkarolinen" lautet und der Name des Fotografen Robert Schmid ist (vgl. Weiss, Petrosian-Husa 1997). Die Konzeption der Ausstellung stammt von Dr. Gabriele Weiss, der damaligen Kuratorin

der Pazifik-Abteilung des Museums, und Mag. Dr. Petrosian-Husa, welche als Gastkuratorin zur Mitarbeit eingeladen wurde (vgl. ebd.: S.1).

Ähnlich wie die in Kapitel 4.1 erwähnte Benin-Ausstellung von 2007 war auch die Mikronesien-Ausstellung etwas Besonderes, da sie eine der ersten ihrer Art war. Abgesehen von einer Ausstellung an der University of Hawaii gab es im 20. Jahrhundert keine, die sich derart auf die mikronesischen Inseln konzentrierte und Objekte aus dem gesamten mikronesischen Raum zusammenführte, um die Vielfalt der dort lebenden Menschen zu zeigen (vgl. Weiss, Petrosian-Husa 1997: S. 7).

7.3 Bilder der Südsee

Spricht man von Mikronesien, so handelt es sich dabei um die geographische Bezeichnung einer der drei Regionen – neben Melanesien und Polynesien -, in die die Inselwelt des südlichen Pazifiks, auch Ozeanien genannt, unterteilt ist (vgl. Mückler 2009: S. 8). Mikronesien zeichnet sich vor allem auch dadurch aus, dass es von den drei Regionen die geringste Landmasse besitzt, die sich in Form einer Vielzahl von Atollen und kleinen Inseln darstellt. Von den tausenden Inseln, aus denen Mikronesien besteht, sind die wenigsten tatsächlich bewohnt (vgl. Petrosian-Husa 1997: S. 29f).

Bilder, die bis heute unser Bild vom südlichen Pazifik und seinen Bewohner_innen prägen, wurden maßgeblich durch die Entdeckungsreisen des 19. Jahrhunderts beeinflusst und die Reiseberichte, die über diese Reisen geschrieben wurden (vgl. Dürbeck 2006: S. 38). Nicht nur das Bild des Südpazifiks im Speziellen, sondern auch der Begriff des ‚Fremden' im Allgemeinen, entstand durch die Inhalte der Reiseberichte verschiedener sogenannter ‚Entdecker' (vgl. Gross 1991: S. 58). Im Zuge der Entdeckungsreisen des 19. Jahrhunderts entstand eine gegenläufige Bewegung, in der sich die Sprache um die ethnologische Fremdheit immer weiterentwickelte, während die für den Westen fremden Welten immer kleiner wurden und verschwanden (vgl. ebd.: S. 59). Von diesen fremden Welten wurde Ozeanien als eine der letzten von Europa ‚entdeckt' (vgl. Mückler 2009: S. 13). Man könnte also sagen, dass Mikronesien zu den letzten ‚Fremden' gehörte.

Neben den verschiedenen Bildern, die die Vorstellung von Ozeanien mit sich bringt – dazu gleich mehr – hat das Wort ‚Südsee' eine primäre Assoziation. Es ruft In erster Linie Imaginationen des Paradieses, von Palmen und Sandstränden hervor (vgl. ebd.). Gabriele Dürbeck verwendet in Anlehnung an Edward Saids Orientalismus, den Begriff

Ozeanismus, um die zahlreichen Bilder zusammenzufassen, die in der Literatur des 19. Jahrhunderts über die Konstruktion der Inselwelten des Südpazifiks entstanden sind (vgl. Dürbeck 2007: S. 4f). In Bezug auf die Bewohner_innen der Inseln waren es zwei Seiten der gleichen Münze, die die Vorstellungen der Europäer_innen prägten. Auf der einen Seite der edle Wilde und auf der anderen der unedle Wilde oder Barbar (vgl. ebd. 2006: S. 38). Das Konzept des edlen Wilden geht auf Rousseau zurück und stellte den unschuldigen, naturverbundenen, einfachen Menschen dem brutalen, unvernünftigen und triebhaften Barbaren gegenüber (vgl. Bitterli 1991: S. 373). Bezogen auf den Insulaner bedeutete das Bild des edlen Wilden ein Leben in paradiesischer Fülle und in Einklang mit der Natur (vgl. Dürbeck 2006: S. 38), in Reiseberichten teilweise verbunden mit der Abwesenheit von Arbeit, also einem Leben in freier Gestaltung (vgl. Mückler 2009: S. 19). Das Bild des Barbaren beinhaltete bezogen auf Ozeanien hingegen Kopfjagd, Kannibalismus und mitunter Menschenopfer (vgl. Dürbeck 2006: S. 38). Dabei ist zu bedenken, dass die Darstellung der Bewohner_innen selten spezifisch war. Es entstand das Bild des ‚Südseeinsulaners'. Zu welcher kulturellen Gruppe er sich selbst zählte, spielte keine Rolle. Einzig die im 19. Jahrhundert etablierte Unterscheidung zwischen den Regionen Mikronesien, Polynesien und Melanesien wurde immer wieder relevant (vgl. Dürbeck 2006: S. 43).

Das Bild des Südseeinsulaners als Barbar, der Kopfjagd betreibt und Kannibalismus praktiziert, wird im Rahmen dieses Kapitels ausgeklammert. Da die Ikonographie des Plakats den Vorstellungen von der Südsee als Paradies auf Erden folgt und der ‚edle Wilde' in den Vorstellungen der Europäer_innen der Bewohner dieser Landschaft war, ist er im Kontext dieser Arbeit von größerer Relevanz.

Dieses Bild begann basierend auf den Reiseberichten von Louis Antoine de Bougainville, der Ende des 18. Jahrhunderts auf seiner Weltumsegelung auf Tahiti landete. Nach den Unwirtlichkeiten, die eine lange Seereise mit sich brachte, wurde die dortige Natur mit einem Garten Eden verglichen, dessen Bewohner_innen es an nichts mangelte. Durch den Überfluss, in dem sie lebten, waren sie noch nicht dem Besitzstreben und anderen Lastern des neuen technischen Zeitalters verfallen, sondern lebten noch in aller ‚Unschuld' (vgl. Bitterli 1991: S. 382ff).

Die Bilder der Südsee, der unberührten Natur, des unschuldigen Insulaners wurden nicht nur auf die Inseln und ihre Bewohner_innen selbst zurückreflektiert, sondern veränderten sich auch beeinflusst durch persönliche Interessen und koloniale Motivationen (vgl. Dürbeck 2006: S. 53). In deutschen Reiseberichten lässt sich beobachten, dass das Bild des unschuldigen Naturkindes in seinem Paradies zeitweilig dazu benutzt wurde, den Kolonialismus der Franzosen und des Britischen Reiches gezielt zu kritisieren. Dieser habe die Kultur der Bevölkerung zerstört und sie ihrer Unschuld beraubt. Umgekehrt wurde, wenn Kolonisierung als notwendig dargestellt wurde, die zivilisatorische Mission des - im Falle der deutschen Reiseberichte - deutschen Kolonialismus betont (vgl. Dürbeck 2007).

