

# Rainer Gries, Volker Ilgen, Dirk Schindelbeck

## »Amün«: Das Museum auf dem Frisiertisch

Ein Markenartikel als  
Geschichts- und Kulturträger

Majestätisch strahlt auf der schwarzglänzenden Schachtel die aufgeprägte Goldmaske Tutanchamuns. Nach behutsamem Lösen der Pappflasche öffnet sich der Sarkophag: Auf schwarzem Samtimitat, ein mattschimmernder Korpus mit vergoldetem Sprayaufsatz, ruht der Flacon mit dem Eau de Toilette. Gegenüber auf dem Innendeckel, unter einer zum Logo verdichteten Sphinx, im Goldpräggedruck das Orakel: »So einzigartig wie die Duftkomposition ist auch das Design dieser Serie. Jede Packung zeigt ein anderes altägyptisches Motiv und erzählt seine eigene geheimnisvolle Geschichte, deshalb trägt die Duft-Serie Amun die



Bezeichnung »Egyptian Collection« ... Die Büste mit ihrer goldenen Gesichts- und Halspartie sowie Augenbrauen und Wimpern aus Lapislazuli stellt Tutanchamun als Sonnengott dar.« Grabräuber, die wir sind, entreißen wir die Spraymumie ihrer Gruft. Leer bleibt die Grabstätte zurück, nur ein eingeklebter Goldpapierstreifen kündigt von der begangenen Tat. Eingehüllt in den »Duft, der Ihr Geheimnis bleibt« wenden wir uns der Verbraucher(innen)broschüre zu.

»Ägypten vor drei Jahrtausenden,« heißt es da, »Zeit des Goldes und der Götter. Wohlgeruch erfüllte die Tempel. Der Duft galt als Zeichen der Gegenwart der Götter.« Auf acht dem Papyrus nachempfundenen Seiten entwerfen hier Texte archäologischen, kunst- und kulturhistorischen Inhalts in virtuoser Mischung Bilder vom alten Ägypten. Historische Illustrationen und Hieroglyphen umrahmen die Kurzeinführungen in Kleidung, Kunst und Religion. Zentrales Thema ist das Verhältnis von Mann und Frau, und natürlich die Sakralität des Duftes im Pharaonenreich. Die Leserin erfährt den Schöpfungsmythos des Urpaares Schu und seiner Schwestergattin Tefnut, deren »Tränen auf die Erde fielen und sich dort in wohlriechende Pflanzen« verwandelten. Der Duft, so in die Welt herabgeschwebt, wird in der Broschüre suggestiv beschworen, der Ton ist lyrisch: »Der strahlende Glanz der aufsteigenden Sonne, der Duft der Blumen in der Abendkühle, ein heiterer Gedanke auf der Waage des Tages, das und viel mehr waren den sinnenfreudigen Ägyptern ihre Frauen. ›Leuchte mir, daß ich Deine Schönheit sehe, sangen sie in ihrer Hymne an die Sonne.« In dem Brevier heißt es weiter: »Ein Liebender vergleicht seine Schöne mit dem Stern, der zu Beginn des Volljahres erstrahlt, eine reiche Flut und eine gute Ernte ankündigt ... ›Deine Liebe ist in meinem Körper wie ein Schilfhalm in den Armen des Windes.« »Die ägyptische Lyrik«, so wird resümiert, »ist diskret in den leidenschaftlichen Gefühlen, anmutig und bildreich. Sie ist wie ein Parfum, das die Sinne anregt und als nachschwingendes Gefühl in uns ausklingt.«



Der Duft, der Ihr Geheimnis bleibt.  
Parfum AMÜN.

Parfum-Création aus dem Hause 4711.

