Zeitschrift: Traverse : Zeitschrift für Geschichte = Revue d'histoire

Herausgeber: [s.n.]

Band: 19 (2012)

Heft: 3: Sammelpraxis = Collectionner comme pratique

Artikel: Verpackte Sammlungen oder Ansammlungen der Warenwelt : Verpackungsmaterialien des Zoologischen Museums der Universität Zürich als historische Zeugen

Autor: Bellanger, Silke

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-391057

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 01.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Verpackte Sammlungen oder Ansammlungen der Warenwelt

Verpackungsmaterialien des Zoologischen Museums der Universität Zürich als historische Zeugen

Silke Bellanger

In den Depoträumen des Zoologischen Museums der Universität Zürich lagern eine Vielzahl an Pralinen- und Zigarettenschachteln. Mit einer rund 3000 Arten umfassenden Muschelsammlung des ETH-Professors für Jagd- und Wildkunde Kurt Eiberle (1930–1993) kamen die meisten 2006 als Verpackung der Sammelobjekte in den Besitz des Museums. Im Kontext des Museums und zudem eines zoologischen Museums sind Verpackungen wie die Pralinen- und Zigarettenschachteln unerwartete Objekte. Sie unterlaufen die Vorstellung in Depots moderner Museen selektierte und spezifische Sammlungsobjekte einer jeweiligen Museumssparte, eines Sozial- oder Arbeitsbereichs oder einer spezifischen Fachdisziplin zu finden. Zudem fallen die farbig bedruckten Warenverpackungen mit Markenlogos im Kontrast zu den einfarbigen säurefreien Verpackungsmaterialien im Depot auf, in denen nach gegenwärtiger konservatorischer Praxis Objekte aufbewahrt werden.[1]

Das Moment des Unerwarteten ist der Ausgangspunkt meines Beitrags. Die Präsenz der Warenverpackung in einem zoologischen Museumsdepot lädt ein nachzudenken, wie die Objekte, welche die Sammlungsobjekte als Behältnisse begleiten und Sammlungen rahmen, zugleich die Konstitution einer Sammlung als klar umrissene Zusammenstellung von Dingen unterlaufen und zu einem Changieren zwischen Ansammlung und Sammlungen führen.

Sammlungsobjekte und andere Dinge

Folgt man den Arbeiten zu Museumsobjekten, zeichnen sie sich im Gegensatz zu anderen Objekten dadurch aus, dass sie aus dem alltäglichen Kreislauf von Herstellen, Kaufen, Tauschen, Gebrauchen, Wiederverwerten und Wegwerfen herausgelöst und im Kontext von Sammlungen als Bedeutungsträger verstanden werden, die mittels Präsenz auf abwesende Sachverhalte, entfernte Orte, nicht sichtbare Wissensbestände oder historische Zusammenhänge verweisen. Dinge, die weder in einem Funktionszusammenhang stehen noch eine Bedeutung oder

einen Wert haben, begreift Krysztof Pomian in Abgrenzung dazu als Abfall.[2] Das Spannungsverhältnis zwischen der Präsenz des materiellen Objekts und dem nicht unmittelbar sichtbaren Kontext wird dagegen von Pomian und anderen im Anschluss an die Arbeiten von Walter Benjamin als auratische Dimension von Sammelobjekten gefasst, die Staunen und Neugier auslösen kann.[3] Hilke Doering und Stefan Hirschauer argumentieren in ihrem mikrosoziologischen Aufsatz zur Biografie von Museumsobjekten, dass diese auratische Dimension jedoch keine Eigenschaft der Dinge selbst, sondern ein Effekt der Bearbeitung der Objekte im Zuge des Sammelns, Katalogisierens, Konservierens und Archivierens ist. Die Ausstellung der Objekte ist dabei nur der letzte Schritt einer Reihe von Verwandlungsschritten, der aus einigen wenigen Sammlungsobjekten auch ein Ausstellungsstück macht.[4] Peter Geimer negiert ebenfalls den Gedanken, dass Bedeutung oder Aura bestimmten Dingen per se innewohnen können. Jedes Ding, wie hässlich oder unscheinbar es sein mag, kann sich grundsätzlich vom «Zeugs» zum «Zeugen» wandeln und in eine Sammlung aufgenommen werden. Die besondere Qualität erlangen Sammlungsgegenstände in seiner Argumentation erst aufgrund des Vorstellungsraums, der sich zwischen der Präsenz des Dinges und seinen Zuschreibungen aufspannt.[5]

