



Sara Doll · Navena Widulin *Hrsg.*

Spiegel der Wirklichkeit

Anatomische und Dermatologische
Modelle in der
Heidelberger Anatomie

 Springer



Marken – Ein Beitrag zur Unterstützung der Sicht auf die Provenienz von Objekten in Sammlungen

Wolfgang Schwan

- 1.1 Markenanalyse am Beispiel der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH – 8
- 1.2 Modellwanderung im Umfeld der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH – 11
- 1.3 Marken helfen bei der Restaurierung – 13
- 1.4 E. E. Hammer – eine Zeitleiste vom Panoptikumsdirektor zum Universitätsprofessor – 14
- 1.5 Provenienzforschung an Modellen – 15
- 1.6 Fazit – 16
- Literatur – 16

1

Angestoßen von einem Forschungsvorhaben zu Herstellermarken an Abgüssen griechischer und römischer Bildwerke der Antike (Schwan 2012) werden in diesem Beitrag nun die Marken an Modellen in anatomischen Sammlungen untersucht. Dabei handelt es sich nicht um eine tiefergehende Auseinandersetzung mit den anatomischen Modellen an sich, sondern lenkt den Blick auf die mit den Modellen verbundenen Markierungen, um daraus Erkenntnisse zu Herkunft, Herstellung und Besitz zu gewinnen. Marken bilden die einzige materielle Konnektivität am Objekt zwischen Hersteller oder Veräußerer und dem Besitzer eines Objekts in einer Sammlung. Lässt sich der wahrscheinlichste Nutzungszeitraum einer Marke bestimmen (s. das ausführliche Beispiel E. E. Hammer; ► Abschn. 1.4), so ergibt sich die Chance, die Provenienz eines Objektes einzugrenzen. Diese Tatsache ermöglicht es, ergänzende Sicherheit bei der Objektbeschreibung und Bewertung zu erhalten, wenn keine, unvollständige oder ungenaue Aufzeichnungen zu einem Objekt in einer Sammlung vorhanden sind. Einen weiteren Gesichtspunkt bildet die Vergleichbarkeit von Objekten in unterschiedlichen Sammlungen, sei es um leichte Veränderungen am Modell im zeitlichen Verlauf der Herstellung und Vermarktung zu erkennen (s. das Beispiel zur Ziegler Modellreihe Nr. 7; ► Abschn. 1.3) oder das Einfließen neuer Erkenntnisse der wissenschaftlichen Betrachtung in den Modellaufbau zu ermöglichen. Die wahrheitsgetreue Rekonstruktion oder Restaurierung beschädigter Objekte wird möglich, wenn in einer weiteren Sammlung ein markiertes Objekt des gleichen Zeitraums und Herstellers aufgefunden wird. Dabei hilft es, wenn bei kontinuierlichem Marktauftritt eines Herstellers sich die Ausprägung seiner Marken ändert und die Erstellung einer Zeitleiste der Nutzung für eine Manufaktur/Firma ermöglicht wird. Das wird auch am Beispielabschnitt von E. E. Hammer ausgeführt (► Abschn. 1.4). Es versteht sich von selbst, dass in dem vorgegebenen Rahmen keine vollständige und endgültige Behandlung der Marken in ihrer Gesamtheit erwartet werden darf. Die Daten müssen zwangsläufig wegen der Fülle von Möglichkeiten fragmentarisch bleiben. Sie bilden eine Basis für die Auseinandersetzung mit den „oft übersehenen Kleinigkeiten“ und führen zur Vervollständigung des Wissens über Marken durch den mit diesem Buchbeitrag angeregten Dialog mittels der Vernetzung von interessierten Personen und Sammlungsbetreuern untereinander.

Das räumlich und zeitlich seit 2016 bearbeitete offene Forschungsvorhaben des Autors umfasst im vorliegenden Beitrag zu Marken anatomischer Modelle:

- Teilbereich A: Faktenerfassung.
 - Auffinden, Abbilden, Erfassen der Daten zu Material, Geometrie, Bild und Text einer Marke.
 - Das Ergebnis ist ein Datenbanksatz je Marke.
- Teilbereich B: Zuordnung.
 - Identifikation von Bezugsdaten. Auswertung von Inventaren, Archivalien, Ein- und Verkaufslisten, Kataloge, Erwerbunghinweise in Schriften und Briefen. Auswertung von Sekundärliteratur.
 - Die Ergebnisse sind Einordnungen in wahrscheinlichste Nutzungszeiträume und Zeitleisten für die einzelnen Hersteller.
- Teilbereich C: Geschichten am Rande.
 - Lebensberichte der Formatori, Firmen, Familien, Verkaufserfolge, Präsentationen auf Ausstellungen und Messen, Erwerbslisten, Patente und Copyright,

Ehrungen und Preise, Geschichten und Schriftwechsel zum Erwerb, Eingangsberichte in Sammlungen, Preisgestaltung, Herkunft von Abformungen, Originalitätsproblematik.

- Die Ergebnisse sind Aufzeichnungen zu Einzelthemen.
- Teilbereich D: Zusammenhänge.
 - Netzwerke der Sammlungen, „footprints“ von Herstellern. Identität und Authentizität, Spannungsfeld von Replik und Original.
 - Die Ergebnisse sind Beziehungsbilder von Herstellern und Abnehmern und der Authentizitätsnachweis.

Die vielfältigen Begrifflichkeiten von Marken wie Herstellermarke, Plakette, Siegel, Stempel usw., hier verstanden als Markierung des Objekts, werden kurz als Marken bezeichnet. Dabei sind bei dieser Betrachtung Marken nicht nur als die im Patent- und Markenrecht genannten materiellen Bildmarken zusammengefasst, sondern sie erfassen auch Bildhauermarkierungen, die originären Herstellermarken, Sammlungskennzeichen und Inventarnummern, Marken von Vertriebsorganisationen sowie die Wort-/Bildmarken (früher Warenzeichen und Schutzmarken) (▣ Abb. 1.1).

Die Markierungen am Modell erfolgen materialfrei, d. h. formfrei eingetieft, wie die Bildhauermarkierungen, sind gestempelt, geprägt, mitgegossen, oder sie bestehen aus objektfremden Material und sind dann eingeklebt, geklebt oder angehängt.