Die Bilder vom Paradies im südlichen Pazifik halten sich bis heute. Eine Erweiterung der Darstellung ist jedoch die der Inselwelten des Pazifiks als Paradies speziell für Tourist_innen, die zwischen türkisblauem Wasser, weißen Sandstränden und Palmendschungel ihre Pause vom Arbeitsalltag verbringen (vgl. Simo, Miguoué 2021: S. 150).

7.4 Ein Blick in die Vergangenheit

Der Zeitpunkt der Sonderausstellung „Strahlende Inselwelt" fand nicht ohne Hintergedanken im Jahr 1996 statt. So war der 50. Jahrestag der ersten Atomversuche auf dem Bikini-Atoll - durchgeführt von den USA - Anlass für diese Ausstellung, welche nur wenige Tage zuvor eröffnet wurde. Diese begannen 1946 und wurden in mehreren Testreihen über 10 Jahre lang bis 1958 durchgeführt (vgl. Weiss, Petrosian-Husa 1996: S: 7).

Die erste der Atombomben, die im Rahmen der Operation Crossroads nur 11 Monate nach den Bomben auf Hiroshima und Nagasaki gezündet wurden, wurde im Bikini-Atoll, einem Teil der Marshallinseln, gezündet. Die Region bot aus Sicht der USA nahezu perfekte Bedingungen. Das Klima war warm, aber ohne regelmäßige Stürme, es gab nur wenige Inseln, man war weit vom Festland entfernt und es gab aus Sicht des Westens keine nennenswerten Strukturen, die zerstört werden könnten. Beim radioaktiven Restmaterial nahm man an, es würde einfach auf den Meeresboden sinken und dort keine Gefahr mehr darstellen. Und, was am wichtigsten war, es gab nicht viele Bewohner_innen auf den für die Testreihen auserkorenen Atollen Bikini und Eniwetok. Bezüglich jener Menschen, die diese beiden Atolle doch ihr Zuhause nannten, hatte man keine Skrupel diese umziehen

zu lassen / umzusiedeln. In den Videos und Dokumentationen der Zeit zeigte sich die herablassende Haltung, die die US-amerikanischen Kontaktpersonen gegenüber den Inselbewohner_innen hatten. Immer wieder wurde die vermeintliche Kindlichkeit und Sorglosigkeit der Bewohner_innen gezeigt, denen das Verlassen ihrer Heimat scheinbar nichts ausmachte, um eine Aufregung um ihre Umsiedelung zu vermeiden (vgl. Parsons, Zaballa 2017: S. 14f).

In den Jahren nach Operation Crossroads folgten mehrere weitere Operationen, wobei die größte der Bomben Castle Bravo war, die 1954 gezündet wurde (vgl. ebd.: S. 1f). Das Bild des Atompilzes dieser Bombe, der über hundert Kilometer weit sichtbar war, hat seitdem einen ikonischen Status erlangt (vgl. Trsek 1996: S. 211).

20 der Atomversuche im Bereich der Marshall Inseln führten zu nachweisbarer radioaktiver Verseuchung in der Region, die größten Auswirkungen waren nach Castle Bravo nachweisbar. Immer wieder wurden die verschiedenen Teile der Marshall Inseln für wieder bewohnbar erklärt mit der Warnung keine lokalen Nahrungsmittel und kein Wasser zu sich zu nehmen, ohne jedoch für genügend anderwärtige Wasserversorgung zu sorgen. Fehlgeburten und Geburtsfehler/angeborene Missbildungen häuften sich. Auch bei Erwachsenen konnten Krankheiten als Folge der Verstrahlungen nachgewiesen werden (vgl. Parsons, Zaballa 2017: S. 67, S. 75ff).

Auch wenn die Atomversuche zum Zeitpunkt der Sonderausstellung bereits seit einigen Jahrzehnten eingestellt waren, wurden in der Zwischenzeit immer wieder Bewohner_innen verschiedener Inseln umgesiedelt, um den USA Platz für ihre Waffen- und Raketenversuche zu bieten, die immer noch radioaktives Material freisetzen können (vgl. Trsek: 1996: 215).

7.5 Der Verlust des Paradieses

Um das Bild daraufhin zu interpretieren, was es uns über das ‚Fremde' in Gestalt der Südsee erzählt, müssen Bild und Text zunächst nacheinander betrachtet und dann zusammengeführt werden. In „Die Rhetorik des Bildes" folgt die Analyse der denotierten und konnotierten Botschaft der, der sprachlichen Botschaft (vgl. Barthes 1990: S. 33), in diesem Kapitel wurde diese Reihenfolge bewusst umgedreht. Die Aufschlüsselung der denotierten Botschaft ist in diesem Kapitel bereits im Bereich der Bildbeschreibung erfolgt, da es sich um eine einfache Wiedererkennung der Bildelemente Mann,

Auslegerboot, Haus, Dschungel, Himmel handelt. Bei der Betrachtung des Bildes selbst nimmt die konnotierte Aussage einige Aspekte historischer Südseebilder auf. Die Kleidung des Mannes, das Boot, das Haus haben keine Formen, die im Westen bekannt wären. Sie werden als traditionell, vielleicht sogar vorkolonial gelesen. Es gibt nichts in dem Bild, was wir mit einer industrialisierten Moderne in Verbindung bringen würden. Neben dem ethnologisch Fremden identifiziert Martin Gross auch das historisch Fremde, das durch Zeit, nicht durch Raum und Kultur von uns entfernt ist. Es ist jedoch möglich, beide zu vermischen. Wenn uns das ethnologisch Fremde, an das historisch Fremde erinnert, kann dies dazu führen, dass wir diesem Rückständigkeit zuschreiben (vgl. Gross 1991: S. 64). Dies stimmt mit den Vorstellungen der Europäer_innen über den ‚Edlen Wilden' überein, der in einem ursprünglichen, nicht an die Moderne aufgeschlossenen Zustand im Einklang mit der Natur lebt. Auch im Bild auf dem Plakat vermischt sich das historisch Fremde mit der ethnologischen Fremden durch das Fehlen von als modern empfundenen Gegenständen. Auch die Wahl der Szenerie evoziert durch das ruhige Wasser und die Naturlandschaft im Hintergrund das Bild des Südpazifiks als Paradies.

