

*Raumtexte*

# Jugendstil. Die große Utopie

17. Oktober 2015 bis 7. Februar 2016

Jugendstil. Die große Utopie: Heute wird der Jugendstil meist assoziiert mit verspieltem Dekor aus der Zeit um 1900. Dabei war er so viel mehr: Ausdruck einer mutigen Reformbewegung von Künstlern quer durch Europa, die sich gegen die negativen Auswüchse der Industrialisierung zur Wehr setzten. Sie bekehrten auf gegen die noch neue Konsumkultur, gegen die standardisierte Massenware minderer Qualität, die zum Teil unter prekären Umständen produziert wurde. An deren Stelle sollten hochwertige Produkte treten, deren Schönheit die Lebensqualität des Menschen in seinem Alltag heben sollte. In diesem Zug wurden alte Techniken wiederbelebt, historische Kunststile jedoch über Bord geworfen. Man suchte nach neuer Inspiration der Künste in Sehnsuchtsorten wie dem Mittelalter, der Südsee, Japan oder der Natur. Für manche Künstler setzten auch neue Technologien Impulse für ihre Suche nach dem Glück. Das Ziel einer Reform der Gesellschaft durch die Kunst fand unterschiedlichste Ausprägungen, die in dieser Ausstellung beleuchtet werden. Der Dialog mit der Ökonomie, der Philosophie und den Naturwissenschaften prägt die Ideen der Künste. Ihr utopisches Potenzial wird übersetzt in ganze Wohnensembles, die das Leben ihrer Eigentümer mit Leichtigkeit und Eleganz durchdringen. Aufgrund des eigenen Qualitätsanspruchs erreicht das kostspielige Kunsthandwerk der Jugendstil-Designer aber nur wohlhabende Käuferschichten. Hersteller von Luxus- und Genussmitteln reagierten prompt und feierten die neue Ästhetik in der Bildwelt ihrer Reklameplakate. Auf dem Höhepunkt seiner Breitenwirkung beginnt daher der schleichende Abstieg des Jugendstils als groß angelegtes, gesellschaftliches Projekt und endet in der Reduzierung auf den reinen Stilbegriff. War der Anspruch zu hoch, waren die beschrittenen Wege zu realitätsfern oder bilden soziale Ausschlussverfahren ein kaum zu überwindendes Hindernis? Die Kritik an der Konsumkultur und ihren gesellschaftlichen Folgen ist bis heute gültig.

Kunde von Nirgendwo: Mit der industriellen Revolution erblicken in England im 19. Jahrhundert große technische und wissenschaftliche Errungenschaften das Licht der Welt. Prekäre Arbeits- und Lebensbedingungen des Proletariats, mangelnde Hygiene und Armut gelten jedoch als Fratze der Industrie. In der Novelle „Kunde von Nirgendwo“ übt der Reformkünstler William Morris Kritik an den Missständen der modernen Gesellschaft. Er entwirft das Ideal eines im Einklang mit sich und seiner Arbeit lebenden Menschen fern der modernen Industrie-Großstadt. Zusammen mit Eleanor Marx, der Tochter von Karl Marx, gründet Morris 1885 zudem die Partei Socialist League, die jedoch kaum politisches Gewicht erlangt. Großen Einfluss hat er hingegen als sozialkritischer Designer an der Speerspitze der Arts & Crafts-Bewegung, die der billigen Massenproduktion qualitativ hochwertige Handwerkskunst alter Schule entgegensetzt: Kunst für alle! Da sich gerade in der mit Dampftrieb revolutionierten Textilindustrie soziale Probleme auf türmen, bilden die Liebhaberstücke der Textilkunst von Morris einen Gegenentwurf zur Moderne. Die Reform der Gesellschaft bewirkt Morris jedoch nicht, eher ein weiteres Dilemma: Die Schönheit seiner hochwertigen Produkte sind nur für wohlhabende Schichten erschwinglich.

