

»Geh'n wir mal zu Hagenbeck ...«

Das Hamburger Traditionsunternehmen als Schau-Fenster in die koloniale Welt

CAROLINE HERFERT

Millionen Tierfreunde sind seit dem Jahre 1907, in dem Carl Hagenbecks Tierpark seine Pforten öffnete, der klingenden Einladung: »Geh'n wir mal zu Hagenbeck ...« gefolgt. Kaiser, Könige, Präsidenten, Bürgermeister, Albert Ballin wie Enrico Caruso, Thomas Alfa Edison wie Anna Pawlowa haben sich in das dicke aus Elefantenhaut gefertigte Gästebuch Carl Hagenbecks eingetragen. Alle durchwanderten staunend diesen Park, bewunderten die Tiere aus allen Erdteilen, sahen dort die Sioux-Indianer auf dem Kriegspfad, Nubierkarawanen mit schwankenden Lastdromedaren, tanzende Derwische, die Kajak-Kunststücke der Eskimos und die Schwerttänze der ebenholzfarbigen Krieger Afrikas. Und heimgekehrt erinnerten sich alle – die Besucher wie die Besichtigten – an einen Namen, den man im Kaiserpalast wie in dem fernsten Grönland-Iglu oder Indianer-Wigwam nannte: Carl Hagenbeck.¹

So beschreibt ein Ausstellungsflyer aus dem Jahre 1963 Hagenbecks »Zukunftstierpark ohne Gitter«² im Hamburger Stadtteil Stellingen, der einen zentralen Erinnerungsort im kulturellen Gedächtnis der Hansestadt markiert. Mit dem bezeichnenden Titel »In Hamburg unvergessen: Carl Hagenbeck«³ widmete die Hamburger Sparkasse dem alteingessenen, vor über 170 Jahren gegründeten Familienunternehmen eine kleine Ausstellung. Hagenbeck wird bis heute mit Hamburgs kulturellem Erbe verbunden, ist aber auch weit über Hamburg hinaus in breiten Bevölkerungsschichten bekannt. Die erfolgreiche Etablierung der Marke Hagenbeck ortet Hilke Thode-Arora dabei nur zum Teil in der ausgefeilten und hochgradig publikumswirksamen Inszenierung fremder Vorstellungswelten für ein europäisches Publikum.⁴ Die Nachhaltigkeit, mit der sich der Name Hagenbeck in das kulturelle Gedächtnis Hamburgs bzw. Deutsch-

1 MARKK, Dokumentenarchiv, Nachlass Jacobsen, Johan Adrian, Kt.23, Mappe »Sonderdrucke«, 23.1.1-23.1.3, Flyer »Blick in die Haspa Vitrine«, 8. Folge, März 1963, S. 1 f.

2 Ebd.

3 Ebd. Die Ausstellung wurde von Anfang April bis Ende Juni 1963 in Vitritten und Schaufenstern in der Kassenhalle der Hauptstelle Adolfsplatz/Großer Burstah sowie weitere Exponate in der Filiale Osterstraße/Heußweg gezeigt.

4 Vgl. Hilke Thode-Arora: Hagenbeck. Tierpark und Völkerschau, in: Kein Platz an der Sonne. Erinnerungsorte der deutschen Kolonialgeschichte, hg. von Jürgen Zimmerer, Frankfurt a. M. 2013, S. 244-256; hier S. 253.

lands einzuschreiben vermochte, liegt nicht zuletzt auch an exzellentem Networking sowie Medienpräsenz. Der heutige Werbeslogan des Tierparks Hagenbeck – »Hamburgs tierisches Original« – knüpft dabei an die Tradition der geschickten Selbstvermarktung an, die bereits Carl Hagenbeck zu betreiben verstand, und die durch eine Reihe von Memoiren von weiteren Familienmitgliedern und im Umkreis des Unternehmens perpetuiert wurde.

Carl Hagenbeck trat ab den 1870er Jahren gezielt wissenschaftlichen Gesellschaften bei und baute ein großes Netzwerk von internationalen Geschäftspartner*innen auf, zu dem etwa der »Zirkuskönig« Phineas T. Barnum (1810-1891), der »Naturforscher« Alfred Brehm (1829-1884) und einflussreiche Privatsammler*innen gehörten; auch von Kaiser Wilhelm II. (1859-1941) wurde er geschätzt und gefördert.

Die Medienkampagnen des Unternehmens reichten von flächendeckender Anzeigen- und Plakatreklame und dem Vertrieb von Postkartenserien in hohen Auflagen mit beliebten Bildmotiven über die häufige Lancierung positiver und ausführlicher Rezensionen und Zeitungsartikel zu den Innovationen des Geschäfts bis hin zur Publikation einer Reihe von Reiseberichten und (Auto-)Biographien von und über Carl, John und Lorenz Hagenbeck, die Geschäftspartner*innen als Geschenke überreicht und auch in zahlreiche Sprachen übersetzt wurden, allen voran Carl Hagenbecks 1908 erschienene Memoiren »Von Tieren und Menschen«.⁵

Die forcierte (Selbst-)Inszenierung und Mythenbildung des Geschäftsimperiums Hagenbeck als innovatives Traditionsunternehmen wirkt bis heute und ist nicht nur eng mit der Hansestadt verknüpft, sondern auch mit der sinnlichen Erfahrbarmachung fremder Vorstellungswelten und deren geschickter Vermarktung, wie Eric Ames den hohen Wiedererkennungswert der Marke auf den Punkt bringt: »Hagenbeck' became a byword for a particular set of cultural practices, namely, the collecting and exhibiting of wild animals and foreign peoples – which, though extraordinary in a sense, were also quite prevalent in the late nineteenth century«.⁶ Ames ordnet Hagenbeck gleichermaßen als außergewöhnlich erfolgreiches Unternehmen seiner Zeit und zugleich als repräsentativen Ausdruck einer Branche ein, die während und durch die frühe Globalisierung und den Handel mit der kolonialen Welt im großen Stil florierete.

