



Abb. 1: Erich Heckel, Selbstbildnis mit Kaktus, um 1917, Holzschnitt, Motiv: 36,6 x 30,3 cm, Blatt: 43,8 x 35,0 cm. Sign. unten rechts: Erich Heckel; eigenhändig bez. unten links: Probedruck; von fremder Hand (?) bez. u. r.: 700 (Bleistift), Inv. H 7980, Kapsel 1464 (Foto: Georg Janßen, GNM © Nachlass Erich Heckel, Hemmenhofen).

Selbstbildnis mit Kaktus

Ein unikaler Holzschnitt von Erich Heckel (1883–1970)

BLICKPUNKT JULI. „Er [Der Holzschnitt] war vielleicht die originellste Hervorbringung einer neuen Kunstweise, die man Expressionismus genannt hat.“ (Hartlaub 1947)

Die Druckgrafik nimmt im Œuvre Erich Heckels wie auch der anderen „Brücke“-Künstler eine herausragende Stellung ein. Einen deutlichen Schwerpunkt bildet der Holzschnitt: Frühzeitig erkannte die expressionistische Avantgarde in Deutschland die individuellen Ausdrucksmöglichkeiten dieser Technik jenseits ihrer im 19. Jahrhundert dominanten Funktion als grafisches Reproduktions- und Illustrationsverfahren. Bereits die zweite Ausstellung der Künstlervereinigung „Die Brücke“, zu deren Gründungsmitgliedern Heckel 1905 gehörte, umfasste ausschließlich Holzschnitte. Typisch für die Arbeiten dieser Gruppe sind die meisterhafte Reduktion der Formen und die stark kontrastierenden schwarzen und weißen Flächen. Neben der Orientierung an Werken des Jugendstils und des Symbolismus war hierfür die Begegnung mit außereuropäischer Kunst ausschlaggebend.

Erste Holzschnitte fertigte Heckel schon als Gymnasiast in Chemnitz, wozu ihn möglicherweise der Zeichenunterricht

im örtlichen Kunstverein inspirierte: Der Holzschnitt ist, im Unterschied zu Radierung oder Lithografie, die besondere technische Kenntnisse voraussetzen, ein einfaches Verfahren. Der Holzstock kann mit dem Konturenmesser oder Hohleisen spontan bearbeitet werden, für den Druck benötigt man nicht unbedingt eine Druckpresse, denn manuell lassen sich Reiberdrucke herstellen. Erich Heckel arbeitete für seine Schnitte mit dem Langholz verschiedener Baumarten, als Werkzeuge dienten ihm Messer, Hohleisen und Geißfuß. Von Beginn an verwendete er den Flächenholzschnitt, bei dem feine eingravierte Linien eine untergeordnete Rolle spielen. Stattdessen wird häufig die Maserung des Holzes im Druck sichtbar gemacht.

Der hier thematisierte Holzschnitt Heckels zeigt das vom oberen und unteren Bildrand angeschnittene, nahsichtige Brustbild eines Mannes von etwa 30 bis 40 Jahren (Abb. 1). Auf das Alter verweisen der hohe Haaransatz an Stirn und Schläfen sowie die kräftigen Linien in der Augen- und Mundpartie. Den übergroß wirkenden Kopf leicht nach rechts gewandt, schaut der Dargestellte mit seinen eng zusammenstehenden Augen am Betrachter vorbei. Offenbar befindet er sich in einem Innenraum, denn rechts im Hintergrund ist auf einem Tisch oder einer Fensterbank stehend ein eingetopfter Weihnachtskaktus (Schlumbergera) zu erkennen.

Mit diesem Holzschnitt, der 1978 als Geschenk aus Privatbesitz in die Grafische Sammlung kam, bewahrt das Germanische Nationalmuseum ein druckgrafisches Unikat. Es handelt sich um ein Selbstporträt des bekannten Künstlers, von dem nur dieses eine Exemplar bekannt ist und das sowohl in dem 1964 von Annemarie und Wolf-Dieter Dube publizierten Werkverzeichnis wie auch in späteren Katalogen fehlt. Auf den ersten Blick lässt dieser Umstand an der Authentizität des Blattes zweifeln. Es fügt sich jedoch stilistisch wie technisch widerspruchlos in eine Reihe von Männerbildnissen ein, die Heckel 1917 schuf. Insbesondere ähnelt es einem in diesem Jahr in Holz geschnittenen Autoporträt, auf dem sein von kräftigen Schatten und Linien geprägtes Konterfei nach links aus dem Bild blickt (Dube 306, Abb. 2). Auch hier trägt der Dargestellte ein dunkles, hochgeschlossenes Hemd oder einen Pullover, der das Bild zum unteren Rand hin abschließt. Im Hintergrund ist eine Topfpflanze dargestellt, vermutlich eine Clivia ohne Blüten, die wie die Schlumbergera motivisch an die Kakte- und Amaryllisgewächse der Malerei der Neuen Sachlichkeit erinnert. Die Blätter der Pflanze ragen über den Kopf des Künstlers und verschaffen ihm so mehr Freiraum. Es ist



Abb. 2: Erich Heckel, Bildnis E. H., 1917, Holzschnitt, Motiv: 36,8 x 29,8 cm
(© Nachlass Erich Heckel, Hemmenhofen).

sehr wahrscheinlich, dass unser Holzschnitt ebenfalls 1917 entstanden ist. Dafür spricht – neben der für diese Zeit typischen Signatur Heckels – der Umstand, dass zu der Schenkung ein zweiter signierter Holzschnitt des Künstlers aus dem Jahr 1917 gehörte (Dube 309). Der Künstler muss das Blatt schon frühzeitig verkauft haben, zumindest vor 1956, als er der Erstellung eines Werkverzeichnisses zustimmte und nun ein möglichst vollständiges Archiv seiner eigenen Druckgrafik anlegen wollte. Insbesondere von den frühen Druckstöcken wurden nur wenige Abzüge hergestellt, sodass von manchen Holzschnitten nur einzelne Exemplare existieren.

Obschon es sich bei dem Selbstporträt um einen qualitativ guten Druck handelt, war Heckel mit dem Ergebnis wohl unzufrieden, verwarf die Komposition und fertigte als eine Art Variante das „Bildnis E. H.“ mit der Clivia an. Darauf verweisen das spiegelbildliche Verhältnis und die nahezu identischen Maße. Mit Blick auf die Entstehungszeit wäre zudem denkbar, dass weitere Abzüge bzw. der Druckstock in den Wirren des Ersten Weltkriegs verloren gingen. So war Heckel von 1915 bis 1918 als Freiwilliger im Sanitätsdienst in Ostende (Belgien) tätig. Neben der anstrengenden und häufig deprimierenden Pflege der verwundeten Soldaten fand er in seinem Sanitätszug, der fast ausschließlich aus Malern und Schriftstellern bestand, jedoch Zeit für künstlerische Arbeit. Aller Materialknappheit zum Trotz schuf Heckel dort eine hohe Anzahl von Gemälden, darüber hinaus Grafik wie Lithografien und Holzschnitte. Das Holz hierzu stammte zum Teil aus dem Mobiliar des zerschossenen Seebahnhofs in Ostende. Abzüge wurden entweder per Hand gefertigt oder von einem Drucker in Brügge. In einigen Fällen sandte Heckel die Holzstöcke an seine Frau in Berlin. Auf diese Weise konnte er sich während der Kriegsjahre auch an einer Reihe von Ausstellungen in Deutschland beteiligen. Im Januar 1918 waren mehrere Holzschnitte Heckels im Grafischen Kabinett von I. B. Neumann (1887–1961) in Berlin zu sehen, vermutlich gehörte zu den Exponaten auch das „Bildnis E. H.“. Darauf deutet zumindest die Rezension von Franz Servaes (1862–1947) in der Vossischen Zeitung vom 21. 1. 1918 hin, in der von einem „Hang zum Ausgezehrten, Ausgedörnten“ die Rede ist, „wenn alle [dargestellten] Menschenköpfe hohläugig und wangenpfahl [...] einen anschauen“.

Tatsächlich handelt es sich bei dem Nürnberger Selbstbildnis wie auch allen anderen Porträts Heckels nicht um die rein ästhetische, sachliche Schilderung eines Menschen. Vielmehr reflektiert es die im Ersten Weltkrieg trotz aller

aus dem Dienst als Krankenpfleger resultierender Privilegien erfahrene Angst und das persönliche Leiden des Künstlers. Dabei beschränkt sich Heckel auf die Darstellung des inneren Erlebens, auf das intellektuelle Bild des nachdenklichen, melancholischen, psychisch angegriffenen Selbst. Auf dem Blatt unterstreichen dies seine markante Kopfform mit der hohen Denkerstirn, die durch ein schmales Kinn zusätzlich betont wird, sowie die tiefliegenden, von dunklen Ringen gerahmten Augen.

