

Einleitung

Der Reichtum moderner Gesellschaften, so kann man Karl Marx' berühmten Satz¹ abwandeln, erscheint in Fragen der Gestaltung als eine ›ungeheure Formensammlung‹. Nicht nur gibt es in der modernen Alltagswelt immer mehr Dinge, nicht nur haben diese Dinge immer mehr technische Funktionen – gerade in ihren ästhetischen Formen ist die moderne Dingwelt so vielfältig wie niemals zuvor. Georg Simmel sprach von der »Vielheit der Stile, mit denen die täglich anschaubaren Objekte uns entgegentreten – vom Häuserbau bis zu Buchausstattungen, von Bildwerken bis zu Gartenanlagen und Zimmereinrichtungen, in denen Renaissance und Japonismus, Barock und Empire, Prärafaelitentum und realistische Zweckmässigkeit sich nebeneinander anbauen«.² Die formale Vielfalt zeigte sich zu Simmels Zeiten, sie zeigte sich im Massenkonsum der Mitte des 20. Jahrhunderts (Abb. 1) – und sie zeigt sich heute, durch digitale Benutzeroberflächen noch einmal ungeheuer gesteigert.

In der historischen Beschäftigung mit der Form ist Simmels »Vielheit der Stile« kaum präsent. Üblich ist vielmehr der stilgeschichtliche Zugang, der bestimmte Formen mit bestimmten Epochen verknüpft. Die Stilgeschichte schafft Ordnung, indem sie dem, was wir uns als ›Kultur‹ eines Zeitalters vorstellen, prägnante Formen zuweist. Doch sie ist trügerisch, weil sie zur Vereinheitlichung tendiert. Indem eine Sequenz jeweils ›zeitgemäßer‹ Stile konstruiert wird, erscheint Vielheit nur als Übergangsphänomen oder – wie im Historismus – als vorübergehende Verwirrung, die schließlich doch von *einem* Stil, *einer* Ästhetik abgelöst wird.

Dass die Stilgeschichte in die Irre führt, lässt sich für alle Gesellschaften vermuten, in denen kulturelle Durchmischung, wechselnde Moden oder soziale Hierarchien die Idee einer stilistischen Einheit fragwürdig machen. In besonderem Maße aber trifft das auf moderne Gesellschaften zu, die, wie Niklas Luhmann formuliert hat, »ohne Spitze und ohne Zentrum«³ auskommen. Auch die ästhetische Ordnung ihrer Dingwelt kann daher von keiner kulturellen Instanz geeint werden. Simmels

- 1 »Der Reichtum der Gesellschaften, in welchen kapitalistische Produktionsweise herrscht, erscheint als eine ›ungeheure Warensammlung‹«, so Karl Marx, *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie, Erstes Buch: Der Produktionsprozeß des Kapitals* [1867], in *Werke*, von Karl Marx und Friedrich Engels, hg. vom Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED, Bd. 23 (Berlin: Dietz, 1979), 49.
- 2 Georg Simmel, »Persönliche und sachliche Kultur«, *Neue Deutsche Rundschau (Freie Bühne)* 11, Nr. 7 (1900): 710.
- 3 Niklas Luhmann, *Politische Theorie im Wohlfahrtsstaat* (München; Wien: Olzog, 1981), 22.



Abbildung 1: Die ›ungeheure Formensammlung‹ des Massenkonsums: historische neben modernen Möbeln im schwedischen IKEA-Katalog von 1960

»Vielheit der Stile« ist der authentische gestalterische Ausdruck moderner Gesellschaften. Wir sind, jedenfalls seit dem 19. Jahrhundert, immer ›postmodern‹ gewesen.

Wie ist die ›ungeheure Formensammlung‹ der Moderne entstanden? Dieser Frage geht die vorliegende Arbeit nach. Um sie zu beantworten, begreift sie das Gewordensein dieser Sammlung als *Vermehrung des Werts der Form* von der Renaissance bis zum Bauhaus.

Der Ausgangspunkt

Eine so angelegte historische Soziologie ästhetischer Gestaltung versteht sich nicht als ›Bindestrichsoziologie‹, sondern als Beitrag zu einer ›Soziologie der Moderne‹.⁴ Die Frage ist, ob ein genaueres Verständnis davon, wie Gestaltung den ästhetischen Wert der Form vermehrt, nicht auch Anhaltspunkte für Beschreibungen der Moderne liefert, in denen ästhetische Steigerungslogiken angemessen berücksichtigt werden.