Sehnsucht nach Ursprünglichkeit: Mobilität und Beschleunigung, Maschinenkraft und Massenmedien: Die Kritik an der Entfremdung des Menschen durch die moderne Gesellschaft resultiert in der Suche nach dem Unberührten. Diese Sehnsucht nach Ursprünglichkeit befördert um 1900 Paradiesutopien in der Kunst. Zivilisationsflucht auf Zeit betreiben viele Künstler etwa durch Rückzug in ländliche Kolonien oder durch Reisen in exotische Länder. Paul Gauguins experimentelle Keramiken und die Kinderporträts seines unkonventionellen Schanks lassen seine idealisierten Bilder der polynesischen Kultur bereits erahnen. Die Überhöhung der als „primitiv“ verstandenen Kulturen kolonialisierter

Länder geht einher mit der Vorstellung von der Kindheit als Ort geringster Beeinträchtigung durch soziale Zwänge. Das Kind selbst wird zum Symbol, die Pubertät zum fragilen Grenzraum des gesellschaftlichen Einbruchs in das individuelle Idyll. Die schwedische Reformpädagogin Ellen Key ruft 1902 mit ihrer wegweisenden Schrift das Jahrhundert des Kindes aus.

Der Blick ins Innere: Die spektakuläre Entdeckung der Röntgenstrahlung 1895 macht den Körper transparent und gibt dem menschlichen Innern ein Bild. Zeitgleich wird ein anderer Blick ins Innere geworfen: Sigmund Freud revolutioniert das Verständnis von der menschlichen Psyche. Das kulturelle Bild der Seele wird geprägt von Sprachfiguren der antiken Mythologie, mit deren Hilfe grundlegende Triebe wie Eros und Thanatos benannt werden. Die Bildwelten des Traums und des Unterbewussten werden um 1900 jedoch nicht nur analysiert, sondern von den Künstlern aktiv heraufbeschworen. Die Ambivalenz des Schlafs als eines offenbarenden wie verbergenden Zustands beflügelt nicht zuletzt die Hypnoseversuche jener Jahre. Mythologische Themen werden in der Kunst nicht als Nachahmung der antiken Erzählungen, sondern freier – wie im Traum – assoziiert. Die Natur des Menschen zu ergründen, bedeutet in Wien um 1900 die Ergründung der Sexualität – insbesondere die der Frau. Die Auseinandersetzung mit dem psychischen Geschlechterkampf in der Kunst thematisiert die Triebe als Gefängnis - gerade des Mannes. Ganz real erscheint hingegen dieser Machtkampf in der für ihre Rechte streitenden Frauenbewegung auf der Straße.

Der Übermensch: Der Fokus der Reformbewegung liegt unmittelbar auf dem Hier und Jetzt. Die Frage nach dem Lebensglück bewirkt ein neuartiges Verhältnis zum Materiellen, das sich nicht nur auf Marx, sondern auch auf Friedrich Nietzsches betont diesseitige Weltanschauung stützt. Sein Kultbuch „Also sprach Zarathustra“ (1883-1885) trifft einen Nerv und wird weithin verehrt. Der Einsiedler Zarathustra, der den Menschen seine Lehre vom Übermenschen bringt, Spott erntet und sich zurückzieht, bietet Identifizierung gerade für reformerische Künstler. In seiner Kulturkritik proklamiert Nietzsche unter anderem den Tod Gottes, sodass alle Hoffnung auf das Jenseits vergeblich sei. Jedoch setzt Nietzsche diesem Verlust eine lebensbejahende Philosophie entgegen. Des Menschen ureigenster Antrieb, in der „Umwertung aller Werte“ sich selbst zu vervollständigen und Schöpfer zu sein, ist sein „Wille zur Macht“. Trotz dieser Provokation der bestehenden Ordnung wird Nietzsche salonfähig. Die Architekten Peter Behrens und Henry van de Velde entwerfen monumentale Nietzsche-Stile für Bauten, Interieurs und Buchkunst. Der Kult um Nietzsche profitiert vom Klischee des vom Wahnsinn geplagten Genies. Massenmediale Verbreitung finden gerade Hans Oldes Fotografien des siechen, in sich gekehrten Geistes in Zeitungen und Postkarten.