Die fokussierte Betrachtung zeigt, dass die ausdrucksstarken Holzschnitte Heckels zu Recht gleichsam als Synonyme für die Druckgrafik des deutschen Expressionismus gelten. Auch das singuläre Nürnberger Blatt gibt dafür ein signifikantes Beispiel.

► CLAUDIA VALTER

Für Hinweise zur Authentizität des Holzschnitts danke ich Hans Geissler, Nachlass Erich Heckel, Hemmenhofen.

Literatur:

Hartlaub, G.F.: Die Grafik des Expressionismus in Deutschland. Stuttgart, Calw 1947, S. 21. – Annemarie u. Wolf-Dieter Dube: Erich Heckel. Das Graphische Werk. Bd. I, Holzschnitte. Berlin, New York 1964. – Monika Heffels: Erwerbungsbericht Kupferstichkabinett. In: Anzeiger des Germanischen Nationalmuseums 1979, S. 178–179. – Susanne Richter: Erich Heckel. Holzschnitte aus dem Kupferstichkabinett der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe. Ausst.Kat. Staatliche Kunsthalle Karlsruhe. Karlsruhe 1997. – Günther Gercken: Der „Brücke“-Holzschnitt. In: Magdalena M. Möller (Hrsg.): „unmittelbar und unverfälscht“. Aquarelle, Zeichnungen und Druckgraphik der „Brücke“ aus dem Brücke-Museum Berlin. Ausst.Kat. Brücke-Museum Berlin, München 2003, S. 35–49. – Magdalena M. Möller (Hrsg.): „unmittelbar und unverfälscht“. Aquarelle, Zeichnungen und Druckgraphik der „Brücke“ aus dem Brücke-Museum Berlin. Ausst.Kat. Brücke-Museum Berlin, München 2003. – Heinz Spielmann u.a. (Hrsg.): Die Maler der Brücke: Karl Schmidt-Rottluff, Erich Heckel, Ernst Ludwig Kirchner, Fritz Bleyl, Emil Nolde, Max H. Pechstein, Cuno Amiet, Axel Gallén-Kallela, Otto Mueller, Kunst der Naturvölker. Ausst.Kat. Stiftung Moritzburg, Kunstmuseum des Landes Sachsen-Anhalt, Halle 2005, S. 212, Nr. 478. – Aya Soika: Erich Heckel im Ersten Weltkrieg. In: Magdalena M. Moeller (Hrsg.): Erich Heckel. Aufbruch und Tradition. Eine Retrospektive. Ausst.Kat. Brücke-Museum Berlin, München 2010, S. 76–87.

Elf Krummholzstöcke aus den „Wartehallen des Krieges“

BLICKPUNKT AUGUST. „Im Stellungskrieg hat es sich zu einer Gewohnheit herausgebildet, daß jeder Frontsoldat sich einen Spazierstock aus einer Baumwurzel schnitzt. Ich habe eine Anzahl solcher manchmal recht origineller Stöcke gesammelt und [...] bin mit Freuden bereit, diese ‚Spazierstöcke‘ der Kriegssammlung geschenkweise zu überlassen.“

Mit diesen Worten bot Rudolf Herold (1879–1917), ein aus Erlangen stammender Theologe, der 1916 im Kriegslazarett Jarny bei Metz als Johanniterpfarrer eingesetzt war, dem Germanischen Nationalmuseum „11 rohgeschnitzte Naturstöcke aus den Schützengraben der deutschen Front im Westen“ an. Diese Stöcke wurden dem Museum im Juli 1916 übergeben und unter den Inventarnummern T 3550 bis T 3560 in die Sammlung Textilien und Schmuck aufgenommen, in der bereits eine Reihe von zivilen Spazierstöcken vorhanden war.

Die von Rudolf Herold gesammelten Stöcke sind vermutlich die letzten Spuren ihrer vormaligen Besitzer, die als verletzte Frontsoldaten in das Lazarett von Jarny eingeliefert wurden und dort verstarben. Bedauerlicherweise gibt die knappe Korrespondenz, die diese Schenkung an das Germanische Nationalmuseum begleitet, keine weiteren Aufschlüsse über Namen, Herkunft, Alter oder über das weitere Schicksal der jeweiligen Soldaten.

Diese singuläre Gruppe der Schützengrabenstöcke unterscheidet sich deutlich von allen anderen vorhandenen Spa-

zierstöcken. Alle elf Stöcke wurden aus vorgefundenem Ast- und Wurzelholz verschiedener Baumarten unter Verwendung einfacher Messer geschnitzt. Die Hölzer zeigen teilweise einen besonderen Wuchs, wie schraubenförmige Windungen im Schaft oder besonders konturierte Wurzeln, die als Griffe genutzt wurden. Mancher Stockgriff lässt an die Kopfform von Raub- oder Wasservögeln denken, andere erinnern an Schlangenköpfe.

Ein Stock wurde im oberen Bereich mit einer metallischen Zwinde versehen und trug ursprünglich offenbar eine heute verlorene metallische Spitze, die sich an der dunklen Verfärbung des Holzes noch erahnen lässt. Die hierfür genutzten Metallbleche stammten vermutlich von Munitionsüberresten. Ein anderer Stock, dessen glatter Schaft lediglich einige dunkle Flecken aufweist, trägt im oberen Bereich den eingekerbten Namen „Kunze“ des ursprünglichen Besitzers. Die meisten Stöcke wurden entrindet und glattgeschliffen; lediglich drei Stöcke verfügen in weiten Teilen über die ursprüngliche dunkle Rinde.

Die Stöcke gehören zu denjenigen Objekten des Ersten Weltkriegs, die in der Literatur unter dem meist in englischer Sprache verwendeten Sammelbegriff „Trench Art“ (wörtlich: Schützengraben-Kunst) ausführlich behandelt werden. Nicholas J. Saunders, einer der Pioniere der Trench-Art-Forschung, untergliederte erstmalig diesen Objekttypus in zahlreiche Untergruppen und differenzierte dabei auch die Hersteller: einerseits Soldaten an der Front, im Kriegslager oder Lazarett, andererseits Zivilpersonen. Eine große Anzahl von Trench-Art-Objekten entstand weiterhin nach dem Kriegsende als eine beliebte Form der Souvenirproduktion.

Die zahlenmäßig kleinste erhaltene Gruppe stellen diejenigen Objekte dar, die von Soldaten in unmittelbarer Frontnähe oder in Lazaretten hergestellt wurden und bis heute erhalten sind. Viele dieser Objekte hatten einen praktischen Nutzen: Rauchzubehör (Feuerzeuge aus Geschosshülsen, Tabakdosen oder Aschenbecher aus Metallplatten), Schreibutensilien (Brieföffner aus Granatsplittern, Briefhalter aus Kalkstein) oder Kerzenständer aus Metallresten. Einfache Schmuckstücke (Fingerringe, Armreifen) wurden aus verschiedenen Metallstücken gebogen oder neu zusammengesetzt. Auch dekorierte Postkarten, teilweise mit Übermalungen oder Stickereien, haben sich in privater Feldpost erhalten. Schnitzarbeiten in vorgefundenem Holz oder im weichen Kalkstein der Champagne ergaben unterschiedliche Objekte: Bilderrahmen, Briefbeschwerer, Gedenksteine, Miniaturmodelle und eben auch Stöcke.



Abb. 1: Elf Krummholzstöcke aus dem Kriegslazarett Jarny bei Metz, 1916, GNM, Inv. T 3550 bis T 3560 (Foto: Monika Runge).

Allen diesen Trench-Art-Objekten gemeinsam ist ihre emotionale Stärke als „verdinglichte Kriegserfahrung“. Hergestellt wurden sie in den Ruhestellungen des weitverzweigten Schützengrabensystems oder im Lazarett aus den Abfallprodukten des Krieges oder den in der umgebenden Natur gesammelten Materialien. Die im weitesten Sinne künstlerische Weiterbearbeitung dieser „objets trouvés“ führte schließlich im Verlauf der Geschichtsschreibung des 20. Jahrhunderts zur Sammelbezeichnung „Trench Art“, obgleich es sich streng genommen nicht um Kunst handelt.

