

Schluss

Ausgangspunkt der Arbeit war der große ästhetische Reichtum, der sich in der ›ungeheuren Formensammlung‹ moderner Gestaltung manifestiert. Die Stilgeschichte hat sich diesem Reichtum nicht gewidmet, da ihr Thema nicht die kumulative Vermehrung von Formen mitsamt den damit verbundenen Verwertungsproblemen ist, sondern die Anordnung von Formen in historischer Abfolge. Ebenso haben gegenwartsdiagnostische Ansätze in der Soziologie die Bedeutung ästhetischer Werte auf das späte 20. und 21. Jahrhundert verengt und sie einer ›klassischen Moderne‹ entgegengesetzt. Die vorliegende Arbeit hat hingegen versucht, die *durchgängige Vermehrung* dessen, was hier als imaginativer Wert der Form bezeichnet wurde, von der Renaissance bis zum Bauhaus nachzuzeichnen.

Dieses Vorgehen beabsichtigte nicht, die Vergangenheit der Gegenwart gleichzumachen. Das Feld der Arbeit war ein historisches. Gleichwohl verdankte sich die hier entwickelte Perspektive explizit der Auseinandersetzung mit gegenwartsdiagnostischen Ansätzen, ergab sich also nicht aus dem historischen Gegenstand selbst. Die Zeit der ›klassischen Moderne‹ wurde deshalb bewusst als Endpunkt der Untersuchung gesetzt, verbunden mit dem Zweifel, ob die These einer Marginalisierung des Ästhetischen in der klassischen Moderne wirklich überzeugt – ob also der Kontrast zwischen gestern und heute tatsächlich so groß ist, wie er gegenwartsdiagnostisch erscheint.

Der historisch-soziologische Ansatz kann dabei helfen, genauer zu bestimmen, was sich in der Gegenwart im Vergleich zur Vergangenheit geändert hat – und was nicht. Zwar lässt sich diese Frage nur in einer eigenen historisch vergleichenden Untersuchung beantworten. Im Folgenden sei jedoch angedeutet, wo die Ergebnisse der Arbeit über ihren Gegenstand, den Wert der Form in der Modernisierungsgeschichte Europas, hinausweisen.

Konstellationen der Konkurrenz

Anstatt historische Brüche am Wandel der Produktionssphäre festzumachen, insbesondere an der Industrialisierung, betonte die Arbeit in Anlehnung an die neuere wirtschaftsgeschichtliche Forschung die Bedeutung des Konsums. Mit der Frage nach dem Wert der Form rückte die Schnittstelle zwischen Produzenten und Konsumenten in den Fokus, genauer: die Verständigung zwischen beiden Seiten.

Ein erstes Hauptergebnis ist, dass der Wert der Form immer wieder durch neue Konstellationen der Konkurrenz dynamisiert wurde. Die kulturelle Grundlage dafür war die spätmittelalterliche ›Erfindung der

Kunst: die Herauslösung verschiedener gestalterischer Tätigkeiten aus den mechanischen Künsten und ihre Annäherung an die Freien Künste. Kunst wurde als eine Form der Herstellung von Dingen verstanden, die den Kopf mehr beanspruchte als die Hand. Das ermöglichte den Produzenten sozialen Aufstieg, abhängig von den symbolischen Werten, die man ihren Werken zusprach. Abgesichert wurde dies durch eine Lösung der Form von ihrer Herstellung. Während zuvor die Herstellung von Formen rein handwerklich und die Verständigung über ihren Wert unter Anwesenden stattgefunden hatte, kamen mit der Renaissance gelehrte Schriften auf, die Formen durch Abbildung symbolisch anreicherten.

Zugleich entstand eine neue Hierarchie, da nun um das Prestige konkurriert werden konnte, das kunstvoller – und das hieß zunächst: ›gelehrter‹ – Gestaltung zugeschrieben wurde. Damit bildeten sich jene Muster der Verständigung über den Wert heraus, die Patrik Aspers für das beschrieben hat, was er ›Statusmarkt‹ nennt: Produzenten und Konsumenten verständigen sich über ihre Positionen, indem sie sich über die Qualitäten von Dingen verständigen – Qualitäten, die ›schwach‹ sind, also steter Erneuerung bedürfen. Die Kontingenz des Werts bedeutet also die Kontingenz der Positionen, und umgekehrt. Die Bildung des Geschmacks wurde für die Produzenten deshalb zu einer entscheidenden Stellschraube der soziokulturellen Manipulation symbolischen Werts. Das galt bereits für Dürer, der sich in der kompetitiven Kunstwelt des frühneuzeitlichen Nürnbergs durchzusetzen suchte und dafür nicht nur seine eindrucksvollen, nicht unmittelbar für den Verkauf bestimmten ›Demonstrationskunstwerke‹ (Thomas Eser) produzierte, sondern eben auch zum Kunstschriftsteller in der neuen Welt des ›Handwerks unter Abwesenden‹ wurde.

Kunst wurde in der Frühen Neuzeit deswegen überall da wichtig, wo die ständische Ordnung in Bewegung geriet und die (Selbst-)Verständigung über Positionen durch Geschmack opportun wurde. Das gilt für die frühneuzeitlichen Wirtschaftszentren, für Handelsstädte oder protoindustrielle Wirtschaftsregionen, vor allem aber für die Höfe. Die wirtschaftliche Entwicklung der Frühen Neuzeit geschickt aufnehmend, setzten sie sich an die Spitze der damit verbundenen ästhetischen Dynamisierung, indem sie ein Netzwerk von Institutionen etablierten, die symbolischen Wert schöpften, seien es Akademien, Sammlungen oder die höfische Förderung der Kunstliteratur. Im Zuge dessen entstand neben den Zünften eine auf symbolischen Wert spezialisierte Parallelökonomie, die die Konkurrenz in der Gestaltung stimulierte. In diesem Sinne lässt sich die klassische These Sombarts bestätigen, der Luxus sei entscheidend für die Entstehung des Kapitalismus gewesen.

Mit dem Aufkommen des modernen Konsums, der im 18. Jahrhundert zum Durchbruch gelangte, ging das höfische Zentrum verloren, das die künstlerische Konkurrenz bis dato orientiert hatte. Imaginative und positionale Werte waren immer weniger miteinander verknüpft. Mit diesem

Strukturwandel der *Economy of Qualities* kam es zu genau jener »Ausdehnung des Vergleichshorizontes in räumlicher (Kulturvergleiche), zeitlicher (historische Vergleiche), sozialer (standesübergreifende Vergleiche) und sachlicher Hinsicht (Leistungsvergleiche)«, die Heintz in Anlehnung an Luhmann als Signatur der Moderne beschrieben hat.¹ Alle vier Dimensionen lassen sich im Streit um die Form identifizieren: räumlich in den Weltausstellungen, die den internationalen Formvergleich institutionalisierten; zeitlich in historischen Vergleichen, die die Gegenwart an Vergangenheit oder Zukunft maßen; sozial in den standesübergreifenden Vergleichen, die mit der Demokratisierung des Konsums möglich und unvermeidlich wurden; sachlich in den Leistungsvergleichen etwa zwischen Kunst, Kunstgewerbe und Kunstindustrie, die die Grenzziehungen zwischen den Gestaltungsfeldern bestimmten.

Durch die gestalterische Liberalisierung der Wirtschaft wurde es zu einer Überlebensstrategie, solche Vergleichsdynamiken auszunutzen. Wettbewerbsvorteile verschaffte man sich durch ein erfolgreiches Management der Werte, bei dem die Form *ein* entscheidender Faktor war. Die Konsequenz für die ästhetische Gestaltung wurde hier mit dem Begriff der ›Autonomie der Form‹ gefasst. Die Form wurde zu einem frei einsetzbaren Produktionsmittel. Die Tragweite dieser Autonomie erschließt sich aber nur, wenn man physische und symbolische Wertproduktion gleichermaßen berücksichtigt. Die durch Arbeitsteilung und Maschineneinsatz erreichte höhere Produktivität mag dazu geführt haben, dass man hinsichtlich des Stückpreises günstiger produzieren konnte. Ohne Absatz aber lohnten sich die dafür notwendigen Investitionen nicht. Um diesen zu sichern, wurde die Herstellung von Marktgängigkeit durch Anpassung an die Mode ein probates Mittel. Die Form machte Waren nicht nur zirkulationsfähig; sie selbst wurde zu einer Ware, die auf dem Weltmarkt gehandelt werden konnte.

Auf diese ›Gleichmacherei‹ aller Dinge gab es verschiedene Reaktionen. Die Idee der Kunstautonomie war der Versuch, eine Klasse von Dingen zu etablieren, deren Wert den Entwertungsdynamiken der Mode entzogen war. Damit entstand aber ein Streit darüber, was im Vergleich zu anderen Dingen als ›Kunst‹ gelten und welche Funktion sie haben sollte. So gab es im 19. Jahrhundert auch immer wieder Bewegungen, die die Kunst für die Gewerbe reklamierten. Ihr Erfolg zeigte sich im Ausbau von Kunstgewerbeschulen und Kunstgewerbemuseen. In den radikalsten Reformvorschlägen des späten 19. Jahrhunderts sollten die Akademien sogar in den gewerblich ausgerichteten Reformkunstschulen aufgehen.

Anhand dieser Konstellationen zeigt sich, dass der Wert der Form nicht nur umstritten war, sondern immer wieder zum Gegenstand symbolischer Einhegungsversuche des modernen Konsums wurde, die ihrerseits

1 Ebd., 311.

kontrovers waren. Alle, die sich als Führer des Geschmacks sahen oder auf dem Weg dorthin, sprachen sich gegenseitig den ›guten Geschmack‹ ab. Die prinzipielle Unabschließbarkeit dieses Streits – als Konkurrenz um die Gunst eines ästhetisch anspruchsvollen Publikums – begünstigte die Vermehrung der ›ungeheuren Formensammlung‹.

Die Bedeutung ästhetischer Eliten

Diese Betonung der Konkurrenz um den Wert der Form, die immer dann hervortrat, wenn Führungspositionen unsicher wurden, ist ein Hinweis auf die Bedeutung gesellschaftlicher Eliten. Mit der eingangs dargestellten Konzentration der Soziologie auf Distinktion und funktionale Differenzierung scheint eine Art ›Elitenblindheit‹ einhergegangen zu sein. Die Bedeutung des Ästhetischen für Eliten geriet in der Modernisierungsgeschichte aus dem Blick – ein Befund, den die vorliegende Arbeit ansatzweise korrigiert hat.

Dabei ist ein systematischer Zusammenhang zwischen ästhetischen Reformbewegungen und der Überproduktion von Eliten deutlich geworden. Auf der ›Angebotsseite‹ drängten überschüssige Eliten immer wieder in benachbarte Felder und lösten dort Dynamisierungen im Wert der Form aus: Künstler, für die an der Akademie kein Platz war, engagierten sich in den Kunstschulen für Handwerker des 18. Jahrhunderts; Kunsthistoriker ohne Aussicht auf eine herkömmliche akademische Karriere besetzten Mitte des 19. Jahrhunderts die Führungspositionen der Kunstgewerbemuseen; Maler und Architekten wiederum drangen im Zuge der Reformbewegung ins Kunstgewerbe ein und verdrängten ihrerseits die Historiker.