Diese Veränderungen von Objekten zu spezifischen Sammlungsobjekten mit historischer, sozialer und wissenschaftlicher Referenz behandeln museologische, historische und soziologische Schriften zumeist nur für die Objekte, die über einen aktiven und expliziten Sammlungsprozess in das Museum gelangen und sich nicht zufällig dort ansammeln.[6] Dinge, die wie die Warenverpackungen im zoologischen Museumsdepot in Zürich, die Objekte einer Sammlung begleiten und als Sammlung ermöglichen, bleiben weitestgehend von der wissenschaftlichen Betrachtungen ausgeschlossen. Eine Ausnahme bilden hier die in den letzten Jahren erschienenen Arbeiten zu Sammelmöbeln. Besonders Anke te Heesen plädiert in ihren Studien, bei der Betrachtung der materiellen Bedingungen des Sammelns und der damit verbundenen Praktiken der Wissenschaft und der Sammlungspflege auch die Behältnisse zu berücksichtigen, in denen Sammlungen physisch realisiert werden. Denn die Behältnisse werden in ihrer Materialität, Funktionalität und Ästhetik zu historischen Zeugen, die über Sammlungspraktiken und -ordnungen[7] und die Produktion wissenschaftlicher Erkenntnis[8] Auskunft geben können.

Kisten und Schachteln – Abfall, aber kein Gegenstand historischer Forschung?

Wie lassen sich vor diesem Hintergrund die Verpackungen, die sich im Zoologischen Museum in Zürich angesammelt haben, interpretieren? Die Quellenlage des Zoologischen Museums zu den konkreten Pralinen- und Zigarettenschachteln ist ebenso dünn wie die Sekundärliteratur zu Kisten und Schachteln im Allgemeinen. Denn die Mischung aus alltäglicher Präsenz und Unauffälligkeit der Schachteln spiegelt sich auch in der bisher geringen historischen und sozialwissenschaftlichen Aufmerksamkeit wieder. Zwar sind Konsumverhalten und Warenwelt Gegenstände der Forschung, doch bislang ist wenig Literatur zur Geschichte der Verpackung erschienen. Einige Kunsthistoriker und Kunsthistorikerinnen haben sich der Entstehung der Verpackung und der damit verbundenen Entwicklung von Markenwerbung gewidmet.[9] Wenige Arbeiten beleuchten den Zusammenhang zwischen der Entstehung der Selbstbedienungsläden und der Warenverpackung von Produkten.[10] Ebenso gibt es bislang eher private Sammlungen als Museen, die sich der Geschichte der Verpackung und des damit verbundenen Markendesigns widmen und systematische Sammlungen aufbauen.[11] Da Verpackungen nach dem Kauf eines Produkts zumeist direkt entsorgt werden,[12] sind häufig auch nur die Verpackungen erhalten, die für einen neuen Zweck eingesetzt oder aufgrund ihrer Gestaltung als Sammlungsobjekt aufbewahrt werden.