Der Kriegsalltag an der Front bestand im Wesentlichen aus einem für viele Soldaten schwer zu bewältigenden Wechsel zwischen der extremen Anspannung während der Gefechts-einsätze und dem nachfolgenden Wartezustand mit seiner zermürbenden Eintönigkeit. Der Schriftsteller Gustav Sack (1885–1916) schilderte in einem Brief an seine Frau Paula vom 20. Oktober 1914 seine ersten Tage an der Front: „[...] dann sogleich in den Schützengraben. Eigentlich kein Graben – es ist ein dichter Mischwald mit viel Unterholz, an dessen Rande alle 3–6 Meter jeder seine Höhle oder sein Schutzloch hat; [...] zum größten Teil selbst gebuddelt; auf dem Boden Stroh, ein alter Sack, in den man gerne hineinkriecht, und ein kleiner Haufen Lumpen, der als Kopfkissen dient. Ganz wohnlich, nur verteufelt kalt. [...] Der Dienst ist leicht – am Tag eine Stunde Posten und nachts einmal zwei und einmal eine Stunde Horchposten.“



Abb. 2: Krummholzstock aus dem Kriegslazarett Jarny bei Metz, 1916, Detail, GNM, Inv. T 3556 (Foto: Monika Runge).

Die Zeit zwischen den Einsätzen füllten die Soldaten mit den notwendigen Alltagstätigkeiten, mit dem Schreiben von Feldpost und mit kleinteiligen Bastelarbeiten. Im Tagebuch von Anton Kedenich, im Mai 1916 im Elsass entstanden, liest man dazu: „Nach Dienst am Tage in Ruhe, 50 m zurück in einem Unterstand. Diese Leute schmiedeten Ringe aus Geschossen, schnitzten Stöcke usw.“. Ausführlicher ist der Abschnitt „Allerlei Kurzweil im Schützengraben“ in der „Illustrierten Geschichte des Weltkriegs“ (Stuttgart 1915–1919): „In ‚Bereitschaft‘ geht der Soldat, einige Arbeitsstunden ausgenommen, irgendeiner nützlichen Beschäftigung nach. [...] Diese schneidigen und unternehmungslustigen Burschen sind es, die das Handwerk in den Schützengraben verpflanzt haben. Sie suchten nach einer Beschäftigung, um die öden Gefechtspausen etwas kurzweiliger zu gestalten.“



Abb. 3: Krummholzstock aus dem Kriegslazarett Jarny bei Metz, 1916, GNM, Inv. T 3552 (Foto: Monika Runge).

ten, und eines Tags ließ sich einer von ihnen Feilen, Hammer, Zangen und einen kleinen Amboß aus der Heimat schicken mit denen er sich als Ringfabrikant einführte. [...]. Die Geschäfte gehen glänzend. Es kann nicht schnell genug geliefert werden, weil doch nun jeder gerne solch einen Ring als Andenken an den Schützengraben nach Hause bringen möchte.

Eine andere, gleichfalls recht lohnende Beschäftigung ist das Suchen und Schneiden von Knüppelstöcken. An die Stelle des langen Säbels ist im Stellungskrieg der Knüppelstock getreten. Die schlüpfrigen Wege auf glitschigem Lehm sind nur mit Hilfe eines kräftigen Stützstockes zu begehen. Das schwache Unterholz der französischen Wälder liefert prächtiges Material für zähe und doch leicht zu bearbeitende Bergstöcke. Diese brauchen nicht erst künstlich gebogen zu werden, die Krümmung bis zur Wurzel gibt den Handgriff. Er wird geschnitzt. Meist mit viel Geschick und Geschmack. Bald sieht man einen Napoleonskopf, [...] bald wird es ein Eulenkopf oder gar ein Wildschweintrüssel, und unten schützt eine kräftige Zwinge gegen vorzeitige Abnutzung. [...]

Beschäftigung im Schützengraben ist übrigens das allerbeste Mittel, um die Nerven des Soldaten zu beruhigen. In Mußestunden, die nicht dem Schläfe dienen, ist ihm eine leichte Beschäftigung nur zuträglich. Sie lenkt ihn ab von der Gefahr, in der er sich stets befindet, und der kleine Nebenverdienst ermuntert ihn und macht ihn zufrieden.“

In dem 1915 veröffentlichten „Ratgeber in der Garnison und an der Front“ appellierte der Autor Heinrich Fitschen



Abb. 4: Krummholzstock aus dem Kriegslazarett Jarny bei Metz, 1916, Detail, GNM, Inv. T 3554 (Foto: Monika Runge).

an die Naturverbundenheit der Soldaten, wenn er schreibt: „Strenge deine Erfindungsgabe nur an, und du wirst stauen über die Möglichkeit der Verbesserung deiner Lage. [...] Suche dem Wald- und Höhlenleben Geschmack abzugewinnen. Du hast doch in deiner Jugend gern den Robinson gelesen. Nun zeig, Kamerad, dass noch ein Hauch von dem Wagemut, dem Abenteuergeiste deiner Altvorderen in dir schlummert.“

Die auf den ersten Blick trivialen Stöcke in ihrer groben Naturverbundenheit sind anschauliche Dokumente der unterschiedlichen Beschäftigungsstrategien der Frontsoldaten in den als „Wartehallen des Krieges“ bezeichneten Gefechtsphasen. Sie versuchten damit gleichzeitig der Langeweile und Erschöpfung, aber auch der Angst und depressiven Apathie entgegenzuwirken. Diese Objekte lenken den Blick weg vom offiziellen Geschichtsbild des Kriegsgeschehens, indem sie vielmehr von der individuellen Alltagsgeschichte des Ersten Weltkriegs erzählen.

► ADELHEID RASCHE

Besuchen Sie unsere aktuelle Sonderausstellung „Kriegszeit im Nationalmuseum 1914–1918“ bis 26. November 2017. Hierzu erschien in der Reihe „Kulturgeschichtliche Spaziergänge im Germanischen Nationalmuseum“ als Band 17 die gleichnamige Publikation, die im Museumsshop erhältlich ist.

Quellen:

Germanisches Nationalmuseum, Historisches Archiv, GNM-Registrierung, Akte 106, Brief von Rudolf Herold an das Germanische Museum, 26. 6. 1916.

Literatur:

Illustrierte Geschichte des Weltkrieges. Stuttgart, 1915–1919. – Heinrich Fitschen: Der Spatenkrieg. Ein Ratgeber in der Garnison und an der Front. Berlin 1915. – Gottfried Korff, Projektgruppe „Trench Art – Kreativität des Schützengrabens“ (Hrsg.): Kleines aus dem Großen Krieg. Metamorphosen militärischen Mülls. Tübingen 2002. – Nicholas J Saunders: Trench art: Materialities and Memories of War. Oxford 2003. – Andrea Fadani, Ulrike Horstenkamp, Gabriele Weidle (Hrsg.): Zwischen den Fronten. Leben und Sterben im Ersten Weltkrieg. o. O. 2014. – Frank Matthias Kammel: Das Museum im Ersten Weltkrieg. In: Kriegszeit im Nationalmuseum 1914–1918. Hrsg. von Frank Matthias Kammel und Claudia Selheim. Ausst.Kat. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg. Nürnberg 2016, S. 14. – Frank Matthias Kammel: Großbaustelle, Mangelverwaltung und der Aufbau einer Kriegsdokumentensammlung. Das Germanische Nationalmuseum im Ersten Weltkrieg. In: Forschungen zur deutschen Kunst. Festschrift für Rainer Kahsnitz; zgl. Zeitschrift des Deutschen Vereins für Kunstwissenschaft 69, 2015/16 (im Druck).

Mitarbeiterfürsorge als Selbstdarstellung

Die Werkszeitschrift der Kaffee HAG im Ersten Weltkrieg

Zeitungen und Zeitschriften im Ersten Weltkrieg

BLICKPUNKT SEPTEMBER. Mit Ausbruch des Ersten Weltkriegs Ende Juli 1914 begann nicht nur eine nie dagewesene personelle Mobilmachung – gleichzeitig setzte auch eine publizistische Offensive bisher ungekannten Ausmaßes ein. Zwar war trotz erheblich gestiegenen Informationsbedürfnisses eine deutliche Stagnation im Bereich der Tagespresse zu verzeichnen, die ihre Ursache hauptsächlich im Wegfall von Abonnenten sowie etwa zwei Dritteln des Annoncenmarktes als ökonomisch tragendem Standbein hatte. Doch standen dem unzählige Neuerscheinungen gegenüber, wie hauptsächlich an Frontsoldaten adressierte, von militärischen Führungsgremien veröffentlichte und deren Meinungsbild spiegelnde Armeezeitungen, aber auch von den Soldaten selbst herausgegebene Feld- und Schützengraben-, Lager- oder etwa Lazarettzeitungen. Von einer Gesamtauflage deutscher Feldzeitungen von drei Millionen ist die Rede.

Eine vor den Kriegsjahren nur selten anzutreffende Publikationsform sind Werks- oder Mitarbeiterzeitschriften – Publikationen, die von Unternehmen periodisch herausgegeben und gewöhnlich kostenlos an die Beschäftigten abgegeben wurden. Sie dienten vor allem der Kommunikation innerbetrieblicher Angelegenheiten, informierten aber auch über Themen von allgemeinem Interesse oder enthielten Unterhaltendes. Der ab 1888 erschienene „Schlierbacher Fabrikbote“ der Steingutfabrik Schlierbach gilt als erste Werkszeitschrift Deutschlands. Aus einer ersten kleinen Gründungswelle 1890/91 sind sechs Titel überliefert, bis 1914 kamen noch einzelne hinzu.

