

# Inhalt

<b>Die Geschichte einer Firma</b> .....	7
<b>Inszenierungen vom Menschen im Kaiserreich</b> .....	27
Der Preis der »Echtheit« .....	27
Wirtschaft: Der Handel mit Ethnographica 27   Kultur: Der Handel mit Geschichten 45	
Das »Weltmuseum« zwischen Schaugewerbe und Wissenschaft 57	
Ethnische »Echtheit«; Das lebende Exponat 57   »Lebensechtheit«: Das Bild vom Menschen 67	
Die Repräsentation von Mensch und Tier .....	85
Evolutionserzählungen: Primat und Pithecanthropus 85   Reproduktions- verfahren: Dermoplastik und Klischee 106	
Menschenbilder und die Museologie .....	128
Die »Panoptikummethode«; Lebensgruppen als Problem 128   Typen und Kopien: Menschenbilder in Serie 153	
<b>Völkerkrieg und Völkerkunde</b> .....	171
Lager von »Völkertypen« .....	171
Feindbilder in »Deutschen Kriegsausstellungen« .....	189
<b>Kulissen des frühen Weimarer Films</b> .....	211
Von Völkerschau und Diorama zum Spielfilm .....	211
Verfremdung und Zivilisierung .....	240
<b>Umlauf(f)</b> .....	263
Anmerkungen .....	267

## Die Geschichte einer Firma

1868 wurde die Firma J.F.G. Umlauff als Naturalienhandlung auf der Hamburger Reeperbahn gegründet. Das Ehepaar Umlauff, seine Kinder und Enkelkinder importierten und verkauften Naturalien und Kuriositäten aus Übersee. Sie stellten Muschelprodukte, Tierpräparate und Menschenfiguren her, die die jeweiligen gesellschaftlichen, politischen und wissenschaftlichen Bedürfnisse bedienten. Für mehr als 100 Jahre sollte das Unternehmen den deutschen Markt für Zoologica, Ethnographica, Anthropologica und plastische Bilder vom Menschen mitbestimmen. An den Umlauff'schen **Biographien** lässt sich die Geschichte eines erfolgreichen Unternehmens verfolgen und zugleich eine Kulturgeschichte rekonstruieren.

Johann Friedrich Gustav Umlauff (1833–1889), der spätere Firmengründer, fuhr zunächst für einige Jahre als Schiffszimmermann zur See.<sup>1</sup> 1858 erhielt er das Bürgerrecht in Hamburg<sup>2</sup> und erwarb im Jahr darauf eine Badeanstalt in der Langenstraße in St. Pauli.<sup>3</sup> Dort verkaufte er nebenbei Kuriositäten aus Übersee. 1863 heiratete er in zweiter Ehe Caroline Hagenbeck (1839–1918), eine Schwester des Tierhändlers Carl Hagenbeck (1844–1913). Mit seinem Schwager stand J.F.G. Umlauff in engem geschäftlichen Kontakt: Von ihm übernahm er verendete Tiere zur Präparation und später Ethnographica aus Völkerschauen zum Weiterverkauf. Aus dem Umlauff'schen Kuriositätenhandel entwickelte sich ein florierendes Geschäft, so dass das Ehepaar im Jahr 1868 eine Naturalienhandlung am Spielbudenplatz 16 und den umliegenden Hauskomplex erwerben konnte.<sup>4</sup>

Nach der Gewerbeanmeldung im Januar 1869 wurde die Firma »Johann Friedrich Gustav Umlauff« am 27. Juni 1871 offiziell als Naturalienhandlung ins Hamburger Handelsregister eingetragen.<sup>5</sup> Sie integrierte sich damit in ein Umfeld auf der Reeperbahn, das durch vielfältige Geschäfte und Vergnügungsetablissemments geprägt war. Im Hafenviertel wurden nicht nur Muscheln und Naturalien gehandelt, sondern auch

Waffen und Schmuck aus aller Welt. Carl Hagenbeck zeigte lebende Tiere in seiner Handelsmenagerie am Pferdemarkt. Am Spielbudenplatz gastierten jedes Jahr einzelne Schausteller, Völkerschauen, zoologische, anatomische, anthropologische »Museen« und »mechanische Theater«. <sup>6</sup> Das Ensemble dieser Attraktionen prägte die Unterhaltungskultur der Hansestadt Hamburg – insbesondere, nachdem St. Pauli eingemeindet worden war. Als Kuriositätenhandel gehörte das Umlauff'sche Unternehmen zur Vergnügungsindustrie in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Die Anmeldung des Gewerbes als »Naturalienhandlung« schloss jedoch bereits die Unterhaltung aus dem Namen aus. Als seriöse Firma versuchte die »Naturalienhandlung« Umlauff, sich in den folgenden Jahren eine Klientel aus Bildungsbürgertum und Wissenschaft zu erschließen.