Der befreite Körper: Die Gesundung des Menschen an der Natur wird ab etwa 1890 in europäischen Lebenskommunen geradezu kulthaft verfolgt. Hygienische und ästhetische Diskurse setzen auf eine Befreiung, Ertüchtigung und Pflege des Körpers als Tempel der Seele. Der Suche nach größtmöglicher Natürlichkeit steht die ästhetische Optimierung durch „Muskelschönheit“ gegenüber. Die Idee des perfekten Körpers äußert sich dabei in vielerlei Formen: in der Freikörperkultur, dem Vegetarismus, in der Wandervogelbewegung oder alternativer Medizin. Licht und Bewegung werden zu Leitbegriffen der Lebensreform, Sonnenlicht soll sogar über die Nahrung einverleibt werden, Nacktheit gilt als gesellschaftspolitische Emanzipation. Moderne Sanatorien setzen auf Wasser-, Sonnen- und Luftbäder für den „degenerierten“ Stadt-Menschen. Das Programm der „Vegetarischen Cooperative Monte Verità“ steht für kulturelle Erneuerung und Gesellschaftskritik. Auch in der städtischen bürgerlichen Gesellschaft halten diese Ideen Einzug: das Korsett wird verbannt, die neue Damenmode fließt und zwingt den Körper nicht ein. Der Reformtanz feiert die natürliche Freiheit.

Lichtfee Loïe Fuller: Anders als ihre kulturpessimistischen Kollegen umarmt eine junge Künstlerin um 1900 die Chancen der modernen Technologien. Loïe Fuller wird als „Fée de l'Electricité“ ein Pop-Idol in Paris. Ihre Tanzauftritte auf Variété-Bühnen werden international gefeiert. Dem klassischen Ballett und seinem Bewegungskanon, der Betonung des Körpers einerseits und der Erzählung andererseits, setzt Fuller eine neue Sprache entgegen. Sie verwendet schleierartige Gewänder, auf die sie nach genauer Regie Licht projiziert. In der Bewegung wird ihre Physis völlig aufgelöst. Für das Auge entsteht ein ständiger Wechsel abstrakter Formen und Farben. Zu Beginn des Medienzeitalters wird Fuller so zum Symbol des Flüchtigen und Momenthaften. Sie experimentiert zudem mit strahlenden Stoffen wie Radium. Mit Thomas Edison und dem Forscher-Ehepaar Curie steht sie in engem Austausch. Auf der Weltausstellung 1900 in Paris hat sie

einen eigenen Theaterpavillon, in dem sie gemeinsam mit einer zeitgenössisch arbeitenden Kabuki-Truppe aus Japan auftritt. Phänomene wie der Kinofilm halten etwas später Einzug in ihre Kunst: Sie selbst wird zur Leinwand für projizierte Bilder, etwa der Mondoberfläche.

Inspiration Japan: Nachdem Japan für 250 Jahre von der Außenwelt abgeschlossen war, erzwingt der Westen Mitte des 19. Jahrhunderts seine Öffnung. Nun gelangen erstmalig kunsthandwerkliche Objekte, Farbholzschnitte und Malerei in großen Mengen nach Europa. Es sind Dinge aus feudalistischer Zeit, die mit der in Japan einsetzenden Modernisierung ihre Funktion und Wertschätzung verlieren. Bei den westlichen Künstlern lösen sie hingegen eine große Faszination aus. In der japanischen Nähe zur Natur und ihrer poetischen Erfassung in der Kunst sehen sie eine verfeinerte subjektive Weltsicht voller Phantasie als Antithese zur entfremdeten Industriegesellschaft. Ein zweiter wichtiger Aspekt, der die europäischen Künstler beeinflusst, ist die Abstraktion als bildnerisches Mittel. Der japanische Künstler löst sich vom Gegenstand. Farbe und Strich werden autonom. Wesentlichen Anteil an der Darstellung erhält dabei gerade das, was nicht gezeigt wird und offen bleibt. Es ist dem Betrachter überlassen, das Fehlende zu ergänzen. Die rhythmische Stilisierung und die geometrische Zerlegung des Raumes in Flächen kommen häufig in der angewandten Kunst wie den Färbeschablonen (katagami) zum Tragen.