Neben der Fotografie stellt auch der Text zunächst ähnliche Bilder in den Vordergrund. Der Titel lautet „Strahlende Südsee". Zunächst zur Wahl des Wortes Südsee. Dieses hat, wie bereits oben in diesem Kapitel erwähnt, den spezifischen Kontext von paradiesischer Landschaft und Natur. Durch das Adjektiv strahlend wird dieses Bild noch verstärkt. Es hat in der ersten Assoziation eine positive Konnotation, vor allem in Verbindung mit dem Meer Das Bild zeigt strahlenden Sonnenschein mit nur einer einzigen Schäfchenwolke am Himmel, man denkt an Sommer und Wärme. In „Die Rhetorik des Bildes" erklärt Barthes, dass der Text einer Werbung dazu genutzt werden kann die Lesenden eines Bildes in eine gewollte Richtung zu lenken (vgl. Barthes 1990). Hier haben wir es mit einem Bild und einem Text zu tun, die sich gegenseitig zu ergänzen scheinen und dadurch im ersten Augenblick nicht dazu anregen uns mit etwaigen anderen Bedeutungen des Titels auseinanderzusetzen. Während ‚Strahlende Südsee' noch keine Auskunft darüber gibt, welcher Teil der Inselwelten des südlichen Pazifiks in der Ausstellung gezeigt wird – oder ob es vielleicht alle sind – gibt der Untertitel darüber Auskunft. „Inselwelt Mikronesien" verrät, mit welcher Region wir es genau zu tun haben.

Sowohl in der visuellen Segmentanalyse als auch in der Bildbeschreibung nimmt der Ausstellungstitel eine prominente Stellung ein. Zum einen, weil er perspektivisch tatsächlich im Vordergrund steht, zum anderen, aber auch weil er durch seine Größe und den Kontrast zwischen ihm und dem Wasser schneller ins Auge fällt. Die Reihenfolge der Segmentanalyse war grob Titel – Bild – Untertitel. Der Titel „Strahlende Südsee" wird so zum Rahmen, in dem das Bild gelesen wird. Das Paradiesische steht im Vordergrund. Der Untertitel, welche eine einfache Beschreibung ist, lässt dann erweiterte Kontexte ins Lesen des Bildes einfließen.

Neben der regionalen Einordnung öffnet der Untertitel auch die Türen, die Interpretation des Titels, um eine neue Ebene zu eröffnen. Mit der Geschichte der Atomversuche auf den Marshall Inseln wird die Doppeldeutigkeit des Wortes ‚strahlend' deutlicher. Nicht nur strahlend im Sinne des Paradieses, sondern auch verstrahlt durch die Waffentests der USA. Damit verschiebt sich auch das erwartete Bild dessen, was in der Ausstellung gezeigt wird. Zeigt das Bild selbst eine nicht industrialisierte Szene, die in ihrer eigenen unbestimmten Zeit gefangen ist, so holt die Erinnerung an die Atombomben sie in die Jetzt-Zeit zurück.

In der Szene dieses Plakats haben wir es zum ersten Mal in dieser Arbeit mit klaren Bildproduzent_innen, nicht nur hinter, sondern auch vor der Kamera zu tun. Der Mann auf dem Auslegerboot ist an der Produktion des Bildes ebenso beteiligt wir der Fotograph. Der klare Blick in die Kamera bildet einen Gegensatz zum Stil des Fotos als Schnappschuss, mit dem Mann in Bewegung. In Bezug auf koloniale Fotografien merkt Anne Maxwell an, dass der Blick in die Kamera eine Möglichkeit für das Objekt der Fotografie war sich ein wenig an der Macht über die Selbstdarstellung zurückzuholen. Der Blickkontakt ermöglicht Betrachter_innen Teile der Persönlichkeit der Dargestellten Personen zu erkennen (Maxwell 1999: S. 167).

Die Darstellung und Konstruktion des ‚Fremden' zeigt sich in diesem Plakat als besonders vielschichtig. Dabei überdecken die unterschiedlichen Lesearten des Bildes einander nicht, sondern ergänzen sich vielmehr, um so zu neuen Bedeutungen zu kommen. Es wird angefangen bei der ‚paradiesischen Südsee', naturbelassen und friedlich. Der Mann inmitten des Meeres geht seiner Tätigkeit nach, fordert durch den Blick in die Kamera aber bereits das Bild des ‚passiven Südseeinsulaners' heraus, welches durch den

Kolonialismus geprägt wurde. Dieses Bild wird durch das der durch die Atomtests ‚verstrahlte Südsee' jedoch nicht ersetzt, sondern ergänzt. Das Bild des Paradieses, das zunächst heraufbeschworen wurde bleibt bestehen, es wird allerdings in eine vergangene Zeit geschoben. Es existiert nicht mehr. Statt dieses Bild der Südsee, als Konstruktion des ‚Fremden' herauszufordern wird es verstärkt. Mikronesien wird so durch die Doppeldeutigkeit des Titels zum ‚Verlorenen Paradies'. Verloren durch die Atom- und Waffentests der USA. In dieser Hinsicht wird eines der Narrative des 19. Jahrhunderts weitergeführt. Das des westlichen Einflusses, der ebenso unvermeidbar, wie tragisch ist und dabei das Paradies auf Erden zerstört (vgl. Dürbeck 2006; Dürbeck 2007).

Die Konstruktionen des 'Fremden' auf dem Plakat sind also zweierlei. Einerseits das des südlichen Pazifiks als Paradies und anknüpft an Bilder des 19. Jahrhunderts. Andererseits die Konstruktion des ‚verlorenen Paradieses' was jedoch gleichzeitig aufbaut auf Bildern der Bewohner_innen der Südsee als passive Opfer des Westens. Nun nicht mehr des Kolonialismus des 19. Jahrhunderts, sondern des Neokolonialismus und der USA.

8 Conclusio und Schlussbemerkungen

Diese Arbeit begann mit dem Interesse, die Plakate des Weltmuseums Wien näher zu betrachten und in den Kontext der aktuellen Diskurse rund um ethnologische Museen zu stellen. Die Intention war, die bereits geführten Diskussionen über die Ausstellungsinhalte auf das Medium zu übertragen, das diese noch vor der Ausstellungseröffnung bzw. dem Museumsbesuch nach außen trägt.

Um dies zu erreichen, wurde in den letzten vier Kapiteln nach einem Überblick über Methode und verwendetes theoretisches Framework jeweils mindestens ein Plakat näher betrachtet. Dabei lieferte in den meisten Fällen Barthes das Framework für die Analyse und Interpretation. An dieser Stelle sollen die Bildinterpretationen im Hinblick auf die Modi der Konstruktion des ‚Fremden' noch einmal dargestellt werden.

In Kapitel 4: „Der neue Blick" wurde anhand des Plakats „Wiens neuer Blick auf die Welt" die Bedeutung von Kontexten und fachlichen Hintergründen aufgezeigt. Die Unterfrage dieses Kapitels war, wie diese Kontexte die Interpretation eines Bildes verändern und damit auch die Konstruktion des ‚Fremden' beeinflussen. Zunächst wurden Sammlungsgeschichte und koloniale Kontexte sowie Fachdiskurse zu Restitutionen und den Benin-Bronzen herangezogen. In diesen Kontexten wurde die Konstruktion des ‚Fremden' als Positionsbestimmung um Fragen des ‚Eigenen' und ‚Fremden' in der Museumsarbeit gestaltet. Die Verwendung umstrittener Objekte wurde zu einem Besitzanspruch über das ‚Fremde'. Durch die Hinzunahme des genauen Objektkontextes wurde deutlich, dass sich die Interpretation der Verwendung bestimmter Objekte auf einem Werbeplakat verändert. Da es sich bei dem Büstenpaar auf dem Plakat nicht um Objekte handelt, die als Folge der Strafexpedition nach Europa kamen, sondern um zeitgenössische Kunst, ändert sich die Bedeutung ihrer Verwendung auf dem Plakat. Es wird zu einer Antwort auf den Vorwurf an ethnologische Museen, das ‚Fremde' in ihren Ausstellungen in einem historischen Limbo gefangen zu halten, anstatt kulturelle Veränderungen und aktuelle Umstände einzubeziehen.

