

Gebser, Jean

1949 Ursprung und Gegenwart. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt. [Schaffhausen: Novalis 1999]

Hügli, Anton

1995 Selbstsein. In: J. Ritter und K. Gründer (Hrsg.): Historisches Wörterbuch der Philosophie. Bd. 9: Se–Sp; pp. 520–527. Basel: Schwabe. [Völlig Neubearb. Ausg. des "Wörterbuchs der philosophischen Begriffe" von Rudolf Eisler]

Jaspers, Karl

1973 Philosophie. Bd. 1: Philosophische Weltorientierung. Berlin: Springer [4., unveränd. Aufl.]

Meyer, Gerhard

1978 Heutige Formen von Satipaṭṭhāna-Meditationen. Hamburg. [Diss., Universität Hamburg]

Pongratz, Ludwig J.

1984 Problemgeschichte der Psychologie. München: Francke-Verlag. [2., durchges. u. überarb. Aufl.]

Rager, Günter, und Michael von Brück

2012 Grundzüge einer modernen Anthropologie. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. (Religion, Theologie und Naturwissenschaften, 27)

Thomae, Hans

1940 Bewusstsein und Leben. *Archiv für die gesamte Geschichte der Psychologie* 105: 55–59, 542–550.

Wellek, Albert

1966 Die Polarität im Aufbau des Charakters. System der konkreten Charakterkunde. München: Francke. [3., neubearb. u. wesentl. erw. Aufl.]

zudenken. So dürften dort z. B. nur wenigen Menschen die ikonenhaft aufgestiegenen Logos von Apple, Lacoste oder Shell AG (vgl. Krichbaum 1997: 31, 92, 140) unbekannt sein. Das Logo, wie man es heute kennt, ist ein Produkt der Dienstleistungsgesellschaft und entstand beim Übergang von der sekundären zur tertiären Wirtschaftsform (Kana und Mairitsch 2006: 25).² Obgleich man Logos zu meist mit Großkonzernen und Unternehmen aus der Geschäftswelt assoziiert, weisen auch viele wissenschaftliche Institutionen solch ein Erkennungszeichen auf. In der vorliegenden Abhandlung werden die Logos sächsischer Ethnologie-Institutionen (drei Museen und ein Universitätsinstitut) vorgestellt, besprochen und einander gegenübergestellt.

Präsentation und Erklärungen zu den sächsischen Ethnologie-Logos

Das Logo des Instituts für Ethnologie in Leipzig

Das Institut für Ethnologie in Leipzig weist seit 1994 eine in einem quadratischen Feld eingefasste Spirale als Institutslogo auf (Abb. 1). Bernhard Streck, der für die Implementierung des Logos verantwortlich war, hatte zu diesem Zeitpunkt seine Professur in Leipzig angetreten und die Leitung des

² Mit der Entstehung des Logos einhergehend kam es auch zu einer großen Ausdifferenzierung von Schrifttypen (Kana und Mairitsch 2006: 25).

Bildsymbole ethnologischer Fachgeschichte

Zu den Logos der sächsischen Ethnologie-Institutionen in Leipzig, Dresden und Herrnhut

Georg Schifko, Stephan Augustin, Giselher Blesse und Petra Martin¹

Einleitung

Logos sind heutzutage omnipräsent (Hrachovec 2006: 50) und zumindest im westlich geprägten Kulturraum aus dem Alltagsleben nicht mehr weg-

¹ Herr Augustin ist für die Darstellung des Logos vom Herrnhuter Völkerkundemuseum verantwortlich. Herr Blesse hat die Informationen zum Logo des Leipziger Völkerkundemuseum beigesteuert und Frau Martin jene zum Völkerkundemuseum Dresden.



Abb. 1: Das (ehemalige) Spiralenlogo des Instituts für Ethnologie in Leipzig.

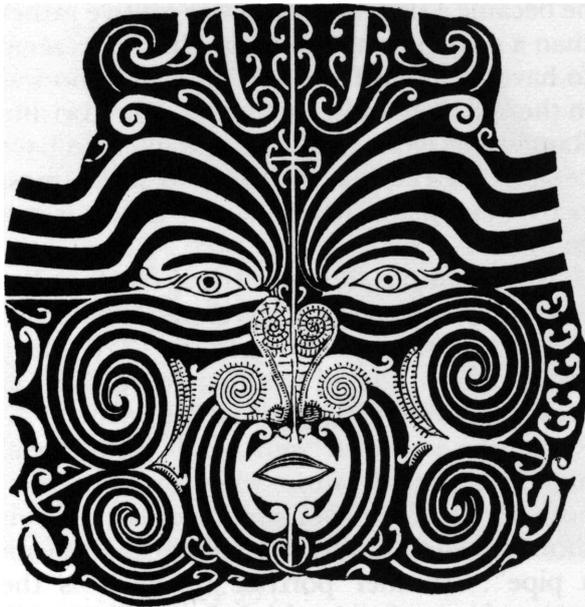


Abb. 2: Eine von Te Pehi Kupe selbst angefertigte Zeichnung seines Gesichts-*moko*, das als Grundlage für das Logo des Leipziger Instituts für Ethnologie verwendet wurde.

Instituts übernommen. Auf das Spiralenmotiv im Logo angesprochen, erklärt Streck in einer E-Mail vom 1. 12. 2012: “Als von der Frankfurter Kulturmorphologie beeinflusster Ethnologe suchte ich nach einem Zeichen, das die Geburt im Tod oder die ewige Wiederkehr zum Ausdruck bringt. Damit war ich bei der Spirale angelangt”. Eine Broschüre, die den Titel “Ethnologie in Mitteldeutschland” (2005) trägt, informiert ebenfalls, warum dieses Symbol ausgewählt wurde: “Es ist ein Bekenntnis zur gezeigten Kultur, die aber zugleich verrätselt und sich mit der verborgenen Kultur mischt. In vielen Kulturen werden in der Spirale Aufstieg, Niedergang und Neugeburt dargestellt – eine Sequenz, die auch den Rhythmus der langen Institutsgeschichte bestimmt hat” (Anonymus [= Streck] 2005: 2). Nun wurde allerdings nicht extra ein Grafiker mit dem Entwurf eines spiralförmigen Logos beauftragt, sondern man hat die Spirale “der Wangentätowierung eines Maori-Fürsten entnommen” (Anonymus [= Streck] 2005: 2). Solch kurvilineare Tätowierungen bilden einen *cultural marker* der Maori, der sie selbst von anderen polynesischen Kulturen unterscheidet und abhebt. Dass es sich bei der vorliegenden Spirale tatsächlich um den Teil einer Gesichtstätowierung eines Maori handelt, erkennt man auch eindeutig daran, dass sich im Logo die *pae-pae* genannte obere Wangenspirale links unten in einen als *wero* bezeichneten Teil erstreckt, der von Simmons (1999: 66) als eine “projection of the upper spiral on the cheek as a dagger form with inte-