Lebensquell Wasser: Die Welt des Wassers prägt die ästhetische Bildsprache der Kunst am Ende des 19. Jahrhunderts. Eine große Neugier bezüglich Evolution und Ursprung des menschlichen Lebens rückt den Meeresgrund mit seinen Lebewesen in den Fokus des wissenschaftlichen Interesses. Mit Hilfe neu entwickelter Mikroskope können die einfachsten Lebensformen vergrößert und studiert werden. Gleichzeitig gewinnt die Psychoanalyse neue Erkenntnisse über die Tiefen der menschlichen Seele und ihre Urtriebe. Aus der wissenschaftlichen Forschung erwächst eine neue biologische Romantik, die Sehnsucht nach dem Vor-Embryonalen, nach dem vor-zivilisatorischen Zustand des Seins. Niedere Meerestiere und -pflanzen, Fische, Schnecken und Quallen mutieren zu Symbolen mit sexuell aufgeladener Energie. Als unergründliche, geheimnisvolle Materie spiegelt das Meer in seiner Unendlichkeit eine neue Dimension des Triebhaften und Ungezügelter und fordert damit die Faszination der Künstler heraus. Seine lebendige Urkraft wird zum Energiequell für den dynamischen Aufbruch in das neue Jahrhundert.

Affichomanie in Paris: In Paris galten in den 1890er Jahren Plakate als Kunst. 1889 hatte der Erfinder des modernen Plakates, Jules Chéret, auf der Weltausstellung eine Goldmedaille erhalten, und es kam zu einer Affichomanie (von affiche, französisch für Plakat). Arrivierte Designer und Illustratoren sowie junge Künstler der Avantgarde begannen, Plakate zu entwerfen. Auftraggeber waren die Theater und Cabarets der Stadt, aber auch Firmen ließen ihre Produkte von bekannten Künstlern bewerben. Die Stars der Szene waren neben Chéret, dem unbestrittenen König des Plakates, der elegante Eugène Grasset, der Beobachter Alexandre Théophile Steinlen und das Enfant Terrible, Henri de Toulouse-Lautrec. Ab 1896 beherrschte Alfons Mucha mit seinen idealschönen Frauengestalten das Feld und führte mit seiner Dominanz ungewollt das Ende der Affichomanie herbei.

Salon des Cent: *Salon des Cent* (deutsch: Saal der Hundert) hieß eine Galerie, die zur Künstler-Zeitschrift *La Plume* gehörte. Seit Anfang 1894 veranstaltete der Herausgeber Léon Deschamps Ausstellungen zur zeitgenössischen Kunst und ließ jede Ausstellung mit einem Plakat ankündigen. Mit Sondereditionen und einem einheitlichen Format wandte er sich gezielt an Sammler. Künstler empfanden die Plakataufträge als große Ehre und nutzten sie für programmatische Aussagen. Eugène Grasset bekam die erste Einzelausstellung und betonte auf seinem Plakat die Bedeutung der Natur als Vorbild für die Kunst. Georges de Feure schien auf seinem Plakat spöttisch darauf zu antworten und ließ seine Dame von Welt gelangweilt an einer Nelke zupfen. Für Alfons Mucha dagegen zählte die innere Sicht, und seine Verkörperung der Kunst hält die Augen geschlossen.