Neben diesen beiden Interpretationen wurde auch der Aspekt des Sehens und Gesehenwerdens in Bildmedien und kolonialen Dynamiken in Bezug auf das Plakat „Wiens neuer Blick auf die Welt" diskutiert. Dabei kam man zu dem Schluss, dass der Titel

des Plakats zwar Wien in eine aktive Rolle drängt, aber auch auf einen neuen Modus des Blickes verweist, der mit der Neuausrichtung des Museums einher geht.

Der Blick auf die Objekte war auch in Kapitel 5: „Die Persönlichkeit des ‚Fremden'" von Bedeutung. In diesem Kapitel wurden zwei Plakate vor dem theoretischen Hintergrund der Arbeit „What Do Museum Objects Want?" von Diane Young untersucht. Für die vergleichende Analyse der Plakate „Azteken" und „Besuchet das Museum für Völkerkunde" wurden ein weiteres Plakat der Ausstellung „Azteken" und das Cover des Ausstellungskataloges herangezogen. Zusätzlich wurden die Fotografien der Objekte aus der Online-Sammlung herangezogen, um sie mit den Bildkompositionen der Marketingmaterialien zu vergleichen. Dabei zeigte sich, dass Bildeinstellungen, Kontraste, Schattierungen, der gewählte Bildausschnitt, aber auch die Wahl der Bildkomposition, z.B. in Form der Hintergrundfarbe, die Persönlichkeit und Ausstrahlung eines Objekts verändern. Die gewählte Bildkompositionen können dazu führen, dass Eigenschaften von Freundlichkeit, Stolz bis hin zu Bedrohlichkeit mit einem Objekt und damit auch mit dem ‚Fremden', für das das jeweilige Objekt steht, assoziiert wird.

Den Abschluss der objektzentrierten Plakate bildete das der Sonderausstellung „Penacho: Pracht und Passion" in Kapitel 6: „"Das 'Fremde' und das ‚Eigene': zwei Seiten einer Münze". In diesem Kapitel wurde ein Aspekt der Konstruktion des ‚Fremden' aufgegriffen, der bereits zwei Kapitel zuvor angesprochen wurde. Die zentrale Fragestellung dieses Kapitels war es, die Kehrseite des ‚Fremden' in der Konstruktion des ‚Eigenen' zu finden. Neben der Abbildung des Objekts auf dem Plakat war es hier vor allem der Text, in dem die Konstruktion des ‚Fremden'/‚Eigenen' stattfand. Durch die Verwendung des Wortes „Penacho" und die Beschreibung als altmexikanisch wurde der Federschmuck als ‚fremd' markiert. Gleichzeitig verortet der Plakattext den Kopfschmuck in Wien und konstruiert so die Kehrseite der Medaille, das ‚Eigene'.

Das letzte der untersuchten Plakate war jenes der Sonderausstellung „Strahlende Südsee" von 1996. Auch hier war der Text des Plakats von besonderer Bedeutung. Noch wichtiger war jedoch die Art und Weise, wie Bild und Text zusammenwirkten, um gemeinsam die Bedeutung des Bildes zu erzeugen. Das Plakat, das im Zentrum von Kapitel 7: „Strahlende Südsee – Verlorenes Paradies" stand, war dasjenige, das noch stärker als die vorherigen bewusst mit der Konstruktion des ‚Fremden' arbeitete. Sowohl

der Ausstellungstitel als auch die Fotografie im Zentrum des Plakats bedienen sich bewusst stereotyper Bilder der Südsee als Paradies, um dieses Verständnis der Region in den Vordergrund zu rücken. Das erste Bild, welches der Betrachter_in zunächst auffällt, folgt der Konstruktion der Südsee in den Köpfen der Europäer_innen des 19. Jahrhunderts. Ähnlich dem Plakat „Wiens neuer Blick auf die Welt" wird dieses Bild durch zusätzliche historische Kontexte erweitert und ergänzt. In diesem Fall ist es die Doppeldeutigkeit des Ausstellungstitels, die eine neue Lesart des Plakats ermöglicht, das auf die Atomtests der USA in Mikronesien verweist. Die Schlussfolgerung des Kapitels war, dass bei der Konstruktion des ‚Fremden' nicht unbedingt ein Bild ein anderes überlagert und damit das erste auslöscht, sondern dass aus der Kombination verschiedener Bilder eine neue Bedeutung entstehen kann. Im Falle dieses Kapitels war diese Bedeutung das verlorene Paradies.

Kehren wir nun zu der Frage zurück, die am Anfang dieser Arbeit stand. „Welche Modi der Konstruktion des ‚Fremden' lassen sich in den Plakaten des Weltmuseums Wien erkennen?". Während in den vorgegangenen Kapiteln verschiedene Aspekte der Konstruktion des ‚Fremden' in den ausgewählten Plakaten dargestellt wurden, sind diese nicht vollständig. So wurden für diese Masterarbeit keine Plakate ausgewählt, die statt eines bestimmten Objekts oder einer Sonderausstellung zu einer bestimmten Region eher einen Aspekt der materiellen Kultur präsentieren, wie etwa die zu diesem Zeitpunkt aktuelle Hosenausstellung [4]. Dennoch wurden die folgenden Schlussfolgerungen aus der vorangegangenen Arbeit gezogen:

Erstens wurde in Kapitel 4 und in Kapitel 6 gezeigt, dass die Konstruktion des ‚Fremden' Hand in Hand geht mit der Konstruktion des ‚Eigenen' geht. In Kapitel 4 und Kapitel 7 wurde gezeigt, wie neue Informationen und erweiterte Kontexte die Interpretation von Bildern beeinflussen. Ein weiterer Aspekt, der bereits in Kapitel 4 angesprochen und in Kapitel 5 vertieft wurde, ist, wie die Präsentation eines Objekts die Wahrnehmung des ‚Fremden' verändern kann. Der letzte Modus der Konstruktion des ‚Fremden', der sich in dieser Arbeit immer wieder gezeigt hat, ist, dass nicht nur die Fotografier und Bilder die

[4] „Wer hat die Hosen an?" März 2025-Februar 2026: https://www.weltmuseumwien.at/ausstellungen/wer-hat-die-hosen-an/

Grundlage der Konstruktion bilden, sondern dass der Text auf den Plakaten wesentlich mitbestimmt, wie das ‚Fremde' präsentiert wird.