Die Betrachtung von Akteuren auf dem Markt der anatomischen Modelle zeigt auf der Herstellerseite zu Beginn der Benutzung von Marken Einzelpersonen wie Präparatoren und Künstler, aber auch die Bildungsinstitutionen wie Universitäten und Akademien. Später, in der Mitte des 19. Jahrhunderts, treten vermehrt Firmen auf den Markt, der auf der Abnehmerseite von eben diesen Bildungsinstituten, hier erweitert um



▣ Abb. 1.1 Arten von Marken an anatomischen Modellen



■ Abb. 1.2 Beweggründe für Markenbringung

Schulen (Hebammen, Krankenpflege usw.), angeregt wird. Museen und Sammlungen werden gegründet. Einzelpersonen, Gesundheitsberufe (Ärzte, Hebammen usw.) aber ebenso Künstler befeuern die Nachfrage. So bleibt es nicht bei der Erstellung einzelner forschungsnaher Prototypen durch die ureigenen Ideengeber im Feld der Universitätsprofessoren, Mediziner, Wissenschaftler und die ausführenden Personen wie Präparatoren und bildende Künstler, sondern es beginnt eine Einzelfertigung von Modellen, um ausgehend von der originären Präparation oder einem Modellentwurf, zum Beispiel bei Vergrößerungen, wiederholbare gleichartige Modelle zu verbreiten. Diese Modelle tragen anfangs individuelle Signaturen zum Herkunftsnachweis, ähnlich den aufgeklebten oder angehängten handschriftlichen Papierzetteln an medizinischen Feuchtpräparaten oder den Bildhauersignaturen. Bei Mehrfachfertigung von gleichartigen Modellen durch Einzelpersonen oder in Manufakturbetrieben ist der Einsatz von Herstellermarken sinnvoll, da nun auch Firmen auf dem Markt miteinander konkurrieren.

Im Wesentlichen lassen sich vier Beweggründe für eine Markenbringung herausarbeiten (■ Abb. 1.2):

- Qualitätssiegel – Benennung der Qualität mit gefühlsbetonten Begrifflichkeiten oder Nutzung von Gütesiegeln „Die Marke, die Ihr Vertrauen verdient“ oder „Made in GDR“.
- Besitzanzeige – Nachweis des Formenbesitzes des Modells z. B. „Eigenthum und Verlag von ...“ oder „Original Ziegler Modell“.
- Herstellernachweis – Anbringung von Seriennummern oder Bezeichnungen von Modellreihen auf den Marken zur Rückverfolgung der Erstellung z. B. „Somso Modelle KS 3“.
- Nachahmungsschutz – Verhinderung von Nachahmerprodukten mit Hinweis auf die tatsächliche Schutzsituation im Patent- und Markenrecht, z. B. „Registered Trademark“ oder mittels Schutzformeln wie „Reproduktionsrecht vorbehalten“.

Einen wichtigen Punkt beim Nachahmungsschutz bildet die Originalitätsproblematik. Präparate in der Anatomie zeichnen sich durch Einmaligkeit aus. Werden Modelle direkt davon abgeformt, verliert das Original meist seine Bedeutung, da es sich mit der Zeit verändert. Die Urform/Matrize bildet im Idealfall mit dem ersten Abguss daraus den Grundstock der Manufaktur. Nun lassen sich aus der Urform durch Ausgießen mit Papiermaché, Gips oder Kunststoff weitere sog. Abgüsse herstellen. Die Form wird sich je nach dem dafür verwendeten Material abnutzen. Das hat zur Folge, dass weitere Formen vom ersten Abguss erstellt werden. Eine Abformung von einem Abguss kann natürlich auch einen Mitbewerber erzeugen, deshalb war und ist es wichtig, das originale Werk mit einer Marke zu versehen oder sogar durch Patent- und Markenrecht zu schützen. Für den Formennachweis bilden Kataloge und Verkaufslisten eine wichtige Grundlage. Im Anwendungsbeispiel der Marken von E. E. Hammer wird näher darauf eingegangen (► Abschn. 1.4).

Die bisherigen Erkenntnisse zu den Marken an anatomischen Modellen beruhen auf Ergebnissen von Untersuchungen der universitären Anatomischen Sammlungen in München, Heidelberg, Münster, Hannover und Wien sowie den Museen: Deutsches Hygiene-Museum Dresden, Deutsches Medizinhistorisches Museum Ingolstadt und SOMSO-Firmenmuseum in Sonneberg. Die Nutzung von Informationen aus Internetauktionen und dem Antiquitätenhandel runden das Bild ab. Im Gegensatz zu den umfassenden Einzelbeschreibungen der Sammlungen aus Heidelberg (Doll 2013), Münster (Barbian 2010) und Dresden (Mühlenberend 2007), trägt das vorgestellte Forschungsvorhaben übergreifend Informationen zu Marken zusammen. Diese Ergebnisse können immer nur einen stichprobenartigen Ausschnitt zeigen und unterliegen dem Einfluss neuer Erkenntnisse.

Aus diesem Grund findet der Leser Ergebnisse des zeitlich und geografisch offenen Forschungsvorhabens auf der kontinuierlich sich weiterentwickelnden Internetseite des Autors.¹

Die Analyse einer einzelnen Marke gelingt nur mit dem Einsatz stringenter Kriterien. Dabei ist ein strenges Vorgehen nach dem identifizierenden Augenschein hilfreich.

Als primäres Kriterium fällt die Form (Hauptkategorien sind: Kreis, Oval, Mehreck) ins Auge, gefolgt von der Größe (sichtbare Hauptabmessungen wie Durchmesser, Länge und Breite in mm). Der Markentext stellt dann in der Datenbank den Ankerpunkt für jede gefundene Marke dar. Der Text birgt eine Vielzahl von Unterkriterien und muss genau aufgenommen werden.² Aus den textlichen Inhalten lassen sich Eigennamen, Vornamen, Institutionen, Fertigungsbezeichnungen, Ortsangaben mit Stadt sowie Adresse und Schutzformeln isolieren. Das nächste Kriterium sind die Abbildungen. Die Unterscheidung nach Wappen, Symbolen und vollständigen Bildern ist hilfreich. Identifizie-

-
- 1 ► <https://www.w-s-i-p.de>. Den Suchpfad zu einer bestimmten Marke bildet dort der Markentext oder die Bezeichnung (xx Kurzform des Herstellernamens [yy]), wobei xx die laufende Nummer in der Datenbank angibt und yy die laufende Zählung unterschiedlicher Marken eines Herstellernamens. Diese Kennzeichnungen finden sich im weiteren Text in den Fußnoten wieder.
 - 2 Leserichtung von links nach rechts, außen nach innen, oben nach unten, Groß- und Kleinschreibung. Im Text wird ein Zeilenumbruch durch die Raute # markiert. Abkürzungen sind zu beachten.

