

Hans-Ulrich Grunder

Cornelia Sohn: "Wir überleben aile Stürme" Die Öffentlichkeitsarbeit des Bauhauses

1998

<https://doi.org/10.17192/ep1998.3.3208>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Grunder, Hans-Ulrich: Cornelia Sohn: "Wir überleben aile Stürme" Die Öffentlichkeitsarbeit des Bauhauses. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 15 (1998), Nr. 3, S. 312–313. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1998.3.3208>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Cornelia Sohn: „Wir überleben alle Stürme“
Die Öffentlichkeitsarbeit des Bauhauses**

Köln, Weimar, Wien: Böhlau 1997, 183 S., ISBN 3-412-05097-0, DM 48,-

Bereits vor der Existenz der entsprechenden Begriffe haben der Deutsche Werkbund und insbesondere das Bauhaus in Weimar und Dessau mittels 'Public Relations' ihre je eigene 'Corporate Identity' entwickelt. 1907 gegründet, wird der Deutsche Werkbund auch in dieser Beziehung zum wichtigen Vorläufer des Bauhauses (1919-1933). Welche Maßnahmen getroffen worden sind, mit welchen Mitteln für die beiden Schöpfungen geworben worden ist, beschreibt Cornelia Sohn in ihrer Studie, in der sie die Öffentlichkeitsarbeit des Bauhauses ins Zentrum stellt. Obwohl keine Wirkungsuntersuchung, steht der vorliegende Band exemplarisch für die Analyse intendierter Propaganda zugunsten einer bedrängten Institution während einer bestimmten Zeitspanne. Wenngleich der von Werkbund und Bauhaus offensichtlich geknüpfte Zusammenhang von Propaganda und Erziehung angesprochen, jedoch nicht systematisch ergründet wird, legt die Perspektive der Autorin nahe, aufgrund der Lektüre diesen Bezug grundsätzlicher zu überdenken. Ähnliches gilt für den Konnex von Propaganda und Politik, ein Verhältnis, das Sohn mehrmals thematisiert.

Die Werbetätigkeit des Bauhauses, die Propaganda in eigener Sache, gehörte zum Überlebenskonzept der weithin angefeindeten Institution, die sich aufgrund nationalsozialistischer Pressionen schließlich selbst aufgelöst hat. Ihre These untermauert Cornelia Sohn anhand historischer Quellen und einer Recherche im Bauhausarchiv. Der lesenswerte Band bietet neben der Skizze der einzelnen PR-Aktionen des Bauhauses, die in seinem Zentrum steht, einen Einblick in die Werbeaktionen des Deutschen Werkbundes sowie einen Abriss der Bauhaus-Geschichte. Die Autorin steigt mit dem Begriff 'PR' ein, den sie eingehend beleuchtet. Im Hauptteil diskutiert sie die Merkmale der PR-Arbeit zugunsten des Bauhauses. Zwischen 'interner PR' (Bauhausgemeinschaft, Feste, Pädagogik, Entwurfs Wettbewerbe, Ausstellungen) und 'externer PR' (Ausstellungen/Messen, Veranstaltungen, Bauhauskapelle und -bühne, Ausstellungsarchitektur, Bauhaus-Freundeskreis, Presse, Kontakte, Publikationen) unterscheidend, dekliniert Sohn die werbeorientierten Maßnahmen der Beteiligten durch, die „wesentliche Kennzeichen der heute so genannten Public Relations trugen“ (S.124). Aufgrund der insgesamt erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit des Bauhauses, so belegt Sohn eine schon in den siebziger Jahren geäußerte Vermutung, habe das Bauhaus-Gedankengut bereits in den zwanziger Jahren weit über Deutschland hinaus gereicht.

Im Anhang des Buches finden sich die Gründungsmanifeste von Werkbund und Bauhaus, die Publikationen der beiden Institutionen und Kurzbiographien der wichtigsten Protagonisten abgedruckt, in der Mitte des Bandes einige Ankündigungszettel und ein Plakat. Insoweit erfüllt die Studie auch Wünsche nach dokumentarischer Information.

Hans-Ulrich Grunder (Tübingen)

Hinweise

- Dosse, François: Geschichte des Strukturalismus. Bd.1: Das Feld des Zeichens, 1945-1966. Bd 2: Die Zeichen der Zeit, 1967-1991. Neuauflagen. Je 624 S.
- Elsaesser, Thomas / Kay Hoffmann (Ed.): Cinema Futures: Cain, Abel or Cabel? The Screen Arts in the Digital Age. 1998. 300 S.
- Foster, Stephen C. (Ed.): Hans Richter. Activism, Modernism, and the Avantgarde. London 1998. 356 S.
- Griem, Julika (Hg.): Bildschirmfiktionen. Interferenzen zwischen Literatur und neuen Medien. Tübingen 1998. 321 S.
- Grogan, Sarah: Men, Women and Body Image. London 1998. 176 S.
- Hall, Ann C.: Delights, Desires and Delemmas. Essays on Women and the Media. 1998.
- Hiebel, Hans H. / Heinz Hiebler / Karl Kogler / Herwig Walitsch: Große Medienchronik. München 1998. Ca. 1120 S.
- Kleine, Sabine: Zur Ästhetik des Häßlichen. Von Sade bis Pasolini. Stuttgart 1998. Ca. 200 S.
- Köstler, Andreas / Ernst Seidl (Hg.): Bildnis und Image. Das Portrait zwischen Intention und Rezeption. Köln, Weimar 1998. Ca. 304 S.
- Ludes, Peter: Einführung in die Medienwissenschaft. Entwicklungen und Theorien. Berlin, Bielefeld, München 1998. Ca. 240 S.
- Näpel, Oliver: Auschwitz im Comic – Die Abbildung unvorstellbarer Zeitgeschichte. Münster 1998 (Zeitgeschichte – Zeitverständnis; Bd. 4). 120 S.
- Neitzel, Britta (Hg.): FFK 9 - Dokumentation des 9. Film- und fernsehwissenschaftlichen Kolloquiums. Weimar 1997. 334 S.
- Peters, Sibylle / Janina Jentz: Diana oder die perfekte Tragödie. Kulturwissenschaftliche Betrachtungen eines Trauerfalls. Köln, Weimar 1998. Ca. 128 S.
- Scheugl, Hans: Das Absolute. Eine Ideengeschichte der Moderne. Köln, Weimar 1998. Ca. 350 S.
- Sottong, Hermann/ Michael Müller: Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft. Berlin, Bielefeld, München 1998. 219 S.