

I Die *Economy of Qualities*

1 Die soziale Barriere und ihre Überwindung

Auf jeder Cornflakes-Verpackung findet sich heute mehr bewusst gestaltete ›Kunst‹, als ein gewöhnlicher Haushalt noch vor wenigen Jahrhunderten sein Eigen nennen konnte. Die Geschichte, die in diesem Teil erzählt werden soll, ist eine solche ästhetischer Vermehrung: die Geschichte einer Wirtschaft, in der nicht Preis und Nutzen den Ausschlag geben, sondern ästhetische Werte – jene hier so genannte *Economy of Qualities*, in die auch die Vermehrungsgeschichte des Werts der Form eingelassen ist.

Bevor davon jedoch die Rede sein kann, gilt es zu klären, warum eine solche Perspektive in der Soziologie keineswegs selbstverständlich ist. Der Grund liegt, wie zunächst zu zeigen ist, im Zusammenwirken zweier Tendenzen. Auf der einen Seite schenkt die klassische Soziologie dem Ästhetischen kaum Beachtung: Entweder begreift sie es als Mittel der Distinktion, oder sie weist ihm differenzierungstheoretisch seinen Platz in der ›autonomen Kunst‹ zu. Auf der anderen Seite verengen neuere Ansätze, die dieses Defizit im Grundsatz beheben könnten, den Blick gegenwartsdiagnostisch, indem sie ästhetische Phänomene vornehmlich in der jüngsten Vergangenheit verorten – und so dem tieferliegenden Problem des Zusammenhangs von Ästhetik und Gesellschaft in der Moderne ausweichen.

1.1 Ästhetische Vermehrung als historisch-soziologische Leerstelle

Der erste klassische Zugang: Distinktion

Der erste klassische sozialwissenschaftliche Zugang zum Ästhetischen geschieht über eine Kritik: Der *hierarchisierende* Charakter ästhetischer Werte wird kritisiert, insofern diese diejenigen, die über sie verfügen – also etwa ästhetisierte Gegenstände besitzen oder in anderer Weise an ihnen teilhaben –, über diejenigen stellen, für die das nicht gilt. Der klassische Vertreter dieser Position ist Thorstein Veblen, der 1899 mit seiner *Theory of the Leisure Class* eine transhistorische Formulierung dieses gesellschaftlichen Strukturierungsprinzips vorlegte. Sein Grundgedanke war ein ›materialistischer‹: Positionen in der Gesellschaft verteilen sich danach, in welchem Maße jemand (nicht) für seinen Lebensunterhalt arbeiten muss. Wer in diesem Sinne über Überfluss verfügt, gehört nach Veblen zur ›leisure class‹ und behauptet diese Position, indem er anderen zeigt, eben diesen Überfluss zu haben, etwa durch *conspicuous consumption*, also durch Erwerb und Darstellung des Überflüssigen.

Veblen betont, dass dieser Überflusswert die verschiedensten sozialen Formen annehmen kann. Er kann sich in einem Überfluss an Personal ausdrücken, auch an Sklaven, in einem Überfluss an freier Zeit, aber eben auch in einem Überfluss an Dingen, die keinen Nutzen haben, sondern etwa ›schön‹ sind. Für die Möglichkeit *eigenständiger* ästhetischer Werte ist entscheidend, dass Veblen diese durchaus als Alternative zum rein pekuniären Vergleich verstand; auch »in the manifestation of moral, physical, intellectual, or æsthetic force« könne eine Möglichkeit zum Prestige liegen, das Gesellschaften gliedere. Das Problem sah Veblen allerdings darin, in welchem Maße sich solche Werte als eigenständige überhaupt erkennen ließen: »the comparison made in these respects is commonly so inextricably bound up with the pecuniary comparison as to be scarcely distinguishable from the latter [...] so that we frequently interpret as æsthetic or intellectual a difference which in substance is pecuniary only«.¹ Veblen ließ offen, unter welchen Bedingungen ›echter‹ ästhetischer oder intellektueller Wert zum Ausdruck kommen könnte.

Ein zweiter, nicht weniger einflussreicher Vertreter dieser kritischen Soziologie des Ästhetischen ist Pierre Bourdieu. Auch er setzt an der Hierarchisierung an, formuliert sie jedoch weitaus radikaler, indem er sie nicht als äußerlichen Unterschied begreift, sondern zum Strukturierungsprinzip der Gesellschaft überhaupt erklärt – einem Prinzip, das alle Mitglieder einer Gesellschaft ›verinnerlichen‹. Gegen Veblen hebt er hervor, dass es nicht allein um *conspicuous consumption* gehe, sondern um eine grundlegende Struktur ästhetischer Urteilskraft, denn »ein Unterschied [...] wird nur dann zum sichtbaren, wahrnehmbaren, nicht indifferenten, sozial relevanten Unterschied, wenn es von jemandem wahrgenommen wird, der in der Lage ist, einen Unterschied zu machen – weil er selber in den betreffenden Raum gehört und daher nicht indifferent ist und weil er über die Wahrnehmungskategorien verfügt, die Klassifizierungsschemata, den Geschmack, die es ihm erlauben, Unterschiede zu machen, Unterscheidungsvermögen an den Tag zu legen, zu unterscheiden«.²

Während Veblens Statussymbole ohne Gesellschaftstheorie auskommen, versucht Bourdieu genau das: ›Distinktion‹ als konstitutiv Gesellschaftliches zu begreifen. Bei Veblen wird die Gültigkeit ästhetischer Werte jenseits des Überflusswertes noch thematisiert – bei Bourdieu hingegen sind beide unauflöslich verschränkt. Gerade weil man durch einen bestimmten Geschmack ästhetische Dinge als solche wahrzunehmen vermag, nimmt man eine entsprechende Position im sozialen Raum ein.

- 1 Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class* (Oxford; New York: Oxford University Press, 2007 [1899]), 67.
- 2 Pierre Bourdieu, »Sozialer Raum, symbolischer Raum«, in *Praktische Vernunft: Zur Theorie des Handelns* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1998), 22 f.

Geschmack ist bei Bourdieu immer schon sozialer Sinn. Entsprechend versteht Bourdieu seine Soziologie der ›feinen Unterschiede‹ als eine »anti-kantianische ›Ästhetik‹«³, insofern die vermeintlich universelle Gültigkeit ästhetischer Urteile in Wahrheit ideologischen Charakter trage. Sie verschleierte die symbolische Macht ästhetisch gebildeter Klassen.

In dieser Traditionslinie wird die Bedeutung des Ästhetischen zwar nachdrücklich betont, zugleich aber als grundsätzlicher soziologischer *Verdacht* formuliert. Entweder drückt sich im Ästhetischen eigentlich eine soziale Differenz aus (Veblen), oder das Ästhetische ist selbst ein differenzierendes Prinzip der Gesellschaft und kann daher keinen Anspruch auf ›Reinheit‹ erheben (Bourdieu). Die Frage einer ästhetischen Vermehrung wird hier ausgeschlossen, weil ästhetischer Wert stets nur danach beobachtet wird, wie er einen Unterschied zwischen den einen und den anderen macht. Ästhetischer Vermehrung, etwa durch die Mode, muss deswegen immer wieder Verknappung, die Rekonstruktion der Hierarchie folgen.

Der zweite klassische Zugang: Differenzierung

Der zweite klassische soziologische Zugang zum Ästhetischen, die Differenzierungstheoretische Interpretation, wurzelt bereits in der frühen Sozialwissenschaft. Zunächst konzentriert sie sich auf die Wirtschaft: Ungeachtet ihrer theoretischen Differenzen richteten Karl Marx, Émile Durkheim und Max Weber den Blick gleichermaßen auf die Entfaltung einer ökonomischen Eigenlogik, sei es durch das Profitmotiv, die Arbeitsteilung oder die betriebliche Rationalisierung.⁴ Die ungeheure Dynamik der Moderne entsprang sozialer Vereinseitigung. Wirtschaftliche Expansion wurde möglich, weil in der ökonomischen Sphäre ästhetische Fragen – wie alle anderen auch – eben gerade *keine* Rolle mehr spielten.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde diese Perspektive weiter abstrahiert, bis hin zu System- (Niklas Luhmann) oder Feldlogiken (Pierre Bourdieu). Ebenso wie die Wirtschaft konzeptualisierten diese Ansätze nun auch die Kunst. In Anlehnung an Theorien ›autonomer Kunst‹⁵

3 Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1987), 81.

4 Vgl. Michelle Victoria Jackson, *The Division of Rationalized Labor* (Cambridge, Massachusetts; London: Harvard University Press, 2025).

5 Uta Kösser, *Ästhetik und Moderne. Konzepte und Kategorien im Wandel* (Erlangen: filos, 2006), 107 ff.; Uta Karstein und Nina Tessa Zahner, »Autonomie der Kunst? – Dimensionen eines kunstsoziologischen Problemfeldes«, in *Autonomie der Kunst?*, hg. von Uta Karstein und Nina Tessa Zahner (Wiesbaden: Springer, 2017), 1–48.

wurde sie als eigenlogische Sphäre beschrieben, die sich äußerer Wertsetzungen und fremder Indienstnahme – sei es durch Religion, Politik oder Wirtschaft – historisch zunehmend verweigerte.

Luhmann verstand Kunst als ein Funktionssystem, dessen spezifische Leistung darin bestand, im Medium der Wahrnehmung alternative Ordnungen sichtbar zu machen und so die Kontingenz der Welt erfahrbar werden zu lassen. Er konzipierte die Geschichte der Kunst als eine Geschichte der »Versuche, im Bereich des Möglichen mit zunehmenden Freiheitsgraden, mit zunehmender Distanz zu der sonst vorfindbaren Realität Ordnungsmöglichkeiten zu entdecken und zu realisieren«. ⁶ Die Autonomie der Kunst entstand für ihn, der klassischen Kunstgeschichte folgend, durch Distanz zu Religion, Politik und Wirtschaft. Andere gesellschaftliche Bereiche interessierten Luhmann nur als »Anlehnungskontext«, und auch nur, sofern sie dem Kunstsystem »ausreichende Wahlfreiheiten« ließen. ⁷ Entsprechend gebe es »nur wenige und eher lasche strukturelle Kopplungen zwischen Kunstsystem und anderen Funktionssystemen«. Da, wo eine Kopplung mit der Wirtschaft bestehe, auf dem Kunstmarkt, seien Kunstwerke eigentlich nur »Kapitalanlagen« oder »extrem teure Individualgüter«. ⁸

Bourdieu begriff Kunst als ein Feld, das über eine eigene Form von Kapital verfügt: symbolisches Kapital, das sich in künstlerischer Anerkennung bemisst und dessen Logik der des ökonomischen Kapitals geradezu entgegengesetzt ist. Er ging von der Ausdifferenzierung eines solchen Feldes im 19. Jahrhundert aus, in dem schließlich nur noch ein Kriterium galt: ästhetische Innovation. Im Unterschied zu Luhmann sah er unterschiedliche Grade von Autonomie und unterschied Pole *innerhalb* des Feldes, einen »autonomen Pol«, an dem rein künstlerische Maßstäbe dominierten, und einen »heteronomen Pol« der »kommerziellen Kunst«. ⁹ Auch wenn damit in der theoretischen Anlage mehr Möglichkeiten gegeben waren, insbesondere die von »viele[n] Zwischenschritten zwischen diesen beiden Polen« ¹⁰, so lag auch Bourdieus Fokus bei den autonomen Feldlogiken. Die »kommerzielle Kunst« am »heteronomen Pol« war für ihn eigentlich keine Kunst, und er fürchtete ein Übergreifen der wirtschaftlichen Feldlogik auf die künstlerische. Das Verhältnis

6 Niklas Luhmann, *Die Kunst der Gesellschaft* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995), 232.

7 Ebd., 256.

8 Ebd., 391.

9 Pierre Bourdieu, *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999), 345.

10 Thomas Becker, »Kreativitätskritik, der Joker eines naiven Soziologismus der Kunst«, in *Kreative Zerstörung: Über Macht und Ohnmacht des Destruktiven in den Künsten*, hg. von Wolfgang Bergande (Wien: Böhlau, 2017), 87–112.

zwischen den Feldern blieb ein Nullsummenspiel – Fragen gesellschaftlicher Ästhetisierung waren damit ausgeklammert.

Wie Christine Magerski gezeigt hat, drückt sich dieses theoretische Interesse auch in einer empirischen Vorliebe aus. Luhmann und Bourdieu seien in ihrer historischen Perspektive vor allem auf die ›Helden‹ der Kunstgeschichte konzentriert – auf die Romantiker und die Avantgarden des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts, sei es in der Malerei oder der Literatur.¹¹ Das zeige sich nicht zuletzt darin, dass sich weder Bourdieu noch Luhmann den Angewandten Künsten, der Reklame oder dem Design widmeten. Aufgrund dieser theoretischen Setzung und der damit verbundenen empirischen Vorauswahl blieb die Frage einer gesellschaftlichen Ästhetisierung durch Modernisierung – und damit auch ein Steigerungsverhältnis von Ökonomie und Kunst – weitgehend unterbelichtet.

Der gegenwartsdiagnostische Rezentismus

Erst in jüngster Zeit weitet sich die Perspektive wieder zugunsten der Frage nach dem Stellenwert des Ästhetischen für das Soziale überhaupt.¹² In diesem Zuge kommen auch die Angewandten Künste wie das Design in den Blick,¹³ flankiert von einer interdisziplinären Forschung zur kreativen Arbeit.¹⁴ Bisher ist daraus – mit wenigen Ausnahmen¹⁵ – aber weder eine systematische historisch-soziologische Forschung noch gar eine Revision der gesellschaftstheoretischen

11 Christine Magerski, »Avantgarde und Gesellschaftstheorie«, in *Avantgarde und Modernismus*, hg. von Wolfgang Asholt (Berlin: De Gruyter, 2014), 265–294.

12 Andreas Reckwitz, Sophia Prinz und Hilmar Schäfer, Hrsg., *Ästhetik und Gesellschaft: Grundlagentexte aus Soziologie und Kulturwissenschaften* (Berlin: Suhrkamp, 2015).

13 Stephan Moebius und Sophia Prinz, Hrsg., *Das Design der Gesellschaft: Zur Kulturosoziologie des Designs* (Bielefeld: transcript, 2012); Sophia Prinz, »Design aus kulturosoziologischer Perspektive«, in *Handbuch Kulturosoziologie*, hg. von Stephan Moebius, Frithjof Nungesser und Katharina Scherke (Wiesbaden: Springer, 2019), 289–303; Andreas Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2012), 177 ff.; Valentin Janda, *Die Praxis des Designs: Zur Soziologie arrangierter Ungewissheiten* (Bielefeld: transcript, 2018).

14 David Hesmondhalgh und Sarah Baker, *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries* (Hoboken: Taylor and Francis, 2013).

15 Uta Karstein, »Wider die ›entadelte Kunst‹ der Industrie?«, in *rerum religionum. Arbeiten zur Religionskultur*, hg. von Antje Mickan, Thomas Klie und Peter A. Berger (Bielefeld: transcript, 2019), 45–68; Uta Karstein, »Geschmackserziehung im ›Kitschzeitalter‹«, in *Wahrnehmung als soziale*

Beschreibung des historischen Zusammenhangs von Ökonomischem und Ästhetischem erwachsen.

Ein Grund dafür mag sein, dass das soziologische Interesse am Ästhetischen vor allem gegenwartsdiagnostisch geprägt ist. Um nur die prominentesten Vertreter zu nennen: Sowohl Andreas Reckwitz als auch Luc Boltanski diagnostizieren einen Strukturwandel, in dem ästhetischer Wert gesellschaftsstrukturierend wird.

Reckwitz versteht die Ästhetisierung der Gegenwart als Gegenbewegung zur Rationalisierung und zum »Affektmangel« der klassischen Moderne. Vorangetrieben von den gegenkulturellen Bewegungen der Nachkriegszeit, sei diese Dynamik, so Reckwitz, mit den großen »Kreativindustrien« selbst gesellschaftsstrukturierend geworden und habe sich zu einem umfassenden »Kreativitätsdispositiv« verdichtet.¹⁶ Diesen Gedanken weiterführend hat Reckwitz mit dem Begriff der »Singularisierung« einen allgemeinen kulturellen Prozess der »Valorisierung« des Besonderen beschrieben, den er als Bruch mit der »organisierten Moderne« und ihrer Orientierung am »Allgemeinen« begreift.¹⁷ Das drücke sich gerade auch in der Dingwelt aus: weg von Funktion, hin zu Ästhetik.¹⁸

Mit einer politischeren Stoßrichtung argumentieren Boltanski und Ève Chiapello, dass traditionelle Werte und Arbeitsstrukturen durch flexible und individualisierte Praktiken ersetzt worden seien – ein »neuer Geist des Kapitalismus«, in dem Kreativität, Selbstverwirklichung und Flexibilität zentrale Werte seien.¹⁹ In dem zusammen mit Arnaud Esquerre verfassten Buch *Bereicherung* wird diese These im Hinblick auf die kulturelle Produktion von Werten weitergeführt. Ob in Kunst und Antiquitäten, Luxusgütern, erlesenen Weinen, ›handwerklich‹ Hergestelltem oder dem Tourismus in Kulturerberegionen – in allem sehen die Autoren Ausdrucksformen eines neuen Kapitalismus, der nicht mehr auf die Herstellung industrieller Massenprodukte, sondern auf die ästhetische An-

Praxis, hg. von Christiane Schürkmann und Nina Tessa Zahner (Wiesbaden: Springer VS, 2021), 111–132.

16 Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*.

17 Andreas Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne* (Berlin: Suhrkamp, 2017).

18 Dem folgen auch Stephan Moebius und Sophia Prinz, »Zur Kultursoziologie des Designs: Eine Einleitung«, in *Das Design der Gesellschaft: Zur Kultursoziologie des Designs*, hg. von Stephan Moebius und Sophia Prinz (Bielefeld: transcript, 2012), 10. Sie stellen die »ornamentlose funktionalistische Maschinenästhetik« einer »postfordistischen Konsumkultur« gegenüber, »die im Wesentlichen auf der Ausdifferenzierung der Lebensstile und einer ständigen ästhetischen Innovation« beruhe.

19 Luc Boltanski und Ève Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus* (Konstanz: UVK, 2003).

reicherung bereits vorhandener Dinge mit einer bestimmten Geschichte oder lokalen Besonderheit zielt.²⁰

Was diese Ansätze theoretisch auszeichnet, ist eine doppelte Abgrenzung. Zum einen richten sie sich gegen die genannten Distinktionstheorien. Reckwitz betont in Abgrenzung zu Gerhard Schulzes »Erlebnisgesellschaft« und Pierre Bourdieus »feinen Unterschieden«, dass sich der »singularistische Lebensstil zugleich auf den beiden Ebenen von subjektivem Erleben/Wert und sozialem Prestige« bewege, »die sich nicht kurzerhand gegeneinander auflösen lassen«.²¹ Dass Distinktion stattfindet, wird nicht geleugnet – wohl aber betont, dass die beobachteten Phänomene eine davon *unabhängige* Dynamik hätten.

Boltanski und Esquerre argumentieren ähnlich: In klassischen soziologischen Ansätzen werde der Wert »auf die eine Dimension des Prestiges oder der sozialen Distinktion reduziert«, während der »Standpunkt des Anbieters, der seine Produkte differenzieren muss, um konkurrenzfähig zu werden, unterschätzt oder gar nicht berücksichtigt« werde.²² Gegen Veblen heben sie den Fall des privaten Weinkellers hervor, in dem Waren »häufig gehortet, ohne den Blicken der anderen dargeboten zu werden, akkumuliert, um konserviert und gelegentlich einsam betrachtet zu werden«.²³ Ihren Begriff der »Bereicherungsökonomie« verstehen sie explizit in Abgrenzung von der sich auf Bourdieu beziehenden Vorstellung einer »symbolischen Ökonomie« – gerade mit dem Argument, dass mit dem Begriff des »Symbolischen« die materielle Eigenständigkeit des Werts nicht angemessen erfasst werde.²⁴

Die zweite Abgrenzung richtet sich gegen Theorien funktionaler Differenzierung. Ästhetischer Wert wird hier nicht als Angelegenheit eines ausdifferenzierten Kunstsystems begriffen, sondern als Querschnittslogik, die Ökonomie, Arbeit, Subjektivierung und Lebensstile gleichzeitig

20 Luc Boltanski und Arnaud Esquerre, *Bereicherung: Eine Kritik der Ware* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2019).

21 Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten*, 306, Fn. 62; Hervorhebung im Original.

22 Boltanski und Esquerre, *Bereicherung*, 95.

23 Ebd., 93.

24 Bei den so beschriebenen ästhetischen Werten geht es also um etwas anderes als Bourdieus *illusio*, den Glauben an den Wert, mit dem sich die Akteure über die Machtverhältnisse hinwegtäuschen und der sie daran hindert, Abstand von ihrem Habitus zu gewinnen. Bourdieu unterstellt zwar keine allgemeine gesellschaftliche Statik – ganz im Gegenteil betont er die Dynamik des Angebots, dem immer wieder neu Distinktionen abgewonnen werden müssen. Aber damit ist der Blick zugleich auf die *Stabilisierung* der gesellschaftlichen Hierarchie gegenüber einer symbolischen Eigendynamik der Dingwelt gerichtet. Deswegen ist die Konzentration auf die »feinen Unterschiede« nicht geeignet, Transformationen des Werts in den Blick zu bekommen.

durchdringt. Reckwitz' Begriff des Kreativitätsdispositivs bringt das am deutlichsten zum Ausdruck. Es operiert nicht innerhalb eines Funktionssystems, sondern organisiert heterogene Bereiche nach einer gemeinsamen Logik. Ähnlich ist die Bereicherungsökonomie ein ökonomisch-ästhetisches Hybrid, das die Grenze zwischen Kunst und Wirtschaft unterläuft.

Allerdings wird in diesen Darstellungen gesellschaftliche Ästhetisierung *diachron* beschrieben. Sie *folgt* einer vergangenen Moderne, die primär von Industrialisierung, Standardisierung und Rationalisierung geprägt war, deren Kern der Wertproduktion in der maschinellen Vielfältigung eines vergleichsweise undifferenzierten und unästhetischen Warenangebots lag.

Das Gegenstück der Argumentation ist die Behauptung einer *Marginalität ästhetischer Wertressourcen vor dem späten 20. Jahrhundert*. Beide Ansätze verorten sie in den künstlerischen Milieus am Rande der Gesellschaft. Der Romantik etwa schreibt Reckwitz eine Vorreiterrolle bei der Singularisierung zu, indem sie »die Originalität der Kunstwerke und handwerklichen Dinge, die Vielfalt und Poesie der Natur, die Besonderheiten pittoresker Orte, die Feier des Augenblicks, die einzigartigen Völker, Kulturkreise und Nationen und natürlich: das Subjekt in seiner emphatischen Individualität und Selbstentfaltung« schätzte.²⁵ Gleiches gilt für die Avantgarden des späten 19. Jahrhunderts. Indem Reckwitz diesen Bewegungen mit ihren »prä- und antifordistischen Mitteln« konzidiert, »eine postfordistische Kreativökonomie denkbar« gemacht zu haben, zeigt sich schon in der Formulierung, dass es sich bei ihnen nicht um Gegenstände eigenen Rechts handelt. Die »kulturrevolutionären Gegenbewegungen zur rationalisierten Moderne« erhalten ihre Bedeutung vielmehr als *nachträglich* identifizierte Vorreiter der Gegenwartsgesellschaft.²⁶

Bei Boltanski und Chiapello verhält es sich ähnlich: Die von der Bohème vorgebrachte »Künstlerkritik« ist zwar ein Dauerbegleiter des modernen Kapitalismus und die Unterdrückung von Freiheit, Autonomie und Kreativität eine dauerhafte »Quelle der Empörung«. ²⁷ Doch bleibt diese Kritik lange Zeit vergeblich und entfaltet erst ab den 1970er Jahren Breitenwirkung. Auch Boltanski und Esquerre benennen die lange Vorgeschichte der von ihnen untersuchten Phänomene, wenden sich aber ex-

25 Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten*, 18.

26 Reckwitz betont zwar, dass auch das Allgemeine ästhetischen Charakter haben könne, er nennt »zum Beispiel die Lust an der Ordnungsbildung in der Bürokratie oder das ästhetische Vergnügen an der Symmetrie in der Baukunst«. Dies aber ist ein *nachträgliches* ›Anheften‹ von Affekten an das Nichtaffektive und bleibt deshalb buchstäblich Fußnote; siehe Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten*, 36, Fn. 13.

27 Boltanski und Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus*, 524.

plizit gegen eine »Position, die den Ursprungspunkt immer weiter nach hinten verlegt, weil sie von der Suche nach Vorläufern besessen ist, und die, weil sie sich in Einzelheiten verliert, häufig mit der relativistischen, historisch ernüchternden Feststellung endet, dass es unter der Sonne nie etwas Neues geben werde«.²⁸

Instruktiv sind diese Ansätze, weil sie eine eigenständige Bedeutung des Ästhetischen für die wirtschaftliche Dynamisierung betonen – eine Bedeutung, die sich weder auf die Reproduktion gesellschaftlicher Hierarchie durch Distinktion reduzieren noch in einen Sonderbereich ›autonomer Kunst‹ abdrängen lässt. Problematisch ist jedoch ihre diachrone Anlage. Indem sie ihre Theoretisierung ästhetischer Phänomene an eine historiografische Erzählung knüpfen, die einen Bruch mit einer vorangegangenen Formation der Moderne einschließt, können sie keine *moderne Entwicklung ästhetischer Vermehrung* beschreiben. Zwar haben beide Autoren zweifellos einen Punkt. Es kann nicht darum gehen, das Jahr 1900 mit dem Jahr 2000 gleichzusetzen. Wo Epochenbrüche anzusetzen sind, ist allerdings weniger trivial, als die Autoren es darstellen. Das wird insbesondere dort sichtbar, wo ›Vorläufer‹ heutiger Entwicklungen zwar identifiziert, aber nicht als historische Akteure analysiert werden. Ihre Rolle im historiografischen Narrativ scheint vielmehr vorab festgelegt.

Die *Economy of Qualities*

Zurückbezogen auf die ›ungeheure Formensammlung‹ wird deutlich, dass gegenwartsdiagnostische Ansätze dieser Art nicht geeignet sind, eine allgemeine Vermehrung ästhetischen Werts über die letzten Jahrhunderte hinweg nachzuvollziehen. Die Beobachtungen Simmels, der sich bereits Ende des 19. Jahrhunderts eingehend mit den ästhetischen Phänomenen der modernen Dingwelt befasste, darunter der »Vielheit der Stile«, finden bei ihnen keinen »Ort«.

Die Perspektive, die im Folgenden eingenommen wird, besteht darin, ästhetischen Werten grundsätzlich eine Bedeutung in der Entwicklung der modernen Dingwelt zuzugestehen. Angeregt ist sie durch die Arbeiten des Wirtschaftshistorikers John Ulric Nef, der schon in den 1950er Jahren gegen die Fixierung auf technische Innovation und die Produktivität der Produktion einwandte, dass »the utility of faith, of workmanship, of beauty, of everything that nourishes the soul and that is beyond price, has been forgotten or denied«.²⁹ Sein Angriff richtete sich gegen Positionen wie die einleitend vorgestellten – sei es von Marx, Veblen oder

28 Boltanski und Esquerre, *Bereicherung*, 294.

29 John Ulric Nef, *Cultural Foundations of Industrial Civilization* (Cambridge: Cambridge University Press, 1958), 4.

Weber –, die die Produktion ins Zentrum ihres Geschichtsverständnisses rückten; Perspektiven also, die sich, gegenwartsdiagnostisch invertiert, bis heute gehalten haben.

Nef hingegen erkannte, dass sich bereits in den Jahrhunderten vor der Entstehung der ersten Fabriken ein grundlegender Wandel in der Dingwelt vollzogen hatte. Seit der Renaissance war die Zahl und Vielfalt besonders gestalteter Dinge dramatisch gewachsen. Entstanden war eine »new economy of quality«, getragen von höfischer Patronage, künstlerisch gebildetem Handwerk und verfeinerter Lebensführung, die im Laufe der Frühen Neuzeit immer mehr Schichten der Gesellschaft erfasste.³⁰ Für Nef war diese Wirtschaft kein bloßer Luxus, keine unproduktive Verschwendung der Veblen'schen »leisure class«, sondern – wie der Titel seines Buches besagte – eine »kulturelle Voraussetzung der industriellen Zivilisation«. Denn die besonderen Dinge der Wenigen mussten von einer Qualität sein, die sie für die breite Masse begehrens- und erstrebenswert machte – nur dann lohnte sich ihre massenhafte Herstellung. Nicht die Technik brachte ästhetisch gestaltete Dinge zur Masse; es war das Begehren nach diesen, das die technische Entwicklung vorantrieb.

Michel Callon et al. haben diesen Gedanken – interessanterweise ohne jeden Bezug zu Nef – später ebenfalls mit dem Begriff der »economy of qualities« wirtschaftssoziologisch reformuliert. Nicht historisch, sondern theoretisch argumentieren sie, dass sich Konkurrenz zwischen Anbietern nicht allein über den Preis vollzieht. Um Preise überhaupt sinnvoll beurteilen zu können, muss man Qualitäten einschätzen. Für Produzenten und Konsumenten bedeutet das: Konkurrenz entsteht nicht allein durch Preisunterbietung, sondern durch die Fähigkeit, Konsumenten aus eingeübten Routinen herauszulösen und an neu qualifizierte Güter zu binden: »Capturing, ›attaching‹ consumers by ›detaching‹ them from the networks built by rivals is the mainspring of competition«.³¹ Die Qualitäten der Dinge und die unablässige Arbeit, Konsumenten von ihnen zu überzeugen, stehen damit im Zentrum wirtschaftlicher Dynamik.

Im Folgenden wird diese Perspektive der *Economy of Qualities* aufgegriffen, um die Geschichte der »ungeheuren Formensammlung« zu rahmen. Denn Formen sind eine solche Qualität – eine, die Dinge begehrens- und erstrebenswert macht. Und sie sind, ganz im Sinne Nefs, eine ästhetische Qualität, die schon vor der Industrialisierung einer eigenen Vermehrungslogik unterlag. Erzählt wird daher im Folgenden, mit besonderer Konzentration auf die Form, die Geschichte der *Economy of Qualities*: warum Renaissance und Frühe Neuzeit einen Bruch markierten, was sich mit Gewerbefreiheit und Automatisierung der

30 Ebd., 135.

31 Michel Callon, Cécile Méadel und Vololona Rabearisoa, »The Economy of Qualities«, *Economy and Society* 31, Nr. 2 (2002): 205.

Produktion verschob und wie man begann, den Wert der Form gezielt zu beeinflussen.

1.2 Handwerk unter Anwesenden

Doch warum bildet die Renaissance einen derartig bedeutsamen Einschnitt? Um das zu verstehen, lohnt ein Blick auf das, was ihm vorausging. Von der Vorgeschichte der Menschheit an gibt es Praktiken, bestimmte Dinge gegenüber anderen durch Ästhetisierung hervorzuheben.³² Mit der *Economy of Qualities* werden diese Praktiken alltäglicher, indem sie immer mehr Dinge erfassen – eine Verallgemeinerung des Besonderen, wenn man so will.

Das steht im Kontrast zur langen Geschichte der Menschheit, in der solche Praktiken vorwiegend Teil der herrschaftlichen oder religiösen Ordnung waren. Die Bibel etwa enthält Anweisungen zum Bau des Mischkan, des Zeltheiligtums Gottes. Der Text macht ausführliche Angaben zur Architektur der Anlage, zur Bundeslade, zum Mobiliar (Tische, Leuchter, Waschbecken), zu den Altären, zu den zu verwendenden Ölen, aber auch zur Kleidung der Priester. Die Beschreibung folgt der göttlichen Wertordnung: von innen nach außen, vom Sakralen zum Profanen, vom Gold der Bundeslade zum Leinen des Zeltes.³³ »Nach allem, was ich dir zeige«, so Gott zu seinem Volk, »das Muster der Wohnung und das Muster aller ihrer Geräte, also sollt ihr es machen«.³⁴

Bei aller Ausführlichkeit der Beschreibung bleiben die *Formen* der Dinge jedoch unkonkret. Der Text, so der Theologe Christoph Dohmen, ist auf die »wesenhaften Bestimmungen« ausgerichtet, die von den Gläubigen auf spiritueller Ebene erfasst werden sollen. Er fordert ihnen mithin »Vorstellungsarbeit« ab, »die nicht auf eine Konstruktionszeichnung oder einen Bauplan abzielt«.³⁵ Eine Vorstellung also *ohne bildliche Form* – typisch für vormoderne Quellen dieser Art. Der Grund: Handwerk-

32 Ellen Dissanayake, »Art as a Human Behavior: Toward an Ethological View of Art«, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 38, Nr. 4 (1980): 397–406, spricht aus evolutionstheoretischer Perspektive von »Artifizierung« als einer grundlegenden menschlichen Fähigkeit; vgl. in der Philosophie schon Hans Jonas, »Homo Pictor und die Differentia des Menschen«, *Zeitschrift für philosophische Forschung* 15, Nr. 2 (1961): 161–176.

33 Vgl. Helmut Utzschneider, »Himmlicher Raum auf Erden: Die ›Stiftshütte‹ (Ex 25–40) als theologische Metapher«, in *Heiliger Raum. Exegese und Rezeption der Heiligtumstexte in Ex 24–40*, hg. von Matthias Hopf, Wolfgang Oswald und Stefan Seidler (Stuttgart: Kohlhammer, 2016), 19–36.

34 Ex 25, 9, Elberfelder Bibel.

35 Christoph Dohmen, *Exodus 19–40* (Freiburg im Breisgau: Herder, 2004), 241.

liches Gestaltungswissen war bis zur Renaissance vollständig den Bedingungen interpersonaler Kommunikation unterworfen. Vormodernes Handwerk war *Handwerk unter Anwesenden*.³⁶

Artes liberales und artes mechanicae

Diese aus moderner Sicht kaum mehr nachvollziehbare strukturelle Eigenheit vormoderner Gestaltung korrespondierte mit einer gesellschaftlichen Hierarchie, in der handwerkliche und gelehrte Tätigkeiten durch eine »soziale Barriere«³⁷ voneinander getrennt waren. In der europäischen Antike und im Mittelalter war das Verhältnis geprägt von der Unterscheidung zwischen den *artes liberales* und den *artes mechanicae*, den ›freien‹ und den ›mechanischen Künsten‹. Nach dem im 5. Jahrhundert verfassten enzyklopädischen Werk *De nuptiis Philologiae et Mercurii* des spätantiken Schriftstellers Martianus Capella, das im mittelalterlichen Lehrbetrieb maßgeblich wurde, umfassten die *artes liberales* die sieben Künste Grammatik, Rhetorik, Dialektik, Arithmetik, Geometrie, Astronomie und Musik.³⁸ Im Laufe der Jahrhunderte zwar immer wieder abgewandelt, bildeten sie in ihrer kanonischen Gestalt doch ein »Programm höherer Allgemeinbildung«, das freien Römern zukam und im Mittelalter fortgesetzt wurde.³⁹

Handwerkliche Tätigkeiten wurden dagegen den *artes mechanicae* zugeordnet, die gegenüber den *artes liberales* abgewertet wurden. Zu den mechanischen Künsten gehörten nicht nur Handwerke, die gewöhnliche Alltagsdinge herstellten oder technische Planungsarbeiten ausführten – im markanten Unterschied zur modernen Vorstellung zählten auch ausgesprochen ›künstlerische‹ Tätigkeiten dazu. So galten die Malerei, die Bildhauerei oder die Architektur sowie das Zeichnen und Entwerfen als ›Hilfswissenschaften‹ der *artes mechanicae* und damit selbst als mechanische Künste.⁴⁰

36 Der Begriff ist eine Abwandlung von André Kieserling, *Kommunikation unter Anwesenden: Studien über Interaktionssysteme* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999).

37 Edgar Zilsel, *Die sozialen Ursprünge der neuzeitlichen Wissenschaft*, 2. Aufl., hg. von Wolfgang Krohn (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1985), 49.

38 Vgl. Dorschel, *Gestaltung*, 100.

39 Die Kanonisierung und Verschriftlichung erfolgte ab dem 1. Jahrhundert v. Chr. Vgl. dazu und im Folgenden Bruno Reudenbach, »Artes liberales/artes mechanicae«, in *Metzler Lexikon Kunstwissenschaft*, hg. von Ulrich Pfisterer (Stuttgart: Metzler, 2011), 31–35.

40 Vgl. Wolfgang Legler, *Einführung in die Geschichte des Zeichen- und Kunstunterrichts von der Renaissance bis zum Ende des 20. Jahrhunderts* (Oberhausen: Athena, 2011), 19.

Vor diesem Hintergrund ist die Übersetzung des lateinischen ›ars‹ mit ›Kunst‹ irreführend, zumindest wenn man den Begriff im modernen Sinn versteht. ›Die Kunst‹ im Singular gab es nicht. Vielmehr bezeichnete *artes* kunstfertige Tätigkeiten, die danach hierarchisiert wurden, ob sie als ›frei‹ gelten konnten oder nicht. Die Spannung, die sich daraus für die Ausbildung der Oberschicht ergab, zeigt sich etwa darin, dass Aristoteles den Nutzen praktischer Tätigkeiten wie Lesen, Schreiben und namentlich auch Zeichnen für die Ausbildung ›Freier‹, also der Mitglieder der Oberschicht zwar durchaus anerkannte. Zugleich sah er darin Gefahren und plädierte dafür, sie zu unterlassen, wenn sie »den Körper in Mitleidenschaft« zögen und einen Freien »banausisch« machten. Zwar sollte sich ein Freier auch mit verschiedenen handwerklichen Kunstfertigkeiten vertraut machen, dies aber nie zu angestrengt, perfektionistisch oder gar im Dienste anderer, da dies, so Aristoteles, »häufig den Eindruck erwecken« könnte, »eine Tätigkeit nach der Art eines Tagelöhners oder Sklaven zu verrichten«.⁴¹

Die Unterscheidung zwischen den *artes liberales* und den *artes mechanicae* bedeutete also: ›Freiheit‹ seiner Tätigkeiten konnte nur beanspruchen, wer von der Notdurft des Lebens befreit war und – wie Vahlen es klassisch beschrieben hat – der »leisure class« angehörte, also keiner körperlich anspruchsvollen Subsistenz- oder Erwerbsarbeit nachging, sondern das Schöne genoss und sich mit Politik und Philosophie beschäftigte.⁴²

Aus der Unterordnung der *artes mechanicae* leitete sich die jahrhundertlang andauernde soziale Stellung handwerklich Arbeitender ab. Zwar waren die Namen herausgehobener, weil ›künstlerisch‹ arbeitender Handwerker in ihrer Zeit durchaus bekannt. Das Künstlerlexikon der Antike verzeichnet über 3800 solcher Namen zwischen 2650 v. Chr.

41 Aristoteles, *Werke in deutscher Übersetzung*, Bd. 9 (Berlin: Akademie, 2005), 48. Vgl. zur parallelen Diskussion aus dem 1. Jahrhundert in Plinius' *Naturalis Historia* Martin Warnke, »Geadelte Künstler«, in *Jahrbuch 1983/84*, hg. von Wissenschaftskolleg zu Berlin (Berlin: Siedler, 1985), 341; zu diesem Kern ständischer Differenzierung auch Marian Füssel, »Die feinen Unterschiede in der Ständegesellschaft«, in *Soziale Ungleichheit und ständische Gesellschaft*, hg. von Marian Füssel und Thomas Weller (Frankfurt am Main: Klostermann, 2011), 32.

42 Vgl. Philipp Zitzlsperger, *Das Design-Dilemma zwischen Kunst und Problemlösung* (Berlin: Hatje Cantz, 2021), 57. Dazu gehörten nach Rachel P. Maines, *Hedonizing Technologies: Paths to Pleasure in Hobbies and Leisure* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2009), 20, offenbar auch »leisure gardening and hobby farming«; allerdings ist laut Maines unklar, ob es sich dabei um individuelle Freizeitaktivitäten oder um Repräsentationspraktiken gehandelt hat. Vgl. zum »tabu on labour« klassisch schon Vahlen, *The Theory of the Leisure Class*, 29.

und 750 n. Chr.⁴³ Doch auch hier kann man nicht von Autorschaft im modernen Sinne ausgehen. Die große Mehrzahl ist durch Grabinschriften bekannt, ohne dass sich ihnen ein Werk zuordnen ließe; umgekehrt finden sich Signaturen an Werken, die nicht mit einem Künstler zu verbinden sind. Selbst wo antike Quellen ausführlicher berichten – etwa über die Architekten des Parthenon oder über Apelles, den berühmtesten Maler der Antike –, bleibt die Überlieferung aus moderner Sicht eigentümlich unkonkret. Von Apelles ist kein einziges Gemälde erhalten. Der britische Archäologe Peter Stewart spricht in seiner Sozialgeschichte der antiken Kunst deshalb von einer bezeichnenden »absence of artists«.⁴⁴ Für die Künstler des Mittelalters war ohnehin selbstverständlich: Der Ruhm ihrer Werke galt Gott und den Stiftern.⁴⁵

Vertikaler Wissenstransfer

Dass gelehrtes Wissen und eine entsprechende gesellschaftliche Stellung für handwerklich Arbeitende die absolute Ausnahme blieben, hatte unmittelbare Folgen für die Art und Weise, wie ästhetisches Gestaltungswissen überhaupt erworben und weitergegeben wurde. Grundlegend ist zunächst, dass zwischen gestalterischem Entwurf und Herstellung keine scharfe Differenz bestand; im idealtypischen Handwerk gilt, wie Richard Sennett es formuliert hat: »making is thinking«⁴⁶ (und umgekehrt). Das Problem der Formgebung war damit *zugleich* eines der Herstellung, die vom »stillen Wissen«⁴⁷ des Körpers über die Qualitäten des Materials und den schwierigen Gebrauch der Werkzeuge geprägt war.

Gestalterisches Wissen wurde *erfahrungsmäßig* im Umgang mit dem jeweiligen Rohstoff erworben: als Weber, Schreiner oder Steinmetz. Sein Erwerb vollzog sich in der Werkstatt, durch generationale Weitergabe in der personellen Konstellation von Lehrenden und Lernenden. Aus ihrer komplementären Abhängigkeit – die Lehrenden waren auf die Arbeitskraft der Lernenden angewiesen, die Lernenden auf deren Wissen und Anleitung – ergab sich eine im engen persönlichen Kontakt tradierte Rollenkomplementarität (Abb. 2).

43 Rainer Vollkommer, Hrsg., *Künstlerlexikon der Antike: Über 3800 Künstler aus drei Jahrtausenden* (Hamburg: Nikol, 2007).

44 Peter Stewart, *The Social History of Roman Art* (Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2008), 10.

45 Veronica Sekules, *Medieval Art* (Oxford: Oxford University Press, 2001), 40.

46 Richard Sennett, *The Craftsman* (New Haven, Connecticut: Yale University Press, 2008).

47 Michael Polanyi, *The Tacit Dimension* (Chicago: The University of Chicago Press, 2009).



Abbildung 2: ›Handwerk unter Anwesenden‹ auf der experimentell-archäologischen Burgbaustelle in Guédelon, Frankreich. Das Modell als Materialisierung einer baulichen Idee rechts unten im Bild ist historisch plausibel, der darunter liegende Bauplan ein Zugeständnis an die heutige Baubürokratie.

Meist war die Werkstatt familial geprägt; Lehrende und Lernende waren oft Verwandte. Die Vormoderne kennt daher zahlreiche ›Künstlerdynastien‹, bei denen eine genaue Zurechnung einzelner Werke schwierig wird, weil sie einer gemeinsamen Werkstatt entstammen. Aber auch Nichtverwandte lebten oft ›unter einem Dach‹. In der antiken wie in der mittelalterlichen Welt wurde das Handwerk, sofern es bedeutend genug war, darüber hinaus durch Korporationen reguliert, im deutschsprachigen Raum durch die Zünfte. Deren Funktion im Hinblick auf die Weitergabe gestalterischen Wissens hat der Historiker Reinhold Reith als »vertikalen Wissenstransfer« bezeichnet.⁴⁸

Auch wenn dieser Wissenstransfer durchaus ›standardisierend‹ wirkte: Eine mit gestalterischer Theorie verbundene Ausbildung kannten die handwerklichen Korporationen nicht. Freilich sind die im Handwerk produzierten Gebrauchstexte kaum überliefert. Bei den ab dem Hochmittelalter zahlreicher überlieferten Schriften der Zunftverwaltung fällt jedoch auf, dass sie, so der Wirtschaftshistoriker Arnd Kluge, nicht »von den Zielen, Inhalten, Methoden und Medien der Ausbildung«⁴⁹ berichteten. Es gab keine Lehrpläne, keine Ausbildung der Ausbilder, keine überbetriebliche Qualifikation, keine Berufsschulen – und keine Theorie (der Form).

48 Vgl. Reinhold Reith, »Know-How, Technologietransfer und die Arcana Artis im Mitteleuropa der Frühen Neuzeit«, *Early Science and Medicine* 10, Nr. 3 (2005): 349–377.

49 Arnd Kluge, *Die Zünfte* (Stuttgart: Steiner, 2007), 161.

Zwar gab es formelle Abschlussprüfungen, doch dienten diese weniger einer objektivierenden Überprüfung gestalterischen Wissens als der Eingliederung in die zünftische Gemeinschaft.⁵⁰ Welches Wissen Lernende erwerben konnten, hing von der jeweiligen zünftischen Aufgliederung der Handwerke ab, vom einzelnen Betrieb, seinem Meister und der Auftragslage. Gerade für avanciertes gestalterisches Wissen einzelner Werkstätten, manchmal einzelner Meister, galt: Wurde eine Werkstatt aus welchen Gründen auch immer nicht weitergeführt, bedeutete dies den Verlust von Wissen.

Apelles etwa, der berühmte Maler der Antike, hatte durch die herausragende Qualität seiner Werke einen Legendenstatus erlangt; das Wissen jedoch, das ihn und seine Werkstatt dazu befähigte, wurde nicht weitergetragen. Mit dem Verlust seiner Werke verlor sich jede Spur dieses Wissens. Wo die gestalterischen Medien dauerhafter waren – wie in der Bildhauerei oder der Architektur –, konnte auch Jahrhunderte nach dem Ende der Werkstätten ein Staunen über die Werke stattfinden. Doch so wie der Erwerb dieses Gestaltungswissens ›still‹ gewesen war und Anwesenheit vorausgesetzt hatte, so blieben auch die Werke selbst für die Nachwelt ›stumm‹.

Horizontaler Wissenstransfer

Traditionell wurde aus der Dominanz der Werkstatt, im Mittelalter und der Frühen Neuzeit dann der Zünfte, geschlossen, dass das Wissen des Meisters, wie Sombart formulierte, »in die Sphäre seiner persönlichen Wirksamkeit gebannt«⁵¹ blieb. Das erklärt aber kaum die steten Innovationen, die auch das Handwerk hervorbrachte und die sich mitunter in kürzester Zeit über große Entfernungen verbreiteten – sei es in technischer oder ästhetischer Hinsicht, wie im Falle wechselnder Moden. Die neuere handwerksgeschichtliche Forschung weist deswegen darauf hin, dass daneben stets ein »horizontaler Wissenstransfer« bestand, der vor allem auf Migration, Wanderschaft und Handel beruhte.⁵²

Das Ausmaß handwerklicher *Migration* wurde in der klassischen Forschung stark unterschätzt.⁵³ Zu unterscheiden ist hierbei zwischen einer

50 Vgl. Jürgen Zabeck, *Geschichte der Berufserziehung und ihrer Theorie* (Paderborn: Eusl, 2009), 53.

51 So Werner Sombart, *Der moderne Kapitalismus* (Leipzig: Duncker & Humblot, 1902), I: 155.

52 Vgl. Jürgen Osterhammel und Niels P. Petersson, *Geschichte der Globalisierung: Dimensionen, Prozesse, Epochen*, 2. Aufl. (München: Beck, 2004), 29.

53 Reith, »Know-How, Technologietransfer und die Arcana Artis im Mitteleuropa der Frühen Neuzeit«, 358.

dauerhaften Migration und einer vorübergehenden Arbeitsmigration. Dauerhafte Migration erfolgte zumeist aus Gründen, die nicht im Einflussbereich des Einzelnen lagen. Konjunkturelle Schwankungen, Kriege oder religiöse Verfolgung: die Gründe, warum Menschen ihren Wohnort wechselten, waren vielfältig. Die vorübergehende Arbeitsmigration hingegen betraf vor allem künstlerische und technische Fachleute, die für Großbaustellen unentbehrlich waren. Wenn die Bauherren besonderes Prestige beanspruchten, engagierte man im Mittelalter etwa geachtete Werkmeister aus den jeweiligen Modezentren.⁵⁴ Eine wesentliche Herausforderung bestand darin, solche Fachleute zu organisieren, die vor Ort anwesend sein mussten und daher von Baustelle zu Baustelle reisten.⁵⁵

Eine zweite Form des horizontalen Wissenstransfers stellte die *Wanderschaft* dar. Sie ähnelte der vorübergehenden Arbeitsmigration, unterschied sich von ihr aber durch ihre institutionelle Verankerung. Sie diente dem Studium anderer handwerklicher Techniken, Formen und wichtiger Werke vor Ort und bot so die Möglichkeit, über die Beziehung zum heimischen Meister hinaus gestalterisches Wissen zu erwerben. Im Spätmittelalter nahm diese Praxis in der Gesellenwanderschaft institutionalisierte Form an, die in den meisten Fällen mehrere Jahre dauerte. Die Wanderschaft war allerdings nicht nur als Ausbildungsphase gedacht; sie konnte auch dazu dienen, unliebsame Gesellen loszuwerden oder sie durch vorübergehende Freiheiten zu disziplinieren.⁵⁶ Zudem wurde solcher institutionalisierte Austausch von Wissen immer dann begrenzt, wenn Zünfte ihr »Arcanum« zu wahren suchten. Dennoch ermöglichte sie den Gesellen, gestalterisches Wissen außerhalb des heimischen Kontextes zu erwerben.⁵⁷

Eine dritte Form des horizontalen Wissenstransfers beruhte auf der Warenzirkulation durch den *Handel*. Handel, der über lokale Märkte hinausging, prägte immer wieder ganze Wirtschaftszweige – ob griechische Keramik oder venezianisches Glas, orientalische Teppiche oder chinesische Seide, flandrische Tuche oder Nürnberger Feinmechanik. Warenverkehr über große Entfernungen und über die Grenzen der handwerklichen Korporationen hinweg war zu vielen Zeiten und an vielen Orten

54 Vgl. Günther Binding, »Bauwissen im Früh- und Hochmittelalter«, in *Wissensgeschichte der Architektur: Band III: Vom Mittelalter bis zur Frühen Neuzeit* (Berlin: Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften, 2014), 16.

55 Norbert Ohler, *Reisen im Mittelalter*, 4. Aufl. (Düsseldorf; Zürich: Artemis & Winkler, 2004), 418.

56 Vgl. Kluge, *Die Zünfte*, 82.

57 Vgl. Reith, »Know-How, Technologietransfer und die Arcana Artis im Mitteleuropa der Frühen Neuzeit«, 358.

üblich.⁵⁸ Auch für den Handel gilt, dass er vornehmlich auf *persönlichen* Beziehungen beruhte. Selbst der globale Fernhandel erforderte komplizierte Vertrauensnetzwerke. Eine Warenöffentlichkeit, in der Produzenten und Konsumenten sich über Angebot und Nachfrage hätten informieren können, gab es bis zur Frühen Neuzeit nicht.

Gestalterisches Wissen war also keineswegs statisch an die Werkstatt gebunden, sondern auch im ›Handwerk unter Anwesenden‹ beständig in Bewegung. Entscheidend ist jedoch, dass alle diese Formen horizontalen Transfers ebenso körperliche Anwesenheit voraussetzten – sei es von Personen oder von Objekten. Die Reichweite gestalterischen Wissens war damit zugleich die Reichweite persönlicher Begegnung und körperlicher Mobilität.

Der persönliche Kontakt zum Patron

Blickt man auf Handwerke, die symbolisch besonders aufgeladene Dinge gestalteten, tritt neben den von Reith thematisierten »vertikalen« und »horizontalen« Wissenstransfer ein weiterer Faktor: der persönliche Kontakt herausgehobener, künstlerisch arbeitender Handwerker zu ihren Auftraggebern und Patronen.

Gestalterische Urteilsbildung über Dinge, die wir heute als ›Kunstwerke‹ bezeichnen würden, ließ sich in den Zeiten der Unterscheidung zwischen *artes liberales* und *artes mechanicae* nicht sinnvoll von den philosophischen, theologischen oder anderweitig gelehrten Überlegungen der Oberschicht trennen, aus der sich die Auftraggeber rekrutierten. Bei mittelalterlichen Großbaustellen etwa waren es vor allem die geistigen Impulse der theologisch gebildeten Bauherren, die für die Gestaltung Relevanz hatten. Sie galten im theologischen Sinne nach wie vor als die eigentlichen ›Architekten‹.⁵⁹ Ihr Formwissen speiste sich aus der Exegese religiöser Texte und der Mathematik, während die konkrete Ausführung dem Handwerker oblag. Wenngleich sich praktisch eine erhebliche, durch Anwesenheit ermöglichte Überschneidung der Wissensbestände ergeben haben mag – die soziale Barriere blieb gewahrt.

Auf eine Folge dieser Konstellation weist der Architekturhistoriker Mario Carpo hin. Mittelalterliche Kirchenbauten ähnelten sich in den geometrischen Proportionen ihrer Teile oft stark, was auf eine

58 Zur innovationsförderlichen Bedeutung des Handels Maxine Berg, »From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth-Century Britain«, *The Economic History Review* 55, Nr. 1 (2002): 9.

59 »Für den Werkmeister war der Anteil geistiger Impulse durch den zumeist theologisch gebildeten Bauherrn besonders groß. Sein Bildungsstand ist vorrangig zu berücksichtigen«, so Binding, »Bauwissen«, 11.

gemeinsame theoretische Grundlage zurückzuführen ist. In der konkreten Ausführung hingegen, also in den vom Handwerk geprägten ornamentalen Formen, war die Varianz deutlich größer. Mittelalterliche *mimesis*, so Carpo, bezog sich weniger auf die Gesamtheit bildhaft fixierbarer Formen als auf die Relationen diskreter Teile. Zwei Gebäude konnten sich aus theologischer Perspektive bereits darin ähneln, dass sie demselben Heiligen gewidmet waren. Darin spiegelt sich ein auf klerikale Netzwerke zurückgehendes, theologisch geprägtes gestalterisches Wissen, das zwar auf eine gemeinschaftsstiftende christliche Symbolik bezogen, zugleich aber handwerklich-erfahrungsmäßig verteilt war.⁶⁰

Das bedeutet nicht, dass gestalterische Leistung innerhalb dieser Ordnung keine Anerkennung fand. Es gibt genügend Hinweise darauf, dass die Gestalter großer repräsentativer Kunstwerke und Bauten zu ihrer Zeit gefeierte »Künstler« sein konnten. Sofern die Nachfragebedingungen günstig waren, galt dies für die Antike ebenso wie für das Mittelalter. »Herausgehobene Handwerker« konnten durch ihre Nähe zu Herrschern oder reichen Privatpersonen Anerkennung und soziale Mobilität erlangen. Aber sie mussten in den Netzwerken der Auftragsvergabe bekannt sein und sich durch besondere Leistungen ausgezeichnet haben. Extensives Reisen war dafür eine Voraussetzung.⁶¹

Die herausgehobenen, im heutigen Sinne »künstlerisch« arbeitenden Handwerker der Vormoderne waren nicht nur besonders begabt, sondern oft auch durch biografische Zufälle besonders gebildet: Sie hatten neben ihrer handwerklichen Tätigkeit autodidaktisch Gestaltungswissen erworben und verstanden es, dieses im persönlichen Umgang mit den Auftraggebern einzusetzen. Oder sie waren selbst Teil der Oberschicht, was allerdings wohl nur für Architekten großer Bauwerke galt, die eine entsprechende Distanz zur handwerklichen Ausführung wahren konnten.