Auf der ›Nachfrageseite‹ boten die jeweils neuen Register der Imagination Distinktionsmöglichkeiten für aufstrebende Eliten, die nicht mehr innerhalb der bestehenden symbolischen Hierarchie konkurrieren wollten, sondern neue Wege finden mussten. Das Bürgertum setzte sich mit dem ›griechischen‹ Klassizismus vom Adel ab, ein zunehmend nationalistisches Bürgertum setzte sich durch die Neogotik von höfischer Ästhetik überhaupt ab, und industriell gesinnte Modernisierer sagten sich durch handwerkliche, später technische Imagination von der Geschichte los.

Beiden Seiten gemeinsam ist ein Mechanismus, den man, Marx' berühmte Wendung abwandeln, als ›tendenziellen Fall der ästhetischen Profitrate‹ bezeichnen kann. Wo die Konkurrenz innerhalb eines symbolischen Registers durch Übervermehrung so intensiv geworden war, dass sich kaum noch etwas gewinnen ließ, wurde die Schaffung eines neuen Registers zum ›Befreiungsschlag‹. Dieser Registerwechsel nahm typischerweise die Form eines Generationenkonflikts an. Die etablierten Kreativen versuchten, ihre Positionen gegen Neulinge zu sichern und deren Beiträge zu vereinnahmen; die jeweils junge Generation antwortete darauf,

indem sie sich mit einer neuen Form gleichsetzte und die Autorität der Alten brach – begünstigt dadurch, dass sich kein nationales kulturelles Feld, das im globalen Wettbewerb um Modernitätsprestige stand, dauerhaft eine als überkommen geltende ältere Generation ›leisten‹ konnte.

Methodisch folgt daraus das Plädoyer, sich nicht auf die gesellschaftliche Führungsschicht im Singular zu konzentrieren, wie es Boltanski und Chiapello mit ihrer auf Managementliteratur gestützten Untersuchung tun.² Stattdessen wären die Selbstverständigungsdiskurse und Binnenkonflikte nationaler Eliten in den Blick zu nehmen – Konflikte, die von Unternehmern, Ökonomen und ab dem späten 19. Jahrhundert auch von Soziologen geprägt wurden und in denen die Frage symbolischer Produktion durchgängig präsent war. Ein Desiderat ist die Frage, wie genau diese Diskurse mit dem Wandel der wirtschaftlichen Organisation verknüpft sind. Offenbar spielen Produktivitätssteigerungen eine Rolle, aber auch Situationen, in denen unklar war, wohin sich Wirtschaft und Gesellschaft entwickelten. Um dies zu klären, müssten Karrierewege und gegebenenfalls strategische Wechsel zwischen kreativen Disziplinen samt der jeweiligen Begriffsverwendung genauer nachvollzogen werden. Unter welchen Umständen die beschriebenen symbolischen Überschreitungen und Umwertungen stattfanden, kann freilich nur eine sozialhistorische Forschung klären, die Elitenreproduktion (und -überproduktion) quantifiziert und die entsprechenden Reaktionen klar verortet.

Der ›globale Nationalismus‹ ästhetischer Modernisierung

Wenn eben von ›nationalen Eliten‹ die Rede war, so ist damit auch angesprochen, dass sich die Vermehrung ästhetischen Wertes nur verstehen lässt, wenn man die Nation als geschmackspolitischen Akteur in den Blick nimmt. Die Nation spielte dabei nicht erst mit den Nationalbewegungen des 19. Jahrhunderts eine zentrale Rolle, sondern bereits im Zuge der mit dem Luxus verbundenen Marktintegration des 18. Jahrhunderts, die insbesondere die Beamtenschaft und die mit ihr vernetzten Manufakturisten herausforderte. Die Mode setzte alle traditionellen Gewerbe, die in irgendeiner Weise ›Kunst‹ produzierten, zunehmend unter Druck. Die Nation wurde zu einem Handlungsrahmen, in dem man versuchte, dem wirtschaftlichen Geschehen Herr zu werden.

Wie schon Maxine Berg herausgestellt hat, ist es also essenziell, nicht bloß abstrakte Großkategorien wie ›Industrialisierung‹ als Erklärung für das Wandlungsgeschehen heranzuziehen. Vielmehr muss man die spezifischen nationalen Voraussetzungen berücksichtigen, die bei der Integration in den Weltmarkt verwertet wurden, darunter die ästhetischen

2 Boltanski und Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus*.

Möglichkeiten, die sich in den Fähigkeiten nicht nur der physischen, sondern gerade auch der symbolischen Produktion (als nachfrageseitigen sozialen Mechanismen der wirtschaftlichen Modernisierung) ausdrückten.³ Der deutsche Fall mag historisch-soziologisch besonders aufschlussreich sein, weil sich die Entwicklung lange weder dem technisch-industriellen (England) noch dem ästhetisch-kunstgewerblichen Modernisierungspfad (Frankreich) zuschlagen ließ.

Ganz in diesem Sinne ging es für »Teutschland« darum, wie es Bertuch 1793 formulierte, die ästhetische »Sklavenskette«, an der man von Frankreich und England geführt wurde, zu zerschlagen. Man wollte die eigenen Gewerbe in die Lage versetzen, den Bedarf an ästhetisch Begehrten im Inland selbst zu decken. Obwohl es zunächst um Importsubstitution ging, entstand in diesem Kontext bald die Idee einer nationalen »Domes- tizierung« der Form. Die geschmackspolitische Prägung eines nationalen Geschmacks war also ein »dritter Weg« zwischen konservativer Restauration der ständischen Ordnung und liberalem Pluralismus der Formen.

Daraus ergibt sich eine Deutung der anhaltenden Bedeutung des Merkantilismus: nicht als Wirtschaftslehre, sondern als nationales Beobachtungsschema des Weltmarktes. Die nationale Prägung des Geschmacks erschien als ein probates Mittel, die heimische Wirtschaft gegenüber dem Ausland günstig zu positionieren. Aus diesem Grund spiegeln sich in den Argumenten der Reformbewegung um die Jahrhundertwende diejenigen der Gewerbeförderung des späten 18. Jahrhunderts. (Künstlerische) Bildungsexpansion ist – neben Zöllen, Konzessionen, Subventionen, Handelsabkommen und Arbeitsmarktpolitik – eine Konstante der globalen Staatenkonkurrenz.

Die Nation wurde so wichtig, weil sie die investiven Funktionen übernehmen konnte, die in der *Economy of Qualities* zuvor die Höfe geleistet hatten. In den deutschen Staaten (ebenso wie in England) erkannte man richtig, dass die ästhetische Führungsrolle Frankreichs auf den staatlichen Kunst- dirigismus des 17. und 18. Jahrhunderts zurückging, von dem die französischen Gewerbe enorm profitierten – so sehr, dass ihre gestalterische Leistungsfähigkeit die Revolutionszeit weitgehend unbeschadet überstand. Mit der steigenden Bedeutung des modernen Konsums machte gestalterische Leistungsfähigkeit immer weniger bloß einen Unterschied in der Pracht der Höfe, sondern einen für die »volkswirtschaftliche« Position überhaupt. Künstlerische Bildung wurde in immer mehr Gewerben, auch fern der Höfe, wichtig. Gleichzeitig waren die Kunstgewerbe einer Konkurrenz ausgesetzt, in der sie nur durch Anpassung an das Ausland überleben konnten.

Selbst wenn die Importsubstitution modisch gestalteter Waren gelang, indem man sich mit ausländischen Formen versorgte – von der

3 Berg, *The Age of Manufactures*, 155.

symbolischen Wertproduktion selbst, die an fremden Orten durch undurchsichtige Mechanismen entstand, blieb man abhängig. Weder die deutschen Gewerbekünstler noch die deutsche Kunstindustrie waren aus eigener Kraft in der Lage, sich davon frei zu machen. Zu groß war das geschäftliche Risiko, wenn man neue Formen entwickelte, für die es keine gesicherte Nachfrage gab. Um »mit Vortheil originell seyn zu können«, mussten die Gewerbekünstler, wie es 1787 in einem bereits zitierten Text eines anonymen Autors im *Journal des Luxus und der Moden* hieß, »den Geschmack des Publikums um[]bilden – ein Gedanke, vor dessen Größe ihre Seele zurückbebt, und wozu sie auch nicht die Zeit und Geld genug haben, um fehlgeschlagene Versuche ertragen zu können«.⁴ Genau das sollte die entstehende Nation kompensieren.

Der Bezug auf die nationale Konkurrenzfähigkeit ermöglichte im 19. Jahrhundert demnach immer wieder die Bündelung von Investitionen in die gewerbliche Kunstbildung, die sich nicht unmittelbar rentieren mussten. Die in dieser Arbeit nachgezeichnete Bildungsexpansion – von der Öffnung der Kunstakademien für das Gewerbe im späten 18. Jahrhundert bis hin zu den reformierten Kunstgewerbeschulen des frühen 20. Jahrhunderts, darunter das Bauhaus – beruhte dabei auf Initiativen des Staates oder kunstsinniger Adliger (jedenfalls bis zum Ersten Weltkrieg), deren Fluchtpunkt die Konkurrenzfähigkeit in Fragen der Gestaltung war.

Aus dieser Konstellation ergibt sich auch, dass die Idee einer »eigenen« Form erst durch den globalen Vergleich so virulent werden konnte. Die Integration der deutschen Gewerbe in die *Economy of Qualities* bedeutete Verallgemeinerung und Singularisierung zugleich. Einerseits verallgemeinerte die Mode alle gestaltbaren Dinge, indem sie diese unter denselben qualitativen Kriterien vergleichbar machte. Andererseits machten diese Vergleiche auch die Reflexivierung des Werts möglich. Über die eigene Marktposition konnte man sich nur bewusst werden, wenn man erkannte, welche Merkmale die Dinge im derart verallgemeinerten Angebot begehrenswert machten.

Erst mit dem Zwang für die deutschen Gewerbe, nach einem gestalterisch singularisierenden »französischen« oder »englischen Geschmack« zu produzieren, wurde es opportun, dem einen »deutschen Geschmack« entgegenzusetzen – weshalb der Ruf nach einem solchen *zuerst* laut wurde, bevor es zur konkreten Ausgestaltung kam. Erst durch den Eindruck, das Vaterland würde – von den modischen Formen des Auslands überrollt – bald »nackt und kahl, wie eine neue Colonie in einem früher nicht bewohnten Land dastehen«, ⁵ konnte Schinkel zum wichtigsten deutschen Vorreiter des Denkmalschutzes werden, der dieses Schicksal abwenden

4 »Ueber den Geist der Berliner in Ansehung der Erfindung«, 164.