Jetzt tritt die Produktpalette auf und in Aktion: Als ein sich selbst erläuterndes Museumsstück stellt sich der 7,5 ml Flacon »Parfum Amun« vor: das Motiv, goldenholzschnittartig auf schwarzen Verpackungsfond geprägt, erzählt, wie »Tutanchamun ... das Leben von den Gottheiten: Re-Harachte, dem Sonnengott und Ptah, dem Ursprung der Schöpfung (empfängt). Der vergoldete Verschluss zeigt die Darstellung einer Sphinx: vielfältiges rätselhaftes Symbol göttlichen Schutzes.« Diese Motive finden sich meist in doppelter Form, sowohl für sich auf den Warenkörpern selbst als auch, mit weiteren kulturhistorischen Angaben versehen, auf der Packungshülle. Ihre Vor-Bilder sind die Reliefmotive des Goldenen Statuenschreins, der einst in der Vorkammer des Königsgrabes stand.<sup>1</sup> Der 15 ml Flacon führt uns Pharao Tutanchamun vor, der »wohlriechendes Öl in die geöffnete Hand seiner Gemahlin Anchesenamun (gießt). Der vergoldete Verschluss zeigt die Darstellung eines Skarabäus: Symbol für immerwährendes Leben.« Aus dem Bildfundus dieses Schreins schöpft auch »Perfumed Soap Amun« ihr Motiv: »Königin Anchesenamun legt Pharao Tutanchamun eine Blumengirlande um den Hals.« Ausschnitte des Krönungszeremoniells finden sich auf »Body Lotion Amun« oder »Foam Bath Amun«. »Eau de Toilette Spray Amun« 60 ml hingegen führt den Pharao während einer Jagdszene vor, Ausdruck der ordnenden Funktion des Königtums. Die 30 ml Ausführung rückt ihn mit der Lederkappe ins Zentrum, der »Blaue(n) Krone, Zeichen seiner göttlichen Abstammung«.

Die noch aus der Engelsschen Puddingfrage: »The proof of the pudding lies in the eating« entwickelte Haugsche Kritik der Warenästhetik als einer Kritik kapitalistischer Gebrauchswertversprechen schlechthin scheint uns zur Analyse solcher Produktlinien nicht mehr auszureichen. Wir haben es heute zunehmend mit komplexen warenästhetischen Phänomenen zu tun, die nicht nur graduell, sondern auch qualitativ mit materialistischem Analyseinstrumentarium nicht mehr zu bewältigen sind. »Das Warenbild«, so formulierte Haug noch 1980, »wird zum ›mythischen‹ Bedeutungsmaterial degradiert; dies geschieht dadurch, daß es mit ›mythischen‹ Zeichen befriedigender Dinge zusammenmontiert wird ... zu einem Superzeichen für das, was erstrebenswert im umfassend sozialen Sinn ist.«<sup>2</sup> Ist die ›mythische‹ Fracht, anders herum gefragt, denn immer grundsätzlich »degradierend« – nur Attrappe? »Das Parfum«, so der Düftespezialist J. Stephan Jellinek, »ist ein fast immaterielles Gut«<sup>3</sup>, paßt also in das von Haug unterstellte Denkraster der Nähr- und Nutzwertbilanzen einer Ware überhaupt nicht hinein. Haugs Meßlatten- und Waagschalenmoral scheint denn auch eher ein Kind seiner eigenen Nachkriegssozialisation zu sein. Abgesehen also davon, daß die klassischen Kategorien »Warenhaut« und »Warenkörper« hier nicht mehr greifen, müssen wir zuerst einmal konstatieren: Die Leistungskraft der Serie »Amun« liegt zum geringsten Teil im Verkauf eines realen (Duft-)Stoffes.<sup>4</sup> Im Gegenteil, eine ganz andere Art ›immaterieller‹ Anteile beherrscht das Marktphänomen »Amun«: das anscheinend detailliert ausgebreitete Szenario altägyptischer Welten und Vergangenheiten. Es handelt sich hierbei in erster Linie nicht um das Aufpfropfen herkömmlicher Signifikate<sup>5</sup>, die Freiheit, Glück, Jugend oder Sicherheit versprechen, nicht nur um eine Zeichen-Textur altägyptischer Geschichte, sondern um die unverhoffte aber veritable Präsentation eines Stückes altägyptischer Vergangenheit. Und es ist dieser Geschichtsentwurf, der die Marktkommunikation des Produktes eigentlich steuert und welcher – womöglich – reüssiert. Für diese Produktlinie gilt demnach: Ferdinand Mühlens aus der Kölner Glockengasse hat die Branche gewechselt und ist zum Geschichtsverkäufer geworden.