1

ren lassen sich ebenso Trennzeichen auf der Marke, wie Punktreihen, Umrahmungen, Sterne usw. Weitere Kriterien zur Identifizierung einer Marke sind das Material und die Art der Anbringung. Diese Fakten werden beispielhaft für Marken der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH (kurz SOMSO) im folgenden Abschnitt gezeigt.

1.1 Markenanalyse am Beispiel der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH

Die Firmengeschichte (SOMSO 2017) wird in ► Abschn. 1.2 behandelt und bildet eine wesentliche Quelle zur Bestimmung von Nutzungszeiten der Marken. In diesem Abschnitt geht es mehr um den genauen Blick auf die oben genannten Kriterien und das Gewinnen von Erkenntnissen aus einzelnen Gesichtspunkten. Die Auswertung der bisher bekannten Marken führt letztendlich zu einem Bild der Modellwanderung im Umfeld der Firma SOMSO. Auffallend ist die Vielfalt und Anzahl (bisher 27 gefundene) der genutzten Marken, was natürlich dem langen Bestand der Firma seit 1876 geschuldet ist. Im Folgenden wird auf die angewendeten Analyse Kriterien zur Gewinnung der Daten im Forschungsvorhaben näher eingegangen (■ Abb. 1.3).

Form	Text	Bild	Material	Befestigung
 74 Sommer (22) Mehreck (Rechteck)	 69 Sommer (18) D-96450 Coburg Somso-Modelle	 31 Sommer (8) Somso®	 68 Sommer (12) Metall Lehrmittel_Anstalt	 67 Sommer (16) genagelt
 71 Sommer (19) Rechteck gerundet	 10 Sommer (2) 8630 Coburg	 Wort-/Bildmarke	 64 Sommer (13) Papier	 84 Sommer (25) aufgedruckt
 11 Sommer (3) Mehreck (Dreieck)	 9 Sommer (1) Coburg-Neuses Lehrmittel-Werkstätten	 63 Sommer (12) Sonne selt..	 83 Sommer (24) Folie	 12 Sommer (4) geklebt
 13 Sommer (5) Kreis	 33 Sommer (10) Sonneberg Abt. Atelier... Ziegler	 90 VEB ALS (1) Torso	 75 Sommer (23) siebdruck	 32 Sommer (9) mitgegossen

■ Abb. 1.3 Anwendung der Analyse Kriterien auf Marken der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH

Aus der großen Fülle der Marken der Firma SOMSO sind Beispiele ausgewählt, um die vorher genannten Kriterien einer Markenanalyse zu erklären. Die Signalwirkung von unterschiedlicher Form und Farbe lässt sich nicht stringent nachweisen. Die Grundfarbe der Marken variiert von weiß, gelb, blau, rot, weinrot bis hin zum heute bekannten grün in der 2008 geschützten Individualmarke (NCS-Wert 5020-G70Y) für die Modellsockel. Eine besondere Zuordnung zu Produktgruppen über die Zeit erschließt sich nicht. Es ist vielmehr so, dass „...die Firmenetiketten immer zeitbezogen sind und auch emotional dem jeweiligen Inhaber der Firma zugeordnet werden können,“ (persönliche Mitteilung Hans Sommer, SOMSO Modelle GmbH, 2017).

Alle gängigen Formen, vom Mehreck bis zum Kreis, treten dabei in Erscheinung. Schnell wurde die Kreisform der zuerst in der Firmengeschichte verwendeten Marke (62 Sommer [11]) zur Markierung der von Heinrich Arnoldi (1813–1882) 1890 übernommenen Pilzmodelle durch andere Formen ersetzt. Bei der Markennutzung überwiegen die mehreckigen Marken (Rechtecke). Fertigungstechnisch und materialsparend günstiger sind rechteckige gegenüber den runden und ovalen Formen. Die rechteckige Form leitet sich von den papiernen Zetteln ab, die ähnlich den Beschriftungen auf Präparategläsern angebracht waren. Bis ein Warenzeichen oder eine Schutzmarke mit Wiedererkennungswert von den Firmen beim Kaiserlichen Patent (ab 1877) und beim Reichspatentamt (ab 1919) eingetragen wurden, mussten Firmenbezeichnung, Herstellername und Anschrift gut erkennbar angebracht werden. Auch wegen dieses Raumbedarfs für die schriftlichen Informationen auf der Marke setzte sich die rechteckige gegen die runde Form durch. Das Dreieck tritt bei SOMSO später hinzu, trägt meist die Bildmarke SOMSO-Sonne (12 Sommer [4]) und wurde auf der Oberseite der Modellsockel befestigt. Der Wiedererkennungswert einer Marke steigert sich durch Nutzung eines einprägsamen Bildes. Gesichert und im Wiedererkennungswert unbestritten ist die Bildmarke der SOMSO-Sonne.

Marcus Sommer sen. (1845–1934) verbindet in der SOMSO-Sonne und dem Schriftzug SOMSO das Abbild eines Muskeltorsos umgeben von der aufgehenden Sonne für den Herkunftsort Sonneberg im heutigen Thüringen.³ Nach der Enteignung 1952 in Ostdeutschland und dem Umzug von SOMSO nach Coburg wird diese Bildmarke als eingetragenes Warenzeichen bis heute beibehalten. In Sonneberg übernimmt der VEB Anatomisches Lehrmittelwerk Sonneberg (ALS) nach der Enteignung bis zur Rückübertragung 1992 in Anlehnung an die SOMSO-Sonne das Bild eines halben geöffneten Torsos mit der Buchstabenkombination VEB ALS. Der dem Arbeiter- und Bauernstaat geschuldete zahnradähnliche Strahlenkranz versucht an die aufgehende Sonne anzuknüpfen.⁴ Die SOMSO-Marken nennen oft als Qualitätsbeweis bis

3 (11 Sommer [3]). „Die Bildmarke SOMSO-Sonne wurde von dem in Sonneberg-Oberlind ansässigen Zeichenlehrer Julius Rebhan geschaffen.“ Persönliche Mitteilung Hans Sommer, Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH, 2018.

4 (90 VEB ALS [1]). Information Archiv der Stadt Sonneberg 2018 „Das VEB Anatomisches Lehrmittelwerk wurde 1876 als Somso-Werkstätten von Marcus Sommer gegründet. Im Jahr 1952 ging es in Volkseigentum über (18.09.1952). 1965 wurden die Anatomischen Lehrmittelwerke Sonneberg gegründet, und im Jahr 1966 dem VEB Spulenkörper zugeordnet. 1982 wurden sie dem Kombinat Piko angegliedert. Am 01.08.1990 erfolgte die Rückübertragung an die Familie Sommer. Sie hat ihren Sitz in der Beethovenstraße 29 (früher: Wilhelmstraße 29).“ Die gesamte Zeit über als VEB änderte sich die Marke anscheinend nicht.