Der Wirtschaftssoziologe Franck Cochoy ist in diesem Zusammenhang einer der wenigen, der sich in mikrosoziologischen Arbeiten mit Warenverpackung befasst. In Anlehnung an die Ansätze der Akteur-Netzwerk-Theorie von Michel Callon und Bruno Latour, rückt er die Verpackung als Mittler zwischen Warenproduzent und Warenproduzentinnen, Verkäufern und Verkäuferinnen und Käufern und Käuferinnen in den Mittelpunkt. Sein Ansatzpunkt ist, dass es zumeist nicht die Produzenten und Produzentinnen, Verkäufer und Verkäuferinnen oder Produkte selbst sind, welche die Käufer und Käuferinnen zu einem Kaufentscheid bewegen, sondern die Verpackungen der Waren. Neben den Funktionen des Schutzes und des Transports von Waren, dienen die gestalteten und beschrifteten Oberflächen als Referenz auf die nicht sichtbare, im Inneren verborgene Ware. Die Verbindung aus Text und grafischer Gestaltung adressiert Konsumenten und Konsumentinnen in ihrer Kaufentscheidung, bietet Informationen zu dem Inhalt und gibt Handlungsanleitungen für die Nutzung des Produkts. Über die Beschäftigung mit Verpackungen und Oberflächen versucht Cochoy die Interaktionen zwischen Konsumenten und Konsumentinnen, Produzenten und Produzentinnen und Marktgeschehen in ihren alltäglichen und routinisierten Praktiken und in ihrer Materialität zu erfassen.[13]

Abb. 1: *Kirschstengeli-Schachteln, Sammlung Eiberle, Zoologisches Museum Zürich. (Foto: Silke Bellanger, 30. 3. 2012)*

Im Sinn der vorangestellten Überlegungen zur Verwandlung von Dingen in Sammlungsobjekte und Cochoys Perspektivierung von Verpackungsmaterialien, möchte ich nun den Blick erneut durch das Depot des Zoologischen Museums schweifen lassen und skizzieren, welche historischen Kontexte die Pralinen- und Zigarettenpackungen in die zoologische museale Sammlung hineintragen.

Muschelverpackungen oder historische Zeugen für was?

Das Zoologische Museum Zürich übernahm 2006 auf Anfrage des Sohnes die Muschelsammlung des ETH-Professors für Jagd- und Wildkunde Kurt Eiberle. Laut Schreiben des Sohnes, hatte Kurt Eiberle mehrere Jahrzehnte leidenschaftlich Muscheln gesammelt. Nach seinem Tod lagerte die Sammlung zehn Jahre im Speicher des Wohnhauses und sollte angesichts eines Umzugs einen Ort im wissenschaftlichen statt privaten Kontext bekommen. Das Museum entschloss sich zur Übernahme der Schenkung, da ihr wissenschaftlicher Wert aufgrund der Angabe von Fundort und Datum sowie der Bestimmung der Arten als gut ein-

geschätzt wurde. Die Integration der Schenkung erfolgte in mehreren Schritten: Einige Stücke der Sammlung wurden direkt in Depotschränke, Archivschachteln und Kunststoffbehälter umgepackt und beschriftet. Die vorherigen Verpackungen kamen in den Abfall. Der Grossteil der Sammlung wurde jedoch im Depot in den «Originalverpackungen» für eine spätere Prüfung, Erfassung und Integration in die Muschelbestände gelagert.

Seitdem lagern verschiedene Schachteln und Kartons unterschiedlichen Alters im Zoologischen Museum: über 100 Kartonkisten, die entweder aussen oder innen mit den Logos der Zigarettenmarken Muratti, Mary Long und Marlboro farbig bedruckt sind, circa 500 Kirschpralinenschachteln, die mit der Inhaltsangabe «Lindt Kirschstengeli 1000 Gramm» sowie den Angaben der Zutaten beklebt sind; die meisten Schachteln der Kirschpralinen sind uniweiss, einige wenige sind mit Motiven bedruckt; zudem sind zwei ebenfalls bedruckte Pralinenschachteln der Schokoladenfirma Caillers sowie Schachteln für Herrenhemden und einzelne Verpackungen für Seife, Kinderspielzeug, Haarbürsten und Strümpfe dabei. Einige Verpackungen, wie die der Herrenhemden und Strümpfe scheinen in Lateinamerika im Handel gewesen zu sein.