Der gerade bei diesem Geschichtsprodukt vom Hersteller einkalkulierte »immaterielle Konsum« (so im Marketingkonzept von 4711) eröffnet uns die Möglichkeit, das Marktverhalten der Ägypten-Vergangenheit genauestens zu beobachten.



Die Geschichte der Markenphysiognomie »Amun« hingegen beginnt mit der Entwicklung des Markenprodukts »Tutanchamun« im Jahre 1922. Als der Engländer Howard Carter im Tal der Könige das Grab eines für die Geschichte Ägyptens eher unbedeutenden Pharaos fand<sup>6</sup>, handelte es sich um eine archäologische Sensation ersten Ranges: Zum erstenmal war es gelungen, ein von Schatzräubern verschontes Grab zu entdecken. Tutanchamun, so der Thronname<sup>7</sup> des in jungen Jahren unter mysteriösen Umständen Verstorbenen, wurde aufgrund der immensen Grabbeigaben aus Gold unter dem Cognomen »Goldener Pharao« für alle Welt ein Begriff.

Die Begleitumstände der Grabungskampagne waren in mehrfacher Hinsicht aufsehenerregend und boten der Weltöffentlichkeit, selbst dem archäologisch unbedarften Zuschauer einen individuellen Anknüpfungspunkt: Da gab es zunächst die spannende Grabungsgeschichte selbst, denn erstmalig wurden sämtliche Etappen dokumentarisch festgehalten und das gesamte Fundmaterial durch einen Spezialisten fotografiert. Dann waren da die abenteuerlichen Lebensläufe der beteiligten Personen: Ausgräber Carter wäre für jede Titelstory einer Illustrierten in der Rubrik »Vom Tellerwäscher zum Millionär« eine Zier gewesen: Als 17jährigen verschlug es ihn nach Ägypten; dort eignete er sich als Grabungshelfer archäologische Techniken und Methoden im Do-it-yourself-Verfahren an, jobbte mehr schlecht als recht im Auftrage der kairoer Altertümerverwaltung und war gerade arbeitslos, als er von dem reichen Müßiggänger und Hobby-Archäologen Lord Carnarvon als technischer Leiter für die Tutanchamun-Kampagne auserkoren wurde. Lange Jahre war die Suche eine reine Mißerfolgsgeschichte und Carnarvon sah sich schließlich nicht mehr in der Lage, noch mehr Geld »in den Sand zu setzen«. In einer letzten Anstrengung, zu der ihn Carter überredet hatte, wurde Tutanchamuns Grab entdeckt und der hartnäckige Ausgräber war über Nacht ein berühmter Mann. Auch Finanzier Carnarvons Tod gab genug Stoff für einen Kriminalroman her: Bei einem Ausflug zur Grabungsstätte von einem giftigen Insekt gestochen, überlebte der Lord den großen Tag der Graböffnung lediglich um drei Wochen und alsbald wurde über die »Rache der Pharaonen« gemunkelt, da auch andere Ausgräber in Ägypten auf unerklärliche Weise ums Leben gekommen waren. Schließlich war da Tutanchamun selbst, seine geheimnisumwitterte Mumie<sup>8</sup>, sein unversehrter Sarkophag und die beispiellose Häufung goldener Gegenstände in der Grabkammer. Die Goldmaske, welche Gesicht und Brust der Mumie verhüllte, ging als Foto um die ganze Welt und gehört seitdem als semiotisches pars pro toto für die antike Hochkultur vom Nil zum visuellen Inventar jedes Reiseprospekts. Zuguterletzt: Als Carter zusammen mit Lord Carnarvon in die eigentliche Grabkammer eindrang, geschah dies im Beisein der internationalen Presse: Archäologische Arbeit vollzog sich so unter den Augen der Weltöffentlichkeit zum erstenmal als Medienspektakel. Dies kam nicht von ungefähr. Die signifikanten Zeichenträger »geografischer Fundort« und »märchenhafte Morphologie der Fundobjekte« entsprachen in geradezu idealtypischer Weise dem europäischen Wahrnehmungs-, Vorstellungs- und Aneignungsverständnis des »Fremden«, d.h. der außer-europäischen Welt und Kultur. Der Schlüsselbegriff ist zweifellos »Ägypten« in einer für den Europäer doppelten semantischen Gestalt: einmal als alte Hochkultur schlechthin, zum anderen als Inbegriff des türkisch gefärbten, Tausend-und-eine-Nacht verkörpernden Orients.<sup>9</sup>

