

Zeitschrift: Unsere Kunstdenkmäler : Mitteilungsblatt für die Mitglieder der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte = Nos monuments d'art et d'histoire : bulletin destiné aux membres de la Société d'Histoire de l'Art en Suisse = I nostri monumenti storici : bollettino per i membri della Società di Storia dell'Arte in Svizzera

Herausgeber: Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte

Band: 41 (1990)

Heft: 4

Artikel: Alles falsch? Über die Echtheit des Falschen

Autor: Zahir, Elisabeth Castelani

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-650297>

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: 22.02.2026

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

ELISABETH CASTELLANI ZAHIR

Alles falsch? Über die Echtheit des Falschen

«Unser Laserprinter macht aus jeder Kopie ein Original» (Werbung). Die moderne Welt, in der wir leben, wird zunehmend eine synthetische. Im Kunststoff-Zeitalter sind Imitationen und Kopien ein wesentlicher Bestandteil der Kultur. Ist wirklich bald alles «falsch»? Denkmalpfleger und Restauratoren versuchen andererseits, sich dem Problem des Authentischen, des Wahren, der Substanz anzunehmen, mit mehr oder weniger Erfolg in der Praxis. Kunst und Kommerz operieren schon längst mit der Verquickung von Original und Kopie und mischen Authentisches mit Fiktivem. Disneyland ist überall. Anhand einiger gemalter und gebauter Beispiele in unserem Alltag soll die Echtheit des absolut Falschen illustriert werden.

«Der Kreter Epimenides sagt, alle Kreter sind Lügner. Wenn er das sagt, er, der ein Kreter ist und die Kreter kennt, muss es wahr sein.»¹

«War alles falsch?»² soll Kaiser Wilhelm II. einmal gefragt haben. Er war zu der Zeit kein Kaiser mehr. «Alles falsch» – so lautete das ungewöhnliche Werbeplakat zu einer Ausstellung 1989/90 im Kunstgewerbemuseum, falsch, «Museum für Gestaltung», in Zürich. Auch das Plakat war falsch, denn die Ausstellung, auf die es aufmerksam machen sollte, hiess anders, nämlich: «Imitationen – Nachahmung und Modell: Von der Lust am Falschen». Eben, alles falsch. Auf nichts Verlass: Sogar der berühmte «Mann mit dem Goldhelm» ist nicht mehr der, für den mensch ihn immer hielt, er ist entlarvt: ein falscher Rembrand. Ein «falscher Hase» ist hingegen nicht etwa kein echter Dürer, sondern – im Norden Deutschlands wenigstens – nur eine kulinarische Fälschung, nämlich ein Braten aus gehacktem Schweins- und Rindfleisch. Und inmitten der Schweiz beim «Röschti-graben», pardon, die falsche Übersetzung, beim «rideau de rœchti», da im schnuckeligen Fribourg hingen sogar im Sommer in der Lausannergerasse falsche Blumen: mir jedenfalls fielen sie auf, die perfekt blühenden Plastikgeranien anderthalb Meter von der Hauswand entfernt, schöner und röter als die echten in den Fenstern nebenan. Alles falsch – und doch Realität. Umberto Eco: «Um von Dingen sprechen zu können, die man als echt empfinden will, müssen sie echt erscheinen. Das «ganz Wahre» wird identisch mit dem «ganz Falschen». Das absolut Unwirkliche präsentiert sich als wirklich Vorhandenes.»³ Wir werden in unserer – dank fortschreitender Technologie – immer künstlicher werdenden Welt an die Wahrheit des Falschen, an die Echtheit der Kopie, an die Nachahmung des Originals gewöhnt. Im Kunst-Stoff-Zeit-Alter wird die synthetische Welt real, das Falsche echt. Jeder kennt sie, unsere künstlichen Scheinwelten, wo kalt und warm, Sommer und Winter, Tag und Nacht aufgehoben sind zugunsten eines überall und zu jeder Zeit einheitlichen Durchschnittsklimas des Normtypes «London im Sommer bei schönem Wetter morgens um halb zehn». Sie begegnen uns im Alltag gnaden-

