

# Inhalt

<b>Auswärtige Kulturpolitik auf dem Prüfstand. Zum Geleit.....</b>	<b>5</b>
<b>Vorwort.....</b>	<b>11</b>
<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>17</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>19</b>
1.1 Fragestellung, Gegenstand und Zielsetzung der Arbeit .....	21
1.2 Zum Verständnis von Repräsentation und Kommunikation .....	25
1.2.1 Weitere Definitionen und Begriffe .....	28
1.3 Forschungsstand zur Ausstellungsarbeit in der AKP .....	30
1.3.1 Forschung zum Deutschlandbild und zum Ausstellungswesen .....	36
1.4 Die Methoden der Arbeit .....	38
1.4.1 Inhaltsanalyse.....	38
1.4.2 Ergänzende Informationsgespräche .....	41
1.4.3 Typologie – Susann Kluges Stufenmodell .....	41
1.5 Aufbau der Arbeit .....	44
<b>2 Auswärtige Kulturpolitik als kulturelle Programmarbeit .....</b>	<b>47</b>
2.1 Die Entstehungsgeschichte der kulturellen Programmarbeit .....	48
2.2 Kulturelle Programmarbeit in den Konzepten Auswärtiger Kulturpolitik.....	52
2.2.1 Von den Konzepten der 1970er Jahre bis 1990 .....	53
2.2.2 Die Konzeption 2000 – das zweite außenkulturpolitische Konzept.....	58
2.3 Kritik an der Verbindung von Politik und kultureller Programmarbeit .....	62
2.4 Zusammenfassung der konzeptionellen Ziele auswärtiger Kulturarbeit.....	65
<b>3 Die Vermittlung eines Deutschlandbildes durch kulturelle     Programmarbeit.....</b>	<b>69</b>
3.1 Nationen als „imagined communities“ .....	70
3.2 Länderbilder zwischen Stereotyp und Imagepflege .....	73
3.2.1 Kanäle der Vermittlung eines Deutschlandbildes .....	75
3.3 Strategien der gezielten Kommunikation eines Länderbildes .....	77

3.3.1 Der Ansatz des Nation Branding .....	78
3.3.2 Das Konzept der Public Diplomacy .....	80
3.3.3 Getrennte Felder – Politische Öffentlichkeitsarbeit und AKP in Deutschland .....	83
3.4 Zusammenfassung: Ein Deutschlandbild durch die Künste? .....	89
<b>4 Ausstellungen als Formate der kulturellen Programmarbeit .....</b>	<b>93</b>
4.1 Überlegungen zu Geschichte, Intentionen und Analyse von Ausstellungen .....	94
4.1.1 Eine kurze Geschichte der Ausstellung .....	94
4.1.2 Ausstellungen konstruieren Bedeutung .....	96
4.1.3 Ausstellungen als ‚Kommunikationsakte‘ – mögliche Analyseansätze .....	98
4.2 Das internationale Ausstellungswesen und Tourneeausstellungen .....	107
4.2.1 Geschichte des internationalen Ausstellungswesens .....	108
4.2.2 Internationale Ausstellungen im Spannungsfeld von Kunst und Politik .....	109
4.3 Die Tourneeausstellungen der AKP – ein besonderes Feld .....	111
4.3.1 Grundcharakteristika der Tourneeausstellungen in der AKP .....	111
4.3.2 Diskussion und Weiterentwicklung der Tourneeausstellungen .....	112
4.4 Zusammenfassung der wesentlichen Konzepte und Begriffe .....	115
<b>5 Die Umsetzung durch die Mittlerorganisationen .....</b>	<b>117</b>
5.1 Die Mittlerorganisationen in der AKP .....	117
5.2 Das Goethe-Institut .....	119
5.2.1 Die Kulturarbeit des GI zwischen Repräsentation und Kommunikation .....	120
5.2.2 Der Bereich Bildende Kunst und die Ausstellungsarbeit .....	125
5.2.3 EXKURS. Ausstellungsbeispiel: Stefan Koppelkamm. Ortszeit/Local time im Goethe-Institut Nancy April 2009 .....	130
5.3 Das Institut für Auslandsbeziehungen .....	135
5.3.1 Die Kulturarbeit des ifa zwischen Repräsentation und Kommunikation .....	138
5.3.2 Die Abteilung Kunst und die Ausstellungsarbeit .....	141
5.3.3 EXKURS. Ausstellungsbeispiel: Hans Poelzig. Architekt Lehrer Künstler 1869-1936 des ifa, November 2009 im Architekturmuseum Wrocław .....	145
5.4 Die Aufgabenteilung von GI und ifa im Ausstellungsbereich .....	151