5 Schinkel, »Memorandum zur Denkmalpflege«, 70.

sollte, indem er deutschen Gewerben zentral organisiert ›vaterländische Formen‹ zuführte.⁶

Universeller Nationalismus und nationaler Universalismus der Form

Dass sich in der ästhetischen Vermehrung der Moderne ästhetischer Nationalismus nicht einfach als Partikularismus, sondern nur vor dem Hintergrund einer universellen Bewegung verstehen lässt, hat auch Konsequenzen für die Stilgeschichte. Die gängige Entgegensetzung eines nationalistischen 19. und eines internationalistischen 20. Jahrhunderts – letzteres verkörpert vor allem durch den *International Style* – greift zu kurz. Denn seit dem späten 18. Jahrhundert fanden alle Streite um die Form vor einem universalistischen Hintergrund statt. Durchgehend leitend war der Gedanke, dass das, was wir heute als Modernisierung beschreiben, eine universelle Kulturaufgabe darstellte, die desintegrierende Autonomie der Form zu bewältigen, und dass sich daran ein Modernitätsprestige knüpfte. Es gab, mit anderen Worten, einen Wettlauf der Nationen um die besten Antworten auf die kulturellen Desintegrationsprobleme, die seit dem 18. Jahrhundert immer neu, aber durchaus konstant, theoretisiert wurden.

Ob gestalterische Reformbewegungen eine nationale oder eine internationale Form propagierten, ist in dieser Hinsicht eine nachgelagerte Frage. Nationalstile zielten darauf ab, an einem bestimmten Ort die ›gute Form‹ zu finden, die als Vorbild dienen konnte – andere Nationen sollten ermutigt werden, ›ihre‹ Form museal wiederzuentdecken. Umgekehrt nahm deswegen die nationalistische Selbstdemütigung in Geschmacksfragen gerade die anderen Nationen zum Bezugspunkt. Deren wahrgenommener Erfolg bei der nationalen Formfindung wurde als Auftrag interpretiert, Gleiches für die eigene Nation zu leisten.

Der posthistoristische Formstreit des späten 19. Jahrhunderts, der schließlich zum *International Style* führte, änderte an diesem Grundmuster nichts. Zwar ging er zu der Idee über, dass es, ähnlich wie bei den höfischen Stilen, kosmopolitische Formen geben könne und solle. Doch auch er entfaltete sich als Konkurrenz der Nationen darum, welche von ihnen bei der Suche nach der neuen, kosmopolitischen Form die Vorreiterrolle einnehme. Auf der Weltausstellung 1929 in Barcelona etwa konnte die junge deutsche Republik mit einem von Mies van der Rohe entworfenen Pavillon glänzen, der unzweifelhaft die Modernität Deutschlands zum Ausdruck brachte. Insofern entstand auch *International Style* durch nationale Konkurrenz um Modernitätsprestige, zumal

6 Der Gebrauch der kolonialen Semantik in Bezug auf die eigene Nation, um staatliche Maßnahmen zur Verhinderung drohenden Kulturverlustes zu motivieren, ist ein eigenes Desiderat der Arbeit.

die führenden Gestalter auf geschmackspolitische Allianzen angewiesen waren, die die Nation kaum ausklammern konnten.

Um ›die Nation‹ als handelnden Akteur indes nicht zu verklären, ist zu betonen, dass sich der Streit um die Form auf zwei Ebenen entfaltete: Auf globaler Ebene, bestimmt durch die universalisierten Dritten des Geschmacks, wurde um die Kriterien der ›guten Form‹ gerungen, die die Anomie der ästhetischen Moderne bewältigen sollten. Auf nationaler Ebene ging es darum, wer als Stellvertreter der jeweiligen nationalen Leistung gelten durfte – wer also im Land als derjenige galt, der die überzeugendsten ›ästhetischen Antworten‹ hatte. Das wiederum ließ sich ablesen an den Urteilen der universalisierten Dritten, sowohl in der nationalen als auch der internationalen Presse, insbesondere im Umfeld der Weltausstellungen, in denen sich erkennen ließ, ob die deutschen Beiträge ›die modernsten‹ waren.

Auch im Kalten Krieg änderte sich wenig daran.⁷ Zwar wurde die nationale Konkurrenz von der Systemkonkurrenz überlagert. Einmal mehr aber stand ein globaler Wettbewerb um Modernitätsprestige im Zentrum. Angesichts der neuen Konstellationen der Konkurrenz fand auch der Streit um die Form nun auf andere Weise statt. Belegt ist etwa, dass amerikanische Geheimdienste die moderne Kunst förderten, da sie die Freiheit und Kreativität des Menschen symbolisierte, die man im Sozialismus für unterdrückt hielt – was es erlaubte, die sozialistischen Staaten auf der Weltbühne als ›unschöpferisch‹ darzustellen.⁸ Aber auch die ästhetischen Politiken späterer Modernisierungsprojekte, ob im ›tropischen Modernismus‹⁹ oder der Verwertung der ›Marke Bauhaus‹ für die

- 7 Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*, 141, Fn. 18, bemerkt, dass für die »staatssozialistische Ökonomie sowjetischer Prägung [...] gerade ein zentrales Problem darin bestanden zu haben [schien], dass sie sich nur mangelhaft ästhetisieren ließ«. Dem lässt sich entgegenhalten, dass es den sozialistischen Eliten keineswegs an ästhetischer Vorstellungskraft mangelte. Die Gründungsgeneration der Sowjetunion war höchst ästhetisch orientiert. Ihr Bild der ›Moderne‹ orientierte sich an der Schwerindustrie; ihr Staat hatte die Aufgabe, diese – koste es, was es wolle – aufzubauen und dadurch wenig später den Zweiten Weltkrieg zu gewinnen. Die Pluralisierung dessen, was in den folgenden Jahrzehnten als ›modern‹ gelten konnte – Popkultur, Computer, Naturverbundenheit –, vollzog diese Elite jedoch nicht mehr hinreichend mit. Die These liegt also darin, dass sich die wirtschaftlichen Probleme des Staatssozialismus in dieser Hinsicht nicht schlicht aus einem Mangel an Ästhetisierung des Ökonomischen ergaben, sondern aus einer einseitigen und zunehmend veralteten *industrialistischen* Ästhetisierung der Wirtschaft.
- 8 Russell H. Bartley, »The Piper Played to Us All: Orchestrating the Cultural Cold War in the USA, Europe, and Latin America«, *International Journal of Politics, Culture, and Society* 14, Nr. 3 (2001): 571–619.
- 9 Christopher Turner, *Tropical Modernism: Architecture and Independence* (London: V&A Publishing, 2024).

globale Legitimierung des israelischen Nationenprojekts,¹⁰ bilden solche Geschichten von Aneignung und Abgrenzung.

Daraus ergibt sich auch eine Perspektive auf die Gegenwart. Dass nationale ›Singularisierung‹ in den letzten Jahrzehnten als gesellschaftliches Phänomen hervorgetreten ist, scheint nicht an einem grundlegenden Wertewandel zu liegen, sondern an der historisch abermals veränderten Position westlicher Nationen in der globalen Arbeitsteilung. Nicholas Garnham etwa hat argumentiert, dass der begriffliche Wandel von »culture industries« zu »creative industries« um die Jahrtausendwende dazu diene, ›Kultur‹ mit einem wirtschaftlichen Wachstumsversprechen aufzuladen, um dem Vereinigten Königreich im Zuge der Deindustrialisierung eine günstige Position in der globalen Arbeitsteilung zu sichern.¹¹

Solche Einschätzungen sollte man nicht als bloße Kritik an der neoliberalen »Kulturökonomisierung des Ökonomischen und des Sozialen« abtun.¹² Vielmehr weisen sie darauf hin, dass man es nicht mit einem grundlegenden Wandel der Moderne zu tun hat – denn symbolische Wertproduktion ist, wie die vorliegende Arbeit gezeigt hat, nichts Neues –, sondern mit einer globalen Umstrukturierung, in der sich physische und symbolische Wertproduktion geografisch entkoppeln und dadurch jeweils stärker hervortreten.

Wirtschaftlich zeigt sich diese neue globale Arbeitsteilung etwa an der veränderten Struktur dessen, was Alexander D. Hoppe und Nataliya Nedzhvetskaya als »physische« und »rhetorische Geografie« von Unternehmen bezeichnen.¹³ War die physische wie die symbolische Wertproduktion bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts noch gleichermaßen Teil der westlichen Volkswirtschaften, so ist in dem von ihnen untersuchten Fall die Warenproduktion nach Fernost ausgelagert worden, während produktionsnahe Dienstleistungen wie Design, Marketing und Reklame weiterhin im Westen erbracht werden. Durch ein solches Management der Werte verschaffen sich Unternehmen spezifische Wettbewerbsvorteile. Sie nutzen die günstigeren Kosten in den nachholenden Industrienationen aus, sichern sich aber gleichzeitig die symbolischen Werte, auf deren Produktion die ›postindustriellen‹ Staaten inzwischen spezialisiert sind.

10 Sharon Rotbard, *White City, Black City: Architecture and War in Tel Aviv and Jaffa* (Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2015).

11 Vgl. Nicholas Garnham, »From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the ›Creative Industries‹ Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom«, *International Journal of Cultural Policy* 11, Nr. 1 (2005): 15–29; Susan Galloway und Stewart Dunlop, »A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy«, *International Journal of Cultural Policy* 13, Nr. 1 (2007): 17–31.

12 Vgl. Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten*, 154.

13 Alexander D. Hoppe und Nataliya Nedzhvetskaya, »Americana without America«, *Regional Studies* 58, Nr. 10 (2024): 1938–1950.

Mit anderen Worten: Was sich verändert hat, ist, dass Produktion und produktionsnahe Dienstleistungen – darunter auch die Angewandten Künste – in der Weltwirtschaft heute stärker unter den Nationen verteilt sind, während *beide* noch bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts in den westlichen Führungsnationen vereint waren. Das heißt jedoch nicht, dass die Angewandten Künste in der Vergangenheit keine Rolle gespielt hätten. Es ist mithin nicht gerechtfertigt, sie zu ignorieren, nur weil sie zuvor im Schatten der Produktion standen – oder zu stehen schienen.

Umgekehrt scheinen sich die kulturellen Muster der deutschen Geschmackspolitik um 1900, als sich das Deutsche Reich anschickte, von einer nachholenden zu einer führenden Nation der Moderne zu werden, heute in anderen Ländern der Welt zu wiederholen. Das gilt insbesondere für China, dessen Eliten seit dem 19. Jahrhundert stark vom europäischen Fortschrittsdenken geprägt sind und seitdem eine ›invektive Gemeinschaft‹ bilden, die lange die Rückständigkeit des eigenen Landes kritisiert hat.¹⁴

Im Zuge der Beanspruchung einer globalen Führungsrolle gewinnt dort seit einigen Jahren die Frage der Kreativität an Bedeutung. China soll sich von der ›Werkstatt der Welt‹ zur Führungsnation wandeln – und bedarf dafür der Erschließung eigener kultureller Ressourcen.¹⁵ Fan Yang hat in diesem Zusammenhang auf die aktive Umwertung des Begriffs *shanzhai* durch den chinesischen Staat hingewiesen, mit dem man ursprünglich die Fälschungen westlicher Produkte bezeichnete: weg von einem wilden Ausdruck kollektiver Kreativität hin zu einem Konzept, das zwischen ›illegaler Ökonomie‹ und ›produktiver Kultur‹ unterscheidet, um es für die nationale Marktentwicklung und ein chinesisches Nation Branding im globalen Wettbewerb nutzbar zu machen.¹⁶

Die Involutionsgefahr der Moderne

Das, was in den Debatten immer wieder beklagt und stets aufs Neue zu bewältigen versucht wurde, lässt sich als *Involution* verstehen. Der in den Sozialwissenschaften ursprünglich von Clifford Geertz¹⁷ geprägte

14 Vgl. Marius Meinhof, »Luohou (Lagging Behind) and the Impetus of Self-improvement«, in *Self-Development Ethics and Politics in China Today*, hg. von Gil Hizi (Amsterdam University Press, 2024), 39–60.