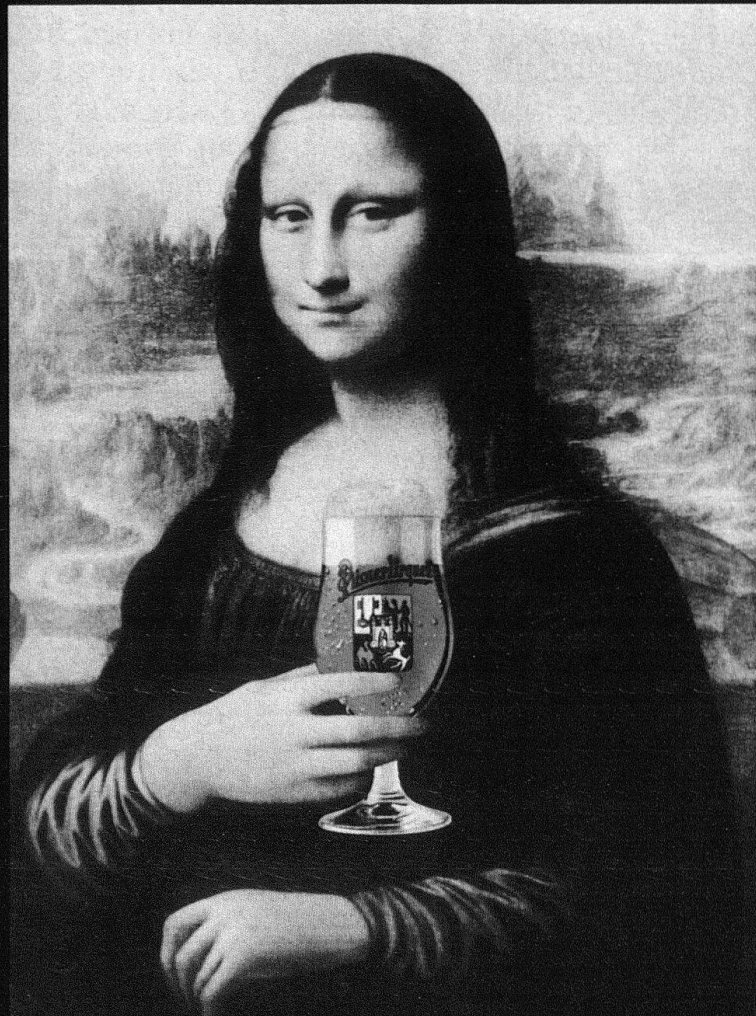


1 Plastik-Geranien in der Lausannergasse von Freiburg i. Ue. Aufnahme Juni 1990.

los: es sind die Einkaufszentren (mit oder ohne Gleisanschluss), die modernen Hotels internationalen Zuschnitts, die Grossraumbüros usw. In Kunst und Werbung werden wir ständig auf eine synthetische Umwelt eingeübt. Unter dem Titel «Je neuer, desto älter» waren in einer diesjährigen Ausstellung im Zürcher Hauptbahnhof folgende Worte zu lesen: «Doch bald hatten wir zuviel des Guten. Die Veränderung machte uns Angst. Wir brauchten plötzlich wieder Wurzeln. Darum musste, was noch da war, geschützt werden. Wir entdeckten die Geschichte und machten uns an ihre Veredelung. Wir bauten das Alte neu, älter und schöner, als es je gewesen war. Die neuen Zau-

berwörter heissen seither Denkmalpflege, Ensembleschutz, Bausubstanz.» Ein Beispiel aus Afrika: An der Elfenbeinküste ist im Massstab 1:1 eine authentische Kopie von St. Peter in Rom hingestellt worden, in eine zukünftige Hauptstadt, die es noch nicht gibt. Die Meldung kam kürzlich im Fernsehen. Das Absurde kennt keine Grenzen: «Disneyland ist überall: gezinkte Fassaden, komprimierte Dörflichkeit, mit vermeintlich Authentischem garnierte Erlebnisräume.»⁴ Authentizität und Substanz sind zu den Lieblingswörtern der Denkmalpflege geworden⁵. Man bemüht sich um den Erhalt des Echten, des Bestehenden, des Originals – und schummelt munter darauflos. Ein Gartendenkmalpfleger 1990 in Zürich: «Das Ringen um das Original ist das Bemühen um die Erhaltung der Substanz als Träger der Wirkung, um die Erhaltung des einzelnen Baumes (...) Bei dem Verlust des Einzelelementes «Baum» pflanzen wir die gleiche Baumart an der gleichen Stelle, um so dem übergeordneten Aspekt der Erhaltung der Raumwirkung zu entsprechen.»⁶ Ein Baum wächst nach, aber ein Haus? Was ist Original, was ist Kopie, auf was können wir uns noch verlassen? Vielleicht auf das echt flackernde Kerzenlicht, das den Prunksaal eines frisch restaurierten Schlosses in ein reizvolles Farbenmeer taucht? Falsch! Fiberoptik-Technologie macht es möglich, das warme lebendige Licht von Kerzen zu imitieren⁷. Hinter historischen Fassaden verbirgt sich eine moderne Bank, und die meisten Bauplastiken an unseren Kirchen sind aus Umweltgründen längst durch Kopien ersetzt. Entferntes aus anderen Zeiten und Ländern rückt in unsere Nähe, wie zum Beispiel das «Erechtheion», ein griechischer Tempel aus der Zeit um 400 vor unserer Zeitrechnung. Das berühmte Bauwerk ist für jedefrau und jedermann in einem Tessiner Park oberhalb von Morcote zu bewundern, allerdings um ein Fünftel kleiner als das Original auf der Athener Akropolis, handlicher, sozusagen auf Schweizer Verhältnisse zurechtgestutzt⁸. In Amerika ist so etwas gang und gäbe. Ein Reisender berichtet aus Florida, wo sich reiche Leute für ihre erlesene Kunstsammlung einen Renaissance-Palast erbauen lassen, innen sind die Originale, draussen die Kopien: «Der Park ist mit Statuen angefüllt, man kommt sich vor wie auf einem Empfang mit lauter alten Bekannten: sieh da, der Diskuswerfer, dort drüben Laokoon, grüss dich, Apollo von Belvedere, wie geht's? Mein Gott, immer dieselben Leute.»⁹ Die Werbung sagt es offen und ehrlich: «Unser Laserprinter macht aus jeder Kopie ein Original», und dann im Kleintext weiter: «Weil unsere Laserprinter nur Originale produzieren, ist automatisch auch die hinterletzte Kopie noch ein Hauptdarsteller. Mit allem drum und drauf.»¹⁰ Zu der Einsicht, dass der Begriff vom Original, von echt und falsch, im Zeitalter der vielfältigen Reproduktionstechniken neu überdacht werden muss, war bereits Walter Benjamin in den 1930er Jahren gelangt¹¹. Der Ersatz des Originals durch die Kopie greift auch im Ausstellungswesen um sich. So wurde 1989 um das vor einigen Jahren (1983) vom Bundesland Niedersachsen für 32,5 Millionen DM erworbene und dadurch als «teuerstes Buch der Welt» bekanntgewordene «Evangeliar Heinrichs des Löwen» eigens eine Ausstellung konzipiert. Doch das teure Original, die wertvolle Bilderhandschrift aus

Dem Original sein Original.