In der Praxis war die Ausgestaltung »künstlerisch«-handwerklicher Rollen daher sehr heterogen. Dazu zählten Sonderrollen wie die der Mönche – seltener auch Nonnen⁶² –, die sich neben ihrer theologischen Ausbildung handwerkliche Kenntnisse aneigneten und zu den wichtigsten

60 Mario Carpo, *Architecture in the Age of Printing: Orality, Writing, Typography, and Printed Images in the History of Architectural Theory* (Cambridge, Massachusetts; London: MIT Press, 2001), 36. Carpo bezieht sich hierbei auf die klassische Arbeit von Richard Krautheimer, »Introduction to an Iconography of Mediaeval Architecture«, *Journal of the Warburg and Courtauld Institutes* 5 (1942): 1–33.

61 Vgl. Carpo, *Architecture in the Age of Printing*, 39.

62 Für die Schreibkunst vgl. zuletzt Åslaug Ommundsen u. a., »How Many Medieval and Early Modern Manuscripts Were Copied by Female Scribes? A Bibliometric Analysis Based on Colophons«, *Humanities and Social Sciences Communications* 12, Nr. 1 (2025): 346.

Schöpfern herausragend gestalteter Dinge des Mittelalters wurden.⁶³ Diejenigen Handwerker, die neuzeitlichen Künstlern am nächsten kommen, waren zumeist sogenannte Freimeister, die außerhalb der Zünfte arbeiteten. Möglich war dies allerdings nur durch Ausnahmen im Einzelfall, insbesondere wenn besondere Fähigkeiten gefragt waren. Diese erwarben Freimeister autodidaktisch oder bei anderen Freimeistern; ein Lehrlingssystem wie in den Zünften gab es bei ihnen nicht. Zu einer Ausdifferenzierung künstlerischer Berufe, geschweige denn einer theoretisch fundierten Professionalisierung, kam es in diesem Rahmen nie.

Gebrauchsweisen abgebildeter Formen

Eine Folge dessen war, dass das Handwerk unter Anwesenden keine ›Form an sich‹ herstellte, theoretisierte oder über ihren symbolischen Wert stritt. Vormoderne Gestaltung war nicht ›medienlos‹, doch waren Medien in die Herstellungspraktiken eingebettet. Gestalterisches Wissen erwarb man – um es noch einmal zu betonen – abschauend, zeigend, fühlend, sprechend. *Knowing what* und *knowing how* der Form waren kaum voneinander getrennt. Für ein gemeinsames Verständnis genügten die Einigung auf Maße und materielle Hilfsmittel wie Modelle, die seit der Antike insbesondere bei komplizierten, durch unterschiedliche Gewerke hergestellten Dingen wie Gebäuden, aber auch in der Kommunikation mit dem Patron zum Einsatz kamen (Abb. 2).⁶⁴ Einer Zentralisierung der Form in Bauplänen bedurfte es bei dem auf die Herstellenden verteilten Wissen kaum.

Darstellungen formalen Gestaltungswissens sind dabei in den Registern der Gelehrsamkeit und der Freien Künste kaum zu finden. Die antiken Texte, die man im weitesten Sinne als ›ästhetische Theorie‹ beschreiben kann, widmen sich fast ausschließlich der Poesie, die man als ›Freier‹ standesgemäß betreiben konnte, ohne auch nur die körperliche Arbeit des Schreibens verrichten zu müssen.⁶⁵ Wenn sich das Interesse doch auf die *artes mechanicae* richtete, verdankte sich dies meist persönlicher Neugier der Autoren und diente oft eher ›literarischen‹ Zwecken. *Werke und Tage* etwa, das der griechische Dichter Hesiod um 700 v. Chr. verfasste, enthält zwar Schilderungen des bäuerlichen Lebens und

63 Vgl. Binding, »Bauwissen«.

64 Vgl. etwa Spiro Kostof, »The Architect in the Middle Ages, East and West«, in *The Architect: Chapters in the History of the Profession*, hg. von Spiro Kostof (New York; Oxford: Oxford University Press, 1977), 74.

65 Meyer Howard Abrams, »Art-as-Such: The Sociology of Modern Aesthetics«, *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences* 38, Nr. 6 (1985): 10.

auch Anleitungen zur Herstellung von Geräten – darin ist das Werk ungewöhnlich und eine wertvolle Quelle. Zugleich zielt es auf die Moralisierung der Arbeit und des kleinbäuerlichen Lebens, nicht auf die Dinge und ihre Gestaltung.⁶⁶

Auch im Mittelalter findet man gelehrte Aufzeichnungen zu gestalterischen Fragen nur sporadisch. Und selbst dann, so Binding am Beispiel der Architektur, sei »grundsätzlich zu berücksichtigen, dass die theologisch ausgebildeten Autoren nicht über eine technisch richtige Beschreibungsfähigkeit verfügten und die umgangssprachlichen Bezeichnungen auf der Baustelle nicht übersetzen konnten, da ihnen nur die aus der Bibel und aus theologischen und philosophischen Texten geläufigen lateinischen Ausdrücke zur Verfügung standen«.⁶⁷ Für mittelalterliche Handwerker waren diese Texte daher wohl bedeutungslos.⁶⁸ Gleiches gilt für die vergleichsweise seltenen Darstellungen von Alltagsszenen handwerklicher und baulicher Gestaltung.

Eine scheinbare Ausnahme bilden die mittelalterlichen Mustersammlungen. Sie verdanken ihre Entstehung dem Einzug der Schriftlichkeit in die zünftische Welt, ihren Erhalt – im Vergleich zur Antike – der Dauerhaftigkeit des Pergaments gegenüber dem Papyrus. In welchem Ausmaß die mittelalterlichen Mustersammlungen die handwerkliche Gestaltung tatsächlich prägten, ist Gegenstand anhaltender Diskussion. Ohne dies im Einzelnen nachzeichnen zu können, sei betont, dass auch diese Muster stets *unter Anwesenenden* gebraucht wurden.

Gemeinsam ist den Sammlungen ihr idiosynkratischer Charakter. Verfasser und Adressaten sind oft nicht genannt; meist bleibt unklar, ob es sich um Werke einzelner Autoren oder um Gemeinschaftswerke handelt, die über Generationen hinweg entstanden. Zunächst scheinen sie der *persönlichen Erinnerung* gedient zu haben: Besonders gebildete Meister fertigten sie als »private« Werke an, die – wenn überhaupt – nur dem engsten Kreis gezeigt wurden.⁶⁹ Sie hielten eigene Reiseeindrücke ebenso fest wie die Berichte anderer Reisender.

Wie umfangreich und eindrucksvoll solche Sammlungen sein konnten, zeigt – stellvertretend für viele andere – das Skizzenbuch des

66 Vgl. Armand D'Angour, *The Greeks and the New* (Cambridge: Cambridge University Press, 2011), 71.

67 Binding, »Bauwissen«, 12.

68 Vgl. Robert W. Scheller, *Exemplum: Model-Book Drawings and the Practice of Artistic Transmission in the Middle Ages (ca. 900–ca. 1450)* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2000), 17.

69 Vgl. Julia Bruch, »Transmission of Useful Knowledge in Texts Written by Craftsmen: Two Case Studies from the Holy Roman Empire«, in *The Knowledge Economy. Innovation, Productivity and Economic Growth, 13th to 18th Century*, hg. von Giampiero Nigro (Florenz: Firenze University Press, 2023), 47.

französischen Werkmeisters Villard de Honnecourt aus dem 13. Jahrhundert. Es hat einen zwar im Ansatz enzyklopädischen, aber doch wenig systematischen Charakter. Die über 300 noch erhaltenen Einzelzeichnungen zeigen zu etwa zwei Dritteln Darstellungen von Menschen und Tieren, dazu liturgische Geräte, Maschinen, Ansichten und Grundrisse von Kirchen sowie vier Seiten mit geometrischen Darstellungen für die Bauausführung (Abb. 3). Darüber hinaus finden sich auch verstreute Inhalte wie Rezepte für eine Heilsalbe und eine Enthaarungscreme.

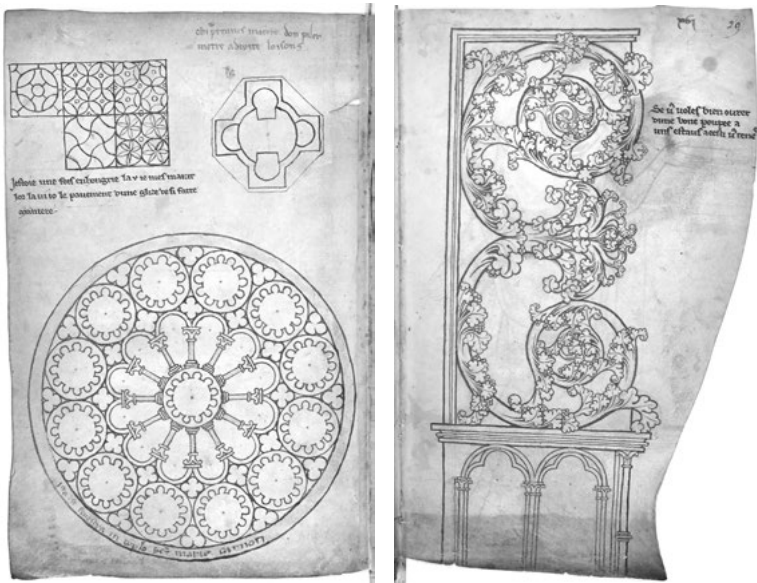


Abbildung 3: Ein Fundus der Formen des Handwerks unter Anwesenden: Ausschnitte aus dem Skizzenbuch des französischen Werkmeisters Villard de Honnecourt (13. Jahrhundert)

Die theoretische Bedeutung solcher Sammlungen bleibt, bei allen Ansätzen dazu, gering.⁷⁰ Wahrscheinlich fungierten sie im handwerklichen Produktionsprozess als Gedächtnisstütze. Lange bestehende Bauhütten – gleichsam mittelalterliche Technologiezentren – fertigten Sammlungen von Mustern und mitunter auch rezeptartige Texte an, die als gemeinschaftlicher Wissensspeicher dem vertikalen Transfer dienten. Dass diese Sammlungen vor allem Arbeitsmittel waren, zeigt sich daran, dass sie oft auf minderwertigem, achtlos geschnittenem Pergament angefertigt wur-

⁷⁰ Vgl. Carpo, *Architecture in the Age of Printing*, 29; Binding, »Bauwissen«, 82.

den. Sie blieben ungebunden und wurden ohne besondere Pflege gelagert, weshalb die meisten dieser *exempla* verloren gegangen sind.

Die Musterformen konnten mit wenigen Zwischenschritten direkt auf das jeweilige Medium – das Pergament der Bücher, das Holz der Altäre oder die Decken der Kirchengewölbe – übertragen werden. Dafür waren die überwiegend sakralen Einzelfiguren stark auf gut erkennbare Linien reduziert. Sie überschnitten sich nicht und ließen sich daher einzeln als Vorlagen verwenden – ähnlich wie Schnittmuster noch heute.⁷¹ Plausibel ist darüber hinaus, dass die *exempla* auch dem horizontalen Wissenstransfer dienten, also auf Reisen mitgenommen wurden, was die teilweise rasche Verbreitung gestalterischer Innovationen erklären könnte.

Eine weitere, in der Literatur diskutierte Gebrauchsweise ist die kreative Abwandlung der Formen: Die *exempla* konnten als *Mittel kreativer Gestaltung* dienen.⁷² Die kreative Leistung der Gestaltenden lag in der Rekombination der *exempla* als kleinster formaler Einheit mittelalterlicher Gestaltung.⁷³ Auch bei der Reproduktion blieb Raum für eigene stilistische Nuancen, indem Darstellungen vereinfacht, bestimmte Details herausgearbeitet oder Elemente aus verschiedenen Vorlagen kombiniert wurden. Die so entstehende Abwandlung konnte ihrerseits zu einem neuen *exemplum* werden.

Als *Kommunikationsmittel lokaler Arbeitsteilung* kamen die Musterformen ab dem Hochmittelalter in Arbeitszusammenhängen zum Einsatz, in denen eine vergleichsweise hohe Arbeitsteilung herrschte. Das betraf besonders die Bauhütten. Hier wandelte sich allmählich die Rolle des Werkmeisters, der seine gestalterischen Ideen zunehmend durch Pläne kommunizierte, auch wenn er bis weit in die Frühe Neuzeit auf der Baustelle präsent blieb. Auch als die Baumeister des Spätmittelalters und die Architekten und Ingenieure der Renaissance begannen, Zeichnungen zur Kommunikation mit den ausführenden Handwerkern zu verwenden, ließen sie zahlreiche ›Leerstellen‹, die von diesen ausgefüllt werden mussten. Diese Darstellungen blieben also eher ein handwerklich interpretierbares *abstract* der Form, das wie in den Jahrhunderten zuvor enge persönliche Absprache zwischen Architekt und Handwerker erforderte.⁷⁴

Auf eine letzte hier zu nennende idealtypische Gebrauchsweise von Mustersammlungen hat zuletzt Julia Bruch aufmerksam gemacht: die

71 Vgl. Scheller, *Exemplum*, 45.

72 Vgl. Renate Thomas, »Antike Musterbücher«, in *Archaeology and Economy in the Ancient World*, hg. von Renate Thomas (gehalten auf der 19th International Congress of Classical Archaeology, Heidelberg: Propylaeum, 2021).

73 Vgl. Scheller, *Exemplum*, 45.

74 Reith, »Know-How, Technologietransfer und die Arcana Artis im Mitteleuropa der Frühen Neuzeit«, 352.

*visuelle Unterstützung im Kundenkontakt.*⁷⁵ Dies betrifft insbesondere die im Spätmittelalter und der Frühen Neuzeit vermehrt anzutreffenden Sammlungen von Meistern. In ihnen hielten herausgehobene Handwerksmeister besondere, von ihnen gestaltete Werke fest. Genutzt wurden sie als Katalog und Nachweis handwerklicher Fähigkeiten bei der Auftragsvergabe. Die Handwerker konnten ihren Kunden so zeigen, welche Dinge sie herzustellen vermochten.

Die aufwendigen Darstellungen waren zugleich in den Luxuskonsum eingebunden und standen in starkem Kontrast zu den üblichen Muster-sammlungen. Bruch selbst entwickelt ihre These anhand von Rüstungs-darstellungen, die den ritterlichen Kunden eine vereinfachte Orientierung im Wettbewerb um soziale Positionen geboten haben mögen. Die Bewertung der dargestellten Formen fand jedenfalls auch hier unter Anwesenden – Meistern und Kunden – statt. Nach der Herstellung wurden die Einzelstücke wiederum als Muster in die Sammlungen aufgenommen – als Orientierung für neue Aufträge, nicht zur massenhaften Reproduktion oder Bewertung der Form durch Dritte.⁷⁶

Exkurs: Gestaltungswissen und Erfahrung in Vitruvs *De architectura*

Aufschlussreich für die Frage nach den Auswirkungen der sozialen Barriere zwischen Gelehrten und Handwerkern auf die Gestaltung ist die große gestaltungstheoretische Ausnahme, auf die hier kurz eingegangen sei. Es handelt sich um *De architectura libri decem*, die zehn Bücher über Architektur des römischen Architekten und Ingenieurs Marcus Vitruvius Pollio (um 80 v. Chr. – nach 15 v. Chr.) aus dem 1. Jahrhundert v. Chr. Das Werk wurde im Mittelalter durchgehend rezipiert und bildete in der Renaissance *das* schriftliche Dokument schlechthin, mit dem man an die antike Architektur anzuknüpfen suchte. Es gilt daher bis heute als Gründungsdokument der europäischen Architekturtheorie und der (neo)klassizistischen Architektur der Neuzeit.⁷⁷

Der Eindruck einer kohärenten Formlehre ist indes ein Produkt der Renaissance; in Kapitel 5 wird darauf zurückzukommen sein. Tatsächlich gleicht es einer für Vitruvs Lebzeiten typischen Kompilation, die sich auf zeitgenössisches Erfahrungswissen stützt und dieses mit gelehrten,

75 Bruch, »Transmission of Useful Knowledge«.

76 Der zweite – hier ausgelassene, weil nicht auf ästhetische Bewertungen bezogene – Bereich von Darstellungen umfasst Militärgeräte. Vgl. zum Militär als Ausnahme in der Geschichte der Massenproduktion klassisch Werner Sombart, *Luxus und Kapitalismus* (München; Leipzig: Duncker & Humblot, 1922), 30.

77 Vgl. Carpo, *Architecture in the Age of Printing*, 20.

insbesondere griechischen Schriften verknüpft.⁷⁸ Es ist eine Mischung aus praktischen Anweisungen, technischen Beschreibungen, architekturtheoretischen Überlegungen und kulturphilosophischen Reflexionen. Der Bezug auf Fragen der Formgebung variiert erheblich.

Bei der Bewertung der Form gibt Vitruv in *De architectura* der Erfahrung den Vorrang – wohl weil er bei seinem Publikum, wahrscheinlich römischen Bürokraten und Funktionären, Formkenntnisse voraussetzen konnte. Der Text enthält keine Abbildungen. Die wenigen, auf die er Bezug nimmt, sind verloren. Sie vermittelten aber vor allem geometrisches Wissen, das bei der Konstruktion von Dingen und Gebäuden in der Werkstatt oder auf der Baustelle von Nutzen war, kein Stilwissen.

Abbildung 4: Für Vitruv waren jegliche Formen der Gestaltung – technische wie ästhetische – noch in der Erfahrung verankert und zu kompliziert, um schriftlich oder bildlich zuverlässig mitgeteilt werden zu können: so auch die hydraulis, eine antike Wasserorgel (Ausschnitt aus einem Mosaik in der römischen Villa in Nennig, 3. Jahrhundert n. Chr.).



Auskunft darüber, wie Formgebung unter den Bedingungen des Handwerks unter Anwesenden funktionierte – also den Bedingungen, unter denen auch Vitruv arbeitete –, geben beiläufige Kommentare im Text. Die Unzulänglichkeiten der Mittel, die ihm bei der Darlegung seines Wissens über Aussehen und Funktionsweise von Maschinen zur Verfügung standen, waren Vitruv durchaus bewusst. Im Kontext der Schilderung der Bauweise der *hydraulis*, einer antiken Wasserorgel (Abb. 4), kommentiert er:

»Quantum potui niti ut obscura res per scripturam dilucide pronuntiaretur contendi, sed haec non est facilis ratio neque omnibus expedita ad intellegendum praeter eos qui in his generibus habent exercitationem. Quodsi qui parum intellexerit ex scriptis, cum ipsam rem cognoscet, profecto inveniet curiose et subtiliter omnia ordinata.«⁷⁹

⁷⁸ Vgl. Reudenbach, »Artes liberales/artes mechanicae«, 32.

⁷⁹ »Ich habe mich nach Kräften bemüht, diese schwer verständliche Sache klar darzustellen. Indessen ist die Einrichtung nicht leicht und nicht allen

Vitruv besteht darauf, dass seine schriftliche Beschreibung des Geräts korrekt ist – und relativiert sie doch zugleich mit der Aussage, dass sie ohne durch eigene Praxis erworbene Erfahrung (»exercitationem«) eine schwer verständliche Sache (»obscura res«) bleiben müsse. Seine Beschreibung hilft nur dem, der bereits über Erfahrungswissen verfügt, also Teil des Handwerks unter Anwesenden ist, sei es als handwerklich ausgebildete Person oder als jemand, der die Maschine vor sich hat und sich dadurch ein Urteil bilden kann.

Was auch immer Vitruv dazu bewog, sein außergewöhnliches Werk zu verfassen: In der Praxis versuchte er in *De architectura*, die *artes mechanicae* den *artes liberales* anzunähern.⁸⁰ Das Werk zielte allerdings nicht auf einen gänzlich neuen Umgang mit der Form. Vitruv suchte die Aufwertung der Architektenarbeit vielmehr im Erwerb »fachfremden«, aber prestigeträchtigen Wissens wie jenem der Philosophie, das bei Anerkennung der »sozialen Barriere« Aufstiegschancen bot. Der Architekturhistoriker William L. MacDonald charakterisiert Vitruv deshalb als »self-made«: Er hatte sich sein Wissen angelesen.⁸¹

Für Vitruv gilt, was auch für eine Minderheit römischer Architekten und für alle schreibenden Handwerker dieser Art galt: Aufgrund seines engen Kontakts zur Oberschicht (möglicherweise zu Kaiser Augustus selbst, dem er im Vorwort für seine Protektion zumindest dankt) war er ein glücklicher sozialer Aufsteiger, der sich neben und nach seiner handwerklich geprägten beruflichen Tätigkeit den »freien Künsten« widmen konnte und als Autor seine niedere Herkunft hinter sich zu lassen suchte. Wie vielen das gelang und in welchem Maße, lässt sich durch den Verlust weiter Teile der römischen Literatur heute nicht mehr rekonstruieren.

Einen Einblick, wie zeitgenössisch unter Anwesenden über Gestaltung geurteilt wurde, gibt *De architectura* gewiss. Aber es dokumentiert nicht diese Gestaltung selbst. Diese hatte, so avanciert sie war, aus moderner Sicht eher einen »vernakulären« Charakter. Es war nicht nötig, die »Form an sich« als Artefakt zu stabilisieren, indem man sie zeit- und ortsunabhängig fixierte, reproduzierbar machte und an den Namen ihres Schöpfers band. Dafür gab es im »Handwerk unter Anwesenden« schlicht keinen Bedarf. Alles stand unter der Schwierigkeit physischer Herstellung

begreiflich, mit Ausnahme derer, die in diesen Dingen praktische Erfahrung besitzen. Wer etwa die Beschreibung nicht recht verstehen sollte, wird jedenfalls dennoch finden, dass alles sorgfältig und geschickt eingerichtet ist, wenn er die Sache selbst (aus eigener Anschauung) kennenlernt.« Original und Übersetzung zit. nach Vitruv, *Zehn Bücher über Architektur* (Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1964), 495.

80 Vgl. Carpo, *Architecture in the Age of Printing*, 16.

81 Vgl. William L. MacDonald, »The Architect in the Middle Ages, East and West«, in *The Architect: Chapters in the History of the Profession*, hg. von Spiro Kostof (New York; Oxford: Oxford University Press, 1977), 29.

vor allem durch den Körper; durch dieses ›Nadelöhr der Gestaltung‹ musste jede Form hindurch.

Damit wird deutlich, warum der Vermehrung des Werts lange enge Grenzen gesetzt waren. Es gab keine Berufsgruppen, die aus der ästhetischen Gestaltung von Formen systematisch Prestige hätten ziehen können. Zwar gab es, konsolidiert durch die Schrift, mehr oder weniger kontinuierlich tradierte philosophische und theologische Texte, die bisweilen auch gestalterische Fragen thematisierten. Und es gab durch ihre ›künstlerische‹ Arbeit herausgehobene Handwerker, die Dinge produzierten, deren Formen besonderer symbolischer Wert zukam. Was es nicht gab, war ein gelehrtes Wissen *der Form*, das einen Streit um sie hätte provozieren können.

1.3 Handwerk unter Abwesenden

All das ändert sich im ausgehenden Mittelalter. Europa war in dieser Zeit von einer neuen wirtschaftlichen Dynamik geprägt. In den Städten bildeten sich mittlere Schichten, die ihren Wohlstand nicht durch Abschöpfung agrarischer Erträge erwarben, sondern durch Handel und Gewerbe. Unter ihnen findet sich auch eine neue Klasse künstlerisch gebildeter Handwerker, die sich immer weniger als solche verstehen. Sie verschoben die alte Unterscheidung zwischen den freien und den mechanischen Künsten zu ihren Gunsten.⁸² Der Kern dieser ›Enthandwerklichung des Handwerks‹ bestand darin, den Entwurf von der Ausführung zu lösen. Die Form wird zum gestalterischen Bildungsgut. Eine neue Hierarchie schied fortan Handwerker, die über dieses Bildungsgut verfügten, von jenen, die es nicht taten.

Die Bedeutung des Humanismus

Diese Entwicklung steht im Kontext einer Reihe von Veränderungen in der spätmittelalterlichen Bildungslandschaft. Der Humanismus spielte eine wichtige, wenn auch indirekte Rolle. Zunächst eine *intellektuelle* Bewegung, zeichneten sich seine akademischen Vertreter durch eine »Vorliebe für antike Texte, rhetorische Sprachbeherrschung und moral-philosophische Fragestellungen« aus.⁸³ In ihrem Selbstverständnis suchten sie, in Anlehnung an die religiös-ständische Ordnung, eine sich nun

82 Vgl. Warnke, »Geadelte Künstler«.

83 Eckhard Keßler, »Humanismus und Naturwissenschaft: Zur Legitimation neuzeitlicher Naturwissenschaft durch den Humanismus«, *Zeitschrift für philosophische Forschung* 33, Nr. 1 (1979): 24.

auf die antike Literatur stützende »Bildungsdistanz«⁸⁴ als hierarchisierende Größe aufrechtzuerhalten. Die Humanisten bildeten also eine intellektuelle Gegenelite, blieben im Habitus jedoch Gelehrte, die sich mit alten Schriften befassten.

In der Konkurrenz zum scholastischen Denken ging es den Humanisten also nicht um praktisches Wissen. Gleichwohl lösten sie Praktiken der Gelehrsamkeit aus ihrer klerikalen Einbettung und begannen, sich explizit auch an Laien zu wenden.⁸⁵ Diese Praktiken wurden so für Wissensgebiete freigesetzt, die zuvor ganz in das Handwerk unter Anwesenden integriert waren. So konnte eine neue Gruppe von – nach heutiger Vorstellung – Künstlern und Ingenieuren entstehen, die sich zunächst überwiegend autodidaktisch bildeten und die soziale Barriere zwischen den freien und den mechanischen Künsten überwandten.

Ihnen bot der Humanismus zugleich eine neue ideelle Orientierung: »Naturerkenntnis«, so Wolfgang Krohn, »ist legitimiert, weil und insoweit sie dem Menschen dient«.⁸⁶ Damit beschreibt Krohn den konstruierenden und eingreifenden Charakter der neuzeitlichen Naturerkenntnis, ihre *technische* Orientierung. Die neuen Künstler-Ingenieure entwickeln, so Krohn, »das Fortschrittsbewußtsein, die kooperative Einstellung in der Forschung, Meßtechniken, konstruktive mathematische Techniken (technisches Zeichnen, projektive Geometrie)«.⁸⁷ Ob Landwirtschaft, Medizin oder ästhetische Gestaltung von Dingen: Die Perfektibilität des Menschen schloss die Verbesserung des materiellen Lebens ein.⁸⁸

Da Perfektibilität eine umfassende Vorstellung war, lassen sich Kunst und Wissenschaft in dieser Zeit, von heute aus gesehen, kaum sinnvoll unterscheiden. Schon Max Weber sah den Ursprung neuzeitlicher Wissenschaft daher in der Kunst der Renaissance. Die Wissenschaft, so Weber, war für die »künstlerischen Experimentatoren« wie Leonardo da Vinci (1452–1519) »de[r] Weg zur *wahren* Kunst, und das hieß für sie zugleich: zur wahren *Natur*«.⁸⁹ Wer wie die Renaissance-Künstler Kunst

84 So das Wort von Karl Mannheim, »Die Bedeutung der Konkurrenz im Gebiete des Geistigen«, in *Verhandlungen des 6. Deutschen Soziologentages vom 17. bis 19. September 1928 in Zürich: Vorträge und Diskussionen in der Hauptversammlung und in den Sitzungen der Untergruppen* (Tübingen: Mohr Siebeck, 1929), 52.

85 Vgl. Keffler, »Humanismus«, 40.

86 Wolfgang Krohn, »Zur soziologischen Interpretation der neuzeitlichen Wissenschaft«, in *Die sozialen Ursprünge der neuzeitlichen Wissenschaft*, hg. von Wolfgang Krohn, 2. Aufl. (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1985), 23.

87 Krohn, »Zur soziologischen Interpretation«.

88 Vgl. John Ulric Nef, *Cultural Foundations of Industrial Civilization* (Cambridge: Cambridge University Press, 1958), 151.

89 Max Weber, »Wissenschaft als Beruf«, in *Gesamtausgabe*, von Max Weber, hg. von Wolfgang J. Mommsen und Wolfgang Schluchter, Bd. I/17 (Tübingen:

›wissenschaftlich‹ betrieb, beanspruchte nach Weber »den Rang eines Doktors, sozial und dem Sinne seines Lebens nach.«.⁹⁰ Gehlen hat in diesem Zusammenhang auch auf die personelle Seite aufmerksam gemacht: Weil es die Kunst war, die für experimentell forschendes Handeln ein Auskommen jenseits der Zünfte ermöglichte, wurden viele junge Männer, die wissenschaftlich und technisch interessiert waren, ›Künstler‹.⁹¹

Das *disegno* und die unendliche Produktivität des Entwerfens

Der Beginn dieser Ablösung der Kunst vom Handwerk lässt sich schon im Hochmittelalter nachweisen. Zunächst in Italien begannen Künstler und Gelehrte, dem Handwerk ›Geist‹ zuzugestehen und es den Freien Künsten anzunähern. Francesco Petrarca (1304–1374) etwa rühmte an Giotto's Fresken in Neapel »manus et ingenium«, also nicht nur die Hand, sondern auch die Geisteskraft des Malers.⁹² In den ersten kunsttheoretischen Schriften Leon Battista Albertis (1404–1472) aus der Mitte des 15. Jahrhunderts erhielt der Entwurf im Geist dann unbestreitbar das Primat. »Prima nella mente e poi nelle mani«, erst im Kopf und dann in den Händen, war auch Leonardo da Vincis Auffassung von der künstlerischen Gestaltung.⁹³

Als Materialisierung künstlerischen Geistes wurde nun nicht erst das ausgeführte Werk, sondern schon der Entwurf selbst angesehen. Der zentrale Begriff hierfür ist in der italienischen Renaissance der des *disegno*. Die Idee des *disegno* war bereits im mittelalterlichen Italien verbreitet; in der Renaissance aber wurde sie aufgegriffen und systematisch theoretisiert.⁹⁴ Die *arti del disegno*, wie der italienische Künstler und Kunsttheoretiker Giorgio Vasari (1511–1574) sie beschrieb, waren im Kern eine Theoretisierung

Mohr Siebeck, 1992), 90 (Hervorhebung im Original); vgl. auch Arnold Gehlen, »Zeit-Bilder: Zur Soziologie und Ästhetik der modernen Malerei«, in *Gesamtausgabe*, von Arnold Gehlen, hg. von Karl-Siegbert Rehberg, Bd. 9 (Frankfurt am Main: Klostermann, 2016), 38; Horst Bredekamp, *Antikensehnsucht und Maschinenglauben: Die Geschichte der Kustkammer und die Zukunft der Kunstgeschichte*, 4. Aufl. (Berlin: Wagenbach, 2012), 19.

90 Weber, »Wissenschaft als Beruf«, 90.

91 Gehlen, »Zeit-Bilder«, 43.

92 Vgl. Gabriele Helke, »Eine Inkunabel der Antikenrezeption: Mantegnas Hl. Sebastian im Kunsthistorischen Museum«, *Jahrbuch des Kunsthistorischen Museums Wien* 11 (2009): 36; Luke Syson und Dora Thornton, *Objects of Virtue: Art in Renaissance Italy* (Los Angeles: J. Paul Getty Museum, 2001), 136.

93 Helke, »Eine Inkunabel der Antikenrezeption«, 36.

94 Vgl. Wolfgang Kemp, »Disegno: Beiträge zur Geschichte des Begriffs zwischen 1547 und 1607«, in *Marburger Jahrbuch für Kunstwissenschaft*, Bd. 19 (Marburg: Verlag der Kunstgeschichtlichen Seminars der Philipps-Universität Marburg, 1974), 219–240.

der künstlerischen Erfindung mit Konzentration auf die Entwurfszeichnung. Sie verliehen dieser als künstlerischer Idee eine eigenständige Existenz. Im Sinne des *disegno* ist der Entwurf, wie der Designphilosoph Daniel Feige formuliert, die »Idee, die gegenüber ihrer Verkörperung in einem Kunstwerk gewissermaßen einen eigenständigen Sinn gewinnt.«⁹⁵



Abbildung 5: Im Spätmittelalter wurde das Zeichnen zur wichtigsten Praxis künstlerischer Ausbildung. Im Atelier zeichneten sich die Lehrlinge gegenseitig, so auch in jenem Maso Finiguerras (1426–1464), eines Florentiner Goldschmieds und frühen Kupferstechers.

Die Lehre des *disegno* war dabei ihrerseits Ausdruck einer sich wandelnden werkstattlichen Praxis. Bis zur Gründung der ersten Akademien im späten 16. Jahrhundert blieb die Ausbildung von Künstlern zwar stark an die handwerkliche Ausführung gebunden. Was aber bald alle Künstler verband, war die Ausbildung im Zeichnen und in der Geometrie der Perspektive (Abb. 5). Die künstlerische Arbeit vollzog sich, jedenfalls in den führenden Werkstätten, als ein forschendes Entwerfen auf dem Papier. Die Form wurde zu einem eigenständigen Gegenstand künstlerischer Imagination, zum herausgehobenen »cerebral element in the manufacturing process.«⁹⁶

Breitenwirksam wurde diese Eigenständigkeit des Entwurfs jedoch nicht durch die werkstattliche Praxis selbst, sondern dadurch, dass sie sich seit dem 16. Jahrhundert zu einem massenmedialen, von Anwesenden gelösten Programm verbreitete. Als zunehmend pädagogisierte Kunst des Zeichnens war sie Teil einer umfassenden Bildungsbewegung, die handwerkliches Wissen aus den Erfahrungszusammenhängen des Alltags herauslöste und in allgemeinverständlichen Lehr- und Handbüchern sammelte – die Barriere zwischen gelehrtem Diskurs und praktischer

95 Daniel M. Feige, *Design: Eine philosophische Analyse* (Berlin: Suhrkamp, 2018), 42.

96 Syson und Thornton, *Objects of Virtue*, 136.

Erfahrung also zu überschreiten suchte und derart, wie Michael Giesecke gezeigt hat, eine frühe ›Informationsgesellschaft‹ etablierte, die zuverlässig Wissen produzieren und vermehren konnte, ohne auf Weitergabe unter Anwesenden beschränkt zu sein.⁹⁷

Dass dieser Anspruch auch auf alle gestaltenden Handwerke zu übertragen war, bezeugen die Schriften Nürnberger Kunsthandwerker des 16. und 17. Jahrhunderts. Sie versuchten, die neuen, aus Italien stammenden Entwurfsmethoden für deutsche Handwerker verfügbar zu machen, und übten scharfe Kritik am erfahrungsbasierten Werkstattwissen des ›Handwerks unter Anwesenden‹. Albrecht Dürer (1471–1528), zweifellos der wichtigste dieser Autoren, beanstandete in seinem Kunstbuch von 1525, dass begabte Lehrlinge nur durch routinierte Praxis unterwiesen würden, was dazu führe, dass sie »gewaltiglich aber unbedeichtlich, unnd alleyn nach jrem wolgefalle« arbeiteten – einem Wohlgefallen, das irren konnte. Er schloss: »Das aber solche maler wolgefallen in jren yrthumben gehabt, ist alleyn ursach gewest, das sie die kunst der messung nit gelernet haben, on die keyn rechter werckmann werden oder seyn kan.«⁹⁸

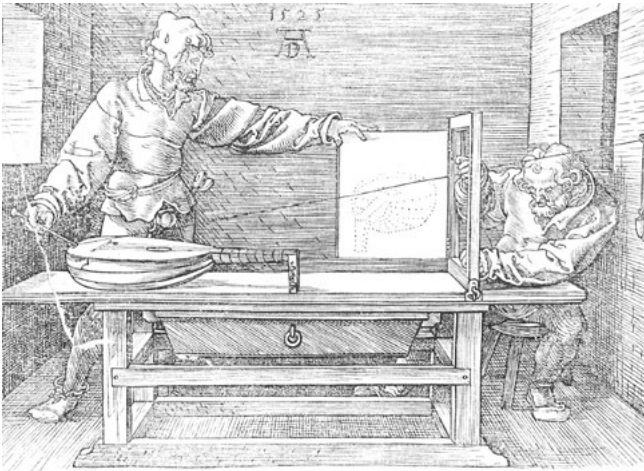


Abbildung 6: Die Vermessung der Dinge: für Dürer war die Exaktheit der Darstellung ein Anliegen, das die Integrität der abgebildeten Formen sichern sollte, hier durch technische Unterstützung in der berühmten Darstellung, die seine Unterweysung der Messung von 1525 beschloss.

97 Vgl. Michael Giesecke, *Sinnenwandel Sprachwandel Kulturwandel: Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1992).

98 Albrecht Dürer, *Unterweysung der Messung* (Nürnberg: Hieronymus Andreae, 1525), Fol. 1 (verso).

Die Lehrschriften waren als gelehrtes Korrektiv zum Werkstattwissen konzipiert und sollten darüber hinaus zum autodidaktischen Lernen ermutigen. Sebald Beham (1500–1550) formulierte: »Dan es mag ein fleissiger Junger, auch on einigen leermeyster auß disem büchlin grundtlichen bericht und verstand fassen, damit er durch seine übung den rechten grundt diser kunst wol erlernen mag.« Die neue Zeichenkunst war damit ein Wissensbestand, der eigenständig, objektiviert in Lehrbüchern existierte und von jedem gestaltenden Handwerker aus eigenem Antrieb angeeignet werden konnte und sollte. Jeder Handwerker sollte durch dieses Wissen jenseits der Autorität Anwesender selbst gestalterisch produktiv werden können.

Damit war eine Orientierung vorweggenommen, die heute geradezu modern erscheint: die auf permanente Innovation, darauf, immer neue Dinge zu erfinden. Dürer schrieb, die neue Entwurfskunst werde »zü ey-nem grössern verstand reichen, weytter suochen und gar vil mehr dann jch ytz anzeyg erfinden.«⁹⁹ Hieronymus Rodler (um 1485–nach 1535) bekräftigte, jeder, der sich dieser Kunst befleißt, könne »vil mer schöner ding, dann auß eygnen sinnen und dem augenmeß, zuwegen bringen«.¹⁰⁰ Wenzel Jamnitzer (1507/1508–1585) sah gar unendliche Möglichkeiten: es könnten durch die Kunst »one Endt, gar viel andere Corper, mancherley Art und gestalt, gemacht, unnd gefunden werden« (Abb. 7).¹⁰¹ Für den Goldschmied Heinrich Lautensack (1522–1568) schließlich war das wenige Jahrzehnte später schon zur Selbstverständlichkeit geworden. Dass diejenigen, die die neue Entwurfskunst beherrschten, »unwissende ubertreffen«, erscheine »der massen, das solches nach lenge zube-weisen unnötig«.¹⁰²

Zeichnen war in diesem Sinne, wie das der Kunsthistoriker Philipp Zitzlsperger ausgedrückt hat, »eine wissenschaftliche Methode der Weltaneignung mittels der denkenden Hand«.¹⁰³ Wie Andreas Lingg betont, war diese Aneignung ihrerseits *produktiv*. Es ging »um weit mehr als nur das Abzeichnen oder Abpausen statischer, in der Schöpfung hinterlegter Proportionen und Gesetzmäßigkeiten«¹⁰⁴, sondern um den Möglichkeits-

99 Dürer, *Underweysung der Messung*, Fol. 1 (verso).

100 Hieronymus Rodler, *Eyn schön nützlich büchlin und underweisung der kunst des Messens mit dem Zirckel Richtscheidt oder Linial* (Simmern: Hieronymus Rodler, 1531), Bd. 3 (recto).

101 Wenzel Jamnitzer, *Perspectiva Corporum Regularium* (Nürnberg, 1568).

102 Heinrich Lautensack, *Des Circkels unnd Richtscheyts, auch der Perspectiua, und Porportion der Menschen und Rosse, kurtze, doch gründtliche underweisung, deß rechten gebrauchs* (Frankfurt am Main: Feyerabend & Lautensack, 1564), Fol. 2 (recto).

103 Philipp Zitzlsperger, *Das Design-Dilemma zwischen Kunst und Problemlösung* (Berlin: Hatje Cantz, 2021), 138.

104 Andreas Friedolin Lingg, »Die Allegorie des Handels: Raumvorstellung und produktive Geometrie in der Frühen Neuzeit«, in *Das Imaginative der*

raum. Dieser neue Zugang war dabei untrennbar mit den konkreten Arbeitsbereichen der Handwerker-Gelehrten verknüpft. Ihre Werkstätten, Schreibtische und Instrumente (Abb. 6) bildeten, so Lingg, »kunstreiche« Geburtsstätten und Übersetzungsmaschinen«. ¹⁰⁵

Das Ergebnis war eine eigene Art der »Rationalisierung«: nicht die »kalte Rechenhaftigkeit«, die später Weber auf den Punkt bringen sollte und die in heutigen Gegenwartsdiagnosen als ursprünglicher Motor der Moderne weiterhin präsent ist, sondern die unendlichen dinglichen Möglichkeiten, die diese »Lehre konkreter Imagination« ¹⁰⁶ eröffnete. Was sich hier abzeichnete, stand also, wie Lingg betonte, »im exakten Gegenteil zum modernen Mythos. Kein kalter Einheitsrahmen, sondern lebendiger Möglichkeitsgrund, keine starre Verzeichnung der Welt, sondern bewegliche Schleifen der Übersetzung, der Ein- und Ausfaltung, des Aufschreibens und Entwerfens«. ¹⁰⁷

Warum dies in einem elementaren Sinne »modern« war, wird im Blick auf Michel de Certeaus Analyse der »Ökonomie der Schrift« deutlich, die er als Isolation eines eigenen, autonomen Raums, der leeren Seite beschrieben hat, auf dem das Subjekt produktiv wird. Die leere Seite grenzt einen »Produktionsort für das Subjekt« ein, eine »autonome Oberfläche«, die sich von der Welt der mündlichen Überlieferung und des tradierten Wissens abtrennt und zum Ort einer Umkehrung wird. Was vorher empfangen und weitergegeben wurde, wird nun hergestellt: »Die Insel der Seite ist ein Durchgangsort, an dem eine industrielle Umformung vorgenommen wird: was hereinkommt, ist etwas »Übernommenes«, und was herauskommt, ist ein »Produkt«.« Der »»Fortschritt«« selbst, so de Certeau, »hat den Charakter der Schrift«. ¹⁰⁸

Seit der Renaissance vollzogen Zeichenlehrbücher exakt diese Operation, nur eben nicht für den Text, sondern für die Form der Dinge. Das Zeichenblatt war auch hier ihre *leere Seite*, ein autonomer Raum, auf dem der Handwerker zum Produzenten wurde. Wie die Schrift die Sprache von ihren Sprechern ablöste und zum bearbeitbaren Material machte, so löste die Entwurfszeichnung die Form von der ausführenden Hand und dem konkreten Werkstück. Die Form wurde zu etwas, das man *herstellen* konnte, unendlich und methodisch, jenseits der Beschränkungen des Überlieferten (Abb. 7). Was Jamnitzer versprach, die Erfindung von Körpern »one Endt«, ist die zeichnerische Entsprechung jener produktiven Logik, die de Certeau für die Schrift beschrieben hat.

Politischen Ökonomie, hg. von Walter O. Ötsch, Birger P. Priddat und Steffen W. Groß (Marburg: Metropolis, 2024), 196 f.

¹⁰⁵ Ebd., 187.

¹⁰⁶ Ebd., 193.

¹⁰⁷ Ebd., 200.

¹⁰⁸ Michel de Certeau, *Kunst des Handelns* (Berlin: Merve, 1988), 243 ff.

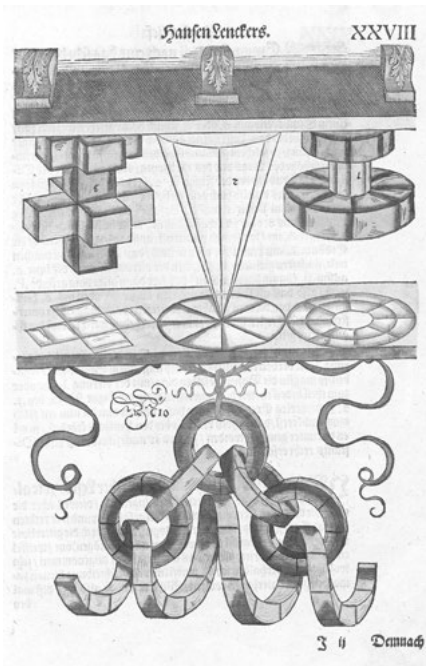


Abbildung 7: Leistungsschau der neuen Entwerfskunst: frei imaginierte Formen – darunter ›olympische Ringe‹ avant la lettre – in Johannes Lenckers *Perspectiva Litteraria* (1567)

Die frühneuzeitliche Gesellschaft war, so gesehen, nicht nur eine schreibende, sondern eben auch eine *zeichnende Gesellschaft*, und in beidem gleichermaßen ›modern‹.

1.4 Die Produktivität des Luxus

Die Aufwertung des Entwurfs und die Trennung von Erfindung und Ausführung hatten für sich genommen nur in den Werkstätten und im neuen Kunstdiskurs Bedeutung. Ihre gesellschaftliche Wirkung entfalteten sie indes dadurch, dass sie eine neue Form des Luxus ermöglichten: einen Luxus, der nicht auf der Knappheit kostbaren Materials beruhte, sondern auf gestalterischem Erfindungsreichtum – und der sich deshalb auf neue Weise vermehren ließ.

Emulation oder Innovation?

Doch was war der *soziale* Antrieb dieses Luxus? In der Konsumgeschichtsschreibung werden hier üblicherweise zwei Alternativen diskutiert. Zum einen ein distinktionsgetriebener Luxus, der sich durch

Emulation verbreitete, indem die unteren Stände den Konsum der oberen nachahmten. Zum anderen eine *Innovation*, in der vor allem mittlere Schichten sich dieser Distinktion verweigerten und ganz neue Arten von (symbolischen) Bedürfnissen entwickelten.

Die soziologische Grundlage für das erste, distinktionsgetriebene Verständnis frühneuzeitlichen Konsums lieferte Norbert Elias mit seiner Analyse der höfischen Gesellschaft. Die ständische Herrschaftsordnung des Mittelalters war dezentral auf den Klerus, den Adel und die Städte verteilt gewesen. Der Absolutismus bedeutete zwar – anders als der Name suggeriert – nicht ›absolute‹ Macht; sie blieb an ein labiles Gefüge von Abhängigkeiten gebunden, das nun aber am Hof zentralisiert war. Das Zeremoniell ermöglichte eine Befriedung der vom Schwertadel zuvor gewaltsam ausgetragenen Machtkämpfe. Der sichtbare Status wurde zum wichtigsten Medium höfischer Konkurrenz. Luxus erwies sich daher, so Elias, als »ein unentbehrliches Instrument der sozialen Selbstbehauptung«.¹⁰⁹ Wer nicht standesgemäß repräsentierte, riskierte seinen Rang.¹¹⁰ In diesem Sinne war die höfische Gesellschaft eine vom Wettbewerb um soziale Positionen getriebene Konsumgesellschaft. Ähnlich argumentierte Veblen, der in der höfischen Gesellschaft allerdings nur eine historische Formation der »leisure class« erkannte.¹¹¹

Neil McKendrick hat im Anschluss daran argumentiert, dass dieses Modell des Vergleichs der Treiber der »Konsumrevolution« des 18. Jahrhunderts war, in der sich der Luxus auch auf mittlere Schichten ausdehnte. McKendrick sah im England dieser Zeit einen »spirit of equality«, der den Ehrgeiz weckte, sich dem jeweils nächsthöheren Stand durch *Emulation* anzugleichen.¹¹² In diesem Bild erscheint die dingliche Vermehrung der Frühen Neuzeit als bloße Diffusion eines aristokratischen Modells nach unten; für eine eigenständige Ästhetisierung bleibt kein Platz.

Jan de Vries hat diesem Modell, sich von McKendrick abgrenzend, in seiner Studie zur *Industrious Revolution* grundsätzlich widersprochen. Die emulationsbasierten Erklärungen, so sein Einwand, setzten eine Gesellschaft voraus, in der eine verfeinerte Konsumkultur auf einen kleinen Kreis beschränkt sei und dann »like an accidentally released virus« auf neue Bevölkerungsgruppen überspringe. Ein solches Modell verweigere dem größten Teil der Gesellschaft jede eigenständige

¹⁰⁹ Norbert Elias, *Die höfische Gesellschaft: Untersuchungen zur Soziologie des Königtums und der höfischen Aristokratie* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1983), 98.

¹¹⁰ Ebd., 101.

¹¹¹ Veblen, *The Theory of the Leisure Class*.

¹¹² Vgl. Neil McKendrick, »The Consumer Revolution of Eighteenth-Century England«, in *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, hg. von Neil McKendrick, John Brewer und J. H. Plumb (Bloomington: Indiana University Press, 1982), 9–33.

Handlungsfähigkeit.¹¹³ De Vries setzte dagegen den ›aktiven‹, ›suchenden‹ Konsumenten, der nicht nachahmte, sondern selbst wählte.¹¹⁴ Seine Untersuchung der niederländischen Republik zeigt eine Gesellschaft, in der »innovation rather than emulation« die treibende Kraft war.¹¹⁵ Den »New Luxury«, den de Vries vom höfischen »Old Luxury« abgrenzte, kennzeichnete, dass er nicht nach Grandeur strebte, sondern nach Komfort und – ästhetischem – Genuss. Entscheidend war bei de Vries für die Erklärung der Vermehrung, dass der alte Luxus, der auf Exklusivität beruhte, sich nur in »distinctly inferior adaptations« imitieren ließ. Der neue Luxus dagegen ließ sich vermehren, ohne an Qualität einzubüßen.¹¹⁶

Allerdings muss man sich nicht zwischen diesen Modellen entscheiden. Was hier mit der *Economy of Qualities* beschrieben worden ist, bezieht sich auf eine grundlegendere Ebene. Denn weder Elias und McKendrick noch de Vries betonten angemessen, wie grundlegend der Wandel war, der sich mit der Wertschätzung für schöne Dinge, mit der Bedeutung ›guten Geschmacks‹ verband. Der entscheidende Mechanismus lag darin, dass diese ›Vergeistigung‹ des Handwerks paradoxerweise zu einem ›materialistischeren‹ Konsum führte. Es entstand eine neue Klasse von Dingen, die ihren Wert dadurch erhielten, dass man an ihnen ›geistige Qualitäten‹ schätzte und diese auf ihre Produzenten zurechnete. Die *Form* wurde zum symbolischen Werträger – nicht das kostbare Material. Dies zeigt sich in den überlieferten Verträgen zwischen Werkstätten und Kunden, in denen die Art der Ausführung immer weniger festgelegt wird und konkrete Angaben zur Verwendung teurer Materialien verschwinden.¹¹⁷

Seit der Renaissance wurde es somit immer üblicher, Gebrauchsgegenständen aller Art einen künstlerischen Charakter zu verleihen – Gegenstände, die Luke Syson und Dora Thornton treffend als *Objects of Virtue* bezeichnet haben.¹¹⁸ Die Entwürfe dafür stammten bisweilen von

113 Jan de Vries, *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present* (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), 51.

114 Ebd., 23.

115 Ebd., 52.

116 Ebd., 44.

117 Vgl. Michael Baxandall, *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy: A Primer in the Social History of Pictorial Style* (Oxford: Clarendon Press, 1972), 1–27. Baxandall zeigt, wie in den Verträgen des frühen 15. Jahrhunderts die Verwendung kostbarer Pigmente (Ultramarin, Blattgold) im Detail festgelegt wurde, während gegen Ende des Jahrhunderts zunehmend die eigenhändige Ausführung durch den Meister als Wertgarantie an ihre Stelle trat.

118 Luke Syson und Dora Thornton, *Objects of Virtue: Art in Renaissance Italy* (London: British Museum Press, 2001).

den bekanntesten Malern und Architekten selbst. Erhalten ist etwa eine Reihe von Entwürfen künstlerisch aufgewerteter Alltagsgegenstände des Malers Giulio Romano (1499–1546), darunter ein Salzgefäß.¹¹⁹ Aber auch berühmte deutsche Künstler des Spätmittelalters und der Frühen Neuzeit entwarfen selbstverständlich Dinge, die von anderen ausgeführt wurden. Die Arbeit am Entwurf war eine Dienstleistung, die den Künstler nicht herabsetzte, sondern ihn und seinen Gegenstand ›adeltete‹.

Jenseits sozialer Dynamiken bedurfte die *Economy of Qualities* einer Anerkennung des Eigenwerts künstlerischer Entwürfe. Wie die Kunsthistorikerin Elizabeth Honig gezeigt hat, entstand eine ganz neue Kultur des Urteilens: Erstens hatten die Konsumentinnen und Konsumenten gelernt, den Künstler als Schöpfer wertzuschätzen – eine Folge des Aufstiegs des *disegno*, der im vorigen Abschnitt dargestellt wurde. Zweitens beruhte diese Wertschätzung nicht mehr auf persönlicher Bekanntschaft, weshalb sich vermittelnde Akteure wie Händler an der Wertgebung beteiligen konnten. Und drittens erfolgte die Verständigung über ein von abwesenden Dritten stets vermehrtes und massenmedial verbreitetes gelehrtes Wissen und einen Kanon, an dem der Wert der Dinge bemessen werden konnte.¹²⁰ Das Ergebnis war die Etablierung einer »language of connoisseurship«.¹²¹

Frühneuzeitliche Konstellationen ästhetischer Vermehrung

Auf dieser geteilten kulturellen Grundlage der *Economy of Qualities* gab es, je nach historischen Voraussetzungen, unterschiedliche Konstellationen, in denen verschiedene soziale Dynamiken zum Tragen kamen, aber durchgängig ästhetische Vermehrung stattfand. De Vries weist auf die niederländischen Bürger hin, die besondere Qualitäten von Dingen mit republikanischem Selbstbewusstsein verbanden. Sie kultivierten eine *beschaafdheid*, die sich bewusst von der französischen *politesse* abhob: nicht äußere Anpassung an die Regeln des Zeremoniells, sondern innere Geschmacksbildung, die Vernunft und Geselligkeit fördern sollte.¹²²

In den Niederlanden hatte die Kunst schon früh massenhaften Charakter. Im 17. Jahrhundert waren Gemälde ein weitaus günstigerer Luxus als Juwelen.¹²³ In einigen hundert Werkstätten arbeiteten Tausende

¹¹⁹ Vgl. die Entwurfszeichnungen Giulio Romanos für Silbergefäße im British Museum, London; dazu John F. Hayward, *Virtuoso Goldsmiths and the Triumph of Mannerism 1540–1620* (London: Sotheby Parke Bernet, 1976).

¹²⁰ Vgl. Elizabeth A. Honig, *Painting and the Market in Early Modern Antwerp* (New Haven: Yale University Press, 1998), 97.

¹²¹ Ebd., 206.

¹²² Vgl. de Vries, *The Industrious Revolution*, 50.