5 Vgl. ebd., S. 253-255; siehe die (Auto-)Biographien von Heinrich Leutemann: Lebensbeschreibung des Thierhändlers Carl Hagenbeck, Hamburg 1887; Carl Hagenbeck: Von Tieren und Menschen. Erlebnisse und Erfahrungen, Berlin-Charlottenburg 1908; John Hagenbeck: Fünf- und zwanzig Jahre Ceylon. Erlebnisse und Abenteuer im Tropenparadies, hg. von Victor Ottmann, Dresden 1922; ders.: Südasiatische Fahrten und Abenteuer. Erlebnisse in Britisch- und Holländisch-Indien, im Himalaya und in Siam, Dresden 1924; ders.: Kreuz und quer durch die indische Welt. Erlebnisse und Abenteuer in Vorder- und Hinterindien, Sumatra, Java und auf den Andamanen, Dresden 1926; ders.: Unter der Sonne Indiens. Erlebnisse und Abenteuer in Ceylon, Vorder- und Hinterindien, Sumatra, Java und auf den Andamanen, Dresden 1926; Lorenz Hagenbeck: Den Tieren gehört mein Herz, Hamburg 1955.

6 Eric Ames: Carl Hagenbeck's Empire of Entertainments, Seattle 2008, S. 13.

Stationen des Imperiums Hagenbeck: Vom Fischgeschäft zum Tierhandel

Seinen Anfang nahm das weit verzweigte Familienunternehmen unter Gottfried Claes Hagenbeck (1810-1887) als Fischhandlung auf St. Pauli: 1848 stieß die Schau­stellung von mitgefangenen Seehunden auf so große Resonanz, dass das Fischgeschäft am Spielbudenplatz um eine Menagerie und den Handel mit den aus­gestellten Tieren erweitert wurde.

Die vielfach nacherzählte Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens geht jedoch maßgeblich auf Carl Hagenbeck (1844-1913) zurück, der wie seine Geschwister im Umfeld der Schau­stellerei und des Tierhandels auf St. Pauli aufwuchs und früh ins Geschäft eintrat: 1866 übernahm Carl das Unternehmen sowohl finanziell als auch administrativ von seinem Vater, weitete sukzessive den Tierhandel aus, spezialisierte sich auf die Beschaffung und den Verkauf »exotischer Tiere« und wurde unter der Aus­schaltung von Zwischenhändler*innen marktführend auf diesem Gebiet.⁷

Auch in Hamburg erweiterte sich das Geschäft der Hagenbecks zunehmend: Carl Hagenbecks Schwager Johann Friedrich Gustav Umlauff (1833-1889) gründete 1868 eine Naturalienhandlung am Spielbudenplatz, die Muschelprodukte, Tierpräparate und Wachsfiguren anbot und geschäftlich in engem Kontakt mit Hagenbeck stand. Umlauff übernahm etwa verendete Tiere zur Präparation oder Ethnographica aus Menschenschauen zum Weiterverkauf.⁸ Die beiden kooperierenden Unternehmen ergänzten sich also hervorragend in ihrer unterschiedlichen Ausrichtung in derselben, auf die Anziehungskraft von Exotik bauenden Unterhaltungsbranche des späten 19. Jahrhunderts.

Als im Zuge der Expansion die Räumlichkeiten am Spielbudenplatz trotz Erweiterungen des ursprünglichen Grundstückes zu klein wurden, übersiedelte das Unternehmen Hagenbeck 1874 auf den Neuen Pferdemarkt, stellte dort lebende Tiere aus und prägte mithilfe von Schau­stellungen, gastierenden Menschenschauen, über »mechanischen Theatern« bis hin zu anthropologischen Ausstellungen die Hamburger Unterhaltungskultur der Zeit.⁹ Der zunehmende ökonomische Erfolg führte zu wachsendem Einfluss der beiden Unternehmen, wie Hilke Thode-Arora ausführt:

7 Vgl. Ames (Anm. 6), S. 12.

8 Britta Lange: *Echt. Unecht. Lebensecht. Menschenbilder in Umlauf*, Berlin 2006, S. 7.

9 Vgl. mehrere Aktenkonvolute im Staatsarchiv Hamburg: 411-2_II E 8025 G. C.C. Hagenbeck: Konzession zur Aufstellung eines Naturalienkabinetts (1861); 311-2 I-III_1096: Ausbau des von Hagenbeck erworbenen Grundstückes am Spielbudenplatz (1868); 311-2 I-III_1484: Gesuch von Hagenbeck und Umlauff um Vergrößerung ihres Mietgrundstückes Spielbudenplatz 12 (1812). Vgl. ferner Hilke Thode-Arora: Hagenbecks Europatourneen und die Entwicklung der Völkerschauen, in: *MenschenZoos. Schaufenster der Unmenschlichkeit. Völkerschauen in Deutschland, Österreich, Schweiz, UK, Frankreich, Spanien, Italien, Japan, USA ...*, hg. von Pascal Blanchard, Nicolas Bancel, Gilles Boetsch, Éric Deroo und Sandrine Lemaire, Hamburg 2012, S. 160-171; hier S. 169.

Mitte der 1880er-Jahre war der geschäftliche Erfolg der Firmen Hagenbeck und Umlauff so groß, dass ihnen eine ganze Häuserzeile in einer bestimmten Straße von St. Pauli gehörte. Die Familie, die sich geschickt zwischen dem akademischen Umfeld der Privatsammler und Museen sowie dem Schaustellungsgeschäft bewegte, besaß beträchtlichen Einfluss. Sie pflegten weltweit Kontakt zu Tierhändlern, Schaustellern, Museen und wohlhabenden Sammlern.¹⁰

In der alliterierenden Wendung ›Hamburg – Hafen – Hagenbeck‹,¹¹ die Lorenz Hagenbeck in seiner Autobiographie »Den Tieren gehört mein Herz« (1955) als nostalgische Kindheitserinnerung aufruft, steckt also weit mehr als lokalpatriotischer Kitsch: die Verknüpfung mit Hamburg als ›Tor zur (kolonialen) Welt‹ und seinem Hafen als wichtige logistische Handelsdrehscheibe für Güter und Menschen verweist auf die Hintergründe und begünstigenden Umstände, durch die eine Firma, die als Fischhandlung begann, zu einem ›global player‹ im Unterhaltungsgeschäft expandieren konnte.¹²

Menschenschauen

Ab Mitte der 1870er Jahre ergänzte Hagenbeck seine Geschäftstätigkeit durch das Angebot von Menschenschauen¹³ um einen weiteren, sich als lukrativ und äußerst populär erweisenden Geschäftszweig: »Es war mir vergönnt, die Völker ausstellungen als erster in die zivilisierte Welt einzuführen«,¹⁴ rühmt sich Carl Hagenbeck als Pionier der Menschenschauen, die als ›anthropologisch-zoologische Ausstellungen‹ als seriöse

¹⁰ Ebd.