rior lines” beschrieben wird. Besagte Spirale wurde einem Gesichts-*moko* entnommen, das Streck in Peter Probsts Ausstellungskatalog “Der dekorierte Körper” (1992) gefunden hatte. Auf Seite 24 dieses Katalogs findet sich die Wiedergabe einer Zeichnung (Abb. 2), die der Maori Te Pehi Kupe im Zuge eines Engländeraufenthaltes (1825–1826) eigenhändig und ohne Zuhilfenahme eines Spiegels angefertigt hat.³ Im Leipziger Institutslogo wird die obere Spirale aus der linken Gesichtshälfte von Te Pehi Kupes Gesichtstätowierung gezeigt.

Das Logo des Museums für Völkerkunde zu Leipzig

Das Leipziger Völkerkundemuseum hat ein regelrechtes Logo oder Signet, welches auf der offiziellen Geschäftspost, aber auch auf Visitenkarten, Veranstaltungsprogrammen usw. Verwendung fand, erst zu Beginn der 1980er Jahre eingeführt.⁴ Als Lothar Stein 1980 zum Direktor des Museums berufen wurde, beauftragte er den im gleichen Jahr im Museum angestellten Grafiker Jürgen Franke, einen Absolventen der Leipziger Hochschule für Grafik und Buchkunst, mit dem Entwurf eines fortan als offiziell geltenden Signets. Aus mehreren vorgelegten Entwürfen entschied man sich schließlich für eine die Buchstaben “m” und “v” in Braun und Schwarz zeigende Gestaltung, wobei das “m” gleichzeitig die Form des Haupteinganges des Grassimuseums als Heimstatt des Museums für Völkerkunde stilisierte (Abb. 3). Später wurde dieses Signet durch ein zweites, von einem externen Gestalter entworfenes, das alle drei im Grassimuseum untergebrachten Museen zu verwenden hatten, ergänzt. Es zeigte zu-

3 Diese Zeichnung wurde erstmals 1830 in George L. Craiks Buch “The New Zealanders” veröffentlicht.

4 Allerdings sind bereits zuvor auf dem Cover der *Mitteilungen aus dem Museum für Völkerkunde zu Leipzig* bestimmte Illustrationen als Identitätszeichen eingesetzt worden. Sie zierten zunächst die Titelseite, später die Rückseite der Zeitschrift. Elf Jahrgänge lang, von 1960 bis 1970, begrüßte eine zweifarbige, durch den Grafiker des Museums, Hans Thomas, gestaltete Vignette die Leser des populärwissenschaftlichen Blattes. Es handelte sich dabei um die Umrisse von Menschen unterschiedlicher Kontinente. Mit Beginn einer neuen Zählweise der *Mitteilungen*, jetzt Heft 35, wurde diese Zeichnung durch eine (ebenfalls von Hans Thomas geschaffene) Vignette ersetzt, die ein ozeanisches Motiv, einen *hei tiki* der Maori Neuseelands, wiedergab. Das Motiv hat im Bestand des Museums ein reales Vorbild – das zurzeit in der Dauerausstellung gezeigte, 14,7 cm hohe Objekt mit der Inventarnummer Po 1397 aus der Sammlung Umlauf. Als das Museum 1976 erneut das Äußere seiner *Mitteilungen* änderte, verschwand auch dieses Signet.



Abb. 3: Ehemaliges Schriftlogo des Museums für Völkerkunde zu Leipzig, in dem der Buchstabe "m" die Form des Haupteinganges des GRASSI Museums als Heimstatt des Museums für Völkerkunde stilisiert.

sätzlich den Schriftzug GRASSI MUSEUM LEIPZIG im Quadrat.

Mit Dienstantritt von Claus Deimel als Museumsdirektor 2001 führte dieser ein neues Museumslogo ein. Er griff dabei auf Anregung des für Ost- und Südafrika zuständigen und mit der Museumsge-schichte vertrauten Kustos Giselher Blesse auf ein Motiv zurück, das 1989 besonders durch seine Auswahl für eine Neujahrskarte des Pariser Museums für afrikanische und ozeanische Kunst publik geworden war und 1994 aus Anlass des 125jährigen Bestehens des Leipziger Museums für eine Sonderbriefmarke der Deutschen Bundespost erneut Verwendung fand. Bei dem Motiv handelte es sich um eine von insgesamt 121 Masken der ostafrikanischen Makonde, die der ehemalige Museumsdirektor Karl Weule von seiner Expedition 1906 mitgebracht hatte (Abb. 4).⁵ Derartige Gesichtsmasken, aus hellem und leichtem Holz geschnitzt, bildeten allerdings nur einen Teil des eigentlichen Maskenkostüms, das den Träger gänzlich zu verhüllen und vor den Blicken Nichtbefugter, also Frauen und Nichtinitiiertes, zu verbergen hatte. Die Masken stellten Ahnengeister (*midimu*) dar und traten traditionell zu den Feierlichkeiten am Ende des Initiationszyklus (*unyago*) auf. Bis zu ihrer Ausleihe nach Paris gehörte die 17×17 cm große Maske mit der Inventarnummer MAF 16567 eher zu den kaum be-

⁵ "Karl Weule konnte die Masken vor Ort im Inneren des Landes zusammentragen. Daher war er von ihrer weitestgehenden Originalität überzeugt. Die Mehrzahl der Masken erwarb er auf dem Makonde-Plateau in Mahuta, dem Sitz des Wali [= ranghöchster einheimischer Vertreter des Kolonialregimes]. Auf dessen Geheiß brachten die Makonde auch Masken in seine Residenz, und Karl Weule kaufte sie ihnen nach teilweise zähen Verhandlungen ab. ... Weule resümierte schließlich: 'Masken waren nur durch List, entschiedenes Auftreten und Ausdauer zu erlangen; und selbst dann auch nur gegen verhältnismäßig hohe Preise'" (Blesse 2009: 297 f.).