Die Arbeit steht damit im Kontext einer breiteren soziologischen Diskussion über die Bedeutung des Ästhetischen in Wirtschaft und

4 Zum Begriff vgl. Peter Wagner, *Soziologie der Moderne: Freiheit und Disziplin* (Frankfurt am Main; New York: Campus, 1995).

Gesellschaft. In den vergangenen Jahrzehnten wurde etwa ein »neuer Geist des Kapitalismus« diagnostiziert, der künstlerische Autonomiekonzepte in die Arbeitswelt integriere,⁵ die »Erfindung der Kreativität«⁶ oder ein »ästhetischer Kapitalismus«⁷ beschrieben. Diesen Ansätzen gemeinsam ist die Beobachtung, dass das Ästhetische in modernen Gesellschaften zu einer ökonomisch und gesellschaftlich wirksamen Kraft geworden ist.

Zugleich argumentieren sie, dass Ästhetisierung ein rezent Phänomen sei, das im späten 20. Jahrhundert beginne – sei es im Zuge der »68er-Bewegung«, des »Postfordismus« oder der »Spätmoderne«. Kontrastiert werden diese Formationen mit einer historisch vorgelagerten »klassischen«, »fordistischen« oder »organisierten« Moderne, die von Rationalisierung, Standardisierung und Zweckform geprägt war. Die ästhetische Durchdringung von Wirtschaft und Gesellschaft erscheint so als spätere Abweichung von einem bisherigen Pfad der Moderne – nicht als etwas, das ihr von Beginn an eingeschrieben ist.

Gesellschaftsbeschreibungen wie die genannten sind nicht als streng empirische Darstellungen historischen Wandels zu verstehen – dennoch prägen sie Bilder der Geschichte. Umso bemerkenswerter, dass in der Geschichtswissenschaft zeitgleich Arbeiten entstanden sind, die einer solchen Periodisierung widersprechen. (Ästhetische) Innovation wurde als Kern kapitalistischer Dynamik bereits seit der Frühen Neuzeit beschrieben.⁸ Die Vorstellung einer fordistischen »Production Era«, in der Marketing und Reklame angeblich keine Rolle spielten, wurde als »Mythos« bezeichnet.⁹ Die historische Bildungsforschung schließlich hat den engen Zusammenhang zwischen Industrialisierung und Expansion ästhetischer Bildung seit dem späten 18. Jahrhundert hervorgehoben.¹⁰

- 5 Luc Boltanski und Ève Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus* (Konstanz: UVK, 2003).
- 6 Andreas Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2012).
- 7 Gernot Böhme, *Ästhetischer Kapitalismus* (Berlin: Suhrkamp, 2016).
- 8 Maxine Berg, *The Age of Manufactures, 1700–1820: Industry, Innovation and Work in Britain*, 2. Aufl. (London; New York: Routledge, 1994); Jan de Vries, *The Industrious Revolution* (Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2008); Serena Dyer und Chloe Wigston Smith, *Material Literacy in Eighteenth-Century Britain: A Nation of Makers* (London u. a.: Bloomsbury Visual Arts, 2022).
- 9 Vgl. Ronald Fullerton, »How Modern Is Modern Marketing? Marketing's Evolution and the Myth of the »Production Era«, *Journal of Marketing* 52, Nr. 1 (1988): 108–125.
- 10 Ingeborg Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum* (Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1996); A. Puetz, »Design Instruction for Artisans in Eighteenth-Century Britain«, *Journal of Design History* 12, Nr. 3 (1999):

Eine systematische Auseinandersetzung mit diesem Widerspruch findet bisher kaum statt. Auf der einen Seite steht die prominente soziologische Theoretisierung des Ästhetischen in Wirtschaft und Gesellschaft, auf der anderen der historisch informierte Zweifel, ob darin wirklich ein besonderes Phänomen der Gegenwart liegt. Dadurch ist nicht nur eine Lücke im interdisziplinären Gespräch zwischen Soziologie und Geschichtswissenschaft entstanden. Es bleibt auch die Chance ungenutzt, etablierte Erzählungen ›der Moderne‹ kritisch zu prüfen und gegebenenfalls zu revidieren. Eben das soll in dieser Arbeit geschehen.