¹¹ Lorenz Hagenbeck: *Animals Are My Life*, London 1956 (orig. *Den Tieren gehört mein Herz*, 1955), S. 253.

¹² Vgl. weiterführend u. a. Nigel Rothfels: *Savages and Beasts. The Birth of the Modern Zoo*, Baltimore und London 2002; Ames (Anm. 6).

¹³ Der Argumentation von Werner Michael Schwarz und Anne Dreesbach folgend wird auf den Begriff »Völkerschau« verzichtet. Vgl. Anne Dreesbach: *Gezähmte Wilde. Die Zurschaustellung »exotischer« Menschen in Deutschland 1870–1940*, Frankfurt a. M. 2005, S. 319; Werner Michael Schwarz: *Anthropologische Spektakel. Zur Schaustellung »exotischer« Menschen, Wien 1870–1910*, Wien 2001, S. 9: »›Völkerschau‹ wurde zeitgenössisch erst spät, erst im Abklingen des großen Booms ab der Jahrhundertwende und auch ab diesem Zeitpunkt nicht einheitlich verwendet. Ohne den engen Zusammenhang dieser Schaustellungen in Frage zu stellen, der einen einheitlichen Begriff rechtfertigen würde, ergibt sich der Einwand gegen ›Völkerschau‹ aus seiner unreflektierten Verwendung und [...] aus der Verdrängung zahlreicher anderer zeitgenössischer Begriffe und damit wesentlicher Aspekte des jeweiligen Kontexts.« Der in jüngerer Zeit verstärkt verwendete Begriff »Menschenzoo« nimmt zwar Abstand von der problematischen Vorstellung von »Völkern« und fasst die Zurschaustellung von Menschen kritisch, trägt jedoch dem Aufführungscharakter dieser Schaustellung keine Rechnung. Daher wird hier auf den ebenfalls in der Forschung verwendeten Begriff »Menschenschauen« zurückgegriffen.

¹⁴ Hagenbeck: *Von Tieren und Menschen* (Anm. 5), S. 58.

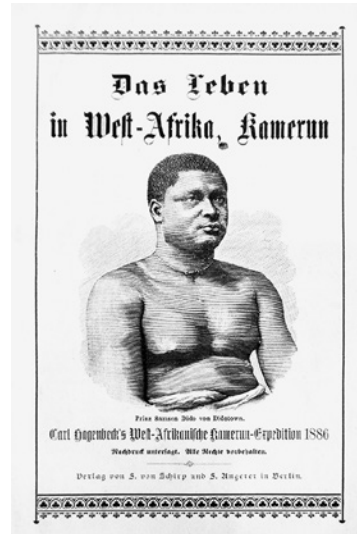
Unterhaltung vermarktet wurden und ein Massenpublikum anzogen, zu dem auch Kaiser Wilhelm II. zählte.

Die erste, verhältnismäßig kleine Schau, die Hagenbeck veranstaltete und die zum Modell für alle folgenden werden sollten, war eine ›Lappländer-Ausstellung (1874): sie »zeigte nicht nur die Menschen dieser Region, sondern stellte sie in einen Zusammenhang mit ihren heimischen Lebensumständen«¹⁵ und machte damit ferne Gegenden und Gesellschaften ›hautnah‹ erfahrbar für ein zahlendes Publikum.

Auch wenn Hagenbecks Postulat der Erfindung der Menschenschauen mitnichten den Tatsachen entspricht, ist dieser selbstbewusste Anspruch auf Innovation und Deutungshoheit bezeichnend für das Unternehmen Hagenbeck: Das Prinzip der Menschenschau lässt sich bis ins 15./16. Jahrhundert zurückverfolgen, und Carl Hagenbeck dürfte »die Idee der Völkerschau sowohl durch seine Jugend auf St. Pauli, wo nachweislich in den 1850er Jahren Völkerschauen gastierten«,¹⁶ als auch seine Geschäftsbeziehung mit P.T. Barnum, der selbst erfolgreich Menschenschauen organisierte, vertraut gewesen sein.¹⁷

Zu Carl Hagenbecks wichtigsten Agenten für die Verpflichtung von Teilnehmer*innen und die Organisation der Schauen zählten sein Halbbruder John Hagenbeck sowie der Norweger Johan Adrian Jacobsen (1853-1948), der auch als Sammler für Ethnologische Museen, u. a. für das Hamburger Museum für Völkerkunde, tätig war.¹⁸

Mit seinen zunehmend groß aufgezogenen und aufwendig beworbenen Menschenschauen, die zum Teil auch unter finanzieller Mitwirkung der familiär wie geschäftlich verbundenen Firma Umlauff¹⁹ organisiert wurden, perfektionierte und professionalisierte Carl Hagenbeck die Branche, indem er den Schauen durch ihre Aufmachung, die Wahl der Spielorte und mit wissenschaftlichem Vokabular versehener Werbung



Carl Hagenbeck's West-Afrikanische Kamerun-Expedition, 1886

15 Anne Dreesbach: Kolonialausstellungen, Völkerschauen und die Zurschaustellung des »Fremden«, in: Europäische Geschichte Online, hg. vom Leibniz-Institut für Europäische Geschichte, Mainz 2012, s. Kolonialausstellungen, Völkerschauen und die Zurschaustellung des »Fremden« — EGO (ieg-ego.eu), (zuletzt aufgerufen am 10.6.2021).