¹²³ Vgl. Honig, *Painting and the Market*, 205 f.

von Künstlern ›protoindustriell‹ und produzierten geschätzt mehrere Millionen Gemälde; Kunstbesitz wurde bis weit in die mittleren Schichten zur Normalität.¹²⁴ Vom britischen Unternehmer und Reiseschriftsteller Peter Mundy (1597–1667) ist eine zeitgenössische Beschreibung der niederländischen Wohnkultur erhalten: »All in general are striving to adorne their houses, especially the outer or street roome, with costly peeces, Butchers and bakers not much inferiour in their shoppes, which are Fairely sett Forth, yea many tymes black-smithes, Coblers etts., will have some picture or other by their Forge and in their stalle.«¹²⁵

De Vries macht sich in seiner Gegenüberstellung von emulativem und innovativem Konsum die zeitgenössische Unterscheidung zu eigen, die die republikanischen Niederländer machten, um ihren ›guten‹ Luxus vom ›schlechten‹ Luxus des Adels abzugrenzen, der im 17. Jahrhundert von keiner anderen Nation so symbolisiert wurde wie von Frankreich. Bei genauerem Hinsehen ist das aber nicht überzeugend, denn so ›äußerlich‹, wie es die Republikaner dem Adel vorwarfen, war dessen Geschmack keineswegs. Das zeigt der Blick auf die eigentlich gegenteilige Konstellation: die französische *Economy of Qualities* vor der Revolution. Als bloß ›äußerliche‹ *politesse*, als oberflächlicher Geschmack, bei dem es im Wesentlichen um Distinktion ging, lässt sich der französische Luxus nicht angemessen beschreiben. Vielmehr war auch hier der Erwerb von Geschmack eine aufwendige, ›innere Angelegenheit‹, an der eine gewaltige Zahl von Akteuren beteiligt war – an den Kunstakademien, den Sammlungen, im Hofhandwerk, in den Zeichenschulen für Handwerker. Dazu mehr im nächsten Kapitel.

Wie Thomas Becker dargestellt hat, kam der Oberschicht in dieser Ordnung aber auch hier eine besondere Rolle zu, die sie nur *durch Geschmack* einnehmen konnte. Er zitiert Bourdieu, der betont, die »Frühzeitigkeit« des adligen Geschmacks sei paradoxerweise »ein Effekt der Anciennität«. ¹²⁶ Ihre Führungsrolle behaupteten die Adligen deswegen, weil sie ihren Geschmack – ganz in einer ästhetisierten Lebenswelt sozialisiert – ›natürlich‹ erwarben. Die Rolle, die Becker daraus ableitet, ist die des ›Schöpferturns‹, ›der Kreativität‹. Der Adel übte seine symbolische Macht dadurch aus, dass er in dem ästhetischen Raum, den die *Economy of Qualities* praktisch herstellte, schwamm ›wie ein Fisch im Wasser‹.

124 Vgl. John Michael Montias, *Artists and Artisans in Delft: A Socio-Economic Study of the Seventeenth Century* (Princeton: Princeton University Press, 1982); Michael North, *Kunst und Kommerz im Goldenen Zeitalter: Zur Sozialgeschichte der niederländischen Malerei des 17. Jahrhunderts* (Köln: Böhlau, 2001).

125 Peter Mundy, *The Travels of Peter Mundy in Europe and Asia, 1608–1667*, hg. von Richard Carnac Temple, Bd. 4 (London: Hakluyt Society, 1925), 70.

126 Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1987), 127 f.

Die Selbstverständlichkeit, über diesen Geschmack zu verfügen, war freilich harte Arbeit. Diese Arbeit musste verschleiert werden, um unsichtbar zu machen, dass man im Grunde über ›denselben‹ Geschmack verfügte wie die nichtadeligen Kunstkenner, Künstler und Kunsthandwerker. Der ästhetische Bildungsvorsprung musste also auf eine Weise gelingen, die so ›natürlich‹ war, dass andere sie nicht erreichen konnten – etwa dadurch, dass bürgerliche Intellektuelle, die sich dieses Wissen mühsam angeeignet hatten, es als Lehrer des Adels an diesen weitergaben. Darin drückt sich aus, dass die frühneuzeitliche Hierarchie immer weniger auf Abstammung und dem damit verbundenen feudalen Landbesitz beruhte als vielmehr auf Geschmack.

Damit wird noch einmal deutlich, was der wachsende Stellenwert des Geschmacks für die frühneuzeitliche Gesellschaft bedeutete. Mit ihm wurden Leistungen anerkannt, die nicht aus der Bearbeitung des Bodens stammten, nicht aus der erntenden, nicht aus der werkenden, sondern aus der *denkenden* Hand. In der *Economy of Qualities* wurde eine Form menschlicher Kompetenz gesellschaftlich sichtbar und prämiert, die sich von der feudalen Ordnung fundamental unterschied. Darin liegt, um nochmals Nef aufzugreifen, eine der entscheidenden Voraussetzungen für die Entstehung der industriellen Gesellschaft. Denn die denkende Hand konnte mehr hervorbringen als die arbeitende; sie konnte Neues schaffen, Formen erfinden und variieren und eine Produktivität entfalten, die nicht durch den Umfang des bestellten Landes begrenzt war. Die Aufwertung des Geschmacks war insofern nicht nur eine kulturelle Verschiebung, sondern zugleich eine leise ökonomische Revolution, die den Boden bereitete für jene Produktionsweise, in der die gestaltende Intelligenz zur zentralen Ressource werden sollte.

Eine produktive »leisure class«

Um diesen Zusammenhang noch deutlicher zu machen, sei neben den Niederlanden des Goldenen Zeitalters und dem französischen Hof eine dritte Konstellation genannt: England. Daran zeigt sich auch, warum Geschmack für die »Great Divergence« bedeutsam war – jenen grundlegend anderen Entwicklungspfad, den Westeuropa in der Frühen Neuzeit etwa im Unterschied zu China einschlug. Auch für England hat man auf eine zunehmende Abkehr von der alten Exklusivität im Konsum hingewiesen, sei es durch Emulation der oberen durch die unteren Schichten oder durch eine eigenständige Innovation. Neuere Forschung zeigt allerdings, dass die Tatsachen diesem heroischen, oft vom späteren ›Bürgertum‹ gezeichneten Bild nicht entsprechen.

Die englische »Nation of Makers«, wie Serena Dyer und Chloe Wigston Smith das sich seit dem 17. Jahrhundert herausbildende nationale

Selbstverständnis kennzeichnen, hatte keinen klaren sozialstrukturellen Index. Vielmehr konnte ›guter Geschmack‹ als Produktivkraft Herrschaft legitimieren. Richtig entwickelt war das zuerst bei Königin Elisabeth I. (1533–1603), die eine massive Förderung von Kunst und Kultur betrieb, selbst umfassend gebildet war und ›guten Geschmack‹ offensiv als Machtmittel einsetzte.¹²⁷ Von der Verehrung der Königin als oberster ›maker‹ zeugen zeitgenössische Publikationen. Ein äußerst populäres Kunstbuch aus dem frühen 17. Jahrhundert pries englische Königinnen als fleißig und erfindungsreich. Die »workes [...] of wondrous price« der Königinnen seien im Tower, in Windsor Castle und in Hampton Court zu besichtigen gewesen und dienten als »a good example to our Nation«, ¹²⁸ Solche Zuschreibungen erstreckten sich über Generationen und bildeten eine ganze Dynastie von »Queenes and great Ladies, who have bin famous for their rare Inventions«, ¹²⁹

Der Absolutismus fand hier eine besondere Legitimation: Die Königin hatte ihre Position nicht allein deshalb inne, weil sie adlig war, sondern weil sie durch produktives Handeln, durch Fleiß und Erfindungsreichtum höchste Tugend verkörperte. So konnte sie ›Adel‹ auf eine Weise beanspruchen, die in einer »Nation of Makers« ungleich stabiler war als der Verweis auf bloße Geburt. Es war eine Leistungsethik, durch die sich die Erwähltheit des Adels zeigen konnte. In seinen gestalterischen Leistungen blieb dieser ›produktive Adel‹ zwar dilettantisch. Aber er erwarb ein ästhetisches Unterscheidungsvermögen, das ihn zu einer besonderen Rolle in der Geschmackselite aus Kunsthandwerkern, Kunstbeamten und Kunstintellektuellen befähigte, die sich um die (höfischen) Zentren der europäischen *Economy of Qualities* gruppierte.

Die Pointe, auf die es schließlich ankommt, ist die folgende: Obwohl die Produktivität im technischen Sinne in der Frühen Neuzeit nicht hoch war – es gab kaum Versuche, mit derselben Zahl an Arbeitern deutlich mehr Dinge herzustellen –, etablierte sich eine Produktivitätsvorstellung, die dinglichen Wert auf andere Weise vermehrte: die Vorstellung, dass es mehr und vielfältigere, nicht nur komfortablere, sondern auch *schönere* Dinge geben konnte. Das ist der geschichtsmächtige Kern der frühneuzeitlichen *Economy of Qualities*.¹³⁰

127 Vgl. Grant David McCracken, *Culture and Consumption* (Bloomington: Indiana University Press, 1988), 11.

128 John Taylor, *The Needles Excellency: A New Booke wherein are divers Admirable Workes wrought with the Needle, Newly invented and cut in Copper for the pleasure and profit of the industrious*, 12. Aufl. (London: James Boler, 1640), Fol. 4 (recto).

129 Ebd., 3 (verso).

130 Jan Wetzel, »Early Modern Pattern Books and the Expansion of Luxury Through Design«, Preprint, 2026, https://doi.org/10.31235/osf.io/xv8w6_v1.

Dem ›Handwerk unter Abwesenden‹ kam eine besondere Rolle zu, weil es ästhetische Differenzierungsmöglichkeiten aus einem unendlich wachsenden Fundus schöpfte. Das Zeichnen war in diesem Sinne paradigmatisch für die ästhetische Vermehrung der frühneuzeitlichen *Economy of Qualities*. Auf den Punkt brachte dieses Verständnis der niederländische Verleger und Kunsthändler Willem Goeree (1635–1711), für den das Zeichnen »Zeug-Mutter und Amme aller Künste und Wissenschaften« war: »Denn ausser dem, daß alles, was durch vernünfftige Erfindungen der Menschen gemacht wird, seinen Wolstand grössesten Theils durch Zeichner-Erkäntnüss bekommt: so ist sie über dieses die erste Anleiterin, Richtschnur, und Vollbringerin alles dessen, was man erdencken mag.«¹³¹ Mit dem Zeichnen als ›Zeug-Mutter aller Künste‹ war die »soziale Barriere« zwischen den *artes liberales* und den *artes mechanicae* endgültig überwunden: Die Form war nicht länger stummes Werkstattwissen, sondern Gegenstand gelehrter Reflexion und produktiver Praxis zugleich – die Grundlage jener *Economy of Qualities*, die der industriellen Produktivität vorausging und sie überhaupt erst denkbar machte.

131 Willem Goeree, *Anweisung zu der allgemeinen Reiß- und Zeichen-Kunst: Darinnen Die Gründe und Eigenschafften, die man, einen unfehlbaren Verstand in der Zeichen-Kunst zu erlangen, nothwendig wissen muß, kürztlich, und doch klärlich angewiesen werden* (Hamburg: Johann Naumann und Georg Wolfffen, 1677), 1.

2 Die Autonomie der Form

Wie dargestellt, war die Vermehrung der Dinge in der Frühen Neuzeit zunächst eine vor allem *qualitative*. Handwerker verfügten über eine ganz neue Formenwelt, weil nun auch Abwesende Teil der Gestaltung werden konnten – doch die Herstellung blieb in ihrer Hand. Das änderte sich im Laufe der Frühen Neuzeit zunächst schleichend, dann ab dem späten 18. Jahrhundert beschleunigt: durch wachsende Arbeitsteilung, betriebliche Rationalisierung und überregionalen Handel. Auf das gerade zu Ende gehende 19. Jahrhundert zurückblickend, beschrieb Georg Simmel in seiner *Philosophie des Geldes* einen grundlegenden Strukturwandel der Dingwelt. Im Vergleich zum Jahr 1800 seien »die Dinge, die unser Leben sachlich erfüllen und umgeben, Geräte, Verkehrsmittel, die Produkte der Wissenschaft, der Technik, der Kunst unsäglich kultiviert«.¹

Was stattfand, war ein grundlegender Beziehungswandel von Produktion und Konsumtion. »Die Kundenarbeit, die das mittelalterliche Handwerk beherrschte und erst im letzten Jahrhundert ihren rapidesten Rückgang erfahren hat, beließ dem Konsumenten ein persönliches Verhältnis zur Ware«, so seine Beobachtung.² In der modernen Wirtschaft hingegen sei die Dyade von Produzent und Konsument durch eine Vielzahl anonymer, spezialisierter Marktakteure verdrängt worden. Das Ergebnis sei die »Autonomie der Produktion«; eine »Objektivierung, die die Produktion sowohl dem produzierenden wie dem konsumierenden Subjekt gegenüber ergriffen hat und durch die sie jenseits der sozialen oder sonstigen Unterschiede dieser beiden steht«.³

Simmel denkt bei dieser Beschreibung insbesondere an Wissenschaft und Technik, an den »große[n] Chemiker, der in seinem Laboratorium über Darstellung der Teerfarben sinnt«. Dieser arbeite – vermittelt durch die vielen Glieder von Industrie und Handel – »für die Bäuerin, die beim Krämer sich das bunteste Halstuch aussucht«.⁴ Was für die synthetischen Farben galt, galt auch für die Formen. Auch sie wurden immer mehr anonym, spezialisiert produziert. Was Simmel als »Autonomie der Produktion« beschrieb, wird im Folgenden im Hinblick auf die Form zugespitzt: als *Autonomie der Form*. Um den Strukturwandel der *Economy of Qualities* und seinen Ausdruck in der Autonomie der Form geht es im Folgenden.

1 Georg Simmel, *Philosophie des Geldes*, 8. Aufl. (Berlin: Duncker & Humblot, 1987), 505.

2 Ebd., 516.

3 Ebd., 517; vgl. gleichlautend, ohne sich auf Simmel zu beziehen, Boltanski und Esquerre, *Bereicherung*, 274.

4 Simmel, *Philosophie des Geldes*, 517.

2.1 Die Entgrenzung ästhetischer Gestaltung

Um den Wandel zu verstehen, ist zunächst zu sehen, wie die Autonomie der Produktion die symbolische Ordnung der Dinge umwälzte. Dinge von besonderem symbolischem Wert wurden nicht mehr von den höchsten Künstlern und Kunsthandwerkern persönlich für diejenigen produziert, die in der sozialen Hierarchie ganz oben standen. Stattdessen arbeiteten diese nun als spezialisierte Teiglieder der Produktion. Die gesellschaftliche Prägekraft der Dyade von ›geschmackvollem‹ Produzent und Konsument löste sich auf. Dass der entscheidende Wendepunkt zu diesem modernen, nicht mehr fest mit der gesellschaftlichen Hierarchie verknüpften Konsum im 18. Jahrhundert liegt, hat die konsumgeschichtliche Forschung der 1980er Jahre gezeigt,⁵ an die im Folgenden angeknüpft wird.

Dimensionen der Entgrenzung

Mit der Ausbreitung des modernen Konsums wurden ästhetisch gestaltete Dinge im Hinblick auf die symbolische Ordnung der Gesellschaft zunehmend freier. Sie fanden immer mehr Verbreitung jenseits sakraler oder herrschaftlicher Praktiken – überall dort, wo es einen Markt für sie gab. Ästhetische Gestaltung wurde entgrenzt: in sachlicher, zeitlicher und sozialer Hinsicht.⁶

Die *sachliche Entgrenzung* zeigt sich darin, dass immer mehr Waren zum Gegenstand ästhetischer Gestaltung wurden. Dadurch entstand eine neue Klasse von Dingen zwischen dem Luxus für den Hof mit seinen spezifischen symbolischen Affinitäten einerseits und den Alltagsgegenständen für die breite Masse, die vorwiegend physische Bedürfnisse befriedigten, andererseits. In einer Vermischung und Steigerung beider Klassen entstand ein neues Angebot an »ästhetisch differenzierten Gütern des gehobenen Bedarfs«.⁷

Begünstigt wurde diese sachliche Entgrenzung durch neue Konsumpraktiken, die die Nachfrage nach ästhetisch gestalteten Dingen

- 5 Klassisch McKendrick, Brewer und Plumb, *The Birth of a Consumer Society*; Campbell, *The Romantic Ethic*; McCracken, *Culture and Consumption*, bes. 16; für Deutschland maßgeblich Michael North, *Genuss und Glück des Lebens: Kulturkonsum im Zeitalter der Aufklärung* (Köln; Weimar; Wien: Böhlau, 2003); Karin A. Wurst, *Fabricating Pleasure: Fashion, Entertainment, and Cultural Consumption in Germany, 1780–1830* (Detroit: Wayne State University Press, 2005).
- 6 Vgl. Werner Sombart, *Wirtschaft und Mode: Ein Beitrag zur Theorie der modernen Bedarfsgestaltung* (Wiesbaden: Bergmann, 1902), 13.
- 7 Ingeborg Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum* (Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1996), 214.

steigerten.⁸ Der Konsum von Tee und Kaffee etwa führte nicht nur zur Herausbildung globaler Produktions- und Handelsnetzwerke und beförderte damit Kolonialismus und Sklavenhandel – er schuf zugleich eine Nachfrage nach aufwendig gestalteten Tischen, Porzellantassen oder Metallgeräten zur Zubereitung und zum Verzehr (Abb. 8). Landwirtschaftlich produzierte Kolonialwaren und künstlerisch veredelte, formal-gestalterisch aufwendige, überwiegend in den europäischen Nationen hergestellte Waren bildeten im Sinne de Vries' »consumption bundles«.⁹

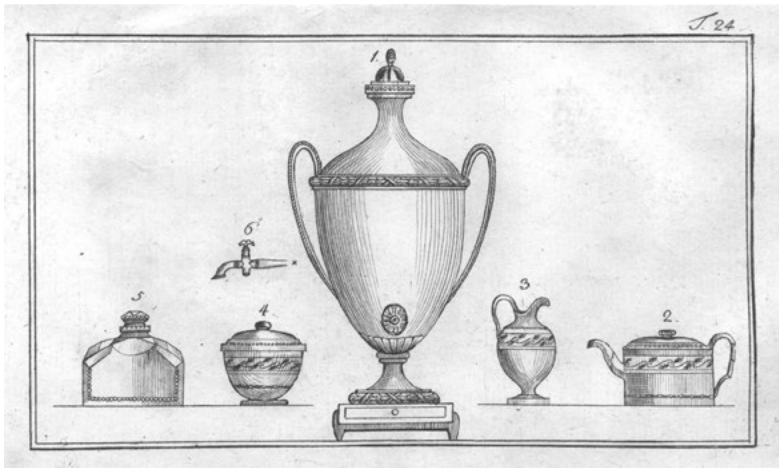


Abbildung 8: Typische ästhetisch veredelte Waren des modernen Lebensstils im späten 18. Jahrhundert: eine englische »Thee-Maschine« und dazu passendes Teezeug (Nrn. 2–4 von Wedgwood, Abbildung aus dem *Journal des Luxus und der Moden*, August 1788)

Die sachliche Entgrenzung der ästhetischen Gestaltung stand im Kontext eines neuen Lebensstils, der weniger auf Repräsentation als vielmehr auf – wie es ein Zeitgenosse Ende des 18. Jahrhunderts formulierte – »Genuß und Glück des Lebens« zielte.¹⁰ Und dabei ging es eben nicht nur um die Erweiterung des sinnlichen Genusses und des körperlichen Komforts. Die neuen Dinge sollten Geschichten erzählen, zur Konversation anregen, die Seele beleben: Der britische Historiker John Brewer spricht entsprechend von »Pleasures of the

8 Vgl. North, *Genuss und Glück des Lebens*, 77 u. 209.

9 Jan de Vries, *The Industrious Revolution* (Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2008), 31 ff.

10 Friedrich Justin Bertuch und Georg Melchior Kraus, »Einleitung«, *Journal der Moden* 1, Nr. 1 (1786): 4.

Imagination«. ¹¹ Entscheidend waren die »mentalen Gebrauchswerte« der Dinge. ¹²

Die *zeitliche Entgrenzung* zeigt sich im steigenden Tempo des Wechsels der Moden. Wo der Modezyklus vormals ein Jahrzehnt dauerte, wechselte die Mode nun jährlich, in schnelllebigem Segmenten sogar saisonal. ¹³ Formen wurden durch die Mode rhythmisch entwertet. ¹⁴ Auch hier zeigt sich der Kontrast zum höfischen Luxus. Die höfische Mode hatte die Entwertung von Dingen noch mit der gesellschaftlichen Hierarchie in Einklang bringen müssen. Die moderne Mode musste sie nur noch mit Kaufkraft und Begehren nach Neuem abstimmen.

Die wesentlich durch Gestaltung erzeugte Neuheit hatte eine sich selbst verstärkende Wirkung, die McCracken als »Diderot-Effekt« beschrieben hat. ¹⁵ McCracken bezieht sich dabei auf einen 1768 geschriebenen Essay des französischen Philosophen. In diesem berichtet Diderot vom Geschenk eines neomodischen Hausrocks, demgegenüber seine übrige Einrichtung plötzlich wertlos erscheint. Ein einziger modischer Gegenstand zwingt seinen gesamten häuslichen Besitz unter den Vergleich der Mode und bringt ihn letztlich dazu, den ganzen Hausstand zu ersetzen. Die Verunsicherung der symbolischen Ordnung beklagt Diderot, wenn er formuliert, dass »anspruchsvolle[r] Geschmack alles verändert, ausrangiert, verschönert, das Oberste zuunterst kehrt«. ¹⁶

Neuheit ist keine Eigenschaft von Dingen, sondern Ausdruck einer Temporalisierung des Werts – ein Ideal, das niemals erreicht werden kann, sodass immer schon eine Entwertung durch noch Neuere antizipiert wird. ¹⁷ Colin Campbell beschreibt Neuheit in diesem Sinne als Tagtraum. Ob das als »neu« bewertete Ding tatsächlich zusätzlichen Nutzen

11 John Brewer, *The Pleasures of the Imagination* (London: Routledge, 2013).

12 Friedrich Wolfram Heubach, »Produkte als Bedeutungsträger: Die heraldische Funktion von Waren. Psychologische Bemerkungen über den kommunikativen und imaginativen Gebrauchswert industrieller Produkte«, in *Produktkulturen: Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums*, hg. von Reinhard Eisendle und Elfie Miklauth (Frankfurt am Main; New York: Campus, 1992), 177–197.

13 Vgl. Sombart, *Wirtschaft und Mode*, 13; McCracken, *Culture and Consumption*, 39.

14 Neil McKendrick, »The Commercialization of Fashion«, in *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*, hg. von Neil McKendrick, John Brewer und John H. Plumb (Bloomington: Indiana University Press, 1982), 34.

15 McCracken, *Culture and Consumption*, 118–129.

16 Denis Diderot, *Gründe, meinem alten Hausrock nachzutruern* (Berlin: Friedenauer, 2010), 7.

17 Vgl. Jens Beckert, *Imaginierte Zukunft: Fiktionale Erwartungen und die Dynamik des Kapitalismus* (Berlin: Suhrkamp, 2018), 324.

oder eine neue Erfahrung bietet, ist zunächst irrelevant. Entscheidend ist, dass die Wahrnehmung eines Dings als ›neu‹ es dem Konsumenten ermöglicht, sein im Tagtraum erlebtes Ideal daran zu heften.¹⁸

Die *soziale Entgrenzung* schließlich besteht in der Tatsache, dass ästhetisch gestaltete Waren in den Horizont immer weiterer Schichten gelangten. Wie der Konsumhistoriker Michael North gezeigt hat, partizipierten Adel und Bürgertum gleichermaßen am modernen Kulturkonsum.¹⁹ Die soziale Entgrenzung ist also weder gleichbedeutend mit dem im letzten Kapitel beschriebenen Trickle-down-Effekt – einer Emulation des Adels durch das Bürgertum – noch als ›Verbürgerlichung‹ des Konsums angemessen gefasst. Beides erfasst Aspekte des Wandels, aber nicht den Wandel selbst.

So partizipierten in den deutschen Staaten alle Angehörigen der aristokratischen und bürgerlichen Oberschichten gleichermaßen am modernen Konsum: Adlige, mittlere und höhere Beamte, Stadtpolitiker, Unternehmer, Bankiers, Kaufleute, Pfarrer, Gelehrte, Künstler, Intellektuelle, ob sie nun in Handelsstädten wie Hamburg, Leipzig, Bremen, Frankfurt am Main oder Nürnberg, Residenzstädten wie Wien, Berlin, Mannheim, Braunschweig, München oder Dresden, Universitätsstädten wie Göttingen oder Greifswald, an Fürstenhöfen wie in Weimar oder in den vielen Kleinstädten des Reiches lebten.²⁰ Seine größte Dynamik entfaltete der moderne Konsum in einer neuen Siedlungsform, der europäischen Großstadt. Hof, Militär und Beamte – »Städtebildner«, wie Sombart sie nannte – wurden im Laufe des 18. Jahrhunderts unwichtiger.²¹ An ihre Stelle trat ein dezentrierter Konsum.

Allerdings partizipierte zu Beginn keineswegs die gesamte Bevölkerung durch Kaufakte am modernen Konsum. Zur Normalität für alle wurde das selbst in westlichen Gesellschaften erst nach dem Zweiten Weltkrieg. Gleichwohl entstand *erstens* ein breites Sortiment von »Popoluxe«, ²² einem »Luxus für die Masse«, ²³ der weitere Teile der Bevölkerung erreichte als je zuvor. Begünstigt wurde dies durch die stete Entwertung der Waren durch die Mode, die erstmals einen Gebrauchtwarenmarkt entstehen ließ, an dem auch weniger Begüterte teilhaben konnten.²⁴

18 Campbell, *The Romantic Ethic*, 144.

19 North, *Genuss und Glück des Lebens*, 2.

20 Ebd.; ebenso schon Norbert Elias, *Kitschstil und Kitschzeitalter*, hg. von Hermann Korte (Münster: Lit, 2004), 15.

21 Vgl. Sombart, *Luxus*, 25.

22 Cissie Fairchild, »The Production and Marketing of Popoluxe Goods in Eighteenth-Century Paris«, in *Consumption and the World of Goods*, hg. von John Brewer und Roy Porter (London: Routledge, 1994), 228–248.

23 Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 35.

24 Vgl. einführend Jon Stobart und Ilja Van Damme, Hrsg., *Modernity and the Second-Hand Trade: European Consumption Cultures and Practices*,

Zweitens bewirkte der moderne Konsum eine soziale Integration, die nicht nur die städtischen bzw. höfischen Zentren, sondern auch die ländliche Peripherie erfasste. Die ländliche Peripherie konnte zwar lange nicht das Konsumniveau der Zentren erreichen, war aber nicht mehr prinzipiell ausgeschlossen. Beispielhaft steht dafür das *Noth- und Hilfsbüchlein für Bauersleute* des Volksaufklärers Rudolf Zacharias Becker, das erstmals 1788 erschien und mit einer Gesamtauflage von über einer Million Exemplaren das meistverkaufte weltliche Buch des ausgehenden 18. Jahrhunderts war. Es enthält neben praktischem Wissen über die bäuerliche Haushaltsführung auch ein Kapitel zum Umgang mit Luxus und Mode. Die Bauern sollten nach Beckers Vorstellung lernen, sich dem Luxus zu entziehen, indem sie andere Quellen des Prestiges kultivierten: »Wer den Leuten gefallen will, muß es durch sich selbst, durch Geschicklichkeit und gute Aufführung thun.«²⁵ Wie auch immer die volksaufklärerische Pädagogik bei der Landbevölkerung ankam – für die Autoren stand fest, dass auch die bäuerliche Lebenswelt längst im Bann der städtischen Warenwelt stand.

2.2 Die Öffentlichkeit der Formen

Dass der moderne Konsum nicht mehr zwischen Stadt und Land unterschied, verweist auf seinen zunehmend *anonymen* Charakter: Die Verständigung über den Wert der Formen löste sich aus persönlichen Beziehungen und wurde zu einer öffentlichen Angelegenheit. In der Hofkunst waren die Praktiken symbolischer Wertzuschreibung auf Zeremoniell, Salons, Akademieausstellungen und Sammlungen beschränkt gewesen. Dies änderte sich im Laufe des 18. Jahrhunderts grundlegend. Mit der Kommodifizierung des Kulturkonsums und den neuen Massenmedien entstand eine Öffentlichkeit der Formen.²⁶ Nicht mehr nur eine höfische

1700–1900 (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010); Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 47.

- 25 Rudolf Zacharias Becker, *Noth- und Hilfsbüchlein für Bauersleute oder lehrreiche Freuden- und Trauer-Geschichte des Dorfs Mildheim*, Neue, für Oberdeutschland besonders eingerichtete Auflage (Sulzbach in der Oberpfalz: Seidel, 1789), 173; vgl. Niels Penke, *Formationen des Populären: Semantik und Poetik des ›Volkes‹ um 1800* (Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 2024), 395.
- 26 Zwar ist Simmels auf das Ende des 19. Jahrhunderts bezogene Beobachtung zutreffend, dass schon mit dem Lesen einer Zeitung »eine so umfassende geistige Konsumtion« stattfände, »wie sie vor hundert Jahren auch dem in seiner geistigen Aktivität vielseitigsten und weitestausgreifenden Menschen nicht möglich war« (Simmel, *Philosophie des Geldes*, 513). Ein grundlegender Wandel hatte aber schon bis 1800 stattgefunden.

Geschmackselite, sondern alle am Konsum Beteiligten mussten sich nun fortlaufend über den Wert der Formen verständigen.

Das Warenhaus als Tagtraum der Formen

Eine weitere Öffentlichkeit der Formen entstand mit dem Warenhaus. Nirgendwo verdichten sich die drei Entgrenzungen so sehr wie hier. Sachlich entgrenzt das Warenhaus, indem es alle möglichen Dinge versammelt und inszeniert. Zeitlich entgrenzt es, indem diese Dinge stets wechseln – es institutionalisiert den Wandel. Sozial entgrenzt es als anonymer Raum, der durch Schaufenster und Verkaufsflächen der Masse zugänglich wird. Die ersten Warenhäuser entstanden um die Mitte des 19. Jahrhunderts; ihre Vorläufer reichten aber deutlich weiter zurück. Große Kaufhäuser und Händler mit ungewöhnlich breitem Sortiment gab es in Paris und London seit dem späten 18. Jahrhundert. In Berlin wollte man dies seit den 1820er Jahren nachahmen.

Bereits vor der Errichtung großer Warenhäuser aber hatte sich das Konsumverhalten verändert. Man bestellte Waren nicht mehr beim Handwerker, sondern sah sich im neuen Einzelhandel mit Warensammlungen konfrontiert, aus denen man wählen konnte. Für die Zeitgenossen war diese Erfahrung von Überfluss sehr eindrucklich. Die deutsche Schriftstellerin Sophie von La Roche (1730–1807) berichtete in ihrem 1787 publizierten *Journal einer Reise durch Frankreich* von einem Laden, »in welchem nicht allein ein großer Werth im ausserordentlichen Vorrath lag, sondern auch alle möglichen Formen von Gefässen, Schüsseln, Töpfen, Leuchtern, Cafféezeug und Salzfüßern. Formen in der edeln einfachen Art, andre mit den reichsten Verzierungen alten und neuen Geschmacks.«²⁷

Die entscheidende Konsumpraxis, die bei La Roche sichtbar wird und die das Warenhaus ermöglichte, war weniger der Kauf selbst als die Konfrontation mit einer Sammlung von Dingen und Formen, angesichts derer die Konsumentin bislang unbewusste »Bedürfnisse« entdecken oder neue entwickeln konnte.²⁸ Die imaginative Qualität, die damit verbunden ist,

27 Sophie von La Roche, *Journal einer Reise durch Frankreich* (Altenburg: Richter, 1787), 93. Vgl. Neil McKendrick, »Josiah Wedgwood and the Commercialization of the Potteries«, in *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*, hg. von Neil McKendrick, John Brewer und John H. Plumb (Bloomington: Indiana University Press, 1982), 79.

28 McCracken, *Culture and Consumption*, 26. Hinzu kommen mit dem Warenhaus fixe und öffentliche, also transparente Preise und die Möglichkeit des Kredits.

zeigt sich vor allem im *window-shopping*, das gerade darauf beruht, Dinge (noch) *nicht* zu erwerben.

Campbell beschreibt das Vergnügen, das aus dem imaginativen Gebrauch der versammelten Dinge erwächst – dem geistigen ›Anprobieren‹ der angebotenen Kleider, dem ›Imaginieren‹, wie die zum Verkauf stehenden Möbel in der eigenen Wohnung wirken würden.²⁹ Solches Tagträumen sieht Campbell als grundlegend für die Aneignung des Warenangebots an. Die Rolle des Verkaufspersonals kann moderierend, ideengebend, persuasiv sein – entscheidend ist aber die Vorstellungskraft der Konsumenten.³⁰

Massenmedien der Form

In den deutschen Staaten entwickelte sich vor jedem physischen Kontakt mit der Warenwelt das, was Simmel als »geistige Konsumtion« beschrieb.³¹ Mit der neuen Formenwelt kam man zunächst weder durch Erwerb noch durch *window-shopping* in Berührung. Große Warenhäuser gab es bis ins späte 19. Jahrhundert nur in London und Paris. In den 1820er Jahren war Berlin für ein »großes Kaufhaus«, das der preußische Architekt und Baubeamte Karl Friedrich Schinkel (1781–1841) nach dem Vorbild der Passagen im Pariser *Palais Royal* für die Prachtallee *Unter den Linden* plante, schlicht zu provinziell.

Doch wer von den Warenhäusern in Paris und London abgeschnitten war, war es nicht von den imaginativen Praktiken des Konsums. Die Mode verbreitete sich zunächst fiktional, durch Briefe, Romane und Reiseberichte wie jenen La Roches.³² Besonders bedeutsam aber waren die Modejournale, die im späten 18. Jahrhundert rasante Verbreitung fanden. Sie stellen den eigentlichen Bruch mit dem Hof in Fragen der Geschmacksbildung dar. Am Hof hatte es zwar auch Zeitungen gegeben, die aber handschriftlich verfasst waren und persönlich zirkulierten. Bei aller Ausdifferenzierung beruhte die höfische Geschmacksbildung auf Anwesenheit.

29 Vgl. Campbell, *The Romantic Ethic*, 147.

30 Diese Funktionsweise des modernen Einzelhandels hat sich in den letzten 250 Jahren nicht wesentlich verändert; vgl. Pauline Garvey, *Unpacking IKEA: Swedish Design for the Purchasing Masses* (New York: Routledge, 2018), 46.

31 Simmel, *Philosophie des Geldes*, 513.

32 Vgl. Purdy, *The Tyranny of Elegance*; North, *Genuss und Glück des Lebens*, 3; Matt Erlin, *Necessary Luxuries: Books, Literature, and the Culture of Consumption in Germany, 1770–1815* (Ithaca: Cornell University Press, 2014), 3.

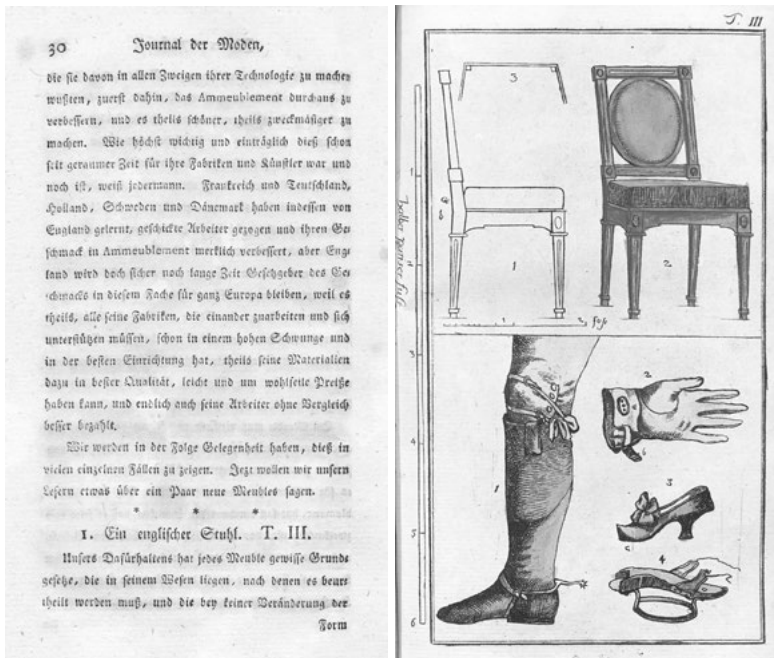


Abbildung 9: Abbildung und Kommentierung neuer Dinge und ihrer Formen, darunter ein englischer Stuhl: eine Warenrezension im Journal des Luxus und der Moden (1786)

Die Modejournale dagegen richteten sich an ein anonymes Publikum, das schon deshalb nicht eng begrenzt sein durfte, weil sich die teure Herstellung der Publikationen finanziell lohnen musste. Exemplarisch steht dafür das *Journal des Luxus und der Moden* des Weimarer Unternehmers und Verlegers Friedrich Justin Bertuch (1747–1822), das von 1786 bis 1827 erschien und in seinen erfolgreichsten Jahren monatlich über 20.000 Leserinnen und Leser erreichte. Es machte sein Publikum mit den neuesten Waren vertraut und rezensierte sie. Dabei bot es auch Interpretationen ihrer Werte und Formen an (Abb. 9). Neben dem Text wurden Bilder immer wichtiger. Für das *Journal* wurden sie in Bertuchs Weimarer Manufaktur aufwendig per Hand koloriert.

Das *Journal* war aber nur ein Teil einer Gründungswelle von Zeitschriften, die ihr Publikum mit neuen Formen vertraut zu machen suchten, unter ihnen das *Journal für Fabrik, Manufaktur, Handlung, Kunst und Mode* (Leipzig, 1791–1808), das *Magazin für Freunde des guten Geschmacks* (Leipzig, 1794–1799) und die *Zeitung für die elegante Welt* (Leipzig, 1801–1859).

Von der ungeheuren Verbreitung der neuen Formenwelt zeugt ein spöttischer Kommentar, den August Wilhelm Schlegel (1767–1845) in

der gemeinsam mit seinem Bruder, dem Philosophen Friedrich Schlegel (1772–1829), herausgegebenen Zeitschrift *Athenaeum*, dem wichtigsten Periodikum der Frühromantik in Jena, schrieb. Er stellte dabei den dichtenden Pfarrer Friedrich Schmidt von Werneuchen (1764–1838), von den Literaten wegen seiner naiven Gedichte verachtet, als spießigen Krämer der Form dar. Der »Prediger Schmidt« habe »die Kunst erfunden, aus den Fasern von Heidekraut, Disteln, Binsen, Mauerpfeffer u. dergl. einen etwas groben, jedoch haltbaren Kattun zu verfertigen.« Und weiter:

»Die Stempel der darauf gedruckten Muster sind ebenfalls von seiner Hand, sie stellen teils einheimische Blumen vor, die nicht nur nach der Zahl und Größe der Blätter, sondern mit allen Staubfädchen und Pünktchen auf das genaueste abgebildet sind, teils ländliche Hausgeräte, als Butterfässer, Kinderstühlchen, Bierkrüge. Auf einigen größeren zu Bettvorhängen bestimmten Mustern sind die romantischen Gegenden um Werneuchen, Dörfer mit Kirchtürmen, Windmühlen, Sandberge usw. angebracht. [...] Man hofft, es könne ein bedeutender Handelsartikel für die Mark Brandenburg werden.«³³

Die Massenmedien der Form trugen eine eigentümliche Ironie in sich: Sie trieben die Vermehrung der Formen voran und waren zugleich das Medium, in dem kritisch über sie nachgedacht wurde. Darauf wird im vierten Kapitel zurückzukommen sein.

Der Fundus der Formen

Das wesentliche Ergebnis der neuen Öffentlichkeit der Formen war, dass man nun über eine große Formenvielfalt verfügen konnte. Der Wandel deutete sich bereits mit dem »Handwerk unter Abwesenden« in der Renaissance an. Als das erste populäre, also in großer Auflage und für den kommerziellen Vertrieb produzierte Musterbuch gilt das *Kunstbüchlein* des humanistisch gebildeten Künstlers Heinrich Vogtherr des Älteren (1490–1556), das zuerst 1538 in Straßburg erschien. Es sollte »Molern, Bildschnitzern, Goldschmiden, Steinmetzen, Schreibern, Platnern, Waffen un[d] Messerschmiden«, wie es im Vorwort hieß, Muster zur Verfügung stellen, insbesondere jenen, die eben nicht so mobil waren, um sich persönlich mit neuen zu versorgen, also »den jhenigen, so [...] mit weib und kinden beladen, auch etlichen, so von natur weit umbreysens ungewohnt«.³⁴

Die Kunsthistorikerin Femke Speelberg weist darauf hin, dass die klassische Kunstgeschichte diese Musterbücher dem *disegno* als freiem

33 August Wilhelm Schlegel, »Neue Fabrik«, *Athenaeum* 2 (1799): 339.

34 Heinrich Vogtherr, *Ein Frembds und wunderbars kunstbüchlin* (Straßburg, 1538), Fol. 2 (verso).

Entwurf des ›Genies‹ entgegenstellte: als statische Formspeicher, die mechanisch kopiert werden konnten, aber keine eigenständige schöpferische Leistung darstellten. Demgegenüber macht Speelberg geltend, dass die Sammlungen so weder gedacht noch gebraucht wurden. Gleichwohl schufen die Musterbücher eine neue, meritokratische Hierarchie. Wer sie publizierte, beanspruchte damit eine »position of authority« – die Fähigkeit, andere Künstler mit vorbildlichen Mustern zu versorgen und deren Arbeit anzuleiten.³⁵ Das verdeutlicht die anti-traditionale Stoßrichtung des Handwerks unter Abwesenden: Es veränderte nicht nur den Umgang mit Formen, sondern auch den Fundus, aus dem man schöpfte.

Andeutungen einer Verfügbarmachung der Formenwelt finden sich auch in der höfischen Kunst. Das gilt zunächst für die höfischen Sammlungen. Lange bevor sie im 19. Jahrhundert in öffentliche Museen umgewandelt wurden, begannen die Beamten, sie neu zu ordnen und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Zwar blieb der persönliche Zugang zu den Sammlungen der höfischen Elite vorbehalten.³⁶ In Form von Bildmaterial standen sie jedoch der Öffentlichkeit zur Verfügung: So wurden seit dem späten 17. Jahrhundert Kataloge publiziert, die Stiche der Sammlungsräume, Nachstiche von Gemälden und Abbildungen von Artefakten enthielten. Auf diese Weise erreichte die höfische Kunst auch Provinzen, die weder über nennenswerte höfische Sammlungen noch über Kunstakademien verfügten.³⁷

Mit dem Strukturwandel der *Economy of Qualities* nahm dies aber ein ganz anderes Ausmaß an. Verleger wie Bertuch bedienten sich selbstverständlich am vorhandenen historischen Formenschatz – doch ihr Interesse galt einer gesteigerten Zirkulation der Formen insgesamt. Formen verfügbar zu machen wurde zu einem eigenen Geschäft. Bertuch bot bereits in den 1790er Jahren einen Service an, bei dem Musterzeichnungen der im *Journal des Luxus und der Moden* abgebildeten Waren in Weimar bestellt werden konnten. In der ersten Ausgabe versprach er, »jedem Liebhaber, der ausführlichen Unterricht irgend einer Mode und Erfindung fordert, (da man von den kleinen Kupfern des Journ. nicht mehr erwarten wird, als was sie leisten können) dieselben nebst genauer

35 Femke Speelberg, »›noch vil höher, und subtiler Künsten... an tag zu bringen‹: Renaissance Pattern Books and Ornament Prints as Catalysts of the Design Process«, *Zeitschrift für Kunstgeschichte* 87, Nr. 1 (2024): 54.

36 Vgl. Claudia Susannah Cremer, »Hagedorns Geschmack: Studien zur Kunstkennerschaft in Deutschland im 18. Jahrhundert« (Rheinische Friedrichs-Wilhelms-Universität Bonn, 1989), 140.

37 Vgl. beispielhaft für die Schweiz Edgar Bierende, »›von der grossen Welt entfernt‹: Die Absenz der Originale und der Beginn einer vergleichenden Kunstgeschichte in der Schweiz«, in *Vergleichendes Sehen*, hg. von Lena Bader, Martin Gaier und Falk Wolf (Leiden; Boston: Brill/Fink, 2010), 293–312.

Zeichnung im Großen, oder ein Model nach Maasstabe, so daß darnach gearbeitet werden kann, zu liefern«. ³⁸

Im 19. Jahrhundert standen dann immer mehr, schließlich Hunderte von immer umfassenderen Mustersammlungen zur Verfügung. ³⁹ Ein 1880 erschienenes Literaturverzeichnis für Unternehmer, das einen Überblick über die Publikationen der letzten 30 Jahre zu geben versuchte, verzeichnete einige Dutzend »Muster-Vorlagen«. ⁴⁰ Der erfolgreiche Leipziger Buchhändler und Antiquar Karl Wilhelm Hiersemann (1854–1928) führte in seinem Katalog zum Kunstgewerbe von 1925 über 1.000 Publikationen auf, darunter zahlreiche Mustersammlungen. ⁴¹ Jede dieser teils kostspieligen Sammlungen wurde wiederum kopiert. Auszüge erschienen in Zeitschriften, wodurch die Sammlungen weitere Verbreitung fanden. Und nicht zuletzt gab es mehr oder weniger seriöse Anbieter, die jedem, der dafür zahlte, die neuesten Formen zukommen ließen (Abb. 10). Plagiate, die über diese Wege ebenso verbreitet wurden, waren im 19. Jahrhundert eher die Normalität als die Ausnahme. ⁴²

Worüber es nun zu verfügen galt, war der *Fundus der Formen*: eine öffentliche, massenmedial verbreitete und allgemein zugängliche Ressource, die zur neuen Grundlage symbolischer Verwertung wurde. Die Idee des Fundus der Formen steht im Kontrast zur stilgeschichtlichen Historisierung, die Wandel immer unter Bezugnahme auf einen bestimmten Stil erzählt, als stünde dieser stellvertretend für ein Zeitalter. Dieser als prägend erachtete Stil stellt aber immer nur eine Auswahl dessen dar, was in der jeweiligen Zeit produziert wurde. ⁴³ Der Hinweis auf einen historisch *wachsenden* Fundus der Formen macht dagegen deutlich, dass im

38 Bertuch und Kraus, »Einleitung«, 13.

39 Siehe für eine aktuelle Übersicht »Ornamentvorlagen und Musterbücher« (arthistoricum.net – Fachinformationsdienst Kunst, Fotografie, Design), zugegriffen 24. Juni 2024, <https://www.arthistoricum.net/themen/bildquellen/historische-literatur-zum-kunstgewerbe/ornamentvorlagen-und-musterbuecher>.

40 *Verzeichniss sämmtlicher Schriften über Textilindustrie, Spinnerei, Weberei, Tuchfabrikation, Seidenindustrie, Wirkerei, Farbwaarenkunde, Färberei, Druckerei, Appretur, Bleicherei, Maschinen, Wollen u. Seiden-Industrie, Ausstellungs-Berichte etc. welche von 1850 bis 1880 im deutschen Buchhandel erschienen sind* (Leipzig: Gracklauer, 1880), 34–37.

41 *Katalog 546: Kunstgewerbe* (Leipzig: Hiersemann, 1925).

42 Vgl. Rudolf Klostermann, *Die Patentgesetzgebung aller Länder nebst den Gesetzen über Musterschutz und Markenschutz* (Berlin: Guttentag, 1876), 377.

43 Statistische Untersuchungen sind in der Design- und Architekturgeschichte kaum anzutreffen. Um eine Ausnahme zu nennen: Barbara Miller Lane, *Architektur und Politik in Deutschland 1918–1945* (Braunschweig; Wiesbaden: Vieweg, 1986), 44 u. 114, schätzt den Anteil stilistisch »moderner«



Abbildung 10: Modische Formen frei Haus: Anzeige eines Formenhändlers in der Leipziger Monatsschrift für Textil-Industrie (1900)

modernen Konsum das Aus-der-Mode-Kommen einer Form nie ihr gänzlich Verschwinden bedeutet. Sie wird zwar entwertet, bleibt aber Teil des Formgedächtnisses und kann jederzeit wieder in Wert gesetzt werden.

2.3 Das Management der Werte

Mit dem Strukturwandel der *Economy of Qualities* wurde Gestaltung mehr und mehr zu einer Frage der Verwertung dieses Fundus der Formen. Die Form ließ sich auf alle möglichen Dinge übertragen (sachliche Entgrenzung), ihre modischen Zyklen ließen sich nutzen (zeitliche Entgrenzung), und mit ihr konnten neue Käufergruppen erschlossen werden (soziale Entgrenzung). Es ging darum, vorhandene Produktionsfaktoren so einzusetzen, dass sie zur Marktgängigkeit der Waren beitrugen. Formgebung wurde zu einem *Management der Werte*. Der Begriff des ›Managements‹ betont, dass es sich nicht um künstlerische ›Schöpfung‹, sondern um die gezielte Verwaltung und Verwertung vorhandener symbolischer Ressourcen handelte.

Die Zwischenhändler

Wer aber waren die Träger dieses Managements? Ein erstes Indiz liefert die wachsende Bedeutung des Zwischenhandels. Je aufwendiger der Luxus, desto komplizierter die Lieferketten – und desto mehr Gestaltungschancen entstanden. Eine gut untersuchte Gruppe, die von dieser wachsenden Arbeitsteiligkeit profitierte, waren die *marchands-merciers*,

Wohnbauten in den Jahren 1918–1933, also der Hochzeit des Neuen Bauens, auf 5 bis 10 Prozent.

königlich privilegierte Händler, die im französischen Luxusmarkt zwischen Produktion und Konsumtion vermittelten. Ihre Position verdankte sich zunächst dem Liquiditätsbedarf einer Wirtschaft, die von kapital schwachen Produzenten und unzuverlässig zahlenden Konsumenten geprägt war.⁴⁴

In ihrer maßgeblichen Studie zu den *marchands-merciers* hat Carolyn Sargentson allerdings darauf hingewiesen, dass die marktbildende Rolle dieser Gruppe weit über finanzielle Dienstleistungen hinausging.⁴⁵ Durch ihre intime Kenntnis des Marktes nahmen sie selbst erheblichen Einfluss auf die Gestaltung. Zwar waren sie selten selbst künstlerisch ausgebildet, stellten aber professionelle Künstler ein, die nicht nur die Waren, sondern auch Kataloge und Reklame gestalteten.⁴⁶ Indem die *marchands-merciers* Kontrolle über die Veredelung (*enjolivement*) der Produkte hatten und dafür Halbfabrikate lagerten, konnten sie Produkte aber auch nach ihren eigenen, mit der Mode wechselnden Spezifikationen zusammenstellen und ihren Kunden eine beträchtliche Auswahl bei der endgültigen Form der Waren anbieten.⁴⁷ Sie wussten, welche Formen gefragt und welche verfügbar waren, und brachten beides zusammen. Der *serielle Charakter* von Luxuswaren, der sich weniger der Maschinisierung als den Markterfordernissen verdankte, scheint eine allgemeine Tendenz des 18. Jahrhunderts gewesen zu sein.⁴⁸

Demselben Muster folgend gab es auch viele kleinere Hofhandwerker, die ihr Marktwissen nicht nur durch die Herstellung eigener Waren, sondern auch als Händler, Berater und Zusammensteller von gefragten Formen zu verwerten suchten. Typische Figuren des 18. Jahrhunderts sind in Paris die *marchands-menusiers* oder die *marchands-tapisiers*, also Tischler oder Tapezierer, die sich auch im Handel und der

44 Dazu Julius Lessing, *Das Kunstgewerbe als Beruf: Vortrag gehalten in der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft zu Berlin* (Berlin: Simion, 1891), 28: »Dem Handwerker gegenüber, der für ungewöhnliche Arbeiten höhere Preise fordert, ist der Konsument fast immer misstrauisch, weil er sich selber in der Beurtheilung unsicher fühlt, er braucht vielmehr einen Zwischenmann, auf dessen sachverständige Beurtheilung er Vertrauen setzt und bei dem er eine Auswahl verschiedener Stücke sieht, aus der ihm überhaupt erst das Verständnis für die Güte und Preiswürdigkeit der Waare aufgeht. Für diese Sicherheit bezahlt er willig den höheren Preis.«

45 Carolyn Sargentson, *Merchants and Luxury Markets: The Marchands Merciers of Eighteenth-Century Paris* (London: Victoria and Albert Museum, 1996).

46 Ebd., 46.

47 Ebd., 54.

48 Vgl. Cyril Lécosse, »Portraits en série et reproduction mécanique des traits à l'âge des Lumières et sous la Révolution: entre idéal démocratique et stratégies commerciales«, *Perspective*, Nr. 2 (2019): 203–216.

Innendekoration betätigten; auch allgemeinere Bezeichnungen wie *ensemblier* oder *assemblier* finden sich.⁴⁹ Solche aus dem Hofhandwerk kommenden Ausstatter standen dabei in Konkurrenz zu den Hofkünstlern, die ihrerseits diesen neuen Markt zu erschließen versuchten, etwa als *peintre-décorateurs* oder *dessinateurs-décorateurs*.⁵⁰

Sie alle hatten die Funktion von Geschmacksberatern, die für ihre Kunden nicht mehr nur selbst Dinge herstellten, sondern sie mit einer Auswahl aus dem Marktangebot kombinierten und lieferten. Im Laufe des 19. Jahrhunderts fand dann eine Professionalisierung dieser Dienstleistung statt, kombiniert mit einer zunehmenden Kapitalstärke. So wurde der *Décorateur* ab dem späten 18. Jahrhundert zu einer zentralen Figur und blieb es während des gesamten 19. Jahrhunderts. Über ihn schreibt Julius Lessing (1843–1908):

»Er richtet ein grosses Magazin ein, in welchem der Besucher die fertigen Zimmereinrichtungen findet mit Möbeln, Vorhängen, Teppichen, Tischdecken und allem erdenklichen Luxusgeräth. Ein solcher Dekorateur im grossen Stil kauft die alten Teppiche von Persien, Bronzen aus Paris und Indien, Lack und Porzellan aus China und Japan, er nimmt den Malern ihre unverkäuflichen Bilder ab, hält sich ein Lager von Antiquitäten, und der glückliche Hausbesitzer kann sein Haus bei ihm einrichten vom Keller bis zum Boden, einschliesslich der Kunstwerke und der Ahnengalerie. Ein solcher Dekorateur ist keineswegs nur Zwischenhändler. Sein Geschmack und Geschick hat den grössten Einfluss auf den Absatz; er weiss durch die Zusammenstellung der Stücke die Kundschaft zu einem Kunstaufwand zu bestimmen, welchen der einzelne Handwerker niemals durchgesetzt hätte. Der Dekorateur ist ein weltmännisch geschulter Mann, der in Schlössern und Palästen zu Hause ist, Einrichtungen früherer Jahrhunderte und fremder Welthauptstädte kennt, die Ideen überträgt, Arbeiten veranlasst.«⁵¹

Die Dekorateurs fungierten – zunächst in Paris und London, später auch in den deutschen Staaten – als *taste maker* und beeinflussten dadurch, wie Lessing betont, selbst die Nachfrage.⁵² Bemerkenswert ist die Kontinuität zur höfischen Kunstwelt: Solche Magazine waren ursprünglich aus der Verwaltung des höfischen Mobiliars hervorgegangen. Was sich änderte, war weniger die praktische Funktionsweise der Geschmacksbildung als die Tatsache, dass die ästhetischen Werte nicht mehr mit der

49 Vgl. Stefan Muthesius, *The Poetic Home: Designing the 19th-Century Domestic Interior* (London: Thames & Hudson, 2009), 37.

