

des alten Kaisers als vorbildlich für des Christen Erdenwandel propagierte.

Die Kombination der Bildnisse, unter denen die Darstellung Friedrichs III., des Kaisers der 99 Tage, fehlt, erinnert in dieser Zusammenstellung besonders an die erheblichen Anstrengungen Wilhelms II. und seiner Zeitgenossen, das Andenken des biederen, zurückhaltenden Wilhelms I., des »Heldenkaisers«, zu pflegen und jenseits der geschichtlichen Wirklichkeit über dessen Gestaltungswillen und dessen unmittelbare Einflußnahme auf das politische Geschehen, Mythen zu etablieren, die dann im populären Schrifttum

von der Welt geachtetes, von den Feinden gefürchtetes Vaterland.

Dieser Personenkult fand Ausdruck in den – allerdings letztlich vergeblichen – Bemühungen, den Herrschernamen für den »Heldenkaiser« um den Zusatz »der Große« zu erweitern und damit nicht zuletzt Traditionsketten zum mittelalterlichen Kaisertum zu knüpfen, oder auch in der Errichtung von Denkmälern, die dem ersten Kaiser der Hohenzollerndynastie in vielen Orten gewidmet worden sind. Besonders die hundertste Wiederkehr des Geburtstages des alten Kaisers im Jahre 1897 bot Anlaß, diesem ausgiebigst zu huldigen. Man darf vermuten, daß

schen Feierlichkeiten die Erinnerung an seinen Großvater propagierte und fördern ließ, beabsichtigte er, den monarchischen Gedanken und die Reichsgesinnung zu kräftigen, darüber hinaus aber auch das eigene Erscheinungsbild als Machtfaktor zu inszenieren. Im Rückblick steht der viele Glanz, mit dem Wilhelm II. das Kaisertum auszustatten versuchte, in eigentümlichen Widerspruch zu den Zeitströmungen, in denen als Folge der Industrialisierung Anonymität und Unübersichtlichkeit alle Kreise menschlichen Lebens zunehmend erfaßten. Indessen ließ sich der wilhelminische Herrscherkult in der Relativierung vielfältig



Fahrentücher mit den Porträts der Kaiser Wilhelm I., Wilhelm II. und der Kaiserin Auguste Viktoria

vielfältig weitergetragen wurden. Da heißt es etwa in der bilderreichen Sprache der Epoche, daß Wilhelm I., eben der »Heldenkaiser«, das »Dornröschen Germania aus dem Zauberschlaf« aufgeweckt habe und selbst der nüchterne Analytiker wirtschaftshistorischer Konstellationen, Gustav Schmoller, wollte sich in einer Rede auf den ersten Hohenzollernkaiser den Erwartungen seiner Hörer nicht entziehen: ihn bewegten Gefühle des Dankes und der Verehrung für die Person des unvergeblichen Monarchen, Gefühle des stolzen Patriotismus, gab dieser doch erst wieder ein starkes,

die Tücher für die Fähnchen, die in ihren horizontal verlaufenden Kanten die seit 1892 formell gebräuchlichen Farben der Nationalflagge Schwarz-Weiß-Rot zeigen, zu einer der vielen Festgelegenheiten des Kaiserreichs verbreitet worden sind, vielleicht bei den sogenannten Kaisertagen, dem Geburtstag oder dem Todestag Wilhelms I., möglicherweise aber auch bei den Sedanfeiern am 2. September, die immer wieder Möglichkeiten eröffneten, Wilhelms des Großen Anteil an dem Sieg über Frankreich oder an der Reichsgründung besonders herauszustellen.

Indem Wilhelm II. bei patrioti-

artikulierter Kritik doch auch mit den Hinweisen auf eine allgemeine Neigung zu gesteigertem individuellem Leben oder mit der Frage nach der Leistungsfähigkeit farbloser Staatsrepräsentation für die moderne Gesellschaft als zeittypisch rechtfertigen. Solche Diagnose des nationalliberalen Historikers Hermann Oncken (1869–1945) aber weist über Problemlagen des Kaiserreichs hinaus auf Gefährdungen, die im späteren Verlauf der deutschen Geschichte manifest werden.

Bernward Deneke

»So viel Aufwand – für was?«

40 Jahre Wahlkampfwerbung in der Bundesrepublik Deutschland

Eine Ausstellung des Kulturgeschichtlichen Museums Osnabrück im Museum Industriekultur Nürnberg

In dieser Ausstellung wird das Thema Wahlkampfwerbung zusammenhängend behandelt, und zwar anhand von Wahlplakaten der Bundestagswahlkämpfe von 1949 – 1987. Die Plakate veranlassen zu einer Auseinandersetzung mit dem deutschen Parteiensystem, mit dem Selbstverständnis der Parteien und ihrer Präsentations-

tion in der Öffentlichkeit. Darüber hinaus ist das Wahljahr 1990 Anlaß, in der Ausstellung politische Werbung und ihre Mechanismen in Beziehung zur tatsächlichen Politik zu setzen. Denn man erinnert sich kaum noch, welche Themen die Wähler an den bisher 11 Wahlen zum Deutschen Bundestag beschäftigten, Wahlslogans wie

»Wohlstand für Alle«, »Sicherheit für die 70er Jahre«, »Freiheit statt Sozialismus«.

Im Vergleich zum heutigen professionalisierten Wahlkampf sind die Anfänge voller Argumente und Appelle, neben der Argumentationsvielfalt herrscht gestalterisches Chaos. Die beiden ersten Wahlen 1949 und 1953 zeigen die

kontroverse Diskussion um die Wirtschaftsordnung und auch das Verhältnis zu den Alliierten. Seit 1957 werden die Begriffe schon stereotyp: Friede, Freiheit, Einheit, Wohlstand, Sicherheit, und schließlich wurde »keine Experimente« zum geflügelten Wort für konservative Politik.