15 Vgl. George S. Yip und Bruce McKern, *China's Next Strategic Advantage: From Imitation to Innovation* (Cambridge, Massachusetts; London: The MIT Press, 2016).

16 Fan Yang, »From Bandit Cell Phones to Branding the Nation: Three Moments of *Shanzhai* in WTO-Era China«, *Positions: Asia Critique* 24, Nr. 3 (2016): 589–619.

17 Clifford Geertz, *Agricultural Involution: The Process of Ecological Change in Indonesia* (Berkeley; Los Angeles: University of California Press, 1963).

Begriff bezeichnet einen Prozess, in dem ein kulturelles System zwar immer dynamischer wird, dabei aber keine strukturelle Neuerung mehr hervorbringt. Es wird immer komplizierter, ohne sich weiterzuentwickeln. Übertragen auf ästhetische Vermehrung beschreibt der Begriff eine Situation, in der formale Differenzierung zwar unaufhörlich weitergeht, die erzeugten Unterschiede aber keinen Unterschied mehr machen. Die Formen affizieren nicht mehr, erzeugen keinen Erfahrungsgehalt und werden ›äußerlich‹. So entsteht ein Missverhältnis zwischen formaler Fülle und den sozialen Mechanismen, die Sinn, Wert und Unterscheidungsfähigkeit erzeugen und stabilisieren.

Diese Involutionsgefahr ist, so die aus der Darstellung ableitbare gesellschaftstheoretische These, kein Phänomen der Spätmoderne, sondern eine strukturelle Gefährdung, die aus der Steigerungslogik funktionaler Differenzierung selbst hervorgeht. Die moderne *Economy of Qualities* verkörpert eine bestimmte Konfiguration jener »Gesellschaft ohne Spitze und ohne Zentrum«, als die Luhmann die Moderne beschrieben hat.¹⁸ Weiter systemtheoretisch gesprochen stellt sie eine »strukturelle Kopplung« von Wirtschaft und Kunst dar. Denn einerseits ermöglicht sie immer mehr Zahlungen, weil die Autonomie der Form es erlaubt, immer mehr Dinge durch formale Ästhetisierung begehrenswert zu machen. Andererseits vermehrt sie ästhetische Erfahrungen in doppelter Hinsicht: quantitativ, indem sie kunstvoll gestaltete Dinge immer günstiger und verfügbarer macht, und qualitativ, indem die Konkurrenz um ästhetische Qualitäten beständig neue hervorbringt, durch neue Formen und deren Imaginationen.

Damit aber geht der ›innere‹ – oder konkreter: der habituell stabile, erfahrungsmäßig erworbene – Zusammenhang des Dings verloren. Das Ergebnis ist, wie Benjamin es ausdrückte, »Erfahrungsarmut«.¹⁹ Das Ding ist zugleich Ware und ästhetischer Gegenstand und dadurch entzweit. In ihm spiegelt sich die Desintegration, als die sich die »Differenzierung der Wertsphären« (Weber) im historischen Geschehen darstellt. Darin liegt die Sozialität der Kultur – und umgekehrt: die Kulturalität des Sozialen. Denn in der Erfahrung symbolischer Desintegration der Dingwelt – wenn diese ›verstummt‹, bedeutungslos wird, nicht mehr affiziert – wird ein Scheitern von Gesellschaft erfahrbar. In der Form drückt sich das besonders dramatisch aus, da sie, einmal von der handwerklichen Herstellung gelöst, alle möglichen gestaltbaren Dinge umfassen kann und durch sie in allen von ihr erfassten Dingen solche ›Entfremdung‹ erfahrbar wird.

Der Streit um den Wert der Form war in diesem Sinne ein Indikator für immer neue Orientierungs- und Bewältigungsversuche im Entfaltungsprozess funktionaler Differenzierung. Wenn der anonyme Autor, der 1794 im *Journal für Fabrik, Manufaktur, Handlung, Kunst und*

18 Niklas Luhmann, *Politische Theorie im Wohlfahrtsstaat*, 22.

19 Benjamin, »Erfahrung und Armut«.

Mode über »Bildung des Geistes und Herzens« von Kaufleuten schrieb, kritisch bemerkte, man erziehe »die Menschen zu Staatsmännern, zu Gelehrten, zu Kaufleuten« – ordne sie also, modern gesprochen, den Funktionsbereichen der Politik, der Wissenschaft und der Wirtschaft zu – und vergesse darüber, »sie zu Weltbürgern, zu brauchbaren Gliedern der menschlichen Gesellschaft zu bilden«, dann reflektierte er nichts anderes als funktionale Differenzierung.²⁰ Die ästhetische Bildung, die der Autor diesen Funktionseleiten zugedacht hatte, war demnach kein weiterer Funktionsbereich, sondern ein übergeordneter Anspruch. Sie sollte die gesellschaftliche Produktivität der ausdifferenzierten Sphären entgegen der Involutionsegefahr funktionaler Verselbständigung auf die menschliche »Glückseligkeit« hin sichern.

Die Gelingensbedingungen gesellschaftlichen Zusammenlebens wurden seit dieser Zeit also immer wieder auch *ästhetisch* formuliert. Das war nicht nur mit der Kunst, sondern auch mit der entstehenden Kulturindustrie kompatibel, insofern auch sie »Genuss und Glück des Lebens« versprach, wie es der Weimarer Kulturunternehmer Bertuch Ende des 18. Jahrhunderts formulierte. Doch gerade die ästhetische Vermehrung gefährdete sich selbst. Dieses Problem wurde immer wieder neu bearbeitet.

Anders gefasst, lässt sich die Bearbeitung als immer neuer Versuch verstehen, der Vergleichsinflation der Form entgegenzuarbeiten. Je mehr verglichen wurde, desto schwieriger war es, Unterschiede herzustellen, die im Vergleich Bestand hatten. Die Geschmackspolitik und die Avantgarde waren Versuche, dieser Inflation entgegenzuwirken – nicht indem sie einfach neue Formen in den bestehenden Vergleichsraum einspeisten, sondern indem sie die Vergleichsordnung selbst umstrukturierten: neue *tertia comparationis* etablierten, neue Vergleichsregime institutionalisierten, das Vokabular und die ästhetischen Erfahrungsbedingungen des Vergleichens selbst veränderten. Die Vermehrung des Werts der Form verdankte sich in dieser Perspektive nicht allein der Autonomie der Form und nicht allein den Gegenmaßnahmen der Geschmackspolitik, sondern der Dynamik zwischen beiden – einer Dynamik, die sich als Entgrenzung, Reflexivierung und Serialisierung von Vergleichsoperationen beschreiben lässt.

Die Sozialwissenschaft als Schrittmacher

Unter der These der modernen Involutionsegefahr erscheint auch die Geschichte der Sozialwissenschaft anders, soweit sie das Verhältnis von Ökonomischem und Ästhetischem gefasst hat. Die Unterscheidung von

20 »Etwas über Bildung des Geistes und Herzens in Rücksicht auf Kaufleute«, *Journal für Fabrik, Manufaktur, Handlung, Kunst und Mode* 6, Nr. 6 (1794): 409.

Gebrauchs- und Tauschwert, die der kritischen Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher Ästhetisierung bis heute zugrunde liegt, scheint insofern das Ergebnis eines Missverständnisses der verwickelten Geschichte ökonomischer und ästhetischer Expansion seit dem 18. Jahrhundert. Während der ›Gebrauchswert‹ bei Marx noch so abstrakt formuliert ist, dass er symbolischen Gebrauch keineswegs auszuschließen scheint, wurde diese Offenheit angesichts der enormen Ausweitung ästhetischer Märkte immer wieder verschliffen. So hat sich ein allgemeiner Verdacht gegen das Scheinhafte von Reklame, Marketing und Design durchgesetzt – zugunsten eines explizit unästhetischen, auf ›Grundbedürfnisse‹ gerichteten Gebrauchswerts. Dabei ließe sich auch auf eine lange gestalterische Tradition der ›Zweckform‹ verweisen (die sich hier aber gerade als *ästhetische* Tradition herausgestellt hat).

Durch diese Verwicklungen geriet die grundlegende normative Bedeutung des Ästhetischen für die wirtschaftliche Vermehrung aus dem Blick. Damit fiel auch der über Jahrhunderte sich durchziehende, immer neu formulierte Anspruch ästhetischer Dinge als eines »notwendigen Luxus«²¹, also der Vermittlungsbedarf von Wirtschaft und Kunst, aus der Analyse heraus. Mit anderen Worten: Es ist kein Konzept eines *ästhetischen Gebrauchswerts* entwickelt worden, und damit auch keine Reflexion des Problems, dass dieser durch funktionale Differenzierung nicht nur vermehrt wird, sondern zugleich beständig von involutionsärer Zerstörung bedroht ist.

Wie durchgängig wichtig diese Involutionsangst (und umgekehrt: das Hochhalten eines ästhetischen ›Projekts der Moderne‹) für die Theoretisierung gesellschaftlicher Ästhetisierung ist, zeigt nicht zuletzt die soziologische Theoriebildung selbst. Schon Webers eigene Analysen lassen sich als von dieser Involutionsangst getrieben verstehen. Seine Soziologie richtete sich, wie Heinz Steinert notiert hat, selbst an die deutschen Funktionseleiten, bei denen er den Verlust von Innerlichkeit befürchtete; seine höchst originelle historisch-soziologische Erfindung der Protestantischen Ethik war in diesem Sinne auch als Mahnung an die deutsche Unternehmerschaft gemeint, sich durch die geschichtsphilosophische Perspektivierung der innerlichen Ursprünge ihres Handelns zu erinnern.²² Wenn Weber aber nicht nur den »Fachmenschen ohne Geist«, sondern auch den »Genußmenschen ohne Herz«²³ sah, wird deutlich, dass auch ihn die alte Sorge vor einer entfremdeten, selbstläufigen, eben innerer Qualitäten ermangelnden *Economy of Qualities* umtrieb, eine erneute Sorge vor einem kulturell unproduktiven Luxus.

21 Erlin, *Necessary Luxuries*.

22 Heinz Steinert, *Max Webers unwiderlegbare Fehlkonstruktionen: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus* (Frankfurt: Campus, 2010), 287.