„Mona Lisa“ mit Pilsner Urquell. Sufficient dargestellt nach dem Original von Leonardo da Vinci.

Pilsner Urquell

Das Original.
Gebrant in Pilsen.

2 Reklamebild der «Mona Lisa» mit Pilsner Urquell. Schwarzweiss-Reproduktion des Originals von Leonardo da Vinci mit dem integrierten Bierglas als einzigem gelben Farbfleck.

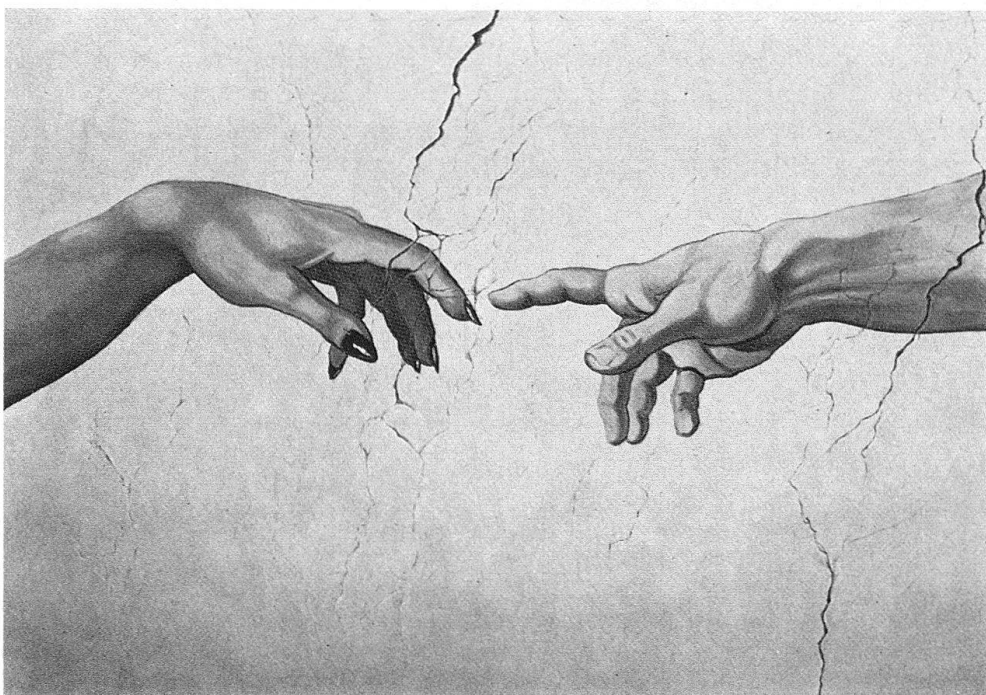
dem 12. Jahrhundert, inzwischen fachmenschlich faksimiliert, wurde aus dem Schaukasten entfernt, weggeschlossen und dem Publikum die Kopie präsentiert: durch das Faksimile wurde das Original ersetzbar. Sind wir, wie der Kulturphilosoph Hans Ulrich Reck meint, in eine «zum Imitieren verdamnte, auf Imitieren verpflichteten Kultur» hineingeboren? Eine Welt von Simulationen, Nachbildungen, Fälschungen, Surrogaten, Plagiaten, Kopien? Originalton Reck: «Imitieren erscheint gerade dann als schöpferisch, wenn es in einer Zeit vorgeblicher Wahrheiten zeigt, dass nur das sich selbst bewusste Falsche als Wahres begriffen werden kann.»¹² Von lauter echten falschen Sachen in Kunst und Werbung soll im folgenden die Rede sein.

«Dem Original sein Original»: Prost Mona!

Mona Lisa als Biertrinkerin. Auf dem Werbebild ist die berühmte Dame «süffisant dargestellt nach dem Original von Leonardo da Vinci». Trinkt sie selbst oder verspricht sie mit ihrem original unergründlichen Lächeln dem (männlichen) Betrachter/Käufer und potentiellen Zechgesellen mehr als nur einen feucht-fröhlichen Abend mit original Pilsener Urquell? Sie, die (Ur)Quelle alles Weiblichen? Ach, mann würde die Dame wohl gerne näher kennenlernen, über den Rand des Bildes hinausschauen, einen Blick dahinter werfen und sehen, wie es unten weitergeht, vielleicht hat sie gar hübsche Beine? Kein Problem, man fahre nach Amerika, nach Buena Park, Los Angeles. Umberto Eco: «Der Palace of Living Arts reproduziert in Wachs, dreidimensional, in natürlicher Grösse und selbstverständlich in Farbe, die grossen Meisterwerke der Malerei aller Zeiten. Hier sehen wir Leonardo, wie er eine vor ihm sitzende Dame porträtiert: Es ist die Gioconda, die Mona Lisa höchstpersönlich, komplett mit Stuhl und Beinen und Hinterpartie. (...) Was will man mehr?»¹³

Der falsche Adam oder «Darf ich bitten, Fräulein Eva?»

«Und Gott erschuf den Menschen zu seinem Bilde, zum Bilde Gottes schuf er ihn; und schuf sie als Mann und Weib¹⁴.» Am Anfang war die Frau, das wird in der feministischen Literatur beschrieben¹⁵, und das malte 1986 der Holländer Joost Veerkamp als Postkarte. Das Bild stellt einen berühmten Ausschnitt aus der Decke in der Sixtinischen Kapelle dar: Gottvater erschafft den Menschen und reicht ihm die Hand. Ihm? IHR! Denn seit wann hat Adam rot lackierte, lange Fingernägel? Es ist Eva, der Gott die Hand reicht. Doch der Ausschnitt



3 Joost Veerkamp, 1986, «God schept Eva (naar Michelangelo)». Roter Nagellack verfremdet Evas Hand.

Willi Keller, «Alpaufzug», 1989, Öl auf Glas, 6 x 9 cm.



