



BILLIGE BILDER

Populäre Kunstgeschichte
in Monografien und Mappenwerken seit 1900
am Beispiel Albrecht Dürer

Herausgegeben
von Joseph Imorde und Andreas Zeising



Billige Bilder.

Populäre Kunstgeschichte in
Monografien und Mappenwerken



Billige Bilder

Populäre Kunstgeschichte in
Monografien und Mappenwerken seit 1900
am Beispiel Albrecht Dürer

Herausgegeben von Joseph Imorde und Andreas Zeising

**Ausstellungsführer der Universitätsbibliothek der
Freien Universität Berlin Nr. 60**

Reihe Bild- und Kunstwissenschaften Band 8

Die vorliegende zweite Auflage der Katalogpublikation erscheint begleitend zur Ausstellung »Billige Bilder. Populäre Kunstgeschichte in Monografien und Mappenwerken seit 1900 am Beispiel Albrecht Dürer« in der Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin, 25. April – 27. Juni 2019. Die Berliner Ausstellung greift dabei eine Ausstellung in der Universitätsbibliothek der Universität Siegen auf, die im Herbst 2016 stattfand und in Kooperation mit dortigen Studierenden der Fächer Kunstgeschichte und Kunst konzipiert wurde.

Die abgebildeten Originale entstammen der Sammlung Diehl, Burbach-Lippe, und dem Besitz des Lehrstuhls für Kunstgeschichte der Universität Siegen. Etwaige Urheberrechte liegen bei den Verlagen oder deren Rechtsnachfolgern. Der Abdruck des Plakatmotivs auf Seite 46 erfolgte mit freundlicher Genehmigung des Städel Museums, Frankfurt am Main.

Zweite, ergänzte Auflage 2019

Ausstellungsführer der Universitätsbibliothek
der Freien Universität Berlin Nr. 60

Reihe Bild- und Kunstwissenschaften Band 8

© universi Siegen, 2016, 2019

www.universi.uni-siegen.de

Gestaltung
Christof Becker, Wuppertal

Herstellung
UniPrint Universität Siegen

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen
Nachdrucks oder der fotomechanischen oder
digitalen Wiedergabe, vorbehalten.

ISBN 978-3-96182-036-8

Inhalt

Vorwort	7
Joseph Imorde Zur »Überallheit« der Bilder	13
Andreas Zeising »An Farbe hängt, nach Farbe drängt jetzt alles«. E. A. Seemanns »Farbige Kunstblätter« und das Für und Wider der Reproduktion	25
Antje Quast Populäre Kunstgeschichte digital	41
Andreas Zeising Deutscher Meister? Populäre Dürer-Rezeption zwischen Kaiserreich und Weimarer Republik	49
Katalogteil	59



Die Meisterbilder von Dürer
(Weichers Kunstbücher Nr. 27)
Berlin/Leipzig: Verlag von
Wilhelm Weicher 1909

Vorwort

Unter dem Titel »Original und Reproduktion« veranstaltete das Essener Folkwangmuseum 1929 eine bemerkenswerte Ausstellung, die die Besucher mit einer Gegenüberstellung alter und neuer Kunstwerke mit gedruckten Faksimiles unterschiedlicher Hersteller konfrontierte. Ersonnen hatte die Ausstellung Alexander Dorner, der damit die Aufforderung verband, die seit langem kontrovers beurteilte Frage, welchen Stellenwert die Reproduktion für die Kunstwissenschaft haben konnte, einer Klärung unter Versuchsbedingungen zu unterziehen. Das Unternehmen schlug hohe Wellen, nicht nur, weil es selbst Experten in einigen Fällen unmöglich war, Original und Reproduktion zu unterscheiden.¹

Eine der Reaktionen stammt vom Direktor der Berliner Gemäldegalerie, Max J. Friedländer, der sich in der Zeitschrift »Kunst und Künstler« in erregter Diktion zum Anwalt des »Originals« aufschwang und auf das Heftigste gegen eine Wissenschaft wettete, die in ihrer Beschäftigung mit den minderwertigen Surrogaten der Reproduktionsindustrie das »Abenteuer« des Sehens verlernt habe: »In bedenklichem Grad hat sich das Photogramm an die Stelle des Originals gesetzt. Alles wird publiziert. Die Kunstgelehrten sitzen vor Bergen von Photogrammen, vergleichen, ziehen Schlüsse und schreiben Geschichte. Öffentliche Sammlungen, Forschungsinstitute werden begründet, und das Studium der Kunst wird erleichtert. Das Ideal, eine wohlgeordnete Sammlung von Abbildungen aller Kunstwerke, soll in New York verwirklicht werden. Berufsroutine, Dünkel, das Phlegma der regelmäßigen Schreibtischarbeit werden durch solche Förderung gesteigert, die Demut aber herabgesetzt, und jene Gefühlsspannung vermindert, die das Auge sehen macht.«²

Friedländers Protest haftete etwas Verzweifeltes an, war die Reproduktion doch nicht nur in der kunsthistorischen Forschung ein kaum mehr zu entbehrendes Werkzeug. Längst hatte sie auch in der breitenwirksamen Vermittlung, also dem weiten Feld der populären Kunstgeschichte, dem musealen Originalwerk den Rang abgelaufen. Seit der Zeit um 1900 hatten geschäftige Unternehmer mit Künstlermonografien und Mappenwerken einen Massenmarkt erschlossen und ein Publikum adressiert, das die Originale womöglich überhaupt nicht kannte. Mochte ein bildungsbürgerlich sozialisierter Beobachter wie Friedländer auch insistieren, ein »Blickerlebnis« sei nur im Angesicht des »echten« Kunstwerks

möglich, so wurde die Reproduktionsindustrie im Gegenteil nicht müde zu betonen, dass »Erlebnis« und »Genuss« sich ebenso im Gebrauch billiger Bilder einzustellen vermochten. Auch für kleines Geld waren faksimilierte Wiedergaben erhältlich, deren Qualität die Frage aufwarf, »ob man nicht überhaupt vom Original Abstand nehmen und sich mit einer Reproduktion begnügen solle«, wie Otto Brattskoven es anlässlich der Essener Ausstellung ausdrückte.³

Zugleich schrieb man wie berauscht, befeißigte sich eines pathetischen Stils und zerrte den Leser in den begleitenden Texten von einer Übertreibung in die andre, nur um aus sich selbst wie aus den Sachen soviel als möglich Leben und Ausdruck herauszupressen.⁴ Josef Strzygowski, von dem diese Einschätzung stammt, konstatierte 1913 die »Überschwemmung« aller Bevölkerungskreise mit wohlfeilen fotografischen Abbildungen. Das Sehen war dadurch oberflächlicher geworden, die Menge der Kunstverständigen aber ins Unheimliche gewachsen. Selbst noch dem Arbeiter sollte sich nun die Möglichkeit eröffnen, sich für billiges Geld seine Stube mit den eigenen Kunstblättern auszutapezieren. Die Industrie drängte mit enormen Stückzahlen auf den Markt und produzierte im Kaiserreich massenhaft billige Bilder. Man sprach von »Hausbildereien«.⁵ Die waren dazu erfunden worden, das rechte Wissen über das Schöne in die breiteste Öffentlichkeit zu tragen. Kunstgeschichte und Kunstpädagogik wurden dadurch zum »Eldorado der Dilettanten und Literaten«,⁶ Reproduktionen nach den Alten Meistern zu einem Medium, das die Massen erreichte. Diese Proliferation des Höchsten entwickelte sich insbesondere Deutschland zur Herausforderung, weil man »Bildungshunger« im Namen von Volksbildung und Volkspädagogik hier geradewegs zur nationalen Tugend stilisierte.

Die vorliegende Publikation hat sich vorgenommen, diesen industrialisierten Prozess ästhetischer Bildung in den Blick zu nehmen. Sie dokumentiert zugleich eine Ausstellung, die vom Lehrstuhl für Kunstgeschichte zusammen mit Studierenden der Universität Siegen konzipiert wurde. Ziel war es, die Popularisierung kunsthistorischer Inhalte und die nicht selten mit Geringschätzung betrachteten, tatsächlich aber bemerkenswerten Druckerzeugnisse der Reproduktionsindustrie einer eingehenden Betrachtung und wissenschaftlichen Aufarbeitung zu unterziehen. Die Bibliothek der Universität Siegen bot sich dafür als Ort an, weil die ausgestellten populären Druckerzeugnisse, das heißt die Broschüren, preiswerten Mappen oder billigen Meisterbilder, dort eben nicht zu finden sind, da sie nicht der Vorstellung wissenschaftlicher Literatur entsprechen.

Wenn in der Ausstellung und im Katalog das Beispiel Albrecht Dürer in den Mittelpunkt gestellt wurde, dann deshalb, weil man den Nürnberger Künstler um

1900 wie kaum einen anderen im Medium des billigen Bildes vermarktete. Dürer war nicht nur der populärste deutsche Künstler – mit allen problematischen Implikationen, die das Wort »deutsch« umfasst; in besonderer Weise eignete sich sein vornehmlich druckgrafisches Werk auch dazu, in scheinbar verlustfreier Weise in das technische Medium des billigen Bildes überführt zu werden.

Unser Dank gebührt den teilnehmenden Studierenden der Fächer Kunst und Kunstgeschichte, die sich im Rahmen einer über zwei Semester angelegten Lehrveranstaltung in die Thematik eingearbeitet haben und zum Teil mit großem Engagement die Ausstellung entwickelten. Allen voran gebührt der Dank Sabrina Diehl, aus deren umfangreicher Sammlung populärer Kunst- und Mappenwerke das Allermeiste der präsentierten Exponate entstammt. Ferner ist Sarah Manderbach, Anna Rohlinger, Jule Sammartino und Farid Torky zu danken, die mit großem Elan an der Konzeption und der Realisierung beteiligt waren. Rebecca Hollmann brachte ihre mediengestalterischen Kenntnisse ein, um Drucksachen zu entwerfen. Zu danken haben die Herausgeber ferner Jessica Stegemann von der Universitätsbibliothek Siegen, die das Projekt von Anfang an mit Begeisterung begleitet und mit Rat und Tat zur Seite gestanden hat. Ausstellung und Katalogbuch verstehen sich als Beitrag zur Arbeit des Siegener Forschungsverbundes »Populäre Kulturen«.

Joseph Imorde, Andreas Zeising

1 Dazu Ulfert Tschirner: *Museum, Photographie und Reproduktion. Mediale Konstellationen im Untergrund des Germanischen Nationalmuseums*, Bielefeld 2011, S. 110 (mit weiteren Literatur- und Quellenhinweisen).

2 Max J. Friedländer: *Original und Reproduktion*, in: *Kunst und Künstler*, Jg. 28, 1929/30, H. 1, S. 3–6, hier S. 4.

3 Otto Brattskoven: *Reproduktion*, in: *Sozialistische Monatshefte*, Ausgabe vom 24. November 1930, S. 1177.

4 Josef Strzygowski: *Die Bildende Kunst der Gegenwart. Ein Buch für jedermann*, Wien 1923, S. 382.

5 Kunstwart-Arbeit. Eine Übersicht über die von Ferdinand Avenarius begründeten und geleiteten Unternehmungen. Zum praktischen Gebrauch,

zweite stark vermehrte Ausgabe, München 1913, S. 17–20.

6 Max Dvořák: *Die Denkmäler der deutschen Kunst*. Vortrag gehalten von Max Dvořák an dem zu Ehren des deutschen Vereins für Kunstwissenschaft veranstalteten Festabend der Gesellschaft der Kunstfreunde in Wien, in: *Vom deutschen Verein für Kunstwissenschaft*, Berlin 1913, S. 1–7, hier S. 6.

Vorwort zur zweiten Auflage

Die Siegener Ausstellung zu den »Billigen Bildern« fand 2016 unerwartet große Resonanz, so dass das Katalogbuch schon nach kurzer Zeit vergriffen war. Offensichtlich war hier ein Thema berührt, das in der Historiografie des Faches Kunstgeschichte derzeit einen gesteigerten Stellenwert verzeichnet.¹ Zwar ist der Mediengebrauch der Kunstgeschichte bereits seit den achtziger Jahren vielfach thematisiert worden. Dabei standen jedoch lange Zeit die universitäre Lehre und die wissenschaftliche Kunstgeschichte im Fokus. Das besondere Anliegen der Herausgeber war es hingegen, jene Niederungen der Popularisierung auszu-leuchten, die in der Historiografie des Faches lange unbeachtet blieben, da ihr volkserzieherischer Anspruch und die nicht selten ideologische Färbung fragwürdig erschienen.² Dass solche Vorbehalte nicht unberechtigt sind, wird auch durch die hier vorgestellten Exponate vielfach bestätigt. Die nebenstehend abgebildete Reklame für die Reihe populärer Künstlermonographien des Kanter-Verlags zur Zeit des Dritten Reichs, die ein thematisches Spektrum von der Antike bis zur offiziellen NS-Kunst umfasste, ist ein Beispiel unter vielen.³ Umso mehr gilt, dass volkstümliche Reihen- und Mappenwerke, die in hohen Auflagen erschienen und als populärwissenschaftliche Gattung das Kunstverständnis breiter Bevölkerungsschichten prägten, nicht nur buchhistorisches, sondern auch sozialgeschichtliches Interesse verdienen. Diesem wissenschaftlichen Anliegen sind die »Billigen Bilder« verpflichtet.

Aus diesem Grund freuen wir uns über die glückliche Gelegenheit, die Ausstellung nun noch einmal im größeren Rahmen der Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin präsentieren zu können. Das Erscheinungsbild der Berliner Ausstellung wurde von Andreas Trogisch verantwortet, dem an dieser Stelle ebenso herzlich gedankt sei wie Sabrina Diehl, die Ihre Sammlung für die Ausstellung abermals zur Verfügung stellte. Dem Siegener Universi Verlag gilt unser Dank für die Bereitschaft, das Katalogbuch in zweiter Auflage erscheinen zu lassen, der Universitätsbibliothek der FU Berlin für die großzügige Übernahme der Druckkosten für die Neuauflage.

Berlin im April 2019

Joseph Imorde, Susanne Rothe, Ulrike Tarnow, Andreas Zeising



Buchhandelsreklame des Kanter-Verlags, Königsberg (Preußen), 1939

- 1 Hingewiesen sei in diesem Zusammenhang auf die Tagung »Lehrmedien der Kunstgeschichte« des Deutschen Dokumentationszentrums für Kunstgeschichte – Bildarchiv Foto Marburg, die im November 2018 stattfand.
- 2 Am Siegener Lehrstuhl konnte die Thematik inzwischen mit Blick auf die Schulbuchliteratur vertieft werden. Vgl. Joseph Imorde u. Andreas Zeising (Hrsg.): Lehrgut. Kunstgeschichte in Schulbüchern und Unterrichtsmedien um 1900 (Reihe Bild- und Kunstwissenschaften, Bd. 9), Siegen 2018.
- 3 Roland Jaeger: Populäre Künstlermonographien: Die Reihe »Kanter-Bücher« des Kanter-Verlags, Königsberg/Pr., 1939 bis 1944, in: Aus dem Antiquariat, N.F. 15, Nr. 2, 2017, S. 60–69. Roland Jaeger ist an dieser Stelle für den freundlichen Hinweis auf die Abbildungsvorlage und den gedanklichen Austausch zu danken.



Reproduktion der »Uta« des
Naumburger Doms in Holz-
rähmchen, um 1930 (nach einer
Fotografie von Walter Hege)

Joseph Imorde

Zur »Überallheit« der Bilder

Die frühe Geschichte der Kunstgeschichte war unter anderem geprägt durch einen Konflikt zwischen einer sich zunehmend etablierenden Fachwissenschaft und einem auf Kunstgenuss insistierenden Dilettantismus. Was dabei auf dem Spiel stand, waren Hierarchien und Rangordnungen – Rangordnungen des Sehens und Urteilens und Hierarchien des Denkens und Fühlens.¹ Da ging es vor allem um die Antinomie zwischen rationaler, das heißt objektivierbarer Erkenntnis und emotionaler, das heißt subjektiver Verlebendigung.

Eine der wichtigsten Ursachen für diesen Konflikt bot die zunehmende Mediatisierung kunsthistorischer Inhalte durch – und ich zitiere Georg Dehio (1908) – »die moderne Technik«. Neben der Eisenbahn habe vor allem die Fotografie, so Dehio, »den angesammelten Schatz alter Kunst aus seiner örtlichen Gebundenheit gelöst« und ihm wie durch ein Wunder »gleichsam Überallheit geliehen«.² »Überallheit« war das entscheidende Wort – ein Wort, das die neue Mobilität, ja Volatilität von Bildern beschrieb und das in seinem Kern auch auf das Problem von dereguliertem Erleben und institutionellen Forschern aufmerksam machte – und damit auf den globalen Aspekt der Reproduzierbarkeit.

