

Inhalt

A.	Einleitung	9
I.	Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte: Industrialisierung und industrialisierte Gesellschaft	15
II.	Jenseits der <i>Great Exhibition</i> : Industrie- und Gewerbeausstellungen im 19. Jahrhundert ...	22
III.	Ausstellungsgeschichte und Ausstellungsanalyse: Methodische Überlegungen und theoretische Einordnung ..	30
1.	Ausstellungsgeschichte als Repräsentationsgeschichte ...	33
2.	Kommunikation durch Inszenierung und Partizipation: Ausstellungen als soziale und kommunikative Praxis	40
IV.	Das Untersuchungsdesign.....	46
V.	Quellen der Ausstellung	51
B.	Das Medium Ausstellung in der Kommunikationsrevolution des 19. Jahrhunderts: Grundstrukturen und Entwicklungen	59
I.	Industrie- und Gewerbeausstellungen im Medienkontext: Museum, Ausstellung, Industrie- und Gewerbe- ausstellung	64
1.	Die Genese der modernen Ausstellung	64
2.	Die Emanzipation der Ausstellung vom Museum: Kunstgewerbe, Kunstgewerbemuseen und Industrieausstellungen	69
3.	Markt, Messe und Ausstellung: Die Entwicklung der modernen Industrie- und Gewerbeausstellung.....	77
II.	Die Anfänge der Industrie- und Gewerbeausstellungen bis in die 1840er Jahre	84
1.	Das französische Vorbild: „Revolutionäres Fest“ und Instrument der Gewerbeförderung	84
2.	„Erziehung zum Gewerbefleiß“: Frühindustrielle Industrie- und Gewerbeausstellungen zwischen praktischer Aufklärung und staatlicher Gewerbe- förderung	92
3.	Bürgerliche Selbstorganisation und neu entstehende Öffentlichkeit: Ökonomische Sozietäten, polytechnische Vereine und Gewerbevereine als Träger des Ausstellungswesens	108
III.	Das Massenmedium Ausstellung von den 1840er Jahren bis 1910	123
1.	Form- und Funktionswandel: Industrie- und Gewerbe- ausstellungen zwischen Gewerbeförderung, Spektakel und Kommerzialisierung	123

2. Die Ausstellungen und ihre Organisatoren:	
Der Aufstieg einer neuen Gesellschaftsschicht	146
3. „Ausstellungsmüdigkeit“? –	
Funktionswandel und neue Medienstruktur	162
Resümee.....	168
 C. Ausstellungen als soziale und kulturelle Praxis	173
I. Die Ausstellung sehen – Publikumslenkung, Wahrnehmungsmodelle und Rezeptionsweisen	176
1. Besucher und Besucherlenkung	177
2. Die Ausstellung sehen, oder: Der Besucher vor dem Warenmeer	186
II. Die Ordnung der Dinge: Klassifikationen zwischen Gewerbeförderung und Konsumanreiz.....	196
III. Deutung und Bedeutung: Die Inszenierung der Ware und die Ästhetisierung der Dinge	214
IV. Belehrung, Vergnügen, Partizipation – die Schaffung des Konsumenten	233
V. Vom „königlichen Gebäude“ zu „Glaspalast“ und „Märchengeschloss“: Kommunikation durch Architektur	250
VI. Hierarchie und Konsens: Die Repräsentation der industrialisierten Gesellschaft in den Festen der Ausstellung	280
1. Die Industrie- und Gewerbeausstellung als Fest.....	281
2. Der Thron, die „leitenden Herren der Ausstellung“ und das Publikum	285
3. Konsensformeln: Technik und Nation	297
Resümee.....	300
 D. Themen der Ausstellung	305
I. Die Repräsentation der Arbeit, ihrer Akteure und ihrer Moral	310
1. Die Arbeit und ihre Akteure	316
2. Die Befriedung der Klassengesellschaft: Der Arbeiter als Objekt von Bildungsbemühungen und Sozialfürsorge ..	321
3. „Arbeit ist des Bürgers Zierde, Segen ist der Mühe Preis“ – Arbeit, Moral und Ikonographie	333
II. Industrieller Fortschritt und Technik in der Repräsentation der Industrie- und Gewerbeausstellungen	338
1. „Gewaltige, gehorsame Geschöpfe aus Menschenhänden und -gedanken“: Maschinen in den Industrie- und Gewerbeausstellungen ..	340
2. „Dunkles Licht“ und „strahlende Helle“: Elektrizität als Technik und Sozialvision.....	348

Inhalt	7
3. Der Fortschritt und seine Legitimation: Mythos und Tradition in der „Kuppelhalle“	356
III. Kunstgewerbe und Kunst in den Industrie- und Gewerbeausstellungen.....	365
1. Reformbewegung und Konsumanreiz – das Kunstgewerbe in den Industrie- und Gewerbeausstellungen	367
2. Sozialutopie und Legitimation – Kunst und kunsthistorische Altertümer in den Ausstellungen.....	376
IV. Die Visualisierung des Fortschritts in der industrialisierten Gesellschaft.....	383
1. „Deutscher Stil“, „deutsche Arbeit“, „deutsches Reich“ – Nation und Nationalismus in den Industrie- und Gewerbeausstellungen	385
2. Deutschland in der Welt, die Welt in Deutschland – Nationale Repräsentation im In- und Ausland	394
3. „Welch ein Abstand!“ – Die Verortung des Fortschritts in Zeit und Raum	399
Resümee.....	408
E. Resümee und Ausblick	415
Anhang	439
I. Industrie- und Gewerbeausstellungen in den deutschen Staaten und im Deutschen Reich 1790–1913	439
II. Archive und Archivquellen.....	459
1. Archive des Bundes.....	459
2. Landes- und Staatsarchive	459
3. Kreis- und Stadtarchive	460
4. Wirtschaftsarchive	460
5. Bildarchive	461
6. Museen	461
7. Handschriftliche Unikate/Rara in Bibliotheken	461
III. Zeitungen und Zeitschriften.....	461
IV. Abbildungsverzeichnis.....	464
V. Gedruckte Quellen und Forschungsliteratur	465
Danksagung	513
Register.....	515
Personenregister	515
Ortsregister.....	517