50 Ebd.

51 Lessing, *Kunstgewerbe*, 27.

52 Im Laufe des 19. Jahrhunderts strebten dann einige dieser Dekorateurs, wie Muthesius, *The Poetic Home*, 39, betont, eine Professionalisierung hin zu »decorative designers« an.

gesellschaftlichen Hierarchie in Einklang gebracht werden mussten. Die Dekorateurs richteten nicht mehr höfische Räume ein, die bestimmten Repräsentationsbedürfnissen zu entsprechen hatten, sondern nahmen sich jeder Räumlichkeit an, für die ein symbolisches Bedürfnis bestand oder geweckt werden sollte.

Die Eigenständigkeit, die diese Marktakteure bis zum Ende des 18. Jahrhunderts erlangten, zeigt sich eindrücklich in ihrer Rolle bei der Verwertung der höfischen Ausstattung nach der Französischen Revolution. Die Kunsthistorikerin Iris Moon hat die Auktionen, auf denen der höfische Luxus in den 1790er Jahren veräußert wurde, als Orte der Individualisierung symbolischer Werte beschrieben. Losgelöst vom Zeremoniell und der höfischen Sinnordnung, für die sie ursprünglich produziert worden waren, wurde entscheidend, welche neuen symbolischen Werte man ihnen nun zuschreiben konnte.⁵³

Der wichtigste neue symbolische Wert der alten Hofmöbel war die Nostalgie. Die untergegangene französische Monarchie wurde zu einer Retrotopie,⁵⁴ die europäische Händler gezielt vermarkteten. Ihr *taste making* formte nach der Einschätzung Tom Stammers das nationale Gedächtnis Frankreichs wesentlich mit.⁵⁵ In den Jahrzehnten nach der Revolution sorgten die Händler dafür, dass die höfischen Stile zu einem konventionalisierten Teil des Fundus der Formen wurden und dem Markt zur Verfügung standen – bis heute (Abb. 1).

Künstler, Kunsthandwerker, Kunstindustrielle

Für die Produktion bedeutete Autonomie der Form, dass die Formgebung marktorientierter wurde. Die Gewerbefreiheit begünstigte dies, indem sie die Gestaltungsfreiheit unabhängig von zuvor zünftig regulierten Anrechten auf Material, Produkt und Herstellungsweise garantierte. Die preußische Gewerbefreiheit von 1810 bestimmte lapidar: »Wenn in einem Orte Gewerbe, die zu einer Gattung gehören, durch verschiedene Zünfte getrennt gewesen sind; so fällt dieses künftig ganz weg. So können z.B. der Tischler, der Schuhmacher auf ihre Gewerbescheine resp. auch Stühle und Pantoffeln verfertigen und umgekehrt«.⁵⁶ Die

53 Iris Moon, *Luxury After the Terror* (University Park, Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2022), 9.

54 Vgl. zum Begriff Zygmunt Bauman, *Retrotopia* (Berlin: Suhrkamp, 2017).

55 Tom Stammers, *The Purchase of the Past: Collecting Culture in Post-Revolutionary Paris c. 1790–1890* (Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2020).

56 »Gesetz-Sammlung für die Königlichen Preussischen Staaten 1810« (Berlin, 1810), 80; vgl. Peter John, »Handwerk im Spannungsfeld zwischen Zunftordnung und Gewerbefreiheit: Entwicklung und Politik der

moderne Konkurrenz als »Kampf aller gegen alle«⁵⁷ war nur möglich, wenn alle das Recht hatten, alles herzustellen – und alles zu gestalten. »Gewerbefreiheit bedeutete«, so der Designtheoretiker Heinz Hirdina, die »Wahlfreiheit der Stile«.⁵⁸

Alle Produzenten konnten nun aus dem Fundus der Formen schöpfen. Die Form wurde zu einem allgemeinen, disponiblen Produktionsfaktor. Wer für den Export produzierte, musste dieselbe Ware in verschiedenen, mit der Mode wechselnden Formen anbieten können. Diese Veredelung war ein alternativer Industrialisierungspfad: nicht Verringerung der Stückkosten durch intensivierte Maschineneinsatz, sondern flexible, marktorientierte Kombination alter und neuer Produktionstechniken.⁵⁹ Cleve unterscheidet idealtypisch drei Gruppen, die auf diese Weise für den Markt zu produzieren begannen: Künstler, Kunsthandwerker und Kunstindustrielle.⁶⁰

Für die *Künstler* änderte sich die Situation in Abhängigkeit von ihrer Position. (Ehemalige) Hofkünstler konnten auf die nachhaltige Bedeutung des Hofes und auf die anhaltende Nachfrage des konservativen Teils des alten städtischen Reichtums setzen. Andere erfanden sich als freie Künstler neu, indem sie Akademien und die neuen Museen in ihrem Sinne entwickelten. Auf diesen folgenreichen Weg wird im nächsten Kapitel ausführlicher einzugehen sein.

Immer mehr Künstler sahen sich aber zunehmend dem Markt ausgesetzt. Im *Intelligenzblatt*, dem Reklameteil des *Journals des Luxus und der Moden*, wurden Werke der bildenden Künste, etwa der lokalen Hofbildhauer, unterschiedslos neben Importwaren aller Art abgebildet. Alles konnte »Luxus« und »Mode« werden. Bertuch war aktiv daran beteiligt, Weimarer Künstler durch eine solche Nachfragegenerierung dazu zu animieren, in größeren Mengen für den Markt zu produzieren.⁶¹ Es entstand ein differenziertes Angebot seriell produzierter Kunst (ganz ähnlich dem »Goldenen Zeitalter« der Niederlande). Einen neuen Massenmarkt erschlossen Kunstreproduktionen, die bürgerliche Wohnräume zu schmücken begannen. Vermarktet wurden sie oft von den Künstlern selbst. Die Präsentation

Selbstverwaltungsorganisationen des deutschen Handwerks bis 1933« (Köln: Bund, 1987), 156.

57 Georg Simmel, »Soziologie der Konkurrenz«, *Neue Deutsche Rundschau (Freie Bühne)* 14, Nr. 10 (1903): 1009–1023.

58 Heinz Hirdina, »Design«, in *Ästhetische Grundbegriffe: Band 2: Dekadent-Grotesk*, hg. von Karlheinz Barck u. a. (Stuttgart: Metzler, 2001), 46.

59 Michael J. Piore und Charles F. Sabel, *Das Ende der Massenproduktion: Studie über die Requalifizierung der Arbeit und die Rückkehr der Ökonomie in die Gesellschaft* (Berlin: Wagenbach, 1985).

60 Vgl. Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 207.

61 Vgl. Siglinde Hohenstein, *Friedrich Justin Bertuch (1747–1822): Bewundert, beneidet, umstritten* (Berlin; Boston: De Gruyter, 1989), 78.

eines neuen Werkes bei einer Ausstellung verband man mit dem Verkauf von Drucken – eine neue Einnahmequelle für Künstler.⁶²

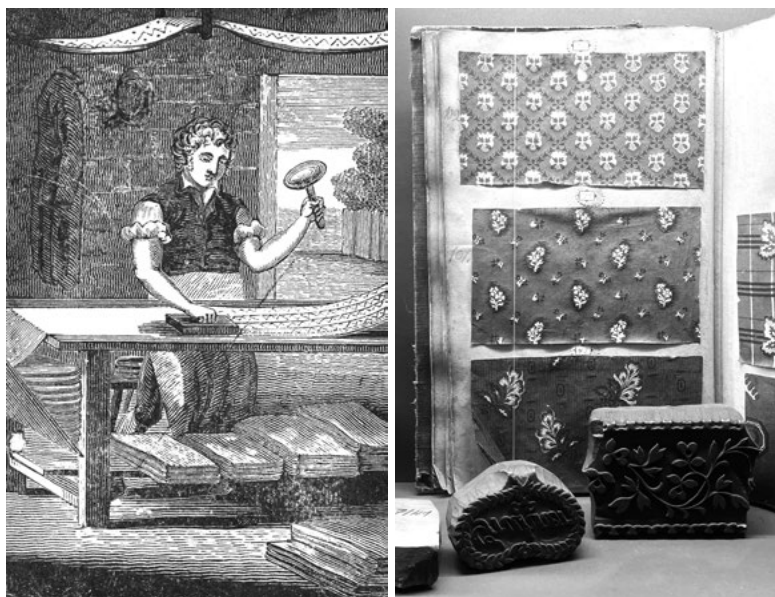


Abbildung 11: Eine kostengünstige Möglichkeit, preiswerte Ausgangsstoffe mit modischen Formen zu veredeln, war die Kattundruckerei, ein wichtiger Zweig des Textilgewerbes von der spätmittelalterlichen ›Frühindustrialisierung‹ bis zum Ende des 19. Jahrhunderts: links eine zeitgenössische Darstellung des Handwerks (1827), rechts verwendete Model und Musterbücher aus dem frühen 19. Jahrhundert

Fließend war der Übergang zu den *Kunsthandwerkern*. Sie unterschieden sich von den Künstlern dadurch, dass sie den Fundus der Formen auf alle möglichen Dinge anwandten. Seit dem späten 18. Jahrhundert wurden sie häufig als Fabrikanten bezeichnet, wobei es sich entgegen dem heutigen Verständnis meistens um Kleinstbetriebe, Heimwerkstätten oder Zusammenschlüsse weniger Handwerker mit nur geringem Kapital und wenig künstlerischem Vermögen handelte. Oft waren sie deshalb – sowohl in der Versorgung mit Aufträgen als auch im Hinblick auf die Formen – abhängig von Zwischenhändlern wie Verlegern, Dekorateurs oder Warenhäusern.

Ein Beispiel dafür waren die Kattundrucker, die modisch wechselnd Formen auf industriell produzierte Baumwollstoffe übertrugen (Abb. 11). Dank der einfachen Stempel war der Kapitaleaufwand gering. Die

62 Vgl. North, *Genuss und Glück des Lebens*, 125.

Kattundruckerei entwickelte sich deshalb seit der Frühen Neuzeit vor allem in ländlichen Regionen, die aufgrund des schlechten Bodens arm waren, aber in denen es günstige, in Textilarbeiten geübte weibliche Arbeitskraft gab. Wo sich das Leinenweben im Zuge der Industrialisierung und europäischen Marktintegration nicht mehr lohnte, kaufte man später Baumwollstoffe ein und veredelte sie, indem man möglichst modische Formen auf diese aufbrachte.⁶³ Die Autonomie der Form hatte also die verschiedensten Beschäftigungseffekte – quer durch die Wirtschaft und für ganz unterschiedliche Arten von Kunsthandwerkern.

Die dritte Gruppe der *Kunstindustriellen* war schließlich die wirtschaftlich prägendste. Der deutsche Gelehrte und Staatsmann Justus Möser (1720–1794) schrieb bereits 1778 über diesen neuen Unternehmertypus, dass er nicht nur »seine vierzig Gesellen« überwache. Vielmehr »beobachtet« er »den Gang der Moden, besucht Leute von Geschmack oder geht zu Künstlern, deren Einsicht ihm dienen kann.«⁶⁴ Die Mode, das spiegelt sich in dieser Beschreibung, führte zwar zu einer Dynamisierung symbolischer Werte, aber diese Dynamik war nicht chaotisch.

McCracken bezeichnet den neuen Unternehmertypus als »market ethnographer«, der nach Nachfragemustern sucht, diese zu seinen Gunsten nutzt und damit die Dynamik des Marktgeschehens noch verstärkt. Er argumentiert sogar, dass das praktische Wissen der Kunstindustriellen um die Dynamiken des Werts die theoretische Erkenntnis der Sozialwissenschaften in manchen Fällen um Jahrhunderte vorweggenommen habe.⁶⁵ Wer um die soziale Dynamik des positionalen Werts wusste, die man heute den Trickle-down-Effekt der Mode nennt, konnte sein Marketing und seine Netzwerkarbeit gezielt auf die Trendsetter, etwa den Adel, konzentrieren.⁶⁶ Gleiches galt für die imaginativen Werte der Mode. Wer um die Entwertung einer Form wusste, wusste zumindest, wann diese *nicht* mehr modisch sein würde, und konnte seine unternehmerischen Entscheidungen darauf abstimmen.

Standardisierung und Singularisierung

Die Historikerin Dena Goodman hat eindrücklich gezeigt, wie sich die hier als ›Autonomie der Form‹ beschriebenen dezentrierenden Effekte auf die

63 Vgl. Maxine Berg, *The Age of Manufactures, 1700–1820: Industry, Innovation and Work in Britain* (London; New York: Routledge, 1994), 151.

64 Justus Möser, »Reicher Leute Kinder solten ein Handwerk lernen«, in *Patriotische Phantasien*, hg. von Jenny von Voigts, Bd. 1 (Berlin: Friedrich Nicolai, 1778), 35.

65 McCracken, *Culture and Consumption*, 18.

66 Vgl. Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 282; McCracken, *Culture and Consumption*, 18.

Gestaltung auswirkten. Als »independent markers of value« konnte man ›Mode‹ und ›Geschmack‹ sowohl sehr teuer als auch sehr billig haben.⁶⁷ Teuer, wenn man an der neuesten Mode und den aufwendigsten Ausführungen partizipieren wollte; billig, wenn die jeweiligen Designs in günstigere Materialien und einfachere Ausführungen übersetzt wurden – die aber dennoch den gewünschten symbolischen Wert trugen, eben durch ihre Form.

Damit ging die Hierarchie nicht verloren. Als Beispiel für hierarchische Produktdifferenzierung führt der Kunsthistoriker Jan Mende ein frühes Massenprodukt an: den Berliner Kachelofen, den der Tonwarenfabrikant Tobias Feilner (1773–1839) zusammen mit Schinkel um 1810 entwickelte. Aus den Katalogen der Fabrik zitiert Mende die Preisliste. Während die einfachste Ausführung des »Berliner Ofen mit einfacher Schwarzglasur« 27 Reichstaler kostete, ging es bis zur Ausführung »›Feinweiß‹-Glasure und Poliergold-Bemalung« für 225 Reichstaler, ein Verhältnis von 1:8.⁶⁸ Den Unterschied machte hier vor allem das Material, die Veredelung, die Bemalung. Das aber änderte nichts daran, dass es der Gestaltung nach ›derselbe‹ innovative Ofen war, der einfach in unterschiedlich ausgestatteten *Varianten* zu bekommen war.

Die Herstellung von Varianten beschränkte sich aber nicht nur auf eine Hierarchie, sondern erstreckte sich auf alle Möglichkeiten der Differenzierung der *Economy of Qualities*. Noch einmal Lessing:

»Der Markt ist nicht zufrieden, ein einzelnes Kleidermuster, jenen Rosenzweig, in nur einer Gestalt zu erhalten. Die kaufenden Damen verlangen, dass ihnen innerhalb derselben Waare eine ganze Reihe von Varianten desselben Musters vorgelegt werde, um aus diesen das ihnen genehme zu wählen. Die grossen Geschäftshäuser verlangen, dass sie innerhalb desselben Musters eine Reihe dieser Varianten nur für sich gearbeitet erhalten.«⁶⁹

Ein erfolgreicher Kunstindustrieller musste also dafür sorgen, dass seine Formen der Singularisierungsfunktion der *Economy of Qualities* folgten. Konsumentinnen und Konsumenten gewöhnten sich daran, auswählen zu können, etwas Besonderes im Angebot zu erkennen, das zum Kauf anregte.⁷⁰ Eine dieser Konsumlogik folgende Gestaltungsstrategie, vor

67 Dena Goodman, »Furnishing Discourses: Readings of a Writing Desk in Eighteenth-Century France«, in *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, hg. von Maxine Berg und Elizabeth Eger (Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2003), 77.

68 Jan Mende, »Karl Friedrich Schinkel und das Schöne im Alltag: Entwürfe für das preußische Kunstgewerbe« (Goethezeitportal, 2018), 14, http://www.goethezeitportal.de/db/wiss/bildende_kunst/mende_schinkel.pdf.

69 Lessing, *Kunstgewerbe*, 19.

70 Vgl. Franck Cochoy, »A Sociology of Market-Things: On Tending the Garden of Choices in Mass Retailing«, *The Sociological Review* 55, Nr. 2 (2007): 109–129.

allem im 19. Jahrhundert verbreitet, bestand darin, günstige Massenartikel wie Karten und Schachteln, Teller und Tassen mit Drucken besonderer Ereignisse zu versehen. Abgebildet wurden herrschaftliche Geburten, Hochzeiten, Krönungen, Vereinsfeste, touristische Orte, aber auch Kriege.⁷¹ Die neue Konsumkultur zeigte ihren imaginativen Charakter schon früh durch diese billigen Massenmedien der Erinnerung.⁷²

Auskunft über die Autonomie der Form gibt auch die steigende Bedeutung von Surrogaten: Silberblech und Messing statt Silber, Steingut statt Porzellan, Biskuitporzellan statt Marmor, Kattundrucke (Abb. 11) oder Lithografien statt aufwendig gewebter Jacquarddessins, gebeizte Hölzer statt Echtholz oder Furnier, Öldrucke statt Ölgemälde. Auch wenn – im Sinne Veblens – mancher Unternehmer mit Surrogaten teurere Waren günstig zu imitieren suchte, war dies doch nur *ein* Ausdruck eines grundlegenden Wandels hin zum Management der Werte. Durch ihre Autonomie wurde die Form in der Wertkonfiguration der Ware immer wichtiger. Dinge aus wertvollem Material wurden unverkäuflich, wenn ihre Form veraltet war; sie wurden dann auf ihren Materialwert reduziert.⁷³

Das historisch herausragendste Beispiel für den neuen, ganz wesentlich auf Design setzenden Unternehmer bildet der englische Unternehmer Josiah Wedgwood (1730–1795), der mit der sogenannten *jasperware* auf

71 Vgl. Elisabeth Haug, »Mit Herz und Hand fürs Vaterland: Propaganda-Keramik aus der Zeit des Ersten Weltkriegs«, *Badische Heimat* 3 (2014): 106–121.

72 Es sind entsprechend auch derart singularisierte Waren, die von der Geschmackskritik später als »Kitsch« identifiziert wurden; bei Gustav E. Paazaurek, *Geschmacksverirrungen im Kunstgewerbe: Führer dieser Abteilung im Landes-Gewerbe-Museum Stuttgart*, 3. Aufl. (Stuttgart: Landes-Gewerbemuseum, 1919), 17, ist die Rede von »Hurra-Kitsch (bes. der Schrank mit den Weltkriegs-Greueln – Mißbrauch der Granatenform, des Eisernen Kreuzes, der alten Reichsfarben, der Unterseeboote, hervorragender Persönlichkeiten usw.) *Devotionalien-Kitsch* (Spekulation auf die religiösen Gefühle), *Fremdenandenken-Kitsch*, *Geschenk-Kitsch* (bes. Hochzeitsgeschenke), *Vereinskitsch* (z.B. rückständige Studenten-»Kunst«), *Aktualitätskitsch* (als Beispiel für letztere ist eine Serie verschiedener Geschmacklosigkeiten zusammengestellt worden, die die große Zeppelin-Begeisterung 1908 ff. im Gefolge hatte), *Reklamekitsch*«.

73 Diese Bedeutung zeigt sich auch in der im späten 18. Jahrhundert beginnenden Diskussion um den Musterschutz. Ein Argument gegen diesen war, dass der Schutz des Musters alle anderen Produktionsfaktoren, über die der Kunstindustrielle verfügte, mitentwertete. Nachgefragt werde nur, was der Mode entspreche. »Da nun die übrigen Fabrikanten durch den Musterschutz behindert seien, diese Nachfrage zu befriedigen«, so zeichnete der Jurist Rudolf Klostermann (1828–1886) die Debatte nach, »übertrage sich das für das Muster verliehene Monopol mittelbar auf den Stoff, in welchem das Muster gearbeitet ist«; Rudolf Klostermann, *Die Patentgesetzgebung aller*

ein Surrogat für Porzellan setzte und damit Kostenvorteile hatte. Damit nahm er bewusst einen neuen Markt in den Blick, der von der Autonomie der Form lebte. Seine Produkte waren keine billigen Imitate des höfischen Luxus, sondern setzten auf eine markante Formensprache, die markenbildend wurde: *Wedgwood* galt im späten 18. Jahrhundert in ganz Europa als Synonym für modernen Geschmack (Abb. 8) und war sowohl am Hof als auch im Bürgertum erfolgreich.⁷⁴

Als gut vernetzter Philanthrop verstand es Wedgwood, auch politische Trends in der englischen Oberschicht aufzugreifen. Ein designgeschichtlich gut erforschter Fall sind die Medaillons, die er 1787 für die *Society for the Abolition of the Slave Trade* produzierte. Das Bild eines knienden Sklaven mit der Unterschrift »Am I not a Man and a Brother?« wurde zu einer Art politischem Markenzeichen, das einen imaginativen mit einem positionalen Wert verknüpfte. »Not only did Wedgwood make abolition fashionable«, so John R. Oldfield, »he also helped to fix in the public's mind an image that would be forever associated with the abolition of slavery and the slave trade.«⁷⁵ Das Design wurde vielfach plagi-iert, was seinerseits zum Erfolg beitrug.

Die Architektur

Die Autonomie der Form betraf nicht nur das Kunstgewerbe, sondern auch die Architektur. Umfang und Art des Formengebrauchs hingen davon ab, inwieweit die neuen Marktfaktoren wirksam waren: ob akademisch-architektonische Bildung (un)verfügbar war und ob ein Angebot von und eine Nachfrage nach »geschmackvollen« – also nicht traditionellen, lokalen, handwerklichen – Formen bestand. Ein Indiz waren die *Oeuvres d'architecture* (Dresden, 1784–1799) oder *Der bürgerliche Baumeister* (Gotha, 1790–1799). Zudem wurden architektonische Formsammlungen wie *Die schöne Landbaukunst* des Mathematikers und Ingenieurs Friedrich Meinert (1757–1828) publiziert. Meinerts Leipziger Verleger Friedrich August Leo (1764–1842) schrieb im Vorwort des Buches, man wolle »Landguthsbesitzern durch Ideen der griechischen, römischen, egyptischen, chinesischen, gothischen und neuern

Länder nebst den Gesetzen über Musterschutz und Markenschutz (Berlin: Guttentag, 1876), 386.

- 74 Vgl. klassisch McKendrick, »Josiah Wedgwood and the Commercialization of the Potteries«; vgl. auch Berg, »From Imitation to Invention«, 16.
- 75 John R. Oldfield, *Popular Politics and British Anti-Slavery: The Mobilisation of Public Opinion Against the Slave Trade, 1787–1807* (London: Routledge, 1998), 163; vgl. M. Guyatt, »The Wedgwood Slave Medallion: Values in Eighteenth-Century Design«, *Journal of Design History* 13, Nr. 2 (2000): 93–105.

Architektur zu Hilfe kommen, um darnach ihre etwa zu etablierenden architektonischen Gegenstände selbst zu charakterisieren, wenn Mangel an Architekten von Geschmack, ihre eigenen Bemühungen nöthig macht«. ⁷⁶

Wie die Formen aus den Publikationen in die gebaute Welt gelangten, ist kaum zu verallgemeinern. Für die Vereinigten Staaten von Amerika liegt eine beeindruckende Studie von Daniel D. Reiff vor, der den baulichen Bestand einer Kleinstadt mit historischen Musterbüchern abgeglichen hat und so den zeitgenössischen Formengebrauch im 19. Jahrhundert detailliert rekonstruieren konnte. Dabei zeigte sich eine Mischung aus Formen des lokalen Bauhandwerks unter Anwesenden und der neuen, sich ab den 1840er Jahren verbreitenden Öffentlichkeit der Formen.

Prägend für die Konstellation war die fehlende akademische Ausbildung bei gleichzeitiger Nachfrage nach ›geschmackvollen‹ Formen populärer Architekten wie Palladio oder James Gibbs (1682–1754): »Every ambitious carpenter and would-be architect from the 1840s to the 1940s could hardly undertake a course of professional study to become a skilled designer of domestic architecture, but the next best thing was readily at hand: pattern books, catalogs, and journals that published the end result of such training. These plans and designs could be copied, adapted, and emulated«, so Reiff. ⁷⁷

Auch wenn für die deutschen Länder keine vergleichbare Studie vorliegt, lässt sich verallgemeinern: In dem Maße, in dem eine Nachfrage nach modischen Formen die bauliche Gestaltung prägte, mussten auch Architekten zu Managern der Werte werden. ⁷⁸ Mit der Industrialisierung der Formenproduktion kam es dabei auch zu einer Verschränkung von Kunstindustrie und baulicher Gestaltung, indem das Baugewerbe etwa Stuckornamente entweder aus Musterbüchern nachbildete oder direkt bei kunstindustriellen Unternehmen erwerben und dekorativ am Bau anbringen konnte. Das galt im Deutschen Kaiserreich besonders in den Gründerjahren, als die Wohngebäude der rasch wachsenden Städte zu Spekulationsobjekten wurden, die massenhaft produzierter Fassadenschmuck aufwertete.

76 Friedrich Meinert, *Die schöne Landbaukunst oder neue Ideen und Vorschriften zu Landgebäuden, Landhäusern und Oekonomie-Gebäuden im gefälligen; Ideen zu Gebäuden für öffentliche und Privatbelustigungen, in gleichen zu Gebäuden im ernsthaften aber edlen Style, in Grundrissen, Aufritten und Durchschnitten* (Leipzig: Friedrich August Leo, 1798).

77 Daniel D. Reiff, *Houses from Books: Treatises, Pattern Books, and Catalogs in American Architecture, 1738–1950: A History and Guide* (University Park, Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2000), 305.

78 Vgl. erneut für die Vereinigten Staaten, aber durchaus verallgemeinerbar Robert Gutman, »Architects in the Home-Building Industry«, in *Professionals and Urban Form*, hg. von Judith R. Blau, Mark La Gory und John Pipkin (Albany: State University of New York Press, 1983).

Die Musterzeichner

Die kleinste Einheit der Gestaltung war nun das Muster. Wie gezeigt, finden sich Musterzeichnungen – Abbildungen von Dingen, die als Vorlage für die Herstellung durch Dritte dienen – bereits in der Kunst der Renaissance. Zugleich blieb bei der handwerklichen Umsetzung der Vorlagen große Freiheit. Im 17. Jahrhundert gab es dann die ersten Gestalter, die als Teil der höfischen Geschmackselite einen übergreifenden Einfluss ausübten. Charles Le Brun (1619–1690) etwa, einer der wichtigsten Künstler Ludwigs XIV., war nicht nur Maler und Architekt, sondern entwarf auch Tapisserien, Teppiche und Möbel. Seine Entwürfe zeichnete eine Eigenständigkeit aus, die sich längst von der höfischen Repräsentation befreit hatte.⁷⁹

Doch erst mit der Autonomisierung der Form wurde das Musterzeichnen zur Betriebsgrundlage ganzer Industrien – nicht mehr Privileg einzelner gefragter Künstler, sondern alltägliche Arbeit in Manufakturen und Fabriken. Zeugnisse der dortigen Zentralisierung der Gestaltung finden sich in der zeitgenössischen Literatur. So berichtete ein anonym-er Autor 1767 in den Wiener *Nützlichen Nachrichten und Abhandlungen das Oekonomie- und Commerzwesen betreffend* über einen Pariser Tischler, der »öfters gegen 200 Gesellen unter sich« habe. Diesem, so der Autor, käme es

»sehr wohl zu statten, daß er in kurzer Zeit, eine Menge deutlicher Handrisse zu verfertigen im Stande ist, wodurch er, nebst einem ordentlichen und mit Vortheil gemachten tabellarischen Verzeichniß von dem Maaß und der Form aller Theile, seinen Untergebenen alles, was auszuarbeiten vorkömmt, erklären kann. Nebst diesem weiß er sich durch eine geschickte Subordination seiner Gesellen zu helfen, also daß er in seinem Leben niemals nöthig hat, selber Hand an die wirkliche Ausfertigung eines Werkes zu legen, oder viele Zeit zur Vorzeigung der Handgriffe anzuwenden.«⁸⁰

79 Vgl. Wolf Burchard, *The Sovereign Artist: Charles Le Brun and the Image of Louis XIV* (London: Holberton, 2016). Ein weiteres, weniger bekanntes Beispiel ist der französische Musterzeichner Jean-Démosthène Dugourc (1749–1825), der eine eigenständige gestalterische Sprache entwickelte, die am französischen Hof ebenso wie bei bürgerlichen Kunden in ganz Europa gefragt war – und die politischen Umbrüche in Frankreich überlebte. Vgl. dazu Moon, *Luxury After the Terror*, 71.

80 »Von den Mitteln, wodurch ein Meister im Stande ist, eine große Anzahl von Gesellen und Arbeitern zu beschäftigen«, *Nützliche Nachrichten und Abhandlungen das Oekonomie- und Commerzwesen betreffend*, 1767, 258; vgl. Michael Stürmer, *Handwerk und höfische Kultur: Europäische Möbelkunst im 18. Jahrhundert* (München: Beck, 1982), 76.

Inwieweit solche künstlerischen Fähigkeiten für den Kunstindustriellen des 18. und 19. Jahrhunderts typisch waren, lässt sich kaum beurteilen. In jedem Fall bedurfte die Kunstindustrie zunehmend einer neuen Berufsgruppe, die der arbeitsteiligen Produktion den Fundus der Formen verfügbar machte: der Musterzeichner. Sie erstellten, ihrer Berufsbezeichnung gemäß, »Muster«, das heißt »Vorlagen, welche zur Kopie dienen«.⁸¹ Ihr Tätigkeitsfeld erstreckte sich über die Textilindustrie, die Tapeten- und Papierbranche sowie die Porzellan-, Keramik-, Glas-, Metall- und Silberwarenproduktion. Im September 1842 beschwerte sich ein Autor der *Allgemeinen polytechnischen Zeitung und Handlungs-Zeitung* über die Tatsache, dass die öffentliche Anerkennung der Musterzeichner in keinem Verhältnis zu ihrer gesellschaftlichen Bedeutung stehe: »Schade, daß die Namen der Meister in diesem Fache, die durch ihre gefälligen Muster, die sie erfinden, so wesentlich auf den Geschmack des Publikums einwirken, dem Publikum so wenig bekannt werden, während viel geringere Verdienste oft in der Welt nach allen Seiten ausposaunt werden.«⁸² Daran hat sich bis in die Gegenwart wenig geändert.⁸³

Ein zentrales Strukturprinzip der kunstindustriellen Produktion im 19. Jahrhundert war die permanente Wiederverwertung des bestehenden Formenfundus. Es war der Musterzeichner, der diesen Fundus praktisch in Bewegung hielt – indem er auswählte, variierte, stilisierte und auf die wechselnden Anforderungen des Marktes zuschnitt. Er arbeitete seriell, das heißt aneignend, kompilierend, variierend⁸⁴ und überführte seine Entwürfe in die jeweils erforderlichen, produktionstechnischen Formate. Der Kunsthistoriker Cornelius Gurlitt (1850–1938), einer der aufmerksamsten Beobachter der Kunstindustrie seiner Zeit, beschrieb diesen Prozess 1888 mit folgenden Worten:

»Der Musterzeichner legt seine Skizzen dem Fabrikanten vor, dieser giebt Auftrag auf Ausführung einer Anzahl ihm besonders behagender Zeichnungen. Sobald die Waaren fertig sind, wird die Musterkarte dem Händler unterbreitet. Dieser kennt seine Kunden und wählt wieder

81 »Musterzeichner«, in *Brockhaus' Konversationslexikon*, 14. Aufl. (Leipzig: F. A. Brockhaus, 1894), 12: 116, <https://www.peter-hug.ch/musterzeichner>.

82 »Die Modekattune«, *Allgemeine polytechnische Zeitung und Handlungs-Zeitung*, 8. September 1842, 178.

83 Designgeschichte orientiert sich bis heute entweder an der Stil- und Ideengeschichte oder an »großen Namen«. Eine empirisch fundierte Sozialgeschichte der Gestaltung fehlt. Ausnahmen finden sich vereinzelt in der neueren regionalen Wirtschaftsgeschichte; vgl. etwa Katrin Färber, »Vom Musterzeichner zum Entwerfer«, in *Nouveautés: Kunstschule und Spitzenindustrie in Plauen*, hg. von Staatliche Kunstsammlungen Dresden u. a. (Dresden: Sandstein, 2020), 44–47.

84 Vgl. Elisabeth Bronfen, Christiane Frey und David Martyn, *Noch einmal anders: Zu einer Poetik des Seriellen* (Zürich; Berlin: Diaphanes, 2016).

seinerseits das ihm geeignet Scheinende. Von einer Musterart wird viel, von der anderen wird wenig verkauft. So treffen die Käufer zum dritten Mal eine Auswahl unter den verschiedenen Erzeugnissen. Welche davon besonders gefallen, merkt der Fabrikant bald an den eingehenden Bestellungen. Er bespricht sich mit dem Musterzeichner und fordert von diesem ›Ersatz‹ für die am besten marktgängigen Waaren. Dieser nun wieder sucht sich klar zu machen, welcher Geschmack, welcher Stil der bevorzugte des letzten Jahres war. Er nimmt ihn auf und bildet ihn in künstlerischer Weise weiter. So lenkt ihn die kaufende Menge, während er den Gesamtgeschmack derselben wieder neu zum Ausdruck zu bringen sucht. Die Wechselbeziehungen zwischen Volk und Künstler sind die engsten und auf Achtung begründet. Nach und nach wird der begabte Musterzeichner zum Seher für die Kunstanschauungen in seinem Schaffensgebiet, er wird ein Führer des Volkes, in dessen Seele und dessen Neigungen er sich hineingelebt hat, dessen Pulsschlag er fühlt, dessen Wünsche er voraus ahnt und somit zum Guten zu lenken vermag.«⁸⁵

Sozialgeschichtlich sind die Musterzeichner nur durch verstreute Fallstudien erforscht. Die bis heute maßgebliche deutschsprachige Publikation über sie stammt vom eben zitierten Gurlitt und damit aus dem späten 19. Jahrhundert.⁸⁶ Daher lassen sich kaum repräsentative Aussagen über sie treffen. Prinzipiell waren aber drei Ausbildungswege denkbar. Zunächst gab es die Ausbildung an Gewerbeschulen und an Zeichenschulen für Handwerker, die in prosperierenden Wirtschaftsregionen häufig von Unternehmern oder von den Regierungen betrieben wurden.

Ein zweiter Weg war der über die akademische Kunstbildung. Der Wechsel in die Industrie bedeutete dabei keineswegs einen finanziellen Abstieg. So empfahl der Kunsthistoriker Franz Kugler (1808–1858) 1845 beim Blick auf die Armut unter den Künstlern: »Ihr armen Maler, die ihr so hübsche Cabinetsbilder malt, erkundigt euch doch in den renommirten Seiden- und Kattundruckereien nach dem Einkommen der besten Musterzeichner, deren Thätigkeit ihr vielleicht so gering achtet.«⁸⁷ Für akademisch ausgebildete Künstler ohne Beschäftigung konnte der Wechsel in die Industrie ein geregelteres Einkommen bieten, bedeutete aber gleichzeitig einen Statusverlust, da Künstler ein höheres Ansehen genossen. Auf dieses Statusgefälle von Freier und Angewandter Kunst und seine Auswirkungen auf den Wert der Form wird später noch einzugehen sein.

85 Cornelius Gurlitt, *Im Bürgerhause: Plaudereien über Kunst, Kunstgewerbe und Wohnungs-Ausstattung* (Dresden: Gilbers'sche Königliche Hof-Verlagsbuchhandlung, 1888), 68.

86 Cornelius Gurlitt, *Die deutsche Musterzeichner-Kunst und ihre Geschichte* (Darmstadt: Alexander Koch, 1890).

87 Franz Kugler, »Ueber den Pauperismus in der Kunst«, in *Kleine Schriften und Studien zur Kunstgeschichte*, Bd. 3 (Stuttgart: Ebner & Seubert, 1854), 555.

Der dritte Weg war die autodidaktische Ausbildung. Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang die Lehliteratur für Musterzeichner, die sich nach ersten Vorläufern im 18. Jahrhundert ab der Mitte des 19. Jahrhunderts – im deutschsprachigen Raum spätestens mit Karl Böttichers (1806–1889) *Dessinateur-Schule* (1839) – in allen möglichen Branchen immer selbstverständlicher verbreitete. Beworben wurde sie in der Unternehmerliteratur, aber auch in Zeitungen für das breite Publikum.

Die Autoren dieser Lehliteratur gehörten zu einer Spitzengruppe von Musterzeichnern, die durch ihre erfolgreiche Karriere in der Kunstindustrie und im gewerblichen Bildungswesen einen Expertenstatus in Sachen Gestaltung erlangt hatten. Sie wurden zu Beratern in Fragen der kunstindustriellen Entwicklungspolitik und ihrerseits als Professoren an die Gewerbeschulen berufen, wie im nächsten Kapitel genauer gezeigt wird. Ein Beispiel ist Eduard Herdtle (1821–1878), der an der Stuttgarter Gewerbeschule zum Musterzeichner ausgebildet worden war, anschließend als Zeichner und Modelleur in einer Heilbronner Silberwarenfabrik arbeitete und später als Professor an verschiedenen Zeichenschulen und als hoher, mit Fragen der kunstgewerblichen Bildung beschäftigter Beamter im Königreich Württemberg tätig war.

Musterzeichner waren entweder direkt von den Betrieben angestellt oder arbeiteten auf Auftragsbasis. In prosperierenden, exportorientierten Wirtschaftsregionen entstanden im 19. Jahrhundert auch Agenturen, die – spezialisiert auf die jeweilige Industrie – die kunstindustriellen Betriebe mit Formen versorgten.⁸⁸ Im Falle der Textilindustrie übernahmen sie auch das Kartenschlagen und konnten Fabrikanten so mit gebrauchsfertigen Lochkarten beliefern, die nur noch in die Jacquard-Maschine eingehängt werden mussten (Abb. 12). Die Aufgabe der Musterzeichner bestand also darin, in enger Abstimmung mit den Kunstindustriellen den Fundus der Formen zu managen, zu erweitern, verfügbar zu machen, aus ihm auszuwählen und ihn an die organisationalen Erfordernisse anzupassen.

An den Musterzeichnern zeigt sich, warum die gegenwartsdiagnostische Vorstellung, heutige Ästhetisierung stünde im Kontrast zu einer ›klassischen‹, von industrieller Arbeit dominierten Vergangenheit, nicht greift. Zwar arbeiteten die Musterzeichner in einer Industrie, einem hoch arbeitsteiligen, um die Fabrikarbeit sich drehenden, marktorientierten Feld. Ihre Arbeit aber wurde von einer wirtschaftlichen Steigerungslogik geprägt, die nicht in die gängige soziologische Vorstellung der Verengung der Tätigkeiten durch industrielle Arbeitsteilung passt.⁸⁹ Ihre

88 Vgl. Katja Margarethe Mieth und Marina Palm, Hrsg., *Möwe, Hirsch und Sandmännchen: Facetten der Textilproduktion in und um Hohenstein-Ernstthal* (Dresden: Verlag der Kunst, 2016).

89 Vgl. Michelle Victoria Jackson, *The Division of Rationalized Labor* (Cambridge, Massachusetts; London: Harvard University Press, 2025).

Tätigkeit lag am Schnittpunkt von *Economies of Scale* und *Economies of Quality*. Sie arbeiteten in zunehmend arbeitsteiligen, geographisch verstreuten Wertschöpfungsketten und erzeugten gerade unter diesen Bedingungen jene ästhetischen Qualitäten, die Waren unterscheidbar und begehrenswert machten. Mit der Verkomplizierung von Produktionstechniken, Lieferketten und stilistischen Repertoires wurde ihre Arbeit nicht tayloristisch rationalisiert und verengt, sondern immer vielseitiger und anspruchsvoller.

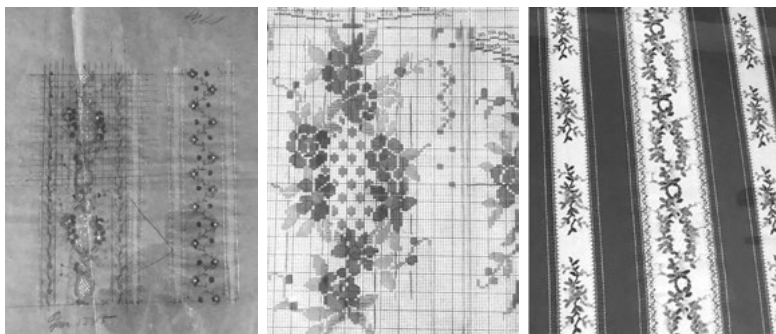


Abbildung 12: Stationen der Form in der Musterweberei: Entwurf (Tuschezeichnung), Schematisierung (Übertragen auf Patronenpapier)

Die Kunstindustrie bildete mithin eine Welt der Gestaltung, die man mit Howard S. Becker als *konventionalisiert* beschreiben kann.⁹⁰ Die symbolischen Werte, die über Erfolg oder Misserfolg auf dem Exportmarkt mitentschieden, waren Teil einer organisationalen Gesamtleistung. Die Form wurde durch ganz unterschiedliche, jeweils autonome Teilmglieder der Produktion realisiert, die koordiniert werden mussten. Das Neue in der Kunstindustrie entstand nicht durch den ›freien künstlerischen Entwurf‹, sondern durch die marktorientierte Kombination konventionalisierter (künstlerischer) Produktionsfaktoren in einem arbeitsteiligen Prozess. Keiner der Beteiligten verfügte mehr vollständig über sie. Die für das Handwerk unter Anwesenden charakteristische Rollenkomplementarität der werkstattlichen Arbeitsteilung wich einer Kooperation, bei der die Arbeitsinhalte nicht mehr unmittelbar aufeinander bezogen waren. Zwar arbeitete man selbstverständlich weiter zusammen. Auch die handwerklichen Aspekte der Arbeit blieben essenziell. Doch die Formen, mit denen man arbeitete, waren eben – autonom.

90 Becker, *Art Worlds*, 30.

Der gewerbliche Geschmacksbedarf

Mit dem modernen Konsum war eine Warenwelt entstanden, die sich – in freier Abwandlung von Marx – als ›ungeheure Formensammlung‹ darstellte. Gestalterisch prägte sie die Autonomie der Form: Symbolische Werte entzogen sich der persönlichen Verfügung und konnten keine soziale Hierarchie mehr stabil repräsentieren. Die Vielfalt der Formen überstieg bald jeden ›natürlichen‹ Bedarf. Durch die Läden von Paris flanierend, hatte La Roche schon 1787 ihre Zweifel, »ob die Reichen so viel Lüsternheit in sich vereinigen« könnten, »wie die Künstler Erfindsamkeit haben, jede mögliche Idee der Ersten zu reitzen und zu vergnügen«. ⁹¹ Gestaltung produzierte nun ein strukturelles Überangebot an Formen und reagierte auf dieses.

›Autonomie der Form‹ bedeutete nicht, dass die Form nicht auch Teil wirtschaftlicher Kalküle war – im Gegenteil. Aber selbst der mächtigste Kunstindustrielle verfügte nicht mehr über sie und ihren Wert. Wie alle anderen konnte er nur versuchen, den Markt zu lesen und seinen Betrieb darauf einzustellen.

Anders als Boltanski und Esquerre in ihrer historischen Soziologie des Werts behaupten, war die Standardisierung der Form keine Folge der Industrialisierung. ⁹² Zwar entstanden im produktionstechnischen Sinne identische Exemplare erst mit der Perfektionierung der Massenproduktion im 19. Jahrhundert. Grundlegender war der gestalterische Anpassungsdruck, der mit der Autonomie der Form einherging. Standardisierung machte sich zuerst in den produzierenden Gewerben bemerkbar, deren Produkte wertvoll genug waren, um exportiert zu werden. Die formale Standardisierung setzte ironischerweise zuerst bei den Luxusgütern ein, nicht bei den Dingen des gewöhnlichen Alltags der meisten Menschen, die das Handwerk unter Anwesenden weiterhin nach den lokalen Erfahrungen des bewährten Gebrauchs und nicht nach den Erwartungen der Mode gestaltete.

Gestaltung war somit von grundlegender Bedeutung für eine Wirtschaft, die sich, wie Jens Beckert es dargestellt hat, immer wieder neu in die Zukunft hinein entwarf. ⁹³ Je mehr Dinge sich dem öffentlichen Vergleich aussetzen mussten, desto riskanter wurde es für die Produzenten, nicht über die neuesten Formen zu verfügen, nicht an der Warenöffentlichkeit zu partizipieren und – wo es darauf ankam – *keinen Geschmack zu haben*.

Allerdings doch in zwei Varianten. Zum einen konnte ein kunstindustrielles Geschäftsmodell darin liegen, sich modische Formen zu besorgen,

91 La Roche, *Journal einer Reise*, 93.

92 Boltanski und Esquerre, *Bereicherung*, 259.

93 Beckert, *Imaginierte Zukunft*.

möglichst günstig zu reproduzieren und die Ware an vergleichsweise konsumschwache Gruppen zu bringen oder die globale Ungleichzeitigkeit des Geschmacks auszunutzen und diese in (peripheren) Exportmärkten zu verkaufen.⁹⁴ Wer den Markt hingegen anführen wollte, konnte sich am Fundus der Formen nicht nur bedienen, sondern musste immer schon über ihn hinausdenken. Ein Autor berichtete 1846 im *Morgenblatt für gebildete Leser* über seinen Besuch bei einem Londoner Unternehmen, das eine solche Führungsposition innehatte:

»Jeder Fabrikant, der vorwärts strebt, beschäftigt jetzt nicht allein geschickte Zeichner, sondern zerbricht sich selbst fortwährend den Kopf, um einer gewaltigen Concurrenz zu widerstehen. Aber es handelt sich nicht nur von der Concurrenz mit Andern; wer vorwärts kommen will, muß mit sich selbst concurriren und wettrennen. ›Man darf nicht warten,‹ sagte mein Führer, ›bis man gestachelt wird, man muß sich selbst zu immer frischen Bestrebungen stacheln, um Neues zur rechten Zeit auf den Markt zu bringen und dadurch eine Herrschaft über den öffentlichen Geschmack zu erringen. Wer das nicht will oder nicht kann, packe lieber ein, ehe er einpacken muß.‹⁹⁵

Auch wenn führende Kunstindustrielle und ihre Musterzeichner durch ästhetische Investitionen an Macht gewonnen hatten – wirklich souverän waren sie nicht. Immer neu mussten sie »mit sich selbst concurriren«. Entsprechend offen wurde damit die Frage, wer ästhetische Führerschaft von sich behaupten konnte und wer nicht, und wie man diese erlangen konnte. Der »gute Geschmack« wurde zu einem existenziellen Thema der aufstrebenden Volkswirtschaften – etwas, das man nicht dem Zufall überlassen durfte.

94 Pierre Claude Reynard, »Manufacturing Quality in the Pre-industrial Age: Finding Value in Diversity«, *The Economic History Review* 53, Nr. 3 (2000): 493–516.

95 »Bei De la Rue in London«, *Morgenblatt für gebildete Leser*, 27. November 1846, 1135.

3 Die Geschmackspolitik

Eine Wirtschaft, die scheinbar ohne Ende immer neue Dinge in immer neuen Formen hervorbringt, erscheint heute selbstverständlich. Bei allem Unbehagen haben wir uns an die Unmengen von Dingen, an die ungeheure Formensammlung gewöhnt. Im 18. Jahrhundert hingegen war sie eine neue Erscheinung, die in den zeitgenössischen Debatten ausführlich diskutiert wurde. Die Marktordnung, die sich in gestalterischen Fragen in der Autonomie der Form ausprägte, wurde als Desintegration von Wirtschaft und Gesellschaft wahrgenommen, der man begegnen musste.

Eine der Antworten darauf war das, was im Folgenden als *Geschmackspolitik* bezeichnet wird.¹ Während die Autonomie der Form eine selbstregulierte, marktgetriebene Entgrenzung ästhetischer Gestaltung bedeutete, stand Geschmackspolitik für die Versuche einer gezielten Einwirkung auf diese Entwicklung. Die Geschichte dieser Bemühungen, der wechselnden Motivlagen und institutionellen Arrangements vom späten 18. bis ins frühe 20. Jahrhundert, ist Gegenstand der folgenden Abschnitte.

3.1 Der Wert des Geschmacks

Die Unendlichkeit des ästhetischen Werts

Die Mechanismen der *Economy of Qualities* machen plausibel, warum ästhetische Gestaltung in der Frühen Neuzeit und dann im 19. Jahrhundert zwangsläufig zu einem wirtschafts- und handelspolitischen Thema werden musste. Je autonomer die Form wurde, je mehr Dinge die Mode erfasste, desto größer wurde das wirtschaftliche Wertpotenzial ästhetischer Gestaltung. Das knüpft an die eingangs gestellte Frage nach der scheinbar unendlichen ästhetischen Vermehrung an, die modernes Wirtschaften ausmacht.

Mit dem Verständnis von Ästhetik als unendlicher Quelle des Wertes wiederholte sich eine geschichtliche Bewegung, die sich im Mittelalter und der Frühen Neuzeit mit dem Bergbau verbunden hatte. Mit ihm war, wie Andreas Friedolin Lingg dargestellt hat, eine politökonomische Rationalität entstanden, die sich grundlegend von jener der feudalen Ordnung unterschied. Mittelalterlicher Reichtum beruhte auf Grundbesitz; der landwirtschaftliche Ertrag ließ sich nur durch kriegerische Eroberung neuer Gebiete oder durch Vermehrung der Bevölkerung steigern. Die verborgenen Schätze des Bodens hingegen ließen sich durch intensivierte

1 Den Begriff verdanke ich Claudia Sedlarz.

Ausbeutung des vorhandenen Landes gewinnen – durch das, was wir heute Wissenschaft und Technik, Verwaltung und Infrastruktur, Lohnarbeit und Handel, Investitionen und Spekulation nennen.²

Der Schatz ästhetischer Gestaltung nun verbarg sich nicht im Boden, sondern in der Vorstellungskraft. Ganz explizit formulierte das Johann Georg Schlosser (1739–1799): »Alles, was die Natur gibt, ist erschöpflich. – Die Werke der Einbildungskraft sind nicht erschöpflich. Geldreichtum ist ein Werk der Einbildung. Durch ihn wurde der Preis unerschöpflich; und nun auch die Waare.«³ Grundlage war die Unendlichkeit der geistigen gegenüber den materiellen Genüssen: »Die feinern und edlern Vergnügen hingegen sind unerschöpflich und ihre Mannigfaltigkeit ist unendlich. Mit einem jeden Genusse wird dem Geiste des Menschen ein neues Feld eröffnet; Mit jedem Genusse wird sein Geschmack, seine Fertigkeit das Schöne, das sinnlich vollkommene zu empfinden erhöht. So sehr die Kräfte des Leibes eingeschränket sind: so wenig sind es die von dem Geiste, dessen grosse Bestimmung einen unbegrenzten Fortgang zur Vollkommenheit erheischt.«⁴

Was sich hier deutlich abzeichnet, ist also die positive Interpretation des modernen Konsums, wie sie im vorherigen Kapitel angedeutet worden ist. Gerade weil der symbolische Wert nicht mehr bloßer Statuswert war – also nicht auf Verknappung beruhte, um eine als statisch gedachte gesellschaftliche Hierarchie zu repräsentieren –, konnte er unendlich vermehrt werden. Das – *ästhetische* – Differenzierungspotenzial der Warenwelt war offensichtlich unendlich viel größer als jenes, das die ständische Repräsentation erforderte.

Höfische Vorläufer der Geschmackspolitik

Das Bewusstsein für die wirtschaftliche Bedeutung ästhetischer Gestaltung war kein neues Phänomen, sondern seit der Renaissance etabliert. Wie Syson und Thornton betonen, ging die Wertschätzung der Kunst durch die italienische Oberschicht mit ihrer gezielten Förderung einher. Am Beispiel der Glas- und Majolikaproduktion zeigen sie, wie

- 2 Getrieben waren diese Investitionen ihrerseits von fiktiven Erwartungen künftigen Reichtums. »Über Klassen, Milieus, Schichten und Ländergrenzen hinweg mobilisierte, aktivierte, verführte das Silber die Menschen, rührte an ihre Imagination, öffnete ihre Geldbeutel oder bewegte sie zu Wanderungen ins Unbekannte und Ungewisse«, schreibt über den mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Bergbau im Erzgebirge Andreas Friedolin Lingg, *Die Entdeckung der Wirtschaft* (Göttingen: Wallstein, 2023), 72.
- 3 Johann Georg Schlosser, *Politische Fragmente* (Leipzig: Weygand, 1777), 34 f.
- 4 Isaak Iselin, *Ueber die Geschichte der Menschheit* (Frankfurt am Main und Leipzig: Harscher, 1764), I: 14.

ästhetische Gestaltung einfache Rohstoffe in Waren verwandeln sollte, die wertvoller sein konnten als Gold oder Edelsteine. Gefördert wurde auch die Entwicklung lokaler Stile, die die Regionen auf dem europäischen Exportmarkt unverwechselbar machen sollten.⁵

Fortgesetzt wurde dieses Programm der Kunstförderung an den Höfen, am erfolgreichsten sicherlich am französischen Hof. Die von Jean-Baptiste Colbert (1619–1683), dem einflussreichen Minister Ludwigs XIV., vorangetriebenen königlichen Manufakturgründungen verdankten sich keineswegs nur dem höfischen Repräsentationsbedarf, sondern auch Überlegungen, die die Handelspolitik und die auswärtige Kulturpolitik betrafen.⁶ Das Programm war derart erfolgreich, dass die französischen Manufakturen ab dem 17. Jahrhundert die europäische *Economy of Qualities* dominierten (Paris ist bis heute ein globales Zentrum der Mode).

Der Erfolg dieses Programms zeigt sich nicht zuletzt am künstlerischen Ausbildungsproblem, das im Laufe des 18. Jahrhunderts immer drängender wurde. Die Manufakturen benötigten immer mehr künstlerisch gebildete Handwerker, deren Ausbildung lange Zeit noch von den Zünften gewährleistet wurde. Auch die Kunstakademien boten Kurse für Handwerker an. Mit der wachsenden Unabhängigkeit der höfischen Parallelökonomie nahmen die Manufakturen die Ausbildung ihres künstlerischen Personals zunehmend selbst in die Hand. Im 18. Jahrhundert entstanden in Frankreich etwa sechzig unabhängige *Écoles gratuites de dessin*. Sie boten Zeichenunterricht insbesondere für Lehrlinge an, deren Handwerk die Fähigkeit zum Zeichnen erforderte. Die Schulen wurden zwischen 1750 und 1792 hauptsächlich in den französischen Provinzen gegründet, die einerseits weit von der Pariser Akademie entfernt waren, andererseits Luxuswaren für den französischen Hof und ganz Europa produzierten, etwa in Toulouse, Nancy, Marseille, Bordeaux, Rouen, Reims oder Dijon.⁷

Vom zunehmend politisch gesteuerten ›geschmacklichen‹ Ausbildungsanspruch zeugt die 1766 gegründete *École royale gratuite de dessin*, ein Lebensprojekt des Künstlers Jean-Jacques Bachelier (1724–1806), der den sozialen Aufstieg durch Kunst verkörperte, wie ihn das *Ancien Régime* einigen wenigen ermöglichte. Aus dem Edikt, mit dem die Schule 1767 unter königliche Protektion gestellt wurde, geht das Ziel der künstlerischen Ausbildung hervor. Entstehen sollte eine »École, dans laquelle on enseigneroit gratuitement les principes élémentaires de la géométrie-pratique, de l'architecture, & des différentes parties du dessin,

5 Vgl. Syson und Thornton, *Objects of Virtue*, 236.

6 Vgl. Florian Knothe, »The Royal Manufactories of Absolutist France: Luxury Production and the Politics and Culture of Mercantilism«, in *The Routledge Handbook of French History*, hg. von David Andress (London: Routledge, 2023), 213–223.