Um die Entwicklung des Markenartikels »Tutanchamun« und seines Nachfahrens, des Parfüms »Amun«, historisch in den Griff zu bekommen, ist ein kurzer Rückblick auf die Traditionslinien der Aneignung des »Fremden«, des »Orients«, der »nichtgriechischen Antike« angebracht.

Da die Auseinandersetzung Europas mit Ägypten im Grunde so lange währt wie das Abendland besteht, wollen wir hier nur einige markante Knotenpunkte in der Chronologie setzen, die für die Herausbildung unseres modernen Orient- und Ägyptenbildes von essentieller Bedeutung sind. Ein erster Knoten wäre an der Wende zur Neuzeit zu suchen, als die Humanisten begannen, die antiken griechischen und römischen Texte neu zu lesen, zu kommentieren und mit dem Einbringen der Denkvorstellungen eines Aristoteles oder Platon in den öffentlichen Diskurs eine Säkularisierung des christlich-abgeschlossenen Horizonts in die Wege zu leiten. Für unsere Fragestellung sind besonders die Schriften Herodots (um 490/480–420 v. Chr.) maßgebend, der die Ägypter, da sie »sich Sitten gegeben (haben), die in fast allen Stücken im Gegensatz zu denen der übrigen Menschheit stehen«, als dem graecozentrischen Weltbild fremdartig zeichnet; allerdings – und das ist für die weitere Rezeption nicht unwesentlich – versagt der von den heimischen »klassischen« Bauwerken verwöhnte Grieche den Ägyptern seine Hochachtung nicht, denn »im Vergleich zu jedem anderen Land (finden) sich dort unbeschreiblich große Kunstwerke«<sup>10</sup>. Mit dieser frühen Formulierung einer »exotischen« Betrachtungsweise – Abgrenzung wie Anerkennung – sind die Grundstrukturen für die Herausbildung des neuzeitlichen Ägyptenbildes vorgegeben: Den Humanisten, *homines litterati par excellence*, erschloß sich die Antike primär über die schriftlichen Quellen und kaum über die »Feldforschung« an den in Italien noch vorhandenen steinernen Zeugen, von Reisen in die entsprechenden Länder einmal ganz zu schweigen. Der »ägyptische Diskurs« basierte anfangs auf einer umfassenden Textexegese und blieb zunächst auf die stillen Studierstuben und Bibliotheken beschränkt; allerdings wurde »Ägypten« getreu Herodot bereits als etwas »Eigenständiges«, als eine vom Abendland (und das ist zuerst Hellas) unabhängige ehemalige Hochkultur begriffen. Zu der vor der Renaissance üblichen Dreiteilung der Antike: »Griechenland«, »Rom«, »Etrurien« trat nun »Ägypten« als vierte Kraft.<sup>11</sup> Das 15., 16. und 17. Jahrhundert hindurch fand eine sukzessive »Eroberung« und Aneignung »Ägyptens« statt: In Italien und speziell in Rom<sup>12</sup> wurden die übriggebliebenen Denkmäler in Augenschein genommen, in Literatur wie Malerei das »ägyptische« Motiv eingeführt und ägyptische »Stücke« für Privatsammlungen erworben; der zeitliche wie sachliche Ursprung der archäologischen, speziell der ägyptischen Museen ist hier anzusiedeln<sup>13</sup>. Hinsichtlich der »Ägyptomanie« darf jedoch nicht übersehen werden, daß sie parallel oder im Rahmen einer allgemeinen Vorliebe für alles Türkische stattfand. Die Beschäftigung mit der türkisch-islamischen Kultur war ein Vexierspiegel der realen osmanischen Bedrohung des Abendlandes, die dem exotischen<sup>14</sup> Zugriff innewohnenden Komponenten »Abwehr« und »Sehnsucht« materialisierten sich in vielerlei Gestalt: man dämonisierte den Türken als Paradeteufel und trug Hosen und Rock »alla turca«, man übernahm Janitscharen-Instrumente in die eigenen Militärkapellen und zitterte gleichzeitig vor den Angriffen der Sultansgarde, man verteuflte die Institution »Harem«<sup>15</sup> als sittenwidrig, war jedoch gleichwohl bemüht, auf »Reisen ins Morgenland« Einblicke ins Serail erhaschen zu können. Wie der Türke zur Metapher des (modernen) Orientalen gerinnt, so steht Ägypten als Sinnbild für eine (orientalische) Antike: der »orientalistische«<sup>16</sup> Blick auf die (nahöstliche) Fremde ist in ersten Ansätzen umrissen.