1 heute das Gründungsjahr 1876 der Firma (75 Sommer [23]). Die Schutzfunktion der SOMSO-Sonne wird schon vor dem 1. Weltkrieg im Deutschen Reich eingetragen, das ist möglich ab 1894,⁵ und existierte danach fortgesetzt als „Eingetragenes Warenzeichen“ (83 Sommer [24]), als „Eingetragene Schutzmarke“ (11 Sommer [3]), und wurde in der BRD im Jahr 1954 erneuert. Ab 1983 ist die Bildmarke mit der Registernummer 1054495 beim Deutschen Patent- und Markenamt in München, wie in der Marke (75 Sommer [23]) dargestellt, angemeldet. Mit Beginn des Vertriebs im englischsprachigen Raum über das Partnerunternehmen „Adam, Rouilly“ im Jahr 1927 erfolgt später auch der Copyright-Schutz der Objekte durch die Markierung als „registered trademark“ (84 Sommer [25]). Ein Blick in das Markenregister beim Deutschen Patent- und Markenamt offenbart den Wert, den die Firma SOMSO nicht nur dem ausgeformten Modell sondern auch der Montage auf einem Sockel beimisst. Dieser Schutz der Gesamtheit eines verkauften Modells inkl. der Montagesituation mit Sockel wurde der Firma 2009 aber verwehrt (Deutsches Patent- und Markenamt 2018). An diesem Punkt sei vom Autor eine Lanze dafür gebrochen, in anatomischen Sammlungen das reine Objekt und die Montage in der Gesamtheit als Original zu erhalten, insbesondere da sich Marken im Originalzustand sehr oft auf der Standplatte befinden. Diese Gesamtheit verleiht dem Objekt erst die Authentizität, die nicht leichtfertig aus sammlungsoptischen Gründen geopfert werden sollte. Darüber hinaus sind die Marken in ihrem Originalzustand erkennbar am Sockel freizuhalten und nicht zu überformen oder zu übermalen.

Zur Anbringung wird angemerkt, dass frühe Marken meist auf oder an die Holzsockel der Modelle genagelt (67 Sommer [16]) oder auf das Brett aufgeklebt wurden (12 Sommer [4]). Bei Gipsabgüssen findet man die materialfremde Marke im Modellkörper mit eingebettet oder die Bildhauersignatur wird mitgegossen oder eingetieft. Für Bildhauersignaturen finden sich bei SOMSO-Modellen keine Beispiele. Bei den Kunststoffstandplatten werden die Marken aus Kunststofffolie geklebt, adhäsiv befestigt (83 Sommer [24]) oder gleich mitgegossen (32 Sommer [9]). Auch aus diesen Betrachtungen lassen sich zeitliche Abschnitte der Nutzung einer Marke herausarbeiten. Weiterhin bildet der Markentext gute Ansätze zur zeitlichen Einordnung. So erkennt man die bildhauernahe Bezeichnung „Atelier“ bei frühen Marken der Firma (33 Sommer [10]). Die Lehrmittelwerkstatt (9 Sommer [1]) grenzt sich gegen die Lehrmittelanstalt ab,⁶ die 1971 in der Coburger Lehrmittelanstalt CLA (72 Sommer [20]) ihren Niederschlag findet. Später folgt im Markentext der Bestandteil „Somso-Modelle“ (75 Sommer [23]). Aus den Ortsangaben ergeben sich weitere Punkte zeitlicher Einordnung. Die frühen Marken ordnen den Sitz der Firma im Herstellungsort Sonneberg noch S. M. (Sachsen-Meiningen) zu (67 Sommer [16]). Nach der Gebietsreform wird die Zugehörigkeit zu Thüringen genannt (13 Sommer [5]). Im Zuge der Enteignung 1952 und dem Umzug aus Sonneberg an den Standort Coburg Neuses, dem Sitz der 1930 von Max Albert Sommer (Lebensdaten unbekannt) eingegliederten Lehrmittelanstalt (71 Sommer [19]), wird Coburg auch für die Werkstätten genannt (74 Sommer

5 „Zum Zeitpunkt der ersten Eintragung liegen SOMSO keine Unterlagen mehr vor.“ Persönliche Mitteilung Hans Sommer, Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH, 2018.

6 (68 Sommer [12]). Was genau im zeitlichen Verlauf in der Lehrmittelwerkstatt gegenüber der Lehrmittelanstalt hergestellt wurde, erschließt sich aus den Marken allein nicht.

[22]). In der Folge erweitert um Postleitzahl 8630 (10 Sommer [2]). Die Einführung 5-stelliger Postleitzahlen fixiert den Beginn solcher Markennutzung (69 Sommer [18]). Das verwendete Material wandelt sich über die Nutzung von Metallplättchen (68 Sommer [12]) und Papier (64 Sommer [13]) zu Kunststofffolien (83 Sommer [24]). Nach dem Zweiter Weltkrieg werden die Marken im Siebdruckverfahren oder gestempelt direkt aufgebracht (75 Sommer [23]). Ein kurzer Hinweis noch auf eine Kleinigkeit, die manchmal einen entscheidenden Fortschritt in der zeitlichen Einordnung einer Einzelmarke offenbart. Eine Marke (31 Sommer [8]) trägt am rechten Rand den Aufdruck des Internetauftritts der Firma (► www.somso.de). Objekte, die mit dieser Marke verbunden sind, können nicht früher als 1993 gefertigt sein.

1.2 Modellwanderung im Umfeld der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH

Um Zusammenhänge aus gefundenen Marken zu gewinnen, wird im Teilbereich D des Forschungsvorhabens nach Tatsachen gesucht, die z. B. über Vernetzungen der Hersteller untereinander Auskunft geben. Die Analyse in der Historie im Umfeld der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH anhand der bisher bekannten Marken führt dann zu einem Bild der Modellwanderung im Umfeld der Firma (■ Abb. 1.4).