7 Vgl. Agnès Lahalle, *Les écoles de dessin au XVIIIe siècle: entre arts libéraux et arts mécaniques* (Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2006).

pour procurer à l'avenir à chaque ouvrier la faculté d'exécuter lui-même, & sans secours étrangers, les différens ouvrages que son génie particulier pour son art lui fait imaginer«. ⁸ Ausdrückliches Ziel war es also, die Vorstellungskraft auch breiterer Massen der Handwerker zu schulen.

Die Schule öffnete morgens um 7 Uhr und ermöglichte die gleichzeitige Unterrichtung von über 125 Schülern für jeweils zwei Stunden. Durch den schnellen Wechsel wurden in vier Unterrichtseinheiten täglich 500 Schüler unterrichtet. ⁹ Lehrer waren Architekten, Maler, Graveure, Bildhauer, Goldschmiede und Schüler der Akademien. ¹⁰ Der Unterricht erfolgte symbolisch unter den Augen des Königs, wie der Blick auf den Grundriss des Raumes verdeutlicht, auf dem eine *Buste du Roi* verzeichnet ist. Die Büste verschwand nach der Revolution, der Unterricht aber ging unverändert weiter (Abb. 13).

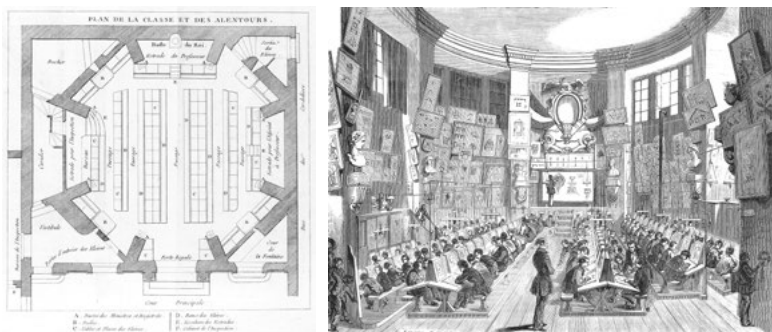


Abbildung 13: Massenhafte Zeichenausbildung für das Handwerk: die Pariser École royale gratuite de dessin, gegründet 1766. Links: Grundriss des Unterrichtssaales. Rechts: Kupferstich des Unterrichts (Darstellung von 1853)

- 8 »Schule, in der die Grundprinzipien der praktischen Geometrie, der Architektur und der verschiedenen Teile der Dekorkunst (dessin) kostenlos gelehrt werden, um in Zukunft jedem Arbeiter die Fähigkeit zu verleihen, die verschiedenen Arbeiten, die ihm aufgrund seines besonderen Genies für seine Kunst vorschweben, selbst und ohne fremde Hilfe auszuführen« (eigene Übersetzung). (Ludwig XV., *Lettres patentes du Roi, portant établissement d'une école royale gratuite de dessin à Paris. Données à Fontainebleau le 20 Octobre 1767. Registrées en Parlement Le 1.er Décembre 1767* [Paris: Imprimerie Royale, 1790]).
- 9 Vgl. Jean-Jacques Bachelier, *Discours sur l'utilité des écoles élémentaires en faveur des arts mécaniques: Prononcé par Bachelier à l'ouverture de l'Ecole gratuite de Dessin, le 10 Septembre 1766* (Paris: Imprimerie nationale exécutive du Louvre, 1792), 6.
- 10 Ernst Ulrich Leben, *L'École Royale gratuite de Dessin de Paris (1767–1815)* (Saint-Rémy-en-l'Eau: Monelle Hayot, 2004), 75.

Das Denken über die unendliche Produktivität ästhetischer Gestaltung war in Bacheliers Überlegungen zur Schule ganz präsent. In seiner Rede zur Eröffnung der *École* 1766 hob er hervor, dass die dort ausgebildeten »ouvriers intelligens« – künstlerisch gebildete Arbeiter also – durch ästhetische Gestaltung den Wert einfacher Rohstoffe ver Hundertfachen könnten.¹¹ Ästhetische Gestaltung erschien Bachelier insbesondere für rohstoffarme Länder – das bedeutete in der Mitte des 18. Jahrhunderts: solche, die keine Gold- oder Silberschätze hatten – als Quelle des Reichtums.

In den deutschen Staaten beobachtete man diese Entwicklung mit Sorge. Je mehr die Mode den Konsum erfasste, je mehr Geld ins Ausland floss, desto mehr musste es das Ziel sein, eigene gestalterisch konkurrenzfähige Manufakturen und Kunstschulen aufzubauen. Johann Heinrich Gottlob von Justi, Mitte des 18. Jahrhunderts einer der wichtigsten Kameralisten, behandelte in seiner 1758 veröffentlichten *Vollständigen Abhandlung von denen Manufacturen und Fabriken* – einer Art Theoretisierung und Leitfaden zum Aufbau des merkantilistischen Manufaktur-systems – auch die ästhetische Gestaltung von Waren. Justi wusste, wovon er schrieb, hatte unter seiner Leitung doch die deutsche Übersetzung der monumentalen *Descriptions des arts et métiers* stattgefunden, einer 1711 von Colbert initiierten Reihe, die das gesamte produktive Wissen der Zeit verfügbar zu machen suchte.¹²

Von Manufakturen erhoffte man sich, wie aus Justis Darstellung hervorgeht, also nicht nur eine höhere Produktivität durch Arbeitsteilung. Mindestens ebenso bedeutsam waren die gestalterischen Optionen, die mit ihnen einhergingen. Die Frage nach der ästhetischen Qualität war deswegen in Justis Darstellung zentral. Beim Vergleich europäischer Luxuswaren stellte er fest:

»Man findet öfters, daß Waaren sehr gesucht werden, die von innerer Güte sehr schlecht sind, die aber durch ihr äußerliches Ansehen das Auge vergnügen. Diese äußerliche Schönheit kommt gemeinlich auf die Beschaffenheit der Farben, auf den Glanz und auf die Desseins an; und vielleicht ist es hauptsächlich dasjenige, was den französischen Waaren zeither einen so großen Absatz verschaffet hat. Man muß dannenhero bey Anlegung der Manufacturen und Fabriken beständig bedacht seyn, denen Waaren alle mögliche äußerliche Schönheiten zu geben.«¹³

Was Justi hier beschrieb – neben Farbe und Glanz –, war nichts anderes als die Autonomie der Form. Er hatte die Form bereits als Produktionsfaktor

11 Vgl. Bachelier, *Discours sur l'utilité des écoles élémentaires en faveur des arts mécaniques*, 2.

12 Die Übersetzungen erschienen ab 1762 unter dem Reihentitel *Schauplatz der Künste und Handwerke*.

13 Johann Heinrich Gottlob von Justi, *Vollständige Abhandlung von denen Manufacturen und Fabriken*, Bd. 1 (Kopenhagen: Rothe, 1758), 141.

erkannt, durch den den Waren in der *Economy of Qualities* symbolische Werte verliehen werden konnten. Ihre Autonomie zeigte sich darin, dass sie gerade auch Dinge wertvoll machte, die »von innerer Güte sehr schlecht« waren.

Geschmackspolitik als ›dritter Weg‹

Die erste Welle der Geschmackspolitik entstand im 18. Jahrhundert in einer Atmosphäre ausgedehnter gelehrter Diskussionen, die auf den sich abzeichnenden Strukturwandel der *Economy of Qualities* reagierten. Die zeitgenössischen Chiffren dafür waren ›Luxus‹ und ›Mode‹, deren Allgegenwart man gegen Ende des 18. Jahrhunderts überall bemerkte. Idealtypisch lassen sich drei Deutungen und daraus folgende Umgangsweisen mit der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Desintegration unterscheiden: eine konservativ-kameralistische, eine progressiv-liberale – und die hier als ›geschmackspolitisch‹ bezeichnete.

Die Vertreter der *ersten* Ansicht sahen sowohl die gesellschaftlichen als auch wirtschaftlichen Gefahren eines entgrenzten Konsums und plädierten für eine Rekonstruktion der ständischen Ordnung. Der Kameralist Johann Peter Süßmilch (1707–1767) befürchtete nicht nur, bald könne man die Menschen nicht mehr äußerlich voneinander unterscheiden – sie könnten es auch selbst nicht mehr. Er verstand »unter dem Worte Luxus diejenige Pracht, Ueppigkeit und Aufwand, der von aller Ordnung entfernt, der alles verwirret, und die Vornehmen mit der niedrigen Classe der Bürger vermischt, bis sich endlich alles gleich wird, daß man keinen mehr von dem andern unterscheiden kann.«¹⁴ Ebendiese Entwicklung versuchten die konservativen Kritiker des Luxus abzuwehren und plädierten deswegen zumeist für den disziplinierenden Einsatz von Aufwandsordnungen.

Diese moralisierende Argumentation war aufs Engste mit wirtschaftlicher Sorge verbunden. So argumentierte der von der französischen Physiokratie geprägte Kameralist Johann August Schlettwein (1731–1802), Kunst würde zur »Wiedererzeugung der verbrauchten Lebensmittel nichts beitragen. Bemeistert sich diese Thätigkeit für die Lust der Augen und der Einbildungskraft aller Menschen-Seelen, so wird das ganze Menschengeschlecht zu Grunde gerichtet.«¹⁵ Dieses Urteil Schlettweins macht deutlich, wie unheimlich die ästhetische Vermehrung manchen Zeitgenossen erschien. Eine Gesellschaft voller Künstler, getrieben von

14 Johann Peter Süßmilch, *Die göttliche Ordnung in den Veränderungen des menschlichen Geschlechts*, Bd. 2 (Berlin: Verlag der Buchhandlung der Realschule, 1765), 72.

15 Johann August Schlettwein, *Grundfeste der Staaten oder die politische Ökonomie* (Gießen: Krieger, 1779), 403.

der »Lust der Augen und der Einbildungskraft«, erschien als existenzielle Bedrohung.

Die Vertreter der *zweiten* Position maßen den symbolischen Verwerfungen keine besondere Bedeutung bei; gegenüber dem Wohlstand, den Gewerbefreiheit, Freihandel und Konkurrenz versprachen, waren sie zu vernachlässigen. Sie fanden Anschluss an liberale Theoretiker, allen voran Adam Smith (1723–1790), die argumentierten, dass auch Luxus wirtschaftlich produktiv sein konnte. Er schuf nicht nur neue Nachfrage, sondern auch Anreize für Innovation. Nur durch die Öffnung des wirtschaftlichen Lebens, mit der Abschaffung der Zünfte und Zölle, könne sich ein »Wohlstand der Nationen« einstellen.

Teil dieser liberalen Deutung des modernen Konsums war eine Kritik der merkantilistisch-konservativen Position.¹⁶ Die liberale Historiografie des 19. Jahrhunderts schloss daran an, verengte die Kritik aber dahingehend, dass der Merkantilismus mit seiner Konzentration auf eine ausgeglichene Handelsbilanz und entsprechende Regulierungen die innovatorische Dynamik der Wirtschaft und damit den Wohlstand der Nationen behindert habe. Die liberale Konzeption des wirtschaftlichen Lebens war darin die »richtige« Theorie, die den Merkantilismus ablöst habe.

In Wirklichkeit gab es ein Spannungsfeld und viele mittlere Positionen. Um sie zu verstehen, ist zu beachten, dass der Merkantilismus keineswegs so statisch war, wie später dargestellt. Entscheidend ist, dass er ein eigenes Produktivitätsdenken hervorbrachte. Die Staatstheoretiker beschäftigten sich daher immer weniger mit Fragen der Repräsentation und wandten sich stattdessen der Frage nach der guten Staats- und Haushaltsführung zu.¹⁷ Er war damit, wie Dominik Schrage betont, Teil der »in allen europäischen Staaten manifest werdenden Bemühungen, das wirtschaftliche Leben und die wirtschaftliche Aktivität nach bestimmten Regeln zu beeinflussen und in eine bestimmte Richtung zu lenken«.¹⁸

Dieses Planungsdenken stand dem Gedanken einer wirtschaftlichen Vermehrung durch Industrie und Handel keineswegs prinzipiell entgegen. Neben den konservativen Kritikern des Luxus gab es viele, die in der Entbettung der Wirtschaft zwar Chancen sahen, diese aber mit Bedacht betreiben wollten, um schädliche Folgen zu vermeiden und die Früchte zu ernten, die sie versprach.¹⁹

16 So bereits Smith im Kapitel »Of the Principle of the commercial, or mercantile System«; siehe Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Bd. 2 (London: Strahan und Cadell, 1776), 2.

17 Vgl. Volker Bauer, *Hofökonomie: Der Diskurs über den Fürstenhof in Zeremonialwissenschaft, Hausväterliteratur und Kameralismus* (Wien: Böhlau, 1997), 163.

18 Schrage, *Die Verfügbarkeit der Dinge*, 56.

19 Vgl. Erlin, *Necessary Luxuries*, 25.

Geschmackspolitik war in diesem Programm eine Wiedereinbettung im Bereich ästhetischer Gestaltung. Sie sollte dem eigenen Verständnis nach einen *dritten* Weg zwischen den konservativen und liberalen Extremen eröffnen. Prägnant formulierte das einmal mehr Friedrich Justin Bertuch, als er 1786 beide Deutungen aufgriff. Einerseits die konservativ-kameralistische: »Luxus, sagt der Anhänger des physiokratischen Systems, ist die Pest der Staaten! Er verschwendet den reinen Ertrag zu unfruchtbaren Ausgaben; hindert die Reproduction; entnervt die physischen Kräfte der Nation; löst alles Gefühl für Moralität und Ehre auf; zerstört den Wohlstand der Familien, und liefert dem Staate Schaaren Bettler!« Andererseits die progressiv-liberale: »Luxus, sagt der Finanzier und der Technolog, ist die reichste Quelle für den Staat; der allmächtige Hebel der Industrie, und das kräftigste Triebwerk der Circulation. Er verwischt alle Spuren der Barbarey in den Sitten; schafft Künste, Wissenschaften, Handel und Gewerbe; vermehrt die Population und die Kräfte des Staats, und bewirkt Genuß und Glück des Lebens!«²⁰

Beide jedoch lägen, so Bertuch, falsch, da sie »auf einem unrichtigen oder wenigstens nicht rein genug bestimmten Begriffe vom Luxus« beruhten. Den einzig vernünftigen Umgang mit dem modernen Konsum sah er in der aktiven Formung des Geschmacks durch Bildung. Das Ziel seines Journals sah er deswegen darin, Mode und Luxus »gewiß nicht auf geckenhafte Art zu empfehlen, und sie zur schädlichen Ueppigkeit und Prasserey hinaufzutreiben; sondern sie stets zu übersehen, ihre wilden Auswüchse öffentlich zu tadeln und dem strafenden Spotte der vernünftigen Welt und dem guten Geschmacke Preiß zugeben.«²¹ Die erste deutsche Modezeitschrift war zugleich das erste Medium, in dem Mode kritisch reflektiert wurde.

Etwas theoretischer gesprochen: Dem dezentrierten Geschmacksideal der progressiv-liberalen Position und dem ständischen Geschmack, den die konservative Linie zu restaurieren suchte, wurde eine neue Semantik geschmacklicher Unterscheidung entgegengesetzt – jene von »gutem« und »schlechtem Geschmack«. Es handelte sich um eine Unterscheidung, die sich sowohl von der überkommenen Ständeordnung als auch vom dezentrierten Positionswettbewerb des modernen Konsums abgrenzen ließ. Der Unterschied zwischen gutem und schlechtem Geschmack sollte durch Bildung, durch Teilhabe an der bürgerlichen Öffentlichkeit und durch vernünftige Auseinandersetzung mit dem Warenangebot erlernt werden – und rückwirkend, durch eine Läuterung der Nachfrage, auf das Angebot einwirken.

20 Bertuch und Kraus, »Einleitung«, 4.

21 Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, 415.

Geschmackspolitische Entwicklungsprojekte in den deutschen Staaten um 1800

Institutioneller Treiber der Reformen, die dieser Rationalität folgten, war im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert die halbstaatliche Gewerbe-förderung. Ihre Vertreter organisierten sich vor allem in ›patriotischen‹ Gesellschaften und Vereinen, die ihre Debatten über die Lage Deutschlands und die richtigen Reformen emsig publizierten. Die Mitglieder dieser regionalen Assoziationen rekrutierten sich aus Trägern der Volksaufklärung:²² *erstens* aus der reformorientierten Beamtenschaft, *zweitens* aus der Unternehmerschaft und *drittens* aus Intellektuellen im weitesten Sinne, also Geistlichen und Pädagogen, Schriftstellern und Künstlern.²³ Die Vereine verstanden sich explizit als aktive Gestalter des gesellschaftlichen Wandels von der ständisch-korporatistischen Regulation hin zur freien Konkurrenz.²⁴

Aus diesem Milieu heraus wurden überall in den deutschen Staaten im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert geschmackspolitische Entwicklungsprojekte initiiert – unterbrochen durch die Napoleonischen Kriege 1800–1814 und mit regional sehr unterschiedlichen Voraussetzungen. Das Ziel war immer dasselbe: Neu zu gründende Institutionen sollten *erstens* vorbildliche Formen, insbesondere aus dem Ausland, sammeln und ausstellen, *zweitens* diese durch Zeichenunterricht aktiv vermitteln und *drittens* Konkurrenz durch Wettbewerbe, Preise, gestalterische Beratung und Lobbying für immaterielle Schutzrechte in der Gestaltung stimulieren. Im Folgenden seien drei Beispiele aus Preußen, Weimar und Württemberg dargestellt.²⁵

In der preußischen Öffentlichkeit mehrten sich am Ende des 18. Jahrhunderts Forderungen nach einer Öffnung der Kunstschulen für die

- 22 Vgl. Christian Kohlfeldt, »Die gemeinnützig-ökonomische Aufklärung als Wegebereiterin für die Volksaufklärung«, in *Volksaufklärung. Eine praktische Reformbewegung des 18. und 19. Jahrhunderts*, hg. von Holger Böning, Hanno Schmitt und Reinhart Siegert (Bremen: Edition Lumière, 2007), 127–139.
- 23 Vgl. Thomas Großbölting, »Im Reich der Arbeit«: *Die Repräsentation gesellschaftlicher Ordnung in den deutschen Industrie- und Gewerbeausstellungen 1790–1914* (München: Oldenbourg, 2008), 92.
- 24 Zur Rolle der Vereine bei der Modernisierung und zu ihrem Selbstverständnis klassisch Thomas Nipperdey, »Verein als soziale Struktur in Deutschland im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert«, in *Geschichtswissenschaft und Vereinswesen im 19. Jahrhundert: Beiträge zur Geschichte historischer Forschung in Deutschland*, hg. von Hartmut Boockmann u. a. (Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1972), 1–44.
- 25 Die Auswahl ergibt sich aus der Tatsache, dass für diese Fälle der Geschmackspolitik Studien vorliegen. Für Sachsen siehe kursorisch Cremer, »Hagedorns Geschmack«, 316. Eine Gesamtdarstellung steht noch aus.

Gewerbe.²⁶ Nirgendwo war die Debatte so lebendig wie in Berlin. Der Verleger und Schriftsteller Friedrich Nicolai (1733–1811) forderte 1786 in seiner *Beschreibung der Königlichen Residenzstädte Berlin und Potsdam*, einer Art Reiseführer, die Berliner Kunstakademie solle »inskünftige nicht bloß auf die Anziehung von Malern, Kupferstechern, Bildhauern und Zeichnern, als vielmehr auf bessern Unterricht solcher Handwerker mit Bedacht genommen werden, die bey ihren Arbeiten Geschmack nöthig haben«.²⁷

Solche Forderungen fielen offenbar auf fruchtbaren Boden, hieß es doch im neuen *Reglement für die Akademie der bildenden Künste und mechanischen Wissenschaften zu Berlin* von 1790 explizit, der »Endzweck dieses Instituts« sei dadurch bestimmt, dass es »den vaterländischen Kunstfleiß erwecke, befördere, und durch Einfluss auf Manufakturen und Gewerbe dergestalt veredele, dass einheimische Künstler in geschmackvollen Arbeiten jeder Art den auswärtigen nicht ferner nachstehen«. Konkret, so spezifizierte das Reglement, ging es um

»Lehrlinge und Gesellen solcher Handwerker und Fabrikanten, die zu geschmackvollen Formen und Verzierungen ihrer Arbeiten des Unterrichts im Zeichnen, oder in der Geometrie und Architektur bedürfen, als Damastweber, Seidenweber, Florweber, Tapetenwirker, Bortenwirker, Stikker, Spitzenfabrikanten, Kartenmacher, Formschneider bey Kattunfabriken, Papiertapetenmacher, Bildgießer, Gypsboßierer, Drechsler, Stuckaturarbeiter, Schnitzer, Steindrechsler, Goldarbeiter, Konditor, Gelbgießer, Rothgießer, Kupferschmiede, Zinngießer, Klempner, Töpfer, Fayencetöpfer, Steingutfabrikanten, Zimmerleute, Maurer, Ofensetzer, Tischler, Stuhlmacher, Stellmacher u. s. w.«²⁸

26 Vgl. für Breslau Claudia Sedlarz, »Geschmacksreform: Zeichenunterricht und staatliche Gewerbeförderung an der Breslauer Provinzialkunstschule unter dem Direktorat von Carl Daniel Bach«, in *Krise, Reformen – und Kultur: Preußen vor und nach der Katastrophe von 1806*, hg. von Bärbel Holtz (Berlin: Duncker & Humblot, 2010), 87–120.

27 Friedrich Nicolai, *Beschreibung der Königlichen Residenzstädte Berlin und Potsdam, aller daselbst befindlicher Merkwürdigkeiten, und der umliegenden Gegend*, 3. Aufl., Bd. 2 (Berlin: Friedrich Nicolai, 1786), 718.

28 *Reglement für die Akademie der bildenden Künste und mechanischen Wissenschaften zu Berlin* (Berlin: Unger, 1790), 3 f. u. 22 f. In einem Dekret über eine Kunstschulreform des sächsischen Königs von 1763 heißt es gleichlautend, mit der Förderung der Künste werde »nicht nur unmittelbar ein wesentlicher Vortheil verschafft, mehr Geld zur Circulation gebracht, Fremde herbeigezogen und das Ansehen eines Staats vermehret, sondern auch ferner die Producte derer inländischen Fabriken und Manufacturen durch Verbesserung des Geschmacks angenehmer gemacht und ein grösserer Debit Dererselben zu Wege gebracht«; zit. nach Cremer, »Hagedorns Geschmack«, 316.

Nach heutiger Einschätzung war die preußische Geschmackspolitik durchaus erfolgreich: Es entstanden zahlreiche Unternehmen, die Möbelherstellung wurde führend.²⁹ »Durch verbesserte Ausbildung, durch die Schaffung von Strukturen zur Qualitätssicherung, durch Subventionen, Förderung technologischer Innovation und Gewährung von Urheberschutz gelang innerhalb kurzer Zeit die Etablierung erfolgreicher Manufakturen, deren hochwertige Kunsthandwerksprodukte mit denen aus Paris und London konkurrieren konnten«, so das Urteil von Claudia Sedlarz.³⁰

Die in der Designgeschichte oft hervorgehobenen preußischen Reformer Schinkel und Christian Peter Wilhelm Beuth (1781–1853) trieben dieses Programm ab den 1820er Jahren auf die Spitze – und reihten sich damit in eine bereits bestehende politische Tradition der Gewerbeförderung durch Kunst ein. Schinkel und Beuth agierten als Vertreter der Staatsverwaltung, die dem Handwerk zunehmend die Gestaltungshoheit zu entziehen suchte. Ihre *Vorbilder für Fabrikanten und Handwerker* sollten einerseits gestalterisch disziplinieren, andererseits an eine überregionale Nachfrage anpassen: Die formale Vereinheitlichung stellte sicher, dass Handwerksprodukte wiedererkennbar und damit auch handelbar wurden (Abb. 20).

Durchwachsener war der Erfolg ähnlicher Bemühungen in Weimar, die im späten 18. Jahrhundert vor allem vom Autor, Verleger und Unternehmer Bertuch ausgingen. Dazu gehörte sein oben bereits vorgestelltes *Journal des Luxus und der Moden*. Nach Bertuchs Verständnis war das Ziel des Programms,

»Teutschland auf seinen eignen Kunstfleiß aufmerksamer zu machen, warmen Patriotismus dafür bey unsern Fürsten, Großen und Reichen zu erwecken oder zu beleben, unsern Künstlern und Handwerkern mehr Vertrauen auf ihre eigenen Kräfte, Kunstliebe und Geschmack in ihren Arbeiten zu geben, und sie mit Erfindungen und schönen Formen der Ausländer bekannt zu machen; vor allen Dingen aber unsre Beutel vor den Brandschatzungen der Ausländer zu sichern.«³¹

29 Vgl. Matthias Hahn, »Der Einfluß der Geschmacksdiskussion und der von der Akademie betriebenen Handwerkerschulung auf die Dekorationsmalerei zwischen 1780 und 1820«, https://www.berliner-klassik.de/forschung/dateien/hahn_dekorationsmalerei.pdf (Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften, 2001); Achim Stiegel, *Berliner Möbelkunst: Vom Ende des 18. bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts* (München: Deutscher Kunstverlag, 2003).

30 Claudia Sedlarz, »Objektwahl – eine Art von Ästhetik: Über ästhetische Wahl und Identitätsbildung«, in *Interieur und Bildtapete: Narrative des Wohnens um 1800*, hg. von Katharina Eck und Astrid Silvia Schönhagen (Bielefeld: transcript, 2014), 186.

31 Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, 415.



Abbildung 14: Das Zentrum der Weimarer Kulturindustrie des späten 18. Jahrhunderts: ehemaliges Wohn- und Geschäftshaus von Bertuch in Weimar, Sitz des Landes-Industrie-Comptoirs (heute Stadtmuseum Weimar)

Ein weiteres wichtiges Element war auch in Weimar die schulische Ausbildung. 1774 hatte Bertuch zusammen mit dem Maler Georg Melchior Kraus (1737–1806) in einem *Entwurf einer mit wenigen Mitteln hier zu errichtenden freien Zeichenschule* eine Kunstbildung für alle Stände gefordert, was zwei Jahre später zur Gründung der *Fürstlichen freien Zeichenschule Weimar* führte.³² Unmissverständlich klagte er 1793 – den Bedarf für ein gewerbenahes Profil der Kunstbildung bekräftigend – darüber, dass es zwar genügend »akademische Künstler« gebe, diese aber nur in der Historien-, Landschafts- oder Porträtmalerei geübt seien. »Es fehlet ihnen an Kenntniß der bey Manufacturisten und Handwerkern einschlagenden Details, und da ihr Geist nur mit den großen Gegenständen der Kunst beschäftigt ist, an gehöriger Gedult, darüber nachzudenken, wie z.B. ein Tisch, ein Bett, ein Vorhang, ein Stuhl, ein Schloß &c. schöner und zweckmäßiger seyn könnte.«³³

32 Vgl. Wolfgang Braungart, »Bertuch und die Freie Zeichenschule in Weimar: Ein Aufklärer als Förderer der Künste«, in *Friedrich Justin Bertuch (1747–1822): Verleger, Schriftsteller und Unternehmer im klassischen Weimar*, hg. von Gerhard R. Kaiser und Siegfried Seifert (Tübingen: Niemeyer, 2000), 279–289.

33 Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, 455.

Zu Beginn der 1790er Jahre wagte Bertuch eine größere Unabhängigkeit vom Hof und gründete das *Landes-Industrie-Comptoir*, in dem er seine unternehmerischen Aktivitäten aus Verlag und Manufaktur (insbesondere der Kunstblumenproduktion) zu bündeln suchte (Abb. 14). Der erhoffte geschmackspolitische Impuls zur wirtschaftlichen Modernisierung des Herzogtums Sachsen-Weimar blieb zwar aus, doch das Verlagsgeschäft florierte: Es entstand ein kulturindustrielles Unternehmen mit zeitweise weit über 100 Beschäftigten, unter ihnen Christiane Vulpius (1765–1816), Goethes spätere Ehefrau.³⁴

Ein drittes Beispiel ist Württemberg, dem Ingeborg Cleve eine der umfassendsten Studien zu diesem Thema gewidmet hat.³⁵ Auch hier waren es zunächst Einzelpersonlichkeiten wie der Stuttgarter Kaufmann Gottlob Heinrich von Rapp (1761–1832), die seit den späten 1810er Jahren für die Errichtung einer Kunstschule warben. Der erste Versuch zur Gründung einer – dem Namen nach möglicherweise von Bertuchs Gründung beeinflussten – »Landes-Industrie-Handlung« scheiterte offenbar, da der mit ihrer Gründung beauftragte Kaufmann die württembergische Wirtschaft für nicht entwicklungsfähig hielt.³⁶

Die Diskussionen im Württembergischen Landtag und in geschmackspolitisch sensibilisierten Kreisen gingen aber weiter (Abb. 15). Die Befürworter der gewerblichen Kunstförderung – nach Cleve eine »merkwürdige Koalition von Finanzbeamten und Fabrikanten, Kirchenmännern und Rektoren« – setzten sich schließlich durch, und Ende der 1830er Jahre wurde ein neuer Anlauf unternommen. Moritz Mohl (1802–1888), ein Stuttgarter Politiker, Ökonom und Kenner der französischen Wirtschaft, wurde 1838 von der Regierung beauftragt, eine Forschungsreise ins nahegelegene Frankreich zu unternehmen und Reformvorschläge für Württemberg zu machen.

1845 veröffentlichte Mohl einen fast 600 Seiten langen, engzeilig gedruckten Bericht, dessen Titel das Reformprogramm knapp zusammenfasste – es ging um »einen im Auftrage der königlich württembergischen Regierung im Auslande gemachten Ankauf von Musterwaaren, welche württembergischen Gewerbsleuten als Vorbilder dienen sollen, sowie über die Mittel zu Erreichung des damit beabsichtigten Zweckes und zu Hebung des vaterländischen Gewerbsfleißes überhaupt, namentlich durch entsprechende Einrichtung des gewerbswissenschaftlichen Unterrichts und durch Aufhebung des Zunftwesens«.³⁷ An seiner Analyse

34 Vgl. Katharina Middell, »Die Bertuchs müssen doch in dieser Welt überall Glück haben«: Der Verleger Friedrich Justin Bertuch und sein *Landes-Industrie-Comptoir* um 1800 (Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2002), 347.

35 Vgl. Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*.

36 Vgl. Barbara Mundt, *Die deutschen Kunstgewerbemuseen im 19. Jahrhundert* (München: Prestel, 1974), 33.

37 Moritz Mohl, *Aus den gewerbswissenschaftlichen Ergebnissen einer Reise in Frankreich: Denkschrift über einen im Auftrage der königlich*

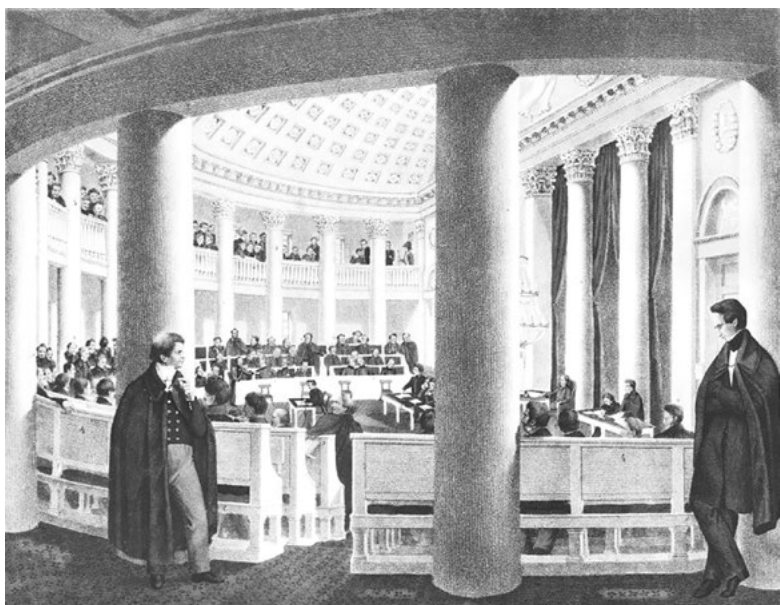


Abbildung 15: Ort geschmackspolitischer Debatten in der deutschen Provinz: der 1819 eröffnete Plenarsaal der Zweiten Kammer des württembergischen Landtages in Stuttgart (1833)

des Kunstgewerbes der französischen Kleinstadt Dieppe machte er die Notwendigkeit künstlerischer Ausbildung deutlich:

»Wäre der Diepper Fabrikant und Arbeiter nicht im Stande, eine Bildsäule Napoleons, Molieres, Heinrichs IV. u. s. w. zu machen, so könnte er auch keinen Briefbeschwerer, kein Falzbein, keinen Siegelstock, kein Schachspiel mit ihrer Büste machen. Wäre er nicht im Stande, eine medizäische Venus, einen Apoll von Belvedere, eine Diana, einen Bacchus, einen Amor nach antiken Statuen darzustellen, so könnte er auch kein Jägerpfeifchen mit dem Kopfe der Diana, kein Falzbein mit der Büste der Flora, kein Visitenkartentäschchen mit einer Venus oder einem Amor darstellen. Hätte er nicht die vollkommene Geschmacksbildung durch den besten Zeichnungs-Unterricht von einem Künstler erhalten, so könnte er auch keine Ohrengelänge mit Blumenstücken schnitzeln, mit einem Worte, sein ganzes Gewerbe hängt von seiner künstlerischen

württembergischen Regierung im Auslande gemachten Ankauf von Musterwaaren, welche württembergischen Gewerbsleuten als Vorbilder dienen sollen, sowie über die Mittel zu Erreichung des damit beabsichtigten Zweckes und zu Hebung des vaterländischen Gewerbsfleißes überhaupt, namentlich durch entsprechende Einrichtung des gewerbswissenschaftlichen Unterrichts und durch Aufhebung des Zunftwesens (Stuttgart; Tübingen: Cotta, 1845).

Ausbildung ab. Selbst für die glatten Gegenstände ist ihm diese Ausbildung von unschätzbarem Werthe, weil sie ihm auch hiefür die geschmackvollsten Formen an die Hand giebt, und seine Waaren immer zu Preisen gesucht macht, welche ihm eine im deutschen Gewerbswesen unbekannte Höhe des Arbeitslohnes gewährt.«³⁸

1848 erfolgte dann schließlich die Gründung der *Königlich Württembergischen Centralstelle für Gewerbe und Handel*.³⁹ Das württembergische Kunstgewerbe, das auch dank der Geschmackspolitik in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstanden war, war, wie Cleve betont, »keine schwäbische Sparversion des Fortschritts«, sondern eine »moderne Industrie«.⁴⁰ Wie in anderen Regionen versuchte man, die Rückständigkeit des Gewerbes durch Geschmackspolitik auszugleichen, indem man auf die Veredelung von Waren durch Gestaltung anstatt auf ihre Vermasung durch Maschinen setzte.

Die Beispiele aus Preußen, Weimar und Württemberg deuten darauf hin, dass in allen deutschen Staaten, die sich den Problemen der europäischen Marktintegration stellten, Geschmackspolitik spätestens in der Mitte des 19. Jahrhunderts zum Thema werden musste. Eine umfassende Darstellung dieser »anderen Industrialisierung«⁴¹ steht bis heute aus, was mit dem historiografischen Vorurteil zusammenhängen mag, Gestaltung nicht als Problem marktwirtschaftlicher Integration, sondern als dem Maschineneinsatz nachgeordnetes Phänomen zu behandeln. Konzentriert man sich indes auf die Gewerbe, deren Produkte mit importierten Waren konkurrierten oder die umgekehrt für den Export produzierten, wird deutlich, dass sich die wirtschaftliche Modernisierung und der Kunstbedarf in wesentlichen Teilen deckten: Geschmack wurde als wesentlicher Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung verstanden.

Ästhetisierung und Disziplinierung

Die Idee geschmacklicher Bildung verband sich von Anfang an mit den Disziplinierungsbemühungen des absolutistischen Staates, insbesondere

38 Ebd., 104; vgl. Ingeborg Cleve, »Geschmacksbildung im Entstehungsprozeß der Konsumgesellschaft: Ein Versuch zur pädagogischen Lösung ökonomischer Probleme auf der Grundlage ästhetischer Theorie im 19. Jahrhundert«, in *Jahrbuch für Historische Bildungsforschung*, Bd. 4 (Weinheim; München: Juventa, 1998), 151.

39 Vgl. Mundt, *Die deutschen Kunstgewerbemuseen*, 33.

40 Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 277.

41 So bezeichnet Schäfer in seiner Studie über das sächsische Textilexportgewerbe diesen Industrialisierungspfad; Michael Schäfer, *Eine andere Industrialisierung: Die Transformation der sächsischen Textilexportgewerbe 1790–1890* (Stuttgart: Steiner, 2016).

gegenüber dem Handwerk, dessen Verwerfungen im wirtschaftlichen Strukturwandel als zunehmend gefährlich galten. Geschmackliche Bildung sollte das Handwerk auf eine Konkurrenz verpflichten, die sich nicht in der Reaktion auf das Marktgeschehen erschöpfte. Gerade weil der künstlerisch gebildete Handwerker aus innerem Antrieb stets über sich selbst hinauszuwachsen versuche, so der preußische Künstler und Reformpädagoge Johann Adam Breysig (1766–1831), werde er »nie über lange Weile klagen, und auch dadurch zu übeln Gesellschaften verleitet werden.«⁴² Rechtfertigungen wie diese richteten sich nicht zuletzt gegen Kritiker des Luxus und Kunstskeptiker wie Schlettwein.

In dieser Deutung versprach ästhetische Gestaltung also auch gesellschaftliche Befriedung – trotz der wachsenden Volatilität der Nachfrage, die mit der zunehmenden Marktintegration einherging. Die geschmackspolitisch beförderte Konkurrenzfähigkeit des Handwerks sollte soziale und wirtschaftliche Sicherheit bieten und als Alternative zu den Zunftprivilegien wirken. Auf Nachfragerückgänge sollte das Handwerk innovatorisch reagieren können, also neue Dinge erfinden, wenn die alten nicht mehr gefragt waren – oder besser noch: Dinge erfinden, *bevor* sie gefragt waren.

Hintergrund der Diskussionen waren die tatsächlichen Anpassungsprobleme des zünftischen Handwerks in Fragen der Gestaltung – jedenfalls dort, wo für den Modegeschmack produziert wurde. Die Wertordnung des zünftischen Handwerks unter Anwesenden, die von den begutachtenden Meistern hergestellt wurde, geriet in Konflikt mit den Werdynamiken der autonomen Form, was im 18. Jahrhundert zu einer Kritik an der zünftischen Prüfungspraxis und zu Forderungen nach einer stärkeren Modeorientierung in der Gestaltung der Meisterstücke führte. Ein Professor Schmidt aus Berlin schrieb 1800 in den *Annalen der Märkischen Oekonomischen Gesellschaft zu Potsdam*, dass heutzutage »die äussere Form, die Verzierungen an unsern Häusern und Hausgeräthe[n] sehr von der Arbeit unsere[r] Vorfahren« abweichen würde. Die Zünfte hätten – wenn sie von sich aus nicht zur Anpassung in der Lage seien – einen staatlich zu garantierenden Anspruch auf künstlerische Bildung, »da wir sämmtlich von dem allgewaltigen Strome der Mode hingerissen werden.«⁴³

42 Johann Adam Breysig, »Ueber den Nutzen und die Nothwendigkeit der Zeichenkunst«, in *Skizzen, Gedanken, Entwürfe, Umrisse, Versuche, Studien, die bildenden Künste betreffend: Eine Gelegenheitsschrift*, Bd. 1 (Magdeburg: Keil, 1799), 7.

43 Schmidt, »Ueber die Unzweckmäßigkeit der Meisterstücke bey einigen Gewerken«, *Annalen der Märkischen Oekonomischen Gesellschaft zu Potsdam* 3, Nr. 3 (1800): 41; ebenso äußert sich Friedrich Justin Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, *Journal des Luxus und der Moden* 8 (1793): 456; vgl. auch Stürmer, *Handwerk und höfische Kultur*, 74.

Ein Meisterstück im Tischlerhandwerk bestand oft aus teurem Holz; und Gold- und Silberschmiede mussten große Mengen teuren Metalls erwerben. Das bedeutete entsprechend hohe Investitionen für die Handwerker. Mit der Autonomie der Form wurden diese Investitionen aber immer riskanter. Ein Stück aus bestem Holz konnte nicht oder nur mit Verlust verkauft werden, wenn seine Form nicht mehr der Mode entsprach. Gold- und Silberschmiede waren gezwungen, ihre unverkaufbaren Meisterstücke nach der Prüfung wieder einzuschmelzen – ihre gestalterische Arbeit war buchstäblich umsonst. Deswegen brauchte es in Ausbildung und Prüfungswesen eine Lösung von den werkstattlich überlieferten gestalterischen Formen. (Langfristig verlagerte man den Schwerpunkt auf die Herstellungstechniken selbst, die sich nicht auf die gestalterische Form »durchschlagen«. Nach diesem Prinzip verfährt das deutsche Handwerk in seinen Prüfungen noch heute.)

Handlungsbedarf sahen aber auch diejenigen, die den Zünften grundsätzlich positiv gegenüberstanden. Ein anonymer Kommentator gab 1793 im *Journal für Fabrik, Manufaktur, Handlung, Kunst und Mode* die verheerenden sozialen Folgen des unternehmerischen Eigennutzes und der Zentralisierung der Produktion zu bedenken, die Luxus und Mode mit sich brachten. Manufakturen und Fabriken, so argumentierte der Autor, solle der Staat nur dort fördern, wo sie wirklich notwendig seien, also wo man »kostbare Maschinen oder weitläufige Gebäude und reiche Unternehmer und Kenner« brauche, um konkurrenzfähig zu sein.

Der Autor hatte also kaum die Produktion einfacher Waren für den täglichen Bedarf im Sinn; vielmehr ging es um »Manufakturen der Pracht und des Luxus, wo der Geschmack vorzüglich von den Grundsätzen der schönen und bildenden Kunst geleitet werden muß«. ⁴⁴ Neben der Bedeutung des Anlagekapitals – der »kostbaren Maschinen« – waren es also die symbolischen Werte der *Economy of Qualities*, die am Ende des 18. Jahrhunderts eine Zentralisierung der Produktion und eine Proletarisierung der Handwerker auch in den Augen jener Beobachter rechtfertigten, die das alte Handwerk und seine zünftische Selbstverwaltung gewissermaßen aus sozialpolitischen Gründen zu verteidigen suchten. Zwar betonte der Autor so, dass man gerade auch das Handwerk künstlerisch bilden solle, um es marktfähig zu machen und die wirtschaftliche Machtkonzentration zugunsten der Unternehmer abzubremesen; aber er erkannte die Überlegenheit arbeitsteiliger Produktion in der *Economy of Qualities* an. ⁴⁵

44 »Abhandlung über die Frage: in welchem Verhältnisse sind Manufakturen, Fabriken, einzelne Arbeiter und Verfertiger der nemlichen Kunstprodukte gegen einander von Seiten des Staats bey Unterstützung der einen oder der anderen zu betrachten?«, *Journal für Fabrik, Manufaktur, Handlung, Kunst und Mode* 5 (1793): 197.

45 Deshalb, so fuhr der Autor fort, müsse in den Manufakturen und Fabriken »die Polizey auf die Arbeiter in den Manufakturen die nötige Aufsicht und

3.2 Die Erfindung des Kunstgewerbes

Der Bruch von Freier und Angewandter Kunst

Der Bedarf des Gewerbes an künstlerischer Bildung änderte sich im 19. Jahrhundert nicht, vor allem nicht dort, wo es in der sich rasant entwickelnden *Economy of Qualities* konkurrieren wollte. Was sich indes änderte, war das Verhältnis von Kunsthandwerk und entstehender Kunstindustrie gegenüber ›der Kunst‹. Es kam zum Bruch von Freier und Angewandter Kunst.⁴⁶ Das hatte dann grundlegende Folgen für die Entwicklung der Geschmackspolitik im 19. Jahrhundert.

Der Wandel macht sich zunächst begrifflich bemerkbar. Während man international seit etwa einem halben Jahrhundert von ›Design‹ spricht, wurden für das Gestalten arbeitsteilig gefertigter Dinge im 18., 19. und frühen 20. Jahrhundert die unterschiedlichsten Bezeichnungen verwendet, um die Distanz zur Freien Kunst zu markieren. Heinz Hirdina listet folgende auf: »angewandte Kunst (engl. *applied art*; frz. *arts appliqués*), decorative, dekorative Kunst (engl. *decorative art*; frz. *art décoratif*), praktische Kunst (engl. *practical art*), industrielle Kunst oder Industriekunst (engl. *arts industrial* oder *industrial art*; frz. *art industriel*, *arts industriels*), Gewerb(e)kunst, Kunstgewerbe (engl. *art manufactures*), Werkkunst«.⁴⁷ Zu ergänzen ist der ab dem späten 18. Jahrhundert im Deutschen gebräuchliche Begriff der ›mechanischen Künste‹.⁴⁸ Demgegenüber standen die nun ›Freien‹ (nicht mehr: ›schönen‹) Künste.

Der Hintergrund für diesen zunehmenden begrifflichen Differenzierungsbedarf ist einmal mehr in der ästhetischen Vermehrung der *Economy of Qualities* zu suchen. Im Laufe des 18. Jahrhunderts waren Literatur und Theater, Malerei und Bildhauerei zusammen mit Architektur und Wohnen, Kleidung und Essen zum Gegenstand eines allgemeinen

Vorsorge haben, damit sie der Eigennutz [der Unternehmer, J.W.] nicht so sehr drücke«; ebd., 202.

46 Ich schreibe ›Freie Kunst‹ und ›Angewandte Kunst‹ groß, weil es sich nicht um bloße adjektivische Beschreibungen handelt, die lediglich angäben, wie ›frei‹ eine Kunst sei, sondern um historisch sedimentierte Begriffe, die auf eine spezifische Differenzierung ästhetisch gestaltender Arbeit seit dem 18. und 19. Jahrhundert verweisen.

47 Hirdina, »Design«, 44.

48 Gustav E. Pazaurek, *Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe* (Stuttgart; Berlin: Deutsche Verlags-Anstalt, 1912), 2, plädiert für den Begriff »Kunstgewerbe«, der treffender sei als die »nicht so glücklich[en]« Begriffe: »Niedere Künste, technische Künste, dekorative Künste, angewandte Kunst, Kleinkunst, Nutzkunst, Werkkunst, Handwerkskunst, Gebrauchskunst, Gewerbekunst, Geschmackskunst, Kunst im Handwerk«.

Kulturkonsums geworden. Überall spürte man um 1800 den mit dem modernen Konsum verbundenen Ästhetisierungsschub; der Berliner Künstler Breysig sprach von der »Zauberkraft« der Kunst, von ihrem »Einfluß auf alle Stände«, ihrer Wirkung »auf alles, was uns umgibt«⁴⁹.

Gleichzeitig wurde die Bewertung kulturell angereicherter Waren und Dienstleistungen unpersönlicher und unabhängiger von den konkreten lebensweltlichen Bezügen von Produktion und Konsumtion. Zwar wurden persönliche Geschmackserfahrung und Vernetzung in der »guten Gesellschaft«, wie sie das in Kapitel 1 beschriebene Handwerk unter Anwesenden seit Jahrhunderten prägten, nicht bedeutungslos – im Gegenteil. Doch musste man immer häufiger Zeitungen, Modejournale und gelehrte Schriften zurate ziehen, um in Geschmacksfragen informiert zu bleiben.⁵⁰ Die in der Renaissance entstandenen ästhetischen Urteile Abwesender wurden nun dominierend.

Für alles, was irgendwie als »Kunst« aufgefasst werden konnte, galt nun *ein* Wert.⁵¹ Die Dinge wurden, wie an der Autonomie der Form gezeigt, kommensurabel, gleich gemacht. Für den Konsum war das Neue der nun wichtigste symbolische Wert. Die richtige Form konnte Dingen symbolischen Wert verleihen, auf eine Weise, die sich jeder Erfahrung entzog; die falsche konnte sie über Nacht entwerten. Geschmackspolitik war der darauf reagierende Versuch, die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der Gewerbe zu sichern und dabei aktiv auf den Geschmack einzuwirken.

Die Idee der »Autonomie des Kunstwerks« ist als *alternative Reaktion* auf diesen Strukturwandel der *Economy of Qualities* zu sehen. Auch sie setzte eine neue Art der Rezeption voraus, in der ästhetische Werke allgemein zugänglich waren, öffentlich diskutiert wurden und unter *einem* Wert subsumiert werden konnten. Allerdings sollte hier bewusst von jeder Form *bloß sozialer* Geltung abgesehen werden; der Wert sollte allein dem ästhetischen Genuss und der persönlichen Bildung dienen. Das Interesse, von dem man das Kunstwerk durch die Behauptung seiner Autonomie freisagen wollte, war jenes des im vorherigen Kapitel dargestellten Managements der Werte, das sich darin äußerte, dass Künstler nun für den Markt produzieren mussten und sich Kunsthandwerker und Kunstindustrielle am Fundus der Formen bedienten. Kant war also weniger der Begründer der Idee des »interesselosen Wohlgefallens« als vielmehr ein später Zeuge dieser Herausbildung neuer Formen der Kunstrezeption.⁵²

49 Breysig, »Ueber den Nutzen und die Nothwendigkeit der Zeichenkunst«, 4 u. 41.

50 Vgl. Craig Calhoun, »The Infrastructure of Modernity: Indirect Social Relationships, Information Technology, and Social Integration«, in *Social Change and Modernity*, hg. von Hans Haferkamp und Neil J. Smelser (Berkeley: University of California Press, 1992), 205–236.

51 Vgl. Abrams, »Art-as-Such«, 13.

52 Ebd., bes. 11.

Gleichwohl brachte seine Formulierung den Wandel auf den Punkt; in der *Kritik der Urteilkraft* von 1790 heißt es: »*Geschmack* ist das Beurtheilungsvermögen eines Gegenstandes oder einer Vorstellungsart durch ein Wohlgefallen, oder Misfallen, *ohne alles Interesse*. Der Gegenstand eines solchen Wohlgefallens heißt *Schön*.«⁵³

Die Kunst wurde damit zunächst theoretisch aufgespalten. Stellvertretend kann man in diesem Zusammenhang Hegel zitieren, dessen *Vorlesungen über die Ästhetik* prägend für das 19. Jahrhundert wurden. Man könne »Kunst«, so schrieb er unmissverständlich, »als ein flüchtiges Spiel« gebrauchen, um »dem Vergnügen und der Unterhaltung zu dienen, unsere Umgebung zu verzieren, dem Aeüßeren der Lebensverhältnisse Gefälligkeit zu geben, und durch Schmuck andere Gegenstände herauszuheben. In dieser Weise ist sie in der That nicht unabhängige, nicht freie, sondern dienende Kunst.« Das Vermögen der Freien Künste, mit dem Reichtum der Formen nicht nur zu arbeiten, sondern sich »in *eigenen* Produktionen *unerschöpflich* zu ergehen«, wurde den »dienenden Künsten« aberkannt.⁵⁴ Man kann in diesem Sinne von einer sich im Laufe des 18. Jahrhunderts entwickelnden und danach lange stabilen diskursiven Allianz von Künstlern und Philosophen sprechen. Erstere werden zu Freien Künstlern, Letztere zu ihren Theoretikern.⁵⁵

Das hatte Folgen für die symbolische Ordnung der Dinge. Zunächst verloren die affektiven Werte der Kunst an Bedeutung: Die »Vergeistigung« gestalterischer Arbeit, die sich schon in der Renaissance angekündigt hatte, wurde nun radikalisiert. Kunstvoll gestaltetes Mobiliar, das ein selbstverständlicher Teil des höfischen Gesamtkunstwerks gewesen war und das Kunsthandwerk zu einem anerkannten Teil der Hofkunst hatte werden lassen, konnte den neuen, »rein geistigen« Charakter des autonomen Kunstwerks kaum für sich beanspruchen. In Frankreich kamen nach der Revolution deshalb die Gemälde ins Museum, die Möbel dagegen unter den Hammer.⁵⁶

Gleiches galt für den repräsentativen Wert ästhetisch gestalteter Dinge. Die Werke insbesondere der Hofkunst waren Teil des Zeremoniells gewesen; ein solcher positionaler Gebrauch von Kunst wurde im Laufe des 18. und 19. Jahrhunderts allerdings immer verdächtiger. Im bürgerlichen Alltag mussten sich all jene Dinge, die gestaltet waren, um die eigene soziale Position gegenüber anderen sichtbar zu machen, dem Verdacht aussetzen, keine Kunst zu sein.

53 Immanuel Kant, *Critik der Urteilkraft* (Berlin; Libau: Lagarde und Friederich, 1790), 16.

54 Georg Friedrich Wilhelm Hegel, *Werke*, hg. von Heinrich Gustav Hotho, 2. Aufl., Bd. 10 (Berlin: Duncker & Humblot, 1842), 10.

55 Vgl. Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 208.

56 Vgl. Moon, *Luxury After the Terror*.

Die Verdrängung der Handwerker aus den Kunstschulen

Doch es ging nicht nur ›um Theorie‹. Denn praktisch rechtfertigte die Trennung von Angewandter und Freier Kunst, dass letztere für sich eine vom Markt wie auch vom Staat unabhängige Sphäre künstlerischer Produktion beanspruchen konnte.⁵⁷ Es entstand ein neuer künstlerischer Anspruch, der einen Strukturwandel der Kunstproduktion und -rezeption beförderte. War die höfische Kunst noch auf die Urteilsfähigkeit des Souveräns und der Höflinge ausgerichtet gewesen, so wurde dem Publikum diese Urteilsfähigkeit nun abgesprochen. Das Lob des Herrschers, das den höfischen Künstlerschriften vorangestellt war, wich der Verachtung des Publikums. Ein Nebeneffekt war auch die Abwertung des Dilettantismus: Wurde er in der Frühen Neuzeit noch geschätzt, war selbstverständlicher Teil der Bildung besonders des Adels, galt er nun als ›unschöpferische‹ Nachahmung.