Wegen Platzmangels wurde das expandierende Geschäft 1873 in Räumlichkeiten am Spielbudenplatz 8 verlegt. <sup>7</sup> Bisher hatte J. F. G. Umlauff willkürlich Objekte von in Hamburg einlaufenden Schiffen angekauft. Nun beauftragte er gezielt ausreisende Matrosen, Maschinisten, Kapitäne, Händler, Sammler und Wissenschaftler mit der Beschaffung von Ware in den Herkunftsländern. <sup>8</sup> Bereits 1869 hatte er eine erste »Fischerei-Ausstellung« in Altona beliefert <sup>9</sup>; weitere populäre Sport-, Jagd- und Kolonialausstellungen folgten <sup>10</sup>, darunter auch die Berliner »Gewerbeausstellung« von 1896. <sup>11</sup>

Der Unternehmer erweiterte sein Angebot ständig. Ab Ende der 1870er Jahre gab er gedruckte Preis-Courants über seine Waren heraus. 1876 inserierte er »ein reichhaltiges Lager von ethnographischen Sachen, ausgestopften Tieren und Skeletten, ausgestopften Vögeln und dieselben in Bälgen, Spiritussachen, Geweihen von Antilopen, Hirschen etc., Aquarien und Terrarien und dazu geeigneter Bevölkerung, rohen und gereinigten Muscheln und Corallen, sowie Muschelarbeiten jeglicher Art«. <sup>12</sup> Sein Sortiment hatte sich von Naturalien im weitesten Sinne auf Ethnographica – Alltags-, Kult- und Kunstgegenstände, Kleidung, Waffen, Schmuck – ausgedehnt. Auch Anthropologica – menschliche Schädel, Knochen und Skelette sowie Gipsabgüsse von Gesichtern und Körperteilen – gehörten zum Angebot.

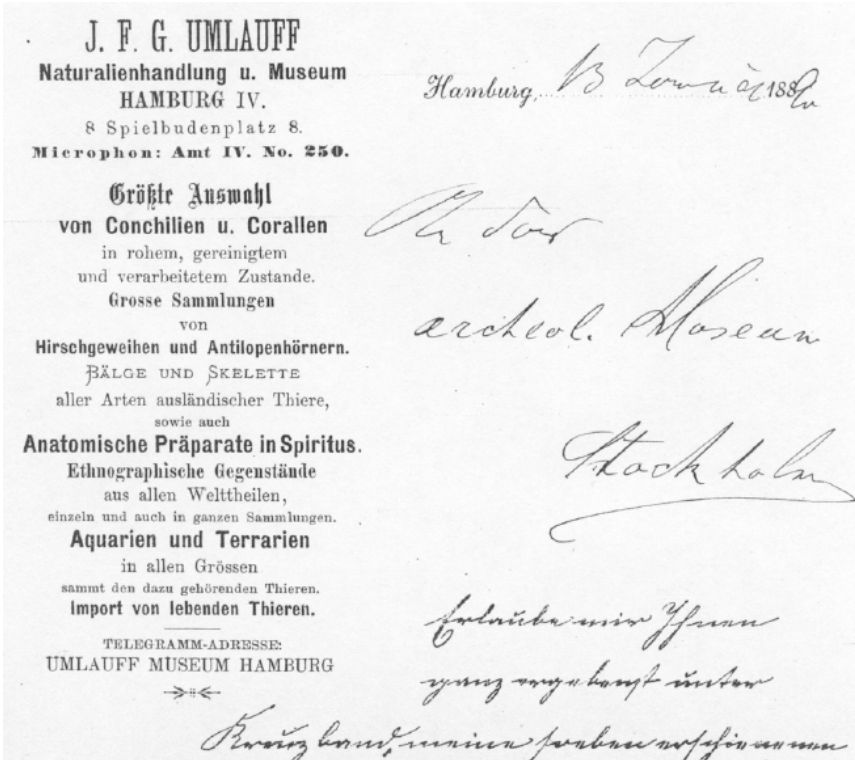
J. F. G. Umlauff knüpfte Geschäftskontakte zu zahlreichen deutschen Naturwissenschaftlern, Anthropologen und Ethnologen. Im Jahr 1880 schrieb er an Wilhelm Peters (Direktor des Königlichen Naturkundemuseums der Universität Berlin), mit der »Aufstellung [s]einer Spiritus-