Der Wert der Form

Mit dem ästhetischen *Wert der Form* ist ein bestimmter Zuschnitt der Untersuchung verbunden. Die Untersuchung nähert sich der Frage, wie ästhetischer Wert entsteht und sich vermehrt, ganz vom Phänomen her. Das Phänomen ist schnell benannt: Es gibt eine ›Ästhetik des Brauchbaren‹¹¹, die sich auch darin ausdrückt, dass alle gestalteten Dinge des Alltags eine bestimmte Form haben, die ihnen symbolischen Wert verleiht. Die Annahme dabei ist, dass sich an der Art und Weise, wie solche Wertgebung sich historisch verändert, Gesellschaftsgeschichte soziologisch rekonstruieren lässt. Die Arbeit ist in diesem Sinne als Beitrag zu einer Soziologie des Wertes und des Wertens zu verstehen.¹²

Die Gestaltung von Dingen beschränkt sich selbstverständlich nicht auf die Form. Dinge haben eine Farbe, ein Gewicht, einen Schwerpunkt, sie haben eine Haptik, die sich in Glattheit oder Rauheit ausdrückt. All diese Merkmale sind nicht unabhängig vom Gebrauch, sondern Teil der ›materiellen Literalität‹¹³, mit der wir Urteile über Dinge fällen, die meisten davon vorreflexiv. Wenn diese anderen Qualitäten hier methodisch ausgeschlossen werden, so geschieht das ausgehend von der eingangs zitierten Beobachtung, *dass in der Form ein besonders dynamisierendes Element der Gestaltungsgeschichte der letzten Jahrhunderte liegt*.¹⁴

217–239; John V. Maciuka, *Before the Bauhaus* (Cambridge: Cambridge University Press, 2005); Thomas A. Geisler u. a., Hrsg., *Pioneers of Design Education: New Perspectives on Schools of Decorative Arts as a Global Phenomenon* (Boston: Walter de Gruyter, 2025).

11 Andreas Dorschel, *Gestaltung: Zur Ästhetik des Brauchbaren* (Heidelberg: Winter, 2002).

12 Vgl. Anne K. Krüger, *Soziologie des Wertens und Bewertens* (Bielefeld: transcript, 2022).

13 Dyer und Smith, *Material Literacy*.

14 Das ist (neben den Druckkosten) auch der Grund, warum hier auf eine farbige Reproduktion von Bildern verzichtet wurde. Es geht um den Wert der Form, nicht um jenen der Farbe.

Die These ist, dass sich an der Form besonders früh und prägnant Folgen wirtschaftlicher ›Modernisierung‹ (was das genau ist, wird noch zu bestimmen sein) für die Gestaltung zeigen lassen, die mit der »Verfügbarkeit der Dinge«¹⁵ einhergehen. Verfügbar werden in der Moderne nicht nur die Dinge selbst, sondern auch – wenn man so will – *die Dinge der Dinge*: jene Mittel, die man braucht, um sie gestalterisch herzustellen. Dazu gehört die Form. Sie ist deshalb besonders betroffen, weil Formen als Bilder druckbar und damit von der konkreten Herstellung lösbar wurden – ein Vorgang, der bei anderen dinglichen Qualitäten wie Gewicht oder Haptik nicht möglich war.

Die durch die Druckmedien der Frühen Neuzeit ausgelöste Medienrevolution erfasste nicht nur den Text, sondern auch das Bild – und damit die Form von Dingen. Formen wurden Handelsgut. Die Automatisierung der Produktion, die in der Frühen Neuzeit ansetzte und durch die Industrialisierung beschleunigt wurde, griff diese Verfügbarmachung auf. Diese Prozesse kumulierten, konterkarierten einander mitunter und standen manchmal in offenem Widerstreit. Sie erzeugen gemeinsam eine Vermehrung des Werts der Form.

Was hier in den Blick kommen soll, ist der *ästhetische* Wert der Form, also die Fähigkeit einer Form, im Kant'schen Sinne die Einbildungskraft frei zu beschäftigen und ein Ding als ›schön‹, ›anziehend‹ oder ›bemerkenswert‹ erscheinen zu lassen, kurz: zu *affizieren*. Damit ist der Unterschied zum ›sachlichen‹ oder ›technischen‹ Wert der Form markiert. Nicht gemeint sind jene Formen, mit denen Ingenieurinnen arbeiten, um bestimmte Wirkungen in der physischen Welt zu erzielen. Das Tragflächenprofil eines Flügels hat dann Wert, wenn es im Luftstrom Auftrieb erzeugt – nicht, wenn es ästhetisch überzeugt. Der Wert der technischen Form ist in diesem Sinne ›stark‹. Ob ein Flugzeug fliegt, hängt nicht davon ab, wer es entworfen hat oder wer es schön findet.¹⁶