München – Darmstadt – Wien: Als in Paris die neue Kunst (*l'art nouveau*) längst Einzug gehalten hatte, begannen auch in München, Berlin und Wien junge Künstler sich vom traditionellen Akademie-Betrieb loszusagen. Sie gründeten Sezessionen und veranstalteten Ausstellungen. Die Plakate, die sie hierfür entwarfen, sollten auf den ersten Blick das Neue an ihrer Kunst und an ihrem Anspruch deutlich machen. Mit Extravaganz und Eleganz suchten sie den Abstand zur kommerziellen Werbung. Die Plakate für die Wiener Sezession setzen sich durch eine extreme Stilisierung vom

Alltäglichen ab. Ein Sonderfall war Darmstadt. Hier ließ der Großherzog von jungen Künstlern eine Mustersiedlung errichten, die die neue Kunst mit dem Leben vereinen sollte. Die Plakate für die Veranstaltungen der Künstlerkolonie zeigen beispielhaft den neuen Stil.

Reklame: Seit der Mitte des 19. Jahrhunderts werben Plakate auch für einzelne Produkte. Zunächst fand derartige Reklame ausschließlich im Innenraum statt und versuchte mit vielen Details ein Gemälde nachzuahmen. Erst nach der Jahrhundertwende und unter dem Einfluss des Pariser Jugendstilplakates lieferten auch in Deutschland Druckereien Plakate, die den Namen tatsächlich verdienen: Sie wirken mit großen Motiven in die Ferne. Die hier ausgewählten Drucke stehen für die gehobene Produktwerbung in der Zeit des Übergangs um 1900. Die Plakate wurden aufwändig von vielen Farbsteinen gedruckt und eigneten sich noch nicht für den Aushang im Freien; der empfindliche Karton würde sich im Regen auflösen. Mit weiblicher Schönheit, starken Farben und modernem Ornament streiten sie um den Blick des Betrachters.

Glasgow: Tea Room Movement (Teesalon-Bewegung): Die schottische Metropole Glasgow, geprägt durch den wirtschaftlichen Aufschwung in Schiffbau und Schwerindustrie, avanciert um die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert zum europäischen Zentrum für eine neuartige Genussskultur: Die *Tea Rooms*. Ursprünglich entsteht das sogenannte *Glasgow Tea Room Movement* als Antwort auf die dringlichen sozialen Probleme jener Zeit, allen voran dem enormen Anstieg der Trunkenheit am helllichten Tage. Als Konkurrenz zu den *Public Houses* eröffnen ab den 1870er Jahren immer mehr *Tea Shops*, die zeitweilig sogar als Kunstgalerien fungieren. Mit der Mäzenin und Auftraggeberin Catherine Cranston, die aus einer Familie von Teeimporteuren stammt, beginnt eine neue Ära. Die Anhängerin der Antialkoholiga entwickelt den *Tea Room* zu einem erfolgreichen wirtschaftlichen Modell mit integriertem Restaurant, Billardzimmer und Rauchersalon. In Charles Rennie Mackintosh findet sie den kongenialen Gestalter, der ihre soziale Vision in eine neue ästhetische Formensprache transformiert. In seiner radikalen, teilweise von der fernöstlichen Kultur inspirierten Modernität und kompromisslosen Ästhetik ist er seinen Zeitgenossen weit voraus. Auf der Wiener Sezessionsausstellung von 1900 präsentiert Mackintosh einen Teesalon und begründet damit seinen Ruhm auf dem europäischen Kontinent. Vor allem beeinflusst er die Architekten und Designer der 1903 gegründeten Wiener Werkstätte. Diese etablieren eine nicht minder radikale Vorstellung einer gänzlich vom Ornament befreiten, durchgestalteten, elitären Alltagskultur.