Die Professionalisierung, d.h. die Übernahme der Prinzipien der Markenartikelwerbung, begann in den 50er Jahren und setzte sich vollends durch, als sich 1959 mit dem Godesberger Programm der SPD die gesellschaftlichen Vorstellungen der großen »Volksparteien« nur mehr graduell unterschieden. Durch das Fernsehen personalisierte sich der Wahlkampf dann immer mehr in den Spitzenkandidaten. Die Meinungsforschung endlich führte dazu, die statistisch erfragten Erwartungen, Hoffnungen und Ängste der Wähler diesen als Themen zur Entscheidung im Wahlkampf zurückzugeben. Und 40 Jahre hindurch hielt sich



daneben immer auch das Geschäft mit der Angst vor »Chaos«, »Bolschewismus«, »Sozialismus«, ebenso wie die Diffamierung des politischen Gegners.

So bietet die Ausstellung mit ca. 200 Plakaten die Möglichkeit, durch Vergleichen Entwicklungen herauszuarbeiten, wie z.B. Gewichtung von Sachthemen, Herausstellung von Spitzenkandida-

ten, Politische Symbolik, Beispiele für »unpolitischen« Wahlkampf, Arbeit mit der Angst, Arbeit mit Witz, die »alternative« Wahlwerbung der Grünen.

Die Ausstellung wird vom Museum Industriekultur in Zusammenarbeit mit dem Kunstpädagogischen Zentrum, Abtlg. Schulen, im Germanischen Nationalmuseum gezeigt.
Elfie Albert

SAPIENTI SAT

(Dem Verständigen zur Genüge)

Dieses Motto vereint vom 9. Februar bis zum 4. März sechs jüngere, in Hamburg ansässige Maler, die verschiedenste Aspekte figürlicher Malerei vertreten. Susanne Virta, 1948 geboren und als einzige auch gebürtige Hamburgerin, läßt Figuren schemenhaft aus Schraffuren auftauchen oder bedroht sie durch ein virtuelles All-over aus Gestricheltem. Das, was kräftemäßig nur angelegt, nicht ausgelebt ist, wird oftmals durch das mehrmalige Überleben von bereits bemalten Papieren in seiner Tiefe gesteigert. Eine andere Form von Anonymisierung bevorzugt die 1947 geborene Beate Wassermann, die ihre Figuren ornamental anlegt. So ist sie diejenige, die am weitestgehenden ungegenständlich arbeitet, in einen Bereich zwischen raumgreifenden Formen und ausschnitthaft gesehener Figur vordringt. Wie ein Leitmotiv taucht der Flügel auf, und als mythologische Grenzerfahrung steht ihr Ikarus vor Augen, dem sie nachspürt. Eine ihre letzten Ausstellungen war betitelt »Warum sehen wir die Engel nicht«. Die Figurenkompositionen des 1950 geborenen Ralf-Rainer Odenwalds sind eigentlich Figurenlandschaften. Das ist weniger bezogen auf die Zahl des auftretenden Personals, vielmehr hat die in existenzieller Auffassung gemalte Figur einen Binnenstruktur, die nichts zu tun

hat mit Kleidung, dafür sehr viel mit einer Landschaft. Die oft pastos-schroffigen Ölgründe seiner Bilder stehen mit ihrem, das haptische Begehren weckenden Farbauftrag im Gegensatz sowohl zur stillen Farbigkeit als auch zum selbstgenügsamen Tun der Figuren. »Die umgebende Farbfläche vibriert, taucht die Figuren in einen eigenen Kosmos, fängt sie auf, trägt sie, verleiht ihnen eine Aura, die an den goldenen Grund mittelalterlicher Ikonen erinnert.« (Doris v. Drateln). Witzig und verspielt hingegen treten die Nach-Bilder großer Vor-Bilder des 1946 geborenen Jadranko Rebec auf. Er würzt



Susanne Virta: Dunkle Figur

das déjà vu mit Ironie oder visualisiert eine an kleinen Freuden hängende Gefühlswelt in poetischen Guckkästen (voller Tango-paare oder den eben verlassenen Instrumenten einer Bauernkapelle). Zum Bild wird ihm dann sogar gelegentlich ein selbstgebautes Möbelstück, das Nachdenken über Kunst entfremdet einen Paravent oder die Säulen einer U-Bahnstation. Ralf Jurszo, Jahrgang 1947, nimmt (analog zu den uns täglich erreichenden Plottergrafiken) die Welt als Schablone für Piktogramme. Die Einfachheit dieser assoziativ vereinigten Bildvorstellungen hat zu tun mit den Experimenten der russischen Avantgarde. Die Selbstbewusstheit der Figuren jedoch ist nur vorgetäuscht, bei Jurszo simulieren sie sich weg aus ihrer personhaften Leere. Trivialität wird so neu geordnet, vor allem in seinen, die Malerei begleitenden Linolschnitten oder Fotocollagen. Der 1951 geborene Jürgen Brockmann schließlich führt in private Mythologien, wie sie in moderner Archaik auch das Personal Cucchis oder Sarmentos in seiner Gebärdensprache vorführt. Körperinnenräume als Fluchtpunkte von stilisierten Wesen, die bedrängt sind von der düsteren Farbigkeit kosmischer Räume, die gedrängt sind in Vereinzelung.

Hans-Peter Miksch