Das Abziehen der Angestellten und Beamten ins Kriegsgeschehen, gepaart mit dem Bedürfnis nach Kommunikation, führte zu einem Aufschwung dieser Publikationsform. Aus dem Ersten Weltkrieg sind an die 150 Organe bekannt – die Auflagenhöhen und Größen der herausgebenden Unternehmen differieren stark. Geografisch beschränkte Bestandsaufnahmen zeigen, dass die Werkszeitschriften nicht nur auf bestimmte Wirtschaftsbereiche beschränkt blieben. Sowohl das produzierende Gewerbe oder Betriebe der Nahrungsmittelproduktion als auch der Handel, Druckereien oder der Dienstleistungssektor gaben eigene Periodika heraus.

Die vermutlich noch während des Ersten Weltkriegs über einen Schriftentausch ins Germanische Nationalmuseum gelangte Mitarbeiterzeitschrift der Kaffee-Handels-Aktien-Gesellschaft (Kaffee HAG) weist viele dieser Elemente auf, belegt aber zudem eine umfangreiche Fürsorge für ihre Mitarbeiter im Feld.

Die „Lustige[n] Kriegsblätter für die im Felde stehenden Angestellten der ‚KAFFEE HAG‘“

Das in Bremen 1906 unter Federführung von Ludwig Roselius (1874–1943) gegründete Unternehmen stellte als erste Firma weltweit koffeinfreien Kaffee her. Parallel zur Errichtung neuer, im Oktober 1907 eröffneter Fabrikanlagen feilte Roselius am Produktprofil und strebte dessen Vereinheitlichung und mithin Entwicklung zu einem der ersten deutschen Markenprodukte an, das durch gleichbleibende Qualität, Namen, Preis und Verpackung gekennzeichnet war. Deren Basisentwurf von Alfred Runge (1881–1946) & Eduard Scotland (1885–1945) entstand bereits im Mai 1907, das Logo mit dem roten Rettungsring wurde im selben Jahr als Markenzeichen eingetragen und prägte seitdem alle Elemente der intensiven Reklametätigkeit der Firma. Die Einbindung fortschrittlicher und namhafter Reklamekünstler sowie die Entwicklung des HAG-Geschirrs mit eigener Optik führten schnell zu einem hohen Wiedererkennungswert.

Roselius übernahm mit seiner Firma 1911 Herausgabe und Druck der 1910 ins Leben gerufenen, monatlich erscheinenden literarischen Zeitschrift „Die Güldenammer“. Mit Kriegsausbruch wandelte sich deren Ausrichtung: Der Untertitel „Der Krieg in amtlichen Depeschen und Dokumenten“ belegt das Bemühen um die Dokumentation der kriegsrelevanten Fakten und das angestrebte Ziel einer lückenlosen Kriegschronik. „Die Güldenammer“ war zum Preis von 5 Mark pro Jahr bzw. 1,50 Mark pro Vierteljahr zu beziehen, wurde aber an die im Feld stehenden Mitarbeiter kostenlos im Rahmen von Liebesgabensendungen geliefert. Zudem wurde sie den Verwundeten aller Lazarette im Deutschen Reich unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

Unmittelbar nach Kriegsbeginn nahm das Unternehmen über Rundschreiben Kontakt mit seinen Mitarbeitern in den Kriegsgebieten und Lazaretten auf. Es folgte ein fließender Übergang über gedruckte Rundschreiben zu einer eigenen „Hauszeitung in bescheidener Aufmachung“, die „nun mehr den Kontakt zwischen unseren Angestellten und uns in idealster Weise aufrechterhält.“ Am 15. 10. 1914 erschien die erste Nummer der „Lustige[n] Kriegsblätter für die im Felde stehenden Angestellten der ‚KAFFEE HAG‘“ in Form eines doppelseitig bedruckten, einfach gestalteten, wöchentlich erscheinenden Blattes. Bis Nr. 19 (18.2.1915) erhielten die einberufenen Mitarbeiter so dem Titel entsprechend überwiegend muntere Beiträge, Witze, Persiflagen, fingierte Anzeigen und Gedichte aus verschiedenen Quellen wie der „Jugend“ oder dem „Simplicissimus“, aber auch von HAG-Mitarbeitern an der Front. Über die Aufla-



Abb. 1: Kriegsblätter der Kaffee-Hag, Nr. 27, 15. Mai 1915, Titelseite. GNM, 4°G 4000ged (Scan GNM, Bibliothek).

genstärke liegen keine Informationen vor. Da sich das Blatt jedoch explizit an die eingerückten Mitarbeiter richtet, zahlreiche persönliche Beiträge enthält und viele Anspielungen nur von Betroffenen verstanden werden konnten, ist davon auszugehen, dass der Adressatenkreis tatsächlich vorwiegend auf die im Titel Genannten beschränkt blieb und sich maximal noch auf die daheim gebliebenen Mitarbeiter erstreckte. Daher ist von einer Auflage zwischen 120 und 250 Exemplaren auszugehen.

Möglicherweise in Anbetracht eigener bedrückender Kriegserfahrungen veranlasste die Firmenleitung eine ernstere Ausrichtung des Mitarbeiterblattes als Informationsmedium. Eine briefliche Mitteilung mit Erläuterungen zu dieser Veränderung bat um inhaltliche Beteiligung der Leser.

„Kriegsblätter der Kaffee-Hag“

Unter diesem Titel präsentierte sich die Zeitschrift ab Nr. 20 vom 1.3.1916 wesentlich umfangreicher, strukturierter und inhaltlich erweitert. Die Hefte bis Nr. 40 (1.5.1916) bestehen aus acht bis 12 Seiten und erschienen unregelmäßig ein- bis dreimal monatlich. Ihr Titelblatt zeigt im oberen Viertel eine Ansicht der – noch nicht fertiggestellten – Bremer Firmengebäude von Ansl Mayer, die andere Werbemedien bereits ab 1915 zierten. Die Werksarchitektur – auch

als Modell bei Auslagengestaltungen integriert – diente der Imagewerbung und stand für die Modernität und Fortschrittlichkeit des gesamten Unternehmens: Bereits in der im Oktober 1907 in Betrieb genommenen, von dem der Reformbewegung angehörenden Architekten Hugo Wagner geplanten Anlage konnten aufgrund des innovativen Einsatzes von Fließbändern und einer teils automatisierten Produktion fast 13.000 Pfund Kaffee pro Tag verarbeitet werden. Der nicht zuletzt durch die massive Produktwerbung erreichte sprunghafte Umsatzanstieg 1913 machte eine Erweiterung der Produktionsanlagen unumgänglich, die im April 1916 fertiggestellt wurden. In einem Abdruck aus der Vereinszeitschrift des Verbandes deutscher Handlungsgehilfen zu Leipzig wird die Rezeption der Firmengebäude deutlich: Lobend erwähnt werden Hygiene und freundliche Baderäume für alle Angestellten und Arbeiter, die auf ein großes soziales Verständnis schließen ließen. Deren Vorbildlichkeit lasse Rückschlüsse auf die Mustergültigkeit der Ware zu.

Ab Nr. 41 rückt die leicht veränderte Ansicht ins Zentrum der mit einer Schmuckbordüre gerahmten Titelseite der Kriegsblätter; darunter der typografisch modern gestaltete Zeitschriftentitel (Abb. 2). Der Schmuckrahmen zierte auch die Seiten im Innern. Der Umfang der nun in 14-tägigem



Abb. 2: Kriegsblätter der Kaffee-Hag, Nr. 41, 15. Mai 1916, Titelseite. GNM, 4°G 4000ged (Scan GNM, Bibliothek).

Rhythmus erscheinenden Hefte bewegte sich nun zwischen 16 und 20 Seiten. Neben einer deutlich aufgewerteten Gestaltung wurde jetzt auch auf eine Papierqualität gesetzt, die den Abdruck von Fotografien ermöglichte. Diese neue Aufmachung kam bereits einmal – bei Heft Nr. 20 (1.3.1916) – zum Einsatz; ob hier ein Prototyp gestaltet worden war, der erst später angewendet werden sollte, oder ob diese Nummer nachträglich ergänzt wurde, ließ sich nicht feststellen.