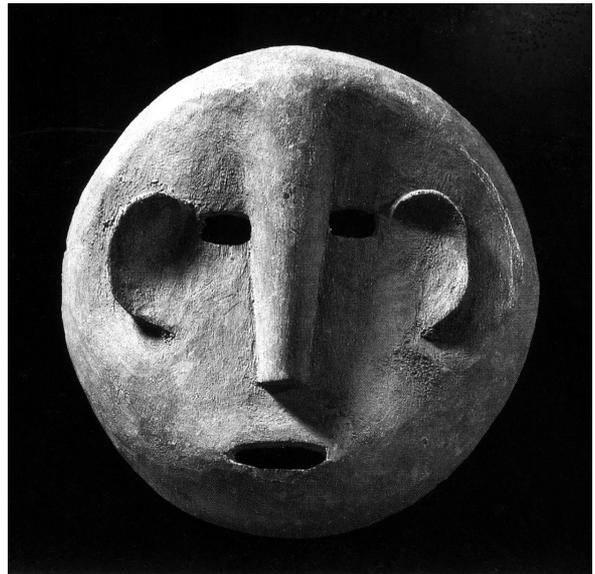


Abb. 4: Eine Maske der ostafrikanischen Makonde, die als Logo für das Museum für Völkerkunde zu Leipzig verwendet wurde.

kannten und wenig gezeigten Objekten der weltweit einmaligen Kollektion. Warum gerade sie plötzlich das besondere Interesse von Kuratoren, Gestaltern in Frankreich und Deutschland fand, ist im Nachhinein schwerlich zu ergründen.

Das Logo des Museums für Völkerkunde Dresden

Das Logo des Museums für Völkerkunde Dresden (Abb. 5) wurde Ende der 1970er Jahre entwickelt. Seine wesentlichen Gestaltungselemente sind mehrfach konzentrische Kreise auf schwarz-weißem Grund, die unterschiedliche Assoziationen wecken. So lässt die schwarz-weiß kontrastierende dualistische Expressivität einige Betrachter an eine Adaptation der Yin-Yang-Symbolik denken, von anderen werden die innenliegenden Kreise des abstrakten Motivs als geradezu hypnotisch wirkende Augen wahrgenommen. Bei Befragung der damaligen Kustoden hinsichtlich der Motivation für die Implementierung eines Logos sind voneinander abweichende Auskünfte gegeben worden.⁶ Einig sind sie sich jedoch alle darin, dass das Logo des Völkerkundemuseums mit seinen weltumspannenden Sammlungen auf einem Motiv basieren sollte, das universalen Anspruch hat und damit für den Betrachter keine

⁶ Vermutlich haben alle Versionen ihre Berechtigung und die abweichenden Erinnerungen bezeugen, dass der entscheidenden Initiative eine längere Zeit des Diskurses über die inhaltlich anzulegenden Parameter vorausgegangen war.

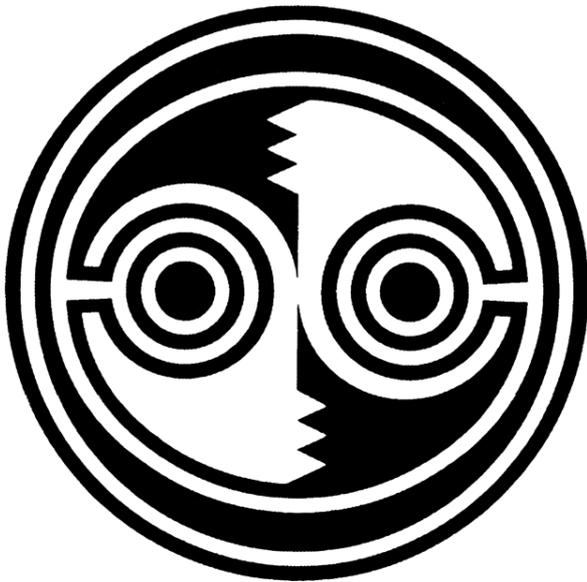


Abb. 5: Das (ehemalige) Logo des Völkerkundemuseums Dresden.

eindeutige kulturelle bzw. regionale Verortung zulassen würde. Gleichzeitig sollte das Motiv einen großen Wiedererkennungseffekt aufweisen und medial vielfältig nutzbar sein. Als Vorbild galt dem damaligen Kollegium das „Augen-Logo“ des Hygiene-Museums Dresden, das bereits seit den Weltausstellungen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts als Bildmarke Verwendung fand und später zu der noch heute genutzten Wort-/Bildmarke weiterentwickelt wurde.

Den richtungsweisenden Schritt unternahm 1977 der Ozeanien-Kustos Frank Tiesler mit dem Vorschlag, den Dresdner Grafiker Günther Maubach mit Entwürfen zu beauftragen. G. Maubach hatte an der Hochschule für Bildende Künste Dresden freie Grafik bei Lea Grundig (1906–1977) studiert und sich bereits als Gebrauchsgrafiker durch Plakatentwürfe für Theater und Museen einen Namen gemacht. Nach dessen Erinnerungen beinhaltet der Auftrag durch die Direktion die Neugestaltung der Geschäftspapiere mit einem Signet. Maubach wurde maximale künstlerische Freiheit zugebilligt mit der einzigen Einschränkung, dass der Entwurf eben nicht auf eine bestimmte Region zielen sollte. Er besichtigte daraufhin alle Regionalsammlungen und fotografierte verschiedene Objekte. Die entscheidende Inspiration für das Logo ging letztlich von einem Kampfschild der in Neubritannien lebenden Mengen – also einem „Südsee-Objekt“ – aus (Abb. 6).⁷ Das Dresdner Museum besitzt fünf Ex-



