

# 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

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