Die für die ästhetische Gestaltung von Dingen wesentliche institutionelle Folge dieser Entwicklung war die Verdrängung des Handwerks aus den Kunstschulen. Noch im 18. Jahrhundert hatten angesehene Maler als Musterzeichner und Manager höfischer Manufakturen gewirkt. Die Geschmackspolitik hatte für eine künstlerische Massenbildung gesorgt und gezielt darauf hingewirkt, Handwerker in die Akademien zu holen oder, war die »Bildungsdistanz« (Mannheim) zu wahren, neue Schulen gegründet, in denen Handwerker wenigstens von Akademisten ausgebildet wurden. Das Modell der autonomen Kunst setzte dem ein Ende. Ästhetische Autonomie wurde nach Einschätzung Martha Woodmansees zur diskursiven Waffe in der Kulturpolitik des frühen 19. Jahrhunderts.⁵⁸ Ihr Erfolg drückte sich in der strikten Trennung der Ausbildungsstätten für Freie und Angewandte Künste aus, die nach Einschätzung Uta Karsteins im Laufe des 19. Jahrhunderts »weitgehend institutionalisiert« wurde.⁵⁹

Ein Beispiel dafür war Weimar. In der *Fürstlichen freien Zeichenschule*, in der Bertuch die geschmackspolitische Verbindung von Kunst und Handwerk vorangetrieben hatte, sorgte ab 1806 der neue Direktor Heinrich Meyer (1760–1832) für eine zunehmende Trennung der beiden Sphären. Dies geschah nicht zuletzt auf Betreiben Johann Wolfgang von Goethes (1749–1832), der bereits seit 1788 als Geheimer Rat die Aufsicht über diese Einrichtung innehatte und sie in eine Schule umbaute, die nur noch wirkliche künstlerische »Talente« fördern sollte.⁶⁰

57 Vgl. Erlin, *Necessary Luxuries*, 4.

58 Martha Woodmansee, *The Author, Art, and the Market: Rereading the History of Aesthetics* (New York: Columbia University Press, 1994).

59 Karstein, »Wider die ›entadelte Kunst‹ der Industrie?«, 48.

60 Zit. in Konrad Paul, *Die ersten hundert Jahre 1774–1873: Zur Geschichte der Weimarer Mal- und Zeichenschule* (Weimar: Stadtmuseum, 1996), 125; vgl. Braungart, »Bertuch und die Freie Zeichenschule«, 285. Goethe klagte 1815

Neben der autonomen, vom Gewerbe bereinigten akademischen Kunst entstand im Laufe des 19. Jahrhunderts, was man soziologisch als ›autonome Kunst‹ versteht: die außerakademische Kunst.⁶¹ Wie Sibylle Wilhelm betont, ist es für das 19. und frühe 20. Jahrhundert angemessener, von zwei Spielarten künstlerischer Autonomie zu sprechen: der akademischen und der individuellen, die sich explizit gegen erstere richtete.⁶² Beiden war gemeinsam, dass sie sich vom Gewerbe loszusagen suchten. Praktisch blieben sie zwar abhängig – die akademischen Künstler von den Fürsten und ihren Beamten, die außerakademischen von Mäzenen, Kunsthändlern und Galerien.⁶³ Doch anders als für die Kunsthandwerker oder die Musterzeichner der Kunstindustrie galten die Gesetze des Marktes für sie nicht (oder nur eingeschränkt).

Die Architektur war im Rahmen dieser Neuordnung ein Sonderfall, weil ihr Status als Freie Kunst zwar akademisch gefestigt war, der Gebrauchswert ihrer Werke aber kaum in Abrede gestellt werden konnte.⁶⁴ Die innerinstitutionelle Lösung war die Aufspaltung der Architektur in die *Baukunst* der Fassadengestaltung einerseits und die mechanische *Bautechnik* andererseits, die sich langfristig in der beruflichen Trennung von Architekt und Bauingenieur niederschlug.⁶⁵ Das künstlerische Prestige der Architektur wurde daher im 19. Jahrhundert von der Fassadengestaltung getragen. Hier dominierte das Selbstverständnis insbesondere der beamteten Architekten, nach den ewigen Gesetzen der klassizistischen Kunst zu entwerfen.⁶⁶

Die deutsche Kunstgewerbebewegung

Mit der zunehmenden Integration der deutschen Staaten durch den Deutschen Zollverein und die preußische Dominanz, die 1871 nach dem Deutsch-Französischen Krieg schließlich in der Gründung des Deutschen Kaiserreichs mündete, ging ein wirtschaftlicher Aufstieg einher. Er war nicht allein auf industrielle Massenware oder den Maschinenbau zurückzuführen. Auch hier wuchs, wenn auch regional sehr unterschiedlich, die

in einem vertraulichen Brief, die Schule laufe »am Ende nur auf Handwerk und Fabrik hinaus«; zit. in Paul, *Die ersten hundert Jahre 1774–1873*, 26.

61 Vgl. klassisch Pierre Bourdieu, *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999).

62 Sibylle Wilhelm, »Kunstgewerbebewegung«: *Ästhetische Welt oder Macht durch Kunst?* (Frankfurt am Main; New York: Lang, 1991), 11.

63 Vgl. Woodmansee, *The Author, Art, and the Market*.

64 Vgl. Abrams, »Art-as-Such«, 23.

65 Vgl. für Gegenbewegungen in Preußen Karl-Eugen Kurrer, »Vier Bauingenieure der Berliner Bauakademie«, *Bautechnik* 99, Nr. 8 (2022): 639–646.

66 Vgl. Wilhelm, »Kunstgewerbebewegung«, 11.

Economy of Qualities, die die steigende Nachfrage nach ästhetisch gestalteten Dingen bediente. Insbesondere die Kunstindustrie wurde, wie oben dargestellt, zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor.

Die Debatte um den Kunstbedarf des Gewerbes ging weiter. Der junge Jurist und sozialpolitisch engagierte Ökonom Hermann Schwabe (1830–1874), der zu den Pionieren der Sozialstatistik in Deutschland gehörte, hatte 1866 sogar versucht, diesen Bedarf für Berlin zu quantifizieren (Abb. 16).⁶⁷ Seit der Jahrhundertmitte entstand eine zweite Welle der Geschmackspolitik, die geschlossener verlief als die Entwicklungsprojekte um 1800: Ihre Protagonisten waren besser vernetzt und organisiert und verfolgten ein gemeinsames Ziel – die Hebung dessen, was man nun *Kunstgewerbe* nannte. Heute spricht man deshalb von der Kunstgewerbebewegung.

In ihren institutionellen Formen unterschied sie sich nicht wesentlich von ihren Vorgängern. Auch hier waren es Vereine, namentlich die Kunstgewerbevereine, die sich um das Sammeln von Vorbildern, die künstlerische Bildung für die Gewerbe und die Stimulierung von Konkurrenz bemühten. Angesichts des ideologischen und institutionellen Erfolgs der Freien Kunst wandelte sich der Anspruch. Hatte man zu Beginn des 19. Jahrhunderts noch von mechanischen Gewerben oder Künsten, von Manufaktur, Industrie und Fleiß gesprochen, so trat nun das künstlerische Element in den Vordergrund. Ab der Jahrhundertmitte wurden die Begriffe ›Kunstgewerbe‹ und ›Kunsthandwerk‹ gebräuchlich.⁶⁸ Zu Beginn des 20. Jahrhunderts umfasste der Dachverband des deutschen Kunstgewerbes über 17.000 Mitglieder.⁶⁹ Neben den Vereinen waren die wichtigsten mit der Bewegung verbundenen Institutionen die Kunstgewerbeschulen und die Kunstgewerbemuseen, auf die später noch einzugehen sein wird.

Die zweite geschmackspolitische Welle wurde allerdings nicht nur von Vereinen getragen. Wie Maciuka zeigt, nahmen im späten 19. Jahrhundert immer mehr »Königshäuser und Großherzöge, einzelstaatliche und nationale Parteiabgeordnete, Stadtverwaltungen und Bürokraten auf unterschiedlichen Ebenen« erheblichen Einfluss auf die kunstgewerbliche Ausbildung und die Marktentwicklung.⁷⁰ Sie richteten Kommissionen und Abteilungen in den Handelsministerien ein, diskutierten die

67 Hermann Schwabe, *Die Förderung der Kunst-Industrie in England und der Stand dieser Frage in Deutschland: Für Staat und Industrie, Gemeinden, Schul- und Vereinswesen* (Berlin: Guttentag, 1866).

68 Vgl. Mundt, *Die deutschen Kunstgewerbemuseen*, 14.

69 Vgl. Mark Jarzombek, »The ›Kunstgewerbe‹, the ›Werkbund‹, and the Aesthetics of Culture in the Wilhelmine Period«, *Journal of the Society of Architectural Historians* 53, Nr. 1 (1994): 8.

70 John V. Maciuka, »Das Handwerk in den Gräben: Der Streit der deutschen Kunsterzieher um die Einheitskunstschule im Ersten Weltkrieg«, in *Handwerk wird modern: Vom Herstellen am Bauhaus*, hg. von Regina Bittner und Renée Padt (Bielefeld; Berlin: Kerber, 2017), 65.

C. Zahl derjenigen Meister und Fabrikanten, deren Gewerbebetrieb eine künstlerische Ausbildung voraussetzt*)		Tausend 3418	
Alabasterwarenfabrikanten	2	Holzschnitzkünstler	—
Akrystgefäbrkanten	2	Klempner und Blechwarenfabrikanten	600
Baumstiele	100	Knopffabrikanten	140
Bergsteinwarenfabrikanten	3	Fabrik für plastische Kohle	1
Bildhauer	250	Korbwarenfabrikanten	30
Blumen- und Putzgefäbrkanten	130	Korkschneidekünstler	5
Bronzefabrikanten	40	Kunstgießer	30
Buchbinder, Glaserien- und Lederwarenfabrikanten	700	Kupferwarenfabrikanten	80
Schablonenfabrikanten	20	Kupfer- und Schriftsetzer	80
Ciseleure	90	Lampenfabriken	100
Drehkünstler	350	Lithographische Anstalten	200
in Holz und Horn	350	Maler	—
Eisenblechschneider	35	Rouleaux-Maler	40
Metallblechschneider	35	Schilder- u. Blech-Maler	260
	440	Stubenmaler	300
Eisenwaren	25	Maschinenbauer	800
Feine Eisenwarenfabrikanten	10	Mechaniker und Optiker	150
Eisenwarenfabrikanten	1	Mechaniker und Optiker	300
Emallierwerk	30	Metallwarenfabrikanten	40
Formen in Gips	30	Modelliers	60
Töpfereifabrikanten	30	Möbelfabriken	250
Formenstecher	35	Neusilberfabriken	30
Fabriken für galvanoplastische Waren	35	Orgelbauer	20
Fabriken für Gussblechschneidemaschinen	80	Pappwarenfabrikanten	30
Gold- und Silbergeschmied	60	Perlmutter- und Elfenbeinwarenfabrikanten	10
Glas- und Porzellanfabrikanten	40	Photographen	225
Glockengießer	10	Porzellanmanufakturen	5
Goldschmiede, Juweliere etc.	500	Porzellan-Fabriken	80
Gold- und Silberwarenfabrikanten	10	Spiegel-Fabriken	60
Gold- und Silberschneider	30	Stahlwarenfabriken	60
Grabenmalfabrikanten	25	Stucco-Arbeiter	48
Gravüre, Wappenstein, Steinmetzen	250	Tapetenfabriken	50
Groß- und Kleinfabrikanten	300	Thonwarenfabriken	3
Gummi- und Gips-Perforations-Fabrikanten	60	Tischler	2500
	3418	Ofenfabrikanten	160
		Uhrgehäusesmacher	12
		Wachstuchfabriken	20
		Summa	9537

*) Nach dem Wohnungszensus von Berlin pro 1906 zusammengestellt.

Verlag von J. G. Neumann in Berlin.
Guttenberg & Vahlert.
Druck von J. Dreyer's Buchdruckerei (C. Fehlt) in Berlin.

Abbildung 16: Die Verwissenschaftlichung der Geschmackspolitik: Schätzung des Bedarfs künstlerischer Bildung unter Berliner Meistern und Fabrikanten durch den Statistiker Hermann Schwabe (1866)

Konkurrenzfähigkeit der eigenen Wirtschaft in Geschmacksfragen und gründeten neue Schulen oder reformierten bestehende. Ein ausführlicher Bericht, den das preußische Wirtschaftsministerium anlässlich der Kunstgewerbeausstellung 1906 in Dresden veröffentlichte, listete von der königlichen Keramischen Fachschule in Bunzlau bis zur Holzschnitzschule Bad Warmbrunn 33 Kunstgewerbeschulen auf, an denen 15.331 Schülerinnen und Schüler unterrichtet wurden.⁷¹

Von besonderer Bedeutung waren zudem kunstgewerbliche Leuchtturmprojekte, die die geschmackspolitische Diskussion seit dem späten 19. Jahrhundert prägten. Sie gingen vornehmlich vom kunstaffinen Adel aus, besonders von Monarchen wie Wilhelm II. von Württemberg (1848–1921) oder dem bayerischen König Ludwig II. (1845–1886), die für die Ausstattung ihrer Bauprojekte gewaltige Summen in das Kunstgewerbe investierten. Ihre Rolle ging dabei weit über die des Geldgebers hinaus. Im Deutschen Kaiserreich war es vor allem der deutsche Kaiser

71 Königlich Preussisches Ministerium für Handel und Gewerbe, *Nachrichten über die preussischen Kunstgewerbeschulen: zusammengestellt gelegentlich der mit der 3. Deutschen Kunstgewerbeausstellung in Dresden 1906 verbundenen Ausstellung preussischer Kunstgewerbeschulen* (Berlin: Sittenfeld, 1906), 151.

Wilhelm II. (1859–1941), der einen enormen Einfluss auf die Architektur und das Kunstgewerbe ausübte.

Während dieser dabei eine eher konservative Linie verfolgte, gab es auch Adlige, die avantgardistische Gesamtkunstwerke förderten, sei es die Mathildenhöhe in Darmstadt durch Großherzog Ernst Ludwig von Hessen und bei Rhein (1868–1937) oder die 1908 von Großherzog Wilhelm Ernst von Sachsen-Weimar-Eisenach (1876–1923) gegründete, pädagogisch revolutionäre Kunstgewerbeschule Weimar, die zum Vorläufer für das Bauhaus wurde.⁷² Nicht zuletzt boten solche Projekte den kleineren Bundesstaaten – wie den Großherzogtümern Hessen oder Sachsen-Weimar-Eisenach – die Chance, sich gegenüber dem dominanten Preußen zu behaupten. Wenn nicht durch politische oder wirtschaftliche Größe, so mit einer kunstgewerblichen Innovationspolitik, die ebenso lukrative Gestaltungsaufträge ins Land holen wie die subnationale Identität stärken sollte. In Weimar suchte man durch Schaffung einer zweiten ›Weimarer Klassik‹ das eigene ästhetische Erbe geschickt zu verwerten. Dem hessischen Großherzog Ernst Ludwig wiederum kam zugute, dass er als Enkel der britischen Königin Victoria bei den Besuchen in England die Arts-and-Crafts-Bewegung kennengelernt hatte.⁷³

Kaum zu überschätzen ist auch die Rolle der kunstgewerblichen Öffentlichkeit. Seit der Mitte des 19. Jahrhunderts waren es vor allem die Zeitschriften der Kunstgewerbevereine sowie Zeitschriften wie das *Deutsche Kunstblatt* (1850–1858), die sich auch mit Fragen der Angewandten Kunst und der Architektur befassten. Nach der Reichsgründung kam es im Zuge des wirtschaftlichen Aufschwungs zu einer Gründungswelle von kunstgewerblichen Zeitschriften: darunter, um nur die wichtigsten zu nennen, der *Kunstwart* (1887–1937), *Innendekoration* (1890–1944), *Deutsche Kunst und Dekoration* (1897–1932), *Dekorative Kunst* (1897–1929), *Die Kunst und das schöne Heim* (1900–1988) und *Kunst und Künstler* (1902–1933). Die wichtigsten Zeitschriften erreichten bis zum Beginn des Ersten Weltkriegs Auflagen im mittleren fünfstelligen Bereich.⁷⁴ Hinzu

72 Vgl. John V. Maciuka, *Before the Bauhaus: Architecture, Politics, and the German State, 1890–1920* (Cambridge: Cambridge University Press, 2005).

73 Anne Anderson, »Mein Hessenland blühe und in ihm die Kunst«. Ernst Ludwig's Darmstädter Künstlerkolonie: Building Nationhood through the Arts and Crafts«, in *Transnational Histories of the ›Royal Nation‹*, hg. von Milinda Banerjee, Charlotte Backerra und Cathleen Sarti (Cham: Springer, 2017).

74 Vgl. Sabine Brantl, »Die Kunst für Alle«, *arthistoricum.net – Fachinformationsdienst Kunst, Fotografie, Design*, 2006, 3. Vgl. S. Muthesius, »Communications Between Traders, Users and Artists: The Growth of German Language Serial Publications on Domestic Interior Decoration in the Later Nineteenth Century«, *Journal of Design History* 18, Nr. 1 (2005): 7–20.

kamen gebildete Einrichtungsratgeber wie *Die Kunst im Hause* des Kunsthistorikers Jacob von Falke (1825–1897).⁷⁵

Mit der Entwicklung der kunstgewerblichen Öffentlichkeit entstand auch der Typus des mäzenatisch wirkenden Verlegers. Erwähnenswert sind Persönlichkeiten wie Friedrich Bruckmann (1814–1898), Georg Hirth (1841–1916), Ernst Wasmuth (1845–1897), Georg Callwey (1854–1931), Alexander Koch (1860–1939) und Bruno Cassirer (1872–1941). Sie waren politisch bestens vernetzt und hatten nicht nur einen erheblichen Einfluss auf die öffentlichen Debatten über Fragen des Geschmacks, sondern unterstützten auch selbst das Kunstgewerbe. Die Gründung der Mathildenhöhe etwa ging nicht zuletzt auf die Initiative Alexander Kochs zurück, des wahrscheinlich mächtigsten Verlegers in diesem Bereich.

Die enthierarchisierende Absicht der Kunstgewerbebewegung lässt sich in beide Richtungen lesen: Einerseits wollte man die Kunst vom Podest holen, andererseits die gewerbliche Gestaltung zur Kunst erheben. In diesem Sinne setzte die Kunstgewerbebewegung den geschmackspolitischen Grundgedanken des späten 18. Jahrhunderts unverändert fort. »Der Kunstgewerbler von heute«, so formulierte es 1891 Julius Lessing, der erste Direktor des Berliner Kunstgewerbemuseums, »ist ein Handwerker, in manchen Fällen ein Künstler, zugleich aber auch ein Industrieller im besten Sinne des Wortes. Er ist der Mann, der aus dem werthlosen Material die höchsten Werthe schafft und somit den Nationalwohlstand auf das Ergiebigste fördert.«⁷⁶

Auf breiter Front wiederholten sich solche Argumente im Deutschen Werkbund. Insbesondere der Theologe und »Künstlerpolitiker«⁷⁷ Friedrich Naumann (1860–1919), einer seiner Mitbegründer, der später auch Gründungsmitglied der Deutschen Demokratischen Partei war, wurde nicht müde, die Bedeutung des Kunstgewerbes für die deutsche Volkswirtschaft herauszustellen. In einer der ersten programmatischen Schriften des Werkbundes von 1908 betonte er, Deutschland könne weder Rohstoffe noch landwirtschaftliche Erzeugnisse exportieren und müsse deswegen in Geschmacksbildung investieren: »Was wir versenden können, ist unsere Arbeit. Gewöhnliche, ungeschulte Arbeit aber hat auf dem Weltmarkt keinen Wert, denn gewöhnliche Arbeit gibt es überall. Was bezahlt wird, ist gestaltende, formgebende Arbeit. Sie allein schafft

75 Jacob Falke, *Die Kunst im Hause: Geschichtliche und kritisch-ästhetische Studien über die Decoration und Ausstattung der Wohnung* (Wien: Carl Gerold's Sohn, 1873).

76 Lessing, *Kunstgewerbe*, 31.

77 So Frank-Michael Kuhlemann, »Friedrich Naumann und die Kultur des Politischen«, in *Fortschritt durch sozialen Liberalismus: Politik und Gesellschaft bei Friedrich Naumann*, hg. von Jürgen Frölich, Ewald Grothe und Wolther von Kieseritzky (Baden-Baden: Nomos, 2021), 26.

volkswirtschaftliche Werte.«⁷⁸ Auch die gestalterischen Strömungen der 1920er Jahre, darunter das Bauhaus, griffen diese Impulse auf, standen also in der geschmackspolitischen Tradition. Im Einzelnen wird dies in Kapitel 7 dargestellt werden.

›Das Volk‹ als Adressat der Geschmackspolitik

Angesichts dieser Skizze kann man mit Blick auf die Geschmackspolitik eine durchgehende Verschränkung von Kunst und Staat konstatieren, die kulturell auf die wirtschaftliche Entwicklung einwirken sollte. Das ist wichtig, um einem Trugschluss vorzubeugen: der Annahme, es sei allein die Bohème gewesen, die gegen die gesellschaftliche Rationalisierung eine Verschränkung von Kunst und Alltag gefordert habe. Mit der Perspektive der *Economy of Qualities* zeichnet sich vielmehr ab, dass es seit dem 18. Jahrhundert durchgängig eine politökonomische Rationalität der Kunst im Alltag gab. Geschmackspolitik zielte, um eine Formulierung Bourdieus aufzugreifen, auf eine »populäre Ästhetik«, bedeutete also die »Weigerung, jene Verweigerungshaltung mitzuvollziehen, die aller theoretisch entfalteten Ästhetik zugrundeliegt, d. h. die schroffe Trennung zwischen gewöhnlicher Alltagseinstellung und genuin ästhetischer Einstellung«.⁷⁹ Durch die Kraft der Kunst sollte der gute Geschmack überall Einzug halten, nicht nur in den außeralltäglichen Sinnprovinzen, die die autonome Kunst für sich in Anspruch nahm.⁸⁰

Warum aber war ›Kunst für alle‹ so wichtig? Eine Antwort zeichnet sich bereits in der ersten Welle der Geschmackspolitik ab, etwa in den Arbeiten des liberalen Wirtschaftstheoretikers und Pädagogen Johann Georg Büsch (1728–1800), der an der Handelsakademie die städtische Kaufmannselite ausbildete und zu den engagiertesten Mitgliedern der von ihm 1765 mitbegründeten *Hamburgischen Gesellschaft zur Förderung der Künste und nützlichen Gewerbe* gehörte. Der Smith'sche Wohlstand der Nationen, so erklärte er 1800 in seiner *Abhandlung von dem Geldumlauf*, könne nur durch »einen gewissen Grad der Kultur« – also durch eine Differenzierung der Bedürfnisse und der entsprechenden

- 78 Friedrich Naumann, *Deutsche Gewerbekunst: Eine Arbeit über die Organisation des deutschen Werkbundes* (Berlin: Hilfe, 1908), 46; vgl. zu dieser wirtschaftspolitischen Zielsetzung des Werkbundes Joan Campbell, *The German Werkbund: The Politics of Reform in the Applied Arts* (Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1978), 18.
- 79 Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1987), 64.
- 80 Vgl. zur Unterscheidung Alfred Schütz, *Werkausgabe*, hg. von Martin Endreß und Ilja Srubar, Bd. V.1 (Konstanz: UVK, 2003).

Nachfrage – erreicht werden. Fiele »ein Volk in seine alte Rauhigkeit zurück«, käme »die große Cirkulation« zum Erliegen.⁸¹

Büsch galten ästhetische Bedürfnisse auch auf der Konsumentenseite deshalb als Garant eines nachhaltigen Wohlstands der Nationen. Wo sie fehlten, werde »auch das übertriebenste Wollen keine Mannigfaltigkeit und Abwechslung des Genusses kennen, nur an wenig Gegenständen, z. E. [zum Exempel; J. W.] dem Fraß, Soff und Liebe, haften, und den fürs Ganze ersprießlichen Geldumlauf schlecht befördern«.⁸² Der Luxus des Mittelalters erschien Büsch dementsprechend als unproduktiv, denn seine Träger kannten eben gerade keine Verfeinerung des Geschmacks. Gold etwa »ward in goldne Ketten und schweres Geschmeide verarbeitet« – anstatt gestalterisch veredelt zu werden.⁸³ Büsch unterschied zwischen schlechtem und gutem Luxus, je nachdem, ob er für die Nation produktiv war oder nicht. Produktiv erschien ihm eine Wirtschaft, die von der Differenzierung der Bedürfnisse geprägt war – eine, die jenen Luxus vermehrte, der Nachfrage nach verfeinerten, kunstvoll gestalteten Dingen schuf.

Eine allgemeine Anhebung des Konsumniveaus war für Büsch zwar wünschenswert: So gebe es »gewiß mehr Verdienst im Ganzen, wenn reinliche Fayance in jedermanns Hausrath sich findet, wenn auch der Bauer wenigstens ein ausgemaltes oder begypstes Wohnzimmer hat, als wenn einzelne von Porzellan essen oder zuweilen ein Reicher Tausende an die Auszierung eines Eßsaals wendet«.⁸⁴ Die bürgerliche Gesellschaft sei jedoch letztlich durch Ungleichheit bestimmt und müsse deswegen Sorge dafür tragen, Bedürfnisse zu schaffen, durch die die Ärmeren den Reicheren das Geld »entziehen« könnten.

Umgekehrt brauchten also auch die Produzenten »Geschmack«. »Hat der Staat diese Menschen nicht selbst«, schlussfolgerte Büsch, »so verleitet ihn die Begierde, die Vorzüge seines Glücks und seines Ranges zu zeigen, die Gegenstände seines Wollens in der Fremde zu suchen, und das Geld, welches er nicht bei seinen Mitbürgern als Lohn ihrer Dienste und Arbeiten anwenden kann, geht zu dem Ausländer«.⁸⁵ Ein nachhaltiger Wohlstand der Nation war für Büsch nur möglich, wenn es sowohl eine »Classe von Menschen« gab, die nicht nur über Geld, sondern auch über Geschmack verfügte, als auch Akteure, die in der Lage waren, Waren zu produzieren, die diesem Geschmack entsprachen. So

81 Johann Georg Büsch, *Abhandlung von dem Geldumlauf: In anhaltender Rücksicht auf die Staatswirtschaft und Handlung*, 2. Aufl. (Hamburg; Kiel: Bohn, 1800), 2: 82.

82 Ebd. Büschs Argument entspricht Campbells Unterscheidung zwischen traditionellem und modernem Hedonismus; vgl. Campbell, *The Romantic Ethic*, 107.

83 Büsch, *Abhandlung von dem Geldumlauf*, 1800, 2: 82.

84 Ebd., 2: 81.

85 Ebd., 2: 85.

stellte sich Büsch den ›Trickle-down-Effekt des Geschmacks‹ vor, den es durch gezielte ästhetische Entwicklung aufrechtzuerhalten gelte.

In den folgenden 100 Jahren wurde diese Argumentation im Wesentlichen beibehalten. Das lag auch daran, dass sich an der Bedeutung der Kunst für die symbolische Wertproduktion nichts geändert hatte – im Gegenteil: Alle bildungsbürgerliche Geringschätzung der dienenden Künste änderte nichts an der Nachfrage nach künstlerisch gestalteten Dingen, die mit dem bürgerlichen Wohlstand wuchs, nichts an der Autonomie der Form.

Die nachständische Neuhierarchisierung der Künste brachte aus geschmackspolitischer Sicht ein Verwertungsproblem künstlerischer Begabung mit sich. Wer über die Ausbildung seines künstlerischen Talents gesellschaftliche Anerkennung suchte, wandte sich als freier Künstler den Akademien oder der Bohème zu und war für das Gewerbe ›verloren‹. Wenn Kugler in der Mitte des 19. Jahrhunderts verarmte Künstler mit dem Hinweis auf die besseren Verdienstmöglichkeiten davon zu überzeugen versuchte, sich als Musterzeichner zu verdingen, spricht dies für die hohe Bedeutung des Prestiges einer Künstlerexistenz, für die man lieber Armut in Kauf nahm, als sich in den Dienst der Industrie zu stellen.

Für das Gewerbe blieben umgekehrt die weniger Talentierten übrig. Ihnen ging es weder um Selbstverwirklichung noch um künstlerische Anerkennung, sondern vor allem darum, durch die Bedienung der Nachfrage nach künstlerisch gestalteten Waren ihren Lebensunterhalt zu verdienen.⁸⁶ Derart proletarisiert, hatten sie gegenüber ihren Auftraggebern, der Kunstindustrie und dem Handel keinerlei Handlungsmacht. Im Vergleich zu den freien Künstlern fehlte es ihnen an Prestige und Selbstbewusstsein. Gurlitt formulierte das Problem ungewöhnlich deutlich, als er 1890 schrieb, dass das größte »Unheil« des deutschen Kunstgewerbes im »Dümel der ›hohen‹ Kunst« liege. In Deutschland sei man noch immer beleidigt, wenn Künstler für die Industrie arbeiteten.⁸⁷

Es ging nicht darum, ›die Kunst an sich‹ zu kritisieren oder zu fordern, sie solle sich der Wirtschaft unterordnen – denn sie war längst von der Wirtschaft vereinnahmt. Das Problem aus Sicht der Geschmackspolitik bestand vielmehr darin, dass gewinnsüchtige Unternehmer und dümmelhaftel Künstler gemeinsam eine unheilige Allianz gegen den ›guten Geschmack‹ bildeten.

Die Unternehmer wollten nicht für gute Gestaltung zahlen und produzierten deswegen gestalterisch minderwertige Ware. Ein Lehrbuch für Fabrikanten von 1878 bemängelte die »Sparsamkeit am unrechten Fleck«. Auffällig sei »der geringe Werth, den man auf die Anfertigung des Modells oder Musters legt. Der Deutsche will Alles billig haben und

86 Vgl. Woodmansee, *The Author, Art, and the Market*, 27.

87 Gurlitt, *Musterzeichner-Kunst*, 17.

erstreckt seine Forderung auch auf dieses Gebiet.«⁸⁸ Die Künstler wiederum betrachteten jede Gestaltung, die auch – gewerbliche – Nebenzwecke hatte, nicht als ›Kunst‹. Aus geschmackspolitischer Sicht mochte Deutschland mit seinen Künstlern, Schriftstellerinnen und Malern gesegnet sein – kunstindustriell war es impotent.

Der Grund lag in der Überzeugung, dass sich eine Nation nur dann entwickeln könne, wenn der ›gute Geschmack‹ das gesamte Volk erreiche. Lessing schrieb 1867: »Für das Kunsthandwerk ist Nichts zu gut, und wenn eine Marmorstatue in einem fürstlichen Vorsaal oder selbst ein Plafondgemälde eines kaiserlichen Arbeitszimmers mißrät, so ist das viel gleichgültiger, als wenn eine Fabrik mit ihren geschmacklosen Kattunmustern, die centnerweise in die Welt geschickt werden, den Geschmack und Farbensinn ganzer Provinzen untergräbt.«⁸⁹ Entsprechend war es das Ziel, einen im Volk verankerten Sinn für Kunst zu schaffen.

Für die Form der Geschmacksbildung hatte diese Überzeugung verschiedene Konsequenzen. Zunächst bedeutete sie – im Unterschied zur Freien Kunst – ein Werben um die Anerkennung des Publikums. Der Geschmack der Massen wurde zwar der Kritik unterworfen, doch dies geschah nur, weil man seine Gültigkeit im modernen Konsum anerkannte. Gottfried Semper sprach 1852 vom »unveräußerliche[n] Recht der Entscheidung, welches dem einzelnen und dem collectiven Menschen auch in Geschmackssachen über dasjenige zukommt, was er sich bestellt oder kauft«.⁹⁰ Und auch Lessing betonte 1878: »[Ü]ber die Leistung des Fabrikats, über das wirkliche Ergebniß der Arbeit ist jedermann Richter, der kauft, der das gelbe Stoffmuster dem rothen, den gepreßten Topf dem glatten vorzieht.«⁹¹

Das Ziel sah man deshalb durchgängig in einem, wie Semper es formulierte, »allgemeinen Volksunterricht des Geschmackes«.⁹² Semper meinte damit durchaus symptomatisch »das Volk, die öffentliche Meinung«. Geschmackspolitik sollte durch die öffentliche, also veröffentlichte Meinung in Geschmacksfragen auf das Volk einwirken.⁹³ Dies implizierte

88 Eduard Roesky, *Die Verwaltung und Leitung von Fabriken speciell von Maschinen-Fabriken unter Berücksichtigung des gegenwärtigen Standes der deutschen Industrie mit besonderer Bezugnahme auf die Eisenbranche* (Leipzig: Schäfer, 1878), 10.

89 Julius Lessing, »Pariser Briefe, XXII.«, *National-Zeitung*, 19. Oktober 1867, o. S.

90 Gottfried Semper, *Wissenschaft, Industrie und Kunst: Vorschläge zur Anregung nationalen Kunstgefühles bei dem Schlusse der Londoner Industrie-Ausstellung* (Braunschweig: Vieweg und Sohn, 1852), 61.

91 Julius Lessing, *Berichte von der Pariser Weltausstellung 1878* (Berlin: Wasmuth, 1878), 3.

92 Semper, *Wissenschaft, Industrie und Kunst*, 62.

93 Vgl. auch Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 100.

zwar die Herausbildung einer neuen, nachhöfischen Geschmackselite – die aber nicht mehr ›von oben herab‹ wirken konnte und sollte. Semper:

»Daher nichts von Vorschlägen, welche einen künftigen Künstlerareopag und Vormundschaftsanstalten des Volksgeschmackes in Aussicht stellen, nichts von dualistischem Trennen der hohen und der industriellen Kunst, fort mit ästhetischer Polizei und geheimer Oberbaubehörde. Für die Hebung des Volksgeschmackes muss gewirkt werden, oder vielmehr das Volk muss selbst dafür wirken. Besser es treibt noch eine Zeitlang Unsinn, als dass es sich einen Geschmack vorschreiben lässt. Nur das Volk, die öffentliche Meinung darf als solcher [Richter über Geschmacksfragen; J. W.] anerkannt werden.«⁹⁴

Auch Rudolf Eitelberger (1817–1885), Kunsthistoriker und erster Direktor des Wiener Kunstgewerbemuseums, verstand den Auftrag der Geschmackspolitik universell und damit gegen alle Abgrenzungsbemühungen innerhalb der Kunst gerichtet. Die Kunst des Gewerbes sei Teil *einer* Kunst des Volkes; es gebe »nicht eine Kunst für die Armen und eine Kunst für die Reichen, eine specielle Kunst für Monumente und eine andere für das bürgerliche Leben; eine besondere Kunst für die Kirche und eine besondere Kunst für die Laien, ebenso wenig als es für die Industrie und für die Gewerbe besonders eine eigene Kunst gibt«. Sein Ziel bestand deshalb ebenfalls darin, »die Geschmacksbildung in allen Schichten der Bevölkerung zu heben, der Consumenten nicht minder als der Producenten, der Künstler nicht minder als der Gewerbetreibenden«.⁹⁵

In dieser Tradition stand auch der Deutsche Werkbund, ein halbes Jahrhundert später. Naumanns Ziel war – anders als bei Semper ein halbes Jahrhundert zuvor – ein »freier, durch nichts käuflicher Areopag des künstlerischen Werturteils«. Er betonte jedoch, dass die Legitimation eines solchen Geschmacksmonopols vom Volk ausgehen müsse. Der Werkbund habe keine »amtlichen Befugnisse« und sei auch »kein vor Konkurrenz geschütztes Syndikat«. Nach Naumanns Überzeugung lag »von Haus aus etwas Demokratisches in dieser Gewerbekunst. Sie ist nicht Hofkunst, ist nicht von Autoritäten gerufen, sie hat nichts anderes als das demokratische Mittel der Vereinsbildung, wenn sie als Einheits-subjekt auftreten will«.⁹⁶

Wenngleich die Kunstgewerbebewegung herausgehobene Vorbilder zu sammeln und zu produzieren suchte, sollten diese eben gerade *in der ganzen Breite der Produktion* wirken. »[W]ir wollen«, schrieb Falke 1868, »daß auch das Gewöhnliche, das Billige, was dem Bürger erreichbar bleibt, veredelt werde, daß auch das einfache Geräth schön in der

94 Semper, *Wissenschaft, Industrie und Kunst*, 61 f. u. 70.

95 Rudolf Eitelberger, »Das deutsche Kunstgewerbe«, in *Gesammelte kunsthistorische Schriften*, Bd. 2 (Wien: Braumüller, 1879), 345.

96 Naumann, *Deutsche Gewerbekunst*, 42, 37, 25.

Form und angemessen in der Verzierung sei.«⁹⁷ Damit folgte Falke der englischen Reformbewegung, deren Motto es war, wie Siegfried Gronert dargestellt hat, »the best patterns at the cheapest rate« herzustellen.⁹⁸

Geschmackspolitik war in diesem Sinne keine bloße Kritik künstlerischer Autonomiebestrebungen, kein »ästhetischer Populismus«,⁹⁹ der den Geschmack des Volkes gegen jenen einer Elite ausspielte. Auch forderte sie, wie Gronert betont, gerade »keine direkte Einspannung der Kunst als Mittel zum ökonomischen Zweck«. ¹⁰⁰ Praktisch ging es, wie Kugler formulierte, darum, »zwischen Kunst und Handwerk ein breiteres Uebergangsmoment« zu schaffen. ¹⁰¹ Kunst sollte nicht in einer eigenen Sphäre, sondern *in* der Gesellschaft produktiv werden. »Jeder der etwas mitmacht, muß aufgeben«, appellierte Naumann im Namen des Deutschen Werkbunds an die Künstler: »Ganz frei ist der Mensch auf der Lüneburger Heide, der sich um niemand anders kümmert.«¹⁰²

3.3 Geschmack als ›weiches‹ globales Gut

An verschiedenen Stellen wurde bereits angedeutet, dass die geschmackspolitischen Bestrebungen in Deutschland immer wieder den Vergleich mit dem Ausland bemühten. Abschließend ist daher auf die Bedeutung des Weltmarkts und der internationalen Konkurrenz in Fragen des Geschmacks einzugehen. Tatsächlich orientierte sich das unermüdliche Streben nach dem ›guten Geschmack‹ an einer Öffentlichkeit der Formen, die im Laufe des 19. Jahrhunderts einen zunehmend globalen Charakter annahm.

Deutschland als Peripherie des Geschmacks

Der Vergleich mit dem Ausland war, wie einleitend angedeutet, von Anfang an ein Impuls der Geschmackspolitik. Mit der europäischen Integration der *Economy of Qualities* sah sich die heimische Produktion

97 Jacob Falke, *Die Kunstindustrie der Gegenwart: Studien auf der Pariser Weltausstellung im Jahre 1867* (Leipzig: Quandt & Händel, 1868), 44.

98 Siegfried Gronert, »The best patterns at the cheapest rate: Studien zum englischen Design im 19. Jahrhundert« (Dissertation, Universität Köln, 1989).

99 Johannes Franzen, *Wut und Wertung: Warum wir über Geschmack streiten* (Frankfurt am Main: Fischer, 2024), 93.

100 Gronert, »The best patterns at the cheapest rate«, 43.

101 Kugler, »Ueber den Pauperismus in der Kunst«, 555.

102 Friedrich Naumann, *Werkbund und Weltwirtschaft* (Jena: Diederichs, 1914), 117.

dem Vergleich mit der gestalterisch überlegenen Importware ausgesetzt. 1793 schrieb Bertuch, das deutsche Handwerk bedürfe des Geschmacks, weil der Reiche von den angebotenen Waren oft enttäuscht sei. Er gehe »lieber zum Kaufmanne, wo er gleich alles fertig findet, und die Wahl unter mehreren Formen hat, und zahlt lieber noch einmal so viel für das Englische oder Französische Product«. ¹⁰³ Damit waren die beiden prägenden Nationen der europäischen *Economy of Qualities* benannt: England und Frankreich. Der Bezug auf sie prägte somit die deutsche Diskussion im 18. und über weite Strecken des 19. Jahrhunderts.

Die nachhaltige Dominanz des französischen Geschmacks resultierte aus der oben geschilderten Kunstförderung des Hofes, die insbesondere mit der Politik Ludwigs XIV. und Colberts verbunden war. Zwar brach nach der Französischen Revolution der Absatz des französischen Kunstgewerbes ein, und viele Künstler und Kunsthandwerker verließen das Land. Die nachrevolutionäre Politik erkannte jedoch schnell, dass die höfische Parallelökonomie mehr gewesen war als bloßer Ausdruck der Prunksucht des verhassten Adels. Mit dem Einbruch der Nachfrage durch den Verlust der höfischen Kundschaft war auch ein wirtschaftliches Machtmittel verloren gegangen, das man bereits in den 1790er Jahren geschmackspolitisch wieder zu etablieren versuchte. ¹⁰⁴ Dies war so erfolgreich, dass Paris seine Führerschaft in der Mode bis ins 20. Jahrhundert behaupten konnte. ¹⁰⁵ Begabte Künstler fanden deshalb auch nach dem Untergang des *Ancien Régime* ihren Weg in die Gewerbe.

Im Laufe des 18. Jahrhunderts gewann neben dem französischen zunehmend auch der englische Geschmack an Popularität. Die Voraussetzungen für die Entwicklung des Kunstgewerbes in England waren dabei aus anderen Gründen günstig als in Frankreich. So war der Zunftzwang in London bereits nach dem *Great Fire* von 1666, das weite Teile der Stadt zerstört hatte, aufgehoben worden. Mit der wirtschaftlichen Deregulierung versuchte man, ambitionierte Handwerker aus dem Ausland für den Wiederaufbau der Stadt zu gewinnen. ¹⁰⁶ Es entstand eine Wirtschaft mit hoher Spezialisierung über die Gewerke hinweg und einer starken Marktorientierung. Ab Mitte des 18. Jahrhunderts

103 Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, 456.

104 Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, bes. 53.

105 Robert Jannasch, *Der Musterschutz und die Gewerbepolitik des deutschen Reiches* (Berlin: Lüderitz'sche Verlagsbuchhandlung, 1873), 168, etwa betonte, »der feinere Geschmack der Franzosen« habe »durch die Luxuspolitik der französischen Herrscher seit Jahrhunderten Gelegenheit [gehabt], sich zu bilden«.

106 Vgl. Maren-Sophie Funderich, »Perfektion in Technik und Form: Unternehmensstrategien in der Möbelfertigung zwischen 1750 und 1914«, *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte* 68, Nr. 1 (2023): 41.

organisierte die *Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce* Ausstellungen und Wettbewerbe. Seitdem gab es durchgängig geschmackspolitische Bestrebungen.¹⁰⁷ In Paris verfolgte man diese Entwicklungen sehr aufmerksam.¹⁰⁸

Für deutsche Konsumenten – adlige wie bürgerliche – waren die Attribute ›französisch‹ und ›englisch‹ symbolische Werte der europäischen *Economy of Qualities*. Einerseits hatten sie Statuswert. So stand französischer Geschmack für eine Orientierung an der älteren, kosmopolitischen, höfischen Ordnung Europas, während englischer Geschmack als neu, modern und liberal galt.¹⁰⁹

Dass London und Paris (eine der von Bertuch verlegten Zeitschriften hieß *London & Paris*) andererseits aber auch Ideale der Gestaltung bezeichneten, die man selbst in der Vorstellung mitproduzierte – dessen war man sich durchaus bewusst. Der französische Geschmack war für Bertuch, wie er 1793 im *Journal des Luxus und der Moden* formulierte, ein »Zauberstab«. Und im Hinblick auf den englischen Geschmack erklärte er: »Die geschmackvolle Simplicität und Solidität, welche England allen seinen Fabrikwaaren zu geben gewußt hat, ist für uns Teutsche so ausserordentlich empfehlend und anlockend, daß das Wort Englisch, englische Waare, schon dormalen einen unwiderstehlichen Zauberreiz für uns hat, und beynahe ein Synonym der Vollkommenheit und Schönheit bey Werken des Kunstfleißes worden ist.«¹¹⁰

107 Vgl. zum wirtschaftlichen Kontext Berg, »From Imitation to Invention«; John Styles, »Manufacturing, Consumption and Design in Eighteenth-Century England«, in *The Design History Reader*, hg. von Grace Lees-Maffei und Rebecca Houze (Oxford; New York: Berg, 2010), 41–47; Gronert, »The best patterns at the cheapest rate«.

108 Für das Beispiel Bacheliers vgl. Leben, *L'École Royale gratuite de Dessin de Paris (1767–1815)*, 23; für das Beispiel des Barons Charles Dupin (1784–1837) Cleve, *Geschmack, Kunst und Konsum*, 42.

109 Die feinen Unterschiede waren indes komplizierter. Ein anonymen Autor berichtete 1787 im *Journal des Luxus und der Moden* von seinen Eindrücken während einer Reise durch Norddeutschland: Demnach seien die Mecklenburger, »den übrigen Teutschen gleich, Nachahmer der Engländer und Franzosen; doch mit dem Unterschiede, daß die Männer ihre Tracht, ihren Hausrath, ihre Equipagen und Gärten nach englischem Geschmack anordnen, hingegen die geputzte Dame sich noch nach dem Eigensinn der Pariser Modehändlerin richtet, die ihre verlegene Waare nach Norden schickt«; »Nachrichten von Luxus und Moden in den Städten Rostock, Schwerin und Güstrow: als Bruckstücke aus dem Tagebuch eines Reisenden«, *Journal des Luxus und der Moden* 2, Nr. 9 (1787): 300–307. Vgl. Purdy, *The Tyranny of Elegance*, 138; North, *Genuss und Glück des Lebens*, 2.

110 Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, 410.

In jedem Fall war es für die deutschen Hersteller wichtig, Waren nach englischem und französischem Geschmack herstellen zu können, um konkurrenzfähig zu sein. Der Hofmöbelproduzent Abraham Roentgen bewarb seinen Betrieb 1754 in einer deutschen Zeitung mit dem Hinweis, »Commoden, Chatoullen, Uhrgehäusen, Stuehlen, Sesseln, Tischen und anderer sowohl nach dem Frantzösischen als Englischen Gout« herstellen zu können.¹¹¹ 1786 schwärmte Nicolai in seinem Reiseführer von den Kunstoffhändlern Berlins. Diese machten »nach den besten Modellen Tische, Schränke, Sekretäre, Kommoden, Uhrgehäuse u. s. w. in solcher Schönheit und Vollkommenheit, daß darunter Stücke sind, so schön als sie in England oder irgendwo verfertigt werden können«.¹¹²

»Französischer« und »englischer« Geschmack bezeichneten symbolische Qualitäten formaler Merkmale, derer sich auch deutsche Hersteller bedienen konnten und mussten. Die breite Masse der Handwerker und Unternehmen dazu zu befähigen, war das primäre Ziel der Geschmackspolitik. Zugleich verwiesen sie auf einen europäischen Statusmarkt, auf dem Paris und London als Modezentren auch *tatsächlich* führende Rollen spielten. In der europäischen *Economy of Qualities* waren diejenigen deutschen Hersteller konkurrenzfähig, die über gute Kontakte nach Paris und London verfügten und sich mit den dort angesagten Formen versorgen konnten.¹¹³ »Autonomie der Form« bedeutete also mitnichten eine wirtschaftsgeografische Unstrukturiertheit. Die Produktion symbolischer Werte im modernen Weltsystem des Geschmacks differenzierte sich also in Zentrum und Peripherie.¹¹⁴ Und »Teutschland« gehörte zur Peripherie.

Das Problem wurde schon am Ende des 18. Jahrhunderts erkannt. Den Mangel an Eigenständigkeit rechnete ein Autor im *Journal des Luxus und der Moden* dem Risiko zu, das sich mit der Gestaltung neuer Formen verband. Anders als »französische« oder »englische« Formen, deren symbolischer Wert zu diesem Zeitpunkt konventionalisiert war, gab es noch keine »deutsche« Form: »Die mechanischen Künstler würden also, um mit Vortheil originell seyn zu können, nicht weniger zu thun haben, als den Geschmack des Publikums umzubilden – ein Gedanke, vor dessen Größe ihre Seele zurückbebt, und wozu sie auch nicht die Zeit und Geld genug haben, um fehlgeschlagne Versuche ertragen zu können. – Das ist nun freylich zu beklagen!«¹¹⁵

111 Zit. nach Stiegel, »Lauter Projekte«, 52.

112 Nicolai, *Beschreibung der Königlichen Residenzstädte Berlin und Potsdam*, 2: 573.

113 Vgl. Gurlitt, *Musterzeichner-Kunst*, 19.

114 In loser Anlehnung an Immanuel Wallerstein, *The Modern World-System III: The Second Era of Great Expansion of the Capitalist World-Economy, 1730s–1840s* (Berkeley: University of California Press, 2011).

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

Wenige Jahre später rief Bertuch dazu auf, die Gunst der Stunde zu nutzen, die sich aus der tiefgreifenden Krise des französischen Kunstgewerbes infolge der Revolution ergebe. Durch die »zahllose Menge Artikel des Luxus« sei »Teutschland von Frankreich an einer wahren Sklavenkette geführt« worden. Diese habe es »durch seine Revolution und seine Insolenz«, seine Unverschämtheit also, »selbst zerbrochen«. ¹¹⁶ Er wache Frankreich wieder, so würde Deutschland angesichts der gleichzeitig wachsenden englischen Konkurrenz »der Leibeigene zweyer Despoten seyn, die es wechselseitig aussaugten, und ewig seine Kräfte und seinen Kunstfleiß lähmten«. ¹¹⁷

Der geschmackspolitische Impuls ergab sich also von Anfang an aus der Beobachtung, dass die deutschen Produzenten in Gestaltungsfragen *nicht eigenständig* waren. Es ging entsprechend darum, vom Ausland unabhängiger zu werden, und zwar nicht nur durch die Aneignung seiner Formen. Das weitergehende Ziel war vielmehr die Prägung *eigener* Formen, die sich von der internationalen Mode abheben konnten, also gleichzeitig die nationale Produktion relativ von den ästhetischen Rhythmen des Weltmarktes entkoppelten oder schließlich selbst auf diese einwirken konnten.

Die Weltausstellungen

Was Ende des 18. Jahrhunderts nur für den Luxus galt, erfasste im Laufe des 19. Jahrhunderts immer mehr Dinge: Sie wurden zu Waren, die sich dem marktwirtschaftlichen Wettbewerb und dem Vergleich auf dem Weltmarkt stellen mussten. Das war nicht allein eine wirtschaftliche Tatsache, sondern auch eine kulturelle Maxime. Am besten lässt sich das an den Weltausstellungen ablesen. Die erste ihrer Art, die Londoner *Great Exhibition*, ist ihrerseits als ein geschmackspolitisches Projekt anzusehen.

Wie bereits angedeutet, fanden in England seit der Mitte des 18. Jahrhunderts ähnlich gelagerte geschmackspolitische Diskussionen statt wie in Deutschland. Diese intensivierten sich in den 1830er Jahren: 1835 und 1836 tagte mit dem *Select Committee on Arts and Manufactures* eine parlamentarische Kommission, die den Bedarf an gewerblicher Geschmacksbildung feststellen sollte. Sie kam zu dem Ergebnis, wie es einer der Sachverständigen, der Architekt Charles Robert Cockerell (1788–1863), formulierte, dass die englischen Hersteller »not sufficiently impressed with the necessity of a higher culture of design« seien, »they generally dabble

116 Bertuch, »Ueber die Wichtigkeit der Landes-Industrie-Institute für Teutschland«, 409.

117 Ebd., 415; vgl. zur im *Journal* durchgängig diskutierten deutschen Modeabhängigkeit von Frankreich und England auch North, *Genuss und Glück des Lebens*, 65.

themselves, and put things together from books«. ¹¹⁸ 1837 wurde daraufhin die erste britische *School of Design* eröffnet, 1839 der erste *Copyright of Designs Act* verabschiedet und 1849 eine Zeitschrift zur Geschmacksbildung, das *Journal of Design and Manufactures*, gegründet, das – wie ein halbes Jahrhundert zuvor das *Journal des Luxus und der Moden* – im Wesentlichen die Gestaltung von Waren aller Art rezensierte.

Seit 1856 wurde die englische Geschmackspolitik durch das neugegründete *Department of Science and Art* (DSA) konzentriert, das Arindam Dutta treffend als »Bureaucracy of Beauty« bezeichnet hat. ¹¹⁹ Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts beaufsichtigte es über 180 Designschulen in ganz Großbritannien. 1883 erhielten 767.194 Schüler an Grundschulen den DSA-Zeichenlehrplan, 3.476 Zeichenlehrer wurden eigens ausgebildet, und 35.909 Studierende waren an den Schools of Art eingeschrieben. ¹²⁰ Daneben betrieb das DSA Museen, richtete Ausstellungen aus und entwickelte einen nationalen Lehrplan für Zeichnen und Gestaltung, der bis in die Grundschulen hineinreichte. Das DSA war, so Dutta, »historically the biggest-ever bureaucratic body able to wangle authority on issues of design and material culture directly pertaining to crucial political and economic policy«. ¹²¹

Dutta weist vor allem auf den imperialen Charakter dieser Bemühungen hin, wirkten diese sich doch auf das gesamte britische Empire aus. Allerdings erfassen sie die globale *Economy of Qualities* insgesamt. Die erste Weltausstellung, die Londoner *Great Exhibition* von 1851, war ebenso ein Etappenziel der englischen Bewegung, wie sie den globalen Wettbewerb um den »guten Geschmack« insgesamt neu formatierte. ¹²² Ihre Bedeutung lässt sich schon am offiziellen Titel ablesen: Als *Exhibition of the Works of Industry of All Nations* sollte sie erstmals eine globale Warenöffentlichkeit und damit eine Weltöffentlichkeit des Geschmacks herstellen. Die Weltausstellungen sind somit als »Weltereignisse« aufzufassen. ¹²³ Sie erreichten in der zweiten Hälfte des 19. und im frühen 20. Jahrhundert ein Millionenpublikum, das sich als Weltöffentlichkeit erfuhr.

¹¹⁸ *Reports from the Select Committees on Arts and Manufactures*, 1835, 102; vgl. Paul A. C. Sproll, »Matters of Taste and Matters of Commerce: British Government Intervention in Art Education in 1835«, *Studies in Art Education* 35, Nr. 2 (1994): 108; Gronert, »The best patterns at the cheapest rate«, bes. 34.

¹¹⁹ Arindam Dutta, *The Bureaucracy of Beauty: Design in the Age of Its Global Reproducibility* (London: Routledge, 2007).

¹²⁰ Ebd., 17.

¹²¹ Ebd., 34.

¹²² Vgl. ebd., 6; vgl. auch Sproll, »Matters of Taste«.

¹²³ Vgl. Gerhard Wegner, »Die Welt – an einem Ort erfahrbar: Weltausstellungen als Weltereignisse«, in *Weltereignisse: Theoretische und empirische Perspektiven*, hg. von Stefan Nacke, René Unkelbach und Tobias Werron (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008).

Für den Wert der Dinge (und ihrer Formen) hatte das grundlegende Folgen. Die Nationen beobachteten ihre Waren nun nicht mehr nur untereinander, wie es in der merkantilistisch geprägten, auf Importsubstitution zielenden Geschmackspolitik der Fall gewesen war. »Die Welt« konnte nun als *eine* Ordnung imaginiert werden, in der die Nationen miteinander konkurrierten. »In dem Geiste unserer Zeit«, so formulierte es 1875 der kunstbeflissene Nationalökonom Karl Thomas Richter (1838–1878), »der das Leben der Völker zur Einheit erhoben hat, in dem das Ganze erkannt werden muss, um den Theil zu erkennen, der Theil aber das Ganze widerspiegelt, hat die Welt sich auch die Quelle der Anschauung gebildet und eine äussere Form der Erkenntniss geschaffen – die *Weltausstellungen*.«¹²⁴ Lessing sprach im Rückblick auf ein halbes Jahrhundert Weltausstellungen davon, dass diese nicht nur »Mittelpunkt der Belehrung und des friedlichen Wettstreites« der Nationen geworden seien, sondern »auch der Mittelpunkt der Weltlust für die ganze Welt«. ¹²⁵ Für Simmel schließlich lag der »eigenthümlich[e] Reiz« der Weltausstellungen darin, dass sie »ein momentanes Centrum der Weltcultur bilden, dass die Arbeit der ganzen Welt sich, wie in einem Bilde, in diese enge Begrenzung zusammengezogen hat«. ¹²⁶

Die Weltausstellungen machten die Moderne als eine globale Bewegung und als ein Ideal imaginierbar, um das die Nationen konkurrieren konnten. ¹²⁷ Gewetteifert wurde um das, was Tobias Werron »Modernitätsprestige« nennt. Dieses konnte auch durch moderne Gestaltung erlangt werden. ¹²⁸ Moderner Geschmack wurde somit zu einem »weichen« globalen Gut, um das Nationen konkurrierten, und der auch zu einem Mittel der auswärtigen Kulturpolitik wurde. ¹²⁹ Produziert wurde dieses »weiche« Gut von Akteuren, die eine neue Beobachterrolle einnahmen

124 Karl Thomas Richter, *Die Fortschritte der Cultur: Einleitung in das Studium der Berichte über die Weltausstellung 1873* (Prag: Dominicus, 1875), 7.