Es ist mittlerweile Konsens, dass die Kunstgeschichte erst durch die Errungenschaften der Reproduktionsindustrie und dank der Überallheit ihrer Gegenstände zur universitären Wissenschaft hat aufsteigen können. Erst mit der Fotografie und der Erfindung der technischen Wiedergabeverfahren, wie zum Beispiel der Autotypie, bot sich dem Fach die Möglichkeit, den Paradigmen materialistischer Wissenschaftlichkeit zu entsprechen, das heißt Objektivität zu behaupten und auch die Überprüfbarkeit ihrer Aussagen in nachhaltiger Weise sicher zu stellen. Eine methodisch sich absichernde Kunstgeschichte brauchte die mediale Entrückung ihrer Gegenstände, brauchte das Herauslösen des Kunstwerks aus seinem Kontext, brauchte eine Heuristik systematisierter Komplexitätsreduzierung, das heißt die dürftige Schwarz-Weiß-Reproduktion auf dem Studiertisch. Man könnte schlagwortartig sagen, dass die Disziplin erst mit der und durch die Disziplinierung ihrer Gegenstände entstehen konnte. Kein Wunder, dass in der universitären Kunstgeschichte die Anlage von Bildersammlungen zum wichtigsten Mittel

wurde, sich von der Kunst und ihrer Wirkung unabhängig zu machen. Mit den privaten Bildsammlungen und institutionalisierten Fototheken etablierte sich eine Vergleichbarkeit des bis dahin nie miteinander Vergleichenen. Aus dieser Verfügbarkeit wurden neue, übergreifende Systematiken generiert, die der faktischen Abkopplung von den Artefakten mit re-informierenden Narrativen begegneten. Die Kunstgeschichte des frühen 20. Jahrhunderts war so geprägt von gleichsam freischwebenden Meistererzählungen, die aus der Anhäufung von Reproduktionsfotografien hervorwuchsen. Uwe Fleckner hat auf den Kern des »emphatischen Einsatzes fotografischer Reproduktionen« durch die Kunstgeschichte hingewiesen, nämlich auf ihre »Manipulierbarkeit«.³ Anders als bei der Auseinandersetzung mit Originalen, habe sich mit der Fotografie dem Wissenschaftler die Möglichkeit eröffnet, sein Material in freier Weise, das heißt nach Ausschnitt und Format, Anordnung und Montage, Gesamtansichten oder Details, und damit nach Maßgabe eigener Kriterien zu »manipulieren«. Aus den so hergerichteten Bildern und aus den in der Folge gewählten Zusammenstellungen hätten sich dann – wie von selbst – die erwünschten historischen Verläufe oder Motivketten geformt, wie von selbst auch die erhofften ikonographischen oder formalästhetischen Substrate synthetisieren lassen. Die Methode einer solchen Annäherung an die kunsthistorischen Gegenstände wäre vielleicht in einem paradoxen Wort zusammenzuziehen – in dem Wort Entfernung – Entfernung hier verstanden als Dispositiv innerer Abstandnahme und äußerer Distanzbestimmung. Die kunsthistorische Annäherung an die Gegenstände setzte auf ihre mediale Fernstellung und in der Folge auch auf ihre diskursive Entkräftung. Jedes ästhetische Erleben wurde in diesem Zuge als subjektive Verlebendigung inkriminiert und von den Vertretern einer sich als streng verstehenden Kunstwissenschaft der Abstandnahme als zu subjektiv erledigt.

Was mit dem Begriff »Entfernung« aufgerufen wird, ist das bisher möglicherweise zu selten bedachte Maß an Abstand, den die frühe Kunstgeschichtsschreibung zum Original meinte einnehmen zu müssen (und ich spreche hier zuerst von einer theoriebildenden Universitätskunstgeschichte). Dieses Maß wurde um 1900 – durchaus konfliktreich – ausgehandelt und mit Hinblick auf die sehr unterschiedlichen Funktionalitäten einer genüsslichen, unterweisenden oder wissenschaftlich synthetisierenden Bildbetrachtung je anders festgelegt. Die Frage, die sich dabei ergeben musste, war die nach der methodischen Qualifizierung der voneinander unterschiedenen Distanzsetzungen.

Natürlich war die von Dehio konstatierte »Überallheit« der reproduzierten Kunstwerke für die neuen Entfernungszuweisungen verantwortlich. Denn mit den

vielen Reproduktionen wurde dem Wissenschaftler wie auch dem Dilettanten das Fernste nun dermaßen nahe gelegt, das es zur Aufgabe wurde, nicht nur den eigenen Abstand zum Artefakt zu bestimmen, sondern auch die relativen Entfernungen zwischen den Gegenständen in neuer Weise zu denken und zu vermessen. Die Verfügbarkeit führte zu einer hochselektiven Neuverortung der in ihren Reproduziertheit ortlos gewordenen Kunstwerke, in der Absicht, die relativen Entfernungen der gewählten Objekte untereinander in neuer Weise festzuschreiben. Da entstand die Geschichte der Kunst dadurch, dass man sie aus »einer ungeheuren Menge, aus illustrierten Zeitschriften herausgeschnittener und auf kleine Pappförmchen geklebter, höchst zweifelhafter Illustrationen« neu zusammensetzte.⁴

Dieses Vorgehen bezeichnet eines der vielen Paradoxa im Umgang mit Kunstwerken um 1900. Denn einerseits wurde dem Original – mit Walter Benjamin – noch eine auratische Eigenschaft zugewiesen, doch durfte diese Wirkung sich nicht realisieren, sondern musste unterdrückt oder besser entfernt werden.

Die sich mit der technischen Reproduzierbarkeit einstellende Entfernung des Kunstwerks aus jedem nachvollziehbaren Kontext und die Ablösung von schnell einsehbarer Materialität hat aber nicht zum vielbeschworenen Verlust der Aura geführt, sondern die Kunstgeschichte dazu verleitet, den Simulacren Lebendigkeit zuzuweisen, sie ikonologisch zu re-animieren, ideologisch zu re-informieren, oder auch poetisch zu re-auratisieren. Diesen Neuzuweisungen diene die Armut der fotografischen Wiedergabe des Kunstwerks dazu, einen vermeintlichen Reichtum zu synthetisieren, der notwendigerweise nicht im eigentlichen Gegenstand, sondern vor, neben oder hinter seiner Reproduktion lag.

Die damit konstatierte Konstruktion weitausholender Narrative hatte nicht nur in der Fachwissenschaft Konjunktur, sondern beherrschte auch die vielen volksbildnerischen Versuche, den Genuss von Kunst gesellschaftlich zu verankern. Mit einem »Wust von Reproduktionsbildern«⁵ und der »Überschwemmung« aller Bevölkerungskreise mit fotografischen Abbildungen,⁶ wuchs ein ideologisches, aber auch geschäftliches Interesse daran, mit reproduzierten Kunstwerken und ihren Re-Auratisierungen nicht nur Meinung zu machen, sondern auch Geld zu verdienen. Verlage, wie etwa E. A. Seemann, tarnten die ökonomischen Interessen als Erziehung der Massen zu malerischem Sehen. Kunsthistorischer Wand schmuck wurde zu einem »neuen Medium« und als gängige Handelsware bald so erschwinglich,⁷ dass selbst dem Arbeiter die künstlerische »Hausandacht« verordnet werden konnte.⁸ 1907 referierte Karl Scheffler in einem Sammelband mit dem Titel »Moderne Kultur« über »Das Bild im Zimmer« und kennzeichnete die unendliche Weite der mittlerweile reproduzierbaren Kunstschatze, ein Feld von

globalem Zuschnitt: »Was es an Kunstschatzen irgendwo in der Welt gibt, das ist sicher auch schon reproduziert worden; und zwar wird das heute so vollkommen gemacht, daß man sich für ein paar Mark wahre Kunstschatze kaufen kann. Man denke an die Werke der Photographischen Gesellschaft, die in Madrid, Petersburg und Berlin, an die anderen Anstalten, die in allen bedeutenden Museen die Werke alter Meister aufgenommen und wundervoll reproduziert haben. Das Lebenswerk Rembrandts und Rubens', Velasquez' und Murillos, Raffaels und Michelangelos, alle bedeutenden Werke der italienischen und niederländischen Renaissance, Dürers, Holbeins, van Eycks und Cranachs Arbeiten, Reynolds' und Gainsboroughs Bildnisse, Rodins Skulpturen und die Zeichnungen Menzels: alles das kann man sich in den besseren Kunsthandlungen vorblättern lassen und mit Muße wählen.«⁹

Wer daran zu verdienen hoffte, verstand die Proliferation des Höchsten als Darreichung von Erlebnissen, das heißt als ästhetische Erziehung, und verfolgte das Ziel, »den ärmeren arbeitenden Klassen höhere Bildung und damit größere Freude am Leben« zu verschaffen.¹⁰ Das häusliche Kunsterleben sollte die Menschen »aus dem Industrialismus« heraus- und in eine höhere Welt einführen.¹¹ Dabei war alles von Wert – und ich zitiere Ferdinand Avenarius –, »was vom Blatt Papier zum Geist unmittelbar durchs Auge« sprach.¹²

Was mit und in den unzähligen Vorzugsdrucken, Bildbeilagen und Sammelillustrationen zu Markte getragen wurde,¹³ war vor allem ein hypostasiertes Kunstempfinden. Die Kunst sollte auch in ihren Reproduktionen unmittelbar zum Gefühl des Publikums sprechen. Kunst wurde – so sahen das viele – »aus Empfindung geboren und nur mit Empfindung erfaßt«.¹⁴ Ein gutes Bild konnte da schlechterdings nicht verstanden, sondern nur empfunden werden, und hatte, um mit Paul Schultze-Naumburg zu sprechen, nur eine einzige Bestimmung, nämlich die, ästhetischen Genuss zu bereiten. Vor dem Hintergrund eines solch empfindsamen Betrachtungsaktes wurde die Ansicht vertreten, »dass die Beschäftigung mit der Kunst gar keine Sparte der Wissenschaft« und kein Vorrecht selbsternannter Fachleute sei, sondern eine Sache für jeden Menschen. Um starke Empfindungen zu erleben und diese vor Bildern an sich selbst zu genießen, musste man kein ausgebildeter Historiker sein, da reiche es aus eine Seele im Herzen und Augen im Kopf zu haben.¹⁵ Starke Emotionalität konnte in diesem Sinne nicht nur etwas revolutionär Gleichmacherisches gewinnen, sondern ihm wohnte irgendwann auch etwas völkisch Verbindendes inne. »Vor dem Apoll von Belvedere, vor Raffael und Michelangelo« gab es in Zeiten einer florierenden Reproduktionsindustrie keine Rangunterschiede mehr, so Hermann Uhde-Bernays.¹⁶

Mit der weitesten Verbreitung kunsthistorischer Bildung und dem emanzipatorischen Potential, das dem selbstgenüßlichen Betrachten von Kunst in der Form etwa der »Meisterbilder« nun zukam, konnten Ansichten gerechtfertigt werden, die nicht auf Erklärung drangen, sondern sich allein auf die Verlebendigung des Kunstwerks richteten.¹⁷ Wem es vordringlich um die persönliche Aneignung der Historie ging, durfte das Faktische gerne beiseite lassen, Hauptsache, der Blick zurück auf sich selbst hatte etwas Ungekünsteltes, etwas Wahres und Wesentliches.¹⁸ Da machte eine auf Verlebendigung zielende Ästhetik gegen eine nur rekonstruierende Geschichtsforschung Front.

Um 1900 schrieb man wie berauscht und befließigte sich dabei eines pathetischen Stils, der die Leser von einer Übertreibung in die andre zerzte, nur um aus den Sachen soviel als möglich Leben und Ausdruck herauszupressen.¹⁹ Zwei charakterologische Sätze zu Leonardo und Michelangelo aus Leo Bruhns' »Kunstgeschichte für das Deutsche Volk« können das belegen: »Wie ein stilles Leuchten ferner Alpengipfel weckt Leonardo unsere Sehnsucht, die uns wie auf Traumesspitzen in heilige Stille trägt. Wie Sturmesatem braust Michelangelo uns an, alles Feuer in uns entfachend zum Kampfe wider alle Dumpfheit.«²⁰ Das Ziel einer solchen, »aus dem Gefühl schaffenden Kunstgeschichtsschreibung«²¹ war es, und ich zitiere Richard Hamann, »vergangene Ereignisse unmittelbar nacherlebbar zu gestalten«, indem man etwa »psychologische Erlebnisse in die nackten Tatsachen der Ueberlieferung« hineinlegte.²² Hamann kritisierte diese Art der Kunstschriftstellerei als ein »Sich-Gehen-Lassen von Autor und Leser«²³ und warnte vor zu viel oberflächlicher Leidenschaft und zu wenig wahrer Tiefe, das heißt vor Sperrdruck, Parenthesen, Ausrufungs- und Fragezeichen, kurz vor der stilistischen Atemlosigkeit auflagenstarker Werke.²⁴

Die empfindsamen Popularisierung der Kunst musste auf Kosten einer auf Exaktheit pochenden Kunstwissenschaft gehen, und damit auf Kosten einer Geschichtsschreibung, der es darum zu tun war, »das Maß subjektiver Kurzsichtigkeit und Beschränktheit nach Möglichkeit« herabzuschrauben.²⁵ Hamann monierte vor allem die »Vermenschlichung« künstlerischer Objekte.²⁶ Die Gefahr dieser Methode bestand für ihn darin, dass die ästhetisierende Einfühlung die Form und Fülle der unmittelbar gegebenen Wahrnehmung gering schätze und durch Ablenken auf gegenstandslose Gefühle schließlich das Verständnis des eigentlichen Wahrnehmungsinhaltes ganz zurücktreten lasse, eben dermaßen, dass »der ungebildete Geschmack schwierigen Werken gegenüber sich in Sicherheit wiegt, wenn er nur etwas bei ihnen gefühlt hat, auch wenn er sich nichts hat dabei denken können.«²⁷ Hamann sah die rationale Qualifizierung kunsthistori-

scher Gegenstände zugunsten des selbstgefälligen Wertens innerer Empfindungen suspendiert und wollte nicht hinnehmen, dass sich in seinen Tagen ein empfindungsgetriebener Populärgeschmack gegenüber einer strengen gedanklichen Arbeit am Kunstwerk durchsetzte.

Dass die ästhetische Zudringlichkeit des Einzelnen dem elitärsten Teil der universitären Kunstgeschichte lästig fiel, änderte allerdings wenig an dem Faktum, dass die deutsche Kunstschriftstellerei kräftig mit der Produktion von Einfühlungs- und Empfindungsästhetik verdiente. Die Verteidiger der Popularisierung des Höchsten prangerten im Gegenzug die exklusive Beschäftigung mit der Geschichte der Kunst – gerade auch in Hinblick auf die da zu machenden Erlebnisse – als zu materialistisch an und beargwöhnten die zu naturwissenschaftlich vorgehenden Kunsthistoriker als weltfremd und langweilig. Der Kritiker Bernhard Ihringer sprach abfällig von den »Kunstphilologen« und machte sich über die fehlende Erlebnisfähigkeit des deutschen Professors lustig: »Ich kann mir nicht helfen: ein Wesen, das da vorgibt, ein Mystagoge zu den Quellen der Kunst, ein Führer zu den größten inneren Erlebnissen großer Menschen zu sein, und doch nicht mehr vorzubringen weiß, als archäologisches Gerümpel, philologische Spitzfindigkeiten und kalte Sachlichkeitsmienen, scheint mir zwischen Lächerlichkeit und Größenwahn hin und herzutaumeln. Jedenfalls sollte man sich aus dem Bannkreis seiner eindressierten Schulsprache endlich entfernen und mit eigenen Augen zu sehen lernen. Denn hier ist ja so recht das eigenste Reich der Persönlichkeit: Nachschaffend zu erzeugen, selbst zu fühlen, was sich nun einmal nicht erjagen lässt, das heißt Kunst erleben, verstehen studieren, wie es kein ›Studium‹ zu Wege bringt.«²⁸

Einschlägige Zeitschriften – wie etwa der Kunstwart – wiesen immer und immer wieder darauf hin, dass ästhetischer Genuss keine Sache des reflektierenden Denkens sei, sondern ein Ding des unmittelbaren Fühlens.²⁹ Das Innerste der Kunst könne nur – so sah das auch der Museumsmann Wilhelm Waetzoldt – derjenige aufdecken, »der nicht vom Verstande, sondern von der eigenen Seele« herkomme und mit Hilfe des eigenen Gefühls sich des Wertes der Kunst versichere.³⁰ Das hieß nun aber auch und hatte zur Folge, dass ein jeder sein eigenes Erleben in den zu beurteilenden Gegenstand hineintragen durfte,³¹ ob nun in einem Akt gedanklicher Projektion,³² oder in einem der empathischen »Gefühlseinlegung«.³³ Wer »Kunst für Alle« sagte und das Gefühlserlebnis zum Erkenntnismittel erhob, wollte keine Kunstforscher ausbilden, sondern sich die Menschen zu Kunstenthusiasten erziehen.³⁴ Was da heranwuchs, war – auf der Grundlage des »billigen Bildes« eine emanzipatorische Ästhetik von unten, die sich für politische

Vereinnahmungen anbot und – in Zeiten der »Völkerkonkurrenz« schnell auch für nationalistische Interessen in Dienst genommen wurde.³⁵ Gegenstand der ideologischen Anempfindungen waren nicht mehr nur die reproduzierten Werke der Kunst, sondern in Deutschland mehr und mehr auch die größten Künstler der Geschichte. Ein »Persönlichkeitscultus« trat an die Stelle des ästhetischen Erlebens.³⁶ Hochkunst für die Massen konnte eben auch heißen, einem sozialistischen Gleichheitsgedanken das übermenschliche Einzelwesen entgegen zu stellen. Das billige Bild von der hohen Kunst war unter anderem darin ideologisch, dass es die »Idee des aristokratischen Einzelindividuums« gegen die Kategorie des »Massenmenschentums« im Bereich einer sich als volksbildend tarnenden Bildökonomie verteidigte und einen zuerst auf Distinktion angelegten Idealismus selbst noch im Arbeiterhaushalt zu implementieren versuchte – gegen gleichmacherische und revolutionäre Tendenzen.