Einen weiteren Knotenpunkt finden wir im 18. Jahrhundert. Im Rahmen der ideengeschichtlichen Auseinandersetzung mit Ägypten und seiner Kunst sind es J.J. Winckelmann (1717–1768) und J.G. Herder (1744–1803), in deren Werken der orientalistische Blick weitere Konturen gewinnt: In seiner 1764 erschienenen »Geschichte der Kunst des Altertums« entwickelt Winckelmann in der Gegenüberstellung griechischer und ägyptischer Kunst mittels der Kategorien »Ideal« und »Karikatur«, die er als gegensätzliche

Steigerungen der Natur versteht, eine Art anthropologische Ästhetik<sup>17</sup>: Die »Klimate« der Erde wirken auf die Künstler und ihre Werke ein; je ungünstiger die Umwelt, desto »melancholischer« der künstlerische Zugriff, je günstiger die klimatischen Bedingungen, desto »phlegmatischer« fallen die künstlerischen Werke aus. Während die Hellenen aufgrund der klimatischen »Ausgeglichenheit« ihrer Heimat Kunstwerke natürlicher Schönheit und Harmonie hervorbringen konnten, wäre dies den Ägyptern aufgrund der schlechten Umweltbedingungen verwehrt geblieben. Sie hätten in ihrer »Melancholie« nicht ohne Despotie leben können und versucht, »sich durch heftige Mittel die Einbildung zu erhitzen und den Geist zu ermuntern.« Durch die Erhitzung der Phantasie wären in den Gehirnen eher abenteuerliche denn schöne Figuren erzeugt worden, was endlich dazu führen mußte, daß »ihr Denken das Natürliche vorbei(ging) und ... sich mit dem Geheimnisvollen (beschäftigte).«<sup>18</sup> Fest verankert im graecozentrischen Weltbild formuliert hier Winckelmann nicht nur das klassizistische Kunst- (und notabene Menschen-)Ideal, sondern fixiert auch die Perspektiven in der wertästhetischen Einschätzung anderer Menschen, ihrer Kulturen und Künste: »Die Schönheit ist weiß, rein und griechisch, nicht farbig, sinnlich und fremd.«<sup>19</sup> Je peripherer eine Kultur – in erster Linie geografisch – zum hellenischen Nabel der Welt situiert ist, desto »geheimnisvoller«, »mystischer«, »verwirrter« (»entarteter«?!) geriert sich ihre Kunst: »Will man die bürgerliche Verachtung der Physiognomien anderer Völker verstehen, so muß man sich dies Ideal des Klassizismus, das in den kosmetischen Vorstellungen der Moderne überdauert, vergegenwärtigen.«<sup>20</sup>



