

»Kunst und Design für alle«

von Jürgen v. Troschke

Geschmack ist die Fähigkeit zur Wahrnehmung und Beurteilung der Qualität von Verhaltensformen und Gebrauchsgegenständen. Guter Geschmack gilt als Ausdruck von Kultur – Geschmacklosigkeit als deren Mangel. Im 19. Jahrhundert waren die Herrscher im aufgeklärten Europa bemüht, »ihrem Volk« die Kultur beizubringen. So wurden im Kontext der ersten Weltausstellungen große Museen gebaut, in denen Modelle und Vorbilder für den guten Geschmack zur Schau gestellt wurden.

Derzeit wird in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland in Bonn eine Ausstellung mit dem Titel »Art and Design for All« gezeigt, auf der das Victoria and Albert Museum in London als »weltweit führendes Museum für Kunst und Design« der deutschen Öffentlichkeit mit einer Auswahl hervorragender Exponate bekannt gemacht werden soll.

Aus dem Gesamtbestand des »V&A« von über 2,2 Millionen kunsthandwerklichen Produkten wurden 400 ausgewählt und durch 200 Leihgaben aus anderen Sammlungen ergänzt. Das Ergebnis ist ein beeindruckender Überblick über Möbel und Skulpturen, Textilien, Porzellan und Schmuck, die im 19. Jahrhundert als vorbildlich galten.

Der erste Eindruck ist verwirrend. Die Vielzahl der verschiedenartigen Exponate mit ihren – aus der Sicht unserer Zeit – überladenen Dekorationen ist überwältigend, wobei ein in der Ausstellung gezeigter Dokumentarfilm über das »V&A« in London zeigt, dass dort alles noch viel großartiger und unüberschaubarer ist.

Ein zweiter für diese Ausstellung produzierter Kurzfilm zeigt den berühmten Glaspalast, der zur ersten Weltausstellung 1851 in London für die Präsentation industriell gefertigter Waren gebaut worden war. Dieses Wunderwerk

moderner Technik hatte in fünfeinhalb Monaten sechs Millionen Besucher angelockt und damit so viel Geld eingespielt, dass der deutsche Prinzgemahl Albert seine Königin Viktoria davon überzeugen konnte, ein Museum in bisher unbekannter Größe zur Ausstellung hervorragender Kulturgüter der Welt zu bauen.

In der Geschichte der Menschheit wurde der Anspruch auf die Eroberung und Unterwerfung fremder Völker lange Zeit mit der Überlegenheit der eigenen Götter gerechtfertigt. Im Kontext der Aufklärung verloren in Europa die Religionen an Macht und Einfluss. Die europäischen Kolonialmächte begannen, ihre Ansprüche auf die Beherrschung der Welt mit der Höherwertigkeit ihrer Kultur zu begründen. Dementsprechend engagierten sich die Herrscher des aufgeklärten Absolutismus in der Einrichtung von Institutionen zur Volksbildung in den Schulen, Volkshochschulen und Museen. Benimmfibeln (wie die des Freiherrn von Knigge) und Zeitschriften für die gebildeten Stände (wie die »Gartenlaube«) erzielten hohe Auflagen. Es ent-

stand das Verhaltensmodell des Dandys, der wie Oscar Wilde oder Marcel Proust die Elite des guten Geschmacks repräsentierte.

Kunst als Massenware?

Die Entwicklung der Technik für die industrielle Produktion ermöglichte die Massenherstellung von Waren, die als kunsthandwerkliche Unikate bisher nur einer privilegierten Oberschicht vorbehalten waren. So wurden immer mehr Künstler an der Gestaltung von Gegenständen für den alltäglichen Gebrauch beteiligt. Die Verschönerung profaner Produkte wurde zum Programm für die kulturelle Bildung des gemeinen Volkes.

Künstler kooperierten mit Handwerkern zur Entwicklung von Kunstwerken, die dann über die industrielle Massenproduktion allgemein verfügbar gemacht wurden. Anfang des 20. Jahrhunderts entstand der Anspruch einer ganzheitlichen, künstlerischen Gestaltung von Lebensräumen. Die angewandten Künste wurden integraler Bestandteil von Konzepten für eine fortschrittliche, gesellschaftliche Entwicklung.



© Victoria and Albert Museum, London

**Deckelvase
Sèvres, um 1855, Steingut, mit Emailfarben bemalt**

Die Nachfrage des Marktes wurde zunehmend bestimmend. Die Entwicklung eines großen Angebots von Konsumgütern führte zu einem breiten Spektrum an Qualität zwischen künstlerischer Verschönerung und Verkünnstungen, die dann von den Gebildeten als Kitsch diskreditiert wurden. Design als Kunst der Gestaltung von Produkten orientiert sich nicht nur an ästhetischen Maximen, sondern auch an den Bedürfnissen der Kunden. Da ist es nicht verwunderlich, dass Geschmacklosigkeiten allerorten festzustellen sind.

»Bad Design«

Im Kontext der Begleitveranstaltungen zur Ausstellung wird auf der Website www.bundeskunsthalle.de ein Wettbewerb zur Einsendung von Fotografien mit Beispielen für »Bad Design« ausgelobt, an dem ich mich mit einem Fund in einem Restaurant in Venedig beteiligt habe. Ist schon die Herauslösung der beiden niedlichen Engelchen aus dem Bild der Sixtinischen Madonna von Raffael ebenso beliebt wie frag-



würdig, so ist deren Abdruck auf einem Aschenbecher eindeutig geschmacklos. Vielleicht haben Sie ja auch ein Beispiel parat – der potenzielle Gewinn ist ein Besuch im »Victoria and Albert Museum« in London. Dabei gilt natürlich auch das gern zitierte Sprichwort »De gustibus non est disputandum« oder die selbstgewisse Erkenntnis »Einen schlechten Geschmack haben immer nur die anderen«.