125 Julius Lessing, *Das halbe Jahrhundert der Weltausstellungen: Vortrag gehalten in der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft zu Berlin März 1900* (Berlin: Simion, 1900), 18.

126 Georg Simmel, »Berliner Gewerbe-Ausstellung«, *Die Zeit*, 1896, 59.

127 Vgl. John R. Davis, »The Great Exhibition and Modernization«, in *Victorian Prism: Refractions of the Crystal Palace*, hg. von James Buzard, Joseph W. Childers und Eileen Gillooly (Charlottesville: University of Virginia Press, 2007).

128 Vgl. Ingeborg Cleve, »1851 – The Economic Context of Design: Design Made a Difference – That Counted. Economic and Aesthetic Aspects of Consumer Taste«, in *Die Weltausstellung von 1851 und ihre Folgen. The Great Exhibition and its Legacy*, hg. von Franz Bosbach und John R. Davis (München: Saur, 2002), 181–193.

129 Vgl. Carolin Schober, *Das Auswärtige Amt und die Kunst in der Weimarer Republik: Kunst- und Kunstgewerbeausstellungen als Mittel deutscher auswärtiger Kulturpolitik in Frankreich, Italien und Großbritannien* (Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Wien: Lang, 2004).

und die man mit Werron als »universalisierte Dritte« bezeichnen kann. Er versteht darunter professionelle Gruppen, »die Nationalstaaten als quasi-individuelle Einheiten wahrnehmen« und unter bestimmten Gesichtspunkten vergleichen und bewerten.¹³⁰

Durch die Weltausstellungen gab es, wie man im Anschluss an Werron formulieren kann, seit der Mitte des 19. Jahrhunderts auch erste *universalisierte Dritte des Geschmacks*. Drei Gruppen sind dabei besonders hervorzuheben: die Ausstellungsorganisatoren, die Juroren und die Berichtersteller.

Als oberster *Ausstellungsorganisator* der *Great Exhibition* hatte schon Henry Cole (1808–1882) den universalen Anspruch der ersten Weltausstellung betont. Der britische Beamte war der wichtigste britische Geschmackspolitiker seiner Zeit und bezog die Legitimation seiner Bemühungen gerade aus der empfundenen Notwendigkeit eines schonungslosen Vergleichs der Leistungen Englands mit denen anderer Nationen. Die Organisation der Londoner Weltausstellung erfolgte zwar aus einer Position der nationalen Stärke der sich industrialisierenden Weltmacht. Dennoch sollte die Ausstellung nach Coles Überlegungen dazu dienen, der englischen Öffentlichkeit auch die Schwächen der einheimischen Waren im Vergleich mit jenen des Auslandes schonungslos zu zeigen.¹³¹

Neben Cole ist beispielhaft Gottfried Semper (1803–1879) zu nennen, der nach seiner Beteiligung am Dresdner Maiaufstand 1849 nach England geflohen war und Kontakt zu den Organisatoren der Weltausstellung aufgenommen hatte. Er steuerte nicht nur allgemeine Überlegungen zur Konzeption einer solchen Ausstellung bei, sondern wurde auch mit der künstlerischen Verantwortung für die Länderabteilungen Ägypten, Türkei, Schweden, Norwegen, Dänemark und Kanada betraut.¹³² In dieser länderübergreifenden Gestaltungstätigkeit verkörperte Semper die Rolle eines »universalisierten Dritten« (Werron) des Geschmacks ganz praktisch. Seine Aufgabe war nicht die Vertretung einer nationalen Sache, sondern die professionelle Formatierung eines nationalen Warenangebots für den Blick der Weltöffentlichkeit (Abb. 17). Vom universalisierenden Vergleich und der Bewertung der gestalterischen Leistungen der Nationen versprach sich Semper nichts anderes als menschlichen Fortschritt.

130 Tobias Werron, »Worum konkurrieren Nationalstaaten? Zu Begriff und Geschichte der Konkurrenz um ›weiche‹ globale Güter«, *Zeitschrift für Soziologie* 41, Nr. 5 (2012): 345.

131 Vgl. Heinrich Waentig, *Wirtschaft und Kunst: Eine Untersuchung über Geschichte und Theorie der modernen Kunstgewerbebewegung* (Jena: Gustav Fischer, 1909), 111.

132 Für eine Detailanalyse der nationalen Inszenierung am Beispiel der kanadischen Abteilung vgl. Claudio Leoni, »Staging Canada: Gottfried Semper's Contribution to the Great Exhibition of 1851«, in *Architectural History and Globalized Knowledge*, hg. von Michael Gnehm und Sonja Hildebrand (Zürich: gta, 2021), 38–55.



Abbildung 17: Für manchen Berichterstatte Zeugnis der deutschen Rückständigkeit und der Ignoranz der Herrschenden sowie Anlass »kosmopolitischen Gekichers« über deutsche Geschmacklosigkeit: die Abteilungen des Deutschen Zollvereins und Norddeutschlands auf der Londoner Weltausstellung 1851

Die *Juroren* als zweite Gruppe universalisierter Dritter des Geschmacks vermittelten den Anspruch auf Universalität der Werte gewissermaßen mit den ausgestellten Waren selbst. Unter der Aufsicht der Ausstellungskommission wurde bei der ersten Weltausstellung 1851 ein ausgeklügeltes Jurysystem eingerichtet. Wie aus den veröffentlichten Berichten hervorgeht, sollte die Preisvergabe auf der Grundlage von Verdiensten erfolgen. Nur die objektiv besten Exponate sollten ausgezeichnet werden. Aus diesem Grund kam etwa die Hälfte der Jurymitglieder aus dem Ausland. Zudem sollte durch ein unparteiisches Bewertungssystem sichergestellt werden, dass die »Preisungen und Preise« ein hohes internationales Ansehen genossen.¹³³ Die Berichte der Jury waren ihrerseits Gegenstand der nationalen Debatte über das eigene Abschneiden.¹³⁴

Die dritte und für die massenhafte Verbreitung wohl wichtigste Gruppe waren die *Berichterstatte*, die in Zeitungen und Zeitschriften über die Weltausstellungen schrieben. Für das kunstgewerblich interessierte

¹³³ Die begriffliche Zuspitzung stammt von Michael Hutter, »Preisungen und Preise: Zur Geschichte des Wertschätzens«, *WZB-Mitteilungen* 181 (2023): 7–10. Vgl. den umfassenden Bericht der Royal Commission for the Exhibition of 1851, *Reports by the juries on the subjects in the thirty classes into which the exhibition was divided*, 4 Bde. (London: Clowes and Sons, o. J.).

¹³⁴ Vgl. etwa Richter, *Die Fortschritte der Cultur*, V.

Publikum waren die Weltausstellungen wichtige Wegmarken, die von den Berichterstattern ausgiebig beleuchtet wurden. Zeitschriften wie die *Deutsche Kunst und Dekoration* widmeten der Besprechung der deutschen Ausstellungsbeiträge – und dem Vergleich mit denen anderer Nationen – ganze Hefte. Die Autorenschaft rekrutierte sich dabei oft aus dem Führungspersonal der kunstgewerblichen Institutionen. Oder umgekehrt: Mit persönlicher Kenntnis der Weltausstellungen, mit Berichten über den ›Stand des Geschmacks‹ in der Welt qualifizierte man sich als Künstler oder Kunsthistoriker für diese Führungspositionen.

Lessing etwa berichtete in deutschen Zeitungen über die *Exposition universelle d'Art et d'industrie* 1867 in Paris. Die Autorität, die er dadurch erlangte, half ihm, wenige Jahre später Direktor des neu gegründeten Berliner Kunstgewerbemuseums zu werden.¹³⁵ Gleiches galt für Falke, der als Kunsthistoriker viel über die Weltausstellungen publizierte und später Direktor des Wiener Kunstgewerbemuseums wurde. Ein anderes Beispiel war der bereits erwähnte Musterzeichner, Künstler und Experte für gewerbliche Bildung Eduard Herdtle, der im Auftrag der württembergischen Regierung die Weltausstellungen 1851 und 1855 besuchte und über sie berichtete. Mit den bereits erwähnten intellektuellen Persönlichkeiten, darunter Nationalökonomien, Kunsthistoriker und Künstler, später auch Soziologen wie Sombart, setzte eine rege publizistische Tätigkeit ein, die die Bedeutung der Weltausstellungen vor dem Hintergrund der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen diskutierte.

Die Nation als ›invektive Gemeinschaft‹ des Geschmacks

Die Nationen wurden durch den Blick der universalisierten Dritten des Geschmacks Teil eines globalen Entwicklungsmodells. Das Vergleichsprinzip der Weltausstellungen beruhte nicht nur auf Wiederholung, sondern war seriell strukturiert.¹³⁶ Die Nationen sollten sich nicht als fixe Entitäten, sondern als entwicklungsfähige Einheiten präsentieren. Die Exponate auf den Weltausstellungen wurden immer im Vergleich zur letzten und im Hinblick auf die nächste Ausstellung beobachtet. Staaten konnten in der Leistungsschau des Geschmacks auf- und absteigen.

Damit entstand ein Hebel der Geschmackspolitik: die nationale Wahrnehmung von geschmacklicher Rückständigkeit. Sie war, wie oben angedeutet, in England selbst der Anlass für die erste Weltausstellung gewesen. Auch in den deutschen Staaten bestand die erstmals am Ende des

¹³⁵ Vgl. Mundt, *Die deutschen Kunstgewerbemuseen*, 41.

¹³⁶ Vgl. Leopold Ringel und Tobias Werron, »Serielle Vergleiche: Zum Unterschied, den Wiederholung macht«, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 73, Nr. 51 (2021): 308.

18. Jahrhunderts wahrgenommene geschmackliche Rückständigkeit bis zum Ende des 19. Jahrhunderts fort. In der Weltausstellung 1855 sah der österreichische Maler Ferdinand Georg Waldmüller (1793–1865) etwa ein »Ereigniss, welches jede fernere Täuschung in dieser Beziehung geradezu unmöglich machte.«¹³⁷ »Woher kommt es also, dass unsere Glaswaaren, unsere Geschirre, unsere Seidenstoffe zurückstehen vor jenen des Auslandes? Kein Zweifel, die mangelhafte *Form* ist es, die diess erzeugt. Auch hier, wie überall im Gebiete der Kunst, ist es der Mangel *Originalität*, der sich fühlbar macht.« Man verharre in »phantasieloser, slavischer Nachahmung«.¹³⁸

In seinen *Kulturhistorischen Skizzen aus der Industrieausstellung aller Völker* berichtete der preußische Beamte, Journalist und Politiker Lothar Bucher (1817–1892) vom schlechten Abschneiden der deutschen Staaten. Während sich die englischen Waren »durch Netttheit, Zweckmäßigkeit und Raumersparnis«, die französischen durch unerreichte »Eleganz« auszeichnen würden, fehle den Waren aus den deutschen Staaten der gemeinsame »Schlüssel«. Bucher schrieb, er habe »die Journale der Engländer, Franzosen, Amerikaner, Italiener, Spanier durchgeblättert; kein Oedipus hat den Gedanken der deutschen Ausstellung gefunden.«¹³⁹ »Nation« war eine Frage der Darstellung.

Besonders schlecht wurde von Bucher die Abteilungsabteilung des Deutschen Zollvereins bewertet (Abb. 17). Die Ursache für ihre »widerlich-unästhetische Figur« und das »kompromittirliche Arrangement« sah er in der Tatsache, dass sich der Zollverein, wie gewöhnlich, »den gewiegten Händen der Bureaukratie« anvertraut und »den heiteren Tempel der Industrie in ein verdrießlich bestaubtes Archiv von Zollvereinsakten verwandelt« habe.¹⁴⁰ Aufschlussreich ist Buchers anschließende Schilderung der Wirkung, die die Weltöffentlichkeit auf die preußische »Bureaukratie« hatte. Anfangs schienen die preußischen Beamten, so Bucher, »mit ihrem Kunstwerk über die Maßen vergnügt gewesen zu sein«.

»Später freilich, als der einstimmige Spott des Publikums in den verschiedenen Sprachen sich ihnen aufdrang und als Einige von ihnen, nach Berlin zurückgekehrt, auch hier von dem Echo des kosmopolitischen Gekichers erreicht wurden, da entschuldigten sie sich mit jenen wunderbaren Mährchen, die wir in deutschen Blättern lesen. Die Herren Kommissäre des Zollvereins hielten es unter ihrer Würde von dem Ausland zu lernen.«¹⁴¹

137 Ferdinand Georg Waldmüller, *Andeutungen zur Belebung der vaterländischen bildenden Kunst* (Wien: Carl Gerold's Sohn, 1857), 13.

138 Ebd., 88.

139 Lothar Bucher, *Kulturhistorische Skizzen aus der Industrieausstellung aller Völker* (Frankfurt am Main: Lizius, 1851), 174 u. 177.

140 Ebd., 177.

141 Ebd.

Klammert man die politische Absicht dieses Berichts aus,¹⁴² zeigt sich hier deutlich, wie Bucher als universalisierter Dritter des Geschmacks die Weltöffentlichkeit mit ihrem »kosmopolitische[n] Gekicher« als legitimierende Instanz der Kritik in Anspruch nahm. Die geschmackliche (Selbst-)Demütigung war kein Selbstzweck, sondern zielte darauf, den *eigenen* Exponaten ihre Modernität abzusprechen. Nation fungierte als »invektive Gemeinschaft«¹⁴³, die aus der demütigenden Erfahrung heraus dazu »angestachelt« werden sollte, nach Modernität des Geschmacks zu streben. Und der Maßstab der Modernität war – der Vergleich mit dem versammelten Ausland.

Um die Kontinuität dieses kulturellen Musters zu betonen: Über ein halbes Jahrhundert später war diese nationale Selbstinvektivierung auch ein wichtiges Vehikel für die Gründung des Werkbundes, der Deutschland geschmacklich konkurrenzfähig machen sollte. Einer seiner wichtigsten Treiber, Hermann Muthesius (1861–1927), auf den später zurückzukommen sein wird, schrieb 1907 über die anhaltende Lächerlichkeit des deutschen Kunstgewerbes auf der internationalen Bühne: »Der deutsche Ruf ist hier so tief gesunken, daß deutsch und geschmacklos fast identische Begriffe sind.«¹⁴⁴

Modernität ist, mit Simmel gesprochen, die geteilte kulturelle Voraussetzung des »Kampfes aller um alle« in der globalen Konkurrenz um Modernitätsprestige.¹⁴⁵ Sie bildete ein nie erreichbares Ideal, das – mit jeder Weltausstellung – immer wieder neu in die Zukunft entworfen wurde. Auf diese Weise wurde Modernitätsprestige zu einem knappen Gut: Nicht jeder konnte an der Spitze des Geschmacks stehen, und wer nicht in die Zukunft investierte, fiel zurück. Die temporalisierte Ordnung des Vergleichs sicherte zugleich die Dynamik: Wer investierte, konnte ästhetisch modern werden und die führenden Nationen ein- oder sogar überholen. Die Selbstinvektivierung war insofern ein Mechanismus der nachholenden Nationen, deren ästhetische Eliten zum Einholen ansetzten.

Die Funktion der Wahrnehmung nationaler Rückständigkeit in Geschmacksfragen bestand somit darin, zu geschmackspolitischen Investitionen zu motivieren. Die universalisierten Dritten produzierten öffentliche »Schocks« in der kunstgewerblichen Öffentlichkeit (und darüber

¹⁴² Vgl. etwa Abigail Green, »Representing Germany? The Zollverein at the World Exhibitions, 1851–1862«, *The Journal of Modern History* 75, Nr. 4 (2003): 836–863.

¹⁴³ Vgl. Daniel Benedikt Stienen, »Die Nation als »invektive community«: Soziale Funktionen öffentlicher Herabsetzungen im medialen Diskurs«, *Zeitschrift für Kultur- und Kollektivwissenschaft* 9, Nr. 1 (2023): 69–90.

¹⁴⁴ Hermann Muthesius, »Die Bedeutung des Kunstgewerbes«, *Dekorative Kunst* 10 (1907): 190.

¹⁴⁵ Simmel, »Soziologie der Konkurrenz«.

hinaus): den ›von 1851‹, den ›von 1867‹, den ›von 1900‹.¹⁴⁶ Die Gründung der wichtigsten geschmackspolitischen Institutionen der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, der Kunstgewerbemuseen, steht somit in einem engen Zusammenhang mit den Weltausstellungen. Vergleichbare Institutionen – freie Zeichenschulen, Industrieausstellungen, Vorbildersammlungen – waren in den deutschen Staaten zwar bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstanden. Die Impulse für die neuen Superinstitutionen, in denen man Formensammlungen, kunstgewerbliche Ausstellungen, Räumlichkeiten für öffentliche Vorträge und Zeichenschule an einem Ort zusammenführte, gingen jedoch von den Weltausstellungen aus. So wurde das erste große Kunstgewerbemuseum, das Londoner South Kensington Museum (heute Victoria & Albert Museum), direkt im Zuge der Nachbereitung der Weltausstellung 1851 gegründet, wobei zur Finanzierung auf die Einnahmen der Ausstellung zurückgegriffen wurde. Auch die Weltausstellungen 1862 und 1867 gaben den Anstoß für die Gründungen in Wien und Berlin (Abb. 26).¹⁴⁷

Mit den Weltausstellungen war eine globale – das heißt praktisch: west- und mitteleuropäische – Konkurrenz um den modernen Geschmack entstanden. Konkurriert wurde ebenso um nationales Modernitätsprestige und die damit verbundenen Marktchancen in der europäischen *Economy of Qualities*. In den wirtschaftlich rückständigen deutschen Ländern, später im aufstehenden Deutschen Kaiserreich, waren zahlreiche Institutionen und eine kunstgewerbliche Öffentlichkeit entstanden, die aber keine bloß nationale Angelegenheit mehr war, sondern stets die Autorität der Weltöffentlichkeit in Anspruch nehmen konnte.

Damit war eine Neuordnung der Konkurrenz um den Wert der Form entstanden. Es gab nicht mehr klare Zentren oder Spitzen, nicht mehr eine Ordnung von Oben und Unten, sondern eine von Führenden und Nachfolgenden. Sie war in sich dynamisch, weil über die ästhetischen Kriterien, nach denen man entschied, wer welche Position einnahm, immer neu gestritten werden konnte. Auch eine große, wirtschaftlich starke Nation konnte sich in Fragen des Geschmacks lächerlich machen und als *kulturelle* Führerin der globalen Fortschrittsbewegung disqualifizieren. Die kulturelle Führerschaft war nicht ein Ausfluss politischer und wirtschaftlicher Macht, sondern eine eigene *soft power*, deren Wirksamkeit ganz von der Anerkennung durch die Weltöffentlichkeit abhing.

Somit findet die klassische These Alexander Gerschenkrons zur Funktion wirtschaftlicher Rückständigkeit Bestätigung.¹⁴⁸ Wie Gerschenkron am Fall der Industrialisierung gezeigt hat, holen Nationen ihren Rück-

¹⁴⁶ Vgl. Mundt, *Die deutschen Kunstgewerbemuseen*, 4 f.

¹⁴⁷ Vgl. ebd., 12.

¹⁴⁸ Alexander Gerschenkron, *Economic Backwardness in Historical Perspective. A Book of Essays* (Cambridge, Massachusetts: Belknap Press, 1962).

stand nicht durch bloße Nachahmung auf, sondern bringen eigene institutionelle Formen hervor, die als funktionale Äquivalente für fehlende Voraussetzungen wirken. ›Rückständigkeit‹ ist in dieser Perspektive nicht nur Defizit, sondern produktive Ausgangskonstellation. Der wahrgenommene Abstand erzeugt Modernisierungsdruck, der institutionelle Innovation ermöglicht. Überträgt man diese Figur auf die Angewandte Kunst, so lässt sich die deutsche Geschmackspolitik als Antwort auf eine solche Rückständigkeit in der *Economy of Qualities* verstehen. Die ständigen institutionellen Reformen in der Angewandten Kunst, die das 19. Jahrhundert und das frühe 20. Jahrhundert kennzeichnen – Gewerbevereine, Kunstgewerbemuseen oder Werkbund –, sind also Ausdruck solcher *positiven* Rückständigkeit.

Mit Blick auf die Kontinuität der Geschmackspolitik sollten die politischen Umbrüche und Kontexte selbstverständlich nicht ignoriert werden – wo sie für ein genaueres Verständnis relevant sind, werden sie in den historischen Fallstudien von Teil II berücksichtigt. Die voranstehenden Ausführungen zielten darauf, zu zeigen, dass ›Kunst‹ vom späten 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert keineswegs bloß als Sphäre zu beschreiben ist, die sich zunehmend von Politik und Wirtschaft entfernte. Über die politischen Systeme hinweg bestand vielmehr der Anspruch, ästhetische Gestaltung als wirtschaftliche Produktivkraft nicht sich selbst zu überlassen, sondern gezielt zu entwickeln. Dass es dabei um mehr ging als um wirtschaftliche Konkurrenzfähigkeit, dass man sich davon nicht weniger versprach als gesellschaftliche Reintegration überhaupt, wird im folgenden Kapitel zu zeigen sein.

4 Theoretische Zwischenbetrachtung: Der Streit um die Form

Geschmackspolitik wurde im letzten Kapitel als Reaktion auf die Autonomie der Form interpretiert. Der gestalterischen Verunsicherung der produzierenden Gewerbe suchte man seit dem späten 18. Jahrhundert Institutionen entgegenzusetzen, die allgemeine Leitlinien der Gestaltung vorgaben und ›im Volk‹ verbreiteten. Bisher lag das Augenmerk auf der politökonomischen Rationalität und historischen Gestalt dieser Bemühungen – dem Versuch, konkurrenz- und sogar führungsfähig in der *Economy of Qualities* zu werden. Die *inhaltliche* Ebene der Geschmackspolitik ist damit jedoch bislang unbeleuchtet geblieben – also die konkreten Formen und die mit ihnen verbundenen ästhetischen Wertmaßstäbe der ›guten Form‹.

Bevor Teil II drei historische Fallstudien zu diesen konkreten Wertinhalten versammelt, soll dieses Kapitel theoretisch klären, warum ein solches inhaltliches Verständnis des Werts der Form überhaupt nützlich ist. Der Vorschlag ist, den *Streit um die Form* aus einer Spannung zwischen ›innerem‹ und ›äußerem‹ symbolischen Wert der Form zu verstehen, die durch den Strukturwandel der *Economy of Qualities* offen zutage getreten war. Dieser Streit entzündete sich an den ästhetischen Leitlinien der Geschmackspolitik: bei der Herausgabe von Vorbildersammlungen, pädagogischen Konzepten oder der Besetzung von Posten an Kunstgewerbeschulen. Die gemeinsame Überzeugung aller Geschmackspolitiker war die Befürchtung, die äußere Überfülle der ›ungeheuren Formensammlung‹ schlage in eine innere Leere um. Im Streit um die Form ging es darum, ästhetische Kriterien zu finden und zu stabilisieren, nach denen sich Äußerlichkeit und Innerlichkeit, Falschheit und Echtheit, Epigonentum und Schöpfertum, »Haben oder Sein« (Erich Fromm) der Form unterscheiden ließen.

Damit ist jene typische Modernisierungsbewegung beschrieben, die Wagner in seiner Soziologie der Moderne ausgemacht hat: Modernisierung bedeutet nicht Entwurzelung allein, sondern umfasst auch Gegenbewegungen, gezielte Versuche einer »Wiederverwurzelung«,¹ hier: *ästhetische Wiederverwurzelung*. Die spezifisch moderne »Dialektik von Autonomie und Integrationssehnsucht«², wie das Wolfgang Braungart genannt hat, kann in diesem Sinne als Antrieb des Streits um die Form gelten. Soziologisch entscheidend ist dabei die offensichtliche

1 Peter Wagner, *Soziologie der Moderne*, 43.

2 Wolfgang Braungart, »Bertuch und die Freie Zeichenschule in Weimar«, in *Friedrich Justin Bertuch (1747–1822): Verleger, Schriftsteller und Unternehmer im klassischen Weimar*, hg. von Gerhard R. Kaiser und Siegfried Seifert (Tübingen: Niemeyer, 2000), 282.

Unabschließbarkeit dieses Streits. Welche Form bloß falschen ›äußeren‹ Wert, welche echten ›inneren‹ Wert hatte, war nur jeweils so stabil wie die Positionen der Streitenden selbst. Ein genaueres theoretisierendes Verständnis des Streits um die Form führt zur Kernfrage dieser Arbeit: Wie ist die ›ungeheure Formensammlung‹ entstanden?

4.1 Soziale Geschmackscharaktere

Wie zu zeigen sein wird, stellten sich der Geschmackspolitik das Problem ästhetischer Desintegration und der Versuch zur Reintegration historisch als ein *Problem des Charakters* dar. Die Unterscheidung lehnt sich an die soziohistorische Typologie sozialer Charaktere von David Riesman et al. an,³ wobei diese hier zu einer Theorie des Geschmacks abgewandelt wird. Der *soziale Geschmackscharakter* bezeichnet eine historisch variable, gesellschaftlich geformte Weise, wie Individuen lernen, ästhetisch ›gute‹ von ›schlechten‹ Qualitäten zu unterscheiden. Was als ›guter Geschmack‹ gilt, lässt sich als Ausdruck dessen verstehen, was eine Gesellschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt ästhetisch, moralisch und sozial von ihren Mitgliedern erwartet – und zugleich dessen, was sie ihnen an Möglichkeiten persönlicher Entfaltung bereitstellt.

Der soziale Geschmackscharakter eignet sich für die hier entwickelte Argumentation, weil er – im Unterschied insbesondere zu Bourdieus Konzept des Habitus – nicht von der ›selbstverständlichen‹ Reproduktion ästhetischer Urteilsweisen und ihrer habituellen Verankerung im Individuum ausgeht. Der entlang der gesellschaftlichen Hierarchie (durch Stände, später Klassen) reproduzierte soziale Orientierungswert des Habitus wird damit nicht geleugnet, sondern methodologisch relativiert: Er gleicht einer unabhängigen Variable, während die abhängige Variable ein strukturell unsicherer Geschmack ist – und umgekehrt die Mittel und Wege, diese Unsicherheit zu bewältigen.

Riesman et al. gehen von einer historischen Abfolge sozialer Charaktere aus. Bei ihnen wird der traditionsgeleitete (›tradition-directed‹) Charakter ab der Frühen Neuzeit durch einen innengeleiteten (›inner-directed‹) abgelöst, der dann insbesondere das 19. Jahrhundert dominiert. Ab der Mitte des 20. Jahrhunderts wiederum soll sich der außengeleitete (›other-directed‹) Charakter durchgesetzt haben.⁴

3 David Riesman, Nathan Glazer und Reuel Denney, *Die einsame Masse: Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters* (Darmstadt; Berlin-Frohnau; Neuwied am Rhein: Luchterhand, 1956).

4 Die übliche deutsche Übersetzung hat eine Unschärfe insofern, als sie ›das Äußere‹ in den Vordergrund stellt, während es im Original um ›die anderen‹ geht. Da der ›außengeleitete Charakter‹ im Deutschen üblich ist und

Der hier entwickelten Argumentation liegt demgegenüber *erstens* die Annahme zugrunde, dass es keine historische Sequenz, sondern eine Kumulation von Typen sozialen Charakters gab. (Die Vielzahl von Mischtypen und Ausnahmen, die Riesman et al. selbst einräumen, spricht schon bei ihnen selbst gegen eine eindeutige zeitliche Abfolge; sie scheint sich eher einer historiografisch-gegenwartsdiagnostischen Erzählkonvention zu verdanken.⁵) Die Charaktertypen sind nicht historisch ›selbstverständlich‹. Die eindeutige Zuordnung von gesellschaftlicher Epoche und dominierendem Sozialcharakter entfällt. Vielmehr ist dann zu klären, wie genau welcher Charakter zum Tragen kommt. *Zweitens* ergibt sich daraus die Annahme einer Reflexivität der Geschmackscharaktere. In Situationen, in denen ästhetische Orientierung fraglich wird, kann sie selbst zum Gegenstand gesellschaftlicher Auseinandersetzungen werden. Gerade darin liegt der Grund, warum ästhetische Wiederverwurzelung durch ›innere Leitung‹ überhaupt erst als ein Ziel begriffen werden konnte, das sich die Geschmackspolitik selbst setzte, und um dessen Kriterien man streiten konnte.

Warum die Kumulation und Reflexivität im Bereich ästhetischen Urteilens über die Form eine angemessenere historische Beschreibung ist als die bloße Abfolge, sei im Folgenden skizziert.

Der traditionsgeleitete Geschmack und die Aufwandsordnungen

Der traditionsgeleitete Geschmack lässt sich mit dem identifizieren, was oben als Handwerk unter Anwesenden bezeichnet worden ist. Ästhetisches Wissen wurde in der Werkstatt sowie über Netzwerke von Handwerkern geteilt. Für die Gestaltung ästhetisch herausgehobener Dinge war der Kundenkontakt entscheidend, insofern bestand eine Entsprechung zwischen ständisch herausgehobenen Positionen und ständisch herausgehobenen Handwerkern mit ihren Auftraggebern.

Man kann darin zunächst den Zwang einer vom Handwerk dominierten Wirtschaftsordnung erkennen. Doch lag darin auch eine hierarchische Ordnungsvorstellung, die sich gerade da behauptete, wo die Dingwelt dynamisiert wurde. Das jedenfalls lassen die sogenannten Aufwandsordnungen erkennen, obrigkeitliche Erlasse, die in vielen europäischen Städten seit dem Spätmittelalter nachweisbar sind. Sie regelten, welche soziale Gruppe zu welchem Konsum berechtigt war. Geregelt wurde vor allem die Kleidung, aber auch die erlaubten Ausgaben für

die Unschärfe für die entwickelte Argumentation auch nicht entscheidend ist, wird sich diesem Gebrauch hier angeschlossen.

- 5 So jedenfalls Richard A. Peterson, »The Rise and Fall of Highbrow Snobbery as a Status Marker«, *Poetics* 25, Nr. 2–3 (1997): 77.

Feste, insbesondere Hochzeiten – die wichtigsten Anlässe für kostspielige Repräsentation. Die Aufwandsordnungen entstanden im ausgehenden Mittelalter und verschwanden bis zum Ende des 18. Jahrhunderts fast vollständig.

Die neuere Forschung fasst Aufwandsordnungen nicht mehr als bloßen Ausdruck einer hierarchischen Gesellschaftsordnung auf. In den europäischen Städten des 14. Jahrhunderts, in denen sie zuerst auftauchten, erscheinen sie vielmehr als obrigkeitliches Projekt zur Herstellung und Aufrechterhaltung einer ›guten Ordnung‹ angesichts wohnlicher Verdichtung, sozialer Verflechtung, Konflikthanfälligkeit und Distinktionsbedarf im neuen städtischen Leben.⁶

Eine andere klassische Interpretation hat die Aufwandsordnungen deswegen als Mittel zur Disziplinierung aufstrebender Gruppen verstanden. Das ist jedoch wenig plausibel. Jan Keupp weist in seiner historischen Soziologie der mittelalterlichen Mode darauf hin, dass die Explizierung der Kleiderordnung Distinktion und Grenzüberschreitung eher provozierte und erleichterte, als sie zu verhindern. Die mittelalterliche Stadt bot genügend Raum für symbolische Selbstpräsentation durch Konsum und »vielfältige Wege der modischen Distinktion, Deviation und Normdistanzierung«.⁷

Die Richtlinien, Ermahnungen (insbesondere im Gottesdienst), Anregungen zur sozialen Kontrolle und auch die Strafen stellten daher keine Disziplinierung im modernen Sinne dar – schon deshalb nicht, weil es kein Staatswesen gab, das die erforderliche »Parzellierung, Klassifizierung, Ausgrenzung und Hierarchisierung« hätte leisten können.⁸ Aber auch dort, wo die Obrigkeit zumindest in der Lage war, hart zu strafen, tat sie es nicht.⁹ Legitimation und Wirkprinzip der Aufwandsordnungen sieht Keupp daher nicht in staatlicher Gewalt, sondern in einem »sinngebenden Sockel theologisch-metaphysischer Weltdeutung«, der keine bloße obrigkeitliche Ideologie, sondern breit geteiltes Orientierungswissen war.¹⁰ Dass ›gute Ordnung‹ einer hierarchischen Gliederung des Konsums bedurfte, bezweifelte kaum jemand.

Das galt auch dort, wo soziale Mobilität durch den Erwerb ästhetisch herausgehobener Dinge durchaus stattfand. Die für den

6 Vgl. Thomas Weller, »›Von ihrer schändlichen und teuffelischen Hoffart sich nicht abwenden lassen wollen...‹. Kleider- und Aufwandsordnungen als Spiegel ›guter Ordnung‹«, in *Gute Ordnung. Ordnungsmodelle und Ordnungsvorstellungen in der Reformationszeit*, hg. von Irene Dingel und Armin Kohnle (Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt, 2014), 203–219.

7 Jan Keupp, *Die Wahl des Gewandes: Mode, Macht und Möglichkeitssinn in Gesellschaft und Politik des Mittelalters* (Ostfildern: Thorbecke, 2010), 75.

8 Ebd., 72.

9 Vgl. ebd., 76.

10 Ebd., 66.

frühneuzeitlichen Luxuskonsum Europas notwendige absolutistische »Verschmelzung von Adelsvornehmheit und Bürgergeld«, wie Sombart sie beschrieben hat,¹¹ hatte zwar den alten, nur ererbbaren Grundbesitz der ständischen Oberschichten, der den Reichtum des Mittelalters ausmachte, relativiert. Gleichzeitig war die frühneuzeitliche Mode aber selbst ein Herrschaftsinstrument insbesondere des Hochadels. Die immer neuen Ausgaben für Repräsentation konnten den Adel in finanzielle Abhängigkeit bringen. Nach McCracken war die schon im Kapitel zuvor erwähnte Königin Elisabeth I. (1533–1603) die erste Herrscherin, die »expenditure as an instrument of government«¹² systematisch einsetzte.

Zwar wurden immer mehr Personen nobilitiert – darunter Künstler –, immer mehr reiche Bürger konnten sich durch Konsum dem Adel annähern, in ihn aufgenommen werden oder sich Titel direkt kaufen.¹³ Aber diese soziale Mobilität destabilisierte die Hierarchie nicht. Im Gegenteil: Das Ziel von Aufsteigern war, Teil des Adels zu werden. In diesem Sinne herrschte eine selbstverständliche Knappheit symbolischer Werte: Wer in den Adel aufsteigen wollte, versuchte Dinge zu erwerben, die den Eindruck erweckten, die eigene Familie sei »schon immer« adlig gewesen. Die Hierarchie blieb stabil, weil die Künstler die soziale Mobilität, die ihre Produkte erst ermöglichten, zugleich unsichtbar machten.¹⁴

Der außengeleitete Geschmack und die moderne »Formunsicherheit«

All das änderte sich mit dem modernen Konsum und, hinsichtlich ästhetischer Gestaltung, der Autonomie der Form. Je wichtiger der Konsum neuer Dinge für die Repräsentation wurde, desto instabiler wurde sie. Das aufstrebende Handels- und Finanzbürgertum überflügelte den Adel durch Konsum. Bis zum Ende des 18. Jahrhunderts verschwanden die Aufwandsordnungen. Der Geburtsadel wurde in einen Wettbewerb gezwungen, über dessen Bedingungen er immer weniger mitbestimmen

11 Sombart, *Luxus*, 11.

12 McCracken, *Culture and Consumption*, 11.

13 Vgl. für Frankreich James B. Wood, »Demographic Pressure and Social Mobility Among the Nobility of Early Modern France«, *The Sixteenth Century Journal* 8, Nr. 1 (1977): 3–16.

14 Sie sorgten, will man die Begrifflichkeit Bourdieus verwenden, also für eine Konvertierbarkeit von Kapitalsorten, die ein Kennzeichen moderner Gesellschaften ist; vgl. Craig Calhoun, »Habitus, Field and Capital: The Question of Historical Specificity«, in *Bourdieu: Critical Perspectives*, hg. von Craig Calhoun, Edward LiPuma und Moishe Postone (Chicago: University of Chicago Press, 1993), 68.

konnte.¹⁵ Weil er seine Repräsentationsbedürfnisse nicht an seine finanziellen Möglichkeiten anpassen konnte, verschuldete er sich bis zum Ruin. So teilten immer mehr Adelige ein Schicksal, das bis ins 18. Jahrhundert ein Randphänomen gewesen war: Sie verarmten und hatten nun mehr Geschmack als Mittel, ihm durch dinglichen Besitz Ausdruck zu geben.¹⁶

Auf der anderen Seite standen selbstbewusstere ›Neureiche‹, die über mehr Geld als Geschmack verfügten. Exemplarisch zeigt das eine Rezension eines Einrichtungsratgebers¹⁷ in der *Allgemeinen deutschen Bibliothek* von 1784. Ein anonymes Rezensent beschreibt dort, in welchem Maße in der dritten »Klasse« die Geschmackssicherheit verloren gegangen sei. An der Spitze der sozialen Hierarchie, so der Autor, sei Geschmack noch selbstverständlich: »Bey den Haushaltungen der Prinzen, Grafen, und der Minister vom ersten Range und sehr großem Vermögen ist man gewöhnlich mit den Erfordernissen zu einer standesmäßigen Meublierung völlig bekannt, und auch wohl mit Personen versehen, deren eigentliches Geschäft darinn bestehet, dieselben zu kennen, und herbeyzuschaffen.«¹⁸ Gleiches gelte für Mitglieder der zweiten »Klasse«, »weil ihnen entweder die Herkunft, oder ihr Umgang mit den Personen der 1sten Klasse, oder beydes, Gelegenheit genug gegeben hat, von allem demjenigen Kenntniß zu erlangen, was zur Bequemlichkeit und Zierde des Innern ihrer Wohnung – nach Verhältniß ihres Standes und Vermögens erforderlich ist«.¹⁹ »Aber gerade diejenigen Bürger des Staats«, so der Rezensent weiter,

»welchen ein glücklicher Fortgang ihrer Nahrungsgewerbe, Erbschaften, Verheyrathungen, oder ein anderer günstiger Zufall ein mehr als sonst in ihrem Stande gewöhnliches Vermögen verschaffet hat, so mancher wohlbemittelte Kaufmann, Fabrikant, Pachtbeamte, Eigenthümer eines mittelmäßigen Landguthes, welchen doch nicht zu verdenken ist, wenn auch sie ihres Ueberflusses in einer bequemen und zierlichen Wohnung zu genießen wünschen – eben diese sind der Gefahr am nächsten, durch ihren Mangel an Kenntnissen in dergleichen Sachen, und durch die Unwissenheit oder Unredlichkeit derjenigen, deren Rath und Hülfe

- 15 Vgl. Jürgen von Kruedener, *Die Rolle des Hofes im Absolutismus* (Stuttgart: Fischer, 1973), 21; Daniel Purdy, *The Tyranny of Elegance: Consumer Cosmopolitanism in the Era of Goethe* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1998), 104.
- 16 Vgl. Chelion Begass, *Armer Adel in Preußen 1770–1830* (Berlin: Duncker & Humblot, 2020).
- 17 Christian Friedrich Germershausen und Heinrich Ludewig Manger, *Entwürfe und Kostenberechnungen zur Meublierung der Wohngebäude: Für Hausmütter so wohl als Hausväter von verschiedenen Ständen* (Brandenburg: Halle und Halle, 1783).
- 18 [Kw.], »Rezension«, *Allgemeine deutsche Bibliothek* 58 (1784): 287.
- 19 Ebd.

sie sich bedienen, zur Verschleuderung ihres Geldes für schlechtgewählte und schlechtgeordnete Meublen verleitet zu werden.«²⁰

Der ungezügelte und ästhetisch vor allem als geschmacklos auffallende Konsum war ein wichtiger Gegenstand der Debatten über ›Luxus‹ und ›Mode‹ seit dem späten 18. Jahrhundert. Den sich darin ausdrückenden außengeleiteten Geschmackscharakter beschrieb Hegel in den *Grundlinien der Philosophie des Rechts* (1820). In der Korporation, so seine Überlegung, habe der Einzelne nicht nur in materieller Hinsicht eine sichere Position gefunden. Diese sei zugleich »*anerkannt*, so daß das Mitglied einer Korporation seine Tüchtigkeit und sein ordentliches Aus- und Fortkommen, daß es *etwas ist*, durch keine weiteren *äußeren Bezeugungen* darzulegen nötig hat«. Die Lösung aus der Korporation, so Hegel, ändere dies grundlegend: »[D]er Einzelne wird somit *seine Anerkennung* durch die äußerlichen Darlegungen seines Erfolgs in seinem Gewerbe zu erreichen suchen, Darlegungen, welche unbegrenzt sind, weil seinem Stande gemäß zu leben nicht stattfindet, da der Stand nicht existiert.«²¹

Mit der ständischen Ordnung ging, so lässt sich Hegel lesen, der traditionsgeleitete Charakter verloren. In produktiver Hinsicht trat ein in-nengeleiteter Charakter an seine Stelle – der Einzelne strebte nach »Erfol[g] in seinem Gewerbe«. In konsumtiver Hinsicht aber galt dies nicht. Selbst dem geschäftlich erfolgreichsten Bürger blieb in der Konsumtion nichts anderes übrig, als »äußerlich[e] Darlegungen seines Erfolgs« zu erwerben, die *von anderen* anerkannt wurden. Da jedoch der symbolischen Ordnung zugleich eine klare Hierarchie fehlte, konnten diese Darlegungen kein Ende mehr finden – sie waren quantitativ und qualitativ »unbegrenzt«. Diese Unbegrenztheit des Luxus als Chiffre des modernen Konsums war vielen Zeitgenossen unheimlich.

In Hegels Formulierung wird zudem das Problem der Entsprechung von Innerem und Äußerem des Symbolischen deutlich, die mit dem Verlust des traditionsgeleiteten Charakters prekär wird: Das Individuum verliert im Konsum die klaren Kriterien, nach denen es sowohl für andere als auch für sich selbst »etwas ist«. Die Entsprechung von Innerem und Äußerem geht verloren. Die Aporie, die aus dem Gleichheitsgrundsatz liberaler Gesellschaften entstand, lag darin, dass diese keine ›fixen‹ ständischen Anerkennungsstrukturen kannten, weil in ihnen (zumindest dem Prinzip nach) jeder jede Position einnehmen können sollte, inklusive des Dingbesitzes, der sich damit verband.

20 Ebd.

21 Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Grundlinien der Philosophie des Rechts oder Naturrecht und Staatswissenschaft im Grundrisse: Mit Hegels eigenhändigen Notizen und den mündlichen Zusätzen*, Werke 7 (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1986), 395. Hervorhebung im Original. Vgl. für weitere zeitgenössische Beispiele Erlin, *Necessary Luxuries*, 151.

Die Folge war ein zunehmend außengeleiteter Geschmack, in dem es weniger um ästhetische Erfahrung ging als darum, andere zu übertreffen – eine Entwicklung, die jener starke, nachhaltige und alle Teile der Gesellschaft erfassende Enttraditionalisierungsschub beschleunigte, den wir mit Modernisierung verbinden. Geschmack, so formulierte es Elias, war in der bürgerlichen Gesellschaft von einer strukturellen »Formunsicherheit« geprägt. Verloren ging »jene Sicherheit des Geschmacks und der schaffenden Phantasie, jene Festigkeit der Formtradition, die ehemals noch im unbeholfensten Produkt spürbar war.«²²

An ihre Stelle traten wilde modische Wechsel, subjektivistische Fehlritte und ein verkrampfter Wille zum Stil.²³ Dabei stellte das »Abgleiten in die Formlosigkeit auch für den stärksten Gestalter eine ständig akute Gefahr« dar.²⁴ Elias ging aber noch weiter: »Kitsch im negativen Sinne« sei »niemals nur Gegner außerhalb der Schaffenden, sondern immer auch Grundsituation in ihnen, nämlich ein Stück von ihnen selbst.«²⁵ Die Folge davon sei eine »eigentümlich künstliche und zuweilen fast krampfhaft gespannte Form« und eine Gereiztheit im »unablässigen Kampf mit der Formlosigkeit und dem Zerfall, den heute auch der Sicherste zu führen hat.«²⁶

›Die Kunst‹ als Weg zum innengeleiteten Geschmack

Als Gegenprogramm zu dieser ästhetischen Desintegration erscheint seit dem 18. Jahrhundert zunehmend ›die Kunst‹. Warum aber sollte Kunst – oder genauer: ›wahre Kunst‹ – den Weg zum innengeleiteten Geschmack weisen? Um das genauer zu verstehen, sei noch einmal daran erinnert, dass die Idee der Autonomie der Kunst selbst im Kontext der Debatten über Luxus und Mode im 18. Jahrhundert entstanden war. Wie Erlin gezeigt hat, wurden Kunstwerke als »necessary luxuries« gedeutet und propagiert.²⁷ Kunst galt als ein Gut, dessen Wert über Stand und Titel, aber auch über die schwankenden Anforderungen von Markt und Mode erhaben war – und das damit höheren, bleibenden Zwecken diene.²⁸ Dieser – später vergessene – Anschluss an die Luxusdebatte des 18. Jahr-

22 Elias, *Kitschstil und Kitschzeitalter*, 7.

23 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.

24 Elias, *Kitschstil und Kitschzeitalter*, 8.

25 Ebd., 9.

26 Ebd.

27 Vgl. Erlin, *Necessary Luxuries*, 45.

28 Vgl. Wilhelm, »Kunstgewerbebewegung«, 16.

hundreds verweist darauf, dass die Debatte über den ästhetischen Wert von Dingen, aus der auch die Kategorie des modernen ›Kunstwerks‹ entstand, Teil einer allgemeinen Verunsicherung dinglich-symbolischer Ordnung durch ihre Mobilisierung war.

Die Vertreter dieser Kunstautonomie inspirierten die Geschmackspolitik, weil sie dem Konsum gegenüber eine moderate Haltung einnahmen. Sie lehnten die Verbreitung der Kunst durch ›den Luxus‹ nicht ab, sondern bejahten sie, weil sie sahen, dass die Kultur durch ihre Entbettung aus den höfischen Kontexten gewinnen konnte. Kant etwa sah die »Ueppigkeit«, wie er den Luxus übersetzte, durchaus »mit der fortschreitenden Cultur des Volks (in Kunst und Wissenschaft) vereinbar«. ²⁹ Später begrüßte auch Goethe die »aufkeimende Neigung des Publicums«, seinen »neu belebte[n] Anteil an bildender Kunst, im Reden, Schreiben und Kaufen«. ³⁰

Zugleich sah man die desintegrativen Auswirkungen dieser Mobilisierung. ³¹ Die quantitative Vermehrung der Kultur konnte ästhetische Gestaltung zwar freisetzen, weil sie diese nicht mehr als politisch-repräsentatives Instrument gebrauchte, aber zugleich in ihren Qualitäten vernichten. Denn im Unterschied zur höfischen Welt schienen die ästhetischen Urteile der modernen Konsumenten instabil. Ihnen fehlte der sichere Geschmack, den nur Anciennität und Frühzeitigkeit in der ästhetischen Bildung geben konnten. Die Neuerfindung ›der Kunst‹ sollte ein Gegengewicht bilden. Goethe etwa sah das »einzige Gegenmittel gegen den Luxus« darin, dass er »balanciert werden könnte« durch »die wahre Kunst und das wahr erregte Kunstgefühl«. Gelänge dies nicht, werde die »scheinbare Befriedigung« des Publikums durch »[k]luge Fabrikanten und Entrepreneurs« letztlich zum »völligen Untergang« der Kunst führen. ³²

Kunstautonomie war für ihre Verfechter ein Schutz vor der symbolischen Ordnungslosigkeit, die der moderne Konsum mit sich gebracht hatte: vor der grundlegenden Unklarheit über den Wert der Kunst und ihrer Formen, vor der Tendenz, sich auf äußerliche Urteile anderer zu verlassen. ›Autonomie der Kunst‹ ist in dieser Hinsicht für das späte 18. und frühe 19. Jahrhundert eine durchaus irreführende Beschreibung, denn die Autonomie in Fragen der Gestaltung war durch den modernen Konsum selbst erst entstanden. Die von den ästhetischen Theoretikern gegenüber der ›dienenden‹ Kunst als ›frei‹ apostrophierte Kunst war also

29 Immanuel Kant, *Anthropologie in pragmatischer Hinsicht* (Königsberg: Nicolovius, 1798), 200.

30 Johann Wolfgang von Goethe, »Kunst und Handwerk«, in *Werke, I. Abt., Bd. 47* (Weimar: Böhlau, 1896), 58.

31 Vgl. Erlin, *Necessary Luxuries*, 4.

32 Goethe, »Kunst und Handwerk«, 58.

eine Reaktion auf die zunehmende Bedeutung der wirtschaftlichen Zirkulationsphäre. ›Kunst‹ war ein Mittel, eine Klasse von Dingen mit besonderem symbolischem Wert zu schaffen, die nicht nur der ständischen Repräsentation, sondern auch den autonomen Wertdynamiken des modernen Konsums entzogen waren.

Der Weg dorthin war die Verinnerlichung, also die habituelle Verankerung des Werts – in Abgrenzung von der Äußerlichkeit der Mode. Kant unterschied Mode- vom Kunstgeschmack, indem er die Mode dem äußerlichen sozialen Prinzip der Nachahmung zurechnete. Mode war das »Gesetz dieser Nachahmung, um bloß nicht geringer zu erscheinen als Andere und zwar in dem, wobey übrigens auf keinen Nutzen Rücksicht genommen wird«. ³³ Sie war für ihn deswegen »eigentlich nicht eine Sache des Geschmacks«, sondern eine Sache der Eitelkeit, »weil in der Absicht kein innerer Wert ist«. ³⁴ Sie produziere einen »Zwang, sich durch bloßes Beyspiel, das uns viele in der Gesellschaft geben, knechtisch leiten zu lassen«. ³⁵ Kant sprach also ganz explizit von äußerer Leitung.

Dem äußerlichen Nachahmungsprinzip der Mode stand das Verinnerlichungsprinzip der Kunst entgegen. Auffällig ist, dass dieses Prinzip durch eine Reinterpretation der höfischen Kunstsammlungen entdeckt wurde. Goethe bezog sich in seiner Beschreibung auf die Sammlung der Familie Borghese, die ihrem Prinzen etwas verschaffe, »was niemand neben ihm besitzen, was niemand für irgend einen Preis sich verschaffen kann, er und die Seinigen durch alle Generationen, werden dieselbigen Besitzthümer immer mehr schätzen und genießen, je reiner ihr Sinn, je empfänglicher ihr Gefühl, je richtiger ihr Geschmack ist, und viele Tausende von guten, unterrichteten und aufgeklärten Menschen aller Nationen werden durch Jahrhunderte eben dieselben Gegenstände mit ihnen bewundern und genießen«. Der »wahre Reichtum« bestand für Goethe entsprechend nicht im Besitz »viele[r] kostbare[r] Dinge«, sondern im »Besitz solcher Güter welche man zeitlebens behalten, welche man zeitlebens genießen, und an deren Genuß man sich bei immer vermehrten Kenntnissen immer mehr erfreuen könnte«. ³⁶

Der höfische Luxus war in dieser Deutung gerade *kein* Ausdruck bloß ›äußerlicher‹ Repräsentation des Standes. Zwar war für diesen höfischen Luxus die Veblen'sche Exklusivität wichtig; es ging um etwas, »was niemand neben ihm besitzen, was niemand für irgend einen Preis sich verschaffen kann«. Der Goethe interessierende soziale Effekt dieser Exklusivität lag aber gerade darin, dass die vielen, die durch die Sammlungen Geschmack erwarben, überhaupt erst ›guten Geschmack‹ ausbilden

33 Kant, *Anthropologie in pragmatischer Hinsicht*, 192.

34 Ebd., 193.

35 Ebd.

36 Goethe, »Kunst und Handwerk«, 57 ff.

konnten. Goethe deutete die frühneuzeitliche Geschmackselite und unter ihr den Adel gerade in der Weise, die auch hier vorgeschlagen worden ist: im Sinne einer kulturellen Produktivität ästhetischer Steigerung.

Johann Gottlieb Fichte (1762–1814) formulierte denselben Gedanken mit den Worten, das wahre Kunstwerk könne »uns nie alt werden, sondern bei jeder neuen Beschauung sich uns zu einem neuen Leben verjüngen. Wir werden nicht mehr uns sehnen nach etwas neuem, weil wir das Mittel gefunden haben, gerade das alleralteste, in das lebendigste und jüngste Neue, umzuwandeln.«³⁷ Kunstwerke waren Dinge, die man immer wieder genießen konnte und die im Gegensatz zu modischen Dingen mit der Zeit an Wert gewannen, weil sie umgekehrt ein Teil des Selbst wurden. Die innengeleitete Kunstliebhaberin konnte ihr Selbst entfalten, innerlich immer reicher werden, während der außengeleitete Konsument immer wieder mit der inneren Leere konfrontiert war, die sich einstellte, wenn das erträumte ästhetische Werk seinen Zauber verlor.³⁸

Bourdieu's Beschreibung einer ›Kantianischen Ästhetik‹ als Distinktionsmittel des Bildungsbürgertums ist somit nicht falsch, verdeckt aber den Entstehungskontext. Ihre Ursache lag in einem außer Kontrolle geratenen symbolischen Wettbewerb, der durch die *Economy of Qualities* ausgetragen und angeheizt wurde. Autonomieästhetik war der sehr konkrete Versuch des entstehenden bildungsbürgerlichen Milieus, sich im entgrenzten Konsum des späten 18. Jahrhunderts zu orientieren. ›Kunst‹ sollte, aus ihren ständischen Bezügen gelöst, zu einer kulturellen (und theoretisch ›abgesicherten‹) Ressource werden, die innere Leitung in einer immer dynamischeren Welt des Konsums ermöglichte. Dies als reine Klassenästhetik zu beschreiben unterschätzt die existenzielle Verunsicherung, die mit dem modernen Konsum einherging und auf die die Kunstautonomie eine – zweifellos milieutypische – Antwort war.³⁹

Was mit ›innerer Leitung‹ in Fragen des Geschmacks gemeint war, lässt sich nun klarer fassen. Es ging um die innere Verankerung von

37 Johann Gottlieb Fichte, *Die Grundzüge des gegenwärtigen Zeitalters* (Berlin: Verlag der Realschulbuchhandlung, 1806), 203.

