



**Elisabeth Dühr (Hrsg.): Ikone Karl Marx. Kultbilder und Bilderkult** Regensburg: Verlag Schnell & Steiner 2013; 328 S., 35 schwarz-weiße und 144 farbige Abb.; ISBN 978-3-7954-2702-3; € 34,95

Anlässlich des 130. Todestags von Karl Marx (1818–1883) im März 2013 zeigt das Stadtmuseum Simeonstift Trier derzeit eine umfangreiche Sonderschau unter dem Titel „Ikone Karl Marx. Kultbilder und Bilderkult“, zu der auch ein umfangreicher Katalog erschienen ist. Die Ausstellung versteht sich als eine wichtige Etappe auf dem Weg zum Jahr 2018, dem 200. Geburtstag des bis heute bekannten Trierers.

Zu Beginn des Begleitbandes geht die Kuratorin der Ausstellung, Beatrix Bouvier, der Frage nach, wie Karl Marx zur Ikone werden konnte.<sup>1</sup> Wie im Fall anderer „Ikonen“ des 19. und 20. Jahrhunderts. Genannt seien Lenin, Stalin aber auch faschistische Führer wie Mussolini, existieren keine Portraits des jugendlichen Marx. Aus einer bürgerlichen Anwalts- und Rabbinerfamilie stammend, verfügte der junge Karl Marx eben nicht über das Privileg, „in Öl“ gemalt zu werden, wie seine spätere Ehefrau Jenny, die aus einer im 18. Jahrhundert geadelten Familie kam und bereits 1836 mit 22 Jahren von einem heute unbekanntem Maler ins Bild gesetzt wurde.

Neben einer zweifelhaft authentischen Zeichnung von 1836 – die allerdings noch in den 1960er Jahren als Vorlage für eine sowjetische Zeichnung Isaak Grin’teins diente – ist eine Karikatur aus dem Revolutionsjahr 1848 das früheste gesicherte Portrait des Revolutionärs, das uns Karl Marx jedoch bereits in der heute noch verbreiteten Physiognomie zeigt. Wichtig erscheint der Hinweis der Autorin, dass hier in den „Fliegenden Blättern“ bereits auf einen Namenszusatz verzichtet wird, Marx’s Aussehen also bereits bekannt genug gewesen sein muss, um von einer breiten Leserschaft erkannt zu werden.

An den Beginn der Legendenbildung und Ikonisierung stellt Bouvier jedoch die Fotografien, u. a. von John Mayall. Diese Fotos dienten denn auch in der Folge als Vorlage für zahlreiche Stiche und Zeichnungen. Wiederum ein interessantes Detail liefert die Autorin mit ihrem Hinweis, dass Karl Marx – soweit bekannt – nie ein Ölgemälde von sich in Auftrag gab, wie es in der Mitte des 19. Jahrhunderts ansonsten durchaus noch üblich war. Die Gründe hierfür sieht Bouvier weniger in einer grundlegenden Skepsis dem Medium gegenüber, als in Marx’s chronischem Geldmangel und der Tatsache, dass die einschlägig geeigneten Künstler, Marx’s Weltanschauung sicher eher fern standen. Zu hinterfragen wäre sicherlich auch, inwieweit allerdings die Möglichkeit der – theoretisch – unbegrenzten Reproduktion eine Rolle bei der Entscheidung für die Photographie gespielt hat, zumal, da die Autorin im Anschluss die Vervielfältigung der Photos für Freunde und Familienangehörige diskutiert. Klar

1 BEATRIX BOUVIER: Karl Marx. Vom Bildnis zur frühen Ikone; in: ELISABETH DÜHR: Ikone Karl Marx. Kultbilder und Bilderkult, S. 11–20

wird jedenfalls in dem Aufsatz, wie das Zusammenspiel von photographischen Vorlagen und Umsetzungen sowie der Druck des ersten wissenschaftlichen Werks „Das Kapital“ zur Verbreitung der Kenntnis eines Bildes von Karl Marx beitrug.

Abschließend untersucht die Autorin den Einfluss der Gegner von Marx auf die zunehmende Verbreitung des nun bereits bekannten Bildnisses dank ihrer vor allem textlichen Dämonisierung des Trierers. So waren es zu Marxs Lebzeiten vor allem Berichte der Polizeispitzel – aus seiner Gegnerschaft – sowie die biografischen Skizzen seines Freundes und Mitstreiters Engels, die für ein weit verbreitetes „Bild“ des Revolutionärs sorgten.