Weniger gefangen vom selbstkonstruierten Schönheitsideal, läßt Herders Bewertung altägyptischer Kunst ein »maßstabsgerechtes Begreifen geschichtlicher Phänomene als solcher« erkennen und so in ersten Ansätzen eine Überwindung des »hellenischen« Maßstabes. Im Hinblick auf Winckelmann meint er: »Es ist ... zu zeigen, daß wie die griechische, so auch die ägyptische ... Kunst ganz eigen behandelt werden mußte und nicht bloß negative oder private, durch Vergleichung.«<sup>21</sup> Denn, so seine Erkenntnis, »von diesem Zweck der Kunst (dem griechischen Streben nach »idealer Schönheit«) hatten (die Ägypter) weder Begriff noch auf ihn Absicht.«<sup>22</sup> Wird so dem antiken Ägypten zwar eine »Eigenständigkeit« konzidiert und die Nilkultur von der Folie Griechenland gelöst – zumindest unter kunstgeschichtlichen Gesichtspunkten –, so kann auch Herder seine Verwurzelung im klassizistischen Denken nicht verleugnen: Im Hinblick auf den Erkenntniswert der ägyptischen Hieroglyphen für die moderne Sprach- und Geschichtswissenschaft bemerkt er: »Hieroglyphen sind der erste rohe Kindesversuch des menschlichen Verstandes, der Zeichen sucht, um seine Gedanken zu erklären ... Daß aber die Ägypter so lange bei dieser unvollkommenen Schrift blieben und sie Jahrhunderte hin ... auf Felsen und Wände malten, welche Armut von Ideen, welch ein Stillstand des Verstandes zeigt dieses! Wie enge mußte der Kreis von Kenntnissen einer Nation und ihres weitläufigen gelehrten Ordens (Priesterstandes) sein ... Der Weg zur wissenschaftlichen Litteratur war ihnen durch die Hieroglyphen versperrt, und so mußte sich ihre Aufmerksamkeit destomehr auf sinnliche Dinge richten.«<sup>23</sup> Mag in diesen Worten die Resignation darüber mitschwingen, daß alle Entzifferungsversuche der Hieroglyphen seit den Versuchen des Jesuitenpaters Athanasius Kircher (1602–1680) gescheitert waren und auch die Gelehrten des 18. Jahrhunderts ihre Deutungen der ägyptischen Kultur lediglich auf die griechischen und römischen Schriftquellen stützen konnten, ist doch die Art und Weise, in der Herder die alten Ägypter exotisiert, für den im Grunde bis heute andauernden Charakter der europäischen Aneignung Ägyptens bezeichnend: Indem er ihnen vom eurozentrischen Standpunkt aus einen Platz in der