16 Thode-Arora (Anm. 4), S. 245.

17 Vgl. ebd.

18 Vgl. Dreesbach (Anm. 13), S. 60 (Jacobsen) und S. 66 (Hagenbeck).

19 Vgl. Lange (Anm. 8), S. 60.

einen seriösen Anstrich gab, sodass die vormalig als inszeniertes Spektakel für bildungsferne Schichten diskreditierte niedrigere Unterhaltung zunehmend bei bürgerlicher Klientel Anklang fand.²⁰

Dabei erregte Hagenbeck (und andere Impresarios) auch das Interesse von Wissenschaftler*innen, für welche die zur Schau gestellten Menschen »Forschungsobjekte« für die sich etablierenden Disziplin der (Kultur-)Anthropologie darstellten, sowie von Museen wie dem Hamburger Museum für Völkerkunde.²¹ Diese Nutzung durch Akademiker*innen und wissenschaftliche Einrichtungen brachte auch nennenswerte Vorteile für Hagenbeck:

Wenn renommierte Wissenschaftler die Authentizität einer Schau bestätigten, konnte der Aussteller seine Veranstaltung als Bildungsangebot klassifizieren. Besaß eine Völkerschau aber nachweislich Bildungscharakter, so entfiel die Lustbarkeitssteuer, die bis zu vierzig Prozent der Bruttoeinnahmen betragen konnte.²²

Nach außen hin betonten Hagenbecks »zoologisch-anthropologische Ausstellungen« also den edukativen Wert, wenngleich die seriöse Aufmachung auf geschäftliche Interessen zurückzuführen war und bei der Kuratierung von geeigneten Menschenschauen die größtmögliche Anziehungskraft und maximaler Unterhaltungswert im Vordergrund standen.

»Die auszustellende Bevölkerungsgruppe musste in erster Linie die europäische Phantasie anregen. Dazu musste sie entweder als besonders primitiv und naturnah gelten oder sich malerisch darstellen lassen«,²³ erläutert Anne Dreesbach die Auswahlkriterien für eine möglichst erfolgreiche Schau, die zudem beim Publikum den Anschein des Authentischen erwecken sollte. Die Inszenierung des Anderen im wörtlichen Sinne, d. h. als theatralen Vorgang, der koloniale Vorstellungswelten sinnlich erfahrbar machte, beschreibt sie als »Stereotypenkreislauf«, bei dem kolonialrassistische Denkmuster bebildert und Klischees gleichermaßen bedient und zirkuliert wurden.²⁴

Das typische Angebot der Menschenschauen zeichnete sich durch eine hybride Präsentationsform aus: Es bestand zum einen aus einem regelmäßig aufgeführten varietéartigen Programm mit einer Abfolge von Nummern wie Tänzen, Auftritten von Schlangenbeschwörer*innen, Reitvorführungen etc. Zum anderen gab es einen ständigen Ausstellungsteil, in dem das Publikum in den Pausen oder außerhalb der

20 Vgl. weiterführend Schwarz (Anm. 13); Dreesbach (Anm. 13); Balthasar Stachelin: *Völkerschauen im Zoologischen Garten Basel, 1879-1935*, Basel 1993; Rea Brändle: *Wildfremd, hautnah. Völkerschauen und Schauplätze Zürich 1880-1960. Bilder und Geschichten*, Zürich 1995; Hilke Thode-Arora: *Für fünfzig Pfennig um die Welt. Die Hagenbeckschen Völkerschauen*, Frankfurt a. M. 1989.

21 Vgl. zum Museum für Völkerkunde den Beitrag von Myriam Gröpl in diesem Band.

22 Dreesbach (Anm. 13), S. 7.

23 Ebd., S. 2.

24 Ebd., S. 4.

Vorstellungen die Teilnehmer*innen beim scheinbar authentischen, alltäglichen Leben beobachten konnte.²⁵

Thode-Arora verweist auf die enorm hohen Besuchszahlen der Hagenbeck'schen Menschenschauen, die mit Unterbrechungen bis in die 1930er Jahre populär blieben: »allein für einzelne Sonn- und Feiertage gingen sie oft in die Zehntausende. Bei der Sioux-Schau des Jahres 1910 überstiegen sie sogar eine Million.«²⁶



Carl Hagenbeck mit Menschen aus Somalia, die für eine Menschenschau nach Hamburg kamen

Die Zahl der in Deutschland gezeigten Menschenschauen zwischen 1875 und 1930 setzt Anne Dreesbach bei ca. 400 Schaustellungen an, wovon mindestens 100 von der Firma Hagenbeck veranstaltet wurden: »Ein Großteil der Gruppen kam aus Asien, die meisten aus Ceylon, Samoa und Indien. Afrikanische Gruppen kamen meist aus Somalia, Nubien, Kamerun und Dahomey.«²⁷ Viele dieser Schauen gingen auf ausgedehnte Tourneen, sodass Hagenbeck auch außerhalb des Deutschen Reichs erfolgreich war, etwa in Paris oder Wien.²⁸ Faktoren für die zunehmende Popularisierung von Menschenschauen im Allgemeinen, aber auch diejenigen des Unternehmens Hagenbeck im Speziellen, waren auch die Weltausstellungen – etwa 1893 in Chicago und

²⁵ Vgl. Schwarz (Anm. 13), S. 76.

²⁶ Thode-Arora (Anm. 4), S. 251.

²⁷ Dreesbach (Anm. 13), S. 3. Thode-Arora geht von ca. 70 Menschenschauen aus, die von Hagenbeck organisiert wurden: vgl. Thode-Arora (Anm. 9), S. 162; Thode-Arora (Anm. 20).

²⁸ Vgl. Dreesbach (Anm. 13), S. 2; zum durchschlagenden Erfolg von Hagenbeck in Wien vgl. Schwarz (Anm. 13).

