



## Bericht zum 18. Basler Renaissancekolloquium

am 3. Dezember 2010  
von Franziska Hilfiker

---

### «Konsum und Geschäft - Consumer's Renaissance»

Konsum und Renaissance? Die Renaissance als Konsumentenkultur? Diesen Fragen – dem thematischen Konnex von Renaissance und Konsumtion – ist in der geschichtswissenschaftlichen Forschung in den vergangenen Jahren vermehrt Interesse zuteil geworden. Zum einen im Zuge der *connected histories*, wie sie Lisa Jardine und Jerry Brotton in den Monografien *Global Interests* oder *The Renaissance Bazaar* entwarfen, wo der Fokus auf den Austausch zwischen östlichen Gütern und Westlicher Nachfrage / Konsumkultur und die These einer sich aus diesen Austauschprozessen konstituierenden Renaissance gerichtet ist. Zum anderen aber auch durch die aktuelle Diskussion um Objekte und die Geschichte der materiellen Kultur, die verstärkt die Seite der Konsumenten ins Blickfeld der Untersuchung rückt. Der Verbindung zwischen Materialien, Objekten, Medien und Konsumenten gingen Ulinka Rublack und Benjamin Schmidt im 18. Basler Renaissance-Kolloquium nach.

**Dr. Ulinka Rublack (Cambridge)**

**Clothes, Consumption and Visual Culture in the Early Modern Period**

Ulinka Rublack sieht die Renaissance als Zeitraum, in dem materielle Objekte immer mehr an Wichtigkeit gewannen, sich eine ‚neue Dinglichkeit‘ manifestierte und sich zugleich neue visuelle Praktiken sowie neue Formen der Medialisierung (wie zum Beispiel die Portrait-Malerei) herausbildeten; als Zeitraum, in dem der Gesichtssinn verstärkt Präsenz bekam und sich ein Gespür für das Anschauen und Angeschaut-Werden entwickelte. In ihrer Präsentation, die Ergebnisse aus ihrer im Herbst 2010 erschienen Monografie *Dressing Up. Cultural Identity in Renaissance Europe* vorstellt, versucht Rublack dieses In-Dialog-Treten von Dinglichkeit und visueller Kultur anhand der Untersuchung von Formen, sich zu kleiden, von Kleidungsstücken und deren Wiedergabe auf Gemälden, in Trachtenbüchern und Chroniken, nachzuzeichnen. Ihr Quellenmaterial fusst dabei vorwiegend auf Dokumenten aus dem europäischen Raum nördlich der Alpen.

Ulinka Rublack wendet sich gegen ein Narrativ, welches das 16. Jahrhundert als ‚*sartorial ancien régime*‘ (Daniel Roche) beschreibt, in dem *looking at fashion* gleichbedeutend für *looking at elites* steht, und das Handwerker und Landleute der Zeit in ein uniformes dunkles Grau-Braun kleidet, und präsentiert eine äusserst farbenfrohe Renaissance. Ihr gelingt es aufzuzeigen, dass die von der Forschung für das Mittelalter konstatierte ‚Liebe zur Farbe‘ – ‚*the Gothic Love of Colour*‘ – auch in der Renaissance eine Fortsetzung gefunden zu haben scheint, und dies nicht bloss unter den

Oberschichten. Um dies zu veranschaulichen, zeigte Rublack u.a. Aquarelle aus einem zwischen 1560 und 1580 von Sigmund Heldt zusammengestellten Album: Auf einem Aquarell reinigt ein Nürnberger Hausknecht die Decke von Spinnweben, wobei er einen hohen Federhut trägt; sein raffiniert geschlitzt-geschnittenes Gewand erlaubt einen Blick auf das rot leuchtende Unterkleid. In einem hellen Grün dagegen, das sowohl seine Hose, als auch seine Kopfbedeckung ziert, präsentiert sich auf einem anderen Aquarell ein deutscher Fuhrmann.

Allen voran die Farbe Gelb avancierte vom Beginn des 16. Jahrhunderts weg zu einer regelrechten Modefarbe. So wurden gelbe *partlets* und Halstücher mit Kleidungsstücken in gedämpfteren Farbtönen kombiniert. Auf einem Gemälde aus den *Augsburger Monatsbildern*, das eine Marktplatzszene wiedergibt, leuchten dem Betrachter diverse gelbe Kleidungsstücke entgegen: Im Bildvordergrund bückt sich ein Herr, in einen langen gelben Mantel gewandet, nach einer Gans, gelbe Hüte sind in der Menschenmenge auszumachen, ein Reiter trägt gelbe Handschuhe, eine Frau ein gelbes Kleid. Das Bild zeigt die Präsenz auf, welche die Farbe Gelb im Alltagsleben der Menschen einnahm sowie die innovativen Farbkombinationen der Renaissance, die sich am Beispiel der verschieden kolorierten Ärmel eines Mantels oder gelb-blau gestreifter Hosenbeine visualisiert finden. Anhand des Gemäldes, so meint Rublack, lasse sich zusätzlich auch sehr gut sichtbar machen, dass es einem breit gestreuten Konsumentenkreis möglich gewesen war, gelbe Details in das äusserliche Erscheinungsbild zu integrieren – sei es in einer kostspieligen Variante eines stoffreichen, langen Gewandes oder eben in einer günstigeren Façon als runder ‚Farbtupfer‘ auf dem Hut.

