

BEGLEITPROGRAMM

Jeden Mittwoch, 18 Uhr
öffentliche Führung

Samstag, 05. September 2015, ab 17 Uhr
Jenny B's Tattoo-Studio im „Sepulkralkaufhaus“ hat geöffnet!
(im Rahmen der Kasseler Museumsnacht; Anmeldungen für
Tätowierungen bei Jenny B's unter 0561.602 907 27)

Samstag, 05. September 2015, 18.30 Uhr
Kurzführung „Tod und Mode – so weit das Auge reicht!“
mit Ulrike Neurath (im Rahmen der Kasseler Museumsnacht)

Freitag, 18. September 2015, 20.00 Uhr
„Buy now, die later!“ – Late-Night-Shopping im Sepulkralkaufhaus,
Exklusivführung mit Ulrike Neurath (Anmeldung erforderlich!)
9,50 €/8 € (inkl. Sektempfang)

Sonntag, 20. September 2015, 10.30 Uhr
Frühstücksmatinee: Der Tod steht uns gut!
Lesung mit Tobias Quast (Autor, Bonn)
und Kurzführung durch „Das Sepulkralkaufhaus“
mit Ulrike Neurath (Anmeldung erforderlich!)
12 €/10,50 € (inkl. Museumsbesuch, Kaffee & Frühstückssnack)

Samstag, 17. Oktober 2015, 20.00 Uhr
„Buy now, die later!“ – Late-Night-Shopping im Sepulkralkaufhaus,
Exklusivführung mit Ulrike Neurath (Anmeldung erforderlich!)
9,50 €/8 € (inkl. Sektempfang)



Das Sepulkralkaufhaus – Buy now, die later!
25.07.2015 – 08.11.2015

Arbeitsgemeinschaft Friedhof und Denkmal e. V. (AFD)
Zentralinstitut und Museum für Sepulkralkultur
Weinbergstr. 25 – 27
34117 Kassel

Telefon 0561.91893 0
Telefax 0561.91893 10

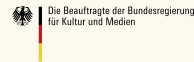
info@sepulkralmuseum.de
www.sepulkralmuseum.de

Führungen nach Voranmeldung unter Telefon: 0561.91893 0

Dienstag bis Sonntag 10 – 17 Uhr
Mittwoch 10 – 20 Uhr



Gefördert von



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



HESSEN
Hessisches Ministerium
für Wissenschaft und Kunst

Kassel documenta Stadt



Evangelische Kirche
in Deutschland



DEUTSCHE
BISCHOFSKONFERENZ



www.manuelagreiipel.de

DAS SEPULKRALKAUFHAUS

Buy now, die later!



Es ist wirklich merkwürdig! Einerseits wollen die meisten Menschen mit dem Tod nichts zu tun haben, weil er ihnen Angst und Unbehagen bereitet; andererseits schmücken sich viele ganz gern mit ihm – auf Pullovern, T-Shirts, Kleidern, Gürteln, sogar auf Slips und Bh's. Ein solcher Look gilt nämlich vielfach als originell, schick oder einfach nur cool!



Uniform des 2. preußischen Leib-Husaren-Regiments mit Totenschädel-Emblem (sog. Totenkopfhusaren)



Viktorianisch anmutendes Gothic-Outfit, z.T. mit Totenschädelmuster von BB Kassel

In der Welt der Mode sind Todesmotive seit einigen Jahren schwer auf dem Vormarsch! Ein Ende scheint noch lange nicht in Sicht, denn nach wie vor füllen Kleidungsstücke mit Motiven von Totenschädeln, Skeletten oder anderen Attributen der Vergänglichkeit in großer Zahl die Regale unzähliger Modegeschäfte, zieren Schaufenster, werben großformatig für ihre Designer bzw. Labels – und finden reißenden Absatz!

Das Museum für Sepulkralkultur nimmt die Popularität jener Motive zum Anlass, speziell der Mode mit dem Tod genauer nachzuspüren. Zu diesem Zweck ist ein Kaufhaus inszeniert, das ausschließlich jene Waren versammelt, die Menschen auf der Haut tragen, d.h. Kleidung, Accessoires (z.B. Schmuck) und sogar Tattoos.



Jenny B's Tattoo & Piercing Studio Kassel

Das Sepulkralkaufhaus gibt aber ebenso Antworten auf die Fragen, woher die sepulkralen Motive kommen und weshalb sie populär geworden sind. So haben sie unter anderem ihren Ursprung in sog. Vanitas-Darstellungen der Frühen Neuzeit, die durchaus auch auf Textilien und Accessoires vorkommen konnten. Hier galt speziell der Totenschädel als didaktisches Mittel, symbolisch an die irdische Endlichkeit zu gemahnen, um so ein Bewusstsein für die Wichtigkeit einer gottgefälligen christlichen Lebensführung zu schaffen und zu forcieren.

Daneben war der Totenschädel aber immer auch schon ein Symbol für Lebensgefahr, Risikobereitschaft oder Todesandrohung. Man denke nur an die auch als *Jolly Roger* oder *Black Jack* bezeichnete schwarze Piratenflagge mit hell abgesetztem Schädel über gekreuztem Gebein oder an die oft mit Todesmotiven ausgestalteten Kleidungsstücke bestimmter Jugend-, aber auch Subkulturen. Innerhalb dieser Bewegungen stellen jene Motive oftmals eine Art *Dresscode* dar, welche die jeweils eigenen Lebensanschauungen – mitunter auch ein spezielles Lebensgefühl – spiegeln und symbolisieren sollen.

Flanieren Sie bei Ihrem Besuch des Sepulkralkaufhauses somit nicht einfach nur zwischen Kleiderständen, Schuh- und Textilauslagen hindurch, sondern wagen Sie auf ihrer fiktiven Shopping-Tour auch einen Blick in die Umkleidekabinen und entdecken Sie, warum die Mode mit dem Tod ein im Grunde doch recht alter Hut ist!

Noch ein Tipp:

Auch wenn das Sepulkralkaufhaus die meisten seiner Waren nicht zum Kauf anbietet, können allerdings Shirts, Stoffbeutel u.a. aus der eigens entworfenen Vanitas-Kollektion erworben werden. Somit erwartet Sie ein Shopping-Erlebnis der etwas anderen Art, getreu dem Motto:

Buy now, die later!