1904 in St. Louis, bei denen Hagenbeck Ensembles ausgestellter Menschen und Tiere in scheinbar authentischen Umgebungen präsentierte.²⁹

»Die Inszenierung von außereuropäischen Kulturen als ein der breiten Bevölkerung intellektuell zugängliches Erlebnis ließ die Zurschaustellungen außereuropäischer Menschen zu einem Massenphänomen werden«,³⁰ resümiert Anne Dreesbach. Ermöglicht durch die Infrastruktur der frühen Globalisierung, begünstigt durch kolonialrassistische Strukturen und verbreitet durch die Präsentation auf Weltausstellungen, Industrie- und Kolonialausstellungen, Jahrmärkten und Vergnügungsparks, haben Menschenschauen als eines der Massenmedien um 1900 »nachhaltige Spuren im europäischen Geistesleben des 19. und frühen 20. Jahrhundert«³¹ hinterlassen.

Bis zum Ersten Weltkrieg waren Menschenschauen en vogue. Mit dem ›Verlust‹ der deutschen Kolonien, damit einhergehenden Einbrüchen der Geschäftsnetzwerke und der zunehmenden Popularität des Films nahmen das Angebot und die Nachfrage in Europa ab, dennoch wurden in Deutschland Menschenschauen bis in die 1930er Jahre angeboten.³²

Hagenbecks Zirkusunternehmungen und die zahme Dressur

Carl Hagenbeck, der »Menagerien, zoologische Gärten, Zirkusse und Privatpersonen quer durch Europa und bis nach Übersee«³³ mit wilden Tieren belieferte, begründete 1887 schließlich selbst einen Zirkus, der das Portfolio des Unternehmens nochmals erweiterte. Die Gründung von Hagenbecks Internationalem Circus bezeichnet Sylke Kirschnick als »Verlegenheitsgründung«,³⁴ da zeitweilig der Markt für Wildtiere gesättigt, aber auch die Ausbeutung von Fanggebieten durch kriegerische Auseinandersetzungen erschwert wurde:³⁵ »Aus einer rein kaufmännischen Kalkulation entstand der Zeltzirkus mit einer Singhalesen-Schaustellung als Sideshow – ganz nach dem amerikanischen Vorbild von Barnum & Bayley.«³⁶

Ohne koloniale Strukturen für die Beschaffung und den Handel mit Wildtieren (vorrangig aus dem Sudan) wäre die Dressur von »exotischen« Tieren und damit einhergehend der Aufstieg von großen Zirkusunternehmen, wie etwa Barnum & Bailey in den USA oder den deutschen Zirkussen Renz und Busch, nicht möglich gewesen.

²⁹ Vgl. Ames (Anm. 6), S. 4.

³⁰ Dreesbach (Anm. 13), S. 15.

³¹ Ebd.

³² Vgl. Dreesbach (Anm. 13); Susann Lewerenz: *Geteilte Welten. Exotisierte Unterhaltung und Artist*innen of Color in Deutschland 1920-1960*, Köln 2017.

³³ Sylke Kirschnick: *Manege frei! Die Kulturgeschichte des Zirkus*, Stuttgart 2012, S. 127.

³⁴ Ebd.

³⁵ Etwa setzte der sogenannte Mahdi-Aufstand im Sudan (1881-1899), der lange als vorrangige Bezugsquelle galt, eine Zäsur für die Beschaffung von Wildtieren. Vgl. Hagenbeck (Anm. 11), S. 16.

³⁶ Kirschnick (Anm. 33), S. 128.

Auch wenn Hagenbecks Internationaler Zirkus sich nicht mit der Konkurrenz in der Größenordnung eines Circus Renz messen konnte, den Carl Hagenbeck mit Tieren belieferte, war das Premierenprogramm auf dem Hamburger Heiligengeistfeld im Frühjahr 1887 »ausgesprochen sehenswert und höchst respektabel«, betont Kirschnick.³⁷ Der Zirkus tourte in Folge durch deutsche Städte. Da jedoch für Hagenbeck die Gewinnspanne zu gering ausfiel, verkaufte er den Zirkus nach zwei Jahren an einen Angestellten.³⁸

Einige Jahre später gründete Hagenbeck jedoch erneut einen Zirkus: Der 1892 eröffnete Zoologische Zirkus, bei dem neben Pferden v. a. Löwen, Tiger und Leoparden sowie Braun- und Eisbären die zentralen Attraktionen darstellten, machte Nummern mit großen, gemischten Tiergruppen populär.³⁹ Hagenbeck, der als Pionier der »zahmen Dressur«⁴⁰ gilt, hatte bereits 1891 gemeinsam mit seinem Bruder Wilhelm neue Raubtierdressuren im Londoner Crystal Palace im großen Rundkäfig gezeigt, der die bisher verwendeten engen Käfigwagen sukzessive ersetzen sollte:

Erst diese Neuerung – die Hagenbecks machten sie in Deutschland populär – erlaubte dramaturgisch so ausgefeilte Dressurnummern wie den Löwen zu Pferd, den Löwen auf dem Rad fahrenden Elefant, die Triumphfahrt des Löwen Prinz in einem von Königstigern gezogenen Wagen, die Wippen, Pyramiden, Seiltänze und Kugeläquilibristik.⁴¹

Für ihre »humane Dressurmethode« sollten die Hagenbecks weltberühmt werden: Die zahme Dressur setzte sich bald durch bei der Manegenarbeit mit Raubtieren und wurde schnell internationaler Standard und sorgte auch auf der Weltausstellung in Chicago 1893 für Schlagzeilen und internationales Aufsehen.⁴²

Tierpark in Stellingen

Den Höhepunkt der Expansion des Familienunternehmens stellt der nach mehrjähriger Bauzeit 1907 eröffnete Tierpark im Hamburger Stadtteil Stellingen dar, der als »modernes Tierparadies«⁴³ beworben wurde. Die gitterlose Architektur und künstlich angelegten Weltregionen wie das berühmte – seit 1896 von Hagenbeck patentierte – Nordland-Panorama oder eine japanische Teichanlage bildeten das Setting, das ein Leben der Tiere in ihrer natürlichen Umgebung suggerierte.

³⁷ Ebd.

³⁸ Ebd. Zur Gründung und dem Programm des ersten Zirkus Hagenbeck vgl. auch Hagenbeck (Anm. 11), S. 18 ff.

³⁹ Vgl. Kirschnick (Anm. 33), S. 136.