Bis auf wenige Dokumente zur Übernahme der Schenkung und den Verpackungen selbst, finden sich im Archiv des Zoologischen Museums in Zürich keine weiteren Informationen, die Auskunft über die besondere Verpackung der Sammlung geben. Es bleibt unklar, ob Kurt Eiberle oder andere Familienangehörige, die zu den Verpackungen gehörenden Waren gekauft haben und auch, ob er die Schachteln für die Aufbewahrung seiner Sammlung genutzt, seine Familie die Sammlung in den Schachteln zwischengelagert oder das Zoologische Museum die Verpackungen zum Transport eingesetzt hat. Anhand der Verpackungen lässt sich kein eindeutiges Konsumentenprofil rekonstruieren und ebenso ist die Informalisierung der Sammlungstätigkeit im privaten Rahmen nur zu erahnen, aber nicht zu belegen. Doch bezieht man nun die eingangs beschriebenen theoretischen Rahmungen von Sammlungsobjekten auf die Pralinen- und Zigarettenschachteln erscheinen sie aufgrund der Rekontextualisierungen im zoologischen Museum als fremde Objekte, die an diesem Ort gerade in ihrer alltäglichen Vertrautheit und Funktion Staunen und Neugier auslösen. Sie pendeln zwischen Gebrauchsgegenstand, Abfall und musealem Objekt. Die Schachteln behalten als Behältnisse für die zoologischen Objekte einen funktionalen Charakter. Aber sie stehen nicht mehr als Warenverpackungen in ihrem ursprünglichen Nutzungskontext der Aufbewahrung und Präsentation von Waren im Supermarkt, noch der Lagerung in einem Warendepot. Die Gestaltung der Schachteln und Anordnungen der Schachteln in den Regalen verweist weder auf den aktuellen Inhalt, noch richtet sie sich an Konsumenten und Konsumentinnen. Aber die Schachteln und besonders ihre grafische

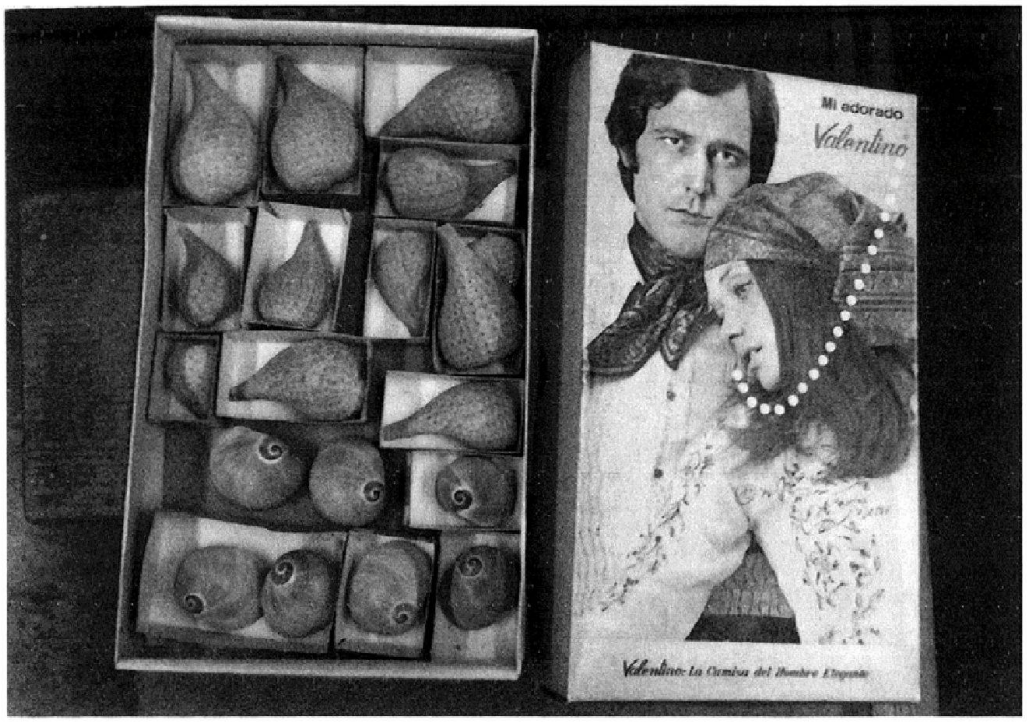

Abb. 2: *Hemdenschachteln, Sammlung Eiberle, Zoologisches Museum Zürich. (Foto: Silke Bellanger, 30. 3. 2012)*

Gestaltung berichten von dieser vergangenen Interaktion zwischen Produkten und Konsumenten und Konsumentinnen und sie werden zu historischen Zeugen vergangener Warenwelten und der Geschichte des Grafikdesigns für Genussmittel. Abschliessend möchte ich daher eine vorläufige Sichtung der Objekte als eine kleine Sammlung der Verpackungsgeschichte vorschlagen, die sich inmitten der zoologischen Sammlung angesammelt hat.