Die hier entfaltete Frontstellung innerhalb der Kunstgeschichte zwischen rationaler Erkenntnis und ästhetischem Erleben hat nach dem zweiten Weltkrieg wohl keiner pointierter herausgearbeitet als Theodor W. Adorno. In seiner »Kritischen Theorie« argumentiert Adorno gegen eine im Großen organisierte »Massenausbeutung und Massenbeherrschung« und prangert mit Blick auf den Totalitarismus die Popularisierung von Kunst und das heißt für ihn vor allem die Einfühlungs- und Empfindungsästhetik als eines der machtvollsten Instrumente der ideologischen Einflussnahme an. Die Argumente gegen die »Kulturindustrie« sind vertraut und ich wiederhole sie in den Worten Adornos: »Indem (...) das Kunstwerk zum bloßen Faktum gemacht wird, wird auch das mimetische, allem dinghaften Wesen unvereinbare Moment als Ware verschachert. Der Konsument darf nach Belieben seine Regungen, mimetische Restbestände, [und Emotionen] auf das projizieren, was ihm vorgesetzt wird. Bis zur Phase totaler Verwaltung sollte das Subjekt, das ein Gebilde betrachtete, hörte, las, sich vergessen, sich gleichgültig werden, darin erlöschen. Die Identifikation, die es vollzog, war dem Ideal nach nicht die, daß es das Kunstwerk sich, sondern daß es sich dem Kunstwerk gleichmache. (...) Die Pole seiner [des Kunstwerks] Entkunstung sind, daß es sowohl zum Ding unter Dingen wird wie zum Vehikel der Psychologie des Betrachters. Was die verdinglichten Kunstwerke nicht mehr sagen, ersetzt der Betrachter durch das standartisierte Echo seiner selbst, das er aus ihnen vernimmt. Diesen Mechanismus setzt die Kulturindustrie in Gang und exploitiert ihn.«³⁷

Adornos kritische, und gleichzeitig auch normative Ästhetik der rationalen Erkenntnis musste allerdings da an ihre Grenzen stoßen, wo die inkriminierte »Kulturindustrie« nicht als eratischer Block zu definieren war, sondern als ein

komplexes und unzusammenhängendes Gefüge aus unendlich vielen Aufmerksamkeitsangeboten gleitenden Niveaus.³⁸ Populärkultur war immer auch deshalb erfolgreich, weil sie mit den Mitteln der Involvierung, Emphase, Identifikation Formen der Selbsthistorisierung vor der Kunst für Viele möglich machte.

Ein literarischer Beleg für den Erfolg auf Einfühlung rekurrerender Volksbildungsversuche findet sich etwa bei Günther Grass, der in seinem autobiographischen Buch »Beim Häuten der Zwiebel« seine Sammelleidenschaft für farbige Reproduktionen beschreibt: »Die Bilder, die ich als Kind und dann als Jugendlicher zu sammeln nicht faul war, gab es gegen Gutscheine, die in [Zigaretten] Päckchen steckten (...) [sie] gaben farbig die Meisterwerke der europäischen Malerei wieder. So lernte ich früh die Namen der Künstler Giorgione, Mantegna, Botticelli, Ghirlandaio und Caravaggio falsch aussprechen. (...) Heute weiß ich, dass ein Zigaretten-Bilderdienst in Hamburg-Bahrenfeld diese allerschönsten Reproduktionen gegen Gutscheine geliefert hat und – auf Bestellung – quadratische Alben. Seit mir alle drei dank meines Lübecker Galeristen, der in der Königstraße ein Antiquariat unterhält, wieder zur Hand sind, ist sicher, dass die im Jahr achtunddreißig erschienene Auflage des Renaissance-Bandes bis zum vierhundertfünfzigtausendsten Exemplar gedruckt worden ist. Während ich Blatt nach Blatt wende, sehe ich mich beim Einkleben der Bilder am Wohnzimmertisch. Diesmal sind es spätgotische, unter ihnen die Versuchung des heiligen Antonius von Hieronymus Bosch: er zwischen vermenschtem Getier. Fast feierlich geht es dabei zu, sobald aus der gelben Uhu-Tube der Klebstoff quillt ... Damals mögen viele Sammler, weil heillos auf Kunst versessen, übermäßig geraucht haben. Ich jedoch wurde zum Nutznießer all jener Raucher, denen die Gutscheine nichts wert waren. Immer mehr Bilder machten gesammelt, getauscht und eingeklebt meinen Besitz aus, mit dem ich kindlich, später einfühlsam umging: so erlaubte Parmigianinos hoch aufgeschossene Madonna, deren auf langem Hals knospender Kopf die im Hintergrund himmelwärts strebende Säule überragt, dem Zwölfjährigen, sich als Engel innigst an ihrem rechten Knie zu reiben. (...) Schon als zehnjähriger Knabe konnte ich auf ersten Blick Hans Baldung, den man Grien nannte, von Matthias Grünewald, Frans Hals von Rembrandt und Filippo Lippi von Cimabue unterscheiden.« »Ich lebte in Bildern.«³⁹

Es scheint evident, dass die universitäre Kunstgeschichte ebenso wie die populäre Kunstschriftstellerei erst mit dem reproduzierten Kunstwerk die Möglichkeit gegeben war, der Dürftigkeit des billigen Bildes mit persönlichen, politischen und poetischen Re-Animierungen, Re-Informationen und Re-Auratisierungen zu begegnen. Das Axiom der Kunstwissenschaft, das Axiom des distanzierenden

Betrachters – der Annäherung durch Entfernung – war natürlich ein heuristisches Konstrukt und die behauptete Objektivität vor den reduktiven und gänzlich dekontextualisierten Bildern ein methodologisches Phantasma. Die vielbeschworene Aura wurde durch die technische Reproduzierbarkeit des Kunstwerks eben nicht aufgelöst, sie wurde vielmehr verlagert, wanderte ab in immaterielle Sphären des Genialen, Nationalen oder Universellen, und damit in Sphären, in denen die visuelle Rückbindung der Vorstellungen an die originalen Gegenstände nicht mehr zwingend nötig war, sondern mit populären Inhalten verbunden werden konnte.

- 1 Hans Weigert: Die heutigen Aufgaben der Kunstwissenschaft (= Kunstwissenschaftliche Studien XVII), Berlin 1935, S. 49.
- 2 Georg Dehio: Deutsche Kunstgeschichte und deutsche Geschichte [1908], in ders.: Kunsthistorische Aufsätze, München/Berlin 1914, S. 61–74, hier S. 64f.: »Zum mindesten die äußere Bekanntheit mit Werken der Kunst, alter wie neuer, geht in der heute lebenden Generation in die Breite wie nie. Es ist die moderne Technik, die auch nach dieser Seite hin für unsere Kultur ganz neue Bedingungen hervorgerufen hat. Eisenbahnen und Fotografie haben den angesammelten Schatz alter Kunst aus seiner örtlichen Gebundenheit gelöst, ihm wie durch ein Wunder gleichsam Überallheit geliehen, sei es, daß wir als Reisende mit leichter Mühe an ihn herankommen, sei es, daß er in der Vervielfältigung durch den Kunstdruck uns ins Haus dringt. Poesien kann man ungelesen lassen; Architekturen, Skulpturen, Bilder und ihre Nachbildungen nicht zu sehen, ist beinahe unmöglich. Der heutige Mensch, mag er wollen oder nicht, er steht unter einer Überschwemmung von Eindrücken dieser Art, und seine größte Sorge müßte sein, in seinem Geiste in dieses Viele, Vielzuviele einigermaßen Ordnung zu bringen.«
- 3 Uwe Fleckner: Ohne Worte. Aby Warburgs Bildkomparatistik zwischen wissenschaftlichem Atlas und kunstpublizistischem Experiment, in: Aby Warburg. Bildreihen und Ausstellungen, hrsg. von Uwe Fleckner u. Isabella Woltd, Berlin 2012, S. 1–18, hier S. 11.
- 4 Ohne Verf.: Lokales und Vermischtes, in: Der Deutsche Rundfunk, H. 49, 1924, S. 2973–2974, hier S. 2973. Dank an Andreas Zeising, der mich auf dieses Zitat aufmerksam machte.
- 5 Alfred Lichtwark: Übungen in der Betrachtung von Kunstwerken. Nach Versuchen mit einer Schulklassen herausgegeben von der Lehrervereinigung zur Pflege der künstlerischen Bildung, 11.–14. Auflage, Berlin 1918, S. 34.
- 6 Josef Strzygowski: Die Bildende Kunst der Gegenwart. Ein Buch für jedermann, Leipzig 1907, S. 145–148.
- 7 Philipp Franck: Zeichen- und Kunstunterricht (= Handbuch des Unterrichts an höheren Schulen zur Einführung und Weiterbildung in Einzeldarstellungen), Frankfurt am Main 1928, S. 31: »Guter Wandschmuck braucht nicht teuer zu sein. Gute Reproduktionen, wie zum Beispiel die Publikationen der Reichsdruckerei sind ganz billig. Für 2–5 Mark kann man hier schon herrliche Nachbildungen

- gen nach Dürerschen Kupferstichen und Rembrandtschen Radierungen haben, die den Originalen in nichts nachstehen, ja die einem minderen Originalabdruck oft überlegen sind, weil sie nach besonders guten Abdrücken hergestellt sind. Die farbigen Piper-Drucke geben gute Originale meisterhaft wieder, besser als fast alle Kopien, die man in den Galerien anfertigen sieht.«
- 8 Joseph August Lux: Der Geschmack im Alltag. Ein Buch zur Pflege des Schönen, Dresden 21910, S. 124: »Die hochverdienten Meisterbilder, die vom Kunstwart herausgegeben sind, bilden einen Schatz der Anregung und Belehrung, einen Übergang zum Verständnis der Meisterwerke, sie sollen in keinem Arbeiterheim, wo edler Bildungsdrang herrscht, fehlen, aber sie gehören nicht an die Wand, sondern in die Mappe, in die Lade, um von Zeit zu Zeit herausgenommen und eindringlich betrachtet zu werden, in Feierstunden, wo wir das Verhältnis zu den höheren und höchsten Schöpfungen der Kunst sehen und gleichsam künstlerische Hausandacht halten.«
- 9 Karl Scheffler: Kultur und Geschmack des Wohnens, in: Eduard Heyck (Hrsg.): Moderne Kultur. Ein Handbuch der Lebensbildung und des guten Geschmacks, Bd. 1: Grundbegriffe. Die Häuslichkeit, Stuttgart/Leipzig 1907, S. 149–267, hier S. 251.
- 10 Henry Thode: Schauen und Glauben, Heidelberg 1903, S. 8.
- 11 Max Nordau: Die gesellschaftliche Aufgabe der Kunst, in ders.: Von Kunst und Künstlern. Beiträge zur Kunstgeschichte, Leipzig o. J. [um 1905], S. 1–26, hier S. 24.
- 12 Ferdinand Avenarius: Hausbildereien, in: Der Kunstwart, Jg. 19, 1905/06, S. 525–530, hier S. 529.
- 13 Eine Auflistung der empfehlenswerten billigen Bilderveröffentlichungen etwa bei Ferdinand Avenarius: Kunstblätter und Bilderwerke, in: Der Kunstwart, Jg. 16, 1902/03, S. 218–228.
- 14 Meier Spanier: Einleitung, in ders.: Zur Kunst. Ausgewählte Stücke moderner Prosa zur Kunstbetrachtung und zum Kunstgenuß (= Aus deutscher Wissenschaft und Kunst), Leipzig/Berlin 1905, S. V–X, hier S. VI.
- 15 Richard Muther: Ästhetische Cultur, in ders.: Studien und Kritiken, Bd. 2, Fünfte Auflage, Wien o. J. [1901], S. 1–23, hier S. 15.
- 16 Hermann Uhde-Bernays: Im Lichte der Freiheit. Erinnerungen aus den Jahren 1880 bis 1914, 2. überarbeitete Auflage, München 1963, S. 300.
- 17 Richard Hamann: Der Impressionismus in Leben und Kunst, Köln 1907, S. 141.
- 18 Fritz Medicus: Die künstlerische Wahrheit [1915], in ders.: Grundfragen der Ästhetik. Vorträge und Abhandlungen, Jena 1917, S. 46–61, hier S. 50.
- 19 Josef Strzygowski: Die Bildende Kunst der Gegenwart. Ein Buch für jedermann, zweite, überarbeitete und ergänzte Auflage, Wien 1923, S. 382: »Die Schriftsteller von heute und viele »Kunsthistoriker«, die sich von ihnen mitreißen lassen, legen in ihre Sprache eine sinnliche Erregtheit, die das Gegenteil jener historischen-philologischen Kaltblütigkeit ist, mit der die Dinge bisher für die philosophisch-politische Ausdeutung zurechtgelegt wurden. Man schreibt wie berauscht, zerrt den Leser von einer Übertreibung in die andere, nur um aus sich selbst wie aus den Sachen soviel als möglich Leben und Ausdruck herauszupressen.«
- 20 Leo Bruhns: Die Meisterwerke. Eine Kunstgeschichte für das Deutsche Volk, Bd. 5: Die italienische Renaissance, Leipzig 1928, S. 200.
- 21 Weigert: Die heutigen Aufgaben der Kunstwissenschaft (wie Anm. 1), S. 11.
- 22 Hamann: Der Impressionismus (wie Anm. 17), S. 138.
- 23 Ebd., S. 141.
- 24 Ebd., S. 142.
- 25 Wilhelm Worringer: Von Transzendenz und Immanenz in der Kunst, in: Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft, Jg. 3, 1908, S. 592–598, hier S. 594.
- 26 Hamann: Der Impressionismus (wie Anm. 17), S. 140–141.
- 27 Richard Hamann: Ästhetik (= Aus Natur und Geisteswelt, 345. Bändchen), Leipzig/Berlin 1919, S. 51.
- 28 Bernhard Ihringer: Kunstphilologen, in: März. Halbmonatsschrift für deutsche Kultur, Jg. 4, 1910, Bd. 3, S. 54–58, hier S. 57.
- 29 Theodor Alt: Die Möglichkeit der Kritik neuer Kunstschöpfungen und der Zeitgeschmack, Mannheim 1910, S. 101.
- 30 Wilhelm Waetzoldt: Du und die Kunst. Eine Ein-

- führung in Kunstbetrachtung und Kunstgeschichte [1938], Berlin 1948, S. 19–20.
- 31 Margarethe Hausenberg: Matthias Grünewald im Wandel der deutschen Kunstanschauung, Leipzig 1927, S. 4.
- 32 Hamann: Der Impressionismus (wie Anm. 17), S. 140f.
- 33 Edgar Zilsel: Die Geniereligion. Ein kritischer Versuch über das moderne Persönlichkeitsideal [1918], hrsg. u. eingeleitet von Johann Dvorak, Frankfurt am Main 1990, S. 95.
- 34 Ferdinand Avenarius: Unsere Sache, in: Der Kunstwart, 1895/96, S. 1–3, hier S. 1–2.
- 35 Siehe Max Scheler: Von zwei deutschen Krankheiten [1919], in ders.: Schriften zur Soziologie und Weltanschauungslehre, zweite, durchgesehene Auflage, hrsg. von Maria Scheler (= Gesammelte Werke 6), Bern/München 1963, S. 204–219, hier S. 208.
- 36 Richard Muther: Arnold Böcklin, zum 70. Geburtstag, in ders.: Studien und Kritiken, Bd. 1, Fünfte Auflage, Wien o. J. [1901], S. 140–157, hier S. 140f.
- 37 Theodor Wiesengrund Adorno: Ästhetische Theorie [1970] (= Gesammelte Schriften, Band 7), Frankfurt am Main 1997, S. 33.
- 38 Jürgen Habermas: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft [1962], Frankfurt am Main 1990, S. 210, meint im Jahr 1962, dass »das Publikum in Minderheiten von nicht-öffentlich rasonierenden Spezialisten und in die große Masse von öffentlich rezipierenden Konsumenten gespalten« sei.
- 39 Günther Grass: Beim Häuten der Zwiebel, Göttingen 2006, S. 11–14.



Dreifarben-Autotypie nach
Raffaels »Sixtinischer Madonna«,
aus: Ludwig Lewin (Hrsg.):
Quell des Wissens. Eine deutsche
Volkshochschule, Bd. IV, Berlin:
Allgemeine Deutsche Verlags-
anstalt m.b.H. und Eigenbrödler
Verlag 1927

Andreas Zeising

»An Farbe hängt, nach Farbe drängt jetzt alles«.
E. A. Seemanns »Farbige Kunstblätter«
und das Für und Wider der Reproduktion

Während früher die Ausstattung mit farbigen »Tafeln« beim gedruckten Kunstbuch ausschließlich hochpreisigen Prachtbänden vorbehalten war, sind Farbproduktionen seit dem Siegeszug von Desktop Publishing und digitalisierten Offsetvorlagen, die Ende der achtziger Jahre in der Buchproduktion Einzug hielten, ein vergleichsweise einfaches und kostengünstiges Unterfangen geworden.¹ In Deutschland waren es Verlage wie TASCHEN oder Könemann, die den Markt mit billigen und durchgängig farbig illustrierten Kunstbüchern aufmischten, die in Punkto Abbildungsqualität keine Wünsche offen ließen. Kulturkritische Stimmen sprachen von Dumping und dem Ausverkauf von Bildungswerten. Inzwischen sind längst auch die etablierten Kunstbuchverlage dazu übergegangen, entsprechende populäre Reihen anzubieten, die mit wenig Text, aber opulenten Farbabbildungen aufwarten. Da die Bücher oftmals in Fernost produziert werden, fallen höhere Kosten für den farbigen Druck kaum ins Gewicht. Im Segment des populären Kunstbuchs, ebenso in den Ausstellungskatalogen der Museen, sind schwarz-weiße Abbildungen denn auch heute kaum noch anzutreffen.