23 Weber, *Die protestantische Ethik*, 488.

Ganz ähnlich beendet Reckwitz die Einleitung seiner Analyse zur Entstehung des »Kreativitätsdispositivs« mit der Warnung, die »alten, ja auch emanzipatorischen Hoffnungen« des Ästhetischen könnten bei der Verwandlung in einen Kreativitätsimperativ »neuartige Zwänge eines Aktivismus permanenter ästhetischer Innovationen [...] und eine zwanghafte Zerstreuung der subjektiven Aufmerksamkeit im unendlichen, niemals befriedigenden Zyklus der kreativen Akte« mit sich bringen.²⁴ Die historisch-soziologische Analyse hat gezeigt, dass hinter dieser gegenwartsdiagnostischen Formulierung ein *prinzipielles* Problem der Moderne liegt.

Die Reformbewegung des späten 19. Jahrhunderts lässt sich vor diesem Hintergrund so verstehen: Gestalter bespielten geschickt die Involutionsangst deutscher Spitzenpolitiker und Wirtschaftsgrößen, indem sie neue Imaginationen einer (ästhetisch) integrierten Moderne schufen – Formen, die als zukunftsfähig galten. Ihren Urhebern wurde das Vermögen zugesprochen, Wirtschaft und Gesellschaft aus der Involutionsspirale herauszuführen. Kein Zufall ist es, dass China, wie oben erwähnt, heute nicht nur in einer vergleichbaren Modernisierungsphase wie Deutschland um 1900 steckt, sondern auch mit einer ähnlichen Welle der Involutionsangst reagiert. Dort ist der Begriff selbst zu einer Mode geworden, in der sich die Nation über die Sinnhaftigkeit ihrer Modernisierung verständigt und Orientierung sucht.²⁵

Gesellschaftstheoretisch ist dieses Ergebnis insofern bedeutsam, als funktionale Differenzierung hier als eine durchgängige Krisengeschichte erscheint, in der ständig neue Theorien gesellschaftlicher Involution entwickelt wurden. Nationale Modernisierungseliten konnten sich mit solchen Theorien in Position bringen, indem sie überzeugende ästhetische Antworten formulierten. Entscheidend ist, dass dieser Prozess kein symbolisches Nullsummenspiel darstellt, sondern mit echter sozialer Innovation einhergeht: Es entstehen neue Positionen, die es zuvor nicht gab. Möglich wurde diese Dynamisierung weder durch funktionale Differenzierung allein noch, wie bei Reckwitz, durch eine spätmoderne »Kolonialisierung« der Gesellschaft durch die Kunst, sondern nur durch die Kreuzungen der Felder, in denen ästhetische Gestaltung und soziale Positionierung untrennbar verschränkt sind.

Grundlegender noch scheint eine Theorieentscheidung wie jene Reckwitz', »Kreativität« im Anschluss an Foucault als »Dispositiv« zu beschreiben, entsprechende blinde Flecken mit sich zu bringen. Indem das Problem funktionaler Differenzierung begrifflich ausgeklammert wird, wird die Reflexivität historischer Akteure unterschätzt. Damit geraten auch

24 Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*, 18.

25 Shengqian Chen, »Why Is Involution Not a Problem?«, in *The Origin of Chinese Cultural Genes*, von Shengqian Chen (Singapore: Springer Nature Singapore, 2024), 335–345.

die verschiedenen Haltungen zur funktionalen Differenzierung und das unterschiedliche Verhalten der Akteure ihr gegenüber aus dem Blick. Funktionale Differenzierung erweist sich demgegenüber als nützliches Theorieangebot, allerdings nur, insofern sie in der zuvor skizzierten Weise eingeholt wird.

Die fundamentale Bedeutung der Nation lässt sich gesellschaftstheoretisch so reformulieren, dass segmentäre Differenzierung nicht durch funktionale Differenzierung ›abgelöst‹ wurde, sondern in sie *einging*. Der Hintergrund ist, hinsichtlich des Ästhetischen, einmal mehr die *Economy of Qualities*. Die Nation formierte sich als Selbststeuerungsebene politischer Gemeinschaften, die durch die Entbettung der Wirtschaft aus dem segmentär differenzierten Handwerk unter Anwesenden herausgefordert wurde. Sie verstand es, die durch Integration entstehenden Differenzen sich selbst vorteilhaft anzueignen und auszubeuten. Das ›nationale Erbe‹ wurde erschlossen, um sich innerhalb der neuen Ordnung zu differenzieren. Diese Differenz stiftete dabei ein Verhältnis von ›innen‹ und ›außen‹. Sie symbolisierte nach innen, wer ›man selbst‹ im Unterschied zu den anderen in der Weltöffentlichkeit war, und ermöglichte nach außen, auf eine bestimmte Weise beobachtet zu werden, wobei dieses Verhältnis einer eigenen Dynamik unterlag.

Die Nation als ›invektive Gemeinschaft‹ ist deshalb entscheidend, weil sie einen internen Vergleichsmaßstab globaler Modernisierung bereitstellt: Unerwünschte Nebenfolgen von Modernisierung werden so nicht als Verhängnisse thematisierbar, sondern als lösbare Probleme – was sich daran zeigt, dass die Weltöffentlichkeit zwischen Nationen unterscheiden kann, die bei der Lösung dieser Probleme als führend oder als ungenügend gelten. Die Involutionsangst ist, wenn man so will, die kulturelle Grundlage dieses Wettbewerbs – gespiegelt einmal mehr durch eine sich unter den Funktionseliten abspielende innernationale Konkurrenz um ›das Schöpferische‹, das ihre Position legitimierte.

Kunstautonomie und die Autonomie künstlerischer Berufe

Aus diesen gesellschaftstheoretischen Überlegungen folgt, dass sich das Verhältnis von Kunst und Wirtschaft, anders als gegenwartsdiagnostische Ansätze nahelegen, nicht als Geschichte einer zunehmenden ökonomischen Erschließung eines zuvor weitgehend unberührten Feldes erzählen lässt. Vielmehr verhielt es sich umgekehrt. Kunst war, als Grundlage der *Economy of Qualities*, mit deren zunehmender Kommerzialisierung seit dem 18. Jahrhundert immer neu einer ›Übernutzung‹ ausgesetzt, vor der sich Künstler zu schützen suchten. Dekommodifizierung war ein Mittel dieses Schutzes, und das Kunstfeld, wie es sich seit dem 18. Jahrhundert herausbildete, lässt sich als Effekt genau dieses Bestrebens verstehen.

Wie Thomas Becker hervorhebt, ist also genau zu unterscheiden zwischen der Kunst in der Gesellschaft und einer autonomen Kunst, die sich davon immer wieder abzugrenzen sucht. Wie wichtig diese Unterscheidung ist, macht Becker am Beispiel des Surrealismus deutlich, den Reckwitz als eine Entgrenzung der Kunst in den Alltag und damit als Vorbereitung des Kreativitätsdispositivs interpretiert. Wie Becker zeigt, funktioniert diese Deutung aber nur, wenn man davon ausgeht, dass Kreativität in der Gesellschaft des frühen 20. Jahrhunderts keine Rolle gespielt habe.

Geht man hingegen, historisch richtigerweise, davon aus, dass ›Kreativität‹ – hier in Gestalt der *Economy of Qualities* – ein allgemeines Phänomen darstellte, so war Kunstautonomie gerade ein Problem der Absetzung nicht von einer ›unästhetischen‹, sondern von einer ›falsch ästhetischen‹ Moderne. Die »phänomenale Entgrenzung der modernen Kunst« sei, so Becker, somit »keineswegs identisch mit sozialer Entgrenzung im außerkünstlerischen Alltag«, stelle also keine Entautonomisierung dar. Den Surrealismus mit seiner phänomenalen Entgrenzung des Werkbegriffs sieht Becker entsprechend als »Fortsetzung einer sich vom Alltagsverständnis der Kreativität absetzende Autonomisierung des Kunstfeldes, das heißt eine Strategie der Grenzsetzung«. Daher sei »die Vorstellung Reckwitz', die Entgrenzung der Kunstavantgarden habe das Dispositiv der Kreativität in die Gesellschaft gebracht, nicht nur vollkommen an der Entwicklung des Kunstfeldes vorbeiformuliert, sie erzwingt diese These mit einer vollkommen abseitigen historischen Periodisierung, indem er die zunehmend zur Massenware gewordene Romantik mit feldinternen Kunstavantgarden im Surrealismus kurzschließt«. ²⁶

Becker kritisiert an Ansätzen wie jenem Reckwitz' deswegen die » Vernachlässigung einer Analyse der Akteure und ihrer Positionen«; es sei »nicht unerheblich, wer in welcher sozialen Position den Diskurs der Kreativität und Entgrenzung als Strategie formuliert«. ²⁷ Um das zu verstehen, muss man die berufliche Position künstlerisch Arbeitender im historischen Verlauf kennen und das Prestige, das sich mit den ästhetischen Werten verband, die sie produzierten. In der hier gegebenen Darstellung hat sich in dieser Hinsicht gezeigt, dass sich neben dem autonomisierenden Kunstfeld – jedenfalls dort, wo es um ästhetisch gestaltete Dinge des Alltags ging – Statusmärkte etablierten, die eine eigene ästhetische Logik entfalteten. Diese Märkte waren vergleichsweise offen und ermöglichten Formen der Konkurrenz, die sich von den stärker ›geschlossenen Kreisläufen‹ der Akademien und Künstlerzirkel deutlich unterschieden. Insbesondere boten sie Kunsthandwerkern, die im Zuge der Autonomisierung des Kunstfeldes an Prestige eingebüßt hatten und nun gar als ›mechanische‹ (also: nicht kreative) Künstler galten, eine relativ

26 Becker, »Kreativitätskritik«, 102.

27 Ebd., 92 f.

geschützte Position: Sie mussten ein direktes Eindringen akademisch ausgebildeter Künstler in ihre Domäne nicht unmittelbar fürchten.

Das Exklusivitätsproblem des Kunstfeldes, von dem Reckwitz spricht und das die gesellschaftliche Ästhetisierung im 19. Jahrhundert scharf begrenzt habe, verweist zwar auf ein reales Problem, muss aber anders gefasst werden – nämlich als berufliches Rekrutierungsproblem des Kunstgewerbes. Angesichts des Statusgefälles, das nicht nur gegenüber den älteren Akademien bestand, sondern das künstlerische Avantgarden mit ihrer doppelten Abgrenzung von den Akademien wie auch vom Kunstgewerbe sogar noch schroffer formulierten, konnte das Kunstgewerbe seine Arbeitskräfte nur schwer in ausreichender Qualität gewinnen. Seit dem frühen 19. Jahrhundert wurde es zunehmend schwieriger, Handwerker auf dem Niveau auszubilden, das die Akademien ihren Absolventen vermittelten. Das Kunstgewerbe konnte umgekehrt nur mit jenen ›Künstlern‹ rechnen, die im akademischen Feld wenig galten und dort keine tragfähige Position erlangen konnten.