Die Beispiele illustrieren, was sich in verschiedenen Chroniken, Alben und Kostümbüchern zahlreich finden lässt und dadurch für die These spricht, dass die Menschen in der Renaissance viel bunter und raffinierter gekleidet waren, als dies die Forschung bislang angenommen hatte. Jedoch lässt sich im Zuge eines bildkritischen Ansatzes auch die Frage stellen, ob die Bilder tatsächlich so eindeutig interpretierbar sind und als Abbilder gelesen werden können.

Wie Rublack überzeugend aufzeigte, erfuhr das 16. Jahrhundert eine wahre Explosion und Diversifizierung der Schneiderfertigkeiten. Neue, engere Schnitte, die Verwendung neuer und Neukombination bekannter Materialien, sowie die sinnlich-haptische Qualität der Stoffe, trugen zu einem verstärkten Körpergefühl der mit diesen Schneider-Kreationen eingekleideten Konsumenten bei. Ein erhöhtes Bewusstsein unter der Käuferschaft etablierte sich, ein Bewusstsein dafür, dass es möglich wurde, über Kleidung und über verschiedene Medien visueller Repräsentation öffentlich Werte und Zugehörigkeiten (*identifications*) – zu sozialen Ständen, zu religiösen Gruppen, zur Beziehung zum eigenen Körper, zur Sexualität etc. – auszudrücken. Kleider verhalfen dazu, in verschiedene Rollen schlüpfen, mit Identitätszuschreibungen und Selbstrepräsentationen spielen zu können. Die Möglichkeiten, die sich den Menschen durch die in neuen Formen, Farben, mit neuen Stoffen und Schnitten geschneiderten Gewändern wie auch durch die neuen visuellen Darstellungsmittel eröffneten, führten dazu, dass der Akt des Sich-Kleidens sich in der Renaissance zu einer immer wichtigeren ‚*signifying practice*‘ entwickelte. Kleidung wurde zu einem *symbolic toolkit*, durch welches Werte, Identitäten und Zugehörigkeiten angeeignet, auferlegt, geändert und kommuniziert werden konnten.

**Prof. Dr. Benjamin Schmidt (University of Washington, Seattle)**  
**Knowledge Products: Exotic Geography circa 1700**

Im zweiten Vortrag stand der Prozess der *trans-mediation* im Mittelpunkt. Ausgewählten grafischen Vorlagen folgend, die im Zeitraum um 1700 in Europa auf verschiedenen medialen Trägern (wie Kupferstichen, Zeichnungen, Gemälden, Holzkommoden, Keramikgefässen etc.) reproduziert wurden, versuchte Benjamin Schmidt aufzuzeigen, inwiefern das Zirkulieren bestimmter Bildszenen durch diverse Medien und somit unterschiedliche (Gebrauchs-)Kontexte die Bedeutung der Bilder verändert und zu einer Transformation von Wissen über die dargestellten Szenen geführt hat. „*Meanings change with media. The media can be the message*“, so formuliert Benjamin Schmidt, in Anlehnung an Marshall McLuhan, seine These.

Vor allem in Holland – in den Amsterdamer Kupferstecherwerkstätten und Druckerateliers – erfuhr Ende des 17. und in den ersten Jahrzehnten des 18. Jahrhunderts die Produktion von materiellen Objekten, welche Motive aus fernen Ländern visualisierten einen einzigartigen Aufschwung. Verbreitung und Transformation von Wissen über fremde Weltgegenden kristallisierten sich dabei im Prozess der Kommodifizierung. Objekte wie Kupferstiche, bemalte Holzschränke oder illustrierte Porzellanschalen machten ‚*European images of (an)other world(s)*‘ sichtbar und wurden zu Wissensträgern, die Benjamin Schmidt *knowledge products* nennt.

Anhand einer beeindruckenden Auswahl von Bildern auf Zeichnungen und Gemälden, auf verschiedensten Arten dekorativer Gegenstände und Gebrauchsobjekten, gelang es Schmidt in seiner Präsentation, die Wege bildhafter Motive und Details von einem Objekt zum nächsten nachzuzeichnen und die diese Transfers begleitenden Verschiebungen von Wert, Gebrauch und Bedeutung aufzuzeigen. Dabei fokussierte Schmidt darauf, den Prozess der Exotisierung, den die Motive in ihren ‚medialen Wanderungen‘ durchliefen, sichtbar zu machen.