Warenverpackungen und Werbung

In Verbindung mit den Verpackungen von Genussmitteln entwickelt sich seit der Jahrhundertwende die Werbegrafik. Werbung übernimmt die Rolle, Konsumenten und Konsumentinnen in ihrer Wahl zu irritieren oder zu bestätigen.[14] Betrachtet man die Verpackungen, die im Zoologischen Museum in Zürich gelandet sind, vor diesem Hintergrund, kennzeichnen sie eine Phase der Werbung ab den späten 1960er- und frühen 70er-Jahren, in denen eine gewisse Sättigung des Marktes von Werbefachleuten vermutet wurde. Gegenüber den klaren leuch-

tenden Farben und der offensiven Gestaltung der Verpackung werden in diesen Jahren die Farben blasser und die Motive der Verpackungen elaborierter.[15] Lindt beginnt erst in dieser Zeit ihre Kirschpralinen im grossen Stil zu bewerben, als die Produktion die Nachfrage zu übersteigen scheint.[16] Zudem greift Lindt, wie die im Zoologischen Museum in Zürich liegenden Schachteln verdeutlichen, in dieser Zeit auf Motive zurück, die bereits um die Jahrhundertwende durch einen Bezug auf vergangene idyllische Zeiten Musse, Geselligkeit und Wohlstand suggerieren sollen: Rokoko- und Biedermeierszenen, Frauen in Empirekleidung und Blumen.[17] Die Packungen der Kirschpralinen zeigen Zeichnungen blassblauer Rosenranken oder die Zeichnung einer schaukelnden jungen Frau in Rokokokleid und -hut. Bemerkenswert ist, wie wenig sich die Gestaltung der Pralinenschachteln von Lindt und der Konkurrenz Caillers unterscheiden. Die Schachteln von Caillers Pralinensorte «Femina» sind ebenfalls in blassblau gehalten und werden von einem weissen Muster, dass an Stickdecken erinnert, verziert oder zeigen rosafarbene Rosen vor einem hellblauen Himmel. Die Gestaltung der Schachteln von Lindt und Caillers verdeutlichen, wie sich mit der Zunahme an Warenangeboten, die Produkte in der Konkurrenz um die Wahl und Entscheidung der Konsumenten und Konsumentinnen immer mehr angleichen: Statt die Differenz des Produkts hervorzuheben, werden die Ähnlichkeiten zwischen Produkten bis hinein in die Gestaltung der Verpackung betont, sodass der Markenname für die Kunden und Kundinnen fast zum einzigen Kriterium der Wahl für oder gegen ein Produkt wird.[18]

Symbole und Informationen

Die Markengestaltung und Packungsgestaltung, welche die Verpackungen im Regal des Supermarktes den Konsumenten und Konsumentinnen präsentieren, verbinden symbolische Aufladungen, die an die Stelle des verborgenen Produkts treten mit Informationen über die Produzenten und das Produkt.[19] So dokumentieren besonders die Gestaltung der Hemdenschachteln, aber auch die Pralinenschachteln von Lindt und Caillers, wie Produkte mit historischen und kulturellen Geschlechter- und Schönheitsidealen verbunden wurden. Die Hemdenschachteln im Zoologischen Museum zeigen einen im Stil der 1960er- bis 70er-Jahre gekleideten und frisierten Mann mit westeuropäischem Aussehen, als Produktions- und Verkaufsort der Hemden wird auf den Kartons jedoch Peru angegeben. Die Frau an seiner Seite schmiegt sich mit gesenktem Kopf an seine Brust. Ihre Profillinie aufnehmend wird der Produktname platziert und das Produkt beworben: «Mi adorado. Valentino.» Unten auf der Schachtel steht die Aufschrift: «Valentino: La Camisa del Hombre Elegante.» Das Pro-