Dieses Rekrutierungsproblem verschärfte sich in dem Maße, in dem die Margen, die man mit ästhetischer Gestaltung erzielen konnte, gering blieben – also je weniger die Käufer bereit waren, für kunsthandwerkliche Waren zu zahlen, und je weniger die Kunstindustriellen ihren Zeichnern zu zahlen bereit waren. Hier herrschten die gewinnsüchtigen und entsprechend ästhetisch anspruchlosen Kunstindustriellen. Wirtschaftliche Macht konnten sie gerade durch ästhetische ›Entleerung‹ behaupten. Sie gewannen das Spiel der Differenzen gerade dadurch, dass ›wirklich Neues‹ nicht nachgefragt und deswegen auch nicht produziert werden musste. Ästhetische Risiken sparten sie sich. Gleichzeitig waren sie auf eine entsprechend schwache berufliche Stellung der Gestaltenden angewiesen, wie sie für die Musterzeichner deutlich geworden ist.

Die Aufwertungsbemühungen der Kunstgewerbebewegung lassen sich in diesem Zusammenhang als ein Mittel verstehen, das Rekrutierungsproblem zu entschärfen. Indem neue berufliche Positionen entstanden, die es erlaubten, auch durch Angewandte Kunst Status und ein gesichertes Auskommen zu erlangen, wurde das Feld für qualifizierte Akteure attraktiver. Das Schöpferische wurde dabei explizit betont, aber eben nicht als eine auf Sonderbereiche des Künstlerischen reduzierbare Operation, sondern als eine allgemeine, die gegen ihre Abschöpfung geschützt werden sollte. Zugleich brachte diese Aufwertung jedoch neue Konkurrenzverhältnisse mit sich, die das Feld intern neu strukturierten.

Entscheidend ist, dass sich das kunstgewerbliche Rekrutierungsproblem eben nicht *prinzipiell* stellte, also nicht aus einer grundsätzlich unästhetischen, das Ästhetische auf ein Kunstfeld verengenden Moderne heraus. Verstehbar wird das, wenn man nicht allein gesellschaftstheoretisch operiert, sondern – entsprechend der oben formulierten Maßgabe – den

nationalen Vergleich und die Konkurrenz um gestalterisches Modernitätsprestige einbezieht. Den deutschen Zeitgenossen etwa schienen Kunst und Wirtschaft in ihrer Zeit gerade *nicht* prinzipiell getrennt; sie hielten dies nicht für einen gesellschaftsstrukturellen Zwang (im Sinne funktionaler Differenzierung), sondern für einen spezifisch deutschen Dünkel, der im Vergleich zu Frankreich und später insbesondere zu England besonders auffiel – Nationen, die man für weniger ›schlecht differenziert‹ hielt, in denen ästhetisches Urteilsvermögen weiter verbreitet schien und die deshalb auf dem kunstgewerblichen Statusmarkt die modernsten und erfolgreichsten waren. Das Problem war, mit anderen Worten, ein relatives: Es ergab sich aus der Beobachtung eines Rückstands gegenüber konkurrierenden Volkswirtschaften, nicht aus einer entästhetisierten Moderne.

Der Perspektivwechsel von der Kunstautonomie zur Autonomie künstlerischer Berufe macht deutlich, dass die Ästhetisierung der Warenwelt vor der Mitte des 20. Jahrhunderts vor allem deshalb theoretisch unsichtbar blieb, weil die Berufsgruppe, die sie bewirkte – die Musterzeichner, Dessinateure und Entwerfer –, zumal in Deutschland, zu schwach war. Erst der Import des Modells des autonomen Künstlers in die Angewandte Kunst durch die Reformbewegung, später den Werkbund, konnte das ändern und die erhofften ästhetischen Innovationen tatsächlich bewirken. Mit dem Bauhaus gelang es schließlich sogar, Frankreich hinsichtlich des globalen Modernitätsprestiges der Gestaltung zu überflügeln. In diesem Sinne scheint es sinnvoll, wie Hannes Krämer vorgeschlagen hat, von der Frage nach Kunstautonomie ›an sich‹ hin zu einem eher zusammengesetzten Begriff von Autonomie zu wechseln, der auch die Frage zulässt, inwiefern Teilelemente dieser Autonomie im Zuge von Professionalisierungsbestrebungen in künstlerische Berufe aller Art importiert werden.²⁸

Künstlerkritik als Markthandeln

Mit der Perspektive auf die moderne Involutionsgefahr, die (nationale) Konkurrenz um die Antworten darauf und die Spannung, die sich dabei zwischen Kunst und Gewerbe ergab, ist auch eine andere Einschätzung der künstlerisch inspirierten Kritik an Wirtschaft und Gesellschaft verbunden, wie sie in den gegenwartsdiagnostischen Ansätzen verbreitet ist. Sowohl Boltanski als auch Reckwitz behaupten, die Kritik an den Folgen von Rationalisierung und Industrialisierung habe erst im späten 20. Jahrhundert strukturelle Wirkung gezeitigt. Boltanski und Chiapello sprechen von einer »Künstlerkritik« am alten »Geist des Kapitalismus«, der sich in

28 Hannes Krämer, »Ästhetische Importe: Die Bedeutung künstlerischer Autonomie für die ökonomische Praxis«, in *Autonomie der Kunst?*, hg. von Uta Karstein und Nina Tessa Zahner (Wiesbaden: Springer, 2017), 213–237.

»detaillierter Planung, rationaler Organisation von Raum und Zeit und einem nahezu zwanghaften Produktionsstreben um der Produktion willen« ausdrückte.²⁹ Diese lange Zeit vergeblich vorgetragene Form der Kritik habe sich im späten 20. Jahrhundert durchgesetzt und die alte »Sozialkritik« abgelöst, die Solidarität, Sicherheit und Gleichheit forderte.

Aus der hier entwickelten Perspektive ergibt sich jedoch ein anderes Bild. Wie im vorigen Abschnitt gezeigt, war eine wirtschaftliche Sensibilität für das Ästhetische historisch durchgängig bedeutsam – und Künstler, die Kritik formulierten, taten dies nicht losgelöst vom wirtschaftlichen Geschehen, sondern als Produzenten, die sich in einem veränderten Umfeld zu positionieren hatten.

Dass Künstlerkritik also stets auch eine Art Markthandeln war, hat Erlin für die Weimarer Avantgarde um 1800 nachgewiesen. Die Kritik der Künstler war hier unmittelbar mit dem Bestreben verbunden, von ihren Verlegern besser behandelt zu werden. Sie wollten keine reinen Textproduzenten der »literarischen Fabrik«³⁰ sein, deren Vergütung von den Verkaufszahlen – und damit von wechselhaften Moden – abhing, sondern eigenständige Autoren, deren Werke den Wert der Kunst beanspruchen konnten. Künstlerkritik war hier also, zugespitzt formuliert, ein Instrument, das einen innengeleiteten Geschmack bei Verlegern wie Publikum stimulieren und damit die Möglichkeit »wahrer Kunst« in der Marktgesellschaft (und auch außerhalb der entrückten Akademien) sichern sollte. Der Erfolg dieser Bemühungen zeigt sich in der Entstehung eines Segments der Hochliteratur neben der einfachen, der Mode folgenden Massenware.

Dieses Muster, durch Kritik am modisch orientierten Geschmack anspruchsvollere Marktsegmente zu schaffen, prägte auch die geschmackspolitischen Initiativen. Immer wieder finden sich Verfalls- und Entfremungsdiagnosen – eine nur noch äußerliche »Zivilisation« (statt »Kultur«) – die geschmackspolitische Investitionen rechtfertigten. »Museum«, »Handwerk« und »Technik« waren ihrerseits *kritische* Programme.

Praktisch bedeutete dies eine Abkehr vom kunstgewerblichen Modemarkt, auf dem man mit den gerade angesagten Formen arbeitete, und eine Hinwendung zu einem geschmacklich gehobenen Statusmarkt, auf dem »Autorendesign«³¹ entstehen konnte. Auf diesem verständigten sich nicht die Nachahmer, sondern die Führenden der Gestaltung und ihre Kunden. Die Preise konnten hier höher sein, weil man eben nicht die Arbeit proletarisierter Musterzeichner bezahlte, sondern die freier und namhafter Formkünstler, die sich wie Muthesius oder van de Vel-

29 Boltanski und Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus*, 82.

30 Niels Penke, »Bedrohungsszenarien und routinierte Praktiken: Anonymität und Autorschaft in der »literarischen Fabrik««, *Publications of the English Goethe Society* 88, Nr. 3 (2019): 129–149.

31 Schneider, *Design – eine Einführung*, 168.

de ja selbst durch ihre unablässige Kritik an Wirtschaft und Gesellschaft positionierten.

Mit der Reformbewegung des späten 19. Jahrhunderts wurde dieser Markt durch die gestaltungsgetriebenen kunstgewerblichen Unternehmen konsolidiert und professionalisiert. Mit Blick auf die *Economy of Qualities* war die Gesellschaftskritik eines William Morris keineswegs vergeblich. Sie war eine innovatorische Kraft, deren gestalterische Impulse nicht nur das Prestige ›englischer Gestaltung‹ in der Welt sicherten, sondern auch von der Kunstindustrie dankbar aufgenommen und in die Breite getragen wurden. Über Geschmackspolitiker wie den von der englischen Bewegung beseelten Muthesius wurden sie zur Inspiration für ambitionierte gewerbliche Bildungsreformen.

In Deutschland nahmen die führenden Köpfe der neuen Bewegung nach der Jahrhundertwende leitende Positionen an den Reformkunstschulen ein oder gelangten – wie Behrens – sogar an die Spitze eines Industriekonzerns. Ihre Kritik wurde nicht nur in der breiten Öffentlichkeit diskutiert, sondern gerade auch in den höchsten Kreisen der Gesellschaft, im mindestens kulturpolitisch weiterhin so wichtigen Adel, in den Wirtschaftsministerien – und politisch in Gestalt von Reformprogrammen umgesetzt. Die wirkungsvollste Kritik an der »Mechanisierung der Welt« kam – daran sei noch einmal erinnert – von Walther Rathenau, einem der wichtigsten Industriekapitäne des Deutschen Reiches.³²

Gegen eine solche Deutung der Rolle der Künstlerkritik im 19. und frühen 20. Jahrhundert mag man das Argument anführen, dass diese Kritik nur instrumentell gebraucht wurde. Dagegen spricht, dass die Künstlerkritik für die neuen gestalterischen Optionen, die sich mit dem Museum, dem Handwerk oder der Technik verbanden, *notwendig* war – nicht nur als Legitimationsressource, sondern als Bedingung ästhetischer Innovation. Es ging um Formen, die anders nicht zu erreichen waren, die ästhetisch eigenständig waren und damit in der *Economy of Qualities* hervorstechen konnten. »Besser wird bezahlt, was die anderen nicht nachmachen können, auch wenn sie wollen; was sie aus gewissen Gründen nicht fertigbringen. Besser bezahlt werden die Stücke, wo Liebhaberwerte drinstecken«, so Naumann.³³ Solche »Liebhaberwerte« konnte die Industrie selbst nicht schaffen.

Auch wenn ›Avantgarde‹ zweifelsohne immer wieder ›Gegenkultur‹ war, ist hier ein anderes Bild in den Blick gekommen. Versteht man sie als ästhetische Bewegungen, die in ihren Absichten nicht geschlossen waren, sieht man auch jene Teile, die immer wieder Anschluss in Politik und Wirtschaft suchten und fanden. Sieht man in der von ihr formulierten Kritik nur eine Vorbotin der Gegenwart, marginalisiert und verkennt

32 Rathenau, *Zur Kritik der Zeit*.

33 Naumann, *Werkbund und Weltwirtschaft*, 110.

man die wirtschaftliche Bedeutung, die sie *in* ihrer Zeit hatte. Diese erklärt sich einmal mehr aus der Konkurrenz in der *Economy of Qualities*.