Der ästhetische Wert der Form dagegen ist ›schwach‹. Er setzt aufseiten der Betrachtenden eine materielle Literalität voraus, die Fähigkeit, sich von Formen überhaupt affizieren zu lassen. Er bedarf einer immer neuen Verständigung darüber, wer welchen Formen welchen Wert zuschreibt. Patrik Aspers hat Märkte, auf denen solche ›schwachen‹ Qualitäten gehandelt werden, als *Statusmärkte* beschrieben: Die Positionen der Akteure und die Bewertung der Güter bedingen sich wechselseitig.¹⁷

15 Dominik Schrage, *Die Verfügbarkeit der Dinge: Eine historische Soziologie des Konsums* (Frankfurt am Main; New York: Campus, 2009).

16 Das schließt freilich nicht, wie zu zeigen sein wird, die Möglichkeit aus, technischen selbst zum ästhetischen Wert umzuformen.

17 Vgl. Patrik Aspers, »Wissen und Bewertung auf Märkten«, *Berliner Journal für Soziologie* 17, Nr. 4 (2007).

Der ›Wert der Form‹ ist allerdings nicht einfach ›äußerlich‹, sondern ergibt sich aus einem Zusammenspiel von kultureller und positionaler Ordnung. Jede Wertzuschreibung erfordert Referenzen, die nicht statusabhängig, sondern *kulturell geteilt* sind.¹⁸ Das gilt insbesondere für Werte, die ästhetische Erfahrungen einschließen. Produzenten und Konsumenten ästhetischer Formen können sich nicht unmittelbar über ihre Positionen verständigen, sondern müssen über ein gemeinsames Wertungswissen – über ›Geschmack‹ – verfügen.¹⁹ Man schreibt einer Designerin nicht einfach zu, ›geschmackvoll‹ zu sein – die Zuschreibung vollzieht sich vielmehr darüber, dass man ihrer Gestaltung bestimmte Qualitäten beimisst. Die Position ›Künstlerin‹ existiert nur, weil ein Publikum sich über den Wert ihrer Werke – ihrer Formen – verständigt und inneres ästhetisches Erleben mit ihnen verbindet. Angesichts der konstitutiven Instabilität ästhetischen Wertes bedeutet das auch: Wenn der Wert einer Form in Frage steht, steht umgekehrt die Position derer in Frage, die ihn zuschreiben. Der Nachvollzug der damit verbundenen Streite um den Wert der Form wird einen wesentlichen Teil der Arbeit ausmachen.

Wie drückt sich der Wert der Form konkret aus? Er zeigt sich in dem Maße, in dem ästhetische Wertungen ausgesprochen werden und auf Anerkennung hoffen können – und nimmt je nach dem Bereich, in dem er zur Geltung kommt, unterschiedliche Gestalt an. Er kann als »Ware der Ware«²⁰ auftreten, also etwa als modisches Merkmal, das alle in dieser Form ausgeführten Dinge (jedenfalls vorübergehend) wertvoll macht. Er kann aber auch darin zum Ausdruck kommen, welche Dinge man ins Museum stellt, welche man einer journalistischen oder theoretischen Behandlung für wert erachtet. In der gebauten Umwelt schließlich zeigt er sich daran, welche Gebäude man aus ästhetischen Gründen abreißt und welche man liebevoll erhält.

Abschließend ein Hinweis zum Begriff der Form – oder anders gefragt: Warum nicht *Stil*? Die Arbeit zielt darauf, mit der Form ein vor-reflexiv unterschiedenes dingliches Merkmal in den Blick zu nehmen und Gesellschaftsgeschichte an den Reflexionen nachzuvollziehen, die sich an dieses Vorreflexive knüpfen. Gewiss gibt es keinen von historischen Prägungen unberührten, ›naiven‹ Blick auf Formen. Aber es gibt einen vorsichtigeren Blick, der solche Prägungen nicht selbstverständlich

18 Vgl. ebd., 437.

19 Vgl. Howard Saul Becker, *Art Worlds* (Berkeley: University of California Press, 2008).

20 Vgl. Michael T. Taussig, *What Color Is the Sacred?* (Chicago; London: The University of Chicago Press, 2009), 234. Taussig spricht im Hinblick auf die Farbe von einer »commodity's commodity, by which I mean [...] what anthropologists call *mana*, the mystery that grants power to magicians, chiefs, and kings« (ebd.; Hervorhebung im Original).

voraussetzt, sondern sie als Ergebnis historischer Prozesse begreifbar macht. Die Frage, ob eine Form Repräsentantin eines Stils ist, ob sie als Teil des Gegenstands oder als ornamentale Zutat erscheint, ob sie überhaupt ästhetisch hervorgehoben wird – all das setzt ein reflexives Unterscheidungsvermögen voraus. Die Arbeit nimmt solche Prozesse etwa der Stilisierung selbst in den Blick. Der in diesem Sinne bewusst wenig ›kultivierte‹ Begriff der Form ist dafür geeignet.