Man erkennt Phasen der Firmenexistenz vom Aufbau 1876 über Wachstum (98 Rouilly [5]), Konzentration des Marktes in den 1930er-Jahren (33 Sommer [10]), Bruch durch Enteignung 1952 (90 VEB ALS [1]), Wiederaufbau und firmenpolitische Marktanpassung ab 1972 (72 Sommer [20]). Diese Hinzunahmen und Abgaben von Modellen lassen sich ebenso an anderen Firmen im Umfeld erkennen. So trennt sich Max Albert Sommer⁷ von seinem Geschäftspartner Dr. Wilhelm Benninghoven (Lebensdaten unbekannt),⁸ von dem bisher wenig konkreten Daten bekannt sind (Mühlenberend 2015), und die Firma wird danach im Jahr 1930 von Marcus Sommer (71 Sommer [19]) aufgekauft. Der zum Professor ernannte Benninghoven⁹ betreibt seine Firma bis 1937. Dessen Modelle erwirbt das Deutsche Hygiene-Museum Dresden, das in der Summe mit den eigenen Modellen (17 DHM [2]) in die Reihe großer Anbieter am Markt aufsteigt. Nach der Wiedervereinigung Deutschlands im Jahr 1991 werden die Modelle an die Firma 3B Scientific abgegeben.¹⁰

7 „Die Coburger Lehrmittelanstalt Max Albert Sommer wurde am 01.04.1930 von meinem Großvater Fritz Sommer übernommen. Zu Herrn Max Albert Sommer bestand trotz Namensgleichheit kein verwandtschaftliches Verhältnis. Herr Max Albert Sommer hat seine Firma aus Alters- und Nachfolgegründen an uns veräußert.“ Persönliche Mitteilung Hans Sommer, Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH, 2018.

8 (25 Benninghoven [1]). Markentext: „Dr. Benninghoven & Sommer # BERLIN N.W. # Turmstr. 19. # Neuses bei Coburg.“

9 (27 Benninghoven [3]). Markentext: „Prof. Dr. W. Benninghoven # vormals Dr. Benninghoven & Sommer # BERLIN N.W.21 # Turmstrasse 19.“

10 (94 3B [2]). 3B gegr. 1948 von Paul Binhold, Hedwig Binhold, Marion Binhold verh. Kurland. 3B kauft 1993 Diocalderoni ungarisch seit 1819. Übernimmt 1991 die Lehrmittelanstalt des Deutschen Hygiene-Museums von 1930.

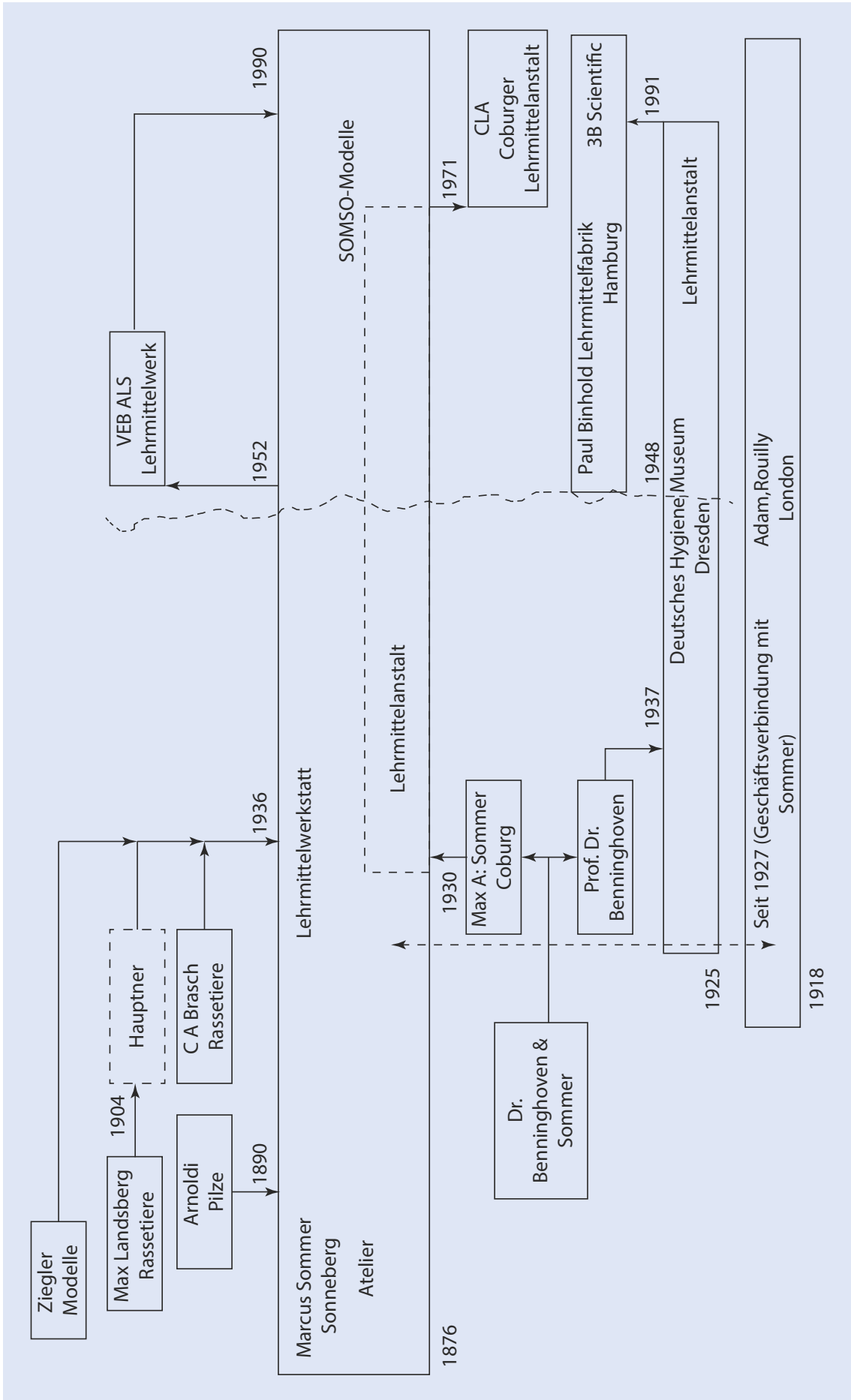
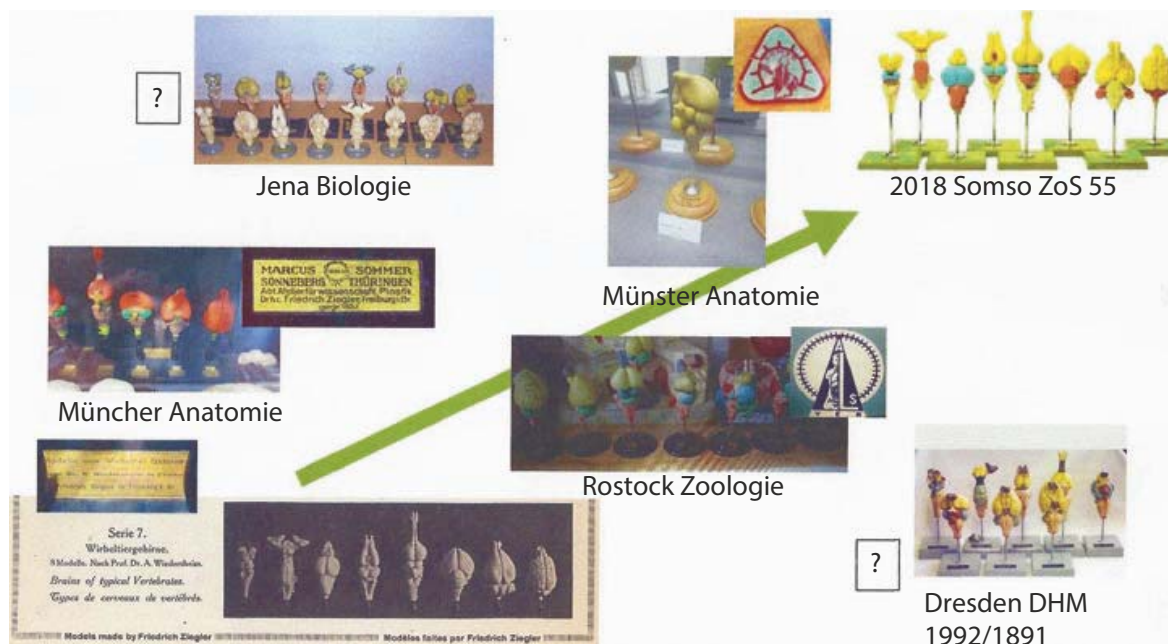