Inhalt

Das inhaltliche Spektrum gleicht weitgehend der Bandbreite der meisten während des Ersten Weltkriegs erschienenen Mitarbeiterzeitschriften. Wie zu erwarten, beschäftigt sich ein Großteil der Beiträge mit dem Firmenprodukt, also Kaffee, so etwa mit dessen Geschichte, der Anleitung zur richtigen Zubereitung, zu kriegsbedingten Problemen des Kaffeehandels und selbstverständlich den massiven Einschränkungen durch die Beschlagnahme des Rohstoffes und dem Erliegen der Einfuhrmöglichkeiten. Betriebsinterne Informationen, meist unter der Rubrik „Von der Arbeit zu Hause“, dienten u. a. der Vermittlung der unermüdlichen Anstrengungen der Firma zur Gewährleistung ihrer Handlungsfähigkeit bis zum Kriegsende und damit der Zukunftssicherung der heimkehrenden Soldaten. „In dieser schweren Zeit, in der so viele Geschäftszweige darniederliegen und im Rückgang begriffen sind, ist es für einen Angestellten der Kaffee Hag von großer Wichtigkeit, aus direkter Quelle zu erfahren, wie es mit Kaffee steht.“

Daneben gibt es viele persönliche Nachrichten: unter der Rubrik „Mitteilungen“ finden sich etwa Glückwünsche zu Vermählungen, Geburten, Auszeichnungen oder Beförderungen, Genesungswünsche, Danksagungen und Aufzählungen von Besuchen durch Heimaturlauber. Weiterhin sind verschiedentlich seitenfüllende, mit schwarzen Rahmenbalken gekennzeichnete Nachrufe abgedruckt. Die Auswahl der hier exemplarisch und plakativ Betrauten scheint keinem Muster zu folgen. Sowohl die Erinnerung an ehemalige Geschäftspartner als auch an gefallene junge Mitarbeiter waren dieser prominenten Platzierung würdig.

Zu den nur die Belegschaft betreffenden Elementen zählt spätestens ab Heft Nr. 22 (15.3.1915) die Adressenliste der im Felde stehenden HAG-Mitarbeiter mit Angabe ihrer Dienstgrade. Derartige Listen verschickte HAG zuvor offenbar als Rundschreiben. Ab Nr. 26 (24.4.1915) unterblieb die Nennung der Adressen aufgrund eines Zensurerlasses. In jeder Ausgabe findet sich eine Ehrentafel auf der letzten Seite, die Gefallene und Ausgezeichnete aufführt. Rückläufig waren Umfang und Anteil der Scherzbeiträge unter der Überschrift „Lustiger Winkel“ oder „Lustige Ecke“. Offizielle Depeschen oder eine Art Kriegschronologie dagegen wurden ausschließlich von der „Güldenammer“ veröffentlicht. In allen Nummern der Kriegsblätter waren Feldpostbriefe abgedruckt. Ihr Anteil stieg mit der aufwendiger gestalteten

Nr. 41 deutlich an, vor deren Erscheinen ein Rundschreiben mit der Ankündigung des neuen Layouts und einem erneuten Aufruf zu lebhafter Beteiligung verschickt worden war. Auch Material für ein zu erstellendes Kriegsmuseum wird erbeten.

Besagte Beiträge der „feldgrauen Mitarbeiter“ müssen zum einen vor dem Hintergrund der erfolgten oder auch nur drohenden Zensur, zum anderen auch vor der intendierten Publikation beurteilt werden. Gerade letzteres macht ein Charakteristikum eines Großteils dieser Beiträge verständlich: auffallend viele bagatellisieren das Kriegsgeschehen, lassen es als abenteuerliches, leicht zu bewältigendes Geländespiel erscheinen: „Kürzlich gab ein Granätchen in unserem Unterstand die Besucherkarte ab...“. Grausame Details oder gar traumatische Erlebnisse lassen sich nur vereinzelt ausmachen – meist wurde sachlich geschildert, und fast immer folgt auf drastischere Passagen ein versöhnliches Ende, etwa mit einer Beschreibung der idyllischen Landschaft oder des guten Wetters. Die Autoren versuchten so, ihre Schilderungen zu einer Geschichte abzurunden. Neben dem Bemühen um literarisch anspruchsvolle Textbeiträge demonstrierten die „Feldgrauen“ Tapferkeit, Uner-schrockenheit und patriotische Gesinnung gegenüber den Kollegen und der Firma sowie die Intention, sich deren vielfältiger Bemühungen würdig zu zeigen.

Die Feldpost liefert viele Belege für die enge Bindung an den Arbeitgeber und dessen Engagement für seine Mitarbeiter. Es zeigt sich, dass diese unentwegt Post der Kaffee HAG erhielten. Zum einen ergingen informative Rundschreiben und persönliche Briefe, die sich nach dem Befinden erkundigten und etwa Oster- oder Pfingstgrüße überbrachten. Zum anderen trieb Kaffee HAG einen hohen Aufwand an kostenlosen Sachzuwendungen, den sogenannten Liebesgaben, die offenkundig täglich an die Mitarbeiter im Feld verschickt wurden. Auflistungen in den „Kriegsblättern“ belegen ein breites Sortiment an Waren, die im Wechsel, manche jedoch, wie etwa ein Feldkocher, nur einmalig versandt wurden. Regelmäßig erhielten die Kollegen HAG-Kaffee, „Kriegsblätter“ und „Güldenammer“. In Anbetracht der aufgeführten rund 160 Mitarbeiter im Feld, den Lazaretten und in Kriegsgefangenschaft wird sowohl der hohe personelle als auch materielle Aufwand dieser Unterstützung deutlich. In Zusammenhang mit den Liebesgabensendungen wurden die Mitarbeiter über Wünsche befragt und um Rückmeldungen über Zustand, Qualität und Pünktlichkeit der Waren gebeten.

Immer wieder finden sich auch Meldungen über die betriebliche Sozialfürsorge, die sich auf die Familien der eingezogenen Soldaten erstreckte. Zudem gewährte die Firma Kredite für die Kriegsanleihen und stellte auch selbst erhebliche Geldmengen zur Verfügung. Wie das alles – vor allen Dingen in Anbetracht des rückläufigen Umsatzes – aus Betriebsmitteln finanziert werden konnte, bleibt unklar. Das Kollidieren der großen wirtschaftlichen Unsicherheit

des Unternehmens in Kriegszeiten mit der aufwendigen Kontaktpflege kann primär vor dem Hintergrund der allgemein erwarteten kurzen Kriegsdauer verstanden werden.

Motivation und werbliche Aspekte

Neben der Funktion als Medium der betrieblichen Kommunikation, Mitarbeiterbindung und nicht zuletzt moralischen Unterstützung der eingezogenen Kollegen ist jedoch der der Selbstdarstellung der Firma und damit der Reklame von zentraler Bedeutung. Zu tatsächlicher Leserschaft, Kosten oder Auflagenhöhe der Zeitschrift lassen sich keine Angaben finden bzw. aus dem Firmenarchiv erhalten. Doch Aufmachung und Aufwand sprechen dafür, dass sie in erster Linie als Instrument der Selbstdarstellung verstanden wurde; daher steht zu vermuten, dass sich der Rezipientenkreis über die Belegschaft hinaus erstreckte. Manch abgedruckte Zuschrift kann weitere Leser belegen. An Front und Etappe hat sich der Adressatenkreis durch die Weitergabe an Kameraden oder das Auslegen in „Lesestuben“ ergeben. Keine Belege sind dagegen für die Lieferung an Firmenkunden zu finden.

Reklame fand auf unterschiedlichsten inhaltlichen Ebenen statt: Zum einen wurde die konkrete Produktwerbung kommuniziert – die Firma berichtete etwa von aktuellen Inseratkampagnen und legte offenbar auch Anzeigentexte bei – ein Abdruck erfolgte jedoch nur selten (Abb. 3). Zum anderen beinhalten unzählige Auszüge aus der Korrespondenz der Reklameabteilung positive Stimmen über Qualität und gute Verträglichkeit des koffeinfreien Kaffees sowie Nach-

bestellungen. Ärzte und Mitarbeiter von Lazaretten äußern sich entsprechend. Außendienstmitarbeiter berichten aus Demonstrationslokalen, in denen sie Skeptiker überzeugen konnten, und begeisterte Reaktionen auf die von HAG durchgeplante Schaufensterdekorationen unterstreichen das moderne und professionelle Image des Markenproduktes. Diese vielfältigen positiven Reaktionen sind Mittel der Selbstdarstellung der Firma. Der vermeintlich konsolidierte Status des Unternehmens konnte der Kundenbindung und -gewinnung dienen, aber auch als Versicherung der Soldaten, nach Kriegsende wieder in einen zukunftssichernden Betrieb zurückkehren zu können.