4 Willi Keller, «Alpaufzug», 1989, Öl auf Glas, 6x9 cm. Reklame für Toni-Joghurt.

Toni Joghurt.  **Das im Glas.**

der sich fast berührenden Hände ist so berühmt, dass jeder sogleich an Michelangelos Deckengemälde denkt. Die gemalte Nachahmung wirkt sehr echt, auch die Risse in der Decke fehlen nicht. Aber es könnte sich eigentlich ja auch um einen Flirt oder eine Aufforderung zum Tanz handeln, nicht wahr, Fräulein Eva?

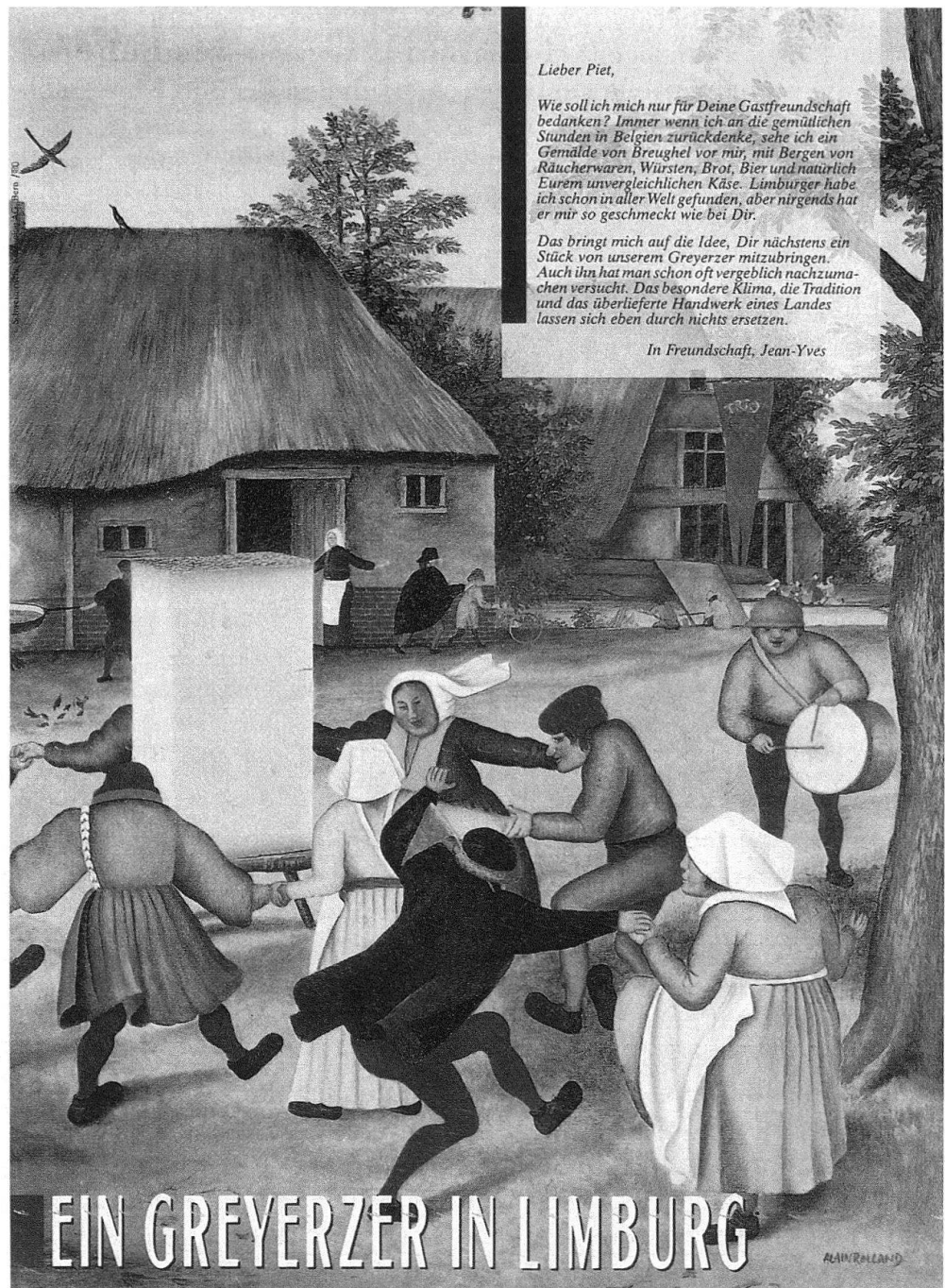
Volkskunst auf dem Joghurtglas

Ein pfeifenrauchender, sympathischer Senne zwischen Geissen und Kühen mit riesigen Glocken geht stetig seinen Weg. Er durchquert eine hügelige Voralpenlandschaft. Noch ist es flach, bevor der An-

stieg auf die Sommeralp beginnt. Kein lärmender Traktor, kein unschöner Silo, kein riesiger Maschinenpark, keine elektrische Leitung stören die vorindustrielle Landwirtschaftsidylle. Das Bild ist bezeichnet mit «Willi Keller, «Alpauzug», 1989, Öl auf Glas, 6×9 cm»¹⁶. Angaben für einen Ausstellungskatalog? Falsch, es handelt sich um ein Gemälde auf einem Joghurtglas, und die Darstellung wirbt für eine bekannte Marke von Milchprodukten, die, weil sie berühmt genug ist, sich leisten kann, bescheiden am unteren Rand zu erscheinen: «Toni Joghurt. Das im Glas». Der Alpauzug, im Freiburgischen «Poya» genannt, ist volkstümlich *auf* dem Glas in klaren Farben und Formen dargestellt. Üblicherweise allerdings prangen diese Bilder an den Bauernhäusern selbst, zum Beispiel auf dem Balken des Tenntores oder an der Scheunenwand. Sie stellen sozusagen die «Visitenkarte» des stolzen Viehbesitzers dar. Allerdings auch am originalen Ort sind sie bereits Nostalgie und tauchten z. B. im Greyerzergebiet erst im 19. Jahrhundert auf, zu einer Zeit, als die Blüte der Greyerzer Alpkäsefabrikation bereits am Welken war¹⁷. Jetzt ist das Poya zur Visitenkarte einer Joghurtmarke geworden. Das Heidi wünscht guten Appetit!