dukt Herrenhemd wird mittels der Gestaltung der Verpackung zum Inbegriff eines als männlich, europäisch konnotierten und damit begehrenswerten Lebensstils gemacht. Die Motive der Pralinenschachteln evozieren dagegen ein romantisierendes und weiblich geprägtes häusliches Idyll des Privatlebens. Die Verpackungen der Hemden und Pralinen schaffen symbolische Bedeutungen, die neben das Produkt und die Marke treten und sich den Konsumenten und Konsumentinnen als Auswahlkriterien für oder gegen ein Produkt anbieten.
Die Bilder und Beschriftungen auf den Verpackungen markieren zugleich die historische Veränderung von Verkaufssituationen, wie ein Aufkleber einer Lindtschachtel verdeutlicht: «für den Offen-Detailverkauf». Die Information leitet Verkäufern und Verkäuferinnen an, die 1000-Gramm-Packung Kirschpralinen nicht in einem Regal zum Verkauf anzubieten, sondern sie einzeln zu verkaufen. An die Stelle der Verkäufer und Verkäuferinnen, die Waren ab- und einpacken, treten in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts von den Produzenten vorverpackte Waren, die es erlauben, dass Kunden und Kundinnen ein Produkt vom Regal zur Kasse tragen.[20] Zudem ergänzen informative Elemente auf der Verpackung, wie zum Beispiel Angaben zur Hemdengrösse oder den Zutaten der Pralinen, die Beratung durch Verkäufer und Verkäuferinnen. Gegenüber der symbolischen Gestaltung der Schachteln rutschen die informativen Elemente jedoch auf die Seitenflächen der Verpackung und treten in den Hintergrund.[21]

Transport- und Wohnkisten

Die Warenverpackungen, die im Regal in Austausch mit Konsumenten und Konsumentinnen treten, machen jedoch nur einen Teil der Verpackungen aus. Den Grossteil des Verpackungsmaterials stellen Faltkartons wie die Engrospackungen der Kirschpralinen dar, deren Funktion der Transport und der Schutz derjenigen Waren und Schachteln ist, die später ins Regal geräumt und dort zu sehen sind. Faltbare Transportkisten aus Pappe oder Karton wurden seit Ende des 19. Jahrhunderts maschinell herstellbar und stellen bis heute die grösste Menge an Verpackungsmaterial.[22] Diese Verpackungsmaterialien treten im Alltagskonsum der Kunden und Kundinnen kaum in Erscheinung. Bis auf die Ladengeschäfte der Discounter, die ihre Waren direkt in den Transportkisten anbieten, sind sie tagsüber selten im Ladengeschäft zu finden, da vor oder nach Ladenschluss das Umpacken der Waren erfolgt und anschliessend die Transportkartons entsorgt werden.[23] Seit den 1960er-Jahren haben Transportkisten aus Karton aber in der Renutzung in Wohnräume Einzug gehalten. Kisten und Schachteln ersetzen und ergänzen Möbel und stehen für eine Informalisierung des Wohn- und Lebensstils.[24]