9 Quellen

9.1 Bibliographie

Affenzeller, Margarete. 21.02.2022. „Audioguides zum ‚Montezuma'-Federkopfschmuck im Weltmuseum gehackt. Aktivisten schleusen einen neuen Text ein – er fordert eine Rückgabe an Mexiko. Das Weltmuseum findet die Intervention ‚sehr gut'." *Der Standard*. Letzter Zugriff: 28.04.2025. https://www.derstandard.at/story/2000133544148/audioguides-zum-montezuma-federkopfschmuck-im-weltmuseum-gehackt

Allen, Emily. 2024. „Museum of West African Art opens with a bold artistic vision." *African Business.* Zugegriffen am 13.02.2025. https://african.business/2024/11/long-reads/museum-of-west-african-art-opens-with-a-bold-artistic-vision

Barthes, Roland. 1985. *Mythen des Alltags.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Barthes, Roland. 1990. „Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn." *In Kritische Essays III.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Beltz, Johannes. 2021. „Provenienzforschung reicht nicht! Museale Praxis im Zeitalter von Dekolonisierung und Globalisierung." In *Das Museum im kolonialen Kontext. Annäherungen aus Österreich*, hg. von Pia Schölnberger, 380-400. Wien: Czernin Verlag

Bhaba, Homi K. 2000. *Die Verortung der Kultur.* Tübingen: Stauffenburg Verlag.

Bitterli, Urs. 1991. *Die ‚Wilden' und die ‚Zivilisierten'. Grundzüge einer Geistes- und Kulturgeschichte der europäisch-überseeischen Begegnung.* München: Verlag C.H. Beck.

Bodenstein, Felicity. 2023. „Benin Restitutionsgeschichte: Eckdaten". In *Benin – geraubte Geschichte*, hg. von Barbara Plankensteiner, MARKK – Museum am Rothenbaum, 223-230. Berlin: Hatje Cantz.

Boehm, Gottfried. 2014. „Jenseits der Sprache? Anmerkungen zur Logik der Bilder." In *Bildwissenschaft und Visual Culture,* hg. von Marius Rimmele, Klaus Sachs-Hombach, und Bernd Stiegler, 67-80. Bielefeld: Transcript Verlag.

Bohnsack, Ralf. 2011. *Qualitative Bild- und Videointerpretation. Die dokumentarische Methode*. Stuttgart: UTB GmbH.

Bouquet, Mary. 2012. *Museums: A Visual Anthropology.* London: Berg Publishers.

Breckner, Roswitha. 2010. *Sozialtheorie des Bildes. Zur interpretativen Analyse von Bildern und Fotografien*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Breckner, Roswitha. 2012. „Bildwahrnehmung - Bildinterpretation: Segmentanalyse als methodischer Zugang zur Erschließung bildlichen Sinns." *ÖZS. Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 37 (2): 143–164. https://doi.org/DOi 10.1007/s11614-012-0026-6.

Claessens, Dieter. 1991. „Das Fremde, Fremdheit und Identität." In *Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung*, hg. von Ortfried Schäffter, 45-55. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Curtis, Neil G.W. 2006. "Universal museums, museum objects and repatriation: The tangled stories of things." In *Museum management and Curatorship* 21(2): 117-127. DOI: 10.1016/j.musmancur.2006.03.004

Dürbeck, Gabriele. 2006. "Stereotypen und Darstellungsmuster des Fremden. Ozeanismus in der Südsee-Literatur des 19. Jahrhunderts." In *Tourismus in der ‚Dritten Welt'. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive,* hg. von Herbert Baumhackl et al., 38-56. Wien: Promedia Verlag & Südwind.

Dürbeck, Gabriele. 2007. *Stereotype Paradiese. Ozeanismus in der deutschen Südseeliteratur 1815-1914.* Berlin, Boston: Max Niemeyer Verlag.

Dürbeck, Gabriele. 2007. *Stereotype Paradiese. Ozeanismus in der deutschen Südseeliteratur 1815-1914.* Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Edwards, Elizabeth. 1992. "Introductory Essays: Historical and Theoretical Perspectives." In *Anthropology and Photography 1860-1920,* hg. von Elizabeth Edwards, 1-17. New Haven and London: Yale University Press.

Feest, Christian. 2012. "Der altmexikanische Federkopfschmuck in Europa." In *Der altmexikanische Federkopfschmuck,* hg. von Sabine Haag et al., 5-28. Altenstadt: ZKF Publishers.

Gore, Charles. 1997. „Casting Identities in Contemporary Benin City." *African Arts* 30 (3): 54-61.

Gross, Martin. 1991. „Ferne/Nähe. Einige Überlegungen zum ‚vorläufig' letzten Versuch, die Fremde zu erfinden." In *Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung*, hg. von Ortfried Schäffter, 56-71. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.

Haag, Sabine et al. 2012. „Der altmexikanische Federkopfschmuck". Altenstadt: ZKF Publishers.

Haag, Sabine, und Engelsman, Steven. 2017 "Foreword." In *Weltmuseum Wien*, hg. von Christian Schicklgruber, 10-11. Wien: Weltmuseum Wien.

Harding, Leonhard. 2010. *Das Königreich Benin. Geschichte - Kultur- Wirtschaft*. München: R. Oldenbourg Verlag.

Hetherington, Kevin. 2011. "Foucault, the Museum and the Diagram." In *The Sociological Review* 59 (3): 457-475. https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1111/j.1467-954X.2011.02016.x

Hicks, Dan. 2020. *The Brutish Museums. The Benin Bronzes, Colonial Violence and Cultural Restitution*. London: Pluto Press New Wing.

Imdahl, Max. 2006. „Ikonik. Bilder und ihre Anschauung." In *Was ist ein Bild?*, hg. von Gottfried Boehm, 300–324. München: Wilhelm Fink Verlag.

Kaplan, E. Ann. 1997. *Looking for the Other. Feminism, Film and the Imperial Gaze*. London: Routledge.

Kaplan, Flora E.S. 1994. "Introduction." In *Museums and the Making of 'Ourselves'.* In *The Role of Objects in National Identity*, hg. von Flora E.S. Kaplan, 1-16. Leicester: Leicester University Press.

Kaplan, Flora Edouwaye S. 2007 "Frauen in Kunst und Gesellschaft." In *Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria. Ausstellungskatalog des Museums für Völkerkunde Wien 2007*, hg. von Barbara Plankensteiner, 141-150. Gent: Snoeck Publishers, Wien: Kunsthistorisches Museum.

Kazeem, Belinda, Martinz-Turek, Charlotte, und Sternfeld, Nora. 2009. "Vorwort" In *Das Unbehagen im Museum. Postkoloniale Museologien*, hg. von Schnittpunkt - Belinda Kazeem, Charlotte Martinz-Turek, und Nora Sternfeld, 7-8. Wien: Turia + Kant.