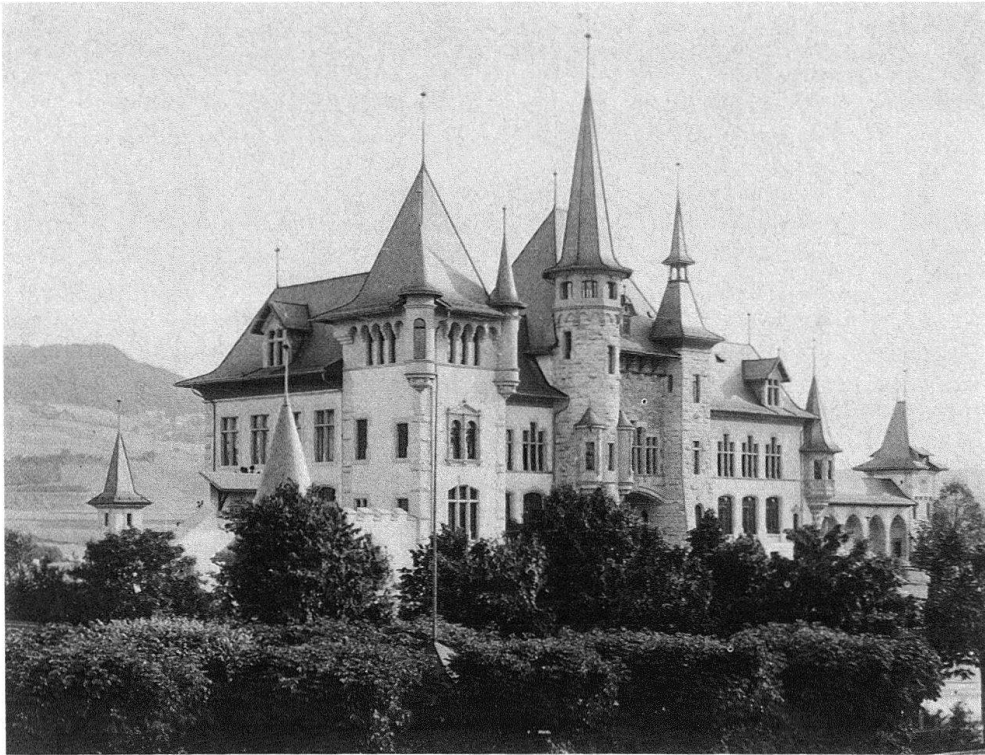
Ein Greyerzer in Limburg oder was sucht ein Käse in einem Bruegel?

«Lieber Piet, Wie soll ich mich nur für Deine Gastfreundschaft bedanken? Immer wenn ich an die gemütlichen Stunden in Belgien zurückdenke, sehe ich ein Gemälde von Breughel vor mir, mit Bergen von Räucherwaren, Würsten, Brot, Bier und natürlich Eurem unvergleichlichen Käse. Limburger habe ich schon in aller Welt gefunden, aber nirgends hat er mir so geschmeckt wie bei Dir. Das bringt mich auf die Idee, Dir nächstens ein Stück von unserem Greyerzer mitzubringen. Auch ihn hat man schon oft vergeblich nachzumachen versucht. Das besondere Klima, die Tradition und das überlieferte Handwerk eines Landes lassen sich eben durch nichts ersetzen. In Freundschaft, Jean-Yves.» Dieser fiktive Brief steht auf einem Reklamebild für Greyerzer Käse. Es handelt sich nicht um irgendein Bild, und dem Kunstkenner kommt sogleich der Name Pieter Bruegel in den Sinn, der niederländische «Bauernmaler» aus dem 16. Jahrhundert, der am 9. September 1569 in Brüssel starb. An «Piet» ist auch der Brief von Jean-Yves adressiert. Auf den ersten Blick scheint das Reklamebild ein manipulierter Ausschnitt aus einem «echten Bruegel» zu sein: Bauern umtanzen ein riesiges Käsestück. Das Produkt, für welches geworben wird, ist sehr realistisch dargestellt und bildet den Mittelpunkt der Szene. Nicht das goldene Kalb, sondern der goldene Käse wird umworben. Eine surrealistische Collage aus Kunst und Werbung? Weit gefehlt, das Werbebild ist raffinierter, es ist *kein falscher Bruegel*, sondern ein *echter Rolland*. Gemalt von Alain Rolland in der Art von Bruegel. Der originale «Bauerntanz» von Pieter Bruegel aus dem Jahr 1568 hängt im Kunsthistorischen Museum in Wien¹⁸. Ich überlasse es der/dem geeigneten Leser/in selber, einmal das Original mit dem nachempfundenen Werbebild zu vergleichen.



5 «Ein Greyerzer in Limburg», frei gestaltet von Alain Rolland nach dem «Bauerntanz» von Pieter Bruegel.