38 Goethe sah deshalb selbst schon die von Campbell beschriebene Enttäuschungsdynamik: »So tragen die Engländer mit ihrer modern-antiken Topf- und Pasten-Waare [hier bezieht sich Goethe u.a. auf Wedgwood, J.W.], mit ihrer schwarz-, roth- und bunten Kunst ein ungeheures Geld aus allen Ländern und wenn man es recht genau besiehet, hat man meist nicht mehr Befriedigung davon, als von einem andern unschuldigen Porcellain-Gefäße, einer artigen Papiertapete oder ein paar besonderen Schnallen.« Goethe, »Kunst und Handwerk«, 59.

39 Überhaupt wird erst durch diese historische Perspektive klar, warum Bourdieu die ›Kantianische Ästhetik‹ in seiner Soziologie des Geschmacks als Schlüssel bürgerlicher Positionierung gebrauchen kann – denn sie steht selbst schon im Kontext der Auseinandersetzung mit einem entgrenzten, in seinen Werten prekären Warenangebot. Seiner eigenen »anti-kantianische[n]

Werten durch das konzentrierte Studium dessen, was man nun ›Kunst‹ nannte. Damit entstand ein funktionales Äquivalent für die Zentrierung ästhetischen Urteilens, wie sie die frühneuzeitliche *Economy of Qualities* bestimmt hatte – nur ohne Rekonstruktion der ständischen Ordnung. Diese Werte sollten – um die Metapher von Riesman et al. aufzugreifen – die ›soziale Antenne‹ durch ein ›inneres Gyroskop‹ ersetzen, das bei allen persönlichen wie gesellschaftlichen Wechseln Orientierung gab. Nicht die äußere Anerkennung sollte leiten, welchen Dingen man Wert zusprach, sondern, in welchem Maße sie inneren Werten entsprachen. So sollte ein souveräner Umgang mit dem wechselnden Angebot möglich werden, der es erlaubte, das Geschmackvolle eigenständig und sicher vom Geschmacklosen zu unterscheiden.⁴⁰

Wenn die Geschmackspolitik nach dem Vorbild der autonomen Kunst innere Leitung der Gestaltung durch die Auseinandersetzung mit ästhetischen Werken anstrebte, lag darin kein naiver »Vorbilderglaube«. ⁴¹ (Ein solches Urteil ist im historischen Rückblick, mit der über Generationen erworbenen Gewöhnung an die Vielheit der Stile im Massenkonsum, leicht gefällt.) Vielmehr war es die im deutschen Bildungsbürgertum seit dem 18. Jahrhundert gelebte Erfahrung, dass es in der exorbitant anwachsenden Masse der Dinge auch solche gab, die einen Fels in der Brandung der Moden bildeten – Dinge, deren Wert in der Unverfügbarkeit lag und an denen man Persönlichkeit bilden konnte.

4.2 Manöver im Streit

Einleitend wurde bereits festgehalten, dass diese Darstellung der Geschmackscharaktere wesentlich von Riesman et al. abweicht: Die Charaktere waren *reflexiv*. Gewissermaßen im Gleichschritt mit der

›Ästhetik‹ (Bourdieu, *Die feinen Unterschiede*, 81) fehlt in dieser Hinsicht die wissenssoziologische Distanz. ›Kantianische Ästhetik‹ wird von Bourdieu historisch kontextlos gesetzt, um sich daran abzuarbeiten. Das gilt auch für seine Kunstsoziologie, in der keine historisch-soziologische Auseinandersetzung mit Kant oder der Entstehung der Kunstautonomie im 18. Jahrhundert stattfindet. Vgl. Bourdieu, *Die Regeln der Kunst*. Bourdieu ist also, um es provokant zu formulieren, kein Kultursoziologe, sondern ein strukturalistischer Ungleichheitssoziologe. Kultur interessiert ihn nur insofern, als sie soziale Struktur durch die Körper hindurch affektiv zu reproduzieren und zu naturalisieren vermag. Was er theoretisiert, ist nicht ›Kultur als solche‹ (ob das überhaupt möglich ist, sei dahingestellt), sondern der Erhalt sozialer Ungleichheit durch Kultur. Nichts daran ist falsch, aber damit sind noch einmal die spezifischen Grenzen seines Zugriffs markiert.

40 Riesman, Glazer und Denney, *Die einsame Masse*, 15.

41 Mundt, *Die deutschen Kunstgewerbemuseen*, 13.

Expansion der *Economy of Qualities* entstanden (alltags)theoretische Überlegungen über die (sozialen) Mechanismen von symbolischen Wertzuschreibungen. Ob man ästhetischen Wert zusprach, weil dies inneren Idealen entsprach, oder eben: weil das andere taten, es also äußerlichen Zuspruch gab, war eine Unterscheidung, die selbst gemacht wurde.⁴² Die eben gegebenen Zitate haben dies deutlich gemacht.

Die Reflexivität der Unterscheidung zwischen innen- und außengeleitetem Geschmack ging aber noch einen Schritt weiter: Sie wurde *als Zurechnung* selbst ein Manöver im geschmackspolitischen Streit. Dieses Schema setzte im 18. Jahrhundert ein, als der Streit um die Form ›demokratisiert‹ wurde. Mit der Entgrenzung ästhetischer Gestaltung entstanden immer neue Konflikthanlässe, weil man sich nicht nur an immer mehr Dingen ästhetisch erfreuen, sondern an ihnen auch stören konnte. Die Anlässe lagen überall im Alltag; der Streit konnte jederzeit ausbrechen. Je öffentlicher diese Streite wurden, je größere Teile der Bevölkerung sie durch Publikumsrollen inkludierten, desto selbstverständlicher wurde der Streit.

Das Problem war die Autonomie der Form, die vom Standpunkt des innengeleiteten Geschmacks her einer ›ästhetischen Entleerung‹ gleichkam und unbedingt abzuwehren war. Deshalb musste man den Gegnern stets nachweisen, an dieser Entleerung mitzuwirken, der Autonomie nichts entgegenzusetzen, sondern sie noch zu befeuern. Der Vorwurf meinte etwas anderes als bloße Geschmacklosigkeit, nämlich eine Reproduktion der Form, die zwar noch unter den Kategorien des Geschmacks operierte, aber ihres Gehalts entleert war: eine leere Ästhetik, eine untote Kunst. Das galt für die Gegenwartsdiagnose der Formunsicherheit insgesamt. Das Publikum wurde durch sie emotionalisiert und polarisiert. In diesem Feld konnte niemand handeln, ohne sich zu positionieren, denn es gab keinen Wert mehr, der ›für sich‹ stand. Der Wert der Form behauptete sich aktiv gegen andere.

Die Aberkennung inneren Werts

Damit sei die positionierende Funktion solcher Zuschreibungen noch einmal hervorgehoben. Formproduzentinnen gab es in den Gewerben überall – die Geschmackspolitik trat mit dem Anspruch auf, ihnen allen innere Leitung zu geben, ob sie danach gefragt hatten oder nicht. Um das zu rechtfertigen, war das Mittel der Wahl die Aberkennung inneren

42 Jan Wetzel, »Der innengeleitete Geschmack: Kunst als wirtschaftliche Orientierungsressource an der Schwelle zur Moderne«, *Artis Observatio. Allgemeine Zeitschrift für Kunstsoziologie und Soziologie der Künste* 5 (2026): 115–146.

Werts – als Versuch der Demütigung des Kontrahenten oder, mit Rainer Schützeichel, als »Infragestellung des normativen Status einer Person«. Demütigung regulierte die »Zugehörigkeit von Individuen und Gruppen«⁴³ – hier zu denen, deren Geschmack als »innengeleitet« gelten konnte.

Voraussetzung für das Gelingen der Demütigung war, dass die bestehende Wertordnung als kontingent erfahren wurde. Streit war deshalb nur möglich, wenn Einigkeit über die Krisenhaftigkeit der Formunsicherheit und die Notwendigkeit ihrer Beseitigung bestand. Dies eröffnete die Möglichkeit einer Neubewertung durch das Publikum, weg von den Werten des Gedemütigten und hin zu den Werten des Demütigenden. Selbst wenn die Demütigung scheiterte, war die soziale Konstellation verändert, die Wertordnung destabilisiert.⁴⁴

Es ging bei der Aberkennung inneren Werts also nicht um eine Demütigung aufgrund askriptiver Merkmale, sondern um eine Demütigung durch Geschmack: Gedemütigt werden sollten diejenigen, die den »falschen Formen« Wert zuschrieben. Die Grundlage ihrer Wertzuschreibungen sollte verunsichert werden. Die Demütigung durch Wertaberkennung war auf ein Publikum ausgerichtet, das sich als bildungsfähig erlebte, dessen ästhetische Urteile also nicht deckungsgleich mit der sozialen Position waren. Wären Form und Wert voneinander trennbar gewesen, hätte keine einzelne Form den Anspruch erheben können, über alle sozialen Differenzierungen hinweg »gut« zu sein. Der Streit wäre unmöglich gewesen. Genau darum aber ging es in der von der Geschmacks politik angestrebten »Kunst des Volkes«.

Der transgressive Charakter dieser Wertaberkennung wird im von Schützeichel herausgearbeiteten Unterschied zur Scham deutlich. Denn Scham dient der Stabilisierung einer bestehenden Ordnung, ist also auf Konformität oder Normalisierung ausgerichtet. In der Sozialgeschichte des Geschmacks lässt sich Scham als Mechanismus der frühneuzeitlichen Aufwandsordnungen verstehen, die auf die Aufrechterhaltung einer ständischen Ordnung zielten. Dass die städtischen Obrigkeiten (wie oben dargestellt) bei Verstößen gegen die Aufwandsordnungen keine hohen Strafen verhängen mussten, erklärt sich daraus, dass sie mit der Scham der Delinquenten rechnen konnten: Diese anerkannten die Notwendigkeit einer hierarchischen Ordnung in der Regel ebenso wie ihr soziales Umfeld.

Gleiches gilt für alle sozialen Kontexte, in denen ein Wertkonsens besteht, etwa in geschlossenen Milieus. Ein solcher auf Wertkonsens beruhender Ordnungsrahmen stand den Kontrahenten in den

43 Rainer Schützeichel, »Soziologie der Demütigung«, *Zeitschrift für Theoretische Soziologie* 7, Nr. 1 (2018): 34.

44 Vgl. ebd., 33.

geschmackspolitischen Auseinandersetzungen nicht zur Verfügung. Sie stritten gerade um eine – auch von ihnen selbst! – kontingent gesetzte Wertordnung der Form. Beschämung setzte sich hier einem größeren Risiko des Scheiterns aus als Demütigung.

Die Kontrahenten beanspruchten die Autorität, über die ›gute Form‹ zu befinden und zu wachen, was die Geltung dieser Wertordnung voraussetzte. Die Erfolgsaussichten der Demütigung hingen also unmittelbar davon ab, inwieweit die Autorität der im Namen der ›guten Form‹ Demütigenden anerkannt wurde. In der geschmackspolitischen Öffentlichkeit lässt sich eine Steigerungsdynamik beobachten, die unmittelbar mit dem Verlust des höfisch-akademischen Geschmacksmonopols zusammenhing. Die Auseinandersetzung war geprägt von einer zunehmend symmetrischen Demütigungsbereitschaft – daher der angespannte Eifer der Avantgarden, daher auch der Kunsteifer Wilhelms II., der in dem Maße zunahm, in dem die Geschmackshoheit der Krone schwand.

Konkret nahm die Aberkennung inneren Werts verschiedene Formen an. Der gängige Vorwurf in geschmacklichen Auseinandersetzungen lautete, eine Form gewinne ihren Wert durch den Wettbewerb um knappe Güter, vor allem um Prestige, und sei deshalb ›äußerlich‹. Am bekanntesten machte diese Kritik Veblen mit seinem Begriff der *conspicuous consumption*. Bourdieu beschrieb eine ähnliche Sichtweise als Vorwurf der Gelehrten und Intellektuellen an den Weltmann und Bourgeois: Dessen Geschmacksurteil sei äußerlich motiviert, weil die innere Bereitschaft, einem Ding Wert zuzuschreiben, letztlich »interessegebundenen Vorstellungen von Kultur« folge.⁴⁵ Was als innere Orientierung erschien, leitete sich demnach aus sozialen Interessen ab, nicht aus innerem Wert.

Geschmack konnte so zugleich ein Mittel sozialer Abgrenzung wie sozialer Abwertung sein. Besonders deutlich zeigte sich dies, wenn gesellschaftliche Aufsteiger kritisiert wurden. Doch diese Art der Kritik konnte auch bestehende Verhältnisse infrage stellen. Veblens Analyse richtete sich nicht nur gegen den Konsum der Neureichen, sondern gegen sämtliche Oberschichten der Geschichte, die sich – in seinen Augen – allein durch ihre privilegierte Stellung legitimierten. Er bezweifelte daher, ob es im Luxus überhaupt so etwas wie ›wahre‹ innere Werte geben könne.⁴⁶ Die Avantgarden des späten 19. Jahrhunderts griffen diesen Gedanken auf, um Adel und Großbürgertum den ›guten Geschmack‹ abzusprechen – und damit auch ihren Besitz symbolisch abzuwerten.

Ähnliches galt für den Modegeschmack. Auch er ließ sich als außengeleitet zuordnen, wenn das Neue nicht als genuin innovativ, sondern als bloß vorübergehender Trend erschien – als etwas, das man nur für neu hielt, weil andere es taten. In solchen Fällen beruhte der Wert auf äußerer

45 Bourdieu, *Die feinen Unterschiede*, 32.

46 Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, 67.

Leitung, insbesondere durch Trendsetter, denen man folgte. Die Trendsetter bedienten sich, so die Kritik, der sinnlichen Überwältigung durch »Reiz und Rührung«. ⁴⁷ Reiz galt als mehr körperlich als geistig, dem Inneren also äußerlich. Diese Körpernähe galt auch für die Rührung, die zwar ein inneres Erleben darstellte, aber mit starker körperlicher Regung verbunden war – mit Tränen, einem »warmen inneren Gefühl«, mit »Gänsehaut«. ⁴⁸ Elias sprach von »Gefühlsausbrüche[n] von bislang ungekannter Stärke« als einem Indiz moderner Formunsicherheit. ⁴⁹

Drei Sozialfiguren der äußeren Leitung

Konkret geschah die Positionierung im Streit um die Form in Abgrenzung von drei Sozialfiguren: dem orientierungslosen Konsumenten, dem gewinnsüchtigen Unternehmer und dem unschöpferischen Gestalter.

Der *orientierungslose Konsument* ist eine Sozialfigur, die mit dem Aufkommen des modernen Konsums entsteht und in der oben zitierten Rezension eines Einrichtungsberaters anklingt. Als Aufsteiger – »so mancher wohlbemittelte Kaufmann, Fabrikant, Pachtbeamte, Eigenthümer eines mittelmäßigen Landguthes, welchen doch nicht zu verdenken ist, wenn auch sie ihres Ueberflusses in einer bequemen und zierlichen Wohnung zu genießen wünschen« ⁵⁰ – sind sie vom Angebot, das ihnen zur Verfügung steht, überfordert. Im Unterschied zu den höheren Ständen und ihrem Personal, also der alten Schmackselite, müssen sie sich bewusst Hilfe suchen, und laufen dabei Gefahr, betrogen zu werden.

Abwandlungen dieses Motivs finden sich im 19. Jahrhundert weniger freundlich, insbesondere in der distinktiven Abgrenzung nach unten. Sombart etwa sprach von den »Protzmanns« und meinte damit »Leute, die eben erst aus den dunklen Tiefen Galiziens oder der Ackerstraße aufgetaucht sind in den Glanz der »vornehmen« Viertel unserer Großstädte«. ⁵¹ Auch hier ist es die Tatsache, Geld, aber keinen Geschmack zu

47 Karstein, »Wider die »entadelte Kunst« der Industrie?«, 48; vgl. für die Literatur Woodmansee, *The Author, Art, and the Market*, 29.

48 Eine frühe Variante dieser Wertaberkennung war die Diskussion um die Lesesucht und Lesewut im späten 18. Jahrhundert. Insbesondere die Romantiker warfen populären Autoren vor, dass es ihnen nur um die Stimulierung körperlicher Empfindungen gehe und ihre Werke daher künstlerisch wertlos seien – was ihre Beliebtheit bei einem geschmacklosen Publikum sichere. Vgl. Erlin, *Necessary Luxuries*, 78.

49 Elias, *Kitschstil und Kitschzeitalter*, 7.

50 [Kw.], »Rezension«, *Allgemeine deutsche Bibliothek* 58 (1784): 287.

51 Sombart, *Kunstgewerbe und Kultur*, 65. Die Ackerstraße war zu Beginn des 20. Jahrhunderts ein Berliner Elendsviertel, Galizien eine wirtschaftlich rückständige Provinz Österreich-Ungarns. Galiziendeutsche, darunter viele

haben, die nur zu einem ›protzenden‹, bloß äußere Anerkennung erheischenden Ungeschmack befähigt.

Gleichwohl hat die Orientierungslosigkeit hier noch einen individuellen Charakter. Das änderte sich im Laufe des 19. Jahrhunderts. Mit der Entfaltung des modernen Konsums wurde die Orientierungslosigkeit als immer allgemeineres Phänomen problematisiert und bald zum *basso continuo* der Geschmackspolitik. Es waren nicht mehr einzelne Aufsteiger in der Ständehierarchie, sondern Kollektivsingulare wie Volk und Öffentlichkeit, Masse oder Menge, die als bildungsbedürftig angesehen wurden. Mitte des 19. Jahrhunderts war es für Geschmackspolitiker wie den Kunsthistoriker Franz Bock (1823–1899) bereits selbstverständlich, von einem »willenlosen, schnell zu befriedigenden Geschmacke der Menge«⁵² zu sprechen. Die Sozialfigur des orientierungslosen Konsumenten wurde zum reinen Symptom des ästhetischen Verfalls.

Der *gewinnsüchtige Unternehmer* war Teil dieses Spiels. Auch er galt als geschmacklich außengeleitet, weil er den Dingen den Vorzug gab, die gerade vom Markt verlangt wurden. Er bediente sich jeder Form, die Gewinn versprach, und ›ging mit dem Trend‹. Der Architekturkritiker Hans Schliepmann (1855–1929) schrieb über ihn:

»Der Fabrikant aber, der um der Konkurrenz willen aber auf jeden Wunsch, auch den thörichtesten, lauscht, jedes ›Neue‹ zuerst ausschachten möchte, freilich aber auch nichts wahrhaft Neues zu probiren wagt, weil's ja doch ein ›unberechenbares Risiko‹ ist, der darum dem Auslande immer verbunden ist, weil es ihm die Kastanien aus dem Feuer holt: – der Fabrikant treibt den Hexentanz zu immer schnellerem Tempo, ganz gleich, ob auch dabei jeder ruhige Fortschritt, jedes solide Arbeiten mehr und mehr unmöglich wird und schnell fertigem Schwindel das Feld räumen muss.«⁵³

Eingespannt zwischen dem orientierungslosen Konsumenten und dem gewinnsüchtigen Unternehmer erschien der *unschöpferische Gestalter*. Dieser trat in zwei Varianten in Erscheinung: zum einen als bloßer Nachahmer, zum anderen als verirrter Phantast. Als Nachahmer galt vor allem der Musterzeichner im Dienste der Kunstindustrie. Sombart beschrieb

jiddischsprachige Juden, wanderten Ende des 19. Jahrhunderts in großer Zahl aus, auch in das Deutsche Kaiserreich. Vgl. auch die Einordnung der »protzende[n] Arroganz der Neureichen« bei Bourdieu, *Die feinen Unterschiede*, 137.

52 Franz Bock, *Die Musterzeichner des Mittelalters: Anleitende Studienblätter für Gewerb- und Webeschulen, für Ornamentzeichner, Paramenten-, Teppich- und Tapetenfabrikanten nach alten Originalstoffen eigener Sammlung* (Leipzig: Weigel, 1859), VII.

53 Hans Schliepmann, »Nationale Kunst – nothwendige Kunst«, *Deutsche Kunst und Dekoration* 1 (1897): 32.

ihn als »armen Teufel[l] mit den dicken Mappen«, als »Mensch mit unentwickelter künstlerischer Veranlagung, oberflächlich gebildet, aber geschickt im Entwerfen von Skizzen, die er nach Vorlageblättern mit eigenen fürchterlichen Zutaten zurechtdrechselte«. ⁵⁴ Ähnlich auch Lessing:

»Wer auch nur in einem grösseren Modemagazine beobachtet, welche Berge von Mustern sich jedes Jahr aufhäufen, um rettungslos mit dem Ablauf des Jahres zu verschwinden, wird schon hier erschrecken vor der Fülle von Produktion, die zu diesem Betriebe gehört; aber erst derjenige, der in die Fabrik und die Musterzeichenstube hineingeschaut hat, bekommt eine richtige Vorstellung von der Sturmfluth dieser Arbeit. Ein berufsmässiger Musterzeichner muss engste Fühlung halten mit der Mode und mit den technischen Fortschritten der Fabrikation: auf selbständige Kunstideen und Liebhabereien kann er sich wenig einlassen.« ⁵⁵

Indem der Musterzeichner für den Markt produziere, so Lessings Urteil, schaffe er keine Kunst, sondern immer nur eine große Anzahl von Varianten, aus denen nicht er, sondern andere – Kunstindustrielle, Marktmacher, Händler – wählten. Er schaffe also keine neuen Formen, sondern ein Angebot, mit dem sein Auftraggeber auf dem Markt spekulieren könne. Im schlimmsten Fall werde er, wie es ein Lehrbuch für Musterzeichner mahnend formulierte, ein »Tagelöhner der Kunst«, der sich sklavisch nach den wechselnden Formen der Mode richten müsse. ⁵⁶

In der zweiten Variante, als *verirrter Phantast*, erschien der Gestalter zwar freier, aber dafür umso regelloser. Das »fressende Bedürfnis nach Originellem mußte«, so beschrieb es Sombart, »bei so raschem Wechsel allen vernünftigen Erfindungsgeist erschöpfen; man mußte schließlich zum reinen Unsinn seine Zuflucht nehmen«. ⁵⁷ Die fieberhafte Erfindung von Neuem führe zu einer »ungeordneten, regellosen Phantasie«, so Bock. ⁵⁸ Falke sprach in diesem Zusammenhang von gestalterischer »Unruhe«. Formen würden »gedankenlos« verwendet, es herrsche eine »Absonderlichkeit und Abenteuerlichkeit der Gestalten«. ⁵⁹ Würden Formen nur geschaffen, um die Konkurrenz zu übertrumpfen, werde nichts Schönes, sondern nur Neues produziert. »Damit hört eigentlich der Geschmack auf Geschmack zu sein; es kommt nicht mehr auf die künstlerische *Form* an, sondern auf einen neuen s. g. Gedanken.« ⁶⁰ Als nahe-

54 Werner Sombart, *Kunstgewerbe und Kultur* (Berlin: Marquardt, 1908), 57.

55 Lessing, *Kunstgewerbe*, 19.

56 R. T. Lord und Ferdinand Lieb, *Handbuch für Musterzeichner der Textil-Kunstindustrie* (Wien; Pest; Leipzig: Hartleben, 1900), 2.

57 Sombart, *Der moderne Kapitalismus*, 2: 299.

58 Bock, *Die Musterzeichner des Mittelalters*, VIII.

59 Jacob Falke, *Geschichte des modernen Geschmacks* (Leipzig: Weigel, 1866), 24, 26 u. 16.

60 Ebd., 379.

zu zwangsläufige Konsequenz prognostizierte Schliepmann vor diesem Hintergrund, dass der Gestalter »durch den Kampf um den endlichen Erfolg zu einer Ueberspannung seiner Phantasie, zum Bizarren und Auffallenden gedrängt« werde.⁶¹

Synthetisiert man die Beschreibung dieser drei Sozialfiguren, lässt sich der außengeleitete Geschmack als eine Form ästhetischer Orientierung fassen, die nicht aus einem innerlich verankerten Sinn für ›Ästhetisches‹ erwächst, sondern sich an den Erwartungen, Urteilen und Vorlieben der sozialen Umwelt ausrichtet (und dadurch manipulierbar wird). Der außengeleitete Geschmack war der geschmackspolitischen Kritik nach ›oberflächlich‹ – wandelbar, flüchtig, trendabhängig.

Der Vergleich als Mittel des Streits

Was mit dem Wert der Form durch den Strukturwandel der *Economy of Qualities* geschah, lässt sich durch eine spezifische Relationierung schärfer fassen, die bei der Feststellung des Werts im historischen Verlauf immer wichtiger wurde: *den Vergleich*. Bettina Heintz hat diesen als eine spezifisch moderne Ordnungstechnik beschrieben, mit der die Welt kommensurabler gemacht wird. In der vormodernen Gesellschaft waren Vergleiche zwar vorhanden, aber auf solche *innerhalb* der Schichten beschränkt (etwa durch Elitenkonkurrenz) und insgesamt selten. Dies entspricht dem, was hier als traditionsgeleiteter Geschmackscharakter beschrieben worden ist. In der ständischen Gesellschaft war der Vergleich von Formen innerhalb der ständischen Ordnung geregelt und durch Aufwandsordnungen begrenzt.

Heintz' entscheidende Einsicht betrifft die Reflexivität des modernen Vergleichs. Sobald Kulturen, Personen oder Organisationen miteinander verglichen werden und sich selbst vor dem Hintergrund solcher Vergleiche beobachten, werden nicht nur die Verglichenen, sondern auch die Vergleichs Gesichtspunkte selbst »zu einer Möglichkeit unter mehreren und damit prinzipiell relativ«. ⁶² Das beschreibt genau, was Elias als Formunsicherheit fasste – nur aus der Perspektive des Vergleichs. Die moderne Form wird kontingent, weil sie im Horizont anderer möglicher Formen beobachtet wird. Was Elias als subjektive Verunsicherung beschrieb, erweist sich so als Effekt einer Vergleichsinflation.

Diese Vergleichsinflation hat eine institutionelle Dimension. Heintz zeigt, dass Vergleiche konstitutiv für Globalisierungsprozesse sind: Sie stellen kulturelle Verbindungen her, indem sie ursprünglich Unverbundenes entlang einer dritten Größe auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede

61 Schliepmann, »Nationale Kunst – nothwendige Kunst«, 32.

62 Ebd., 310.

hin beobachtbar machen. Und sie entfalten disziplinierende Kraft, sobald die »Vergleichskriterien auf globaler Ebene institutionalisiert sind und von diesem Zeitpunkt an zu einer offiziellen Richtschnur angemessenen Verhaltens werden«.⁶³ Wer einer solchen öffentlichen Vergleichspraxis ausgesetzt ist, steht unter »einer ständigen und potentiell weltweiten Fremdbeobachtung«, in der sich die Verglichenen »auch selbst wechselseitig beobachten und vergleichen«⁶⁴ können – und beginnt, sich entlang der angelegten Maßstäbe einzuordnen.

Genauso funktionierten die geschmackspolitischen Institutionen des 19. Jahrhunderts. Unablässig kontrastierten sie ›gute‹ und ›schlechte‹ Formen, wodurch die Reflexivität des Streits um die Form stieg (Abb. 29). Die Museen stellten Formen verschiedener Epochen und Kulturen nebeneinander und machten sie vergleichbar. Die Weltausstellungen maßten nationale Leistungen aneinander. Falke etwa legte in seinem Bericht über die Pariser Weltausstellung von 1867 programmatisch einen »absoluten Maßstab an die Dinge«, mit der Folge, »daß manches als verfehlt und unzulänglich erscheinen mußte, was sich heute hoher Gunst erfreut«.⁶⁵ Der Streit um die Form war also ein Streit um die *tertia comparationis* – darum, welche ›dritte Größe‹ den Vergleich leiten sollte und wessen *tertium* öffentliche Gültigkeit, kurz: ›Wert‹ beanspruchen konnte. Die Sozialfiguren der äußeren Leitung – der orientierungslose Konsument, der gewinnsüchtige Unternehmer, der unschöpferische Gestalter – erscheinen in diesem Licht als Produkte einer solchen öffentlichen Vergleichspraxis: Positionen, die erst durch institutionalisierte Vergleiche identifizierbar und zuordenbar wurden.

4.3 *Imaginationen der Form*

Mit der (reflexiven) Unterscheidung von innengeleitetem und außen-geleitetem Geschmack ist ein weiterer Teil der Erklärung angesprochen, die den Ausgangspunkt dieser Untersuchung bildet: die Vermehrung ästhetischen Werts. Dieses ›Gegenprinzip‹ zur Autonomie der Form hilft, die einleitend gestellte Frage zu beantworten. Die ›ungeheure Formensammlung‹ ist – so lautet jedenfalls die These – kein Ergebnis rein marktwirtschaftlicher Konkurrenz, wie sie sich mit der Autonomie der Form verband, sondern bedurfte *externer* ästhetischer Ressourcen des Werts. Dabei war es nicht nur so, dass gerissene Kunstindustrielle sich der Kunst bedient hätten, um ihre Waren abzusetzen. Umgekehrt gab es Geschmackspolitiker, die den Gewerben die Kunst nahebringen wollten,

63 Ebd., 318.

64 Ebd., 308.

65 Falke, *Die Kunstindustrie der Gegenwart*, VII.

um ›die Kultur‹ zu heben. Ja, entgegen spezifischen Feld- oder Systemlogiken – oder diese jedenfalls überspannend – sollten sich Wirtschaft und Kunst gegenseitig steigern.

Damit ist indes noch nicht beantwortet, warum es langfristig weder zu einem Erstarren kam, also zu einer Einigung auf bestimmte ›geschmackvolle‹ Formen, noch zu einem bloß zirkulären Abwechseln der Form (ähnlich der Mode), also ästhetischen Vergleichen, die nicht auf eine qualitative Vermehrung hinwirken. Um die ästhetisch innovierende Funktion des Streits um die Form zu verstehen – jene Funktion, die letztlich hervorbrachte, was heute als ›Stilgeschichte‹ erscheint –, ist genauer zu fragen, wie in diesem Streit neue Formen ästhetischen Wert gewannen und geschmackspolitisch durchgesetzt wurden.

Das Dilemma der Avantgarden

In den Blick kommen dafür Avantgarden, die ästhetische Gestaltung mit *neuen* Formen aufzurollen versuchten. Es ging um Gruppen von Künstlern und Gestaltern, die sich, wie der Kunsthistoriker Anton Springer (1825–1891) schon Mitte des 19. Jahrhunderts schrieb, durch »Einengen des Formensinns durch den Glauben an ein bereits abgeschlossenes und vollendetes Formideal« auszeichneten.⁶⁶ Für die Vermehrung des Werts der Form waren sie entscheidend, da sie nicht nur neue Formen, sondern mit ihnen neue ästhetische Wertressourcen erschlossen, wozu weder das bescheidene Kunsthandwerk noch die profitorientierte Kunstindustrie allein in der Lage gewesen wären.

Avantgarden werden damit nicht allein am Rande der Gesellschaft, in der Lebensform der Bohème verortet. Sie wandten sich nicht einfach gegen ›die bürgerliche Gesellschaft‹.⁶⁷ Die führenden Avantgarden entfalteten ihre Wirkung dort, wo sie geschmackspolitisch aktiv wurden: nicht als Mitglieder künstlerischer Zirkel, sondern in wichtigen Positionen – als progressive Baubeamte, einflussreiche Berater der Handelsministerien oder charismatische Schulleiter.

66 Anton Springer, »Die bildenden Künste«, in *Die Gegenwart. Eine encyclopädische Darstellung der neuesten Zeitgeschichte für alle Stände*, Bd. 12 (Leipzig: Brockhaus, 1856), 676.

67 Diese traditionelle Entgegensetzung ist nach Maciuka ein historiografisches Artefakt: »Nachdem die verheerende deutsche Niederlage 1918 die Politik und Struktur der wilhelminischen Führung vollständig diskreditiert hatte, waren die Historiker in der Weimarer Republik unwillig, die Regierung des Kaiserreiches in irgendeiner Form mit den führenden Urhebern und Unterstützern der gestalterischen Avantgarde in Verbindung zu bringen. Spätere Historiker setzten die Tradition fort, Betrachtungen der deutschen Regierungspolitik vom Kulturbereich zu trennen.« Maciuka, »Das Handwerk in den Gräben«, 64.

Hier lag der entscheidende Unterschied zwischen autonomer Kunst und Geschmackspolitik. Immer da, wo Geschmackspolitik stilbildend wirken wollte, ging es nicht um *individuelle* Selbstaktualisierung, sondern um die Wiedergewinnung einer einheitlichen Form, gewissermaßen um ein »gesellschaftliches Selbst«. Indem man den Geschmack an Formidealen bildete, so die Idee, konnte man der Formunsicherheit etwas entgegensetzen. Während die autonome Kunst in Akademien, Museen und Zirkeln der Bohème Gegenwelten zum Alltag bilden konnte, zog die Geschmackspolitik ihr Selbstverständnis gerade aus dem Gedanken, dass sich die bildende Funktion der Kunst auf die gewerblich produzierte Dingwelt übertragen, also in eine *stilbildende* Funktion umformen lasse. Deshalb reicherten die Geschmackspolitiker nicht einzelne, von Künstlerhand geschaffene Dinge mit ästhetischem Wert an, sondern *die reproduzierbaren Formen selbst*.

Daraus ergab sich, was man als das *Dilemma der Avantgarden* bezeichnen kann. Ihre Formen mussten neu sein, um die vorhandene Formunsicherheit zu überwinden, konnten aber gerade dadurch selbst unter *Modeverdacht* geraten. Avantgarden, die ein neues Formideal propagierten, mussten sich den Vorwurf gefallen lassen, selbst Provokateure – oder auch Opfer – der Mode zu sein. Thomas Becker bemerkt entsprechend »ähnliche Strukturmerkmale zwischen Moden und Kunstavantgarden [...], die von Künstlern sehr früh in der Tat selbst bemerkt wurden«. ⁶⁸

Denn ob das »Einengen des Formensinns« (Springer) durch ein neues Formideal überhaupt zeitgemäß war, war durchaus umstritten. So bezweifelte der Kunstkritiker Ernst Schur (1876–1912) 1902 in *Deutsche Kunst und Dekoration* die Möglichkeit einer »feste[n] Wertung der Begriffe« der Gestaltung. Die geforderte Stilreinheit sei nur in Zeitaltern möglich gewesen, in denen es einerseits eine Unterdrückung der »Willenstribe« gegeben habe, andererseits weite Teile des Volkes vom Konsum ausgeschlossen gewesen seien. Das sei heute nicht nur undenkbar, sondern auch nicht machbar: ⁶⁹

»Ist da an ein Zusammenfassen, an eine Konzentration, an einen Stil, an eine Kultur im höchsten Sinne zu denken? Heute, wo alles in Frage steht? Wo alles durcheinander strebt in ewigem Kampf! Leben wir nicht in einer solchen Zeit, die einen Stil, eine Konzentration aus ihrem innersten Wesen heraus abweisen muss!? Hier liegt der tiefe Grund, weshalb alle diese Bestrebungen an einer allgemeinen Passivität scheitern, die man schelten kann und oft genug gescholten hat, die aber naturnotwendig ist – und gut ist. Das Volk hat hier instinktiv richtiger gefühlt,

68 Becker, »Kreativitätskritik«, 106 f.

69 Ernst Schur, »Renaissance – ein Programm für die Zukunft deutschen Lebens«, *Deutsche Kunst und Dekoration* 10 (1902): 449.

als alle Propheten, die ihnen ihr Heil aufdrängen wollten und ihnen eine Zwangsjacke anlegen wollten.«⁷⁰

Avantgarden suchten das Dilemma, wie in den folgenden historischen Fallstudien zu zeigen sein wird, dadurch zu lösen, dass sie zwar neue Formen propagierten, mit denen sie sich an die Spitze des Geschmacks setzten, zugleich aber sich darum bemühen mussten, diese Neuheit dem Modeverdacht zu entziehen. Dies wurde möglich durch das, was im Folgenden als *Imagination der Form* bezeichnet wird. Die Vorstellung eines ›imaginativen Werts‹ der Form schließt an die Analysen Jens Beckerts an, der sich der Frage des symbolischen Werts aus wirtschaftssoziologischer Perspektive angenommen hat. Wie hier einleitend argumentiert, betont auch Beckert, mit der Konzentration auf Distinktion sei in der Soziologie übersehen worden, dass symbolischer Wert auch auf inneren Bildern beruhen kann, die den Bewusstseinszustand der Konsumentin verändern. Das Ding wird geschätzt, wenn es als ›Brücke‹ zwischen dem Subjekt und einem gewünschten, aber nicht greifbaren Ideal fungiert.⁷¹ Es erweckt innerlich erfahrbare Assoziationen gewünschter Zeiten, Räume, Werte oder sozialer Affinität zu Personen oder Gruppen.

Kommoden mit geschwungenen Formen und Rokoko-Ornamenten etwa rufen innere Bilder höfischer Opulenz auf, modern gestaltete Kommoden dagegen solche schlichter Eleganz. Eine solche Anziehungskraft, die auf Vorstellungskraft statt auf äußerer Anerkennung fußt, lässt sich nicht als hedonistische Begierde abtun, die sich durch Konsum stillen ließe. Sie beruht vielmehr auf dem autonomen imaginativen Genuss, wie ihn Colin Campbell identifiziert hat – einem Genuss, der von den Eigenschaften der Dinge zu unterscheiden ist.⁷²

Anders als Campbell interpretiert Beckert diesen imaginativen Wert allerdings nicht als ›inneren Antrieb‹ des Einzelnen, sondern als Orientierung an Werten, die bestimmte soziale Gruppen teilen, und als Bestätigung der Mitgliedschaft in einer »moralischen Gemeinschaft«. Der imaginative Wert bietet also eminent *soziale* Orientierung – allerdings eine, die durch inneres Erleben aktualisiert wird und nicht mit der positionalen Ordnung übereinstimmen muss, ja in direktem Widerspruch zu ihr stehen kann.

70 Ebd., 448.

71 Vgl. Grant David McCracken, *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities* (Bloomington: Indiana University Press, 1988), 104. Boltanski und Esquerre, *Bereicherung*, 19, sprechen in ähnlicher Weise von »Leerstellen« (im französischen Original von *manque*, also einem »Mangel«), verbinden diese aber mit der Sammlerform. Bei ihnen geht es um das Kompletieren.

72 Campbell, *The Romantic Ethic*, 131, spricht vom »Modern Autonomous Imaginative Hedonism«.

Die Performanz des imaginativen Werts lässt sich als Transformation religiösen Erlebens verstehen, weshalb Beckert im Anschluss an Émile Durkheim von einer »totemistischen« Qualität von Gütern spricht. Ausratisiert – mit Imagination aufgeladen – wird das Totem durch ritualisierte religiöse Praktiken, durch Tanz, Musik und Feuer. Schon Durkheim erwähnt in diesem Kontext die vergleichbare Wirkung heraldischer oder nationaler Symbole, die eine moralische Gemeinschaft innerlich erfahrbar machen.⁷³ Die Nation kann wirksam werden, weil sie durch ihre Symbole als moralische Gemeinschaft innerlich erfahrbar ist – ihre Mitglieder positional gleichstellen muss sie dafür nicht.

Imaginationen der Form leisteten die Abwehr des Modeverdachts, indem sie – um einen Begriff von McCracken aufzugreifen – »displaced meaning«, eine *versetzte Bedeutung* produzierten.⁷⁴ Eine mit solcher Bedeutung angereicherte Form machte ein gestalterisches Ideal erfahrbar, das im Kontrast zur alltäglichen Wirklichkeit stand. So wurde das Ideal der »guten Form« durch eine innerliche Versetzung in entfernte Sphären erfahrbar. Die idealisierte Form blieb unberührt von der Unvollkommenheit der Gegenwart, weil sie in die Vollkommenheit einer fiktiven Gesellschaft versetzt war.⁷⁵ Diese Versetzung durfte jedoch nicht ins rein Phantastische erfolgen. Das Ideal musste als *erreichbar* erfahren werden, sonst konnte es keine affektive Kraft entfalten. Das Ideal erschien nicht als »Ideal an sich«, sondern manifestierte sich in der Form. Was in der Gegenwart (noch) marginal war, wurde durch seine allgemeine Existenz in einer versetzten, aber (wieder) erreichbaren Welt validiert.⁷⁶

Dinge, denen durch eine bestimmte Form eine versetzte Bedeutung angeheftet wurde, wirkten als Brücken zum Formideal. Sie entfalteten ihre Wirkung gerade dann, wenn sie schwer erreichbar waren. Es ergab, wie McCracken betonte, keinen Sinn, sich nach etwas zu sehnen, das man ohne Weiteres haben konnte. Bei der ästhetischen Produktion der Form ging es also nicht um die Umsetzung des Ideals in die Realität, sondern um die Schaffung eines kleinen, materiell konkretisierten und imaginativ aufgeladenen Teils des Lebensstils der fiktiven Idealgesellschaft. Aus diesem Grund konnten die nach dem Ideal gestalteten Dinge Waren sein, die die übliche Kaufkraft überstiegen (man denke an Bauhaus-Möbel).⁷⁷

Dieser Rückbezug auf eine innerlich Orientierung gebende, von der Mode unberührte Vergangenheit diente aber stets dazu,

73 Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse: le système totémique en Australie* (Paris: Alcan, 1912), 159.

74 McCracken, *Culture and Consumption*, 104.

75 Beckert, *Imaginierte Zukunft*, 387.

76 Vgl. McCracken, *Culture and Consumption*, 106.

77 Vgl. ebd., 111. Preis und Ideal bestätigten sich dabei gegenseitig. Das Ideal lebte von der Unverfügbarkeit, der hohe Preis half dabei. Andererseits sorgte der hohe Preis der Waren dafür, dass sie unverfügbar blieben (ebd., 114).

Zukunftserwartungen zu erzeugen. Mit avantgardistischen Imaginationen der Form verband sich in diesem Sinne immer eine »Politik der Erwartungen«⁷⁸ der gesellschaftlichen Entwicklung. Die Versetzung der Bedeutung in fiktive Idealgesellschaften sollte einen imaginativen Wert der Form erzeugen, der erwartungsbildend für wirtschaftliches Handeln wirkte.⁷⁹ Die Vertreter eines Formideals temporalisierten die symbolische Ordnung und prophezeiten eine Zukunft, die sie selbst herbeizuführen suchten.

Theorien der Form als Instrumente der Imagination

Doch wie wurden die Imaginationen hergestellt? Dafür kamen praktisch die verschiedensten »Instrumente der Imagination« (Beckert⁸⁰) zum Einsatz: kunsthistorische Abhandlungen, programmatische Zeitschriften und Manifeste als »Medien der Rezeptionssteuerung«⁸¹, aber auch materielle und institutionelle Arrangements wie Ausstellungen mit musterhaften Interieurs, Häusern und ganzen Siedlungen, Museen, Sammlungen oder Schulen. Imaginationen der Form griffen damit Praktiken der Wertzuschreibung auf, wie sie sich im Warenhaus und in den Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts herausbildeten. Avantgarden nutzten sie zur Ausstattung des *deep decor* ihrer fiktiven Idealgesellschaften.⁸²

Was Avantgarden als Gruppen, die bewusst neue Formen – und damit neue Werte – herzustellen versuchten, besonders auszeichnet, ist indes die ›Theorieförmigkeit‹ ihrer Instrumente der Imagination. Sie produzierten *Theorien der Form*. Diese Theorien schufen Ordnung in der ›ungeheuren Formensammlung‹ und etablierten stabile Unterscheidungen. Sie waren weder bloßes Machtinstrument noch bloße Willkür, sondern stützten sich auf normative Theorien menschlichen Zusammenlebens und seines ästhetischen Ausdrucks. Gerade indem sie soziale Ordnung auf bestimmte Weise ästhetisierten, machten sie diese änderbar – weil sie

Dieser Zusammenhang war wichtig, um den positionalen vom imaginativen Wert unterscheiden und doch gleichzeitig ihren Bezug verstehen zu können.

78 Beckert, *Imaginierte Zukunft*, 408.

79 Vgl. Birger P. Priddat, »Erfahrung und Erinnerung als Konstituenten von Erwartungen als Imaginationen im ökonomischen Kontext«, in *Das Imaginative der Politischen Ökonomie*, hg. von Walter O. Ötsch, Birger P. Priddat und Steffen W. Groß (Marburg: Metropolis, 2024), 85–124.

80 Vgl. Beckert, *Imaginierte Zukunft*, 341.

81 Vgl. Anna Klope, »Das Manifest als Medium der Rezeptionssteuerung im Architektur- und Designdiskurs« (Bauhaus-Universität Weimar, 2015).

82 Vgl. zum Begriff Gwyneth A. Jones, *Deconstructing the Starships: Science, Fiction, and Reality* (Liverpool: Liverpool University Press, 1999), 11.

zugleich Theorien der (idealen) Gesellschaft waren, die sich in den Formen ausdrücken sollte.

Es geht also nicht um einen kognitivistisch verengten Begriff von ›Theorie‹. Die Unterscheidungen, die sie trafen, traten in verschiedensten ›Aggregatzuständen‹⁸³ auf – historisch, technisch, gesellschaftstheoretisch und vor allem räumlich, in jenem Arsenal, das in den vorigen Kapiteln dargestellt wurde: Bilder, Ausstellungen, Musterbücher, Zeitschriften, Lehrsammlungen, Museen. Um die (neuen) Formen nicht nur verfügbar zu machen, sondern ihre Werte umzuwerten, musste dieses Arsenal in der Lage sein, habitualisiertes ästhetisches Wertungswissen zu hinterfragen. Umgekehrt musste das theoretische Arsenal stabil genug sein, um eine dauerhafte Rehabitualisierung zu ermöglichen – also eben *nicht* nur Mode zu sein. Theorien konnten dadurch praktisch bewirken, dass Dinge, die man bisher schätzte, abstoßend erschienen, oder umgekehrt verachtete Formen als schön erkennbar wurden. Es ging also nicht um spontane Ereignisse oder willkürliche Setzungen, sondern um aufwendige, bewusste ›Konstruktionen‹ – eben: Theorien.

Theorien der Form ermöglichten, mit Hans Joas gesprochen, eine besondere *Kreativität des gestalterischen Handelns*. In Joas' Handlungstheorie ist Kreativität kein außeralltägliches Phänomen, sondern liegt in der »selbstreflexiven Steuerung unseres laufenden Verhaltens«, in der »Reflexion der *immer schon* wirksamen, vor-reflexiven Strebungen und Gerichtetheiten«. Zwecksetzung geschieht nicht vor der Handlung, sondern durch reflektierte Stellungnahme zu vorreflexiven Strebungen – eine Stellungnahme, die »auf ein Medium angewiesen« ist, ein »standardisiertes Vokabular möglicher und legitimer Motive«. ⁸⁴ Im Fall der ästhetischen Gestaltung waren die Theorien der Form genau dieses Medium: Sie stellten das Vokabular bereit, mit dem vorreflexive ästhetische Orientierungen – das Gespür für das formal Schöne und das formal Abstoßende – reflexiv zugänglich und damit veränderbar wurden.

Gegen die Hierarchisierung des Geschmacks konnten Theorien der Form *erstens* dessen soziale Strukturiertheit aufdecken: Wurde Geschmack auf die soziale Position zurückgeführt, erschien er außengeleitet. Die offensive Zurechnung wirkte destabilisierend, gerade auch ›innerlich‹. Mit dem theoretischen Gewicht auf der Sozialität des ästhetischen Urteils wuchs der Selbstzweifel: »Fand ich das nur schön, weil ich ein Mitglied des Bildungsbürgertums war?« Dieser Mechanismus war gerade deshalb so wirksam, weil Distinktion konstitutiv *theorielos* sein musste, um zu funktionieren. Sie funktionierte da, wo sie ›natürlich‹ erschien – mühelos, anpassungsfähig, undiskursiv. Wo ästhetische Urteile

83 Diese Formulierung verdanke ich Stefan Hirschauer.

84 Hans Joas, *Die Kreativität des Handelns* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1996), 236 ff.

der Distinktion stabil waren, konnten stärker theoretisierte Urteile deswegen als ›angelesen‹ erscheinen, als bloß ›bildungsmäßig‹, ohne innere Verankerung angegriffen werden. Zugleich entstand ein Druck auf die Theorie selbst, zu zeigen, dass ihre Formen auch da schön waren, wo sie nicht distinguierten, und umgekehrt zu zeigen, dass die scheinbar natürlichen Urteile ihrerseits sozial voraussetzungsvoll waren.

Zweitens lösten Theorien der Form das ›Dilemma der Avantgarden‹, indem sie das jeweils Neue dem Modeverdacht entzogen und eine vertiefte ästhetische Beschäftigung erzwangen, sodass ein neues Urteil nachhaltig, das heißt habituell verankert, möglich wurde. Der Unterschied zur Mode war entscheidend: Mode war, wie die Distinktion, theorieelos und konnte deshalb nur mit den »Zufälligkeiten« (Simmel⁸⁵) arbeiten, die zu schwach waren, ästhetische Urteilsfähigkeit dauerhaft zu beeinflussen. Die Theorie der Form erwirkte zwar wie die Mode das Neue, war in dieser Hinsicht aber ihr genaues Gegenteil. Dabei übte der Modeverdacht einen Druck auf die Theoretiker der Form aus, sich gegen den Vorwurf bloßer Zufälligkeit zu verteidigen und ihre Theorie entsprechend aufzustellen.

Eine andere Beschreibung der Avantgarden

Damit lassen sich die Wandlungen, die man mit den Avantgarden insbesondere des späten 19. Jahrhunderts verbindet, überzeugender beschreiben. Gehlen hat ihren Gestus wie folgt beschrieben: »Im Grunde lehnt der Avantgardismus den Wettbewerb mit dem bisher Vorhandenen ab.« Es galt, »ins Vergleichslose abspringen« und »also von vorne anfangen [...] Überall also ein *gewolltes* Neuansetzen auf Wegen, die das Denken, das Experimentieren, das Aufsuchen unbetretener Gebiete finden ließ.« Avantgarden waren »Toreöffner in ein unbetretenes Gebiet, sie hatten die Überzeugung, die Kunstübung *aller* von morgen einzuleiten, gerade weil sie sich ins Vergleichslose begaben.«⁸⁶ Im Unterschied zu Gehlen ist

85 »So häßliche und widrige Dinge sind manchmal modern, als wollte die Mode ihre Macht gerade dadurch zeigen, daß wir ihretwegen das Abscheulichste auf uns nehmen; gerade die Zufälligkeit, mit der sie einmal das Zweckmäßige, ein andermal das Abstruse, ein drittes Mal das sachlich und ästhetisch ganz Indifferente anbefiehlt, zeigt ihre völlige Gleichgültigkeit gegen die sachlichen Normen des Lebens, womit sie eben auf andere Motivierungen, nämlich die formal-sozialen, als die einzig übrig bleibenden hinweist«, so Georg Simmel, »Philosophie der Mode«, in: *Gesamtausgabe*, Bd. 10: *Philosophische Kultur* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995 [1905]), 13.

86 Arnold Gehlen, »Erörterung des Avantgardismus in der bildenden Kunst: Zur Soziologie und Ästhetik der modernen Malerei«, in *Zeit-Bilder und weitere kunstsoziologische Schriften*, Bd. 9, von Arnold Gehlen, hg. von

für die Gestaltung aber hervorzuheben, dass es keineswegs einfach ein ›Sprung‹ war und schon gar nicht ›ins Vergleichslose‹.

Vielmehr bedurfte es, wie in den historischen Fallstudien zu zeigen sein wird, gerade der *Theorie*. Weil man durch die theoretischen Leitplanken angeleitet werden konnte, ›Geschmack zu finden‹ am Neuen – sei es an den so lange verachteten Formen des Mittelalters, außer-europäischer Kulturen oder der modernsten Technik –, wurde man zu neuen Vergleichen befähigt und konnte den Fundus der Formen nicht nur ergänzen, sondern insgesamt umwerten. Jede Avantgarde versuchte, ein neues *tertium comparationis* zu etablieren, um die bestehende Vergleichsordnung zu destabilisieren. Die Demütigung durch Wertaberkennung, die geschmackspolitische Waffe der Wahl, war der Versuch, den Gegner aus dem Kreis derjenigen auszuschließen, die überhaupt ›richtig‹ vergleichen konnten.

Die Avantgarden rebellierten also – anders als in der herkömmlichen Erzählung – nicht einfach gegen eine etablierte Ordnung. Da sie in Konkurrenz zu den konventionellen Vertretern der ›guten Form‹ standen, waren sie gezwungen, sich an diesen zu orientieren. Konventionelle und an Erneuerung interessierte Gestalter waren gleichermaßen Teil des Spiels. Der Streit hatte ein eigenes Gedächtnis für Formen und ihre Werte, das paradoxerweise gerade auch die Avantgarden bestimmte. Bourdieu spricht von einer »kumulative[n] Geschichte«, sodass die »*Überschreitung*, durch die sich die Avantgarde eigentlich definiert, selbst das Ergebnis einer ganzen Geschichte ist und sie unvermeidlich in Beziehung auf das verortet wird, was sie selbst zu überholen prätendierte.«⁸⁷

Diese Struktur zeigt sich darin, dass sich innovative Gestalterinnen und Gestalter stets durch eine Nacherzählung der Geschichte der Gestaltung und eine entsprechende Umwertung des Fundus der Formen positionierten. Dadurch wurde der jeweilige imaginative Wert an eine ›innere‹ Geschichte des Werts eingefügt – in Abgrenzung zur Mode, die sich die Formen äußerlich aneignete, gerade im Desinteresse an ihrer ›inneren‹ Bedeutung.

Diese Überlegungen verdeutlichen auch, warum die Untersuchung in der Renaissance ansetzt. In dieser Epoche begann die theoretische Ablösung der Form von der Herstellung, vom ›Handwerk unter Anwesenenden‹. Die Vermehrungsmöglichkeiten des Werts der Form lagen damit ›tiefer‹ als spätere Feldlogiken, die ihrerseits darauf aufsetzten. Anzusetzen ist daher nicht erst bei der Kunstautonomie des 18. Jahrhunderts oder der Avantgarde des späten 19. Jahrhunderts, sondern bei der Theoretisierung der Form seit der Renaissance, die unter den Bedingungen der

Karl-Siegbert Rehberg, Gesamtausgabe (1960; Frankfurt am Main: Klostermann, 2016), 433 ff.

87 Bourdieu, *Die Regeln der Kunst*, 385. Hervorhebung im Original.

Formautonomie und der Geschmackspolitik des 19. Jahrhunderts weiter ausgebaut wurde. Die Avantgarden bleiben wichtig für die Erneuerung des Werts der Form – aber, so das Argument, dadurch, dass sie im Medium der Theorie konkurrierten, nicht dadurch, dass sie Formen einfach neu erfanden. Es ergibt sich somit eine Dezentrierung der Innovation: weg von den Künstlern und insbesondere weg von den radikalen »Toreöffnern« (Gehlen), ohne deren Bedeutung zu leugnen.

Mit diesen Überlegungen ist der begriffliche Rahmen geschaffen, um sich in den folgenden Kapiteln ganz konkret mit historischen Imaginationen der Form auseinanderzusetzen, die den Wert der Form vermehrten. Die Annahme ist, dass sich vom späten 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert drei Register identifizieren lassen, mit denen den Formen imaginativer Wert zugesprochen wurde: das museale, das handwerkliche und das technische Register. Alle drei sind mit bestimmten historischen Situationen verbunden, in denen das jeweils neue Register Möglichkeiten bot, den Wert der Form zu verflüssigen und neu zu bestimmen. Da sie in historischer Abfolge und mit aktivem Bezug aufeinander entstanden – mit jedem neuen Register eröffneten sich neue Möglichkeiten, die Werte des alten abzuwerten –, erfolgt die Rekonstruktion genealogisch.