Darin liegt eine bewusste Distanzierung von den üblichen disziplinären Zuständigkeitsbereichen. Der Wert der Form überspannt die Grenzen zwischen Kunst und Gestaltung, Architektur und Design, Industrie und Handwerk – Bereiche, die sich erst historisch ausdifferenziert haben und den Gegenstand daher nicht vorab strukturieren sollten.²¹ Mehr noch: Diese begrifflich-institutionellen Zurechnungen sind selbst Teil der historischen Auseinandersetzungen um den Wert der Form. Durch Manipulation des Werts der Form werden die Grenzen zwischen diesen Bereichen verwischt, betont oder gekreuzt. Der Begriff der Form ist damit auch Voraussetzung dafür, die Geschichte dieser (theoretischen) Grenzbeziehungen selbst erzählen zu können.

Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich, neben Einleitung und Schluss, in zwei Teile: Der erste nähert sich dem Wert der Form stärker historisch, der zweite widmet sich – durch eine theoretische Zwischenbetrachtung eingeleitet – drei historischen Fallstudien.

Teil I rekonstruiert den Wandel des Werts der Form historisch und nimmt den Zeitraum von der Renaissance bis zum Bauhaus in den Blick. Der ungewöhnlich weite Bogen beruht auf der Annahme, dass eine historische Soziologie ästhetischer Gestaltung sich nicht an den üblichen, mit ›der Moderne‹ verbundenen Zäsuren orientieren sollte, insbesondere nicht an der Industrialisierung. Stattdessen lehnt er sich, im Anschluss an den Wirtschaftshistoriker John Ulric Nef, an die Idee einer *Economy of Qualities* an – einer wirtschaftlichen Ordnung, in der besondere dingliche Eigenschaften zählen, die man gezielt hervorbringen kann, hier: durch die Form. Peter Wagners *Soziologie der Moderne* folgend, zeichnet der Teil eine soziale Entbettung dieser Qualitäten seit der Frühen Neuzeit nach – durch Drucktechnik, Vermarktlichung und Industrialisierung –, zugleich aber auch die immer wieder unternommenen Versuche einer Wiedereinbettung.

Kapitel 1 zeigt, warum die Moderne einen Bruch im Umgang mit dem Wert der Form darstellt. Vor der Renaissance wurden Formen

21 Vgl. Dorschel, *Gestaltung*, 8.

überwiegend auf eine Weise weitergegeben, die hier als *Handwerk unter Anwesenden* beschrieben wird, also direkt am Gegenstand, am Bauplatz oder durch persönliche Wanderung. Die Möglichkeiten, Formen zu vermehren, blieben dadurch auf spezifische Weise begrenzt. Erst als sich Entwurf und Ausführung an der Schwelle zur Neuzeit trennten, entstand ein *Handwerk unter Abwesenden*: Gestützt auf die neue Zeichenkunst, ließen sich Formen nun als produktive Zeichen festhalten, übertragen und variieren, unabhängig von der konkreten Herstellung. Die Gestaltung veränderte sich grundlegend, auch wenn die Herstellungsweise zunächst dieselbe blieb. Abschließend rekonstruiert das Kapitel die modernisierende Bedeutung dieser meist als frühneuzeitlicher Luxus beschriebenen Wirtschaft, besonders im Zusammenspiel von Stadt und Hof.

Kapitel 2 zeichnet den Strukturwandel der *Economy of Qualities* seit dem späten 18. Jahrhundert nach. Durch die zunehmende kommerzielle Eigenständigkeit der Luxusproduzenten, durch Serialisierung, Automatisierung und Marktorientierung wurde die Form Teil eigendynamischer Verwertungsprozesse, die nicht mehr in der Hand der Produzenten lagen. Im Anschluss an Simmel wird dies als *Autonomie der Form* gefasst und an den Wissens- und Arbeitsformen demonstriert, die seit dem 18. Jahrhundert entstanden und in der Kunstindustrie des 19. und frühen 20. Jahrhunderts zum Tragen kamen.