Ein weiterer Beitrag der Co-Kuratorin Barbara Mikuda-Hüttel befasst sich mit dem Aufstieg und Fall von Karl Marx als „Bild-Ikone“ in der Sowjetunion und der DDR.<sup>2</sup> Bereits Beatrix Bouvier hatte deutlich gemacht, dass der Bildkult um Karl Marx sich vor allem nach seinem Tod 1883 intensivierte, und so weist Mikuda-Hüttel zu Beginn noch einmal auf Marxs Ablehnung jeden Personenkults hin. Trotzdem, so die Autorin, wurde er bereits in der frühen Sowjetunion zum Objekt einer fast byzantinischen Bilderverehrung. Dies ist um so erstaunlicher, hatte sich doch auch Lenin noch zu Lebzeiten gegen jede Heroisierung und jeden Monumentalismus gewehrt.<sup>3</sup> Unmittelbar nach dem Tod Lenins – mit der Errichtung des Mausoleums auf dem Roten Platz – nahm jedoch die Idolatrie der beiden wichtigsten Theoretiker des Kommunismus ihren Lauf, wobei diese ab Ende der 1920er Jahre zunehmend durch das Bild Stalins ergänzt wurden. Eindrucksvoll stellt die Autorin dar, wie die Bilder von Marx (im Zusammenspiel mit Engels) und Lenin verwendet wurden, um der „lebenden Heilsgestalt“ Stalin Legitimation zu verleihen und neue technische Errungenschaften wie die Filmprojektion dazu dienten, quasi übernatürliche Erscheinungen bei Großveranstaltungen aufleben zu lassen. Aber die Autorin versäumt es nicht, auch eine Einordnung der zahlreichen biografisch-anekdotischen Bilder von Marx zu versuchen, die sie zu Recht im Zusammenhang mit den unzähligen Bildern von Stalin sieht, die den Diktator als fürsorglichen Über-Vater und beschützenden Führer zeigen.

Daneben verweist Mikuda-Hüttel auf kunsthistorische Vorbilder des Vierköpfschemas von Marx, Engels, Lenin und Stalin seit der Antike und macht mit ihrem Hinweis auf Rodin in Bezug auf Lew Kerbels Marx-Denkmal in Moskau von 1961 deutlich, in welcher Qualitätsstufe sich durchaus einige der entstandenen Arbeiten bewegen. Dass Lew Kerbel, der auch zum Schöpfer des zentralen Marx-Denkmal in der DDR wurde, hier ebenfalls auf seit der Antike gültige Pathosformeln zurückgriff, macht die Autorin in einem weiteren Abschnitt deutlich, ohne die vor allem in den 1950er Jahren geführte „Formalismus“-Debatte auszulassen.

Etwas knapp geraten, angesichts der Fülle bereits vorhandener Literatur, ist da-

2 BARBARA MIKUDA-HÜTTEL: Karl Marx. Aufstieg und Fall einer Bild-Ikone in der Sowjetunion und in der DDR, S. 21–29

3 HANS MAIER: Die Politischen Religionen und ihre Bilder; in: PETER BLICKLE (HRSG.): Macht und Ohnmacht der Bilder. München 2002, S. 485–507; hier: S. 486

gegen ihr abschließender Abschnitt über die Zerstörung (nicht nur) von Marx-Denkmalern nach 1989. Hier hätte man sich eine kurze Debatte etwa im Anschluss an Dario Gamboni gewünscht.<sup>4</sup>

Ein weiterer Beitrag des Bandes stammt von Rudi Maier, der selber eine umfangreiche Sammlung zum Thema „Werbung und Revolte“ aufgebaut hat und widmet sich dem Bild von Karl Marx in der Werbung.<sup>5</sup> Überraschend ist, dass Maier, der unter anderem die „Spiegel“-Jahrgänge 1963–1988 komplett ausgewertet hat, bis zum Ende der 1980er Jahre nur auf knapp ein Dutzend Firmen kommt, die sich der „Ikone Karl Marx“ als Werbeträger bedienen. Dies geschieht meist in ironisierender Art, wie etwa im Fall der Einführung des Macintosh-Rechners 1984, wo Apple seinen neuen Rechner den „Klassikern“ der kommunistischen Lehre von Marx, Engels, Lenin und Mao an die Seite stellt.

Maier zeigt darüber hinaus aber auch auf, wie die Verwendung der sozialistischen Ikonen nach 1989 auch in kapitalistischem Zusammenhang explodierte. Nach wie vor finden sich ironische Ansätze wie jener der „Salomon Brothers“, die sich empfehlen, Marx gegen Dollars zu handeln, aber es finden sich auch bald großformatige Anzeigen, die Marx wesentlich näher seinem Ursprung, regierungs- und globalisierungskritisch einsetzen. Abschließend verweist Maier noch auf eine Mitmachkampagne des Radiosenders „BigFM“ von 2008 und liefert damit einen gelungenen Übergang zum letzten Aufsatzbeitrag des Kataloges von Dorothee Henschel.<sup>6</sup>

Im Anschluss an eine Bemerkung von Eric Scherer, den Direktor bei „France Télévisions“ untersucht Henschel darin, wie das Web 2.0 im Verhältnis zu Karl Marx die Öffentlichkeit und die Kommunikation verändert hat und welches Bild von Marx im Web 2.0 vermittelt wird.