⁴⁰ Vgl. ebd.

⁴¹ Ebd.

⁴² Ebd., S. 135, 128.

⁴³ Hagenbeck: Von Tieren und Menschen (Anm. 5), S. 108.

Carl Hagenbeck selbst stellte in seiner Autobiographie die jüngste Erweiterung des Unternehmens als notwendige Vergrößerung und natürliche Entwicklung seines Unternehmergeists dar:

Meine Tierhandlung hatte immer größeren Umfang angenommen und zog ihre Kreise schon über den ganzen Erdball. Sie war wie ein großer Baum mit vielen Ästen und Verzweigungen. Aus dem ursprünglichen Stamm waren die Völker-ausstellungen, die Dressuren, mannigfache Züchtungsversuche hervorgewachsen, und manches werdende Projekt rang noch nach Gestaltung und Blüte. [...] Allein schon, um einen neuen Zweig meines Unternehmens zur vollen Entfaltung bringen zu können, war die Schaffung eines umfassenden Geländes unumgängliche Notwendigkeit. Die Einführung jagdbaren Wildes aus fernen Länderstrichen, die Einfuhr und Ausfuhr von Haus- und Nutztieren hatte begonnen, und Hand in Hand damit ging die Akklimatisierung, Züchtung und Kreuzung einheimischer mit fremden Tierrassen.⁴⁴

Im Tierpark in Stellingen wurden Anfang des 20. Jahrhunderts allerdings nicht nur Tiere in ihrem scheinbar natürlichen Lebensraum der Schaulust der Hamburger*innen preisgegeben, sondern auch Menschen. In Stellingen wuchsen die längst zum Massenmedium avancierten Menschenschauen aufgrund des vorhandenen Platzes und längerer Ausstellungsdauer zu mitunter gigantischen Schauen und richtiggehenden ›Ausstellungsdörfern‹ in zunehmender Prachtentfaltung. Auch hier war die Firma Umlauff bei der Herstellung der Illusion involviert, wie Britta Lange nachweisen konnte: »Für die Veranstaltungen fertigte er künstliche Architekturen und Kulissen an und richtete manchmal zusätzliche Ausstellungen ein.«⁴⁵ Der Stellingener Tierpark bot also die idealen Voraussetzungen, die Inszenierung des Anderen als ›Gesamtkunstwerk‹ sinnlich erfahrbar zu machen, das zudem für breite Publikumsschichten leistbar war: Um 50 Pfennig konnte man sich auf imaginäre Reisen begeben und die eigene Schaulust an exotisch und aufregend anmutenden kolonialen Vorstellungswelten befriedigen.⁴⁶

Eric Ames betont die Neuartigkeit des Gestaltungsansatzes des gitterlosen Tierparks, dessen Gehege durch Gräben anstatt durch Käfige begrenzt waren und so die Illusion beförderten, Tiere in der freien Wildbahn beobachten zu können:

It was a theme park avant la lettre, combining animal panoramas, ethnographic performances, native villages, moving pictures, even mechanical rides – all themed around the exotic. Taken together, Hagenbeck's entertainments helped shape the preference of a mass audience not only for seeing foreign peoples and wild animals

⁴⁴ Ebd., S. 103.

⁴⁵ Lange (Anm. 8), S. 18.

⁴⁶ Vgl. Thode-Arora (Anm. 4), S. 246.

staged in natural settings, but also for plunging themselves into surround-style fantasy worlds of exotic adventure.⁴⁷

Nach Carl Hagenbecks Tod im Jahr 1913 führten seine Söhne Heinrich und Lorenz das Unternehmen weiter, das sich nach wie vor in Familienbesitz befindet. Der Tierpark, der seit 1997 offiziell zur Liste der Hamburger Denkmäler zählt,⁴⁸ setzt bis heute auf die geschickte Vermarktung vom ›Zauber der Exotik‹ als Geschäftsmodell, wie die stark besuchten, regelmäßig im Sommer stattfinden »Dschungel-Nächte« suggerieren, wenn »sich der Tierpark Hagenbeck in exotische Urwaldgeräusche, stimmungsvolles Licht und fantasievolle Kostüme« hüllt, um für die Besucher*innen ferne Vorstellungswelten sinnlich erlebbar zu machen.⁴⁹

Hagenbeck: koloniale Kontexte eines Hamburger Unternehmens

Gerade weil die Firma Hagenbeck nach wie vor existiert, scheint es in Anbetracht der Unternehmensgeschichte und der identitätsstiftenden Funktion als Hamburger Wahrzeichen umso wichtiger, Hagenbecks Imperium auch als wichtigen Erinnerungsort für die Auseinandersetzung mit Hamburgs (post-)kolonialem Erbe kritisch zu betrachten. Das koloniale Erbe des Unternehmens ist in seinen Grundzügen bekannt, doch je nach Position wird die Vergangenheit des Familienunternehmens und seine Bedeutung als Teil des kolonialen Erbes der Hansestadt unterschiedlich bewertet.

Etwa lässt auch der eingangs zitierte Ausstellungsflyer der Haspa zum Gedenken des 50. Todestages von Carl Hagenbeck 1963 in seiner Würdigung von Hagenbecks unternehmerischem Schaffen das Bedienen kolonialrassistischer Repräsentationsstrategien des Anderen in den Hagenbeck'schen Menschenschauen und die koloniale Vergangenheit des Unternehmens nicht unerwähnt – auch wenn der Hinweis in keiner Weise kritisch intendiert scheint:

Die ›Völkerschauen‹ [...] vermittelten Millionen Europäern einen lebendigen völkerkundlichen Anschauungsunterricht. Carl Hagenbeck baute nach Stellingers Modell in Rom und verschiedenen Städten Nordamerikas, stattete Kolonial- und Weltausstellungen mit Tierparks aus und lieferte nebenbei 1906 über 2000 Dromedare für die deutsche Schutztruppe in Südwestafrika.⁵⁰

47 Ames (Anm. 6).

48 Vgl. die historische Eigendarstellung des Tierparks Hagenbeck: <https://www.hagenbeck.de/de/tierpark/tierpark/historie.php> (zuletzt aufgerufen am 10.6.2021).