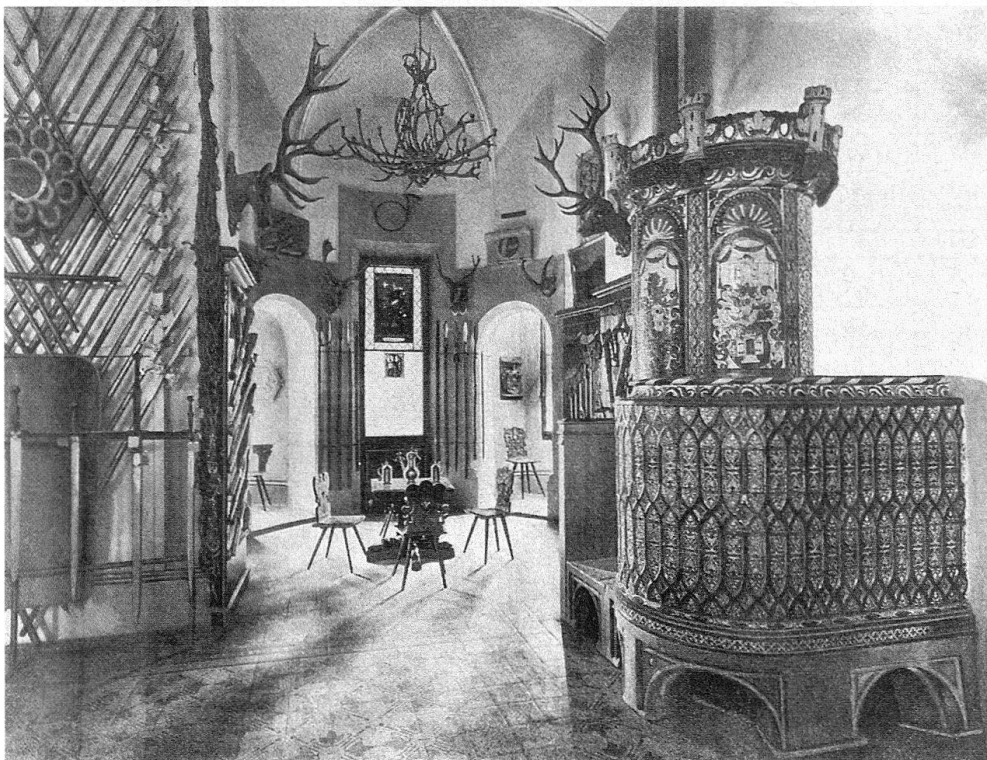
Umberto Eco: «Hat man indessen erst einmal zugegeben, dass «alles falsch» ist, so muss es, um genießbar zu sein, ganz echt aussehen.»¹⁹ Die Verschränkung von Fiktion und Realität, von Vergangenheit und Gegenwart, das Mischen von Orten, Namen und Zeiten hat die Reklame von Alain Rolland «Ein Greyerzer in Limburg» selber zu einer höchst qualitätsvollen Bildgestaltung werden lassen, die ihresgleichen sucht²⁰. Die Kopie wurde zu einem neuen Original.



6 «A mon cher frère Adolphe. Le «Musée historique» de Berne pour son 37. anniversaire. Hugo.» Zeitgenössische Fotografie kurz nach Fertigstellung des Bernischen Historischen Museums.

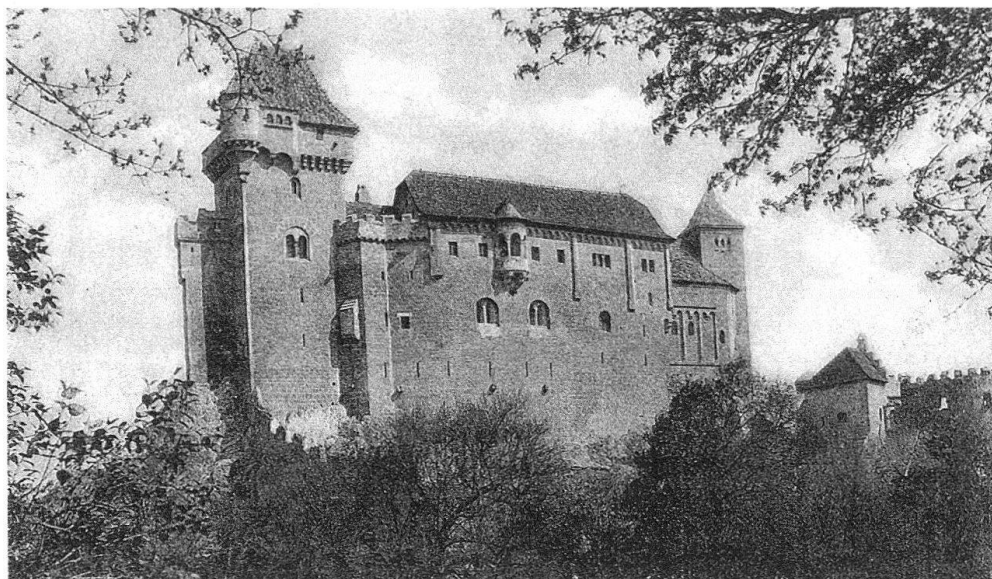
Die «falsche» Burg oder das Nationalmuseum, das keines geworden ist

Die abgebildete Burg mit Zinnenmauer, vielen Türmchen und Erkern sieht romantisch aus. Im Innern glänzt der grosse Waffensaal mit einer heimeligen Ecke für den heimkommenden Ritter, frisch aufgeräumt. Falsch! Die Burg ist keine Burg, sondern ein Museum,



7 Bernisches Historisches Museum, Erker der Waffenhalle mit Jagdwaffen. Ofen aus dem Schlosse Worb von 1543. [Den Hinweis auf das Schweizer Panorama-Album verdanke ich Dr. Georg Germann.]