Kirchner, Babette, und Gregor Betz. 2015. „Ethnographie und Bildhermeneutik. Visuelle Daten im Rahmen lebensweltanalytischer Forschung.“ In *Ethnographische Erkundungen*, hg. von Ronald Hitzler, und Miriam Gothe, 177–208. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Kraus, Michael. 2015. "Abwehr und Verlangen? Anmerkungen zur Exotisierung ethnologischer Museen." In *Quo Vadis, Völkerkundemuseum? Aktuelle Debatten zu ethnologischen Sammlungen in Museen und Universitäten,* hg. von Michael Kraus, und Karoline Noack, 227-256. Bielefeld: Transcript Verlag.

Kravagna, Christian. 2009. "Konserven des Kolonialismus: Die Welt im Museum." In *Das Unbehagen im Museum. Postkoloniale Museologien,* hg. von Schnittpunkt - Belinda Kazeem, Charlotte Martinz-Turek, und Nora Sternfeld, 131-142.Wien: Turia + Kant.

Kurella, Doris, Berger, Martin, und de Castro, Inés. 2019. *Azteken: Große Landesausstellung Baden-Württemberg '19*. München: Hirmer.

Maxwell, Anne. 1999. *Colonial Photography and Exhibitions: Representations of the 'Native' and the Making of European Identities.* London: Leicester university Press.

McGuigan, Cathleen. 2020. "Adjaye Associates Unveils Plans for Edo Museum." *Architectural Record* 208 (12): 24-24.

Mitchell, W.T.J. 2004. *Iconology: Image, Text, Ideology.* Chicago: University of Chicago Press.

Mitchell, W.T.J. 2008. *Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur.* München: Verlag C.H. Beck.

Mitchell, W.J.T. 2014. "Der Pictoral Turn." In *Bildwissenschaft und Visual Culture,* hg. von Marius Rimmele, Klaus Sachs-Hombach, und Bernd Stiegler, 41-66. Bielefeld: Transcript Verlag.

Monks, Kieron. 2022. "Stolen Treasures." *New Internationalist* 536: 60-63.

Mulvey, Laura. 1992. „Visual Pleasure and the Narrative Cinema.“ In *Feminisms: A Reader*, hg. von Maggie Humm, 348-353. New York: Harvester Wheatsheaf.

Mückler, Hermann. 2009. „Einleitung.“ In *Ozeanien. 18. Bis 20. Jahrhundert – Geschichte und Gesellschaft*, hg. von Hermann Mückler, 7-12. Wien: Promedia.

Mückler, Hermann. 2009. „Mythos Südsee. Reaktionen, Projektionen, Visionen." In *Ozeanien. 18. Bis 20. Jahrhundert – Geschichte und Gesellschaft*, hg. von Hermann Mückler, 13-32. Wien: Promedia.

Nevadomsky, Joseph, und Osemweri, Agbonifo. 2007. „Benin-Kunst im 20. Jahrhundert." In *Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria. Ausstellungskatalog des Museums für Völkerkunde Wien 2007*, hg. von Barbara Plankensteiner, 255-261. Gent: Snoeck Publishers, Wien: Kunsthistorisches Museum.

Ochiagha, Terri. 2023. "The Return of African Antiquities and the Ambiguity of the 'Romantic' Colonial: Nigeria Magazine and the Benin and Ife Bronzes." *Journal of colonialism & colonial history* 24 (1).

Olvido Moreno Guzmán, María, Olmedo Vera, Bertina. 2012. "Die Nachbildung des altmexikanischen Federkopfschmucks im Museo Nacional de Antropología von Mexico". In *Der altmexikanische Federkopfschmuck*, hg. von Sabine Haag et al., 107-114. Altenstadt: ZKF Publishers.

Omo N'Oba Erediauwa CFR. 2007. "Geleitwort". In *Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria. Ausstellungskatalog des Museums für Völkerkunde Wien 2007*, hg. von Barbara Plankensteiner, 13-13. Gent: Snoeck Publishers, Wien: Kunsthistorisches Museum.

OTS. 2007. „Benin: Könige und Rituale – Ausstellung im generalsanierten Museum für Völkerkunde am Heldenplatz." Zugegriffen am 13.02.2025. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20070508_OTS0224/benin-koenige-und-rituale-ausstellung-im-generalsanierten-museum-fuer-voelkerkunde-am-heldenplatz-bild

Panofsky, Erwin. 2006. *Ikonographie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell*. Köln: DuMont.

Paquette, Jonathan. 2020. "France and the restitution of cultural goods: the Sarr-Savoy report and its reception". *Cultural Trends* 29(4): 302-316.

Parsons, Keith M., und Zaballa, Robert A. 2017. *Bombing the Marshall Islands. A Cold War Tragedy.* Cambridge: Cambridge University Press

Plankensteiner, Barbara. 2007. "Einleitung" In *Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria. Ausstellungskatalog des Museums für Völkerkunde Wien 2007*, hg. von Barbara Plankensteiner, 21-40. Gent: Snoeck Publishers; Wien: Kunsthistorisches Museum.

Plankensteiner, Barbara. 2007. "297 | König und Königin." In *Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria. Ausstellungskatalog des Museums für Völkerkunde Wien 2007*, hg. von Barbara Plankensteiner, 509-509. Gent: Snoeck Publishers; Wien: Kunsthistorisches Museum.

Plankensteiner, Barbara. 2015. „Die neue Schausammlung im Weltmuseum Wien." In *Alles wird ganz anders: [es geht um Menschen]*, hg. von Weltmuseum Wien, 14-15. Wien: Weltmuseum Wien.

Plankensteiner, Barbara. 2018. "Being a World Culture Museum Today." In *The Art of Being a World Culture Museum. Futures and Lifeways of Ethnographic Museums in Contemporary Europe*, hg. von Barbara Plankensteiner, 25-43. Bielefeld: Kerber Verlag.

Plankensteiner, Barbara. 2021. "Weltkulturenmuseen und koloniales Erbe." In *Das Museum im kolonialen Kontext. Annäherungen aus Österreich*, hg. von Pia Schölnberger, 327-347. Wien Czernin Verlag.

Plankensteiner, Barbara. 2023. „Das Versprechen Deutschlands zur Rückgabe von Benin-Sammlungen und der Benin Dialog". In *Benin – geraubte Geschichte*, hg. von Barbara Plankensteiner, MARKK – Museum am Rothenbaum, 231-238. Berlin: Hatje Cantz.

Powroznik, Maike. 2015. "Mensch - Objekt - Könnerschaft. Einige Überlegungen zur Frage der Wertschätzung ethnologischer Sammlungen." In *Quo Vadis, Völkerkundemuseum? Aktuelle Debatten zu ethnologischen Sammlungen in Museen und Universitäten*, hg. von Michael Kraus, und Karoline Noack, 69-93. Bielefeld: Transcript Verlag.

Rivero Weber, Lilia. 2012. „Die Konservierung des altmexikanischen Federkopfschmucks. Zwei Jahre Arbeit der Binationalen Kommission". In *Der altmexikanische Federkopfschmuck*, hg. von Sabine Haag et al., 135-147. Altenstadt: ZKF Publishers.

Robles García, Nelly M. 2012. " Der Federkopfschmuck in der öffentlichen Wahrnehmung und Vorstellung Mexikos". In *Der altmexikanische Federkopfschmuck*, hg. von Sabine Haag et al., 101-106. Altenstadt: ZKF Publishers.