An den Beginn stellt die Autorin ein Zitat von Karl Marx aus dem Jahr 1842, in dem dieser sich zur Pressefreiheit äußert und sie nicht nur als vor der Zensur geschützt, sondern auch als wirtschaftlich unabhängig definiert. Über diese Definition Marxs gelangt die Autorin zu der Feststellung, dass erst der Strukturwandel des WorldWide-Web zu einem sozial interagierenden Medium diese Forderung von Karl Marx – ansatzweise – erfüllt. Anhand von Wikipedia, Facebook und YouTube mit ihrem prinzipiell laienhaft möglichen Zugang untersucht Dorothee Henschel im Anschluss, inwieweit das Web 2.0 den Revolutionär noch als „Ikone“ zulässt. Für Wikipedia konstatiert die Autorin zunächst ein Bild, das der traditionellen Bildvorstellung von Karl Marx vollständig entspricht, eine Feststellung, die auch für die bildlichen Darstellungen auf YouTube gilt, wenn auch hier, neben Darstellungen seiner Philosophie, zahlreiche Beiträge ironische Auseinandersetzungen in der Art von Monty Python beinhalten.

Zwar häufig auch in anderem Kontext, bedient sich „Facebook“ ebenfalls der

4 DARIO GAMBONI: *Zerstörte Kunst. Bildersturm und Vandalismus im 20. Jahrhundert*. Köln 1998; hier besonders: *Der Sturz der kommunistischen Denkmäler*, S. 55–94

5 RUDI MAIER: *Marx. Macht. Werbung. Was das Bild von Karl Marx uns erzählt*; in: ELISABETH DÜHR: *Ikone Karl Marx. Kultbilder und Bilderkult*, S. 31–37

6 DOROTHÉE HENSCHEL: *World Wide Marx. Karl Marx und das Web 2.0*; in: ELISABETH DÜHR: *Ikone Karl Marx. Kultbilder und Bilderkult*, S. 39–45

tradierten Abbildungen von Karl Marx und greift wiederum vorwiegend auf die bereits im 19. Jahrhundert entstandenen Photographien von John Mayall zurück, so die Autorin zum Abschluss ihres Beitrages. Dennoch, darauf weist Dorothee Henschel hin, liefert das Web 2.0 kein einheitliches Bild von Marx, bedingt durch das individuelle Rezeptionsverhalten seiner Nutzer. Ob sich allerdings durch derart individualisierte Inhalte Karl Marx als Ikone zunehmend verliert oder neben den individuellen Interpretationen auch weiterhin ein gemeinschaftliches Bild als Ikone bestehen bleibt, bedarf sicherlich weiterer Untersuchungen.

Nach den Essays folgt ein umfangreicher Katalogteil, der sich dadurch auszeichnet, sämtliche 160 Ausstellungsobjekte in sieben Gruppen qualitativ hochwertig abzubilden und jeweils mit einem anspruchsvollen Begleittext zu versehen. Besonders hervorzuheben ist der dritte Abschnitt, der Karl Marx im Historienbild gewidmet ist. Eine intensive Kooperation des Trierer Simeonsstifts mit dem Russischen Staatsarchiv für sozio-politische Geschichte in Moskau hat hier möglich gemacht, zahlreiche, bisher in Westeuropa wenig bekannte Arbeiten sowjetischer Künstler einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

Der Band wird damit seinem Anspruch voll umfänglich gerecht, einen Bogen zu spannen über fast anderthalb Jahrhunderte einer facettenreichen, vorwiegend politischen Ikonographie und zeigt auf, welche Veränderungen, aber auch Gemeinsamkeiten zwischen den frühen Photographien des 19. Jahrhunderts bis zum Web 2.0 des 21. Jahrhunderts bestehen.

DIETER MARCOS

*Doha*



**Lorenz Dittmann, *Weltbilder moderner Kunst. Werke von Kandinsky, Klee, Beckmann, Mondrian, Kokoschka im Licht phänomenologischer Philosophien* (Studien zur Kunst, 26), Böhlau Verlag Köln Weimar Wien 2013 (293 Seiten)**

#### **Einführung:**

Lorenz Dittmann widmet sich in seinem Buch „den begrifflichen und sachlichen Entsprechungen zwischen Weltbildern moderner Kunst und gleichzeitigen phänomenologischen Philosophien“ (Verlagstext, Umschlagrückseite). Hierzu zieht der Autor die Künstler Wassily Kandinsky, Paul Klee, Max Beckmann, Piet Mondrian und Oskar Kokoschka heran – sowohl theoretische Äußerungen, als auch deren Kunst – und vergleicht diese mit Aussagen und Ansätzen der drei wohl bekanntesten und einflussreichsten deutschen Philosophen der Phänomenologie: Edmund Husserl, Martin Heidegger und Hedwig Conrad-Martius.