8 Die Feste Liechtenstein bei Mödling aus dem 12./13. Jahrhundert. Stammburg der Fürsten von Liechtenstein in Niederösterreich, wiederaufgebaut durch Fürst Johann II. um 1900.



und die Räume sind nicht zum Be-Wohnen, sondern zum Be-Staunen da. Es ist das Bernische Historische Museum, 1892–1894 erbaut von dem Architekten André Lambert. Eigentlich hätten die Berner in «ihrer» jungen Hauptstadt gerne das eidgenössische Nationalmuseum gehabt – aber Zürich hat ihnen seinerzeit den prestigeträchtigen Brocken weggeschnappt, und so steht das Schweizerische Landesmuseum²¹ heute in der Limmatstadt. Aber die Berner bauten trotzdem ein Museum, halt ein bernisches. In den Jahren um die Jahrhundertwende war die Kombination von «Museum» und «Burg» sehr beliebt. Überall wurden in einer wahren Mittelalterbegeisterung die alten Burgen wiederaufgebaut und als Museen hergerichtet, z. B. 1890–1898 Schloss Chillon am Genfersee oder 1900–1908 die Hohkönigsburg im Elsass. Andererseits wurden die neuen Museen gerne so gebaut, als ob es Burgen wären. Ein berühmtes Beispiel aus Ungarn: dem Bau des zwischen 1896 und 1907 errichteten Landwirtschaftsmuseums in Budapest²² diente eine echte Burg, Vajda Hunyad in Siebenbürgen, als Vorlage. Das neue Museum in der Stadt war eine Kopie im Massstab 1:1. In Bern hingegen kopierte man für den Museumneubau nur einzelne Teile von Schweizer Baudenkmälern, so wurde z. B. der Eingang in das Museum dem Schloss in Avenches nachgebildet. Bei den Burgen war es nicht anders, sorglos wurden Kopien und Originale, Nachahmungen und echte Architekturteile und Sammlungsstücke gemischt, Hauptsache *es sah wie echt aus*. Ein Besucher staunte nicht schlecht, als er 1902 die gerade restaurierte Feste Liechtenstein bei Mödling²³ besichtigte. Er hatte ernsthaft Mühe zu glauben, dass das Falsche falsch sein sollte. Vieles liess ihn an der bekanntgegebenen «Unechtheit» beinahe zweifeln: «Gleich beim Eintritt in die eigentliche Burg (...) zeigt sich eine alte Tür mit Eisenbeschlag, Guckloch und Klopfer. Der führende Kastellan macht den Besucher sofort auf die Imitation aufmerksam, in der er sich nun befindet. Von der Tür samt ihren uralt erscheinenden Beschlägen ist nämlich nichts alt als die Zeichnung, alles ist Imitation

und, wie man zugestehen muss, ausserordentlich gelungen.»²⁴ Während in einer Burg im Rahmen der Restaurierung die nicht mehr bewohnten Räume nun möglichst museal ausgestaffiert wurden, bemühte man sich umgekehrt in einem Museum darum, das Sammlungsgut möglichst «wohnmässig» zur Schau zu stellen. So auch in Bern. Gemeinsam stand bei den *Burg-Museen* und *Museums-Burgen* um 1900 die Inszenierung von Wohnen und Waffen im Mittelpunkt, das heisst die möglichst naturgetreue Imitation des Mittelalters und das zu einem Zeitpunkt, an dem die industrielle Moderne mit Coca-Cola, Eisenbahn und Wolkenkratzern ihren internationalen Siegeszug längst begonnen hatte.

Die falsche Heilige

In Freiburgs *vielle ville* gibt es an einer Aussichtsterrasse über der Saane, genannt «le Plätzli», eine Hausecke²⁵ mit einer Nische, in der eine bekrönte Frau einem aussätzigen Bettler Almosen verteilt. Es ist die heilige Elisabeth. Diese ungarische Königstochter lebte im 13. Jahrhundert und war sehr fromm. Als verstossene Witwe mit drei Kindern kümmerte sie sich im Exil in Marburg selbstlos um Arme und Kranke. Sie starb jung (1231) und wurde bald darauf heiliggesprochen. Die frühbarocke Steinplastik, wohl aus dem 17. Jahrhundert, gehört zum kulturellen Erbe Freiburgs. Sie ist, wie früher viele Skulpturen, Teil der Stadtgestalt und steht im öffentlichen Raum als Mahnmal für die Rücksichtnahme gegenüber den Schwachen. Die Aussage der heiligen Elisabeth ist wohl nach wie vor wahr. Die Statue hingegen ist falsch. Die Figur, die jetzt in der Hausecke steht, ist eine Kopie. Das Original schmückt die Wohnung der Hausbesitzerin. Würde das Haus einmal verkauft, gäbe es in Freiburg nur noch die Kopie...²⁶ Das ist keine Fiktion, sondern mögliche Realität. Elisabeth.

Auf unserer Reise nach dem wahren Falschen sind wir auf das Phänomen gestossen, dass oftmals das Substitut wirklicher als das Original erscheint. Am meisten dann, wenn *mögliche* und *wirkliche* Welten nicht zu unterscheiden sind, wenn die Illusion zur Realität und das *ganz Falsche wahr* wird. Aber das macht nichts, denn, so ein Philosoph: «Wir leben im Zeitalter nicht allein der Fälschungen, sondern der Einsicht, dass diese unsere letzte Möglichkeit sind, Wahrheiten zu diskutieren, ihre Ansprüche zu verdeutlichen. Es ist paradox gerade die Falschheit des Falschen, die – sofern sie bewusst ausgedrückt wird – als letzte zeitgenössische Konzeption von Wahrheit übriggeblieben ist.»²⁷

«Notre imprimante à laser fait de chaque copie un original» (publicité). Le monde moderne qui est le nôtre deviendra de plus en plus synthétique. A l'âge des matières synthétiques, imitations et copies font partie intégrante de la culture. Tout y devient-il vraiment «faux»? Les conservateurs du patrimoine et les restaurateurs essaient de leur côté de se consacrer au problème de l'authentique, du vrai, du substantiel, avec plus ou moins de succès dans les faits. L'art et le commerce combinent depuis longtemps l'original et la copie et mé-



9 Kopie der «Heiligen Elisabeth» an einer Hausecke (Stalden 24) in der Freiburger Altstadt.

Résumé

langent l'authentique au fictif. Disneyland est partout, l'authenticité du faux absolu peut être illustrée à l'aide de quelques exemples peints et construits pris dans notre environnement quotidien.