Zwischen Ansammlung und Sammlung

Lässt man die Irritation, welche die Verpackungsschachteln im zoologischen Museumsdepot aufgrund von Rekontextualisierungen und historischer Distanz hervorrufen und ihr Pendeln zwischen funktionalem Ding und potenziellem Sammlungsobjekt zu, verwischen sich die Grenzen zwischen Sammlung und Nichtsammlung. Die scheinbar klar umrissene zoologische Sammlung entpuppt sich im Museumsdepot als Ansammlung verschiedener historischer Objekte, die von Verfahren innerhalb und ausserhalb des Museums zeugen, Objekte zu transportieren, zu lagern und zu präsentieren. Die Schachteln verweisen auf Orte, Praktiken und Objekte der Alltags- und Wirtschaftsbereiche, in denen Warenproduzent und Warenproduzentinnen, Marketingspezialisten und Marketingspezialistinnen, Supermärkte und Konsumenten und Konsumentinnen miteinander durch Verpackungsmaterialien verbunden sind. Damit wird das zoologische Museumsdepot auch zu einem Ort einer kleinen historischen Sammlung von Objekten zur Konsumpraxis. Die Schachteln wurden zwar nicht systematisch als Referenzobjekte für ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Entwicklung im Grafikdesign ausgewählt, sondern sind eher zufällig zusammen gekommen, doch bei näherer, wenn auch vorläufiger Betrachtung stellen sie eine Objektsammlung dar, die besonders die Verpackungsgeschichte in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts kennzeichnet. Die Alterung gemeinsam mit den Sammelobjekten hat sie nicht als Abfall verschwinden lassen, sondern macht sie zu historischen Fundstücken, die nicht zuletzt aufgrund ihrer Rekontextualisierung neu entdeckt und reflexiv befragt werden können. Die Schachteln des Zoologischen Museums zeugen einerseits von der Ablösung des Einzelhandels durch Selbstbedienungsläden ab den 1950er-Jahren, den Mitteln, über die sich die Interaktion zwischen Produzenten und Produzentinnen, Waren, Verkäufern und Verkäuferinnen und Konsumenten und Konsumentinnen vollziehen und von der Verbindung von Konsum- und Lebensstilen in dieser Zeit. Andererseits laden sie viel grundsätzlicher dazu ein, die Grenze zwischen Sammlungen und Ansammlungen von Objekten differenziert auszuloten sowie für die Zusammenhänge zwischen alltäglichen und musealen Objektwelten und die historischen, sozialen und kulturellen Verbindungen zwischen Sammlungen und Konsum aufmerksam zu bleiben.