Abb. 6: Ein Kampfschild der Mengen aus Neubritannien, dessen Bemalung als Grundlage für das Logo des Völkerkundemuseums Dresden herangezogen wurde.

emplare solcher Kampfschilde, die in ethnografischen Sammlungen große Raritäten darstellen sollen (Stöhr 1987: 139). Drei von ihnen sind im 19. Jahrhundert vor Ort (durch R. Parkinson) und zwei 1938 aus einer Dresdner Privatsammlung (Lahmann) erworben worden. Das schwarz-weiß-braune Dekor der dünnwandigen, durch Rattanumwicklung verstärkten gewölbten Schilde aus weichem Holz erscheint merkwürdig stereotyp: Auf allen diesen Schilden tragen jeweils beide Schildhälften ein stilisiertes Gesicht, das von einem weißen Zacken-

⁷ Die Mengen, die an Küste und Hinterland beiderseits der Jacquinet-Bucht siedeln (Stöhr 1987: 138), sind in ethnografi-

schon Sammlungen zumeist seltener durch Artefakte repräsentiert als andere Völker dieser Region.

rand umgeben ist. Die Augen, aus konzentrischen Kreisen bestehend, liegen in großen, wechselnd schwarzen und braunen Feldern. Trotz dieser nahezu identisch wirkenden Dekore lässt sich eindeutig der Schild mit der Katalognummer 57024 als Vorbild identifizieren, denn nur bei diesem Schild sind die die Augen rahmenden Farbfelder mit einem Zackenrand – ebenso wie beim Dresdner Logo – voneinander abgegrenzt.

Maubachs Entwurf überzeugte sofort, weder er selbst noch die früheren Mitarbeiter erinnern sich an eine kontroverse Debatte. Trotz unterschiedlicher regionaler Spezialisierung konnten sich alle Beteiligten mit dem Logoentwurf identifizieren. Der Kreis – auch in konzentrischer Anordnung – ist ein elementares Musterelement und seine weltweite Verwendung stand außer Frage. Auch für die spezifische Anordnung zu einem Augenpaar – für Maubach Ausdruck einer der Völkerkunde inhärenten Magie – sowie für die Positiv-/Negativ-Malerei gibt es Belege aus unterschiedlichen Kulturen. Auf den Geschäftspapieren fand das Logo – anfangs zweifarbig, später reduziert auf eine einfarbige Version – sofort als Wort-/Bildmarke Einführung, während die im Eigenverlag erscheinenden Publikationen erst seit 1979 das Logo tragen.⁸

Das Logo des Völkerkundemuseums Herrnhut

Das Völkerkundemuseum Herrnhut, das 1975 dem Staatlichen Museum für Völkerkunde Dresden als Außenstelle angeschlossen wurde (Augustin 2013: 43 f.), hatte bis in die Mitte der 1980er Jahre kein Erkennungszeichen im Sinne bzw. in Form eines Logos oder Signets. Erst zu diesem Zeitpunkt wurden Überlegungen angestellt, ein grafisches Erkennungszeichen für das Museum zu entwickeln. Ausgangspunkt dafür war das vom Museum für Völkerkunde Dresden verwendete Logo, dem das Herrnhuter nicht gleichen, aber doch nahe kommen sollte. Da das Logo des Dresdner Völkerkundemuseums als Kreis mit innerem grafischem Motiv erschien, wurde für die Herrnhuter Außenstelle nach einer optisch ähnlich wirkenden Form gesucht. Mehrere Objekte der Sammlung wurden daraufhin gesichtet und in eine Auswahl einbezogen. Die Entscheidung fiel schließlich auf einen Korbteiler der Nyamwezi (Ostafrika, heutiges Tansania), der kreisrund und mit einem Ornament versehen ist (Abb. 7). Das Objekt (Kat.-Nr. 65115) erschien nicht nur aus

ästhetischer Sicht gut geeignet. Es verkörpert in gewisser Weise auch den Charakter der Herrnhuter ethnografischen Bestände, die vorwiegend auf der Basis von Sammlungen der Missionare der Evangelischen Brüder-Unität angelegt wurden. Die Missionare sammelten weniger exklusive Objekte, wie künstlerisch herausragende oder besonders wertvoll erscheinende, sondern vor allem Gegenstände des alltäglichen Lebens der Ethnien bei denen sie



Abb. 7: Ein mit Ornamenten versehener Korbteiler der Nyamwezi (Ostafrika, heutiges Tansania), der als Grundlage für das Logo des Völkerkundemuseum Herrnhut verwendet wurde.



Abb. 8: Das (ehemalige) Logo des Völkerkundemuseums Herrnhut.

⁸ Für eine Betrachtung des neubritannischen Kampfschildes und des davon abgeleiteten Museumslogos im Lichte der von Otto Koenig geprägten Kulturethologie siehe Schifko (2015).

tätig waren. Der Korbteiler der Nyamwezi gehört zu einer Region und einer ethnischen Gruppe, die zahlenmäßig recht gut im Gesamtbestand vertreten sind und weist auch auf ein Gebiet hin, in dem die Herrnhuter umfangreich Mission betrieben. In der Gegenwart machen die sechs Kirchenprovinzen der Brüder-Unität in Tansania etwa 50 Prozent ihrer Mitgliederzahl weltweit aus. Die relativ gute Dokumentation des Objekts war ein weiterer Grund. Der in Spiralwulsttechnik geflochtene Korbteiler befindet sich seit 1908 im Bestand des Museums. Er wurde höchstwahrscheinlich 1905 von Missionsdirektor Paul Hennig während seiner Visitationen im Missionsgebiet Nyamwezi gesammelt. Wilhelm Blohm, von 1910 bis 1916 Missionar der Brüder-Unität bei den Nyamwezi, bezeichnet dieses Objekt als Strohteller und gibt als Verwendungszweck an, dass dieser zum Worfeln von Hirse benutzt wurde (Blohm 1931: 125). Die durch das Einflechten von schwarz gefärbten Halmen erzielte Ornamentik des Tellers geht nach Meinung der Afrikanistin Silvia Dolz (2003: 49f.) auf Einflüsse des ostafrikanischen Zwischenseengebietes zurück. Das Ornament wirkt dynamisch und durch seine auf das Zentrum weisende Struktur als Blickfang. Damit schien es als Motiv für ein Logo, das ja neben dem Wiedererkennungseffekt auch die Aufmerksamkeit der Betrachter erwecken soll, sehr gut geeignet.