5.5	Zusammenfassung: Zwei Mittler und ein (geteiltes) Arbeitsfeld...	154
<b>6</b>	<b>Was Deutschland im Ausland ausstellt – sieben Ausstellungstypen</b>	<b>157</b>
6.1	Herleitung und Definition der Merkmalskategorien der Typologie.....	157
6.1.1	Ausstellungsthemen – sieben Kategorien .....	158
6.1.2	Ausstellungsgestaltung – drei Konzepte .....	160
6.1.3	Gesamtübersicht der Ausstellungszuordnung im Merkmalsraum..	162
6.2	Themen und Formate der Ausstellungsarbeit im Ausland – sieben Typen .....	164
6.2.1	Bilder und Geschichte(n) aus Deutschland (Typus 1) .....	165
6.2.2	Deutschland und die Welt – international und interkulturell (Typus 2).....	172
6.2.3	Gesellschaftspolitische Statements (Typus 3).....	177
6.2.4	Zukunftsvisionen und Impulse mit Vorbildcharakter (Typus 4)....	182
6.2.5	Kulturstandort Deutschland (Typus 5).....	187
6.2.6	Kunstszene Deutschland (Typus 6).....	193
6.2.7	Deutschland mal anders: Neue Sparten und kreative Köpfe (Typus 7).....	200
6.3	Inhaltliche und gestalterische Schwerpunkte der Typologie.....	207
6.3.1	Gewichtung der Ausstellungstypen .....	207
6.3.2	Verteilung der Ausstellungsgestaltungen.....	210
<b>7</b>	<b>Typenübergreifende Auswertung der Tourneeausstellungen</b>	<b>213</b>
7.1	Tourneeausstellungen: Inhaltliche Besonderheiten.....	213
7.1.1	Deutschland, Europa, die Welt: Wo verorten sich die Tourneeausstellungen?.....	213
7.1.2	Serien als inhaltliche Schwerpunktsetzungen – sinnvoll im Tourneekontext? .....	217
7.1.3	Jubiläen als Ausstellungsanlass – relevant im Ausland? .....	219
7.1.4	Gibt es den idealen Künstler für Tourneeausstellungen?.....	221
7.1.5	Bildgerechte Ausstellungsthemen – eine Konstruktionsleistung? ..	224
7.1.6	Künstlerische Dokumentarfotografie – das ideale Medium der Tourneeausstellungen?.....	227
7.1.7	Zusammenfassung .....	229
7.2	Tourneeausstellungen: Ein Format mit spezifischen Anforderungen .....	230
7.2.1	Besonderheiten der Tourneeausstellungen aufgrund des Reiseformats .....	230

7.2.2 Display- und Vermittlungsstrategien: Chronologie und 'Wirkkraft der Objekte' .....	234
7.2.3 Die Adressaten der Tourneerausstellungen .....	240
7.2.4 Zusammenfassung .....	241
7.3 Tourneerausstellungen: Der organisatorische Hintergrund .....	242
7.3.1 Chronologische Entwicklung der Tourneerausstellungen .....	242
7.3.2 Zentrale Personen und Partnerinstitutionen in der Ausstellungsarbeit .....	246
7.3.3 Ausstellungsübernahme versus eigene Ausstellungsentwicklung .....	259
7.3.4 Zusammenfassung .....	264
<b>8 Diskussion der Deutschlandbilder in der AKP .....</b>	<b>267</b>
8.1 Deutschlandbilder – die Selbstdarstellung Deutschlands in der AKP .....	267
8.1.1 Nationen, Images und Ausstellungen als gesellschaftliche Konstruktionen .....	268
8.1.2 Das wiedervereinigte Deutschland als klassischer Kunst- und Kulturstandort .....	269
8.2 Künstlerische Autonomie in politischem Auftrag? .....	271
8.2.1 Die Lücke der Künste in den politischen Konzepten .....	272
8.2.2 Ifa und GI – getrennte Arbeitsfelder oder Kooperationspartner? .....	276
8.2.3 Kunst als Utopie des gleichberechtigten Dialogs – das Kunstverständnis der AKP .....	280
8.3 Vom Wunsch nach (interkultureller) Kommunikation durch Kunst .....	283
8.3.1 Tourneerausstellungen – Erkenntnisse aus der Analyse dieser Ausstellungsart .....	283
8.3.2 Ein zweifacher Vermittlungsauftrag an abstrakte Adressaten .....	286
8.3.3 Die Ausstellung als Kommunikations-Prozess .....	288
<b>9 Ausstellungen. Vom repräsentativen Format zum kommunikativen     Projekt .....</b>	<b>291</b>
<b>10 Anhang .....</b>	<b>297</b>
10.1 Tourneerausstellungen des Goethe-Instituts 1990-2010 .....	297
10.2 Tourneerausstellungen des Instituts für Auslandsbeziehungen 1990-2010 .....	300
<b>11 Literaturverzeichnis .....</b>	<b>303</b>

Deutschlandbilder

Ausstellungen im Auftrag Auswärtiger Kulturpolitik

Denscheilmann, H.

2013, XVIII, 302 S. 17 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-03011-7