Rimmele, Marius, Sachs-Hombach, Klaus, und Stiegler, Bernd. 2014. "Vorwort." In *Bildwissenschaft und Visual Culture,* hg. von Marius Rimmele, Klaus Sachs-Hombach, und Bernd Stiegler, 9-11. Bielefeld: Transcript Verlag.

Said, Edward. 2021. *Orientalismus.* Frankfurt am Main: Fischer Verlag.

Sarr, Felwine, und Savoy Bénédicte. 2019. *Zurückgeben. Über die Restitution afrikanischer Kulturgüter.* Berlin: Matthes & Seitz.

Saunders, Barbara. 2001. "The Photological Apparatus and the Desiring Machine. Unexpected Congruences Between the Koninklijk Museum, Tervuren and the U'Mista Centre, Alert Bay." In *Academic Anthropology and the Museum: Back to the Future,* hg. von Mary Bouquet, 18-37. New York, Oxford: Berghahn Books.

Savoy, Bénédicte. 2021. *Afrikas Kampf um seine Kunst. Geschichte einer postkolonialen Niederlage*. München: Verlag C.H.Beck.

Schäffter, Ortfried. 1991. „Modi des Fremderlebens. Deutungsmuster im Umgang mit Fremdheit.“ In *Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung*, hg. von Ortfried Schäffter, 11-42. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schicklgruber, Christian. 2017. "Preliminary remarks on this Book in Particular and Ethnographic Museums in General." In *Weltmuseum Wien,* hg. von Christian Schicklgruber, 12-15. Wien: Weltmuseum Wien.

Schicklgruber, Christian. 2021. "On the Weltmuseum and its Things. A Paratext." In *Das Museum im kolonialen Kontext. Annäherungen aus Österreich,* hg. von Pia Schölnberger, 46-62. Wien: Czernin Verlag.

Schölnberger, Pia. 2021. *Das Museum im kolonialen Kontext. Annäherungen aus Österreich*. Wien: Czernin Verlag.

Seipel, Wilfrid et al. 2007. "Vorwort." In *Benin: Könige und Rituale. Höfische Kunst aus Nigeria. Ausstellungskatalog des Museums für Völkerkunde Wien 2007*, hg. von Barbara Plankensteiner, 11-12. Gent: Snoeck Publishers; Wien: Kunsthistorisches Museum.

Simo, David, und Bertrand Miguoué, Jean. 2021. “Südsee-Projektionen in der deutschen Gegenwartsliteratur.” In *Zeitschrift für interkulturelle Germanistik 12 (2), 149-168.*

Simpson, Moira G. 1996. "Making Representations: museums in the post-colonial era." London: Routledge.

Street, Brian. 1992. "British Popular Anthropology: Exhibiting and Photographing the Other." In *Anthropology and Photography 1860-1920*, hg. von Elizabeth Edwards, 122-131. New Haven and London: Yale University Press.

Trsek, Sylvia. 1996. „Die Marshall-Inseln – Das verlorene Paradies." In *Strahlende Südsee: Inselwelt Mikronesien*, hg. von Gabriele Weiss, und Carmen Petrosian-Husa, 206-216. Wien: Museum für Völkerkunde.

Van Bussel, Gerard. 2012. "Der altmexikanische Federkopfschmuck. Aspekte seiner Rezeptionsgeschichte." In *Der altmexikanische Federkopfschmuck*, hg. von Sabine Haag et al., 115-133. Altenstadt: ZKF Publishers.

Van Bussel, Gerard. 2017. *Der Quezalfeder-Kopfschmuck*. Wien: KHM-Museumsverband.

Van Beurden, Jos. 2017. *Treasures in trusted hands: negotiating the future of colonial cultural objects*. Leiden: Sidestone Press.

Völkerkundemuseum der Universität Zürich. 2024. „Benin-Raubgut ausstellen: Raum für Stimmen aus Nigeria." Zugegriffen am 13.02.2025. https://www.musethno.uzh.ch/de/ausstellungen/benin-verpflichtet/medienmitteilung-und-pressematerialien.html

Weiss, Gabriele, und Petrosian-Husa, Carmen. 1996. *Strahlende Südsee: Inselwelt Mikronesien.* Wien: Museum für Völkerkunde.

Weltmuseum Wien. 2015. *Alles wird ganz anders: [es geht um Menschen]* Wien: Weltmuseum Wien.

Weltmuseum Wien. o.J.a. „Abzug." Zugegriffen am 19.04.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=303076&offset=2&lv=list

Weltmuseum Wien. o.J.b. „Abzug." Zugegriffen am 19.04.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=303080&offset=1&lv=list

Weltmuseum Wien. o.J.c. „Azteken. 15. Oktober 2020 bis 22. Juni 2021." Zugegriffen am 14.02.2025. https://www.weltmuseumwien.at/ausstellungen/azteken/

Weltmuseum Wien. o.J.d. „Anhänger mit Königreicher Triade.“ Zugegriffen am 09.03.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=428246&offset=47&lv=list

Weltmuseum Wien. o.J.e. „Büstenpaar: König und Königin.“ Zugegriffen am 11.02.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=615344&offset=0&lv=list

Weltmuseum Wien. o.J.f. „Der Federkopfschmuck.“ Zugegriffen am 14.05.2025. https://www.weltmuseumwien.at/der-federkopfschmuck/

Weltmuseum Wien. o.J.g. „Gefäß mit dem Kopf der Pulque Göttin Mayahuel“. Zugegriffen am 14.02.225. https://www.weltmuseumwien.at/object/?offset=6&detailID=438052&lv=list

Weltmuseum Wien. o.J.h. „Onlinesammlung.“ Zugegriffen am 11.02.2025. https://www.weltmuseumwien.at/onlinesammlung/

Weltmuseum Wien. o.J.i. „Onlinesammlung – Suche Benin.“ Zugegriffen am 11.02.2025. https://www.weltmuseumwien.at/onlinesammlung/?rand=6&id=100&L=0&q%5B%5D=benin&view=0&sort=score%3Adesc

Weltmuseum Wien. o.J.j. „Onlinesammlung – Suche Azteken.“ Zugegriffen am 14.02.2025. https://www.weltmuseumwien.at/onlinesammlung/?rand=6&id=100&L=0&q%5B0%5D=azteken&view=0&sort=score%3Adesc&no_cache=1

Weltmuseum Wien. o.J.k. „Quezal Feathered Headdress.“ Zugegriffen am 14.05.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=531234&offset=9&lv=list

Weltmuseum Wien. o.J.l „Reliefplatte: Würdenträger.“ Zugegriffen am 09.03.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=428242&offset=45&lv=list

Weltmusum Wien. o.J.m. “Unser Logo.” Zugegriffen am 9. Mai 2025. https://www.weltmuseumwien.at/presse/unser-logo-zum-download/