Zahlreiche Beiträge „feldgrauer Mitarbeiter“ unterstützten den Reklameaspekt. Ein umfangreicher Artikel Direktor Weidenmanns hatte auf die wünschenswerte Identifikation mit Firma und Produkt eingeschworen. So schrieben viele von positiven Stimmen zu Kaffee HAG oder schickten Fotografien ein, die sie beim Genuss von Kaffee HAG an der Front bzw. in der Etappe zeigen. Dabei kamen demonstrativ Bestandteile des HAG-Markenprodukt-Sortiments zum Einsatz, wie Kaffeedosens, das Geschirr sowie etwa ein Plakat von Ludwig Hohlwein (1874–1949), deren Präsenz an diesen Orten – obwohl belegbar – schwer vorstellbar erscheint (Abb. 4). Doch auch der Reklameleiter der Zigarettenfirma Manoli schrieb von Plakatlieferungen seiner Firma an die Front.

Zudem stellte Kaffee HAG mehrfach Feldpostkarten mit Firmenlogo zur Verfügung und bat darum, diese auch – vorzugsweise nicht für Zuschriften an die Firma – zu



Abb. 3: „Unsere Friedens-Dauerreklame“, Kriegsblätter der Kaffee-Hag, Nr. 45, 15. August 1916, S. 5 (Scan GNM, Bibliothek).



Abb. 4: „Kaffee Hag im Felde“, Kriegsblätter der Kaffee-Hag, Nr. 44, 15. Juli 1916, S. 7 (Scan GNM, Bibliothek).

benutzen. Zusätzlich verschickte sie mehrfach Feldpost-Briefpapier an alle Waffengattungen der im Felde stehenden Heere einschließlich der Marine. Häufiges Thema sind auch die seit September 1913 von HAG herausgegebenen, von Otto Hupp entworfenen Wappenmarken, die über den Kaffeepackungen beigefügte Gutscheine erworben, in speziellen Alben gesammelt werden konnten und immensen Zuspruch erfuhren. Die begeisterten abgedruckten Zuschriften belegen ein erfolgreiches Marketing. Ebenfalls zur Imagewerbung zählen die Berichte über Umfang und Frequenz des Liebesgabenversands sowie über das Bereitstellen koffeinfreien Kaffees für alle Lazarette auf deutschem Boden. Diese Maßnahme führte auch tatsächlich zu zahlreichen Nachbestellungen. Herausgegeben von der Reklameabteilung, vermitteln die Kriegsblätter vorbildhaft persönliche Anteilnahme für die im Felde stehenden Mitarbeiter, patriotische Gesinnung, Modernität durch betriebliche Sozialfürsorge, fortschrittliche Betriebsanlagen und nicht zuletzt das sprichwörtlich an vorderster Front stehende Markenprodukt. Nur auf den ersten Blick als selbstloser, patriotischer Einsatz zu werten, diente doch auch die Dokumentation der „privaten“ Korrespondenz mit den Mitarbeitern sowie die plakative Mitarbeiterfürsorge der Imagewerbung des Unternehmens. Ein Leser schrieb folgerichtig: „Interessanter dünkt mir aber das schöne, fast innige Verhältnis, das aus allen Blättern zwischen Firma und Angestellten leuchtet. Wo die Menschenwürde der Angestellten so geachtet wird, wo diese nicht nur Mittel zum Zweck... da muß die Firma gedeihen, denn da muß ja die Arbeit zur Freude werden.“

Das Ende der Kriegsblätter

Während die innerbetrieblichen Nachrichten des Jahres 1915 die Belegschaft (und möglicherweise auch Kunden) durch Informationen zu rechtzeitig beschafften Kaffeevorräten in Sicherheit wiegten, dürfte die Bekanntmachung der behördlich verordneten, zum 8. April 1916 in Kraft getretenen Beschlagnahme von Kaffee im Wortlaut bei der Leserschaft starke Besorgnis ausgelöst haben. Zwar war zuvor wiederholt die britische Handelsblockade thematisiert worden, doch hieß es noch in Nr. 39 (15.4.1916) im Zusammenhang mit einer Kaffeebestandsaufnahme vom 3.1.1916, dass bei eingeschränktem Konsum die Vorräte noch für etwa ein Jahr ausreichen würden. Finanzielle Engpässe hatten sich bereits durch den stark zurückgehenden Absatz, die inzwischen erheblich gestiegenen Kaffeepreise sowie durch den Wegfall des Exports extrahierten Koffeins in die USA ergeben.

Die gravierenden Einschnitte überschritten sich zeitlich mit der Ankündigung einer aufwendigeren Aufmachung der Kriegsblätter sowie deren 14-tägigem Erscheinen. Die sich häufenden Auszüge aus der Firmenkorrespondenz mit besorgten Reaktionen und dem Betonen der gesundheitsfördernden und -bewahrenden Wirkung des koffeinfreien Kaffees von Ärzten, Lazaretten und Privatpersonen zeigen neben den werblichen Aspekten die Hoffnung auf eine Ausnahmegenehmigung zur Fortsetzung der Produktion. Auch zahlreiche abgedruckte Schreiben von Mitgliedern des deutschen Hochadels, die auf eine fortgesetzte Belieferung drängen, zeigen diese Zielrichtung deutlich. Eine bereits im Dezember 1915 ausgestellte und im Februar 1916 erwähnte Urkunde zur Ernennung von Direktor Weidenmann zum Hoflieferanten des Großherzogs von Hessen und bei Rhein wird im Juni 1916 strategisch als aufwendiger Farbdruck ganzseitig und prominent abgedruckt. Doch alle Maßnahmen waren zwecklos: Nach einer Phase der eingeschränkten Produktion musste die Firma im November 1916 mit der Kaffeeproduktion auch das Erscheinen der Kriegsblätter einstellen – nicht jedoch ohne den Mitarbeitern zuzusichern, die briefliche Korrespondenz in gewohnter Weise aufrechtzuerhalten.

► BARBARA RÖK

Literatur:

Alexander Michel: Von der Fabrikzeitung zum Führungsmittel. Werkzeitschriften industrieller Großunternehmen von 1890–1945. Diss. Tübingen 1996. – Volker Kiemle: Firmeneigene Kriegszeitungen im Ersten Weltkrieg. Zu einer Mentalitäts- und Sozialgeschichte deutscher Unternehmen 1914–1918. Magisterarbeit, Univ. Stuttgart 1997. – Rainer Pöppinghege: „Ehrt die Hämmer wie die Schwerter“. Geltungsdrang und Legitimierungsversuche in Mitarbeiterzeitschriften des Ersten Weltkriegs. In: Krieg und Literatur 5, 1999, S. 21–36. – Joachim S. Heise: Für Firma, Gott und Vaterland. Betriebliche Kriegszeitschriften im Ersten Weltkrieg. Das Beispiel Hannover. Hannover 2000. – Kraft Foods Deutschland (Hrsg.): 100 Jahre Kaffee HAG. Die Geschichte einer Marke. Bremen 2006 – Holger Böning/Michael Nagel: Erster Weltkrieg und Bremer Presse. Impressionen und Schlaglichter auf das Kriegserleben in der Hansestadt. Bremen 2014.

Ein „Jüngstes Gericht“ aus Schlesien

Zur Lokalisierung einer Figurengruppe des Spätmittelalters

Auch zu Objekten, die zum Grundstock des Museums gehören, lassen sich gelegentlich überraschende Neuigkeiten ergründen. Dies betrifft etwa eine ungewöhnlich gestaltete, in der Dauerausstellung Spätmittelalter (Raum 35) präsentierte Figurengruppe, die aus dem Weltenrichter Christus und den zwölf auf einem steil ansteigenden Bogen sitzenden Aposteln besteht (Abb. 1). Sie galt lange Zeit unwidersprochen als süddeutsche Arbeit, da sie aus der Sammlung des Museumsgründers Hans von und zu Aufseß (1801–1872)

stammt. Schon 1853 war sie im Nürnberger Tiergärtnertorturm, dem ersten Domizil des Germanischen Nationalmuseums, ausgestellt. August von Eye (1825–1896) beschrieb die „bemalte Holzschnitzerei“ in dem in jenem Jahr edierten „Wegweiser“ durch die Sammlung etwas umständlich als „Himmelsglorie, ein Mittel-Altarbild“. Ein illustrativer Holzstich in dieser Broschüre führt es auf einer Konsole als Mittelpunkt eines pittoresken Arrangements aus mehreren, nicht zusammengehörigen Skulpturen und einem Bildtep-



Abb. 1: Christus als Weltenrichter mit den Aposteln, Schlesien, um 1500, Lindenholz, Farbfassung verloren, H. 184 cm, B. 160 cm, Inv. Pl.O.2064 (Foto: Georg Janßen).