Kapitel 3 widmet sich, parallel zum vorherigen Kapitel, dem Versuch, dieser Autonomie der Form gezielt zu begegnen. Zunächst ging es darum, Formproduzenten durch künstlerische Bildung ästhetisch konkurrenzfähig zu machen – damit entstand zugleich die Möglichkeit einer gezielten kulturellen Wiedereinbettung der Form. Das Kapitel argumentiert, dass sich vom späten 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert die Entstehung von *Geschmackspolitik* rekonstruieren lässt – eines Feldes, in dem um Fragen ästhetischer Gestaltung gestritten wurde. Dieses Feld grenzte sich sowohl von der bloß kommerziellen Verwertung ästhetischer Formen ab als auch von der sich parallel entfaltenden autonomen Kunst, die ästhetische Formen für eine exklusive Sphäre reservieren wollte. Geschmackspolitik vermehrte den Wert der Form systematisch: Das Prestige der Gestaltung wurde an den ›modernen Geschmack‹ geheftet, und Institutionen wie Zeitschriften, Schulen und Ausstellungen sollten diesen Geschmack verbreiten. Im Laufe des 19. Jahrhunderts wurde diese Konkurrenz zunehmend global. Auf den Weltausstellungen wurde um das Modernitätsprestige der Gestaltung gerungen.

Kapitel 4 holt die historische Darstellung der vorangegangenen Kapitel theoretisch ein und legt das Fundament für den zweiten Teil, indem es begriffliche Vorschläge zur Fassung des *Streits um die Form* macht. Es argumentiert, dass der geschmackspolitische Streit um die Form im Kern ein Modernisierungsproblem war: Als im 18. Jahrhundert verbindliche ästhetische Maßstäbe wegfielen, entstand eine grundlegende

»Formunsicherheit« (Elias) – die Dingwelt ließ sich in ihren symbolischen Werten durch Geschmack nicht mehr dauerhaft stabilisieren. Die Geschmackspolitik reagierte mit dem Versuch, einen innerlich verankerten Formensinn zu etablieren, der sich vom beschleunigten Wandel der Moden und von bloßen Statusmarkierungen nicht verunsichern ließ. Um diesen Anspruch analytisch zu fassen, wird ein Wertbegriff vorgeschlagen, der zwischen positionalen Bezügen (Form als Distinktion oder Mode) und imaginativen Bezügen (Form als inneres Erleben) unterscheidet. Der Streit um die Form zielte demnach darauf, einen ›echten‹ ästhetischen Wert jenseits von Statuszeichen und Modezyklen zu begründen.

Teil II umfasst drei historische Fallstudien zum ästhetischen Wert der Form von der Renaissance bis zum Bauhaus. Die Überlegung ist, dass sich drei Register der Imagination der Form identifizieren lassen, die genealogisch aufeinander bezogen sind und den Streit um den Wert der Form strukturieren.

Kapitel 5 widmet sich der *musealen Imagination* und nimmt den Zeitraum vom späten 18. bis zum späten 19. Jahrhundert in den Blick. Die museale Imagination verleiht Formen Wert, indem sie deren Bedeutung in eine idealisierte Vergangenheit projiziert. Die zentrale Institution hierfür ist das Museum. Bereits seit der Renaissance dienten protomuseale Imaginationen der Formgestaltung; im 18. Jahrhundert wurden sie zur Strategie geschmacklicher Orientierung gegenüber der als bedrohlich empfundenen Formunsicherheit. Klassizismus und Neugotik wurden als maßgebliche Stile reklamiert, mit denen sich das Formchaos überwinden lasse. Im Zuge dessen stieg das Museum, vor allem das Kunstgewerbemuseum, im 19. Jahrhundert zur geschmackspolitischen Leitinstitution auf.

Kapitel 6 widmet sich der *handwerklichen Imagination*, die seit der Mitte des 19. Jahrhunderts gegen die musealen Formen gestellt wurde. Sie imaginiert die Form als Ausdruck einer idealen Einheit von Kopf und Hand, von Gestaltung und Material. Diese Wertzuschreibung reagierte auf die technische Reproduzierbarkeit musealer Formen, die nun als schablonenhaft abgewertet werden konnten. Die Berufung auf das Handwerk war kein Ausdruck von Rückwärtsgewandtheit, sondern eröffnete die Möglichkeit, neuartigen, noch nicht museal legitimierten Formen gestalterische Authentizität zuzuschreiben. Eine neue Generation geschmackspolitisch engagierter Akteure suchte auf dieser Grundlage nach einer ›wahrhaft modernen‹ Form jenseits des Museums. In der Stilgeschichte verbinden wir sie heute mit dem Jugend- oder dem Sezessionsstil.