Wien Bibliothek. o.J.a. „Besuchet das Museum für Völkerkunde“ Zugegriffen am 19.04.2025. https://search.wienbibliothek.at/primo-explore/fulldisplay?docid=WBR_alma21632651300045 16&context=L&vid=WBR&lang=de_DE&search_scope=default_scope&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=gesamt

bestand&query=any,contains,vermutlich%20ein%20st%C3%BCck%20von%20einem%20totempfahl&offset=0

Wien Bibliothek. o.J.b. „Weltmuseum Wien ... Azteken: 15. Oktober 2020 bis 13. April 2021“ Zugegriffen am 19.04.2025. https://search.wienbibliothek.at/primo-explore/fulldisplay?docid=WBR_alma21101930100004516&context=L&vid=WBR&lang=de_DE&search_scope=default_scope&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=gesamtbestand&query=any,contains,azteken%20weltmuseum&offset=0

Wien Bibliothek. o.J.c. „Wiens neuer Blick auf die Welt: www.weltmuseum.at“ Zugegriffen am 12.03.2025. https://search.wienbibliothek.at/primo-explore/fulldisplay?vid=WBR&search_scope=default_scope&tab=defaul_tab&docid=WBR_alma21984595800004516&lang=de_DE&context=L&adaptor=Local%20Search%20Engine&query=any,contains,wiens%20neuer%20blick%20auf%20die%20welt&mode=basic

Young, Diana J. B., 2022. "What do Museum Objects Want? Re-Thinking Photographic Conventions in Ethnographic Museums". *Visual Anthropology Review* 38 (1): 60-84.

9.2 Abbildungsverzeichnis

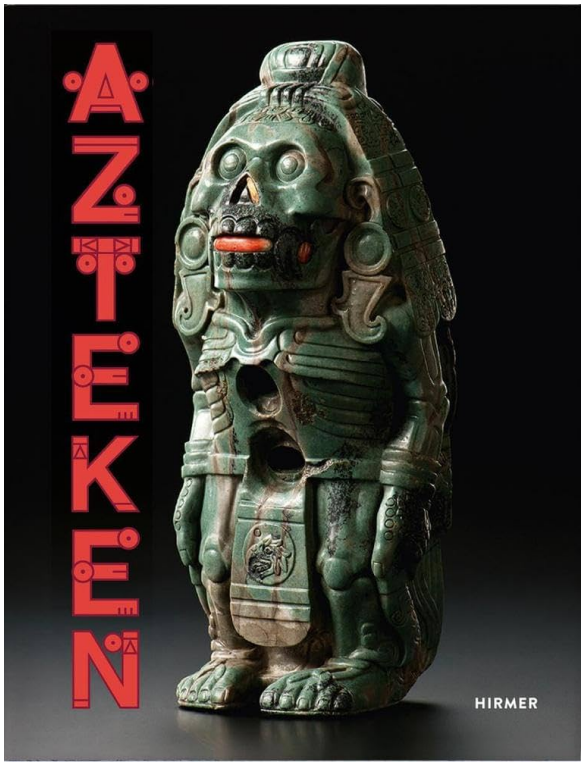
Abbildung 1; Abbildung 2	Weltmuseum Wien. 2019. „Wiens neuer Blick auf die Welt.“ Zugang über: Wienbibliothek im Rathaus. Plakatsammlung: P-390490. Zugegriffen am 19.05.2025. https://permalink.obvsg.at/wbr/AC16123001
Abbildung 3; Abbildung 4	Weltmuseum Wien. 2020. „Weltmuseum Wien...Azteken: 15. Oktober 2020 bis 13 April 2021.“ Zugang über: Wienbibliothek im Rathaus. Plakatsammlung: P-392566. Zugegriffen am 21.05.2025. https://permalink.obvsg.at/wbr/AC16341062
Abbildung 5; Abbildung 6	Museum für Völkerkunde. 1965. „Besuchet das Museum für Völkerkunde. Wien: Brüder Rosenbaum. Zugang über: Wienbibliothek im Rathaus. Plakatsammlung: P-12148. Zugegriffen am 21.05.2025.

	https://resolver.obvsg.at/urn:nbn:at:at-wbr:p-21675.58194.563372-7
Abbildung 7; Abbildung 8	Museum für Völkerkunde. 2012. „Penacho: Pracht und Passion. Der altmexikanische Federkopfschmuck in Wien." Zugang über: Gerard van Bussel – private Sammlung.
Abbildung 9; Abbildung 10; Abbildung 11; Abbildung 12	Museum für Völkerkunde Wien. 1996. „Strahlende Südsee ... Inselwelt Mikronesien ... 20.6.1996 - 6.1.1997". Zugang über: Wienbibliothek im Rathaus. Plakatsammlung. P-61174. Zugegriffen am 19.05.2025. https://permalink.obvsg.at/wbr/AC10538024
Anhang 1	Weltmuseum Wien. 2021. „Azteken: noch bis 13. April 2021...Jetzt Zeitfenster sichern!... welt museum wien... Eine Ausstellung des Linden-Museum Stuttgard in Kooperation mit dem Nationaal Museum van Wereldculturen in den Niederlanden." Zugang über: Wienbibliothek im Rathaus. Plakatsammlung. P-394703. Zugegriffen am 21.05.2025. https://permalink.obvsg.at/wbr/AC16822683
Anhang 2	Buchcover: Kurella, Doris et al. (Hg.). 2019. „Azteken: Große Landesausstellung Baden-Württemberg '19". München: Hirmer. Umschlaggestaltung: Lucia Ott nach der Plakatgestaltung von OPERA Amsterdam ©Linden-Museum Stuttgard in Kooperation mit dem Nationaal Museum van Wereldkulturen, Hirmer Verlag GmbH, München.
Anhang 3	Weltmuseum Wien. o.J. „Büstenpaar: König und Königin – Bild 2 von 3". ©KHM-Museumsverband.

	Zugegriffen am 21.05.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=615344
Anhang 4	Weltmuseum Wien. o.J. „Büstenpaar: König und Königin – Bild 3 von 3". ©KHM-Museumsverband. Zugegriffen am 21.05.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=615344
Anhang 5	Weltmuseum Wien. o.J. „Gefäß mit dem Kopf der Pulque Göttin – Bild 2 von 4". ©KHM-Museumsverband. Zugegriffen am 21.05.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=438052
Anhang 6	Weltmuseum Wien. o.J. „Gefäß mit dem Kopf der Pulque Göttin – Bild 4 von 4". ©KHM-Museumsverband. Zugegriffen am 21.05.2025. https://www.weltmuseumwien.at/object/?detailID=438052

10 Anhang

Anhang 1: Azteken - Verlängerung



Anhang 2: Buchcover Ausstellungskatalog Azteken

Anhang 3: Büstenpaar König

©KHM-Museumsverband

Anhang 4: Büstenpaar Königin

©KHM-Museumsverband

Anhang 5: Gefäß mit Kopf der Pulque Göttin Mayahuel

©KHM-Museumsverband

Anhang 6: Abzug – Inventarnummer 6337

©KHM-Museumsverband