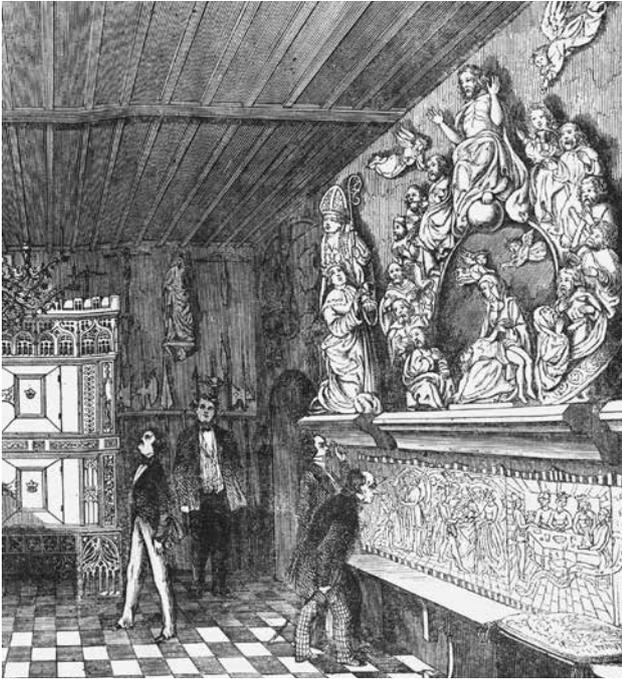


Abb. 2: Ausstellungsraum im Nürnberger Tiergärtnertorturm, dem ersten Domizil des Germanischen Nationalmuseums (Detail), Holzstich, 1853 (Foto: GNM).

pich vor Augen (Abb. 2).

Christus thront in der Gerichtsszene auf der dafür ikonografisch üblichen Weltkugel. So wie ihm fehlen den meisten seiner bedeutungsperspektivisch kleiner dimensionierten Jünger, die das Gerichtskollegium des Jüngsten Tags bilden und auf einer massiven, als Halbrund gestalteten Bank sitzen, die Unterarme oder die Hände. Der himmlische Richter hob einst seine Hände und zeigte die Wundmale der Kreuzigung. Somit verwies er auf den Opfertod, der ihn zum Richtspruch über die Menschheit am Ende der Zeit legitimiert.

Die Skulptur, die heute weitgehend holzsichtig ist, besaß laut Beschreibung von 1853 sowie jener im ersten Skulpturenkatalog des Museums von Hans Bösch (1849–1905) 1890 noch eine Farbfassung. Auch im Bestandskatalog der Bildwerke des Museums von 1910, den Walter Josephi (1874–1945) verfasste, erschien sie mit der Bemerkung „bemalt auf Kreide- und Leinwandgrund“. Offenkundig nahm man die seinerzeit schon beschädigte, im damaligen Wortlaut „zum Teil entfernte“ Polychromie samt der beschriebenen Grundierung zu einem bisher nicht näher zu bestimmenden Zeitpunkt, der allerdings noch in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts gelegen haben muss, vollkommen ab.

Bei Hans Bösch rangierte das Werk in der Rubrik „verschiedene Schulen“ und somit ohne konkrete Lokalisierung. Obwohl eine „rohe Arbeit“, hieß es dort, eigne ihm durch die „große Auffassung der Gesamtkomposition“ eine besondere Ausstrahlung. Im Katalog von 1910 erfuhr es darüber hinaus erstmals eine ausführliche Beschreibung. Walter Josephi mutmaßte damals, dass es eine „oberdeutsche“, das heißt

süddeutsche Arbeit aus der Zeit um 1500 sei. Eine triftige Begründung für diese Verortung blieb er jedoch schuldig. Tatsächlich lassen sich für das Formenrepertoire der Schnitzerei, das von derben, markigen Schädeln, tiefen Augenhöhlen und knochigen Wangen der Gestalten gekennzeichnet ist, im süddeutschen Raum keine Parallelen anführen. Dieser Sachverhalt gab zu denken.

Suche nach Vergleichbarem

Wo findet man Skulpturen, die von vergleichbaren Formen geprägt sind, aber dann? Auffällige Ähnlichkeiten mit dem in seiner formalen Qualität ungewöhnlichen Werk besitzt eine Darstellung des Marientods in der Frankfurter Skulpturensammlung Liebieghaus (Abb. 3). Das Relief versammelt die Apostel um das schräg aufsteigend ins Bildfeld gesetzte Sterbelager der Gottesmutter Maria, deren Haupt auf zwei Nackenrollen gebettet ist. Sechs stehen – in unterschiedlicher Weise am Hinscheiden der heiligen Jungfrau Anteil nehmend – hinter dem Möbel, zwei knien davor. Vier haben hinter dem Betthaupt Aufstellung genommen. Ihre Schädelformen und die nahezu kuriosen Physiognomien verbinden die Arbeit eng mit dem Nürnberger Weltgericht. Sie kommt ihm in Antlitzbildung und Gewandstrukturierung seines Personals so nahe, dass von der Entstehung beider Stücke in derselben Werkstatt auszugehen ist.

Bezeichnenderweise wurde die Frankfurter Skulptur ebenfalls lange für süddeutsch gehalten. Da die Gesichter in ihrer derben Ausformung mit „tief liegenden, umschatteten Augen, vortretenden Backenknochen, gelegentlichen Krähenfüßchen und markanten Nasen“ jedoch keine Anhaltspunkte für den süddeutschen Raum gaben, erklärte man das



Abb. 3: Marientod, Schlesien, um 1500, Lindenholz mit alter Polychromie, H. 61,5 cm, B. 66,5 cm. Frankfurt, Skulpturensammlung Liebieghaus, Inv. 123 (Foto: Liebieghaus, Frankfurt).



Abb. 4: Fragment eines Marientods, Schlesien, um 1500, Laubholz, polychromiert, H. 152 cm. Aachen, Suermondt-Ludwig-Museum, Leihgabe Sig. Ludwig (Foto: SLM, Aachen).

Stück vor etwa drei Jahrzehnten zu einem norddeutsch beeinflussten Werk, das in Mitteldeutschland „von einem Lübeck verbundenen Bildschnitzer auf seinem Weg in den Süden“ gearbeitet worden sein soll. Diese Zuweisung blieb triftige Belege schuldig und reflektiert schon in ihrer Umständlichkeit eine weitreichende Unsicherheit. Wo aber entstanden die beiden Bildwerke, wenn weder Süd- noch Mitteldeutschland dafür in Betracht kommen?

Blick nach Osten

Eine Kunstlandschaft, in der um 1500 eine ähnlich expressive und derbe Formung von Physiognomien verbreitet war, ist Schlesien. Figuren, deren Schädel mit stilisierten Lockenkränzen und appliziert wirkenden Kinnbärten umrahmt sind, und deren Gesichter rohe Wangenknochen, tiefliegende Augen und markant gefurchte Nasen-Lippen-Falten besitzen, gehören zum stilistischen Idiom der schlesischen Holzskulptur am Ausgang des Mittelalters. Beispielhaft wird dieses Formenrepertoire etwa von dem um 1500 geschaffenen Triptychon mit der Kreuzabnahme in der Breslauer Elisabethkirche, dem 1492 datierten Schrein mit dem Marienod im Bürgerchor der Stadtpfarrkirche und heutigen Kathedrale von Schweidnitz (Swidnica), dem 1497 entstandenen Retabel in der Pfarrkirche von Goldberg (Złotoryja) oder auch einem großformatigen Fragment eines Marientods im Aachener Suermondt-Ludwig-Museum vor Augen geführt (Abb. 4). Die Faltenmotive des letztgenannten Stücks und die dünne Ausformung seiner Gewandsäume reflektieren die Kunst von Veit Stoß, der bis 1496 in Krakau tätig gewesen war und dessen virtuose Formenwelt die Bildschnitzerei in den Zentren sowohl Ober- als auch Niederschlesiens beeinflusst hat.

Den stilistischen Duktus, der den Niederschlag solcher hochrangigen Einflüsse entbehrt und dem Nürnberger Weltgericht daher nähersteht, bezeugen etwa Werke auf dem Territorium des einstigen Österreichisch-Schlesien (1928 bis 1945 Mährisch-Schlesien). Dieses im Süden an Oberschlesien grenzende Gebiet, das nach dem Ersten Schlesischen Krieg 1740/42 nicht an Preußen abgetreten werden musste, sondern unter Habsburger Herrschaft verblieb, erstreckt sich – heute als Teil der Tschechischen Republik – nördlich von Mähren bis an das Adlergebirge und reicht im Osten bis an die Beskiden.