Angesichts dieser Entwicklung mag es überraschen, dass farbige Reproduktionen von Kunstwerken es zunächst schwer hatten, sich auf dem Markt zu behaupten.² Im Jahr 1882 hatte das neu patentierte Verfahren der Autotypie, die sogenannte Netzätzung, die Wiedergabe fotografischer Vorlagen in Druckerzeugnissen revolutioniert.³ Seither hielten im Kunstbuch- und -zeitschriftenmarkt schwarz-weiße Illustrationen in großem Umfang Einzug. Die farbige Wiedergabe künstlerischer Artefakte, namentlich von Werken der Malerei, blieb dagegen zunächst ein Experimentierfeld, auf dem unterschiedlichste Technologien von konkurrierenden Verlagen erprobt und verworfen wurden.⁴ Allen Verfahren gemeinsam war, dass die entsprechenden Druckvorlagen in höchst aufwändiger Weise – »Quadratmillimeter für Quadratmillimeter« –⁵ von Hand retuschiert werden mussten, damit die Farbwirkung stimmig und dem Original einigermaßen entsprechend war. »Der Laie macht sich keinen Begriff davon, mit welchen Imponderabilien und



Fotografisches Atelier und Retouchiersaal des Verlags Franz Hanfstaengl, aus: Hanfstaengl-Drucke. Große farbige Wiedergaben nach Meisterwerken der Malerei, München o.J. [um 1929]

›Tücken des Objekts‹ hier gekämpft werden muss«, konnte man in einem Katalog des Münchner Unternehmens Franz Hanfstaengl lesen, wo man zur Herstellung von Farbdrucken neben dem fotografischen Atelier auch eigens einen Retouchiersaal betrieb.⁶ Carl von Lützwow, der 1894 in der »Kunstchronik« über »Neue farbige Reproduktionen« berichtete, sprach von »mannigfachen Schwierigkeiten«, vermittelt Lichtdruck, Photogravüre oder Zinkographie den erwünschten authentischen Eindruck zu erzielen.⁷ Als führend betrachtete Lützwow damals die Werkstätten in Frankreich, wo der Lichtdruck Mitte des 19. Jahrhunderts erfunden worden war. Doch finden sich unter den zahllosen Unternehmungen, die Lützwow anführte, auch einige deutsche, etwa die Berliner »Vereinigung der Kunstfreunde«, die seit 1883 in Zusammenarbeit mit dem Kunstverlag von Adolf Otto Troitzsch Nachbil-

dungen von Gemälden der Berliner Nationalgalerie und anderer Sammlungen in Farbe herausgab.⁸

Überblickt man die von Lützwow als Beispiel erwähnten Werktitel und Künstler, so überwogen damals genrehafte und süßliche Sujets, meistens von Zeitgenossen des 19. Jahrhunderts, die der akademischen Salonmalerei zuzurechnen sind. Noch, so muss man vermuten, war die bevorzugte Adressatenschicht für den farbigen Gemäldedruck eine wohlhabende Oberschicht, die das gedruckte Bild weniger als Wiedergabe eines ›Originals‹ goutierte, sondern darin ein schmückendes Accessoire sah, das sich stilistisch in das Ambiente exklusiv eingerichteter Wohnungen fügen sollte. Dies sollte sich nach der Jahrhundertwende ändern, als das farbige Bild von findigen Verlegern zum Bildungsgegenstand nobilitiert wurde, der dem minder bemittelten kleinen und mittleren Bürgertum Teilhabe am kulturellen Menschheitsschatz und erbauliche Momente der Begegnung mit ›hoher‹ Kunst versprach.

»Aus der Betrachtung ihrer farbigen Reproduktionen ist mir soviel Genuß erwachsen, soviel sichtige Kraft für malerische Werte und Qualitäten, daß ich für schwarze (farblose) Bilder schon allen Geschmack verloren habe.«⁹ Es war der Leipziger Verlag E. A. Seemann, der die dankbaren Worte eines gewissen Pfarrers Bergner aus Nischwitz in Sachsen in seinem Verlagskatalog farbiger »Kunstblätter« abdruckte, der 1916 erschien. Mit Zuschriften wie dieser wollte Seemann die Interessenten von der vermeintlichen Qualität, aber auch von den geistigen Vorzügen seiner Farbdrucke überzeugen. Dass die gedruckten Reproduktionen ihren Besitzern nicht nur kunsthistorische Bildung, sondern vor allem auch ›Genuss‹ in der Betrachtung und Sensibilisierung der Persönlichkeit zuteil werden ließen, gehörte zu den Glaubenssätzen, die in den volksbildnerischen Bemühungen um das ›billige Bild‹ damals litaneihaft wiederholt wurden. In einer nachfolgenden Auflage des Verlagskatalogs war denn auch von der technischen Vollendung der bunten Bilder die Rede, welche »malerische Erquickstunden« in den heimischen vier Wänden versprach, abseits der Enge überfüllter Galerien, wo das schwatzende Publikum dem Kunstfreund den erhofften Genuss verleiden musste: »Die beständige Gegenwart erlaubt, Bilder zu durchdringen und zu erfassen bis ins feinste Detail und Vergleiche anzustellen nach allen Seiten, Blatt gegen Blatt gehalten, die früher nicht denkbar waren. Am fruchtbarsten ist diese malerische Selbsterziehung ohne jedes Gängelband. Nur immer sich wacker und dreist hineinsehen und hineinfühlen! Die eigentlich genußreiche Arbeit, das Sehen und Nachdenken, die Entdeckerfreude und die geistige Aneignung bleibt mit Recht dem Beschauer ungestört.«¹⁰

MEDICI-DRUCKE

**Farbige Reproduktionen
nach Gemälden alter Meister**

Die unter der gesetzlich geschützten Bezeichnung Medici-Drucke (Medici-prints) von der Medici-Society Ltd., London, seit dem Jahre 1906 herausgegebenen farbigen Reproduktionen von Gemälden alter Meister sind originalgetreue, photomechanische Wiedergaben von höchster technischer Vollendung. Sie sind frei von jedem Raster oder Korn, auf reines, geschöpftes Hadernpapier (ohne Glanz, Kreideüberzug oder andere künstliche Präparation) mit anilinfreien, lichtechten Farben gedruckt und bieten dadurch die größte Gewähr der Haltbarkeit.

Die Auswahl der zu reproduzierenden Gemälde wird von der Gesellschaft nach künstlerisch-ästhetischen Gesichtspunkten getroffen; neben Bildern, die durch ihren Wert und ihre Schönheit berühmt sind, werden seltene und kunsthistorisch bedeutende Fresken und Gemälde aufgenommen oder solche, die der Gefahr der Zerstörung ausgesetzt sind.

Instituten und Sammlern, welche auf eine Anzahl Drucke subscribieren, werden gewisse Vorrechte eingeräumt. — Interessenten bitten den soeben neu erschienenen illustrierten Katalog kostenlos durch eine Kunsthandlung oder von den Unterzeichneten zu verlangen

F. BRUCKMANN A.-G., MÜNCHEN

Alleinige Vertreterin der Medici-Society Ltd., London
für Deutschland, Österreich-Ungarn, die Schweiz, Dänemark

Verlagsanzeige für Bruckmanns
»Medici«-Drucke, um 1910

Das 1861 von Ernst Arthur Seemann begründete Leipziger Verlagsunternehmen konnte damals bereits auf langjährige Erfahrung mit dem Vertrieb kunsthistorischer Bilder zurückblicken.¹¹ Seit 1877 veröffentlichte Seemann unter Beteiligung von Anton Springer die nach und nach ergänzten »Kunsthistorischen Bilderbogen«, die in vielerlei Hinsicht typisch für den Gebrauch von Abbildungen sind, den die noch junge Disziplin Kunstgeschichte machte. Als eine Art Bildenzyklopädie umfassten die großformatigen Bogen tausende Werke der bildenden Kunst, die hier nach stil- und epochengeschichtlichen Kriterien, wenn auch zuweilen in buntem Durcheinander versammelt waren. Die Illustrationen waren überwiegend als Holzstiche ausgeführt, die Seemann nach vorhandenen fotografischen Vorlagen, das heißt ohne allzu große Kosten anfertigen ließ. Das Unternehmen zielte vor allem darauf, das »Ganze« des kunstgeschichtlichen Gegenstandsbereichs verfügbar zu machen. Das einzelne Original blieb hingegen aufgrund der Reproduktionstechnik, die eine manuelle Übersetzung war und nur einen gewissen Grad an Ähnlichkeit erreichte, ein Abwesendes. Erst das neue Verfahren, »die die Originalität wahrende Autotypie«,¹² versprach Abhilfe. Sie setzte der Verlag erstmals mit dem

BRUCKMANN'S PIGMENTDRUCKE



sind neue photographische Originalaufnahmen von bisher unerreichter technischer Vollendung. Sie sind in einem einheitlichen, handlichen, doch genügend großen Format hergestellt, unveränderlich, und rollen sich nicht wie die gewöhnlichen Photographien, die sie an Güte der Ausführung weit übertreffen. — Die bis jetzt ca. 7000 Blätter umfassende Sammlung enthält Reproduktionen von Gemälden aus nebenstehend verzeichneten Galerien Europas und wird ständig vergrößert. Bei der Auswahl der Gemälde war stets der Grundsatz leitend, nicht nur die Bilder herauszugeben, die sich besonderer Beliebtheit erfreuen, sondern auch diejenigen Gemälde zu reproduzieren, die nach dem Urteil der Galerieleitungen ästhetischen oder kunsthistorischen Wert besitzen. Bruckmann's Pigmentdruck-Publikation hat so eine Vollständigkeit erlangt, wie sie ähnliche Unternehmungen nicht besitzen.

Bruckmann's Pigmentdrucke sind im Durchschnitts-
Normalformat von 22:29 cm unaufgezogen zum Preise von 1 M. erschienen und durch jede bessere Buch- und Kunsthandlung zu beziehen. Wo eine solche nicht erreichbar ist, wende man sich direkt an die Firma

MÜNCHEN 20, 1. Nov. 1910. F. BRUCKMANN A.-G.

Vertreter für Großbritannien, die britischen Kolonien und die Vereinigten Staaten von Nord-Amerika:
THE MEDICI-SOCIETY, LTD., LONDON W.
7 Grafton Street

Verlagsanzeige für Bruckmanns
»Pigmentdrucke«, um 1910

mehrbändigen Tafelwerk »Kunstgeschichte in Bildern« ein, das seit 1898 unter Bearbeitung von Georg Dehio erschien.

Seit 1899 fungierte Artur Seemann, der Sohn des Firmengründers, als Geschäftsführer des Verlagshauses. Unter seiner Leitung begann Seemann wie kein anderes Unternehmen das farbige Bild zu vermarkten. Zum Einsatz kam dabei ein neu entwickelter, auf dem Verfahren der Autotypie beruhender Rasterdruck mit drei Klischees in den Druckfarben Rot, Gelb und Blau, die mit Hilfe einer speziellen Kamera als einzelne Farbauszüge hergestellt wurden. Verglichen mit dem Lichtdruck, der auch nach 1900 noch für qualitätvolle Farbdrucke eingesetzt wurde, war das Seemann'sche Verfahren weitaus einfacher und billiger. Seemann trieb zudem die Entwicklung eines gestrichenen Kunstdruckpapiers voran, das für das neue Verfahren besonders geeignet war und nach damaligem Ermessen den »Farbglanz« der Originale ohne Verluste wiederzugeben vermochte.

Nach einer Erprobungsphase brachte der Verlag seit der Jahrhundertwende eine ganze Zahl an Reihenwerken mit farbigen Bildern auf den Markt. Bereits um 1900 erschien die Serie »Alte Meister«, die rasch auf zweihundert Motive anwuchs

und den hinlänglich bekannten bildungsbürgerlichen Kanon, eine Auswahl des ›Besten‹, in die Reproduktion überführte. Bei einem vergleichsweise niedrigen Stückpreis von einer Mark kam als Adressat vor allem die kleinbürgerliche Schicht der Handwerker, Kaufleute, Lehrer und Pfarrer in Frage. Das volksbildende Anliegen drückte sich auch darin aus, dass Seemann seine Bilder unter dem Titel einer »Universal-Pinakothek« vermarktete, was – wie bereits Alfred Langer feststellte – in offensichtlicher Anlehnung an Reclams 1867 begründete »Universal-Bibliothek« geschah.¹³

Den »Alten Meistern« folgten Reihen wie »Die Galerien Europas«, »Hundert Meister der Gegenwart«, »Deutsche Malerei des 19. Jahrhunderts« sowie schließlich seit 1904 die im monatlichen Abonnement zu beziehende Mappenreihe »Meister der Farbe«, die bereits im Titel den Anspruch zum Ausdruck brachte, das Wesentliche des Originals, nämlich seine Koloristik, in der Reproduktion einzufangen. Seemann sparte nicht an werbenden Worten, um die Bilder an den Mann zu bringen: »Allen denen, deren Seele mitschwingt in den Entwicklungsbewegungen unserer gegenwärtigen Kunst, – allen denen, die seit langem den Wunsch haben, das Beste unserer Malerei – nicht nur immer in Schwarz, sondern endlich einmal auch in naturtreuer Farbe zu genießen, sei die Anrechtserwerbung auf einen Jahrgang ›Meister der Farbe‹ ans Herz gelegt.«¹⁴ Wie andere Mappenwerke dieser Jahre, enthielten die Einzelhefte der »Meister der Farbe« die betreffenden Reproduktionen in Kaschierung auf getöntem Karton, was den Druckerzeugnissen eine gediegene Anmutung verlieh.

Verglichen mit anderen Unternehmungen der Zeit, etwa den erheblich teureren Farbdrucken der beiden Münchner Firmen Bruckmann und Hanfstaengl oder den Farb reproduktionen der Firma Trowitzsch & Sohn in Frankfurt an der Oder¹⁵ – zu ergänzen wären die erst seit 1923 verlegten Piper-Drucke –, setzte man in Leipzig auf industrialisierte Massenproduktion. Von Seemanns propagandistischen Anstrengungen, das Image farbiger Reproduktionen aufzubessern, konnten indes auch andere Verlage profitieren. So kommt es, dass in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg die bunten Bilder auf dem Markt bereits nicht mehr wegzudenken waren. Unumstritten waren die farbigen Reproduktionen aber nicht, was vor allem dem fehlenden Qualitätsstandard geschuldet war. So fanden selbst Bruckmanns vergleichsweise hochpreisige »Medici-Drucke«, die »an Schärfe und Schmiegsamkeit in der Wiedergabe das erreichbar Mögliche darstellen«, wie es im Fachblatt »Cicerone« hieß, zwar lobende Erwähnung »gegenüber den vielen minderwertigen Nachbildungen ähnlicher Art«. Doch fügte man einschränkend hinzu, die Bilder seien »zu Studienzwecken für den Fachmann direkt kaum zu ver-



Michelangelo da Caravaggio,
»Der Falschspieler« (Bunte
Blätter aus aller Welt, Blatt 21),
hrsg. vom Kunstverlag Römmler
& Jonas, Dresden o.J. [um 1909]

werten«, sondern allenfalls als »Hilfsmittel« für den kunstgeschichtlichen Unterricht geeignet.¹⁶

Nicht nur Kunsthistoriker, auch Verfechter des volksbildenden Bildes hegten Vorbehalte gegenüber dem Farbdruck, ließen die Bilder doch trotz gegenteiliger Beteuerungen gerade in der Wiedergabe des Kolorits vielfach zu wünschen übrig. Zu den entschiedensten Gegnern gehörte Ferdinand Avenarius, dessen »Kunstwart« seit 1900 qualitativ hochwertige »Meisterblätter« vertrieb, und zwar ganz bewusst nur als monochrome Reproduktionen. 1911 setzte sich Avenarius daher energisch gegen die Farbdrucke des Dresdner Verlags Römmler & Jonas zur Wehr, dessen »Bunte Blätter« den »Meisterblättern« des »Kunstwart« in der Aufmachung täuschend nachempfunden waren, dabei jedoch in hochfliegenden Worten mit den angeblichen Vorzügen des farbigen Bildes warben. »Immer mehr bricht sich die Erkenntnis Bahn, dass der innerliche Genuss von Kunstwerken oder Naturbildern vor einfarbig schwarzen Nachbildungen kaum ein halber ist«, hieß es hier, verständlicherweise zu Avenarius' Verdruss.¹⁷ Der »Kunstwart«-Herausgeber revanchierte sich mit einer eindringlichen Warnung vor der verrohenden Wirkung mangelhafter Farbabbildungen, deren »Augengift«¹⁸ gerade das Gegenteil

der zu erhoffenden Veredelung des Betrachters bewirke. Den »Buntheitstaumel, in dem wir mitten darin sind«¹⁹ hielt Avenarius für ein Indiz für eben jene Form von Geschmacksverfall, dem man beim »Kunstwart« mit den »Meisterbildern« Abhilfe zu schaffen gedachte.