Branding: Die Wiener Werkstätte: Wien bildet um 1900 einen Kristallisationspunkt der Moderne. Unter dem Einfluss fernöstlichen Gedankenguts begeistert man sich für die Aufhebung der Trennung zwischen hoher und niedriger Kunst. „Wir wollen das tun, was der Japaner schon immer getan hat“ verkündet der Architekt und Designer Josef Hoffmann. Zur Reformierung des Kunsthandwerks gründen er und Koloman Moser 1903 die *Wiener Werkstätte*. In deren Arbeitsprogramm heißt es: „Wir wollen einen innigen Kontakt zwischen Publikum, Entwerfer und Handwerker herstellen und gutes, einfaches Hausgerät schaffen. Wir gehen vom Zweck aus, die Gebrauchsfähigkeit ist uns erste Bedingung“. Um diese Ansprüche zu verwirklichen, setzt die *Wiener Werkstätte* konsequent auf kommerzielle Strukturen. Mit einem täglich geöffneten Ausstellungsraum in der Neustiftgasse 32-34 und dem späteren Verkaufslokal am Graben 15 werden die Produkte dem Publikum dauerhaft präsentiert. Sie reichen vom Fußbodenbelag bis zur Deckenleuchte. Als eine der ersten Designerkooperativen erkennt die Wiener Werkstätte die Bedeutung der Marke zur Sicherung des eigenen Marktwertes. Jedes für die *Wiener Werkstätte* produzierte Objekt trägt die registrierte Schutzmarke sowie das Monogramm der Werkstätte, des Entwerfers und des ausführenden Handwerkers. Erweitert wird die Marke durch ein Corporate Design. In seiner charakteristischen schwarz-weißen Ornamentik umfasst es Publikationen, Geschäftspapiere ebenso wie die Ausstellungsgestaltung und Plakate. Mit dieser frühen Form von Branding setzt die *Wiener Werkstätte* neue Maßstäbe.

Tanz und Tischkultur: Auf der Weltausstellung 1900 in Paris zeigt die französische Porzellanmanufaktur Sèvres den aus 15 Figuren bestehenden Tafelaufsatz „Schärpenspiel“. Der Entwurf stammt von Agathon Léonard, einem besonders für seine Frauendarstellungen bekannten Pariser Bildhauer. Er wird von zahlreichen Kunstkritikern begeistert aufgenommen und mit einer Goldmedaille ausgezeichnet. Justus Brinckmann erwirbt den vollständigen Satz direkt in Paris für das Hamburger MKG. Im Oktober 1901 schenkt Frankreich dem russischen Zarenpaar ein Schärpenspiel - ein Beleg für

den repräsentativen Charakter dieses Werkes. Mit ihren weit fallenden Kleidern, den Riemchensandalen sowie ihrer reinweißen Erscheinung beleben die Tänzerinnen des Schärpenspiels ein antikes Körperideal. Zugleich wird der Tanz als maßgebliches Ausdrucksmedium der Jahrhundertwende gefeiert. Die verträumte Ungezwungenheit der Tänzerinnen erinnert an die Choreografien Isadora Duncans, einer ab 1900 auch in Europa gefeierten, amerikanischen Künstlerin. Mit dem antikisierenden Stil ihrer Kleidung und stets barfuß auftretend, berührt Duncan zentrale Themen des Jugendstils, wie den Rückzug zur Natur sowie die Befreiung des Körpers. Dabei steht sie in Kontrast zu einer anderen Ikone des Tanzes, Loie Fuller, die mit extravaganten fließenden Stoffen kurz zuvor den *Serpentintanz* entwickelt hatte. Im Gegensatz zu den sanften Bewegungen Duncans oder dem Schärpenspiel stehen Fullers Bewegungen für Dynamik und die Auflösung des Körpers in Form, Farbe und Licht. Diese unterschiedlichen Positionen des Tanzes beschreiben das ambivalente Frauenbild der Zeit, das sich zwischen der Femme Fatale, etwa der tanzenden, todbringenden Salome, und der Femme Fragile mit ihrem Ideal der Natürlichkeit, Verletzlichkeit und Sanftheit bewegt.