»Kinderstube« der Menschheitsgeschichte anweist, spricht er ihnen sowohl die kulturelle Reife ab (die für ihn als Signet einer ernstzunehmenden Zivilisation selbstverständlich gegeben sein muß) als auch durch die konstatierte Stagnation das für eine Zivilisation westlichen Musters wichtige Moment der »Entwicklung«. Ganz im Sinne Herders kann ein moderner Interpret der europäischen Aneignung Ägyptens, S. Morenz, denn auch feststellen: »... wir wissen seit längerer Zeit, daß ägyptische Wissenschaft einerseits mit frühen guten Würfeln eingesetzt hat, aber dann eher steckenblieb, daß die in »Hieroglyphen« gewahrte Tradition also den Fortschritt hinderte.«<sup>24</sup> Noch ein zweiter Gedanke Herders ist es wert, näher beleuchtet zu werden: Wir hatten schon bei Winckelmann gesehen, daß die von ihm mit »Melancholie« umschriebene künstlerische Befindlichkeit die Nilbewohner zur Beschäftigung mit dem »Geheimnisvollen«, dem Mystischen treiben mußte. Das unterlegte Schema – Grieche als Platzhalter des Europäers schlechthin, mit Kopf und Vernunft ausgerüstet versus Ägypter als Stellvertreter des Orientalen mit Herz und Hang zur Mystik begabt – findet auch bei Herder Anwendung. Während Winckelmann mehr das »Geheimnisvolle« hervorhebt, stellt Herder jedoch die »Sinnlichkeit« der Ägypter in den Vordergrund: Der orientalistische Blick ist um eine entscheidende Komponente bereichert, um die – auch wenn es unausgesprochen bleibt – im weitesten Sinne Transmission sexueller abendländischer Phantasien auf das »Morgenland«.<sup>25</sup> Wie sich in diesem Zusammenhang der männliche Europäer »die« orientalische Frau vorstellte (und vorstellt), werden wir weiter unten ausführen.



Einen letzten Knotenpunkt schließlich möchten wir mit dem als Expedition bezeichneten ägyptischen Feldzug Napoleons I. im Jahre 1798<sup>26</sup> und seinen weitreichenden Folgen für die nachmalige »Wiederentdeckung« Ägyptens<sup>27</sup> setzen. Mit Napoleon zogen – und das immerhin rechtfertigt die Einordnung des Unternehmens als »Expedition« – Wissenschaftler aller Fachgebiete, die sich vor allem der Erforschung der antiken Überreste widmeten.<sup>28</sup> Entscheidendes Ergebnis der wissenschaftlichen Forschung war die Entschlüsselung der Hieroglyphen anhand des in drei Sprachen beschrifteten Steines von Rosette, die J.F. Champollion 1822 gelang. Herders »kindliche« Kultur begann also zu sprechen. Ein ungeheurer Ägypten-Boom setzte in Europa ein; für das gebildete, über ausreichende Geldmittel verfügende Bürgertum gehörte es fast zum »guten Ton«, eine Reise ins Nilland zu unternehmen und natürlich einschlägige Souvenirs den staunenden Daheimgebliebenen zu präsentieren. Wie ambivalent der neuerliche europäische Zugriff auf Ägypten war, zeigen ein Blick in die erste deutsche Illustrierte, das »Pfennigmagazin«<sup>29</sup> und eine Sichtung der Fotografien, die gleich nach Daguerres Erfindung von Ägypten gemacht wurden. Hinsichtlich der Berichterstattung über Ägypten zunächst einem kuriosen Sammelsurium gleichend, schälen sich in der näheren Betrachtung der Illustriertenberichte zwei Hauptgruppen heraus: Auf der einen Seite haben wir die Berichte über das antike Ägypten: »Die Denkmäler des alten Ägyptens«, »Die Sphinx« oder – damals brandaktuell – »Der Belzoni-Sarkophag aus Theben«; abgerundet werden die Beiträge durch regelmäßige Vorstellungen bereits bestehender oder neu gegründeter »ägyptischer Museen«. Auf der anderen Seite wird die/der Leser/in mit den Sitten und Gebräuchen des neuen Ägypten vertraut gemacht: »Die neuern Ägypter«, »Mohammed Ali, Pascha von Ägypten«, »Der Sklavenmarkt in Kairo« usw. Natürlich darf weder ein Bericht über die »Orientalische Justiz« noch einer über »Die ägyptischen Tänzerinnen« fehlen. Während in den Artikeln über das alte Ägypten meist der nüchterne Ton eines Konversationslexikons angeschlagen wird, breiten die Autoren der (Reise-)Berichte über das neue Ägypten das gesammelte Spektrum europäischen