Anmerkungen

1 Joachim Huber, Karin von Lerber, *Handhabung und Lagerung von mobilem Kulturgut. Ein Handbuch für Museen, kirchliche Institutionen, Sammler und Archive*, Bielefeld 2003.
2 Krzysztof Pomian, *Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln*, Berlin 1998.
3 Gottfried Korff, «Dimensionen der Dingbetrachtung. Versuch einer museumskundlichen Sichtung», in Andreas Hartmann et al. (Hg.), *Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Festschrift für Ruth-E. Mohrmann*, Münster 2011, 11–26. Siehe hierzu auch den Sammelband des Deutschen Hygiene-Museums: Anke te Heesen (Hg.), *Dingwelten. Das Museum als Erkenntnisort (*Schriften des Deutschen Hygiene-Museums Dresden 4), Köln 2005.
4 Hilke Doering, Stefan Hirschauer, «Die Biographie der Dinge. Eine Ethnographie musealer Repräsentation», in Stefan Hirschauer, Klaus Amann (Hg.), *Die Befremdung der eigenen Kultur. Zur ethnographischen Herausforderung soziologischer Empirie*, Frankfurt a. M., 1997, 267–297.
5 Anke te Heesen, Anette Michels (Hg.), *auf \ zu. Der Schrank in den Wissenschaften*, Berlin 2007.
6 Korff (wie Anm. 3), 11.
7 Anke te Heesen, «Vom Einräumen der Erkenntnis», in te Heesen/Michels (wie Anm. 5), 90–97.
8 Staffan Müller-Wille, «Carl von Linnés Herbarschrank. Zur epistemischen Funktion eines Sammlungsmöbels», in Anke te Heesen, E. C. Spary (Hg.), *Sammeln als Wissen. Das Sammeln und seine wissenschaftsgeschichtliche Bedeutung*, Göttingen 2001, 22–37.
9 Hans Wichmann, Eugen Leitherer, *Reiz und Hülle. Gestaltete Warenverpackungen des 19. und 20. Jahrhunderts*, Basel 1987; Deutsches Verpackungs-Museum, Hans-Georg Böcher, *Design in Hülle & Fülle. Gefaltete Schachteln – entfaltete Marken 1850–1970. Die schönsten Faltschachteln aus über 100 Jahren Design- und Kulturgeschichte der künstlerischen Warenverpackung*, Heidelberg, 2001.
10 Matthias Nast, *Die stummen Verkäufer. Lebensmittelverpackungen im Zeitalter der Konsumgesellschaft. Umwelthistorische Untersuchung über die Entwicklung der Warenpackung und den Wandel der Einkaufsgewohnheiten (1950er bis 1990er Jahre)*, Bern 1997.
11 Harald Braem, Manfred Schmidtke, *Träume in Blech und Papier. Alte Zigarettenschachteln als Sammelobjekt. Eine Auswahl mit einer kurzen Einführung in die Geschichte der Zigarette*, Bern 1984; Hans Wichmann, «Warenverpackungen unter formalen und graphischen Aspekten», in Hans Wichmann, Eugen Leitherer, *Reiz und Hülle. Gestaltete Warenverpackungen des 19. und 20. Jahrhunderts*, Basel 1987, 116–271.
12 Thomas Hine, *The Total package. The Evolution and Secret Meanings of Boxes, Bottles, Cans, and Tubes*, Boston 1995, 2.
13 Franck Cochoy, «How to build displays that sell», *Journal of Cultural Economy* 3 (2010), 299–315; Franck Cochoy, «Is the Modern Consumer a Buridan's Donkey? Product Packaging and Consumer Choice», in Karin M. Ekström, Helene Brembeck (Hg.) *Elusive Consumption*, Oxford 2004, 205–227; Franck Cochoy, «A Sociology of Market-Things. On Tending the Garden of Choices in Mass Retailing», *Sociological Review* 55 (2007), 109–129.
14 Cochoy, «Consumer» (wie Anm. 13).
15 Hine (wie Anm. 12).
16 Rudolph R. Sprüngli et al., *150 Jahre Freude bereiten. Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG 1845 bis 1995*, Kilchberg 1995, 122.
17 Ebd., 221, 231.
18 Cochoy, «Consumer» (wie Anm. 13), 206–209.
19 Ebd., 211, 214–215.
20 Hine (wie Anm. 12), 22; Nast (wie Anm. 10), 107 f.
21 Cochoy, «Consumer» (wie Anm. 13).

22 Hine (wie Anm. 12), 62 f.
23 Cochoy, «Market-Things» (wie Anm. 13), 111–113.
24 Orvar Löfgren, «The Uses of History in Consumption Studies», in Hartmann et al., (wie Anm. 3), 39.

Résumé

Des collections empaquetées ou les accumulations du monde des marchandises. Les matériaux d'emballages du Musée zoologique de l'Université de Zurich comme témoins historiques

La présente contribution pose la question de savoir de quelle manière les matériaux de conservation d'objets faisant partie d'une collection peuvent changer le caractère de cette même collection. Le point de départ de la réflexion sont les matériaux d'emballage d'une collection de coquillages du Musée zoologique de l'Université de Zurich. Les boîtes et les cartons dans lesquels sont conservés ces objets sont en majorité des boîtes de chocolat et de cigarettes. Sur la base des travaux de sciences humaines et sociales concernant les objets de collection, les emballages sont définis comme des objets qui oscillent entre objet usuel, déchet et témoin historique. Leur présence dans les dépôts de musées est lié à un but fonctionnel de conservation d'une part; d'autre part l'accumulation de matériaux d'emballage en partie historiques amène aussi à estomper les contours clairement définis d'une collection zoologique, puisque les matériaux d'emballage permettent des analyses qui vont au-delà du contexte explicatif lié à la zoologie. Comme témoins historiques d'interactions passées entre producteurs, produits, commerçants et consommateurs, ils transforment le dépôt du Musée zoologique en un lieu d'une petite collection historique d'objets liés aux pratiques de consommation de la seconde moitié du 20e siècle. Ils mettent en lumière les rapports entre des mondes d'objets usuels et muséaux tout comme les liens historiques, sociaux et culturels entre les collections et la consommation.

(Traduction: Yan Schubert)