Dieser Teller mit seinem Ornament wurde grafisch umgesetzt und zunächst in den Farben grün und gelb (die Farben, in dem der Katalog zur Dauerausstellung von 1978 gestaltet war) sowie schwarz und weiß (Abb. 8) verwendet. Später erschien das Logo mitunter auch in den Grundfarben des jeweiligen Plakates. Die Entwicklung des Logos bis zur fertigen Gestalt lag in den Händen von Sigrid Diesl, seit 1979 Ausstellungsgestalterin am Völkerkundemuseum Herrnhut.

Das Logo wurde dann ab Anfang der 1990er Jahre sowohl auf der Geschäftspost des Völkerkundemuseums Herrnhut als auch bei Werbemitteln (Plakate für Sonderausstellungen und Vorträge, Faltblätter) eingesetzt. Auch vor dem Gebäude wurde es in Form eines großen Werbeaufstellers gezeigt. Allerdings war die Verwendung nicht zwingend vorgegeben. Dort wo es aus gestalterischer Sicht störte bzw. nicht notwendig erschien, wurde (vor allem bei Vortragsplakaten zum Aushang im näheren Umfeld) darauf verzichtet. Erst ab 1994 erfolgte eine konsequente Verwendung des Logos.

Vergleichende Gegenüberstellung der sächsischen Ethnologie-Logos

Bei einer zusammenfassenden Betrachtung der sächsischen Ethnologie-Logos fällt auf, dass die Museen sich alle um ca. zwei Jahrzehnte früher als das Institut für Ethnologie ein eigenes Logo zugelegt haben. Ein definitiver Grund dafür kann nicht mit Sicherheit angegeben werden, aber vielleicht haben Universitätsinstitute prinzipiell erst viel später ein Gefühl der Eigenständigkeit gegenüber ihrer jeweiligen Alma Mater entwickelt.⁹ Eine gewisse Dependenz vom Herrnhuter Museum gegenüber dem Dresdner Museum, dem es als Außenstelle angeschlossen wurde, ist hier ebenfalls zu konstatieren. Dies führte ja auch zu einer sichtbaren Ähnlichkeit in der Ausformung ihrer Logos, wobei sich das Herrnhuter Museum an jenem von Dresden orientiert hat (siehe oben). Wissenschaftssoziologisch ist vielleicht auch von Interesse, dass, wie im Fall des Dresdner Museums, die Implementierung und Auswahl des Logos z. T. von einem größeren Personenkreis beschlossen wurde, während diese Entscheidung z. B. im Leipziger Institut für Ethnologie von einer Einzelperson in entsprechender Position ausging.

Alle hier behandelten Körperschaften haben im weitesten Sinne ein ethnologisches Motiv als Logo auserkoren.¹⁰ Dabei fällt auf, dass unter den sich als Hort materieller Kultur verstehenden Museen nur jenes aus Leipzig tatsächlich auch ein konkretes Artefakt aus seinen Sammlungen als Logo ausgesucht hat. Allerdings ist jedoch bei den beiden anderen Museen (Dresden und Herrnhut) insofern auch ein Objektbezug gegeben, als man jeweils ein ornamentales Muster eines dort aufbewahrten Exponats zum Logo gewählt hat. Bei allen drei Museen rekurren die Logos auch keineswegs auf Prunkstücke aus den jeweiligen Sammlungen.¹¹ Dies gilt für die im Leipziger Museumslogo gezeigte Maske ebenso wie für die Objekte (Schild bzw. Korbteiler) der beiden an-

9 Ähnlich ist es z. B. in Wien, wo sich das Museum für Völkerkunde (jetzt "Weltmuseum Wien") bereits lange vor dem Institut für Ethnologie, das sich erst seit 1999 mit einem Logo schmückt, ein eigenes Logo zugelegt hatte. Das Museum wies im Laufe der Zeit unterschiedliche Signets auf, und im Zuge der Namensänderung des Museums wurde 2013 wieder ein neues Logo eingeführt.

10 Das Völkerkundemuseum Leipzig allerdings erst nach der Ablöse des vormaligen Schriftlogos.

11 In Herrnhut befindet sich jenes Objekt, das Pate für das Logo gestanden hat, in der Dauerausstellung. Im Leipziger Museum soll in Zukunft die zur Zeit aus der Schausammlung entnommene Makonde-Maske wieder ausgestellt werden. In Dresden gibt es seit 1944 keine Dauerausstellung mehr, und daher befindet sich der Mengen-Schild im Depot.

deren Museen, deren ornamentale Muster direkt oder indirekt als Quelle gedient haben. Im Nachhinein betrachtet hat solch eine Auswahl natürlich den Vorteil, dass die Wahrscheinlichkeit einer Restitutionsforderung oder anderer unangenehmer Diskussionen bezüglich der den Logos zugrunde liegenden Objekte, gering gehalten wird.¹²