Der kritische künstlerische Gedanke des ›Schöpferischen‹ ließ sich problemlos auf die wirtschaftliche Produktion übertragen und war immer dann opportun, wenn bestimmte gesellschaftliche Koalitionen Eigenständigkeit oder gar eine Führungsrolle für die deutschen Gewerbe in Fragen der Gestaltung anstrebten. In diesem Sinne gab es also auch ›Avantgarde im Staatsdienst‹, die immer wieder für Übergangsmomente zwischen Kunst, Politik und Wirtschaft sorgten und deren Bedeutung soziologisch bisher kaum systematisch erfasst, geschweige denn verstanden ist.

Eine spezifische Frage betrifft somit das genaue Verhältnis von Avantgarde und Staat. Wenn Luhmann etwa behauptet, beim Bauhaus handele es sich ebenso wie bei den Prä-Raphaeliten oder dem Blauen Reiter »nicht um formale Organisationen«, sondern um lose Gruppierungen, in denen »Gleichgesinnte sich zusammenfinden und fehlenden Außenhalt durch Selbstbestätigung in der Gruppe ersetzen« könnten,³⁴ so stimmt das nur halb. Denn neben dem Künstlerzirkel war das Bauhaus eben doch zugleich eine formale Organisation, mit öffentlicher Finanzierung und öffentlichem Auftrag. Bloße innere Selbstbestätigung reichte daher nicht aus und kann nie ausreichen, bleibt Gestaltung doch eine heteronome Kunst. Wie genau aber diese Heteronomie aussieht, wo sie unmittelbar scheitert, wo sie – wie im Bauhaus – zumindest vorübergehend gelingt und wie sie langfristig wirkt, ist genauer zu klären.

Nur angesichts dieser Verschränkungen lassen sich umgekehrt die von Becker notierten Abwehrbewegungen des Surrealismus gegen das künstlerische Schöpfertum erst recht verstehen. ›Schöpferisch‹ wollten sämtliche involutionsgeängstigten Eliten in Politik, Wirtschaft und Kultur des deutschen *Fin de Siècle* sein. Während manche Teile der Avantgarde ihnen dafür die Imaginationen von ›Handwerk‹, später ›Technik‹ anboten und dadurch eine neue berufliche Autonomie in der Angewandten Kunst erstritten, verweigerten sich andere – und mussten zur Rekonstruktion ›reiner‹ künstlerischer Autonomie den derart korrumpierten Gedanken des künstlerischen Schöpfertums ganz aufgeben. So entstanden zwei alternative Wege der Künstlerkritik: der eine zielte auf die Bereitstellung gestalterischer Imaginationen für Wirtschaft und Politik, der andere auf die Verweigerung jeder solchen Indienstnahme.

Nimmt man dieses Ergebnis ernst, muss die von Boltanski und Chiapello zu Recht betonte Bedeutung der Kritik für die Entwicklung des Kapitalismus schärfer formuliert werden. Der Grund für die Notwendigkeit von Kritik liegt darin, dass ›der Kapitalismus‹ hinsichtlich der Werte, die er schafft, kein integriertes System bildet. Mit Blick auf die *Economy of Qualities* gibt es vielmehr einen Zwang zur Konkurrenz, in der man sich

34 Luhmann, *Die Kunst der Gesellschaft*, 271.

durch Kritik von anderen absetzen kann – sei es von anderen Formen, anderen Unternehmen oder anderen Nationen. Erst wenn man dies berücksichtigt, kann man die konkreten historischen Bedingungen, unter denen Wertewandel stattfindet, richtig einschätzen.

Das Zusammenspiel von Position und Imagination

Aus dieser Sichtweise folgt auch die Möglichkeit, das Verhältnis von positionalem und imaginativem Wert, mit dem hier gearbeitet worden ist, genauer zu bestimmen. Der Anschluss an die gegenwartsdiagnostischen Ansätze erfolgte, weil sie den Eigenwert des Ästhetischen gegenüber seinem bloßen Distinktionswert betonen – was die Abkehr von Veblen und Bourdieu begründet. Wenngleich der imaginative Wert im Zentrum stand, hat sich gezeigt, dass sich seine Vermehrung nicht aus dem positionalen Wert ableiten lässt. Vielmehr wurde immer wieder eine ko-konstitutive Beziehung zwischen gesellschaftlicher Ästhetisierung und der Dynamisierung der Prestigeordnung sichtbar. Imaginative Werte machten durch ihre ›versetzte Bedeutung‹ (McCracken) alternative soziale Ordnungen erfahrbar, die zwar ›fiktiv‹, durch die symbolisierten Artefakte aber auch ›real‹ sind. Durch solche Vorstellungen einer alternativen Ordnung ergeben sich also neue Positionierungschancen.

Dass sich sowohl Boltanski und Esquerre als auch Beckert in ihrer Abgrenzung von Bourdieu auf den ›Eigenwert‹ ästhetischer Erfahrung berufen – etwa den einsam genossenen Wein im Keller oder das innerliche Versetztwerden in ferne Länder³⁵ –, überzeugt deshalb nur begrenzt: Beides ist mit Bourdieus Habituskonzept durchaus kompatibel. Der Unterschied liegt weniger in der Identifikation imaginativer Werte als in der Einschätzung ihrer sozialen Funktion, die bei Bourdieu in der *illusio* aufgeht. Die hier vorgeschlagene Lösung bestand im Hinweis auf die allgemeine Instabilität symbolischen Werts, die sich im offenen Streit um die Zurechnung auf Imagination oder Position ausdrückt.

Möglich ist dies, weil der imaginative Wert – im Unterschied zum positionalen – gerade nicht auf Verknappung zielt. Wird ein Ding wegen seines positionalen Werts konsumiert, geht es darum, dass andere es nicht haben oder seinen Wert nicht zu schätzen wissen. Wird es dagegen wegen seines imaginativen Werts konsumiert, mindert es diesen nicht, wenn

35 Beide bemühen als Beispiel für den Eigenwert des Ästhetischen den Wert besonderen Weines. Im einen Fall geht sein Wert deswegen über Distinktion hinaus, weil er oft in Weinkellern lagert, die kaum jemandem gezeigt werden (vgl. Boltanski und Esquerre, *Bereicherung*, 93); im anderen, weil der Wein durch seinen Genuss innerlich an vergangene Zeiten oder in ferne Länder versetzt (vgl. Beckert, »The Transcending Power of Goods«, 114).

andere ebenfalls etwas mit diesem Wert besitzen. Indem man künstlerisch gestalteten Dingen einen imaginativen Wert zuschreibt (oder abspricht), verändert man also indirekt ihren positionalen Wert.

Dieser Zusammenhang lässt sich bereits in der Renaissance beobachten: Durch die Versetzung der Kunst in die Antike und durch die religiöse Rechtfertigung des Luxus wurde die Kunst zu einem kultivierten, tugendhaften Luxus umgedeutet. Der imaginative Wert ermöglichte auf diese Weise die Vermehrung des Luxus an den Höfen und in den Städten. Theoretisierung und Lobpreisung der Kunst förderten eine Nachfrage nach Dingen mit imaginativen Qualitäten, die Künstler oder Kunsthandwerker massenhaft bedienen konnten.

Geschmackspolitik ist entsprechend als Versuch zu verstehen, indirekt auf die positionale Ordnung einzuwirken. Denn mit dem modernen Konsum war die ständische Verbindung von Position und Imagination aufgehoben worden. Während Konservative auf die Wiederherstellung der vormaligen positionalen Ordnung zielten, indem sie die »Lust der Augen und der Einbildungskraft« (Süßmilch) geißelten, und Liberale die symbolische Unordnung als Begleiterscheinung des wachsenden Wohlstands hinnahmen, suchte die Geschmackspolitik nach alternativen symbolischen Ordnungen, die weder ständisch noch einfach pluralistisch waren. Das antike Griechentum sollte den aufgeklärten Adel mit dem Bürgertum auf »Patriotismus« verpflichten. Mit »altdeutschem« Geschmack, insbesondere gotischen Formen, versuchte man wenig später, ein »deutsches Volk« gestalterisch zu formen.

Auch die Konkurrenz der Register der Imagination folgte diesem Muster der Umdeutung. Im historistischen Universum bildete das Museum die geteilte Welt. Mit der allgemeinen Entwertung der musealen durch die handwerkliche Imagination wurde es dann möglich, den Gestalter nicht mehr als jemanden vorzustellen, der aus einem historischen Fundus der Formen schöpft, sondern als Erfinder. Damit wurde die symbolische Ordnung im Kunstgewerbe neu strukturiert; die Distinktionsmöglichkeiten der musealen Formen verfielen angesichts der Unterscheidung zwischen dem »Alterthümer« und dem »Modernen«.

Eine solche Neuformatierung des symbolischen Spielfeldes erfolgte auch durch die Etablierung der technischen Imagination. Indem sie den Gestalter vom Künstler zum kulturellen Führer der Industriegesellschaft umdeutete, reagierte sie auf symbolische Verflüssigungen, die mit dem Machtverlust des Bildungsbürgertums und dem Bedeutungszuwachs der Industrie einhergingen.

In der Konkurrenz um den Wert der Form ging es also nicht nur um die Führungsrolle in Fragen des Geschmacks, sondern eben auch um den imaginativen Horizont, vor dem sich überhaupt erst feststellen ließ, wer den Anspruch auf Geschmacksführerschaft erheben konnte. Eine stabile symbolische Ordnung, die Position und Imagination dauerhaft

aufeinander bezogen hätte, gab es nicht. Statt klarer Spielregeln ermöglichen die verschiedenen Register der Imagination vielmehr ein ständiges *shifting the goalposts* des modernen Geschmacks.

Im Sinne dieser Verflüssigung der symbolischen Ordnung ist auch die weiter oben angesprochene Neupositionierung der alten gegenüber den neuen Industriestaaten zu verstehen. Teil der ›postindustriellen‹ Umdeutung wirtschaftlicher Stärke ist die Musealisierung des industriellen Erbes, die die westlichen Staaten als Mutterländer der Industrialisierung hervorhebt. Die nachholenden Industrienationen mögen technisch ›moderner‹ sein – symbolisch aber lassen sie sich durch diese Umdeutung als unkreative ›Nachahmer‹ des Westens herabstufen. Die musealisierende Ästhetisierung des Industriellen erneuert also letztlich die kulturelle Führerschaft westlicher Nationen, indem sie das Industriezeitalter symbolisch mit den alten Industrienationen verbindet, und zwar als ›Welterbe‹ von universeller kultureller Bedeutung, wie sich exemplarisch am Fagus-Werk von Gropius zeigt, das 2011 den Welterbestatus erhielt.³⁶

Der Übergang zum Warenkonsum ist dabei fließend. Europäische Hersteller etwa stehen vor dem Problem, dass neue Konkurrenten ihre Produkte imitieren und zudem eigene, technisch mitunter überlegene Waren zu günstigeren Preisen anbieten. Ihr Führungsanspruch kann sich also immer weniger auf technische Überlegenheit und das damit verbundene Prestige stützen (vom Produktionsvolumen ganz zu schweigen). Umso wichtiger wird es für sie, symbolische Wettbewerbsvorteile zu nutzen, die von der neuen Konkurrenz nicht nachgeahmt und so schnell nicht eingeholt werden können.

