

## Bisherige Sonderausstellungen

Erstellt am Donnerstag, 24. Juli 2014 07:26 - Zuletzt aktualisiert am Donnerstag, 24. Juli 2014 07:30

Veröffentlicht am Donnerstag, 24. Juli 2014 07:26

Geschrieben von Oliver Lang

### Das Grauen hinter schönen Bildern. Von der „Ästhetik des Krieges“

Eine Sonderausstellung des Schlossmuseums Arnstadt anlässlich des 100. Jahrestag des Beginns des I. Weltkrieges

Vom 02. August bis 26. Oktober 2014

Der Erste Weltkrieg wurde nicht allein auf den Schlachtfeldern geführt: Bevor die Armeen in den Krieg zogen, war es zunächst ein Krieg der Geister. Die Wucht des Krieges wurde durch die Wortgewalt der nationalistischen Argumente vorbereitet. Intellektuelle und Künstler Europas ließen sich anstecken von der Kriegseuphorie, blenden von den Bildern, die sie oft selbst erzeugten. Schön und kurz sollte der Krieg sein - gleichzeitig eine „philanthropische Kulturmission“ und natürlich ein Abenteuer. Schon 1909 schrieb Filippo Tommaso Marinetti im „Manifest des Futurismus“: „Wir wollen den Krieg verherrlichen – diese einzige Hygiene der Welt –, den Militarismus, den Patriotismus ... “. Technikgläubigkeit und großbürgerliche Saturiertheit bildeten u.a. den Nährboden für diese Grenzen überschreitende Kampfeslust. Doch war die Kriegsbegeisterung nicht so allumfassend, wie uns die Propagandabilder vermitteln. Der Kriegstaumel schien in erster Linie die gebildeten Schichten erfasst zu haben, die wenigen mahnenden Stimmen wurden verdrängt.

Es gab unmittelbar vor Ausbruch des Krieges Proteste für den Frieden – so fand am 21. Juli eine Antikriegskundgebung im Arnstädter Kurhaussaal statt. Doch bis zum 1. August waren die meisten „auf Linie“ gebracht - ein Erfolg der Kriegspropaganda.

Die stadtgeschichtliche Sammlung des Schlossmuseums Arnstadt enthält einen großen Plakatbestand, der u.a. auch die Zeit des I. Weltkrieges widerspiegelt. Propagandaplakate, Plakate zu Kriegsanleihen, Bekanntmachungen, Aufrufe, Verordnungen und Fotos sind der Ausgangspunkt für die Frage: Wie wurde der Krieg „beworben“, welche Propagandastrategien und -ziele wurden verfolgt? Denn: Die Plakate richteten sich an die deutsche Bevölkerung. Sie sollte von der Wichtigkeit und Richtigkeit des Krieges überzeugt werden. Das Vermitteln von Stolz, Mitgefühl und Kampfbereitschaft waren das Ziel. Sowohl kulturelle, geografische als auch wirtschaftliche Argumente wurden für die Kriegspropaganda genutzt, Künstler zu Plakatwettbewerben aufgerufen.

Zu Beginn des Krieges dominierten Motive, die der nationalen Geschlossenheit dienten, Siegeszuversicht vermittelten und das feste Bündnis der Mittelmächte Deutschland und Österreich-Ungarn unterstrichen. Gegen Kriegsende appellierten immer mehr Plakate an den Durchhaltewillen der Bevölkerung. Plakate, die für Kriegsanleihen warben, wurden erst seit März 1917 (ab der VI. Kriegsanleihe) bildlich gestaltet – bei diesem für die „Heimatfront“ so wichtigen Medium warben z.B. Bilder von deutschen Soldaten für das Zeichnen von Kriegsanleihen.

- • Ausstellungseröffnung: 1. August 2014, 19.00 Uhr
- • Kunstgespräche finden in der Ausstellung am 8 und 22. August, 5. und 19. September, 10. und 24. Oktober, jeweils 14.30 Uhr, statt.
- • „Dada-Soirée“ – Tollkühn-absurdes Schauspiel am 25.09., 18.30 Uhr