Solche Kritik war durchaus kein Einzelfall.²⁰ In der Fachzeitschrift »Kunstchronik« äußerte beispielsweise die Kunsthistorikerin Erika Tietze-Conrat ihren tiefsitzenden »Horror vor jeder farbigen Reproduktion«. Ihren Widerwillen begründete Tietze-Conrat in einer gleichsam doppelten Volte nicht nur mit der womöglich falschen Farbwiedergabe der Reproduktion, sondern auch mit dem gegenteiligen Argument, eine immer vollkommene Reproduktionstechnik entfremde den Betrachter gedanklich dem Originalwerk: »Lieber ein Schwarzbild, dessen Farben der Betrachter selbst dazu denken muß, als nur eine einzige falsche Nuance, die sich so schwer in der Vorstellung retuschieren läßt. Und nicht weniger als die falsche fürchte ich die richtigen Farben, wenn sie aus ihrer originalen Ausdehnung, aus dem Wirkungsfeld, das ihnen der Künftler gegeben hat, herausgerissen werden. Und weiter: wenn wir auch vor dem in die Weißschwarzskaala reduzierten Bilde die Überzeugung, es bloß mit einer Reproduktion zu tun zu haben, uns bewahren können, vor dem farbigen wird diese letzte Reserve schwinden; bei den farbigen Gespenstern an der Projektionswand, beim Blatt buntem Papier werden wir die Andacht vor dem Original völlig verlernen.«²¹ Noch 1926 sprach sich der Kunsthistoriker Georg Poensgen mit ganz ähnlichen Argumenten gegen die vermeintliche »Flut« farbiger Nachbildungen aus, die nicht weniger als ein Ausdruck eines allgemeinen Banausentums sei. Gehe doch mit deren inflationärem Gebrauch die gebotene »Ehrfurcht« vor der Würde und »Unantastbarkeit« des Originals verloren: »Es ist so weit gekommen, daß man in den Galerien oft Aussprüche hört wie: ›Ah, da hängt ja der Holbein aus unserm Eßzimmer – aber viel dunkler sieht er aus – ich finde unser Bild schöner!«²²

Nicht unschuldig an solcher Kritik war der Seemann-Verlag, der sich nach Kräften bemühte, die Qualität seiner Produkte mit dem Hinweis auf deren absolut »originalgetreue« Anmutung zu untermauern. Auch mit seinem 1901 erschienenen Buch »Der Hunger nach Kunst«, das bereits im Titel die Teilhabe am Schönen zum Grundrecht einer an geistigen Gütern darbenenden Masse erklärte, verstand es Seemann, die Werbetrommel in eigener Sache zu rühren.²³ Der Verleger trieb damit eine Auseinandersetzung über die Qualität farbiger Gemäldereproduktionen auf die Spitze, die der kunstgeschichtliche Ordinarius der Breslauer Universität, Richard Muther, losgetreten hatte, der sich um 1900 in kritischer Weise über die massenhafte Verbreitung farbiger Bilder geäußert hatte.²⁴ Muthers Stimme hatte



Verlagsanzeige des Verlags
E. A. Seemann, Leipzig,
aus: »Kunstchronik«, 1901

in der damaligen Öffentlichkeit Gewicht, war der Autor doch durch zahlreiche populäre Monografien und die von ihm herausgegebene Reihe »Die Kunst« auch einem größeren Lesepublikum bekannt. Breite Resonanz fand in den 1890er Jahren auch Muthers »Geschichte der modernen Kunst«, die in großem Umfang vom neuen Verfahren der Autotypie Gebrauch machte und mit hunderten Abbildungen illustriert war. Muther gerierte sich denn auch keinesfalls als Verächter der fotografischen Gemäldewiedergabe; allerdings vertrat er – seltsam genug – die Ansicht, dass allenfalls die qualitätvolle Schwarz-Weiß-Autotypie eine adäquate »Übersetzung« der farbigen Wirkung ermögliche. In seiner von Polemik diktierten Kritik an den Reihenwerken des Seemann Verlags kam auch das Behelfsmäßige der Unternehmung zur Sprache; denn da längst nicht alle Museen bereit waren, dem Leipziger Verleger fotografische Aufnahmen ihrer Originale zu gestatten, behalf sich Seemann zuweilen mit der Ablichtung eigens angefertigter Repliken von zweifelhafter Qualität. Für Muther war das natürlich ein gefundenes Fressen: »Als Vorlage dient eine dumme Copie, die den alten Meister in modernen Publicumsgeschmack umsetzt. Von der Handschrift des Künstlers, von der Arbeit des Pinsels ist also nichts zu spüren. Es ist, als hätten die Vorlage jene Porzellange-

mälde geliefert, die, aus der Zeit tiefsten Kunstverfalles stammend, jedem Besucher der Münchener Neuen Pinakothek bekannt sind. Und sie sind Augenschmaus neben so barbarischer Rohheit. Es ist entsetzlich, ekelhaft, gar nicht zu schildern, in welch idiotischer Verballhornung hier die alten Meister erscheinen.«²⁵

Muthers zusammenfassendes Urteil über die Seemann'schen Farbdrucke war vernichtend: »Die Reproduktionen sind fürchterlich«²⁶ Dass der umtriebige Verleger nicht gewillt war, das Verdikt auf sich beruhen zu lassen, lag auf der Hand. Es lohnt indes nicht, die ermüdende Polemik zu rekapitulieren, mit der Seemann seinerseits den Breslauer Gelehrten zu desavouieren suchte. Denn vor allem war Seemanns Buch eine Werbeschrift in eigener Sache, die die Vorzüge des farbigen Bildes im idealistischen Lichtschein der kunsterzieherischen Reformbestrebungen noch leuchtender erscheinen lassen sollte. Seemann knüpfte argumentativ an die Ziele der Volksbildungsbewegung an, wenn er die Begegnung mit der Kunst zum Lebensquell einer an materialistischer Verkrustung, Spezialistentum und Rationalisierung leidenden Menschheit stilisierte. Not tat nach Seemanns Auffassung eine Sensibilisierung der Persönlichkeit, die nur durch den vernachlässigten Augensinn, also die Begegnung mit dem Kunstschönen zu erreichen sei. Dabei verblüfft, mit welcher Selbstverständlichkeit Seemann den damals im Umkreis der Lichtwark-Pädagogik immer wieder geäußerten Ruf nach der Begegnung mit dem künstlerischen Originalwerk vom Tisch wischte. Wäre die bildende Kunst doch »übel daran«, so Seemann, »wenn ihre Werke nicht durch Vervielfältigungen Allgemeingut werden könnten. Die großen Meisterwerke der bildenden Kunst zeigen unmittelbar das Vermögen des Künstlers an; allein so große Goldstücke können nicht kursieren, sie müssen in Scheidemünze umgewechselt werden. Diese Scheidemünze sind die Vervielfältigungen; erst sie bringen die Werke der Künstler dem Volke wirklich nahe.«²⁷ Wenn also, wie Seemann unter geschickter Berufung auf Lichtwark ausführte, die Erziehung des Farbensinns als vornehmste Aufgabe der modernen Kunsterziehung zu betrachten sei, dann lasse sich dieses volksbildnerische Ziel keinesfalls in den »Nekropolen«²⁸ heutiger Museen, sondern allein durch die massenhafte Verbreitung der Werke im Seemann'schen Dreifarbindruck erreichen, welcher denn auch als »ästhetisches Bildungsmittel einst von der größten Bedeutung sein wird«,²⁹ wie der Verleger prophezeite – »denn an Farbe hängt, nach Farbe drängt jetzt alles«.³⁰

Eine Vorstellung davon, welche kommerziellen Interessen hinter dem idealistischen Programm standen, vermitteln die schon erwähnten Kataloge der farbigen Reproduktionen, die Seemann zunächst für kleines Geld im Broschürenformat verkaufte, und die im Laufe der Jahre zu beträchtlichem Umfang anschwollen.

Verzeichnet der Katalog aus dem Jahr 1908 bereits »Tausend Farbige Kunstblätter«, so war deren Zahl im Jahr 1925 sage und schreibe auf das Dreifache angewachsen. Ohne Übertreibung ist zu konstatieren, dass das Repertoire des Verlags damals die Malerei aller Jahrhunderte und aller europäischen Länder umfasste, bis hin zu den neueren Strömungen des Impressionismus, der Sezessionskunst und des Jugendstils. Kolossale Meisterwerke wie Rembrandts »Nachtwache« waren zudem gesondert auch im Großformat erhältlich. Dagegen fanden die expressionistische Moderne oder andere streitbare Richtungen der Malerei selbst im Katalog des Jahres 1925 keine nennenswerte Berücksichtigung. Es war ein verträgliches Programm, das Bildung und Muße versprach und einem bürgerlichen Bedürfnis nach Kontinuität und Harmonie Ausdruck verlieh, das in Zeiten gesellschaftlicher Umbrüche nur umso dringlicher erschien.

Nach Seemanns eigener Vorstellung bot die Produktpalette für jeden etwas und repräsentierte idealiter das, was der Kunstschriftsteller Julius Meier-Graefe einmal als »papiernes Museum« bezeichnete.³¹ Dass dabei freilich nicht allein künstlerische Qualität oder kunsthistorischer Rang den Ausschlag gaben, sondern nach wie vor auch Gefälliges, Dekoratives und Sentimentales Aufnahme ins Repertoire fand, zeigen Namen wie Defregger, Knaus oder Grützner, die auch 1925 noch im Angebot waren. Die in späteren Auflagen des Katalogs eingeführte Sortierung nach Themengebieten kopierte die Gepflogenheiten des Kunsthandels und erleichterte es dem Käufer, das Passende für die eigenen vier Wände zu finden. Den Geschmack eines Massenpublikums, das nicht so sehr an Bildungswerten interessiert war, sondern zuvorderst mit einem gegenständlichen Interesse an die Bilder herantrat, zeigen die zahllosen Kinder- und Madonnenbilder, Genremotive, Rührstücke, Idyllen und Humoresken, deren Urheber in vielen Fällen längst dem Vergessen anheim gefallen sind. Auch Lenbachs Porträts von Bismarck und Kaiser Wilhelm I. blieben bis in die Weimarer Republik Teil des Verlagsportfolios. Das ebenfalls erhältliche Bildnis Kaiser Wilhelms II. in Paradeuniform hingegen, gedruckt auf Karton im Monumentalformat (88 x 66 Zentimeter), erwies sich als zu zeitgeistig und ist zuletzt im Katalog des Jahres 1920 verzeichnet. Dafür fand sich seit 1916 Grünwalds »Isenheimer Altar«, dessen sämtliche Einzeltafeln als farbige Drucke zu beziehen waren. Bei alledem ist Seemann zu Gute zu halten, dass die Auswahl an Werken in jeder Hinsicht international und frei von jeder Bevorzugung des »Deutschen« war, wie es ansonsten die populäre Kunstgeschichte bestimmte.

Ihrer angedachten Bestimmung als künstlerischem Wandschmuck gemäß, boten sich dem Käufer zahlreiche Möglichkeiten der Verwendung. Seemann lie-

ferte die Bilder entweder mit weißem Papierrand oder aufgezogen auf dunkle Kartons, zu denen passende Wechselrahmen angeboten wurden.³² In Buch- und Kunsthandlungen konnten die Bilder bereits fertig gerahmt erworben werden. Auch das Verlagshaus selbst bot einen entsprechenden Service an. Dürers »Vier Apostel« etwa, die als Drucke in kleinem (je 1 Mark) oder großem Format (je 5 Mark) vorrätig waren, lieferte Seemann auf Wunsch in historisierenden Holzrahmen, die mit gemalten Schmuckleisten und zinnenartiger Bekrönung den billigen Drucken eine »Meistersinger«-Anmutung verliehen. Raffaels »Sixtinische Madonna« stattete das Verlagshaus mit einem Schnitzrahmen aus, der dem Originalrahmen der Dresdner Gemäldegalerie anempfunden war und das Bild zum veritablen Hausaltar machte. Drucke wie Segantinis »Mutterglück«, Franz von Stucks »Meerweibchen« oder Hans Thomas »Kinderreigen« versah man hingegen auf Wunsch mit zeitgemäßen Jugendstilrahmen in vegetabilem Schwung.³³ Bei Stückpreisen von bis zu 25 Mark wurden aus den den billigen Reproduktionen tatsächlich so etwas wie »wertvolle« Originale.

Wenn man so will, war es Seemanns Verdienst, das Geschäft mit den farbigen Reproduktionen, die bis dahin fast durchweg hochpreisig waren und nur eine betuchte Käuferschaft adressierten, demokratisiert zu haben – von vierzig Millionen verkauften Exemplaren ist im Verlagsprospekt des Jahres 1920 die Rede!³⁴ Vom Odem des Massenhaften und des Surrogats suchte Seemann seine Produkte zu befreien, indem er in Werbeanzeigen nicht nur deren druckgrafische Güte, sondern auch das »Wertvolle« betonte, das die Bilder ihren Käufern versprachen. In Seemanns farbigen Drucken, so sollte es scheinen, waren die ideellen Gehalte der Malerei gleichsam verlustfrei konserviert. Trotz der reklamehaften Übertreibung fügten sich die Werbehymnen des Verlags in den Zeitgeist der Reformbewegung, wie etwa das Beispiel der 1901 im Haus der Berliner Sezession gezeigten Ausstellung »Die Kunst im Leben des Kindes« zeigt, die sich in besonderer Weise um »guten« künstlerischen Wandschmuck bemühte. »Immer lauter und dringlicher wird das sehnsüchtige Verlangen, unser Dasein aus den wirren Kämpfen der modernen Welt in eine Sphäre der Freiheit, Schönheit und Heiterkeit emporzuheben«, hieß es im Katalogvorwort, das Max Osborn verfasste. »Wir fühlen, dass das deutsche Leben der Gegenwart mit unerträglicher Einseitigkeit vom Verstandesmäßigen, Logischen, Exakten, von materiellen Erwägungen und Interessen beherrscht ist, und dass es ernster Arbeit im Dienste des Ästhetischen, Künstlerischen bedarf, um unsere Kultur einer harmonischen Gestaltung näher zu führen.«³⁵ Die Erzeugnisse der Reproduktionsindustrie, darunter auch Seemanns Farbendrucke, waren in der Ausstellung in einer eigenen Sektion präsentiert.

Bei der ernsten Arbeit an sich selbst, um die es ging, boten Reproduktionen eine Brücke ins Reich des Unverfälschten und Echten, die das künstlerische Original womöglich ganz entbehrlich machte.