Riassunto «La nostra stampante a laser fa di ogni copia un originale» (testo pubblicitario). Il mondo moderno, nel quale viviamo, diventa sempre più sintetico. Nell'era della plastica imitazioni e copie sono divenute parte integrante della cultura. È veramente quasi tutto artificiale? I conservatori di monumenti storici e i restauratori si sforzano d'altra parte di tener sempre conto dell'autenticità, dell'originale, della sostanza, con più o meno successo nella pratica. L'arte e il commercio confondono già da tempo l'originale e la copia affiancando all'autentico il fittizio. Disneyland è dappertutto. Sull'esempio di alcuni oggetti tratti dalla nostra vita quotidiana viene presentata in questo saggio l'autenticità del falso assoluto.

Anmerkungen

- ¹ UMBERTO ECO, *Das foucaultsche Pendel*, München/Wien 1989, S. 80.
- ² JOACHIM VON KÜRENBERG, *War alles falsch? Das Leben Kaiser Wilhelms II.*, Basel/Olten 1940.
- ³ UMBERTO ECO, *Über Gott und die Welt*, München/Wien 1985, S. 40.
- ⁴ Werbeschrift für «Hochparterre», 1990.
- ⁵ AUGUST GEBESSLER, *Substanzerhaltung und Ersatzstoffe* (Denkmalpflege in Baden-Württemberg 1989), S. 161–166.
- ⁶ Tagungsakten «Gartendenkmalpflege» in Zürich, 14./15. Juli 1990, Referat DETLEF KARG (Berlin-Ost).
- ⁷ HANS PIETSCH, *In dem alten Schloss ist jetzt fast alles imitiert*, in: Art 7, 1990, S. 14 (über die Restaurierung von Queen's House in Greenwich von Inigo Jones).
- ⁸ Artikel über den «Parco Scherrer» in: Basler Magazin vom 14. Juli 1990.
- ⁹ ECO, *Gott und Welt* (wie Anm. 3), S. 73.
- ¹⁰ Reklame von Rank Xerox AG Zürich, in: Die Weltwoche vom 26. April 1990.
- ¹¹ WALTER BENJAMIN, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt a. M. 1963.
- ¹² HANS ULRICH RECK, *Imitieren? Klar, immer. Aber wie?*, in: Basler Magazin vom 1. November 1989, S. 2.
- ¹³ ECO, *Gott und Welt* (wie Anm. 3), S. 53.
- ¹⁴ Die Bibel, Genesis 1, 27.
- ¹⁵ ELIZABETH GOULD DAVIS, *Am Anfang war die Frau. Die neue Zivilisationsgeschichte aus weiblicher Sicht*, München 1977.
- ¹⁶ Werbung für Toni-Joghurt, in einer schweizerischen Zeitschrift 1990.
- ¹⁷ ALAIN GLAUSER, *Frontons et poyas*, Neuchâtel 1988. Rezension von JEAN-PIERRE ANDEREGG, in: Freiburger Geschichtsblätter, 66, 1989, S. 363.
- ¹⁸ Pieter Bruegel, *Der Tanz der Bauern oder Die Kirchweih, Öl auf Holz, signiert, um 1568* (Kunsthistorisches Museum Wien). Es gibt zum Thema der tanzenden Bauern mehrere Bilder von Bruegel.
- ¹⁹ ECO, *Gott und Welt* (wie Anm. 3), S. 82.
- ²⁰ UWE GEESE/HARALD KIMPEL (Hrsg.), *Kunst im Rahmen der Werbung*, Marburg 1982.
- ²¹ Das Schweizerische Landesmuseum in Zürich wurde 1893–1898 von Gustav Gull erbaut.
- ²² JANOS MATOLCSI und LASZLO ORBAN, *A Magyar Mezőgazdasági Múzeum épülete – a budapesti Vajdahunyadvár*, Budapest 1966.
- ²³ Die niederösterreichische Feste Liechtenstein bei Mödling, Stammburg der Fürsten von Liechtenstein, wurde 1884–1903 im neuromanischen Stil museal restauriert.
- ²⁴ *Ein wiedererstandenes Stück Vergangenheit*, in: Deutsches Volksblatt vom 12. Oktober 1902 (Beilage).
- ²⁵ Freiburg i. Ue., Haus Stalden 24.
- ²⁶ Siehe Hinweis und Abbildung der Originalfigur in: Pro Fribourg, 85, 1990, S. 29.
- ²⁷ RECK, *Imitieren* (wie Anm. 12), S. 1.

Abbildungsnachweis

1, 9: Primula Bosshard, 1990. – 2: «Der Spiegel», 1988. – 3: Postkarte, Art unlimited Amsterdam. – 4: «Das Magazin», Wochenendbeilage zum Tages-Anzeiger, 1990. – 5: Werbung der Schweizerischen Käseunion AG, Bern. – 6: Privatbesitz. – 7: Reproduktion aus dem Panorama-Album, Das Historische Museum in Bern, Neuchâtel 1903, Nr. 833. – 8: Postkarte, 1912.

Adresse der Autorin

Elisabeth Castellani Zahir, Kunsthistorikerin, Elsternstrasse 12, 4104 Oberwil BL