Neues Wohnen und Arbeiten: Richard Riemerschmid: Richard Riemerschmid gehört zu den Protagonisten der deutschen Jugendstilbewegung. Im Gegensatz zu Henry van de Velde, der den Handwerker-Künstler verkörpert, setzt sich Riemerschmid für innovative und serielle Produktionsformen im Design ein. Wie kein anderer steht er für die Demokratisierung der Wohnkultur am Beginn des 20. Jahrhunderts. Für den Großindustriellen Adolf Sultan entwirft Riemerschmid von 1904-1907 eine Villa in Berlin Grunewald. Ausgestattet wird sie größtenteils mit maschinell gefertigtem Mobiliar, das er in den Dresdner Werkstätten für Handwerkskunst produzieren lässt. Der Wandel vom individuellen Einzelstück zum Massenprodukt lässt sich an dieser Ausstattung sehr deutlich ablesen. Sehr schlicht gehalten, folgt das Mobiliar dem Anspruch der Materialgerechtigkeit. Es dominiert die glatte und dunkel gebeizte Oberfläche von Eichen- oder Kiefernholz. Elemente der Dübel- und Scharniertechnik bilden das Dekor. Die nach innen gebogenen Enden der Stuhlbeine, die rahmenden Niete oder die deutlich sichtbaren Verschraubungen zeugen von dieser ästhetischen Zweckmäßigkeit. Dies bestätigt auch sein Zeitgenosse W. Riezler: „Es ist geradezu ein moralisches Postulat bei Riemerschmids Arbeiten, daß die Art ihrer Herstellung sich klar zu erkennen gebe.“

Modernes Wohnen und Arbeiten: Henry van de Velde: Der Belgier Henry van de Velde gehört zu den einflussreichsten Künstlern des Jugendstils. Als Protagonist einer neuen Generation von Innenarchitekten gewinnt er dank der Gestaltung ebenso moderner wie eleganter Interieurs zahlreiche Auftraggeber aus dem Großbürgertum. Für den Lübecker Juristen Dr. Ernst Wittern (1867-1950) gestaltet van de Velde im Jahr 1902 das komplette Arbeitszimmer. Alle Elemente sind exklusiv gefertigt und auf die individuellen Bedürfnisse des Auftraggebers abgestimmt. Im Zentrum des Entwurfs steht der Schreibtisch aus Teakholz. Als einziges seiner bekannten Schreibtischmodelle besitzt er einen drehbaren halbkreisförmigen Schwinger. Ursprünglich auf einer am Boden befestigten Messingschiene laufend, kann dieser um 180° gedreht werden. Ebenso innovativ ist die Schrankwand aus frei zusammenstellbaren Elementen. Mit Rollen versehene Stühle und Regale runden das Ensemble ab. Die Mobilität der Möbel entspricht dem Wunsch nach Flexibilität der Raumausstattung in Zeiten von Auftragssteigerungen und Expansion.

Der Pariser Saal: Um 1900 stehen in den Kunstgewerbemuseen die Zeichen auf Neubeginn. Ein neues Konzept markiert den Umbruch vom Museum als Vorbildersammlung zum Sammlermuseum: statt historisch wird von nun an zeitgenössisch gesammelt. Die frische Kunst gilt als Ausdruck von Gegenwart, als aktueller Spiegel der Gesellschaft und ihrer Befindlichkeiten. Einer der Vorreiter dieses innovativen Typus' von Museumskuratoren ist Justus Brinckmann, der Gründungsdirektor des MKG. Er gehört auch zu den ersten deutschen Museumsleitern, die sich aktiv für zeitgenössisches französisches Kunsthandwerk einsetzen. Die wichtigste Instanz als Kunsthändler und Netzwerker ist Siegfried Bing, der 1895 in Paris seinen äußerst geschmacksprägenden Salon Art Nouveau gründet. Auf der Pariser Weltausstellung 1900 bespielt er einen eigenen Pavillon. Ohnehin ist diese Weltausstellung von besonderer Bedeutung für die angewandten Künste. Sie verleiht der reformierten Gebrauchskultur sowie der Luxusgüterindustrie einen ebenso globalen wie öffentlichkeitswirksamen Auftritt. Unter der Vorgabe „eine Auswahl vom Besten unserer Zeit zu erstehen“, tätigt Justus Brinckmann in Paris umfangreiche Neuerwerbungen vom Möbel bis zum Bucheinband. Er legt damit den Grundstein für die heute so bedeutende Jugendstilsammlung des MKG. Für die Präsentation der neuen Exponate erwirbt er außerdem mehrere Schauschränke und Vitrinen. Seine Einrichtung des sogenannten *Pariser Saals* beruht auf der Idee, beim Museumsbesucher den „Eindruck einer bewohnbaren Halle hervorzurufen, wie solche sich etwa ein