sachen beschäftigt, finde [er] eine ziemliche Zahl von Reptilien vor zu denen [ihm] der botanische Namen fehl[e]«<sup>13</sup>, und bat den Zoologen um Bestimmung der Objekte. Neben Waren, Dubletten und Gipsabgüssen tauschte J. F. G. Umlauff mit seinen Kunden auch Wissen aus. So berichtete er, dass er sein »Geschäft soviel möglich den Museums in Deutschland und auch im Auslande [...] in Verbindung« bringen wolle.<sup>14</sup> Über den bloßen Handel mit Waren hinaus nutzte der Händler seine Geschäftskontakte systematisch zur Expansion und Vernetzung.

Als ein Zoologe ihn um einen präparierten grönländischen Hund bat, musste er antworten: »Betreffend den gewünschten Eskimohund schreibt mir ein anderer Geschäftsfreund vom hohen Norden, dass sich ein solcher nur gelegentlich mal erwerben lasse, dagegen sei es leichter, zottige Lappenhunde, eine den Eskimohunden verwandte Race zu bekommen. Ich erbitte daher Ihre gepfl. Nachricht, ob Ihnen mit einem Lappenhund gedient ist.«<sup>15</sup> Als Wirtschaftsunternehmen bot die Firma Umlauff adäquaten Ersatz an. Viele Tiere, deren Kadaver oder Präparate sie anbot, wurden auf Bestellung gejagt und getötet. Die Sammler zoologischen Materials verfügten über eine kurze Ausbildung in der Präparation, um erlegte oder verendete Tiere für den Rücktransport nach Hamburg konservieren zu können. Wenn vollständige Tierkadaver am Hafen eintrafen, sandte die Firma Umlauff Telegramme an potenzielle Interessenten. Sie lauteten etwa: »offeriere frisch im fleisch *chiromys madagascarensis* 250 mark«.<sup>16</sup>

Sie führte einen gedruckten Briefkopf ein, in dem sie »viele Tausende ethnographische Gegenstände, welche einzeln und auch in ganzen Sammlungen abgegeben werden«, anpries. Die Verwendung dieses Begriffs zeigte eine neue Qualität an: J. F. G. Umlauff versorgte nicht mehr nur ein Laufpublikum mit »kuriösen« Andenken. Er versuchte darüber hinaus, Abnehmer aus wissenschaftlichen Institutionen mit so genannten »Ethnographica« zu beliefern. Entsprechend wuchs auch die ethnographische Abteilung. 1884 musste der Inhaber die Firmenräume am Spielbudenplatz 8 noch einmal grundlegend umbauen und erweitern. Ausführlich schildert dies sein Sohn Johannes Umlauff (1874–1951) in unveröffentlichten Lebenserinnerungen:

So wurde im Parterre ein großer Laden geschaffen zum Kleinverkauf für Muscheln und Muschelwaren; auch konnte man natürlich dort auch alle anderen Gegenstände und zoologischen Präparate erwerben. Anschließend



Briefkopf der Firma J.F.G. Umlauff aus den 1880er Jahren

war ein geräumiges Kontor errichtet. Dann folgten die großen Lagerräume für gereinigte und ungereinigte Muscheln und Muschelwaren. Hieran schloß sich dann die Muschelwäscherei, wo später 20 Frauen nur Muscheln gewaschen haben. In der Muschelschleiferei, die hauptsächlich Perlmuttermuscheln schliffen, hatte Vater auch Arbeiter beschäftigt. Die Kellerräume waren auch mit Rohmuscheln ausgefüllt. Im 1. Stock waren 2 große Säle geschaffen für Ethnografie. Anschließend an diese beiden Säle kam die Privatwohnung. [...]