Vor diesem Hintergrund haben westliche Hersteller in den vergangenen Jahrzehnten viel in die Musealisierung ihrer eigenen Geschichte investiert. Wie die Nationen verwerten sie ihr Erbe, um sich von der neuen, ›geschichtslosen‹ Konkurrenz abzugrenzen. Auch hier zeigt sich also ein *shifting the goalposts*, indem die etablierten Hersteller aktiv auf die imaginative Ordnung der globalen *Economy of Qualities* einzuwirken versuchen, damit ihre musealen Investitionen auch in Markterfolg resultieren. Die Register der Imagination des 19. Jahrhunderts sind mithin zu einem selbstverständlichen Teil des Konsums geworden. Wann und wo sie zum Einsatz kommen, hängt von den Konkurrenzverhältnissen und der eigenen Wettbewerbsposition ab – von der Möglichkeit, diese symbolisch zu manipulieren.

Entgegen der Darstellung von Boltanski und Esquerre steht die Musealisierung also nicht grundsätzlich im Widerspruch zur Massenproduktion.

36 Insofern geht es bei einer solchen Singularisierung *selbstverständlich* um ›Allgemeines‹. Vgl. Hilmar Schäfer, »›Outstanding universal value‹: Die Arbeit an der Universalisierung des Wertvollen im UNESCO-Welterbe«, *Berliner Journal für Soziologie* 26, Nr. 3–4 (2016): 353–375.

Sie ist vielmehr als eigenständige symbolische Wertproduktion zu verstehen, hier geleistet durch das kulturelle Personal westlicher Hersteller, mit der die eigene Position kulturell manipuliert wird. Da es um Symbolisches geht – die Marke –, lässt sich das Prestige des Musealen auf alle möglichen Dinge übertragen. Es geht also wie schon im 19. Jahrhundert um die symbolische Anreicherung neuer durch alte Dinge. Auch wenn man dieser Musealisierung einen instrumentellen Charakter attestieren kann, weil sie sich im Preis und damit im Prestige niederschlägt, bleibt die (museale) Arbeit am symbolischen Wert etwas anderes als Distinktion.

Die »doppelte Hermeneutik« einer Soziologie der Gestaltung

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die hier in den Blick gekommenen ästhetischen Produzenten zwischen Kunst und Wirtschaft zugleich als Produzenten jener Kultur zu verstehen sind, die ihren Werken Wert verleiht. Egal ob Dinge durch ihre Gestaltung nostalgisch, futuristisch oder einfach zeitgemäß wirken: Immer werden bestimmte Bilder von Gesellschaft transportiert. Wo immer es auf imaginative Werte ankommt, sind Gestaltende bestrebt, die jeweils gültige symbolische Ordnung aufzurufen oder zu ihren Gunsten zu verschieben.

Anthony Giddens hat dafür den Begriff der »doppelten Hermeneutik« geprägt: Sozialwissenschaftliche Begriffe beschreiben nicht einfach eine unabhängig von ihnen bestehende Wirklichkeit. Die soziale Welt ist immer schon eine interpretierte Welt. Die »handelnden Laien«, so Giddens, sind ihrerseits »Sozialtheoretiker, deren Theorien jene Handlungen und Institutionen zu konstituieren helfen, die den Gegenstand der Untersuchungen von spezialisierten Beobachtern bzw. Sozialwissenschaftlern bilden. Es lässt sich keine klare Trennungslinie zwischen den von handelnden Laien angestellten informierten soziologischen Reflexionen und ähnlichen Bemühungen von seiten der Spezialisten ziehen. Zwischen der Sprache der Sozialwissenschaft und der Sprache der sozialen Praxis besteht deshalb ein unaufhörlicher Austausch, der beide Seiten verändert.«³⁷

Die imaginativen Werte, die hier in den Blick gekommen sind, stellen einen besonders heiklen Fall doppelter Hermeneutik dar – und zwar in zweifacher Hinsicht. Zum einen, weil die Geschichte moderner Gestaltung zeigt, dass vermeintlich rein analytische Gesellschaftsbeschreibungen regelmäßig als ästhetische Programme wirksam wurden. Zum anderen, weil umgekehrt die Selbstbeschreibungen der Gestaltenden immer

37 Anthony Giddens, *Die Konstitution der Gesellschaft: Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*, 3. Aufl. (Frankfurt am Main: Campus, 1997), 47.

wieder die Begriffe und affektiv aufgeladenen Vorstellungen vorwegnahmen, die später als soziologische Theorie auftraten.

Ein Grundgedanke der Darstellung war, dass sich ›moderne‹ Gestaltung durch eine besondere Affinität zur Ablösung der Form von der handwerklichen Herstellung und, damit verschränkt, durch ihre Theoretisierung auszeichnete. Damit entstand ein Modus formaler Innovation, der sich von jenem unterscheidet, der theorieloser, durch Erfahrung und iterative Aneignung stattfindet: gezielt, durch ›gelehrte‹ Herstellung von Distanz zur eigenen Sinnlichkeit ermöglicht – ein qualitativ neuer Modus formaler Erneuerung. Gestaltung wird reflexiv, und gerade in dieser Reflexivität ist sie auf Deutungen der gesellschaftlichen Wirklichkeit angewiesen, die sie zugleich mitproduziert.

Die daraus resultierende Prekarität der Grenzziehung soziologischer Theorie gegenüber ihrem Gegenstand trat an den verschiedensten Stellen hervor. Überlegungen wie jene Campbells oder im Anschluss daran Beckerts zur Bedeutung der Imagination für die Unendlichkeit wirtschaftlicher Expansion waren nicht erst Entdeckungen der modernen Soziologie, sondern wurden ab dem 18. Jahrhundert selbst im Medium der Theorie formuliert. Soziologische Theorien sind in diesen Fällen Neuerfindungen oder Wiederentdeckungen, so wie McCracken gezeigt hat, dass die Grundeinsichten des professionellen Marketings und der Reklame in der Frühen Neuzeit vorweggenommen wurden und vorweggenommen werden *mussten*, weil Pioniere wie Wedgwood ohne solche ›Ethnotheorien‹ des Konsums nicht in der Lage gewesen wären, ihre Arbeit derart erfolgreich zu tun.³⁸ ›Theorie‹ ist notwendiger Teil des Gegenstandes. Das Gleiche gilt für die hier als Geschmackspolitik bezeichneten Bemühungen vom späten 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert, die auf Theorien darüber ruhten, wie Ästhetik mit Wirtschaft und Gesellschaft zusammenhing.

Dies zeigte sich auch in den Debatten um den ästhetischen Gehalt der Form, in denen der Übergang zur Wissenschaft fließend war. Die

38 McCracken, *Culture and Consumption*, 18: »When Wedgwood glimpsed and exploited the trickle-down effect he began a process that has contributed mightily to the consumer revolution. He began the process by which the manufacturer (and later the marketer) made themselves the students of social phenomena that were not otherwise studied. These ›market ethnographers‹ watched for patterns and regularities in the highly dynamic circumstances of the eighteenth century, turning what they learned into the instruments of marketing. The application of this knowledge then fed back into the dynamism of the situation and created even more dramatic changes. It can be argued that this ›participant observation‹ anticipated the scholarly and interventionist undertakings of the social sciences in some cases by hundreds of years. This new attention to and manipulation of the regularities of society helped to propel the West forward and create new and more intimate connections between consumption and culture.«

museale Imagination wurde von der Archäologie getragen, die durch wissenschaftliche Erforschung der Vergangenheit ein theoretisch avanciertes Bild der Gegenwart entwarf, woraus sich auch leitende Ideale für die Gestaltung ableiten ließen. Die handwerkliche Imagination ruhte auf Theorien menschlicher Kreativität, formuliert zunächst von der Arts-and-Crafts-Bewegung, aber durch Personen wie John Dewey dann auch akademisch ausgearbeitet, bis in die Soziologie hinein. Am offensichtlichsten war die Rolle soziologischer Gegenwartsdiagnosen bei der Produktion technischer Imagination. Indem sie um 1900 die kommende industrielle Massengesellschaft theoretisierten, lieferten sie der ›sachlichen‹ Gestaltung die Begründung für die kulturelle Notwendigkeit der ornamentlosen Form. In jedem dieser Fälle gingen Gesellschaftsbeschreibungen in die ästhetische Praxis ein und wurden dort zu gestaltungsleitenden Tatsachen – genau jene Rückkopplungsschleife, die Giddens als doppelte Hermeneutik beschrieben hat.

Gerade weil die Begriffe, mit denen man sich ein Bild der Vergangenheit macht, selbst Teil dieser Vergangenheit sind, ist Vorsicht geboten: Wo treffen ›Massenproduktion‹, ›Fordismus‹ oder ›klassische Moderne‹ reale Strukturmerkmale, und wo evozieren sie bloß suggestive ästhetische Vorstellungen? Was bedeutet es, dass die Ästhetik der industriellen Massenproduktion, mit der das Bauhaus Weltruhm erlangte, in primitiven handwerklichen Werkstätten entstand? Wie ist es zu bewerten, dass zeitgenössische Beobachter wie Hartlaub Anfang der 1930er Jahre die Dominanz der ›technischen Formen‹ nicht für einen Ausdruck ihrer Zeit, sondern für eine vorübergehende Mode hielten und eine baldige Wiederkehr der Liebe zum Handwerklichen erwarteten? Welche Rolle spielten in diesem Zusammenhang die Weltkriege, die nicht nur einen Industrialisierungs- und Organisierungsschub der Wirtschaft erzwangen, sondern in Europa auch weite Teile der Bevölkerung in Armut stürzten, sodass diese sich zwangsläufig an einfache industrielle Massenprodukte zu gewöhnen hatten? Oder, bezogen auf die letzten Jahrzehnte: Warum stammt der Begriff ›Postmoderne‹ ausgerechnet aus der Architektur? Jede dieser Fragen verweist auf den Umstand, dass ästhetische Epochenbegriffe nicht nur Phänomene bezeichnen, sondern sie mit hervorbringen, und dass sie deshalb nicht unkritisch als Beschreibungskategorien übernommen werden können.

Insofern versteht sich die Arbeit auch als Plädoyer für einen reflexiven Umgang mit soziologischen wie ›vernakulären‹ Gegenwartsdiagnosen. Die mit ihnen verbundenen Ästhetisierungen nicht ernst zu nehmen, verzerrt nicht nur das Bild der Vergangenheit, sondern auch das der Gegenwart. Genau dies ist hier versucht worden: die darauf fußenden Wertkonstruktionen weder naiv zu übernehmen noch zu entlarven, sondern ihren sozialen Sinn in seiner historischen Wirkmächtigkeit zu begreifen.