Markig-knochige Gesichter, denen teilweise grotesk anmutende Züge eignen, zählen zu den auffälligsten Charakteristika der Bildschnitzerei des späten Mittelalters in dieser Region. Zu dem nach

Nürnberg gelangten „Jüngsten Gericht“ in dieser Hinsicht grundsätzlich vergleichbaren Skulpturen gehören die Marienodreliefs aus Großherrlitz (Velké Heraltice) im Schlesi-schen Landesmuseum von Troppau (Slezké zemské muzeum/Opava) und in der dortigen Dominikanerkirche (Abb. 5). Der Meister des ersten bediente sich eines beschränkten Repertoires an Physiognomien und pflegte eine Vorliebe für große Ohren. Auch die Faltenstruktur der Gewänder und die einfache Staffelung des Bildpersonals dieser Arbeiten sind Kennzeichen des damals in diesem Landstrich üblichen Formenrepertoires. Außerdem ist diesbezüglich ein großformatiges Relief mit dem Marienod zu nennen, das aus der alten Friedhofskirche von Schlatten (Slatina) bei Wagstadt (Bilovec) stammen soll und ebenfalls im Museum von Troppau aufbewahrt wird (Abb. 6). Es zeigt das Hinscheiden der Gottesmutter Maria in einem um 1400 entwickelten Bildtyp, der die Sterbende am Betpult platziert. Der Körper der Knienden, die während des Gebets verstirbt, wird von Johannes ergriffen und vor dem Niedersinken bewahrt. Im Gegensatz zu einem zweiten Jünger, der seinen Blick hinter dem Möbel ebenfalls auf Maria richtet, wenden sich sowohl die beiden am Boden positionierten als auch die meisten der in zwei Registern hinten aufgereihten Apostel frontal dem Betrachter der Darstellung zu. Hart gebrochene Faltenbahnen, spröde Gesten und die steife Reihung der Figuren, ungelenk auf den Hälsen sitzende knochige Köpfe mit stilisierter Haartracht und tiefen Augenhöhlen repräsentieren ein Niveau der bildnerischen Sprache, das einer peripheren Zone ohne unmittelbaren Anschluss an die damaligen Innovationszentren eigen war.



Abb. 5: Marienod aus Großherrlitz, wohl Troppau, um 1500. Lindenholz, H. ca. 120 cm, Troppau, Schlesi-sches Landesmuseum (Opava/Slezké zemské muzeum; Foto: Repro aus Kudlich 1937).

Die Werkstatt, aus der das aus Schlatten stammende Marienodrelief kam, könnte im etwa 20 Kilometer südöstlich von dort gelegenen Troppau gearbeitet haben. Die Stadt bildete im Mittelalter das politische und wirtschaftliche Zentrum dieses Gebiets. Das nach Nürnberg gelangte Weltgericht konkret dorthin zu lokalisieren, verbietet zwar der heute noch zu geringe Kenntnisstand von der kunstgeschichtlichen Entwicklung in diesem Raum. Dass es ebenso wie das in Frankfurt aufbewahrte Marienodrelief in diesem nördlich an Mähren angrenzenden Teil Schlesiens entstand, wird jedoch vom Befund der formalen Eigenheiten nahegelegt, die die dort erhaltenen Werke der Zeit um 1500 repräsentieren.

Problem der Funktion

August von Eye sprach die im Germanischen Nationalmuseum aufbewahrte Schnitzerei als Rahmen eines Altarbildes an. Josephi folgte ihm darin. Erhellende Vergleichsbeispiele, die diese Gestalt und Funktion vereinen, sind jedoch nicht bekannt, und die Verbindung der ungewöhnlichen, figürlich gestalteten Form mit diesem Verwendungszweck wäre für die Entstehungszeit singulär. Auch die Unregelmäßigkeit der Binnenkontur spricht gegen die Einfassung einer bemalten Tafel.

Da eine andere, triftigere Erklärung schon aufgrund fehlender Parallelen nicht unmittelbar auf der Hand liegt, kann nur aus der merkwürdigen Form des Stückes auf seine einstige Aufgabe geschlossen werden. Gehörte das Bildwerk vielleicht zur Rahmung einer Pforte und bildete dort den Teil eines Tympanons? Schließlich zählt das Weltgericht zu



Abb. 6: Marienod aus Schlatten, wohl Troppau, um 1500, Lindenholz, H. ca. 120 cm, Troppau, Schlesi-sches Landesmuseum (Opava/Slezké zemské muzeum; Foto: Repro aus Braun 1910).

jenen Themen, die man vielfach über Kirchenportalen veranschaulichte. Hinsichtlich der Dimension und der Annahme, dass die eigentliche Fläche jenes Türbogenfelds bemalt gewesen sein könnte, ist sowohl die vorgeschlagene Positionierung als auch die Funktion an einem Kirchengebäude auf jeden Fall vorstellbar. Doch bleibt diese Erklärung solange Vermutung und Vorschlag, bis Parallelen oder anderweitige Spuren gefunden sind, die als Belege gelten dürfen. Zukünftige Forschungen werden in diesem Punkt präzisieren oder verwerfen. Nicht zuletzt könnten Studien zur Genesis der Sammlung des Freiherrn von Aufseß, das heißt Forschungen zur Herkunft ihrer Bestandteile und zu den Erwerbungsarten, instruktive Hinweise für die weitere Erhellung des ungewöhnlichen Objekts geben. Da zumindest die Provenienz des Reliefs aus dem Osten des deutschen Sprachraumes als sicher gelten darf, wirft es ein neues Schlaglicht auf den ausgedehnten geografischen Einzugskreis des fränkischen Adligen und darüber hinaus vielleicht auf die Ströme des frühen Kunsthandels mit spätmittelalterlicher Skulptur.

► FRANK MATTHIAS KAMMEL

Literatur:

Das Germanische Museum. Wegweiser durch dasselbe für die Besucher, II. Theil: Thurm am Thiergärtnerort. Leipzig 1853. – Hans Bösch: Katalog der im germanischen Museum befindlichen Originalskulpturen. Nürnberg 1890. – Walter Josephi: Kataloge des Germanischen Nationalmuseums. Die Werke der plastischen Kunst. Nürnberg 1910. – Edmund Wilhelm Braun: Einige Neuerwerbungen des Kaiser Franz-Josef-Museums zu Troppau. In: Der Cicerone. Halbmonatsschrift für die Interessen des Kunstforschers und Sammlers 2, 1910, S. 603–612. – Werner Kudlich: Drei Darstellungen des Todes Mariae aus dem Oppaland. Ein Beitrag zur gotischen Plastik Schlesiens. Brünn 1937. – Josef von Golitschek, Hans Lutsch: Schlesiens Kunstdenkmäler. Mannheim 1979. – Die deutschsprachigen Länder ca. 1380–1530/40 (Nachantike Großplastik 3). Wissenschaftliche Kataloge Liebieghaus. Bearbeitet von Michael Maeck-Gérard. Melsungen 1985. – Galerie der Novitäten. Neuzugänge 1990–2000. Suermondt-Ludwig-Museum Aachen. Aachen 2000.

Impressum

KulturGUT – Aus der Forschung
des Germanischen Nationalmuseums

Germanisches Nationalmuseum
Kartäusergasse 1, 90402 Nürnberg
Telefon 0911/1331-0, Fax 1331-200
E-Mail: info@gnm.de · www.gnm.de

Erscheint vierteljährlich
Herausgeber: Prof. Dr. G. Ulrich Großmann
Redaktion: Dr. Barbara Rök
Gestaltung: Udo Bernstein, www.bfgn.de
Produktion: Emmy Riedel, Buchdruckerei und Verlag GmbH, Gunzenhausen
Auflage: 2500 Stück

Sie können das KulturGut auch zum Preis von 10 € pro Jahr abonnieren. Informationen unter Telefon 0911/1331110.

Inhalt III. Quartal 2017

Selbstbildnis mit Kaktus

von Claudia Valter Seite 2

Elf Krummholzstücke aus den „Wartehallen des Krieges“

von Adelheid Rasche Seite 4

Mitarbeiterfürsorge als Selbstdarstellung

von Barbara Rök Seite 7

Ein „Jüngstes Gericht“ aus Schlesien

von Frank Matthias Kammel Seite 12

AKTUELLE AUSSTELLUNGEN

13. 07. bis
12. 11. 2017

Luther, Kolumbus und die Folgen. Welt im Wandel 1500–1600

Große Sonderausstellung
zum Reformationsjahr 2017

noch bis
10. 09. 2017

Von Kirchner bis Baselitz. Ein Jahrhunderterbe: Die Sammlung Hans Kinkel im Germanischen Nationalmuseum

noch bis
24. 09. 2017

Die schönsten Städte Europas. Die Edition des Georg Braun und Franz Hogenberg (1572–1640)

Studioausstellung

2. 9. bis
17. 9. 2017

Ottmar Hörl: Die Nürnberger Madonna

Installation auf dem Kornmarkt

noch bis
05. 11. 2017

Die Madonna von der Mohren-Apotheke.

Eine Präsentation in der Kartäuser-
kirche anlässlich des 575-jährigen
Bestehens der ältesten
Apotheke Nürnbergs

noch bis
26. 11. 2017

Kriegszeit im Nationalmuseum 1914–1918

Studioausstellung in der
Dauerausstellung zum
20. Jahrhundert