Freund oder Sammler neuzeitiger Kunst einrichten möchte.“ Die gegenwärtige Einrichtung des *Pariser Saals* ist von diesem historischen Konzept inspiriert, das sich anhand von Fotografien rekonstruieren lässt.

Turin 1902: ästhetisches Kräfteressen: Der Wettstreit der Großmächte um Macht und Einfluss wird nicht nur auf wirtschaftlichem und industriellen, sondern auch auf künstlerischem Gebiet ausgetragen. Mit der wachsenden Bedeutung des Kunstgewerbes als ideales Werkzeug zur ästhetischen und moralischen Erziehung der Gesellschaft wächst auch die Frage nach einem Nationalstil. Die Pariser Weltausstellung von 1900 markiert den triumphalen Höhepunkt der nationalen Selbstdarstellung in allen Sparten. In Turin soll zwei Jahre später mit der *L'Esposizione internazionale d'arte decorativa moderna* an den großen Pariser Erfolg angeknüpft werden. Es ist die erste Ausstellung, die sich auf internationalem Niveau ausschließlich dem Kunsthandwerk widmet. Vor allem zwei Künstler profilieren sich in Turin durch ihre eigenwillige Gestaltung: Beeinflusst durch die Gedankenwelt Friedrich Nietzsches realisiert der junge Peter Behrens die sogenannte Hamburger Vorhalle als Gesamtkunstwerk. Sie dient zugleich als Entrée für die Ausstellung des Deutschen Reichs. Carlo Bugatti repräsentiert das Gastgeberland Italien mit vier außergewöhnlichen Raumensembles, darunter dem berühmten *Schneckenraum*. Die in Turin präsentierten Werke beider Künstler demonstrieren auf ganz unterschiedliche Weise die Suche nach einer neuen ästhetischen Sprache und Ornamentik am Beginn des 20. Jahrhunderts.

Neue Materialästhetik: Massive Qualitätsverluste durch Verwendung minderwertiger Materialien und schlechter Verarbeitung stürzen das Kunsthandwerk in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in eine tiefe Krise. Kritische Stimmen fordern eine Neubestimmung des Verhältnisses von Material, Form und Funktion. Die Maxime der Materialgerechtigkeit bestimmt an der Wende zum 20. Jahrhundert die Diskussionen um eine Reform des Kunsthandwerks. Wichtige Impulse für diese Revitalisierung kommen aus Japan. Anders als in Europa wird dort nicht zwischen hoher und niedriger, freier und angewandter Kunst unterschieden. Der japanische Künstler-Handwerker wird ebenso zum Paradigma für eine neue Gleichberechtigung der Künste wie die japanische Objektkunst zum Archetypus für die westliche Gestaltung. Die Begeisterung für die japanische Kunst verbindet sich mit der Suche nach neuer Spiritualität und einer Art pantheistischer Natursehnsucht. Neue ästhetische Konzepte und technische Ansätze spiegeln diese sinnliche und zugleich intellektuelle Wahrnehmung. Im Fokus stehen vor allem Glas und Ton, aus denen sich gleichsam alles neu gestalten lässt. Für die Jugendstilkünstler erscheinen gerade diese beiden Materialien dazu prädestiniert, ihrer Vorstellung von Kunst als Schöpfungsakt symbolisch Ausdruck zu verleihen.

---

Kuratorinnen: Dr. Claudia Banz und Dr. Leonie Beiersdorf,

Öffnungszeiten: Di – So 10 – 18 Uhr, Do 10 – 21 Uhr | Eintritt: 10 € / 7 €, Do ab 17 Uhr 7 €, bis 17 Jahre frei

---