Zwei der vorgestellten Logos (Museen aus Leipzig und Herrnhut) rekurren auf Objekte aus Afrika, die beiden anderen Logos (Institut Leipzig und Museum Dresden) sind dem Regionalgebiet Ozeanien entnommen worden. Jedoch ist einzig beim Herrnhuter Museum die Wahl des Motivs insofern als repräsentativ zu bezeichnen, als die Herrnhuter Missionare bei den Nyamwezi schwerpunktmäßig aktiv waren. Bei den anderen Fällen darf die Wahl des Logos keineswegs als Ausdruck eines musealen Schwerpunkts oder einer regionalen Spezialisierung der wissenschaftlichen Arbeit gedeutet werden. Beim Völkerkundemuseum in Dresden und dem Ethnologie-Institut in Leipzig wurde hinsichtlich der Auswahl des Logos ja sogar explizit vermerkt, dass es keineswegs mit einer konkreten Kultur in Zusammenhang gebracht werden darf, sondern ein Art Universallogo darstellen soll. Im Dresdner Fall wurde dies durch eine grafische Reduktion eines ohnehin schon vereinfachten Motivs aus der Mengen-Kultur erreicht. Beim Leipziger Institut wurde ein spiralförmiges Segment aus einem größeren Ganzen, nämlich einer Gesichtstätowierung eines Maori, entnommen. Im Falle des Institutes muss festgehalten werden, dass die Wahl der Maori-Spirale keinesfalls programmatisch für die dort abgehaltene Lehre zu verstehen ist, denn seit der 1994 erfolgten Implementierung des Logos ist unseres Wissens dort keine Lehrveranstaltung zu Ozeanien, oder gar speziell zur Maori-Kultur abgehalten worden! Davon, dass die Verwendung einer Maori-Tätowierung im Institutslogo heutzutage auch die potentielle Gefahr bergen könnte, von den Indige-

12 Man stelle sich etwa vor – um beim Beispiel afrikanischer Masken zu bleiben –, dass das British Museum in London jene berühmte Iyoba-Maske aus dem Königreich Benin zum Logo auserkoren hätte, die seit 1977 zum Symbol für das World Festival of Black Arts (FESTAC) geworden ist (Layiwola 2007: 505) und heute überdies auch allgemein „als Symbol zurückgewiesener Repatriierung angesehen [wird]“ (Lindner: 2014: 15). Rein theoretisch könnte auch eine willkürliche Übernahme von ornamentalen Symbolen Schwierigkeiten mit sich bringen. So weisen z. B. die Zia Pueblo ein Sonnensymbol auf, welches sogar Eingang in die Flagge von New Mexico gefunden hat. In den 1990er Jahren meldeten die Zia einen Anspruch auf ihr geistiges Eigentum an dem Sonnensymbol an, und dieser wurde ihnen sogar gerichtlich zuerkannt. Daher fallen nun für die Benutzung dieses Symbols als Logo Lizenzgebühren an (Comaroff and Comaroff 2009: 83).

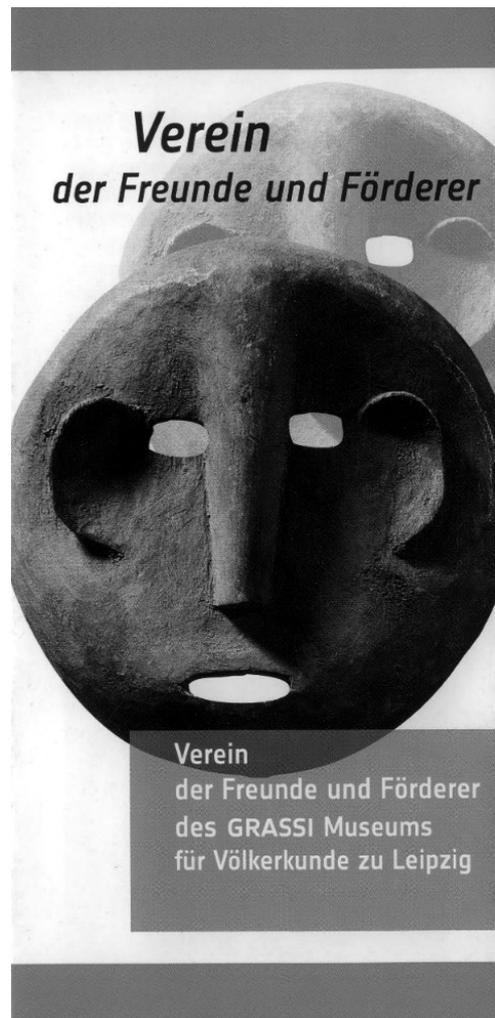


Abb. 9: Der Flyer des Vereins der Freunde und Förderer des GRASSI Museums für Völkerkunde zu Leipzig, auf dem die Makonde-Maske zu sehen ist.

nen Neuseelands beanstandet zu werden, wird andernorts (Schifko 2009) berichtet.¹³

Es muss an dieser Stelle auch darauf hingewiesen werden, dass die Museumslogos vor kurzem abgeschafft wurden und nunmehr der Vergangenheit angehören. Der Wegfall der markanten Gebrauchsgrafiken ist im Lichte der fortschreitenden Fusionierung sächsischer Forschungseinrichtungen zu sehen. Ein 2004 erfolgter Zusammenschluss der drei sächsischen Völkerkundemuseen Leipzig, Dresden und Herrnhut zu den Staatlichen Ethnographischen Sammlungen Sachsen (SES) hatte auf die weitere Verwendung der sächsischen Museumslogos noch keinen Einfluss. Da jedes Museum innerhalb dieses Verbundes seine besondere

13 De facto ist solch eine Gefahr aber aus diversen Gründen (siehe Schifko 2009: 163) als nur sehr gering einzuschätzen.



Abb. 10: Der Flyer des Förderkreises des Museums für Völkerkunde Dresden, auf dem jener Abschnitt der Schildbemalung zu sehen ist, der als Grundlage für das Logo besagten Völkerkundemuseums gedient hat.

Charakteristik erhalten sollte, wurden auch die entsprechenden Logos der drei Häuser weiter geführt. Eine fundamentale Änderung trat jedoch im Jahr 2010 mit dem Anschluss der SES an die Staatlichen Kunstsammlungen Dresden (SKD) ein. Die haus-eigenen Logos wurden zugunsten des SKD-Schrift-zuges, der als Erkennungszeichen der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden angesehen wird, abgeschafft und werden nicht mehr verwendet.