49 Archivierte Ankündigung der »Dschungel-Nächte 2019«: http://web.archive.org/web/20190321021225/https://www.hagenbeck.de/de/tierpark/veranstaltungen/event_uebersicht.php (zuletzt aufgerufen am 10.6.2021).

50 MARKK, Dokumentenarchiv, Nachlass Jacobsen, Johan Adrian, Kt.23, Mappe »Sonderdrucke«, 23.1.1-23.1.3, Flyer »Blick in die Haspa Vitrine«, 8. Folge, März 1963, S. 3.

Auch der Tierpark Hagenbeck bietet auf seiner Website einen kurzen, reich bebilderten historischen Abriss über die Geschichte des Unternehmens als nostalgische »Zeitreise mit Hagenbeck«, der auch die Menschenschauen erwähnt. Über den knappen Hinweis hinaus, dass diese »damals einer breiten Bevölkerungsschicht erstmals Einblicke in fremde Kulturen und die Lebenswelt weit entfernt lebender Völker« zu geben vermochten, jedoch »aus heutiger Sicht nicht mehr vertretbar«⁵¹ seien, gibt es vonseiten des Unternehmens keine tiefergehende kritische Auseinandersetzung mit der eigenen Vergangenheit.

Dabei bietet sich gerade die Geschichte dieses Unternehmens für eine Vernetzungsgeschichte zu Zeiten der kolonialen Globalisierung und ihrer Wirkungen im kulturellen Bereich an. So vergleicht Carl Hagenbeck selbst in seinen Memoiren den internationalen Tierhandel mit der kolonialen Welt immer wieder mit Forschungs- expeditionen und beschreibt seine Tätigkeit – in kolonialrassistischen Sprach- und Denkmustern verhaftet – als »praktische Geographie«:

Kein Handelshaus ist gezwungen, in einem so umfangreichen Maße praktische Geographie zu treiben wie eine Tierhandlung. Das Gebiet, auf welchem die Tierhandlung ihre Objekte aufsuchen muß, ist die ganze Erde. In den afrikanischen Urwald, in die Dschungel Indiens und Ceylons, in die weiten Steppen Sibiriens und der Mongolei müssen Kundschafter entsandt werden; ihnen folgen die Weltreisenden und Jäger mit ihrem Stabe eingeborener Hilfskräfte. [...] Der schwierigste Teil der praktischen Geographie, die getrieben werden muß, besteht in der Ermittlung von Verkehrswegen, auf denen die Beute lebend und gesund zivilisierten Gegenden zugeführt werden kann. Tief aus dem Innern unkultivierter Länder bewegt sich manche Tierkarawane wochen-, ja monatelang durch Steppe und Wildnis, und jeder Fußbreit eroberten Weges muß mit Verlusten bezahlt werden. Bücher und Karten sind bei der Ermittlung unserer Arbeitsplätze nur in ganz beschränktem Maße zu verwenden, denn naturgemäß liegen die Fangplätze wilder Tiere weitab von allem Verkehr der kultivierten Welt. Unzivilisierte Völkerschaften, nicht weniger wild als die Tiere, die gefangen werden sollen, bilden häufig ein Hindernis. Unwirtliche Gegenden setzen mancher Expedition eine Grenze.⁵²

Das war nicht unbegründet: denn »[b]eiflügelt hatte schon die Reichsgründung Carl Hagenbecks Geschäft. Im Windschatten der deutschen Kolonialbewegungen aber begann es regelrecht zu prosperieren. Es war ein Akt gegenseitiger Vorteilsnahme.«⁵³ Die Eröffnung des Suezkanals, die zunehmende »Erschließung der Welt« durch die europäischen Kolonialmächte und die steigende Mobilität der frühen Globalisierung sorgten für die nötige Infrastruktur, durch welche die Firma Hagenbeck unter Carls Führung

51 <https://www.hagenbeck.de/de/tierpark/tierpark/historie.php> (zuletzt aufgerufen am 10.6.2021).

52 Hagenbeck: Von Tieren und Menschen (Anm. 5), S. 115.

53 Kirschnick (Anm. 33), S. 126.

den Tierhandel immer stärker ausbauen, sich auf den Handel mit ›exotischen‹ Tieren spezialisieren und unter Ausschaltung von Zwischenhandel zu einem zentralen Akteur aufsteigen konnte.

Wie schon Kirschnick feststellte, trug Carl Hagenbeck die »Kolonialpolitik des wilhelminischen Kaiserreichs ungerührt mit«, denn im »Zuge der kolonialen Expansionen und Eroberungen – im Deutschen Reich sprach man von Weltpolitik – entstand eine Infrastruktur, welche die Fanggebiete zugänglicher machte und den Transport und die Verladung von Tieren erheblich erleichterte.«⁵⁴

Trotz dieser wichtigen Befunde ist eine systematische Untersuchung des kolonialen Erbes des Hamburger ›Traditionsunternehmens‹ und seiner Rolle im deutschen Kolonialismus noch ausständig.⁵⁵ Einen ersten Ansatzpunkt für eine (post-)koloniale, hamburgspezifische Relektüre der Firmengeschichte Hagenbecks, deren Bedeutung und Rezeption in der Hansestadt, bietet neben ausgewählten Aktenkonvoluten im Staatsarchiv Hamburg v. a. der umfangreiche Nachlass des Hagenbeck-Agenten und ›Forschungsreisenden‹ Johan Adrian Jacobsen, der sich im Dokumentenarchiv des MARKK – Museum am Rothenbaum (bis 2018: Museum für Völkerkunde Hamburg) befindet.