Abb. 1.4 Modellwanderung im Umfeld der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH

1.3 Marken helfen bei der Restaurierung

Der Nutzen, der in zeitlicher Reihenfolge gebrachten Marken, bei einem Restaurierungsvorhaben sei an einem Beispiel zu Teil C des Forschungsvorhabens dargelegt: Die Ziegler-Modellserie „Serie 7 Wirbeltiergehirne“, entwickelt von dem Zoologen und vergleichenden Anatomen Robert Ernst Eduard Wiedersheim (1848–1923), wurde seit 1887 aufgelegt und 1936 von der Firma Marcus Sommer „käuflich übernommen“ (SOMSO 2017, S. 218). Diese Modellserie findet sich in mehreren, nicht nur anatomischen Sammlungen (■ Abb. 1.5). An einem Zeitstrahl ergibt sich die Möglichkeit die Objekte über die individuellen Merkmale der Marken zu sortieren. Gefunden wurde die Serie in München,¹¹ Jena,¹² Rostock,¹³ Münster,¹⁴ Dresden¹⁵ und in Heidelberg.¹⁶ Das Modell wird heutzutage weiterhin von der Firma Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH angeboten.¹⁷ Auffallend ist die Variabilität der auf dem gleichartigen Ziegler-Modell beruhenden farblichen Gestaltung in den zeitlich nachfolgenden Reihen. Hier helfen die noch existierenden Marken am Modell dem Restaurator, vergleichbare Ausführungen anzutreffen. Schwierig gestaltet es sich, wenn zum Beispiel historische Sockel



vor 1936 Ziegler Serie 7. In Heidelberg 1901 erworben

■ Abb. 1.5 Entwicklung der Wirbeltiergehirne Modellreihe 7 nach Ziegler

- 11 Anatomische Sammlung der Ludwig-Maximilians-Universität München mit Marke (33 Sommer [10]).
- 12 Arbeitsgruppe Biologiedidaktik, Biologisch-Pharmazeutische Fakultät, Friedrich-Schiller-Universität Jena ohne erkennbare Marke.
- 13 Zoologische Sammlung der Universität Rostock mit Marke (90 VEB ALS [1]).
- 14 Anatomische Sammlung des Instituts für Anatomie in Münster mit Marke (100 Sommer [28]).
- 15 Deutsches Hygiene-Museum Dresden ohne erkennbare Marke.
- 16 Anatomische Sammlung der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg ohne erkennbare Marke.
- 17 Zoologie- und Botanik-Katalog A 75/2+3 Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH. Coburg, ZoS 55.

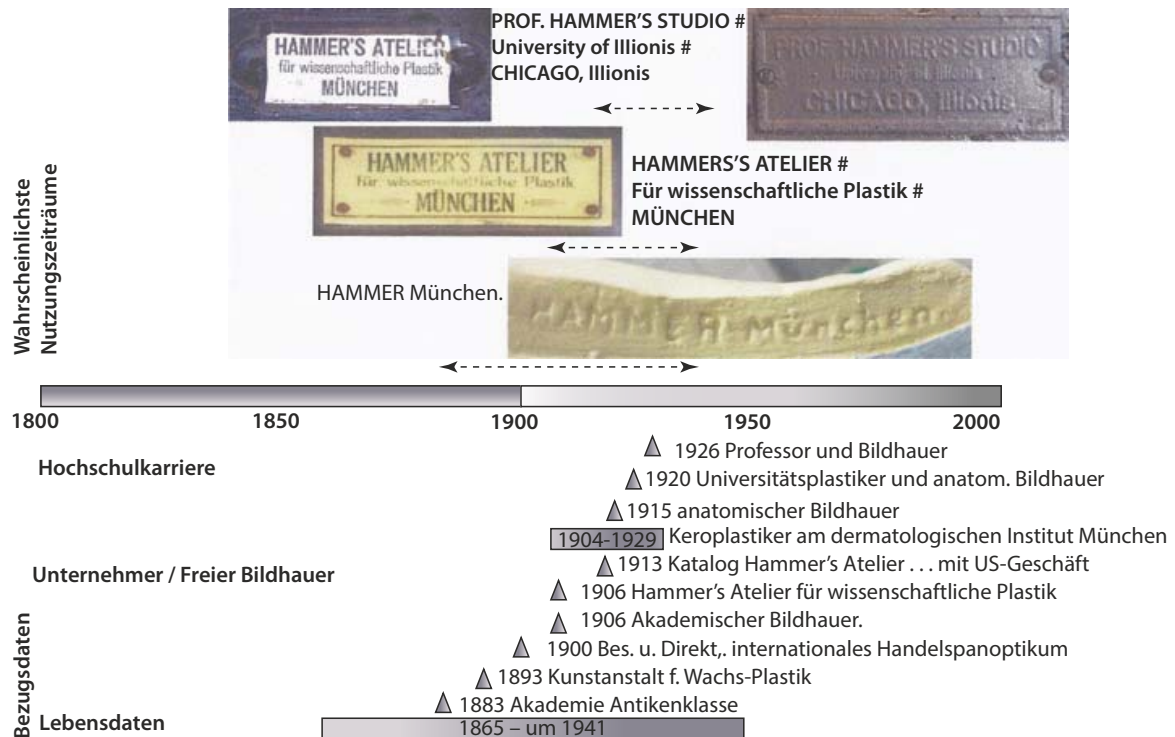
durch moderne Plastiksockel ersetzt wurden und die Authentizität der Serie wegen der fehlenden Marken nicht offensichtlich bleibt. Die Dokumentation in den Archivalien des Heidelberger Instituts ermöglichte dennoch eine eindeutige Zuordnung zu den Herstellern der Modelle.