In allen drei betroffenen Museen konnte das jeweilige Logo jedoch in Form eines *survival* weiterbestehen. So hat zumindest auf dem Flyer des Vereins der Freunde und Förderer des GRASSI Museums für Völkerkunde zu Leipzig die von Karl Weule gesammelte Makonde-Maske ihren Platz noch bis heute behaupten können (Abb. 9). Auch der Förderkreis des Völkerkundemuseums Dresden

wollte explizit das Dresdner Logo auf seinen Flyern fortleben lassen. In der grafischen Umsetzung hat man sich allerdings dabei stärker an dem ursprünglichen Objektvorbild orientiert, und nun bildet auf den Flyern genau jener Ausschnitt der Schildbemalung das Erkennungszeichen, der ursprünglich als Vorlage für das eigentliche Museumslogo gedient hat (Abb. 10). Ebenso erweist man im Völkerkundemuseum Herrnhut dem alten Logo insofern noch Reverenz, als man nach dessen Abschaffung nun auf eine fotografische Darstellung des Korbteilers zurückgreift und diese, jetzt häufig in Kombination mit der einen Herrnhuter Missionar verkörpernden Holzplastik (Kat.-Nr. 68766, Ostafrika: Rutenganio, wahrschl. Nyakyusa, um 1930; erworben 1977), zur Außendarstellung sowie für Werbemittel verwendet (Abb. 11). So verschwand z. B. auf der Werbefläche vor dem Gebäude das ursprüngliche Logo und fand Ersatz durch eine übergroße Darstellung des Tellers und besagter Holzplastik. Die gemeinsame Nutzung beider Objekte weist in anschaulicher Form gut auf Titel und Inhalt der Dauerausstellung hin – Ethnografie und Herrnhuter Mission. Korbteiler und



Abb. 11: Eine Fotocollage, die den Korbteiler der Nyamwezi in Verbindung mit einer, einen Herrnhuter Missionar darstellenden Holzplastik zeigt.

Missionarsfigur werden sicherlich bis zum Ende der Standzeit der gegenwärtigen Dauerausstellung weiterhin genutzt werden. Mit einer neuen Dauerausstellung werden unter Umständen andere Objekte oder Symbole für die Außenwirkung des Völkerkundemuseums Herrnhut Verwendung finden.

Auch das Logo des Leipziger Ethnologie-Instituts ist vor kurzem aufgegeben worden. Das Signet hatte allerdings schon früher in seinem Gebrauch eine gewisse Einschränkung erfahren, da es nur mehr zur Repräsentation nach außen hin verwendet wurde, während bei weniger offiziellen Schriftstücken, wie z. B. dem kommentierten Vorlesungsverzeichnis etc., man eine abgewandelte Form des ursprünglichen Logos verwendet hatte, die von Maren Rößler und Karin Ries kreiert worden war. Die beiden damaligen Institutsmitarbeiterinnen hatten Ende der 1990er Jahre das Spiralenlogo beim Erstellen der allerersten Institutshomepage mit Photoshop verfremdet und seitdem fand diese Version (Abb. 12) institutsinternen Gebrauch. Eine überraschende Rezeption bzw. Weiterführung des Institutslogos fand im Rahmen des 8. Ethnologischen Symposiums der Studierenden¹⁴ statt, das 2011 in Leipzig unter dem Motto “Gezeigte und verborgene Kultur” abgehalten wurde.¹⁵ Dort wurde nämlich eine auf dem Institutslogo basierende, jedoch in abgewandelter Form und in kräftigen Pastelltönen gefertigte Spirale als Signet verwendet (Abb. 13).¹⁶ Vielleicht erfährt ja früher oder später auch ein anderes der hier besprochenen Logos noch eine unerwartete Renaissance.

Schluss

Zum Abschluss soll darauf hingewiesen werden, dass man innerhalb der Ethnologie keineswegs ausschließlich in Akkulturation befindliche oder gar “aussterbende” Völker bemühen muss, wenn man Beispiele für ein dem Vergessen zum Opfer zu fallen drohendes Wissen anführen will. Solch ein Phänomen ist nämlich auch selbst innerhalb der Ethnologengilde leicht zu beobachten, wie man anhand der hier vorgestellten Logos aufzeigen kann. Im Zuge

¹⁴ Bei diesen Symposien handelt es sich um periodisch abgehaltene Zusammenkünfte deutschsprachiger Studierender der Ethnologie, die jeweils an einem anderen Ort stattfinden.

¹⁵ Dieses Motto, das dem einer von Bernhard Streck geleiteten Ringvorlesung entspricht, sowie die Verwendung des Spiralenlogos darf man vielleicht als Hommage an Prof. Streck verstehen, der kurz zuvor in Pension gegangen war.

¹⁶ Das Organisationsteam hat auf Anfrage bestätigt, dass tatsächlich das Leipziger Institutslogo den Ausgangspunkt für das Symposiumslogo gebildet hatte (E-Mail vom 13. Februar 2011).

eines in Leipzig gehaltenen Vortrages am Institut für Ethnologie hat einer der Verfasser dieses Beitrags feststellen müssen, dass nicht nur die Studenten, sondern auch einige Institutsmitglieder nur vage über Genese und Geschichte des eigenen Logos Bescheid wussten. Ebenso wurde oben bereits darauf hingewiesen, dass überraschenderweise sogar manche Vertreter jener Generation von Dresdner Museumsethnologen, unter deren Ägide es zur Etablierung des Museumslogo kam, jeweils voneinander abweichende Begründungen angaben, warum solch ein Logo überhaupt eingeführt worden sei. Dokumente, die Auskunft über die Beweggründe zur Entwicklung eines Logos, die Auswahl des Motivs und einen diesbezüglichen wissenschaftlichen Diskurs hätten geben können, liegen in den Verwaltungs-

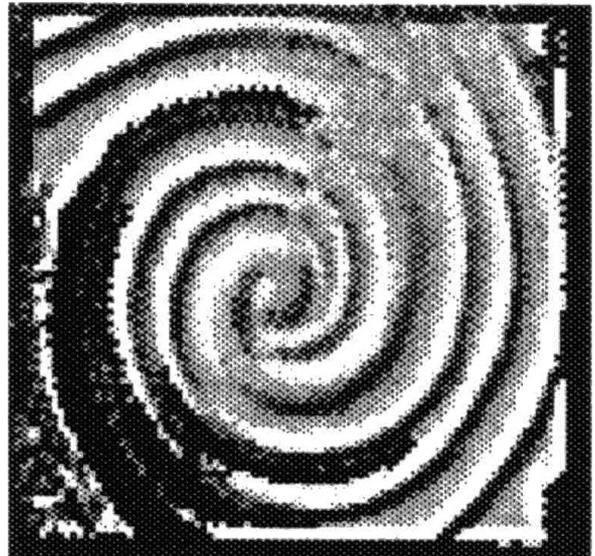


Abb. 12: Eine Abwandlung des ehemaligen Logos des Instituts für Ethnologie in Leipzig, die institutsintern Verwendung gefunden hat.