Seemanns ehrgeiziges Ziel, »eine Universalgalerie aller Meisterwerke der Malerei in farbtreuer Nachbildung zu schaffen«,³⁶ fügte sich in den Denkhorizont einer Zeit, die die apparative Vervielfältigung als adäquate Vermittlungsform einer demokratisierten Massengesellschaft verstand, aber zugleich an bürgerlichen »Werten« festhielt. Margot Rieß sprach 1933 in einem kaum beachteten Text von »Kammerkunst«, mit deren zunehmender Verbreitung der vermeintliche Mehrwert des »Originals« sich unversehens verflüchtigte: »Wie die Konzertsäle durch Schallplatte und Radio, so sind auch die Gemäldegalerien in Gefahr, unpopulär zu werden, weil wir uns einer Zeit nähern, in der jeder Bürger seinen Raffael oder Dürer an der Wand haben kann.«³⁷ Es war, so gesehen, alles andere als Zufall, dass der E. A. Seemann-Verlag 1924 eine Kooperation mit dem gerade eben in Betrieb genommenen Rundfunk einging, um die Hörer begleitend zu akustischen Sendefolgen über »Kunstgeschichte im Radio« mit den zugehörigen farbigen Bildern zu versorgen.³⁸ Als Massenmedium, das seine programmierten Inhalte unterschiedslos »an alle« adressierte, deren Konsum jedoch in der individualisierten Sphäre der eigenen vier Wände erfolgte, war das Radio genau so Sinnbild jener »zwiespältigen sozialen Lebensform«³⁹ der Moderne wie die Reproduktion, die mit dem Versprechen aufwartete, als vollwertiger Stellvertreter des Originals jedem Käufer ein individuelles Maß an »Genuss« zu vermitteln. Was aber war dann überhaupt noch das Original? Willy Haas, der 1931 in der »Literarischen Welt« diese Frage aufwarf, verglich den Gebrauch der Reproduktion mit der zeitgenössischen Aufführung eines historischen Bühnenstücks. »Das Original? Das gibt es ja gar nicht als etwas Feststehendes. Es verändert sich fortwährend, weil die Menschen sich fortwährend verändern.«⁴⁰ So gesehen mochte eine Pietà des 15. Jahrhunderts in der heimischen Stube durchaus »richtiger« hängen als im Altmeistersaal des Louvre. »[F]ast ist, paradox gesprochen, die Reproduktion mehr »Original« im Sinne der sozialen Funktion als das Original selbst, das irgendwo im Museum hängt. Deshalb scheinen mir auch allzu feine, allzu weitgehende Debatten über die absolute Originaltreue dieser Reproduktionen verfehlt.«⁴¹

- Der vorliegende Textbeitrag wurde für die zweite Auflage überarbeitet und ergänzt.
- 1 Zur Mediengeschichte des Kunstbuchs siehe Katharina Krause u. Klaus Niehr (Hrsg.): *Kunstwerk – Abbild – Buch*. Das illustrierte Kunstbuch von 1730 bis 1930, München/Berlin 2007; *Bilderlust und Lesefrüchte*. Das illustrierte Kunstbuch von 1750 bis 1920, Ausst.-Kat. Gutenberg-Museum Mainz, Leipzig 2005; Volker Gebhardt: *Verlegte Kunst*. Das Kunstbuch am Ende des 20. Jahrhunderts, in: Matthias Bruhn (Hrsg.): *Darstellung und Deutung*. Abbilder der Kunstgeschichte, Weimar 2000, S. 89–99.
 - 2 Zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte mit Hinweisen zur Illustrationstechnik siehe die Überblicksdarstellungen von Georg Jäger: *Verlag für Kunst, Architektur und Kunstgewerbe*, in: *Geschichte des Deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*, Bd. 1: *Das Kaiserreich 1870–1918* (Teil 1), hrsg. von Georg Jäger, Frankfurt am Main 2001, S. 602–643 und Dorothea Peters: *Kunstverlage*, in: *Geschichte des Deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*, Bd. 2: *Die Weimarer Republik 1918–1933* (Teil 1), hrsg. von Ernst Fischer u. Stephan Füssel, München 2007, S. 463–508.
 - 3 Zur technischen Entwicklung fotomechanischer Illustrationsverfahren siehe Frank Heidtmann: *Wie das Photo ins Buch kam*. Der Weg zum photographisch illustrierten Buch, Berlin 1984; »Fotografie gedruckt«, *Rundbrief Fotografie*, Sonderheft 4, 1998 (darin u.a. Dorothea Peters: *Ein Bild sagt mehr als 1000 Punkte*, S. 23–30); Dorothea Peters: *Die Welt im Raster*. Georg Meisenbach und der lange Weg zur gedruckten Photographie, in: Alexander Gall (Hrsg.): *Konstruieren – kommunizieren – präsentieren*. Bilder von Wissenschaft und Technik, Göttingen 2007, S. 179–244; »Graustufen«, *Bildwelten des Wissens*. Kunsthistorisches Jahrbuch für Bildkritik, Bd. 8.2., 2011.
 - 4 Zu den frühen Technologien vgl. Helmut Hess: *Täuschend ähnlich*. Die photographische Kunstreproduktion in Farbe gegen Ende des 19. Jahrhunderts, in: *Gestochen Scharf! Die Kunst zu reproduzieren*, Ausst.-Kat. Zeppelin Museum Friedrichshafen, hrsg. von Dirk Blübaum u. Stephan Brakensiek, Heidelberg 2007, S. 145–157.
 - 5 Willy Haas: *Reproduktionen*, in: *Die Literarische Welt*, Jg. 7, 1931, H. 46, S. 3–4, hier S. 3.
 - 6 Hanfstaengl-Drucke. Große farbige Wiedergaben nach Meisterwerken der Malerei, München o.J. [um 1929], S. XI.
 - 7 Carl von Lützwow: *Neue farbige Reproduktionen*, in: *Kunstchronik*, N.F., 5.1894, S. 265–271.
 - 8 *Katalog der Vereinigung der Kunstfreunde*. Farbige Nachbildungen von Gemälden der Königlichen National-Galerie und anderer Kunstsammlungen 1883–1912, Berlin 1912. Vgl. Dorothea Peters: »Die Kunst in's Volk tragen« – Photographien und Lithographien nach Werken der Berliner Nationalgalerie im 19. Jahrhundert, in: *Die Kleine Nationalgalerie*. Ein Bildersaal Deutscher Kunst im 19. Jahrhundert, Ausst.-Kat. Museum für Kunst und Kulturgeschichte Dortmund, Köln 2005, S. 58–71, hier S. 71.
 - 9 *Tausend farbige Kunstblätter aus dem Verlage von E.A. Seemann in Leipzig*, 1908, S. III.12.
 - 10 H. Bergner: *Malerische Erquickstunden*, in: *Katalog der Farbigen Kunstblätter aus dem Verlage von E.A. Seemann in Leipzig*, 1916, S. III–IV.
 - 11 Zur Verlagsgeschichte vgl. Alfred Langer: *Kunstilliteratur und Reproduktion*. 125 Jahre Seemann Verlag im Dienste der Erforschung und Verbreitung der Kunst, Leipzig 1983 sowie zuletzt auch Friederike Kitschen: *Eine Volkswirtschaft der Geistesgüter*. Die Konkurrenz der populären Kunstbuchreihen um Jugend, Volk – und den »richtigen« Kanon, in: Anna Maria Loffredo, Joseph Imorde u. Andreas Zeising (Hrsg.): *Höhere Bildung*. Kunstgeschichte und Schule (= kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften, Bd. 46, 2018, H. 1), Kromsdorf 2018, S. 32–60, bes. S. 48ff.
 - 12 [M.Sch.]: *Kunstgeschichte in Bildern*, in: *Die Kunst für alle*, Bd. 14, 1898/99, S. 335.
 - 13 Langer: *Kunstilliteratur und Reproduktion* (wie Anm. 11), S. 83.
 - 14 *Verlagsannonce* in: *Die Farbigen Kunstblätter*. Ein vollständiges Verzeichnis der bisher erschienenen farbigen Wiedergaben aus dem Verlag von E.A. Seemann in Leipzig, 1920, S. LII.
 - 15 Vgl. Verzeichnis der Medici-Drucke. *Farbige Faksimile-Reproduktionen von Gemälden Alter Meister*, München: F. Bruckmann A.G., 1912; *Kunstverlag Trowitzsch & Sohn*. *Farbige Kunstblätter*. Katalog 1931, Frankfurt an der Oder 1931.
 - 16 Georg Biermann: *Farbige Reproduktionen nach alten Meistern*, in: *Der Cicerone*, Bd. 1, 1909, H. 22, S. 714.
 - 17 Begleittext zu: Michelangelo da Caravaggio. *Der Falschspieler* (Bunte Blätter aus aller Welt, Blatt 21), hrsg. vom Kunstverlag Römmler & Jonas, Dresden o.J. [um 1909].
 - 18 Ferdinand Avenarius: *Gegen die Farbendrucke*, in: *Der Kunstwart*, Jg. 24, H. 9, 1911, S. 161–166, hier S. 161.
 - 19 *Ebd.*, S. 165.
 - 20 Zu den Gegnern gehörte beispielsweise auch der Hamburger Ordinarius Erwin Panofsky. Vgl. Monika Wagner: *Kunstgeschichte in Schwarz-Weiß*. Visuelle Argumente bei Panofsky und Warburg, in: Monika Wagner u. Helmut Lethen (Hrsg.): *Schwarz-Weiß als Evidenz*. »With black and white you can keep more of a distance«, Frankfurt am Main/New York 2015, S. 126–144 u. 272–275.
 - 21 Eric Tietze-Conrat: *Uvachromie*, in: *Kunstchronik und Kunstmarkt*, Jg. 56, 1920/21, S. 263–266, hier S. 264.
 - 22 Georg Poensgen: *Über Buntdrucke und farbige Reproduktionen*, in: *Der Kunstwart*, Jg. 39, 1926, S. 179–182, hier S. 182.
 - 23 Artur Seemann: *Der Hunger nach Kunst*. Betrachtungen, Leipzig/Berlin 1901.
 - 24 Richard Muther: *Geschmacksverbildung*, in: *ders.: Studien und Kritiken*, Bd. 1, Wien, Fünfte Auflage, o.J. [1901], S. 266–275.
 - 25 *Ebd.*, S. 273f.
 - 26 *Ebd.*, S. 273.
 - 27 Seemann: *Der Hunger nach Kunst* (wie Anm. 23), S. 70.
 - 28 *Ebd.*, S. 6.
 - 29 *Ebd.*, S. 81.
 - 30 *Ebd.*, S. 99.
 - 31 Julius Meier-Graefe: *Reproduktionen*, in: *Berliner Tageblatt* vom 28. Juni 1929. Meier-Graefe selbst brachte mit den Drucken seiner Marées-Gesellschaft damals hochqualitative, allerdings auch entsprechend kostspielige Farb reproduktionen für einen Kreis kultivierter »Genießer« heraus.
 - 32 So die Angabe im Vorwort zu: *Farbige Gemäldewiedergaben*. Systematisches Verzeichnis von 3.000 originalgetreuen Kunstblättern nach den berühmtesten Gemälden aller Länder und Zeiten, Leipzig: E.A. Seemann, 1925, unpaginiert. Alle nachfolgenden Angaben hingegen nach Katalog 1908 (wie Anm. 9).
 - 33 *Katalog 1908* (wie Anm. 9), S. I.15, I.29, II.7, II.10 u. II.31.
 - 34 *Katalog 1920* (wie Anm. 14) S. 1.
 - 35 Max Osborn: *Vorwort*, in: *Die Kunst im Leben des Kindes*, Ausst.-Kat. Berliner Secession. Leipzig/Berlin 1901, S. 7–18, hier S. 7.
 - 36 *Katalog 1925* (wie Anm. 32), S. 1.
 - 37 Margot Rieß: *Original und Meisterdruck*, in: *Berliner Börsen-Zeitung* vom 20. Juni 1933 (Beilage »Kunst – Welt – Wissen«).
 - 38 Dazu eingehend Andreas Zeising: *Radiokunstgeschichte*. Bildende Kunst und Kunstvermittlung im frühen Rundfunk der 1920er bis 1940er Jahre, Köln 2018, S. 66–69.
 - 39 Haas: *Reproduktionen* (wie Anm. 5), S. 3.
 - 40 Willy Haas u. Fritz Pollak: *Soll man sich Reproduktionen an die Wand hängen? Eine Debatte zwischen einem Maler und einem Schriftsteller*, in: *Die Literarische Welt*, Jg. 7, 1931, H. 29, S. 3–4, hier S. 4.
 - 41 Haas: *Reproduktionen* (wie Anm. 5), S. 3.



Screenshot des Projekts »Closer to Van Eyck: Rediscovering the Ghent Altarpiece«, Ansicht für mobile Endgeräte, 2016

Antje Quast

Populäre Kunstgeschichte digital

»Je umfangreicher die digitale Zugänglichkeit ist, desto größer ist scheinbar auch das Interesse daran, das Original und dessen Aura vor Ort wahrzunehmen.«¹ Zu diesem überraschenden Fazit kommt Silke Janßen, die stellvertretende Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Frankfurter Städel Museums, das bekannt ist für Webauftritte und ein breit gefächertes Digitalangebot, mit dem populäre Ausstellungsevents professionell vermarktet werden. Kollegen anderer Museen, etwa solcher, die am Google Art Project teilgenommen haben, bestätigen diese Einschätzung. Die Verfügbarkeit digitaler Reproduktionen von Kunstwerken, so scheint es, hat den Wunsch, das Original vor Ort selbst zu erleben, eher befeuert als ihn zu befrieden.

Kann es also sein, dass die alte Diskussion um die Opposition von Original und Reproduktion durch die digitale Revolution eine neue Wendung erfährt? Dass digitale Reproduktionen und die Informationsflut der Social Media-Kanäle Kunst in einer Weise universal verfügbar macht, dass im Gegenzug die als »Aura« apostrophierte Wirkmacht des Originals, die nach Walter Benjamins Vorstellung nur in der persönlichen Begegnung mit dem Kunstwerk erfahrbar werden kann, eine Restitution erfährt? Verändert sich vielleicht die Erwartung an Kunst, an ihre Leistung und an ihre Funktion?

Oder ist die von Janßen und anderen gemachte Beobachtung auf den Einsatz von Social Media und digitalen Sammlungen als erfolgreiches Marketinginstrument zurückzuführen, das nun in globalem Maßstab und über noch leichter konsumierbare, noch stärker popularisierende Narrative neue und andere Zielgruppen erschließt? Wie sind solche Narrative verfasst, wie tragen sie Wissen über Kunst in eine globale Gesellschaft? Und was bedeutet das für die Geschichte der Kunstwissenschaft und für die Kunstgeschichte als akademische Disziplin?

Reproduktion ist nicht gleich Reproduktion

Die Geschichte der frühen Kunstgeschichte, darauf weist Joseph Imorde hin, war geprägt durch einen grundlegenden Konflikt, bei dem es um »die Antinomie zwischen rationaler, das heißt objektiverbarer Erkenntnis und emotionaler, das

heißt subjektiver Verlebendigung«² ging. Auf der Seite »objektiverbarer Erkenntnis« stand die junge Fachwissenschaft, die sich auf Sammlungen »billiger« fotografischer Reproduktionen stützte, an denen sie vergleichendes Sehen und wissenschaftliche Methodiken entwickelte. Der Fachwissenschaft stand der Dilettant gegenüber, der auf das subjektive Erleben vor dem Original bestand. Gerade die optische Dürftigkeit früherer fotografischer Reproduktionen trug dazu bei, die Fachwissenschaftler zu großen, in den Reproduktionen »objektiv« abgesicherten historischen »Meistererzählungen« anzuregen.

Diese mittlere Distanz zwischen Anregung zu subjektivem Arrangement und relativer objektiver Rückbindung wird durch die hohe technische Qualität, die digitale Reproduktionen heute erreichen, polarisiert. Insbesondere die öffentliche Diskussion um das Google Art Project kann das zeigen. Google Art Project ist eine Webanwendung von Google, die virtuelle Rundgänge durch ausgewählte Kunstsammlungen der Welt und digitalisierte Einzelwerke in höchster Auflösung zusammenstellt. Die schiere Qualität der Digitalisate eröffnet neue Dimensionen, werden am und im digitalen Bild doch Details sichtbar, die für den Betrachter vor dem Original keinesfalls erkennbar sind. Der Umfang der Bilddatenbank und die Tools zu ihrer Verwaltung ermöglichen neue Arrangements in quasi totalem Umfang. Für Paul Ingendaay stellt Googles Webanwendung deshalb zugleich »Atlas und Mikroskop« dar und ermöglicht so nichts weniger als »das alte Buch der Kunst (neu zu) lesen.«³

Die Arbeit vor dem Original hat sich für die Fachwissenschaft damit erledigt, jedenfalls sofern es um optische Tatbestände und um vergleichendes Sehen geht. Obsolet ist auch die Hierarchie von Fachwissenschaftler und Dilettant, denn es gibt keinen wie auch immer gearteten (Wissens- oder Ressourcen-)Vorsprung mehr. Originalität und Autorschaft, von denen die großen »Meistererzählungen« leben, sind nivelliert, dafür ist die im engeren Sinne wissenschaftliche Arbeit mit optischen Daten nun objektiv und total.

Es ist vielleicht gerade dieses Extrem, das die andere Seite, die des Dilettanten, der auf ein subjektives Kunsterlebnis vor dem Original besteht, emphatisch in ein neues Recht setzt. »Die Sache hat bekanntlich einen Haken«, heißt es in der »tageszeitung« zum Google Art Project. »Wo alle hinwollen, ist es schon voll. Zum Glück haben wir Google. Der Konzern verfolgt einen ebenso humanistischen wie umweltfreundlichen Plan: die Verdopplung der Welt im Netz. Zuerst waren die alten Bücher dran, denn muffige Leihbibliotheken gehören zu den grauenvollsten Bildungseinrichtungen der Neuzeit. Zettelkästen, Mikrofiche, Lesesäle – was hat man da seine Lebenszeit vergeudet. Es folgte Google Street View, also das



**Virtueller Rundgang durch die
Londoner Tate Gallery, »Google Art
Project«, Screenshot 2016**

lückenlose Abfotografieren städtischer Architektur. Flanieren kann man seitdem mit Zeige- und Mittelfinger: drücken, halten, Cursor im Bild rumschieben.«⁴ Die digitale Welt ist bloß eine Verdopplung, surfen ist nicht flanieren, und der Cursor ist nicht der Körper. Das flache Bild kann die Plastizität der echten Welt nicht erfassen: »Überhaupt gelingt es selten, das majestätisch Große ins kleine Eckige zu pressen. Beim Anblick überwältigt von der Wucht der Materie, dem Windhauch der Geschichte? Naja, eher nicht so.«⁵

Indem das überall, jederzeit und für jeden verfügbare Bild seine Distanz und Reproduziertheit herausstellt, verstärkt es offenbar das Bedürfnis nach der Nähe einer persönlichen Begegnung mit dem Kunstwerk in seinem Kontext und vor Ort. Über die Restitution von Aura und Original und »subjektiver Verlebendigung« hinaus scheinen hier weniger beachtete Seiten der kulturellen Praxis des Umgangs mit Kunst neue Aktualität zu gewinnen: das Reisen etwa, das Gemeinschaftserlebnis, das Sehen als nicht nur auf das Auge beschränkte Form der Wahrnehmung.

Neue populäre Narrative

In Deutschland gehören Kunst und Kultur zu den »meritorischen Gütern«, die mit Steuergeldern gefördert und von kommerziellen Belangen weitgehend befreit sind. Was ein »meritorisches Gut« ist, wird jeweils in öffentlichen und politischen Diskussionen verhandelt, die zu verschiedenen Zeiten in verschiedenen Ländern zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen.⁶ Während in der Kulturnation Deutschland die Öffentliche Hand Kunst und Kultur fördert, stellt in den angelsächsischen Ländern und insbesondere in den USA ein Kulturmarkt Bildungsangebote bereit, die ihre Finanzierung selbst einspielen müssen.