1.4 E. E. Hammer – eine Zeitleiste vom Panoptikumsdirektor zum Universitätsprofessor

Vom Übergang des 19. in das 20. Jahrhundert erfolgt in der Gesellschaft eine Definition des Daseins über die berufliche oder gewerbliche Tätigkeit und den damit zusammenhängenden Status. Unter diesen Gesichtspunkten erfolgten ebenso die Einträge von Haushaltsvorständen mit ihrer Bezeichnung in die Adressbücher der Gemeinden. Aufgenommen werden zu Beginn nur die wirtschaftlich unabhängigen Personen in den untersuchten Adressbüchern von München, hier betrachtet im Zeitraum von 1882 bis 1945, mit ihren Titeln, Berufen, Tätigkeiten und Gewerben (Münchner Digitalisierungszentrum, MDZ¹⁸). Das kann benutzt werden, um Zeiträume der Markenutzung bei bekanntem Namen einzugrenzen. Emil Eduard Hammer (1865–1938) aus München kann dafür als Beispiel dienen (► Kap. 8). Hammer wächst in einem ihn künstlerisch prägenden Umfeld auf. Nahe Verwandte betätigen sich als Bildhauer und Wachsmodelleure, betreiben ein Atelier für Wachsplastik, Gießerei und Formerei. Unter der Matrikelnummer 04358 schreibt sich Hammer 1883 an der Akademie der Bildenden Künste in München in der Antikenklasse ein (Akademie der Bildenden Künste München 1883). Er taucht 1888 zum ersten Mal im Adressbuch auf und eröffnet 1889 eine „Kunstanstalt für Wachsplastik“ in München. 1900 wird er Besitzer und Direktor eines internationalen Handelspanoptikums. Er nennt sich ab 1906 „akademischer Bildhauer“ und eröffnet im gleichen Jahr „Hammer’s Atelier für wissenschaftliche Plastik“, welches im Gewerbebuch der Adressbücher bis 1920 genannt ist. Zwischen 1904 bis 1929 fertigt er am Dermatologischen Institut der Universität München als Bildhauer und Keroplastiker Moulagen an.¹⁹ Seine Berufsbezeichnung ändert sich 1915 vom „akademischen“ zum „anatomischen“ Bildhauer. Die Hinwendung zur Herstellung anatomischer Modelle im Universitätsbetrieb manifestiert sich 1920 in der Berufsbezeichnung als „Universitätsplastiker und anatomischer Bildhauer“. Er verleugnet die bildhauerische Prägung seiner Modelle nicht. Hammer vernachlässigt darüber hinaus die wirtschaftliche Vermarktung in Eigenregie keineswegs. Im Katalog „Hammer’s Ateliers für wissenschaftliche Plastik München“ (Hammer 1913) erfährt man neben den Aktivitäten am bekannten Standort München von seinem Wirken in Chicago, Illinois USA. Im Münchner Adressbuch schlägt sich das naturgemäß nicht nieder. In den Jahren 1924 und 1925 finden sich dementsprechend keine Einträge im Münchner Personenregister. Hammer kehrt 1926 dann mit einem Eintrag als „Prof. und Bildhauer“ nach München zurück. Das manifestiert sich in seiner Marke

18 MDZ Münchner Digitalisierungszentrum. ► <https://www.digitale-sammlungen.de/>. (Zugegriffen am 05. Oktober 2018).

19 ► <https://www.uni-muenchen.de/einrichtungen/sammlungen/moulagensammlung-dermatologie/index.html>.



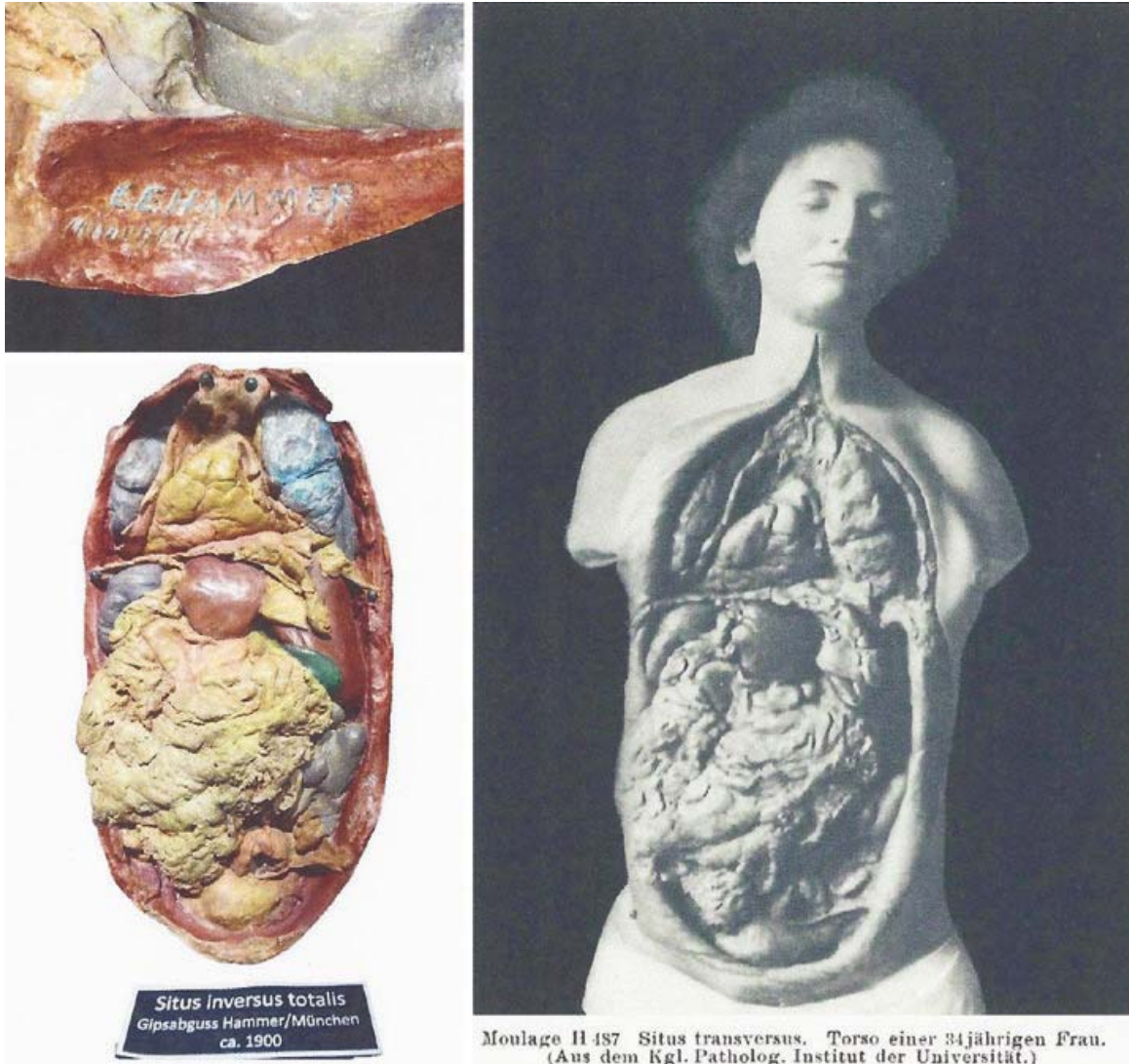
■ **Abb. 1.6** Zeitleiste Emil Eduard Hammer