Abb. 13: Das Logo des “8. Ethnologischen Symposiums der Studierenden”, bei dessen Gestaltung das Leipziger Institutslogo den Ausgangspunkt gebildet hat.

akten des Dresdner Museums leider nicht vor. Diese Feststellung gilt allerdings ebenso für zumindest zwei weitere der anderen drei behandelten sächsischen Ethnologieinstitutionen. Der Vorgang scheint zumeist nur mündlich verhandelt worden zu sein, und es liegen daher keine offiziellen Schriftstücke vor. Dieser auffallend informelle Charakter der Beschlüsse rund um die offiziellen Erkennungszeichen würde sich bei zukünftigen Recherchen sehr nachteilig auswirken. Wenn nämlich bereits zum gegenwärtigen Zeitpunkt ein "Nichtwissen" um die Entstehung der sächsischen Ethnologielogos zu konstatieren ist, kann man sich ausmalen, wie es in Zukunft darum bestellt sein wird. Diesem drohenden Wissensverlust um die Logos soll mit dem vorliegenden Artikel Einhalt geboten werden, denn nicht zuletzt handelt es sich bei diesen emblematischen Erkennungszeichen auch um eine im deutschsprachigen Raum angesiedelte Facette ethnologischer Fachgeschichte.

Wir bedanken uns für Auskünfte zu den Logos sowie für andere Hilfestellungen bei Lydia Icke-Schwalbe, Heinz Israel (†), Klaus-Peter Kästner, Veronika Knoll, Günter Maubach, Gudrun Meier, Thomas Schwaha und Bernhard Streck.

Zitierte Literatur

- Anonymus* (Streck, Bernhard)
2005 Institut für Ethnologie Leipzig. In: Institut für Ethnologie Leipzig (Hrsg.) / K. Ries (Red.), *Ethnologie in Mitteleutschland*; pp. 2–3. Leipzig: Institut für Ethnologie.
- Augustin, Stephan**
2013 Alles unter einem Dach – bauliche Veränderungen am Völkerkundemuseum Herrnhut. *Jahrbuch der Staatlichen Ethnographischen Sammlungen Sachsen* 46: 43–48; Tafeln I–V.
- Blesse, Giselher**
2009 Karl Weule 1906 – Sammeln nach dem Aufstand. In: C. Deimel, S. Lentz und B. Streck (Hrsg.), *Auf der Suche nach Vielfalt. Ethnographie und Geographie in Leipzig*; pp. 295–302. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde.
- Blohm, Wilhelm**
1931 *Die Nyamwezi. Land und Wirtschaft*. Hamburg: Friederichsen, de Gruyter.
- Comaroff, John L., and Jean Comaroff**
2009 *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press.
- Craik, George L.**
1830 *The New Zealanders*. London: Charles Knight.
- Dolz, Silvia**
2003 Leben im Diesseits und Jenseits. Dorfgemeinschaften in Ostafrika. In: A. Nippa (Hrsg.), *Ethnographie und Herrnhuter Mission. Katalog zur ständigen Ausstellung im Völkerkundemuseum Herrnhut, Außenstelle des Staatlichen Museums für Völkerkunde Dresden*; pp. 40–55. Dresden: Staatliches Museum für Völkerkunde Dresden.
- Hrachovec, Herbert**
2006 Griff und Begriff. Zur Logik von Logos. Bemerkungen über visuelle und sprachliche Symbole in der Marktwirtschaft. In: G. Friesinger und J. Grenzfurthner (Hrsg.), *Quo Vadis, Logo*; pp. 50–64. Wien: Edition Mono.
- Kana, Robert, und Karin Mairitsch**
2006 Das Logo als Beitrag zur Unternehmenskommunikation. In: G. Friesinger und J. Grenzfurthner (Hrsg.), *Quo Vadis, Logo*; pp. 23–45. Wien: Edition Mono.
- Krichbaum, Jörg** (Hrsg.)
1997 *Marken der Welt. Bekannte und bedeutende Marken unserer Zeit*. Köln: Edition Arcum.
- Layiwola, Adepeju**
2007 287 I FESTAC-Maske. In: B. Plankensteiner (Hrsg.), *Benin. Könige und Rituale, höfische Kunst aus Nigeria. Eine Ausstellung des Museums für Völkerkunde Wien*; p. 505. Gent: Snoeck Publ.
- Lindner, Markus H.**
2014 Impressionen. *Mitteilungen der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde* 45: 14–15.
- Probst, Peter**
1992 *Der dekorierte Körper*. Berlin: Museumspädagogik Besucherdienst.
- Schifko, Georg**
2009 Überlegungen zur Verwendung einer tätowierten Maori-Spirale als Institutslogo. *Anthropos* 104: 161–165.
2015 Ein melanesischer Kampfschild mit Augenmotiven und das daraus entstandene Logo im Lichte von Otto Koenigs kulturethnologischen Thesen. Ein das "Urmotiv Auge" betreffendes Fallbeispiel. *Mitteilungen der Anthropologischen Gesellschaft in Wien* 145: 313–317.
- Simmons, David R.**
1999 *Ta moko. The Art of Maori Tattoo*. Auckland: Reed. [Rev. Ed.]
- Stöhr, Waldemar**
1987 *Kunst und Kultur aus der Südsee. Sammlung Clausmeyer*. Köln: Stadt Köln, Rautenstrauch-Joest-Museum für Völkerkunde.

Sanskritization of the Upper Castes

The Case of Mahāsū Followers

Hagar Shalev and Asaf Sharabi

Introduction

Mahāsū *devtā* (deity) is one of the major deities in the Indian Western Himalayas. It is the common name of four brothers who rule parts of the Shimla district of Himachal Pradesh and parts of the Deh-