Die Diskussion um das Google Art Project zeigt auch hier, dass Social Media dazu anregt, Bildung zwischen Auftrag und Kundenorientierung neu zu verorten. Deutsche Teilnehmer am Google Art Project betonen den Nutzen als Marketinginstrument und sehen zugleich die Möglichkeit, in größerem Umfang ihrem Bildungsauftrag nachzukommen.⁷ Umgekehrt ist das Art Project aus einer Freizeitbeschäftigung und einer Liebhaberei der Google Mitarbeiter heraus entstanden, es ist kostenlos und gemeinfrei.⁸ Es eröffnet sich ein Experimentierfeld, das Kunst – und Wissen über Kunst – auch über innovative Narrative popularisieren und neue Zielgruppen erschließen kann. Insbesondere die Gründung des Videoportals Youtube im Jahr 2005, das das kostenlose Anschauen und Hochladen von Videos für jeden ermöglicht, hat hier neue Impulse gesetzt. Kulturunternehmer, Dilettanten und Institutionen mit explizitem Bildungsauftrag nutzen das Videoportal. Dazu gehört auch das bereits erwähnte Städel Museum in Frankfurt, das mit einem eigenen Thinktank genuine digitale Strategien entwickelt. Es unterhält seit 2009 einen Youtube-Kanal, in dem Produktionen erprobt werden. Hier finden sich etwa Kurzfilme, in denen Sonderausstellungen vorgestellt werden. Die Kuratoren nutzen die Gelegenheit, ihre jeweilige Ausstellungsidee vor ausgewählten Bildern transparent zu machen. Es gibt auch rund zwei Minuten lange Übungen in vergleichendem Sehen, bei denen vom Splitscreen aus zwei Bilder mit dem Kameraauge und über einen Kommentar aus dem Off ikonographisch erschlossen werden. Diese Produktionen greifen dabei oft auf bewährte Vermittlungsformen aus dem Bildungsfernsehen zurück.

Erprobt wird auch die Anbindung an bereits durch das Fernsehen populär gewordene Formate, etwa die Talkshow. So diskutiert Gerd Scobel statt mit realen Personen mit Bildern, die als Gesprächspartner auf den Sesseln sitzen. Das stumme Bild vertritt die Person und wird zum Sprechen gebracht. Zur digitalen Strategie des Städel Museums gehört ferner das Digital, ein mit dem Grimme-Preis ausgezeichnetes multimediales Format, das es erlaubt, Museums- und Ausstel-

lungsbesuch gründlicher und einfacher vorzubereiten. Seit 2015 hat das Städel Museum nach dem Vorbild der amerikanischen Massive Open Online Courses zudem auch einen kostenlosen eigenen Online-Kurs eingerichtet.

Im Vergleich zu angelsächsischen oder US-amerikanischen populären Narrativen zur Kunst hält sich die digitale Strategie des Städel bei den innovativen und partizipatorischen Möglichkeiten von Social Media zurück. Das mag mit dem für die digitale Strategie ausgegebenen Leitsatz zusammenhängen (»Mit mehr Hintergrundwissen auch mehr sehen und genießen können«), ebenso mit dem Bekenntnis zum Bildungsauftrag statt zum Marketing (»Deshalb soll digitales Angebot auch nicht als Marketinginstrument verstanden werden«).⁹ Es kann aber auch verwundern, denn als Bürgerstiftung ist das Städel vergleichsweise unabhängig und flexibel. Jedenfalls bleibt die digitale Strategie in auffälliger Weise dem Katalogwesen und der Erhaltung der Deutungshoheit der Fachwissenschaft, das heißt einer »top down«-Bildung und dem »ernsten Ton« wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit Kunst verpflichtet.

Der angelsächsische und amerikanische Kulturmarkt hat dagegen spielerische und dialogorientierte Varianten populärer Kunstgeschichte entwickelt, die die flache Struktur des Netzes ins Spiel bringen, Deutungshoheiten aushebeln und komplexe Inhalte mit hohem Tempo auf den Punkt bringen, ohne dass man dabei Qualitätsverluste oder mangelnde didaktische Aufbereitung zu beklagen hätte. Hier sind die Dilettanten am Werk. Der amerikanische Schriftsteller John Green etwa erreicht mit seinen Youtube-Crash Courses ein riesiges Publikum. Seine rund zehn Minuten lange Folge zur Renaissance aus dem »Crash Course History« erzählt zum Beispiel eine andere, weniger europäische, mehr ökonomische und geographische Geschichte der Epoche in der Form einer Klassenzimmerparodie.

In der Art History-Abteilung der Khan-Academy, der Stiftung von Salman Khan, die sich weltweite kostenfreie Volksbildung auf höchstem Qualitätsniveau auf die Fahnen geschrieben hat, finden sich neben klassischen kunsthistorischen Vermittlungsformen auch zehnminütige Werkbesprechungen in Dialogform, etwa zu Marcel Duchamps »In Advance of a Broken Arm«. Der Dialog zwischen einem Dilettanten und einem Fachwissenschaftler geht visuell von nebeneinander stehenden identischen Abbildungen der Schaufel aus, wovon nur eine mit Bildunterschrift und Titel versehen ist. Original und Reproduktion, Werk und Gebrauchsgegenstand werden hier solange im Dialog von Fachmann und Dilettant gegeneinander ausgespielt, bis zuletzt keine Hierarchien und Gewinner und Verlierer übrig bleiben.

Andere Initiativen, wie etwa die 2008 vom Schriftsteller Alain de Botton und der Kuratorin Sophie Howard in London ins Leben gerufene School of Life, besetzen

gleich das ganze Feld. Sie unterscheiden nicht mehr zwischen orts- und netzgebundenen Vermittlungsformen. Die School of Life versteht sich als Plattform für die Erziehung zu emotionaler Intelligenz, als eine Initiative, die die großen Fragen eines guten Lebens mithilfe von Kunst und Kultur beantwortet. Sie betreibt weltweit Niederlassungen mit Seminarräumen und Shops. Sonntags veranstaltet die School of Life in der Londoner Conway Hall gut besuchte Zusammenkünfte, bei denen eingeladene Redner ironisch durchgesetzte weltliche Predigten halten. Wöchentlich stellt die School of Life neue Filme zu verschiedenen Themen des guten Lebens auf Youtube. Der Kunstkanal der School of Life setzt dabei meist die Begegnung mit ausgewählten Kunstwerken ins Bild, wobei die informierende und moderierende Kunsthistorikerin vor allem maximale persönliche Nähe zum Werk bezeugt und herstellt. Man sitzt mit ihr und dem Werk am heimischen Küchentisch und kann den seelentherapeutischen Nutzen des Bildes erahnen.

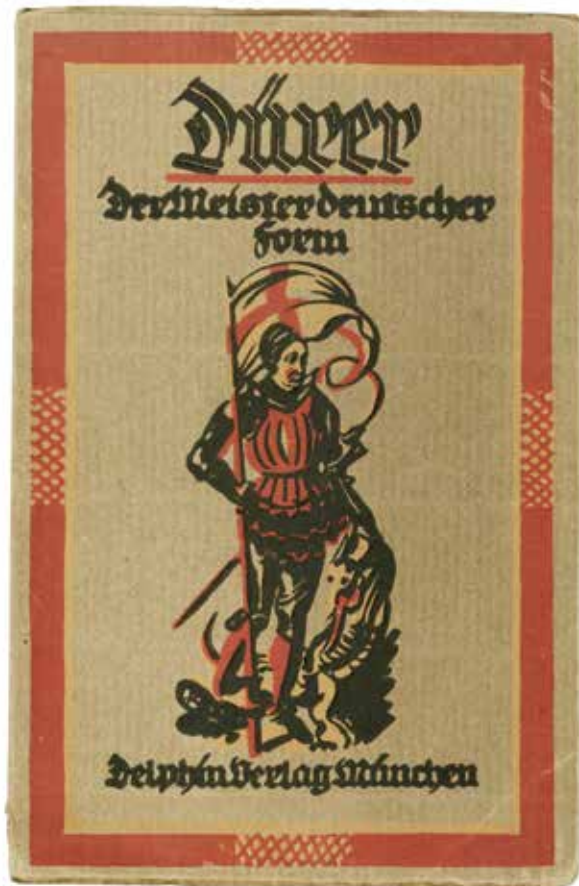
Digitale Reproduktion und Social Media haben die Möglichkeiten, zu Kunst in Beziehung zu treten, potenziert. Sowohl auf der theoretisch abstrakten als auch auf der subjektiven Seite lässt sich eine bereicherte Art der Kunsterfahrung machen. Eine davon bleibt indessen nach wie vor der Museumsbesuch.

- 1 Das Museum ist weniger ein Ort als eine Aufgabe. Die Digitalstrategie des Städel Museums. Silke Janßen im Interview mit Kristin Oswald (2015), in: Kulturmanagement Network, URL: http://kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v__d/ni__2989/cs__11/index.html (abgerufen 20.10.2016)
- 2 Siehe den Beitrag von Joseph Imorde in diesem Band.
- 3 Paul Ingendaay: Kunstgeschichte in verblüffender Lichtstärke, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15. Januar 2009.
- 4 Astrid Herbold: Ich bleib dann mal hier, in: tageszeitung (taz) vom 17. Februar 2011.
- 5 Ebd.
- 6 Vgl. dazu Armin Klein: Öffentliche Bildung zwischen Bildungsauftrag und Besucherorientierung. Dossier Kulturelle Bildung der Bundeszentrale für politische Bildung, 5. Mai 2010.
- 7 »Der Nutzen liegt für Günther Schauerte zum Teil im Werbeeffect, andererseits sieht er darin eine

- wunderbare Möglichkeit, dem Bildungsauftrag der Staatlichen Museen nachzukommen: Deshalb liege in der detaillierten Ansicht auch eine einmalige Gelegenheit für die internationale Forschung. Das Angebot sei kein Ersatz, sondern eine Ergänzung zum normalen Museumsbesuch. Das Art Project biete die Gelegenheit, den realen Besuch vor- und nachzubereiten oder Bilder zu betrachten, zu denen man nicht eigens anreisen kann.« Christina Grevenbrock: Das Kunstspielzeug, in: Art Magazin vom 3. Februar 2011.
- 8 »Der stellvertretende Generaldirektor, Günther Schauerte, ist hoch zufrieden über den Ablauf: »Google ist auf alle unsere Forderungen eingegangen.« Es sind keine Nutzungsrechte abgegeben worden, die über die Ansicht im Internet hinausgehen, es gibt keine Downloadmöglichkeiten, und alle technisch machbaren Sicherheitsvorkehrungen seien ausgereizt worden. Deshalb macht er sich auch keine Sorgen über einen Missbrauch der hochauflösenden Bilder. Auch Lena Wagner,

Pressesprecherin bei Google, sieht kein erhöhtes Risiko im Vergleich zu den Internetauftritten der einzelnen Museen, die ja durchaus schon vorher ihre Werke im Internet präsentiert haben. Ob das wirklich dasselbe ist, wird sich zeigen.«, Grevenbrock: Das Kunstspielzeug (wie Anm. 7).

- 9 »Für uns ist das Credo: Mit mehr Hintergrundwissen auch mehr sehen und genießen können. Unseren Erfolg messen wir also weniger in Zahlen, als darin, unseren Bildungsauftrag im digitalen Zeitalter bestmöglich auszufüllen und weiterzutragen. Als Deutschlands älteste Museumsstiftung ist das für uns essentiell. Unsere digitalen Angebote sollten darum auch nicht als Marketinginstrumente verstanden werden.«, Silke Janßen im Interview (wie Anm. 1).



Dürer. Der Meister deutscher Form. Ausgewählt und eingeleitet von Martin Weinberger (Kleine Delphin Kunstbücher, 21. Bändchen), München: Delphin-Verlag 1922 (Umschlagzeichnung von Eduard Ege)

Andreas Zeising

Deutscher Meister? Populäre Dürer-Rezeption zwischen Kaiserreich und Weimarer Republik

Als das Frankfurter Städel 2013 seine vielbesuchte Dürer-Retrospektive bewarb, wartete das Museum am Mainufer, wie stets, mit einer ausgeklügelten Marketing-Kampagne auf. Auf Plakaten und Transparenten, auf Youtube und mit Smartphone Apps bewarb man das Ausstellungsereignis mit dem Slogan »Dürer – Deutscher Meister«. Das augenzwinkernde Motto war wohldurchdacht. Pries man die Renaissancekunst hier doch einmal nicht als elitären Bildungsgegenstand, sondern verlockte mit einem Begriff von Höchstleistung, der dem Feld sportlicher Unterhaltung angelehnt war. Als »Deutscher Meister« erschien Dürer zu wahrer Popularität geadelt. Zugleich sprach aus dem Motto eine ironische Distanzierung von der problematischen Geschichte der Dürer-Rezeption, die in der Vergangenheit nur allzu häufig von dem Prädikat »deutsch« Gebrauch gemacht hatte.

»Gerade unsere Zeit blickt mit so verlangenden Augen nach allem sich um, was deutsch heißen könnte, und Dürers Name ist so sehr Symbol aller nationalen Kunst, daß für jede neue Darstellung die Leser vorhanden wären«, schrieb der Kunsthistoriker Heinrich Wölfflin 1905, der Dürer bei derselben Gelegenheit als »deuthesten der deutschen Künstler« bezeichnete.² Für die Kunstgeschichte, die zur Zeit des wilhelminischen Kaiserreichs zu den aufstrebenden Disziplinen zählte, war Dürer das, was Goethe und Schiller für die Germanistik, Bach und Beethoven für die Musikgeschichte waren, nämlich nationale Geistesgrößen, die für das Eigene der »deutschen« Kunst standen, die sich, wie man überzeugt war, erhobenen Hauptes im Chor der Völker behaupten durfte. Schon um 1900 nahm das populäre Schrifttum über Dürer beeindruckende Dimensionen an, war sein Werk in Reproduktionen aller Preiskategorien verfügbar, von denen die faksimilierten »Meisterbilder fürs deutsche Haus« des »Kunstwarts« die allergrößte Verbreitung fanden.³ Dürer war längst »mediatisiert«, was ausgerechnet Wölfflin, dessen illustrierte Monografie doch selbst von den Segnungen der Reproduktionsindustrie profitierte, zu einer Warnung vor den Defiziten des billigen Bildes gegenüber dem »rechten« Original veranlasste: »Mit der Popularisierung der Kunstgeschichte hat das Gefühl für das Echte bedenklich abgenommen. Es ist gut von Zeit zu Zeit darauf aufmerksam zu machen, daß ein einziger originaler Druck von



»Deutscher Meister«. Plakat der Dürer-Ausstellung im Städel-Museum Frankfurt am Main, 2013/14

Dürer für die Erkenntnis seiner Kunst unendlich viel wichtiger seiner kann als die vollständige Folge in verfälschten Nachbildungen.«⁴ Tatsächlich spielten in der populären Dürer-Vermarktung solche spitzfindigen Unterscheidungen keine Rolle mehr. Hier galt sein Name als Qualitätssiegel für das Echte und Unverfälschte »deutscher« Kunst, deren Geist und Größe noch aus der bescheidensten Reproduktion zu dem Betrachter sprach, wie man nicht müde wurde zu versichern.

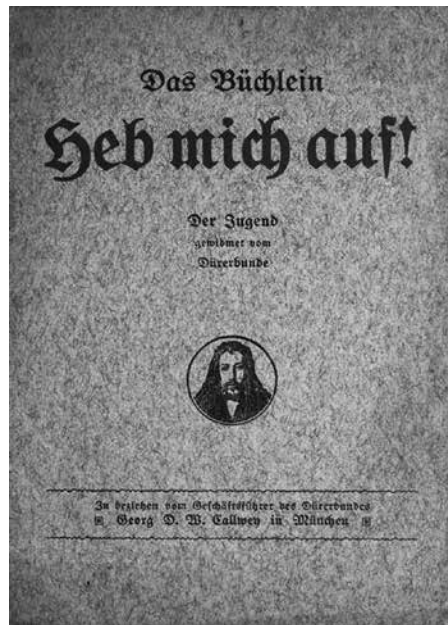
I.

Als nationale Identifikationsfigur galt Dürer spätestens, seit Wilhelm Heinrich Wackenroder ihm 1796 mit seinen frühromantischen »Herzensergießungen eines kunstliebenden Klosterbruders« ein literarisches Denkmal gesetzt und ihn neben den »göttlichen« Raffael plazierte hatte.⁵ Altdeutsch, fromm und volkstümlich – das waren seither die Werte, die man mit Dürer in Verbindung brachte. Schon im Jahr seines dreihundertsten Todestages, 1828, trieb der Kult bizarre Blüten, oszillie-

rend zwischen kommerzieller Vermarktung und kultischer Verehrung.⁶ Höhepunkt war die Grundsteinlegung zum Nürnberger Dürerdenkmal, das vermutlich erste öffentliche Denkmal für einen bildenden Künstler überhaupt.⁷ Die Fertigstellung im Jahr 1840 markiert zugleich einen Wandel von der romantischen Schwärmerei zur historisierenden Vergegenwärtigung, die mit der Konsolidierung der akademischen Kunstgeschichte und damit einer zunehmenden wissenschaftlichen Dürerforschung einherging. Der Gründerzeit war Dürer kein nazarenisches Traumbild mehr, sondern eine Figur der deutschen Geschichte, welche man sich freilich gern in phantasievollen Farben ausmalte.