Kapitel 7 widmet sich schließlich der *technischen Imagination* und behandelt den Zeitraum vom späten 19. Jahrhundert bis zum Beginn der 1930er Jahre. Die technische Imagination macht Formen als ideale Verkörperung von Zweck, Funktion oder körperlicher

Gebrauchstauglichkeit erfahrbar. Sie reagiert erneut auf die Autonomie moderner Formen und stellt sich sowohl gegen die als willkürlich empfundene Gestaltung der handwerklich orientierten Avantgarden als auch gegen die industrielle Vernutzung ihrer Formen. Der demonstrative Verzicht auf Ornamente symbolisiert paradoxerweise eine nichtsymbolische Qualität; ›Zweck‹, ›Funktion‹ und ›Gebrauch‹ werden zu stilbildenden ästhetischen Idealen. In dieser Haltung formierte sich ab Mitte der 1920er Jahre eine neue Gruppe von Gestalterinnen und Gestaltern, die sich von ihren handwerklich geprägten Vorläufern abgrenzte und heute unter Begriffen wie Konstruktivismus, Funktionalismus oder Neue Sachlichkeit bekannt ist. Mit dem Bauhaus setzt die Arbeit den Endpunkt dort, wo gemeinhin der Beginn moderner Gestaltung verortet wird. In diesem Sinne lässt sich die Arbeit auch als lange soziologische Vorgeschichte der modernen Gestaltung verstehen.

Das *Schlusskapitel* bietet weniger eine Zusammenfassung der Ergebnisse als einen Rückbezug auf die Ausgangsfrage nach der grundlegenden gesellschaftlichen Bedeutung des Ästhetischen, insbesondere mit Blick auf die Entwicklung der modernen Dingwelt. Dabei geht es über den historischen Gegenstand hinaus und deutet an, welche alternativen Lesarten sich aus der hier entwickelten Perspektive für ästhetische Phänomene der Gegenwart ergeben. Schließlich holt es den soziologischen Ausgangspunkt ein: die Frage, wie ästhetische Phänomene mit ihrer Theoretisierung verknüpft sind und welche Folgen das für ihre soziologische Bearbeitung hat.

Die geografische Auswahl folgt dem Prinzip, historische Konstellationen zu identifizieren, die eine strukturell neuartige Vermehrung des Werts der Form bedingten. Kapitel 1 zieht seine Quellen aus der europäischen Antike, dem Mittelalter und den frühneuzeitlichen Wirtschaftszentren, sucht aber über diesen Kontext hinaus zu verallgemeinern. Die korrespondierende Fallstudie in Kapitel 5 konzentriert sich auf frühneuzeitliche Wirtschaftszentren, Städte und Höfe in Frankreich, England und den deutschen Ländern.

In Kapitel 2 und 3 sowie den korrespondierenden Kapiteln 6 und 7 stehen die deutschen Staaten, später das Deutsche Kaiserreich und die Weimarer Republik im Zentrum der Untersuchung. Diese Konzentration beruht auf der Annahme, dass der Wert der Form im Laufe des 18. Jahrhunderts zunehmend in nationalen Kontexten diskutiert wurde. Wie zu zeigen sein wird, sind vergleichende Bezüge auf das Ausland und die Entstehung einer Weltöffentlichkeit jedoch konstitutiver Teil der zeitgenössischen Diskussionen. Bezüge auf Frankreich, England und später die Vereinigten Staaten werden kontextualisiert, soweit es für das Verständnis notwendig erscheint.

Quellen

Die herangezogenen Quellen sind angesichts des Abstraktionsgrades der Fragestellung heterogen. In der deutschsprachigen Soziologie gibt es zwar klassische Bezugsautoren wie Werner Sombart, Georg Simmel oder Norbert Elias. Doch sie sind nicht nur soziologische Beobachter, sondern als Kritiker und Gegenwartsdiagnostiker selbst historisch in die Frage nach dem Wert der Form verstrickt. Entsprechend muss berücksichtigt werden, welche ihrer Beobachtungen selbst ein zeitgebundener Teil des Gegenstands sind. Neuere soziologische Arbeiten, die sich mit dem Wert der Form in dezidiert historischer Perspektive auseinandersetzen, gibt es kaum. Eine wichtige Ausnahme bilden die Arbeiten von Uta Karstein, die sich aus religionssoziologischer Perspektive mit der gesellschaftlichen Ästhetisierung durch Geschmacksdiskussionen vor allem im 19. Jahrhundert befasst hat.²²