Zwei Beispiele aus der Fülle des von Schmidt präsentierten Materials sollen im Folgenden kurz herausgegriffen werden:

Auf einer um 1657 entstandenen Grafik aus Joan Nieuhoofs *Reise Beschreibung nach China* mit dem Titel *Bedelaars* findet sich die Szene einer Gruppe von Bettlern, woraus einzelne Figuren – wie diejenige eines Mannes mit in Flammen stehendem Haupt – in der Folgezeit in Darstellungen auf verschiedensten medialen Trägern zu zirkulieren beginnen. Von einem Druck Jacob van Meurs, der eine Palmengesäumte Strandfläche mit Handelsschiffen, die in ihrer Rolle als Transportmittel nach fernen Ländern auf den Reichtum und die exotischen Schätze fremder Gegenden verweisen, kursiert die Gestalt weiter in ein Galerie-Gemälde Jan van Kessels. Schliesslich findet sich der Mann – nun zu einer Figur mit asiatischen Gesichtszügen transformiert – in einer Darstellung auf einer, sich als ‚authentisch‘ chinesisch ausgebenden, Keramik. Die Gestalt, über dessen Haupt Flammen züngeln, löst sich im Laufe der *trans-mediation* von der Konstellation der Bettlergruppe und wird zu einem Signifikanten des Asiaten. Benjamin Schmidt zeigt auf, wie die graphische Vorlage durch die Zirkulation durch verschiedene mediale Träger einen sichtbaren Prozess der Exotisierung und Orientalisierung durchläuft. Durch den Vorgang der *trans-mediation* werden *knowledge products* generiert und damit Wissen über und Bedeutung der bildlichen Motive ausgeweitet und verlagert.

Ein weiteres Beispiel, das Schmidt anführt, ist die Darstellung einer asiatischen Bestrafungsszene. Der aus dem Jahr 1625 stammende Bericht des Jesuiten Adriano de las Cortes, welcher von asiatischen Bestrafungen durch Stockschläge erzählt, findet in der Folgezeit in Form einer bildlichen Darstellung Eingang in den *Atlas Chinensis*, wo unter dem Titel ‚*chinese caning*‘ die Züchtigungsszene zum Inbegriff asiatischer traditioneller Machtssysteme wird. Hundert Jahre später findet sich die Szene des ‚*chinese caning*‘ auf einer Tapete in einem europäischen Schlafzimmer wieder. Sie zeigt einen Mann, der nackt und gefesselt im Bildvordergrund auf dem Boden liegt und durch Stockschläge gezüchtigt wird. Rechts sind weitere, ihrer Kleider beraubte Männer auszumachen, die der Bestrafung harren. Von einem Fenster eines im Bildhintergrund angesiedelten Hauses aus wird die Szene (mit einem voyeuristischen Anklang) von zwei Beobachtern überschaut. Durch diese Verschiebung – gleichsam ‚*from book to bedroom*‘, wie es Benjamin Schmidt formuliert –, d.h. durch den Prozess der *trans-mediation* von der Illustration im *Atlas Chinensis* zum Wandschmuck in einem europäischen Schlafgemach, wurde die Gewaltszene, welche zuvor die europäische Auffassung traditioneller asiatischer Bestrafungssysteme illustrierte, personalisiert und erfuhr durch den Eingang in einen Wohnraum eine Umdeutung zur dekorativen Folderszene, zu einer europäischen Repräsentation exotischer Gewalt.

Mit solchen Beispielen gelingt es Benjamin Schmidt eindrücklich, den Weg von Motiven im Prozess der *trans-mediation* und die solche Transfers von einem materiellen Objekt zum andern begleitenden Transformationen von Bedeutung, Wissen, Gebrauch und Status der Illustrationen sichtbar zu machen.

## Schlussdiskussion

In einer angeregten, den beiden Vorträgen folgenden, Abschlussdiskussion, hob Achatz von Müller drei Punkte, welche in den Präsentationen zu ‚Konsum und Geschäft – Consumer’s Renaissance‘ verstärkt zur Geltung kamen, noch einmal gesondert hervor. Zum einen das Wechsel- und Zusammenspiel von Konsumtion und Visualisierungen: Die zentrale Rolle von Visualisierungen als Konsum anregende Motive und zugleich Konsumtion als ein in diese Visualisierungen integrierter Part. Zum zweiten wurde die Wichtigkeit von Modeströmungen betont, *fashion* als einen zentralen, den Konsum dynamisierenden Faktor ausgemacht. Abschliessend wurde der Blick auf den Prozess der Grenzüberschreitung gelenkt, welcher in beiden Vorträgen Betonung fand – sei es bei Vorgängen wie der Wanderung von Motiven im von Benjamin Schmidt nachgezeichneten Prozess der *trans-mediation* oder auch bei der Zirkulation von materiellen Objekten selbst, zum Beispiel von Kleidungsstücken und neuen Stoffen, wie es Ulinka Rublack aufzuzeigen gelang.