Im 2. Stock wurden die Schausammlungen und die zoologischen Sammlungen sowie Skelette, ausgestopfte Tiere, Gehörne, Geweihe, Vogelbälge, Säugetierbälge, überhaupt alles zoologische Material ausgestellt. Die Räume in diesem Stock, die reichlich Seitenlicht hatten, waren mit hohen Schränken und Vitrinen ausgestattet, wobei die von anderen Museen gesammelten Erfahrungen in reichem Maße ausgenutzt wurden. In den vorderen Sälen wurden nur die ethnographischen Sammlungen untergebracht. Hieran folgte

der Saal mit ausgestopften Tieren, großen montierten Skeletten, einzelnen Schädeln und sonstigen Präparaten.

Im 3. Obergeschoß waren die Vogelbälge, ausgestopfte Vögel, Amphibien und Reptilien in Spiritus, große Sammlungen von Insekten, Krebsen und Seeigeln und Seetieren, japanische Glasschwämme und im letzten Saal ein großes Lager von Säugetierbälgen und Rohskeletten.

Die Präparationsräume und ein großer Saal zum Aufstellen von großen Säugetieren befanden sich auch im 2. Stock. Im 3. Stock außerdem noch die Arbeitsräume für die Skeletteure und anatomischen Präparate. In den Kellerräumen nach hinten zu gelegen waren Dutzende von großen Fässern und Behältern mit Tierbälgen in Salz und Alaun und auch viele Gefäße mit ganzen Tieren in Spiritus für die Anatomie und wissenschaftliche Untersuchungen.<sup>17</sup>

Das »Aufstellen« und »Ausstellen« von ethnologischen Artefakten, zoologischen und botanischen Präparaten gewann an Bedeutung. Neben der Privatwohnung, dem Laden und den Lager- und Arbeitsräumen entstand gesonderte Ausstellungsfläche. Durch den Bezug auf »die von anderen Museen gesammelten Erfahrungen« nutzte Johann Friedrich Gustav Umlauff die Ausstellungsformen seiner Zeit. Als die Schauräume fertig gestellt waren, bezeichnete er sein Geschäft fortan als »J.F.G. Umlauff Naturalienhandlung und Museum« oder kurz »Museum Umlauff«. Johannes Umlauff erwähnt in seinen Erinnerungen anerkennend, dass sein Vater im Geschäftsbetrieb die auf seinen Reisen erworbenen »Erfahrungen und wissenschaftliche[n] Kenntnisse auf zoologischem und völkerkundlichem Gebiet« verwendete, »was sich am schönsten in der Gründung des Museums äußerte«.<sup>18</sup> Die Bezeichnung »Museum« diente außerdem als Abgrenzung vom kommerziellen, nicht-wissenschaftlichen Schaugewerbe, etwa den Kuriositätenkabinetten auf der Reeperbahn.

Als Handelshaus war das »Museum Umlauff« unentgeltlich zu besichtigen; seine Ware stellte es zu Werbe- und Verkaufszwecken aus. Darin war es einem anderen privaten Museum vergleichbar, in dem allerdings ein Eintrittsentgelt verlangt wurde: Der Reeder Godeffroy, der große Besitzungen in der Südsee unterhielt, betrieb in Hamburg seit 1861 Schauräume mit Ethnographica als »Museum Godeffroy«.<sup>19</sup> Während J.F.G. Umlauff 1884 seine Schauräume erst einrichtete, machte Godeffroy Bankrott und musste die Bestände seines »Museums« 1885 veräußern. In Hamburg hatte die Firma Umlauff damit ihren

größten Konkurrenten im Geschäft zwischen Kuriositätenhandel und wissenschaftlichem Museum verloren.

Schritt für Schritt professionalisierte sich das Unternehmen Umlauff. Es gab zwar seine Herkunft aus der Unterhaltungsindustrie nicht auf, belieferte jedoch zunehmend bildungsbürgerliche Institutionen, universitäre Forschungseinrichtungen sowie natur- und völkerkundliche Museen. Diese doppelte Ausrichtung durchzieht die Umlauff'sche Geschichte. Der Naturalien- und Ethnographicahandel J.F.G. Umlauff wurde nach marktwirtschaftlichen Prinzipien betrieben und damit der Sphäre des auf Profit ausgerichteten Kommerzes zugerechnet (Ökonomien). Wirtschaft jedoch galt als moralisch unvereinbar mit der (Hoch-)Kultur: Wissenschaft und Bildung sollten frei von ökonomischen Zwängen praktiziert und vermittelt werden können. Populären, gewinnorientierten Schaustellungen hingegen sprachen diskursbestimmende Wissenschaftler und Kuratoren ab, anerkanntes Wissen adäquat transportieren zu können. Durch diese Auffassung gerieten Firmen wie J.F.G. Umlauff in eine ambivalente Rolle: Einerseits brauchten die Museen und Universitäten sowohl die Warenlieferungen von Händlern als auch die Tiere und Menschen aus fernen Ländern, die Impresarios zu Schaustellungen nach Europa brachten. Andererseits verdächtigten ihre Vertreter aber die Unternehmer des ausschließlich profitorientierten Umgangs mit den Exponaten, der eine wissenschaftlich angemessene Behandlung auszuschließen schien.