Umso wichtiger waren Arbeiten außerhalb der Soziologie, die halfen, die Vermehrung des Werts der Form von der Renaissance bis zum Bauhaus zu erfassen. Sie verteilen sich quer über die Disziplinen, von der Wirtschafts-, Kunst- und Designgeschichte bis zur historisch arbeitenden Germanistik und Kulturwissenschaft. Die vorliegende Arbeit kann und will die Debatten in diesen Disziplinen nicht im Einzelnen rekonstruieren. Vielmehr wurde versucht, *einen* problem- und theoriegeleiteten Weg durch die Fülle der Literatur zu finden und jene Arbeiten zu identifizieren, die inhaltliche Anknüpfungspunkte boten. Sie werden an den entsprechenden Stellen der Argumentation referiert. Hilfreich war dabei, dass viele der angeführten Arbeiten quasisoziologische Argumente entwickeln, an die sich inhaltlich anschließen ließ.

Diese Arbeiten erleichterten die Identifikation der Primärquellen, deren Auswertung zentral war, um ein eigenes Verständnis jenseits üblicher Periodisierungen zu entwickeln. Allen Primärquellen gemeinsam ist, dass sie den Wert der Form zum Gegenstand haben. Sie rechtfertigen diesen Wert öffentlich, greifen ihn an oder nehmen ein reflexives Verhältnis zu ihm ein. Diese Bestimmung war allgemein genug, um einen willkürlichen Ausschluss von Quellen zu vermeiden, und zugleich konkret genug, um

- 22 Uta Karstein, »Wider die »entadelte Kunst« der Industrie? Zum Verhältnis von Kunst, Handwerk und Industrie im kirchlichen Milieu des 19. Jahrhunderts«, in *rerum religionum. Arbeiten zur Religionskultur*, hg. von Antje Mickan, Thomas Klie und Peter A. Berger (Bielefeld: transcript, 2019), 45–68; Uta Karstein, »Eine Frage des Geschmacks? Christliche Kunstvereine und der Kirchenbau im 19. Jahrhundert«, *Geschichte und Gesellschaft* 45, Nr. 2 (2019): 161–190; Uta Karstein, »Geschmackserziehung im »Kitschzeitalter«: Zur Formierung der Sinne im 19. Jahrhundert«, in *Wahrnehmung als soziale Praxis*, hg. von Christiane Schürkmann und Nina Tessa Zahner (Wiesbaden: Springer VS, 2021), 111–132.

die unterschiedlichsten Quellen unter einem gemeinsamen theoretischen Gesichtspunkt zu analysieren.

Der Quellenbestand umfasst theoretische Texte über Kunst und Gestaltung, Lehrbücher für Handwerker, Designer und Architekten, avantgardistische Manifeste, Kunstkritik, kameralistische, nationalökonomische und soziologische Abhandlungen, Kommissionsberichte, Modejournale, Musterbücher, Ausstellungskataloge, Reklame und Karikaturen. Ein rein textualistischer Zugang wäre allerdings widersinnig. Da es um Formen im wörtlichen Sinne geht, also um visuelle Artefakte, sind gerade Bildquellen von Bedeutung. Der überwiegende Teil der untersuchten Quellen zeichnet sich dabei durch eine mediale Verschränkung von Text und Bild aus. Bilder dienen nicht nur der Illustration, sondern sind selbst Wissen, das den Wert der Form öffentlich rechtfertigt, angreift oder reflexiviert – und werden hier auch so behandelt.

Für Texte wie Bilder gilt gleichermaßen: Die vorliegende Arbeit wäre ohne die Digitalisierung zahlloser historischer Schriften zu Architektur und Gestaltung, die in den letzten Jahren stattgefunden hat, nicht möglich gewesen. Historische Soziologie bewegt sich im Spannungsfeld zwischen intensiver Auseinandersetzung mit Primärquellen (statt periodisierender Vereinfachung) und Generalisierung (statt historischer Fallverbundenheit). Der technisch mühelose Zugang zu den Primärquellen erlaubte es, rasch zu prüfen, ob sie für die theoriegeleitete Fragestellung relevant waren. Erst das ermöglichte die Einzelanalysen, die der Darstellung ihre Fundierung in den Quellen geben.