„PROF. HAMMER'S STUDIO # University of Illinois # CHICAGO, Illinois“ (2 Hammer [2]). Die Berufsbezeichnung „Prof. und Bildhauer“ behält Hammer bei, bis sich in den 1940er-Jahren seine Spur in den Adressbüchern verliert. Damit grenzen sich die wahrscheinlichsten Nutzungszeiträume der gefundenen Marken von E. E. Hammer entsprechend ein. Die Zeitleiste zeigt hierfür ein Beispiel des Teil B des Forschungsvorhabens (■ Abb. 1.6).

1.5 Provenienzforschung an Modellen

Teil C des Forschungsvorhabens zu Marken beschäftigt sich tiefer gehend mit den gefundenen Modellen, die Marken tragen. Hier sei beispielhaft auf ein Modell der Anatomischen Sammlung der Ludwig-Maximilians-Universität München eingegangen. Ein Situs inversus, eine Besonderheit der Anatomie, bei der sich die Organe spiegelverkehrt auf der anderen Seite des Körpers befinden, gelangte als Fundstück auf dem Dachboden eines Privathauses ohne archivalische Unterlagen in den Besitz der Sammlung. Das Gipsmodell trägt deutlich die Bildhauermarkierung „E. E. HAMMER # MÜNCHEN“ (■ Abb. 1.7). Mit dem Wissen um den Hersteller kann man in Hammers Katalog (Hammer 1913) suchen. Tatsächlich findet man eine Moulage H 487 im Katalogangebot, dort beschrieben als „Situs transversus. Torso einer 34-jährigen Frau (aus dem Kgl. Patholog. Institut der Universität)“. Nach dem Vergleich ist es möglich, dem Gipsmodell, das ähnlich einer Moulage auf einem mit schwarzem Samt beschlagenen Brett montiert und mit einem seidenen Tuch umwickelt war, eine vertiefende Information über das Alter und die Herkunft der Abformungsquelle des Modells zuzuschreiben.

1



▣ **Abb. 1.7** Modell eines Situs inversus von Emil Eduard Hammer. Die Eingeweide liegen bei dieser Anomalie spiegelbildlich umgekehrt in der Körperhöhle

1.6 Fazit

Was können die oft übersehenen Kleinigkeiten leisten?

- Marken bilden direkt am Objekt die einzige materielle Konnektivität zwischen Hersteller und Erwerber/Besitzer.
- Marken führen zu Wurzeln der Entstehungshistorie von Objekten.
- Marken grenzen den Zeitraum der Entstehung von Objekten ein.
- Marken helfen bei der Restaurierung durch die Referenz mit Vergleichsobjekten.
- Marken erhellen die Sicht auf die Provenienz in Sammlungen, besonders beim Verlust archivalischer Quellen.

Literatur

Akademie der Bildenden Künste München (1883) 04358 Eduard Hammer, Matrikelbuch 1841–1884. http://matrikel.adbk.de/matrikel/mb_1841-1884/jahr_1883/matrikel-04358. Zugegriffen am 24.02.2018

- Barbian B (2010) Die Geschichte der Anatomischen Sammlung des Institutes für Anatomie in Münster mit besonderer Berücksichtigung ihrer historischen Modelle und Präparate. Dissertation, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster
- Deutsches Patent- und Markenamt (2018) Version 6.1.0-b35 vom 21.02.2018. <https://register.dpma.de/DPMAREgister/marke/einsteiger>. Suchwort Anmelder/Inhaber „SOMSO“, <https://register.dpma.de/DPMAREgister/marke/register/3020090627932/DE>. Zugegriffen am 24.02.2018
- Doll S (2013) Lehrmittel für den Blick unter die Haut. Präparate, Modelle, Abbildungen und die Geschichte der Heidelberger Anatomischen Sammlung seit 1805. Dissertation, Medizinische Fakultät der Ruprecht-Karls-Universität zu Heidelberg
- Hammer EE (1913) Hammer's Ateliers für wissenschaftliche Plastik, München. Chicago III. Katalog A. Deutsche Ausgabe. München
- Mühlenberend S (2007) Surrogate der Natur. Die historische Anatomiesammlung der Kunstakademie Dresden. Wilhelm Fink, München
- Mühlenberend S (2015) Die anatomischen Lehrmodelle des Deutschen Hygiene-Museums. In: Nikolov S (Hrsg) Strategien der Sichtbarmachung des Körpers im 20. Jahrhundert. Böhlau, Köln/Weimar/Wien, S 202
- Schwan W (2012) I.4.5 Oft übersehene Kleinigkeiten. Was verbirgt sich hinter Abgussmarken? In: Schröder N, Winkler-Horacek L (Hrsg) ... von gestern bis morgen ... ; zur Geschichte der Berliner Gipsabguss-Sammlung(en). Marie Leidorf GmbH, Rahden/Westf., S 113–116
- SOMSO (2017) SOMSO Modelle seit 1876. Zoologie und Botanik Katalog A 75/2+3 Marcus Sommer SOMSO Modelle GmbH, Coburg, S 228–229