Um diesem Verdacht entgegenzuwirken, eigneten sich Händler wie J.F.G. Umlauff wissenschaftliche Grundkenntnisse und Bezeichnungen an, mit denen sie Ethnographica und Zoologica anpriesen. Während Wissenschaftler theoretisch jeden Kontakt zur Sphäre des Kommerzes ablehnten, ihn praktisch aber suchten, schmückten Händler und Impresarios ihre Produkte gerne mit wissenschaftlichen Adressen, Bezeichnungen und Zertifikaten. Kommerz und Kultur, die um 1900 als zwei unvereinbare Pole galten, profitierten voneinander. Die Produktivität, die aus dieser Spannung erwuchs, bestimmt die Geschichte der Firma J.F.G. Umlauff über alle historischen Brüche hinweg. Das Unternehmen griff kulturelle Standards auf, um Profit zu erzielen, und produzierte zugleich selbst kulturelle Standards. Es spiegelt ein dialektisches Verhältnis von Kultur und Wirtschaft, in dem eines nicht ohne das andere existiert. Die Firma Umlauff war sowohl ein Produzent von gesell-

schaftlichen Bildern und Auffassungen als auch ein Produkt derselben. Sie verkaufte nicht nur Ethnographica und Zoologica, sondern versah diese mit wissenschaftlich abgesicherten Informationen, die sich zu einer Erzählung ihrer Herkunft verbanden und zeitgenössischen kulturellen Normen entsprachen. Erzählungen waren daher ein Hauptgegenstand des Umlauff'schen Geschäfts.

Alle zwischen 1864 und 1879 geborenen Kinder des Ehepaars Umlauff, vor allem die Söhne Heinrich, Johannes, Theodor und Wilhelm, wurden in den Familienbetrieb durch kleine Arbeiten wie das Etikettieren von Gegenständen und den Ankauf von Mitbringseln am Hafen einbezogen. Johannes Umlauff, der später seine Erinnerungen niederschrieb, wurde zum Präparator ausgebildet.<sup>20</sup> Nach seinen Aufzeichnungen unterhielt der Gründervater J.F.G. Umlauff bereits in den 1870er Jahren Geschäftsbeziehungen mit Schiffs- und Handelsunternehmen, die nach Übersee fuhren. 1884 trat das Deutsche Reich infolge der Kongokonferenz und der durch Privatleute abgeschlossenen Landkaufverträge in die aktive Kolonialpolitik ein. Hamburg als größter deutscher Überseehafen bildete eine Schalt- und Umschlagstelle für den Verkehr mit den Kolonien. Der Händler J.F.G. Umlauff reagierte auf die veränderte politische Situation und begann »Geschäftsverbindungen mit Großkaufleuten, welche mit den Kolonien arbeiteten«, etwa dem Elfenbeinimporteur Adolf Meyer: »Nicht allein nach Afrika, sondern auch mit Exportfirmen nach Indien und Australien knüpfte Vater Verbindungen an.«<sup>21</sup>

Koloniale und internationale Handelsbeziehungen bedeuteten für Unternehmen wie das Umlauff'sche eine ergiebige Warenquelle. Zugleich lieferten sie eine politisch-ideologische Rechtfertigung: Die Präsentation von Zoologica und Ethnographica im Deutschen Reich sollte über die abhängigen Völker, ihre Kultur, ihre Heimat, deren Flora und Fauna »aufklären«. Zu diesem Zweck wurden populäre und wissenschaftliche Ausstellungen veranstaltet, die einen großen Bedarf an Objekten produzierten und einen Absatzmarkt für Anbieter wie die Firma Umlauff eröffneten. Sie profitierte außerdem von den kolonialen Handelswegen: Die ein- und auslaufenden Schiffe des Hamburger Hafens ersparten es ihr, ein eigenes Schiff oder Transportunternehmen für den Ankauf und die Auslieferung von Waren zu unterhalten.