»Art and Design for All. The Victoria and Albert Museum« in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland in Bonn, bis zum 15. April 2012

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Die Zeitschrift für den Offizin-Apotheker und sein Fachpersonal)

Herausgeber:

Eckhart Thomas, Sabine Walsler

Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:

Reinald Korte (verantwortlich)
Telefon 06104 606 - 114
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: r.korte@keppelmediengruppe.de

Redaktionsleitung:

Apothekerin Silvia Schmidtke (verantwortlich)
Telefon 06104 606 - 326
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.schmidtke@keppelmediengruppe.de

Redaktion:

Apothekerin Barbara Frank
Buchendorf-Gauting

Redaktionsassistentz:

Sabrina Gosdschan
Telefon 06104 606 - 112
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.gosdschan@keppelmediengruppe.de

Layout:

Liane Merz

Anzeigenverwaltung:

Sabrina Gosdschan
Telefon 06104 606 - 112
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.gosdschan@keppelmediengruppe.de

Andreas Kotte

Telefon 06104 606 - 425
E-Mail: a.kotte@keppelmediengruppe.de

General Account Manager:

Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Hasenackerstraße 22, 71364 Winnenden
Telefon 07195 584530
Telefax 07195 584620
E-Mail: k-graef@t-online.de

Anzeigenverkauf Nielsen I:

Medien-Vermarktung, Dirk Struwe
Poelchaukamp 8, 22301 Hamburg
Telefon 040 280580-60
Telefax 040 280580-89
E-Mail: info@struwe-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen II:

Curio + Keil GmbH
Michael Keil
Bromberger Straße 2
40599 Düsseldorf
Telefon 0211 99953-15
Telefax 0221 99953-53
E-Mail: info@tz-finder.de

Anzeigenverkauf Nielsen IIIa:

QM QuadroMedia GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt/M.
Telefon 069 530908-0
Telefax 069 530908-50
E-Mail: frankfurt@quadromedia.eu

Anzeigenverkauf Nielsen IV + IIIb Nord + Süd:

Spots Media GmbH
Barbara Spielmann
Hanauer Straße 58, 80992 München
Telefon 089 155096
Telefax 089 14903572
E-Mail: team@spots-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen V, VI + VII:

media am südsterne
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedstern.de

Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 44 vom 1.10.2011

Leser-Service:

Petra Hardt
Telefon 06104 606 - 331
E-Mail: vertrieb@keppelmediengruppe.de

Erscheinungsweise:

monatlich

Bezugspreise:

Jahresabonnement:
- Inland: € 108,- (incl. MwSt.+Versand)
- Ausland: € 128,- (incl. MwSt.+Versand)
Innerhalb der EU: mit ID-Nr.: ohne MwSt.
Ermäßigung für Schüler, Studenten und Azubis
(gegen Nachweis) 50 % auf Nettopreis

Einzelverkaufspreis:

Inland: € 8,50 + Versand

Bankkonto:

Deutsche Bank Offenbach/Main
Konto-Nr. 1 135 607, BLZ 505 700 18

Der Mindestbezugszeitraum ist 1 Jahr. Die Kündigungsfrist beträgt 3 Monate vor Ablauf des Abonnement-Jahres.

Verlag:

Keppel Medien Gruppe
P. Keppel Verlag GmbH & Co KG
PharmaRundschau
Industriestraße 2, D-63150 Heusenstamm (Germany)
Postfach 1353, D-63131 Heusenstamm
Telefon 06104 606 - 0
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: pvr@keppelmediengruppe.de
Internetadresse: <http://www.pharmarundschau.de>

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr.: HRA Nr. 6601

Ust-Ident-Nummer: DE114098860

pHGesellschafterin:

Keppel Verlag Verwaltungsges. mbH

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr.: HRB 8643

Geschäftsführer: Eckhart Thomas

Druck:

Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5
97204 Höchberg

Die Redaktion behält sich das Recht der Kürzung von eingesandten Artikeln und Leserbriefen vor.

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken oder ins Internet und für die Vervielfältigung auf CD-ROM. Erlaubt sind einzelne Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch von einzelnen Beiträgen oder Teilen daraus. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. Namentlich gezeichnete Beiträge nicht zur Redaktion gehörender Verfasser geben nicht unbedingt die Ansicht oder Meinung der Redaktion wieder. Die Nichterwähnung von Warenzeichen bedeutet nicht, dass ein Produkt ohne rechtlichen Schutz ist. Mit der Annahme zur Veröffentlichung von Artikeln und Bildmaterial überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu redigieren, zu übersetzen, zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Wir speichern Daten unserer Abonnenten und Anzeigenkunden soweit geschäftsnotwendig und im Rahmen des BDSG zulässig. Davon sind nur solche Angaben betroffen, die direkt aus unseren gegenseitigen Geschäftsbeziehungen stammen. Bei Nichtlieferung infolge höherer Gewalt oder infolge von Arbeitskämpfen bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.

Mitteilung aufgrund § 5 Abs. II Hessisches Gesetz über Freiheit und Recht der Presse: Gesellschafter des Verlages sind die Keppel Verlag Verwaltungsges. mbH, Eckhart Thomas und Ute Keppel-Gouras.

Die PharmaRundschau ist der IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt.



LA-PHARM



Keppel Medien Gruppe

PharmaRundschau
Februar 2012

3