Der umfangreiche Nachlass beherbergt eine Vielzahl äußerst heterogener Quellen, die von Geschäftsunterlagen und -korrespondenzen mit Hagenbeck oder Ethnologischen Museen, Ankaufslisten ethnographischer Objekte, Verträgen mit Menschenschau-Teilnehmer*innen über gesammelte Visitenkarten, Programmhefte von Menschenschauen und Schaustellungen in Deutschland und Europa bis hin zu Vortragsmanuskripten und Tagebüchern Jacobsens reichen. Drei Dokumente sollen hier exemplarisch präsentiert werden, um die Firma Hagenbeck zum deutschen Kolonialismus in Beziehung zu setzen. Carls Halbbruder John Hagenbeck (1866-1940) erinnert sich in seinen Memoiren »Fünfundzwanzig Jahre Ceylon« an die koloniale Begeisterung im Deutschen Reich anlässlich der Erwerbung von Kolonien und verweist darauf, wie sich das aktuelle Tagesgeschehen zeitnah im Unterhaltungsbereich niederschlug:

- 54 Ebd. Auch Eric Ames kommt zum Schluss, dass Hagenbeck in der Lage war, (nur) durch eine unspezifizierte, jedoch stillschweigend bejahende Haltung gegenüber dem Kolonialismus erfolgreich Geschäfte in den deutschen Kolonien, aber auch in Territorien anderer Kolonialmächte zu führen, und zwar auch in Phasen von kolonialherrschaftlicher Gewalt und indigenem Widerstand. Insofern ordnet er das Unternehmen eindeutig als koloniale Unternehmung ein: »The Hagenbeck Company was a colonial enterprise whose range of operation extended necessarily beyond the German colonies, spanning trade routes and communication lines that circled the globe.« Ames (Anm. 6), S. 12.
- 55 Im Zuge der Recherchen dieses Artikels konnten die Bestände des Firmenarchivs Hagenbeck nicht einbezogen werden; die Einsichtnahme in Aktenbestände wurde mit Verweis auf die (voraussichtlich vorübergehende) Unbenutzbarkeit des Archivs aufgrund mangelnder Personalressourcen nicht gewährt. Vgl. E-Mail vom Archivar des Firmenarchivs Hagenbeck, Klaus Gile an Caroline Herfert, 29.6.2018.

Es war damals die Zeit der ersten kolonialen Erfolge Deutschlands im schwarzen Erdteil. [...] Das vorher noch so gut wie unbekannt gewesene K a m e r u n wurde nun plötzlich ungemein populär, nicht bloß in den Zeitungsspalten war fortwährend davon die Rede, sondern auch auf der Bühne und in den Witzblättern.⁵⁶

Er betont dabei stolz den Geschäftssinn des Unternehmens Hagenbecks, der im größeren Kontext der Verhandlung des Kolonialen in Unterhaltung und Printmedien zu verstehen ist:

Bei dem lebhaften Sinn für Aktualität, der die Unternehmungen des Hauses Hagenbeck beherrschte, ließen wir uns die Ausnutzung der guten Konjunktur natürlich nicht entgehen. Wir stellten eine Gruppe von Kamerunern zusammen, und ich wurde mit ihrer Vorführung in Deutschland beauftragt.⁵⁷

Zu dieser Kamerun-Schau, bei der Prinz Samson Dido von Didotown mitwirkte, sind zwei Programmhefte in Jacobsens Nachlass erhalten. Sie geben Aufschluss über die sprachlichen Inszenierungsstrategien, welche die Menschenschau »Deutsch-Afrika. Carl Hagenbecks Kamerun-Expedition«⁵⁸ (1886) als Ergebnis einer Forschungsexpedition präsentieren, die über die patriotische Überzeugung der deutschen Zivilisationsmission keinen Zweifel lässt.⁵⁹

Zum Gelingen der 40tägigen Anwerbsreise nach Kamerun habe, so streicht das Programmheft hervor, »wesentlich auch das Entgegenkommen der Firma Wörmann [sic] in Hamburg beigetragen, deren Afrika-Dampfer benützt wurden und in deren Faktoreien der Reisende gastfreundliche Aufnahme fand.«⁶⁰

Das Hamburger Handelshaus Woermann⁶¹ wird auch im zweiten Programmheft zur Kamerun-Schau explizit als Unterstützung für die »Expedition« Hagenbecks genannt, um »für die Wissenschaft hochinteressante ethnographische Schätze zu heben, von denen einzelne ganz entschieden als Unica bezeichnet werden müssen.«⁶²

Diese Quellen führen exemplarisch vor Augen, wie sehr die Inszenierung des Anderen und die geschickte Selbstinszenierung des Unternehmens Hagenbeck im kolonialen Kontext ineinandergreifen. Ebenso bemerkenswert sind jedoch die Allianzen und

56 Hagenbeck: Fünfundzwanzig Jahre (Anm. 5), S. 8.

57 Ebd., S. 8 f.

58 MARKK, Dokumentenarchiv, Nachlass Johan Adrian Jacobsen, Kt.23, Mappe »Sonderdrucke«, 23.1.1-23.1.3, Umschlag 23.1.2., Programmheft »Deutsch-Afrika. Carl Hagenbecks Kamerun-Expedition. Verlag von Fritz Angerer, Afrikareisender bei C. Hagenbeck«.

59 Programmheft »Deutsch-Afrika. Carl Hagenbecks Kamerun-Expedition. Verlag von Fritz Angerer, Afrikareisender bei C. Hagenbeck«, Vorwort, S. 4.

60 Ebd.

61 Siehe den Beitrag von Kim Todzi zu Woermann in diesem Band.

62 MARKK, Dokumentenarchiv, Nachlass Johan Adrian Jacobsen, Kt.23, Mappe »Sonderdrucke«, 23.1.1-23.1.3, Umschlag 23.1.2., Programm »Das Leben in West-Afrika, Kamerun. Carl Hagenbeck's West-Afrikanische Kamerun-Expedition 1886«, Vorwort, S. 3.

Synergieeffekte von Hamburger Unternehmen, etwa zwischen Hagenbeck und Woermann, im Handel mit der kolonialen Welt und in den deutschen Kolonien. Im Zuge einer systematischen Aufarbeitung von Hamburgs (post-)kolonialem Erbe wäre nicht zuletzt auch die Analyse solcher Netzwerke ein Forschungsdesiderat, um wichtige Akteur*innen, Unternehmen und Institutionen miteinander in Beziehung zu setzen um Hamburgs Rolle im deutschen kolonialen Diskurs klarer nachzeichnen zu können.