Wahrhaften Auftrieb erhielt die Dürer-Verehrung im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts. Nach der vom militärischen Sieg über den Erzfeind Frankreich beflügelten, jedoch unter politischen Vorzeichen vollzogenen Reichsgründung richteten sich die erstarkenden Nationalgefühle auf kulturelle Ewigkeitswerte, die nationale Kontinuität auch über Zeitgrenzen hinweg zu dokumentieren schienen. Die Devise »Ehrt Eure deutschen Meister«, die Richard Wagner 1868 seinem »Meistersinger« Hans Sachs in den Mund legte, galt nun auch für die bildende Kunst. Es war die Zeit der Entdeckung einer »Deutschen Renaissance«, die man als Zeitalter von Reichsglanz und Bürgermacht interpretierte, welche so recht zum neuen Selbstverständnis zu passen schienen. Dass sich im Jahr der Reichsgründung, 1871, der Geburtstag Dürers zum vierhundertsten Mal jährte, schien da eine sinnhafte Fügung.

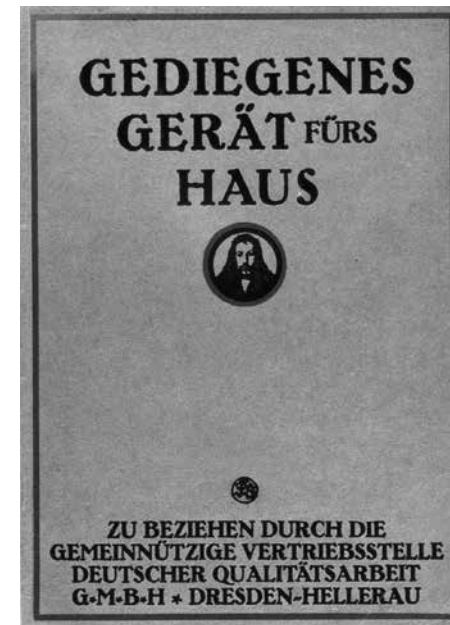
Zu weltanschaulicher Tragweite entwickelte sich die Dürer-Bewunderung in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg. Sprechenden Ausdruck fand sie im reformkonservativen »Dürerbund«, den der »Kunstwart«-Verleger Ferdinand Avenarius 1902 zur Beförderung moderner »Ausdruckskultur« ins Leben rief: »Der Dürerbund will eine gesunde bodenwüchsige Kultur, deren Erscheinung wahr, klar und erfreulich ausdrücke, was ist, und eben durch ihre flitter- und schminklose Wahrhaftigkeit beständig nachprüfen lasse, ob das, was ist, auch gut sei.«⁸ Kennzeichnend war die Grundüberzeugung einer allgemeinen Krise der nationalen Kulturentwicklung, für die der wissenschaftsgläubige, zweckorientierte und materialistische Charakter der Epoche verantwortlich gemacht wurde. Abhilfe versprach nach dem Willen des »Kunstwart« eine erneuerte ästhetische Gefühlskultur, für die der Name Dürer emblematisch stand, wie eindringlich auch die Abhandlung »Dürer als Führer« des »Rembrandtdeutschen« Julius Langbehn zeigt, die zuerst 1904 im »Kunstwart« erschien.⁹ Dürer wurde hier als Gegenbild zu den Krankheitserscheinungen der Moderne konturiert, als Beschützer deutscher Seele, ja als Wahrer einer »sittliche[n] Vogesengrenze«, wie es wörtlich heißt.¹⁰ Ethisch-



Das Büchlein Heb mich auf!
Der Jugend gewidmet vom
Dürerbunde, München:
Georg D.W. Callwey Verlag 1907

ästhetische Zielsetzungen trug der »Kunstwart« auch an seine schon erwähnte Reihe der »Meisterbilder fürs deutsche Haus« im Quartformat heran, die für billiges Geld höchsten ideellen Gegenwert versprachen.¹¹ Nicht zufällig waren die ersten drei veröffentlichten Bilder der Reihe Werke Albrecht Dürers, nämlich »Hieronymus im Gehäus«, »Ritter, Tod und Teufel« und die »Melancholie«.

Wie sich die Wertungen der populären Kunstgeschichte nach 1900 verschoben, zeigen die verbreiteten monografischen Reihenwerke. Der Verlag Velhagen & Klasing, der den Markt dominierte, thematisierte Dürer 1895 im fünften Band seiner Reihe der »Knackfuß'schen Künstler-Monographien«.¹² Ihm vorausgegangen waren Monografien zu Raffael, Rubens, Rembrandt und Michelangelo – noch hatte sich Dürer in die bildungsbürgerliche Hierarchie der »Klassiker« einzuordnen. Die seit 1909 verlegte Reihe »Die Kunst dem Volke!«, herausgegeben von der Allgemeinen Vereinigung für christliche Kunst, eröffnete hingegen demonstrativ mit einem Dürer-Band.¹³ Vom Olymp der Klassiker war Dürer hinabgestiegen, um für das Volk zu predigen. Auch Velhagen & Klasing brachte 1911 eine weitere Darstellung in der Reihe seiner broschiierten »Volksbücher« auf den Markt, die nicht mehr mit Goldprägung und Schmuckschriften aufwartete, um bildungsbürgerli-



Gediegenes Gerät fürs Haus.
Ein erster Versuch, hrsg. von der
Gemeinnützigen Vertriebsstelle
Deutscher Qualitätsarbeit GmbH,
Dresden-Hellerau 1912

chen Habitus zu imitieren, sondern deren schlichtes Äußeres wahre Volkstümlichkeit signalisierte.¹⁴ Überraschend ist, dass in Langewiesches »Blauen Büchern«, einer der erfolgreichsten populären Reihen dieser Jahre, ein Band über Dürer zunächst fehlte.

»Es mußte erst der große Krieg kommen, damit einmal mit allem Undeutschen, das sich bei uns eingenistet hatte, aufgeräumt wurde«, heißt es einleitend zur farbigen Dürermappe des Verlags E. A. Seemann, die vermutlich 1914 auf den Markt kam.¹⁵ Im Taumel der nationalen Begeisterung, die nun um sich griff, mehr noch in den Wirren des folgenden revolutionären Umsturzes, kaprizierte man sich auf die Idee kultureller Ewigkeitswerte, die allein noch Halt im Sturmwind der geschichtlichen Ereignisse versprachen. Wie sehr der Nürnberger Künstler nunmehr geradezu als Heilsbringer gehandelt wurde, deutet sich in Hermann Kosel Romantrilogie von 1923/24 an, die den plakativen Titel »Albrecht Dürer. Ein deutscher Heiland« trug.¹⁶ Doch paradoxerweise hatte die Fixierung auf den Ausdrucksgehalt des eigentümlich »Deutschen«, die nun die populäre Kunstgeschichte bestimmte, auch nachhaltige Umwertungen zur Folge, die Dürers Nachruhm ramponierten, wie einmal mehr das Beispiel Heinrich Wölfflins zeigt. In dem

mitte in den Wirren der Novemberrevolution (»Spätherbst 1918«) verfassten Nachwort zur dritten Auflage seines Dürer-Buchs war von »neue[n] Anschauungen«¹⁷ die Rede, durch die der Name Dürer unversehens in Frontstellung zu einem Grünewald oder Altdorfer geraten war – den wiederentdeckten »altdeutschen« Meistern, deren Werk einer jüngeren, expressionistisch geprägten Generation als Präfiguration jener Welterschütterung erschien, wie sie die Menschheit gerade durchlebte. Noch deutlicher wurde Wölfflin 1922: »Bisher sagte man Dürer, wenn man die deutsche Kunst auf *einen* Namen bringen wollte (...). Heute denkt man anders. Es haben sich neue Vorstellungen vom Wesen der deutschen Kunst gebildet, und Grünewald ist vom Rand in die Mitte gerückt. Er ist recht eigentlich der Spiegel geworden, in dem die Mehrzahl der Deutschen sich selbst erkennt (...).« Im Vergleich wirkte Manches an Dürer »kalt, entlehnt, formalistisch«, daher müsse die Frage erlaubt sein, »inwiefern man hier und da von deutscher Artung oder Entartung sprechen muß.«¹⁸

II.

Doch die expressionistischen Wogen glätteten sich gegen Mitte der Zwanziger Jahre, und der Dürer-Kult fand zu alter Form zurück. Ihren Höhepunkt fand die Begeisterung 1928, dem vierhundertsten Todesjahr, als eine unübersehbare Fülle an Büchern, Bildmonografien und Mappen den Buchmarkt überflutete, darunter auch der Aufsatz »Dürer als Führer« von 1904, der eine Neuauflage in Buchform erfuhr.¹⁹ In einer Zeit tiefer gesellschaftlicher und ideologischer Spaltungen sprach Karl Scheffler, ein Vertreter des gemäßigt konservativen Bürgertums, von »Dürer als Symbol« und als »Repräsentanten des Deutschtums schlechthin«, in dessen Werk und Persönlichkeit »ein großes und mächtiges Volk« sich selbst erkennt.²⁰ Das »Deutsche« an Dürer sollte der Kitt sein, die innerlich längst entzweite Nation wenigstens äußerlich zu einen. Längst versuchten auch rechtsnationale und völkische Kreise Dürer zu vereinnahmen: Schon 1927 hielt die NSDAP erstmals ihren Reichsparteitag in Nürnberg ab, das als Dürer- und Meistersingerstadt dafür die willkommene Kulisse abgab.²¹

Jenseits solcher ideologischer Vereinnahmungen galt Dürer breitesten Kreisen als unbestrittener Klassiker und nationale Größe, der allenfalls Goethe und Beethoven das Wasser zu reichen vermochten. Daher verwundert es nicht, dass auch der republikanische Staat im Jubiläumsjahr »seinen« Dürer ehrte, und zwar in bewusster Gratwanderung zwischen Bildungsreligion, Künstlerverehrung und Identitätspolitik. So übertrug etwa das Radio, das populärste Medium jener Jahre, am 6. April 1928, dem vierhundertsten Todestag Dürers, der zu allem Überfluss

auf einen Karfreitag fiel, die staatsoffizielle Dürer-Feier aus dem Plenarsaal des Reichstags.²² An diesem symbolischen Ort war die Feier bildhafter Ausdruck für das Bemühen, politische Gegensätze mit Hilfe von Ästhetik und Geschichte zu überbrücken und das nationale Empfinden pseudoreligiös zu verbrämen. Nach Klopstocks »Halleluja« und dem »Wach auf!«-Choral aus den »Meistersingern« las der nationalkonservative Dichter Wilhelm Schäfer aus dem Dürer-Kapitel seines mystifizierenden Erfolgsbuchs »Die dreizehn Bücher der deutschen Seele.«²³ Aus dem nämlichen Anlass organisierte man im fränkischen Nürnberg eine offizielle Gedenkfeier, die mit einer »Huldigung der deutschen Künstlerschaft« und einem abendlichen Fackelzug zum Dürerdenkmal endete, wo der fränkische Heimatkünstler und Dürer-Schwärmer Rudolf Schiestl seine Ansprache mit einem huldvollen Wagner-Zitat beschloss: »Deutsch sein heißt: eine Sache ihrer selbst willen tun.«²⁴

Die Veranstaltung stand in koordiniertem Zusammenhang mit dem Nürnberger Festjahr, das durch ein Bündel konzertierter Maßnahmen gezielt vermarktet wurde.²⁵ Die Nürnberger Stadtväter, die zum Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit nicht nur eigens einen Werbefilm produzieren ließen, sondern auch Presse und Nachrichtenbüros mit Aufsätzen »bekannter Dürerforscher« samt zugehöriger Bildvorlagen kostenlos belieferten,²⁶ waren sich der Resonanz der Massenmedien für Fremdenverkehr und Stadtmarketing sehr bewusst, ging es doch erklärtermaßen darum, »Volkskreise für den Museumsbesuch zu gewinnen, die ihm bisher ganz fern standen.«²⁷ Der Erfolg gab ihnen recht: Die Nürnberger Retrospektive verzeichnete die enorme Zahl von rund 200.000 Besuchern. Für die Werbemaßnahmen gestaltete Max Körner, der Leiter der Meisterklasse für Angewandte Grafik an der Staatsschule für Angewandte Kunst, Plakate und Drucksachen unter Verwendung eines leuchtend roten, als Bildmarke gebrauchten Dürer-Monogramms.

Versucht man eine Bilanz des Dürerjahrs zu ziehen, so fällt sie zwiespältig aus. Einerseits spricht aus den zahllosen Veranstaltungen, Reden und Publikationen die schon notorische Überschätzung alles »Deutschen«; andererseits aber auch das aufrichtige Bemühen, Dürer jenseits nationalistischer Vereinnahmung im Lichtschein einer bürgerlichen und republikanischen Gesinnung zu würdigen. Zwar war man bemüht, Dürer als unumstößliches Denkmal deutscher Größe zu würdigen, doch ging es dabei nicht um völkische Überlegenheitsgefühle oder deutsche Sonderleistungen, sondern um Menschentum und Persönlichkeit: »Nicht als ästhetische Natur, sondern durch das Ganze seines menschlichen Wesens ist Dürer unser volkstümlichster Maler geworden, das Urbild des deut-

schen Künstlers«, so wiederum der Schweizer Wölfflin in seiner Nürnberger Festrede.²⁸ Wenn in den staatstragenden Ehrungen wiederholt das »Europäertum« Dürers hervorgehoben wurde, entsprach das dem »Geist von Locarno«, also der damals von Seiten der Staatsregierung betriebenen Politik der europäischen Aussöhnung, die von der Aufnahme Deutschlands in den Völkerbund 1926 ihren Anfang genommen hatte. Der Nürnberger Oberbürgermeister Luppe griff gar zu Formulierungen, die sich in ihrer Unverbindlichkeit bis heute für Grußworte dieser Art verwenden ließen: »Echte Kunst kennt nicht die Grenze von Ländern und Völkern, sie schafft Menschheitswerte, gemeinsames Kulturgut aller Völker.«²⁹

Überblickt man die – eher vereinzelt – Exponate unserer Ausstellung aus den Jahren nach 1933, deutet sich an, dass damit das letzte Wort noch nicht gesprochen war. Für die NS-Propaganda war die längst eingefahrene Dürer-Begeisterung ein willkommenes Vehikel, völkische Werte zu vermitteln. Nach 1945 erschien das Prädikat des »Deutschen«, das dem Nürnberger »Meister« angedichtet worden war, denn auch zunehmend verdächtig, wenngleich die populäre Rezeption ungebrochen war, wie Langewiesches 1953/54 erschienenenes Doppel der »Blauen Bücher« zeigt.³⁰ Die goldene Ära der Mappenwerke und billigen Bilder, die die Volksbildungseuphorie der Jahre zwischen 1900 und 1933 begleitet hatten, war allerdings weitestgehend vorüber.

- 1 URL <http://blog.staedelmuseum.de/deutschermeister-albrecht-durer-im-kontext-seiner-zeitder-film-zur-ausstellung-ist-online> (abgerufen 10.10.2016).
- 2 Heinrich Wölfflin: Vorwort zur ersten Auflage (1905), in ders.: Die Kunst Albrecht Dürers, München 1919, S. V u. VII.
- 3 Vgl. Matthias Mende: Dürer-Bibliographie. Zur fünfzehnhundertsten Wiederkehr des Geburtstages von Albrecht Dürer, Wiesbaden 1971, bes. S. 295ff. (»Populäres Schrifttum«).
- 4 Wölfflin: Vorwort (wie Anm. 2), S. VI.
- 5 Dazu jetzt auch: Sterbliche Götter. Raffael und Dürer in der Kunst der deutschen Romantik, Ausst.-Kat. Kunstsammlung der Universität Göttingen, hrsg. von Michael Tiemann u. Christine Hübner, Petersberg 2015.
- 6 Zur Dürer-Verehrung siehe Alexander Schmidt: Große Kunst und Dürerschnitzel. Nürnberger Dürerfeiern zwischen nationalem Pathos, künstlerischem Anspruch und Geschäftstüchtigkeit, in:

- I believe in Dürer, Ausst.-Kat. Kunsthalle Nürnberg, Nürnberg 2000, S. 15–24; mit einigen sachlichen Fehlern Jane Campbell Hutchinson: Der vielgefeierte Dürer, in: Reinhold Grimm u. Jost Hermand (Hrsg.): Deutsche Feiern, Wiesbaden 1977, S. 25–45; Dürers Gloria. Kunst – Kult – Konsum, Ausst.-Kat. Kunstbibliothek der Staatlichen Museen Berlin, 1971; Nürnberger Dürerfeiern 1828 – 1928, Ausst.-Kat. Museen der Stadt Nürnberg u. Stadtarchiv Nürnberg, 1971.
- 7 Vgl. Matthias Mende: Das Dürer-Denkmal in Nürnberg, in: Hans-Ernst Mittag u. Volker Plagemann (Hrsg.): Denkmäler im 19. Jahrhundert. Deutung und Kritik, München 1972, S. 163–181.
- 8 Ohne Verf.: Der Dürerbund, in: Der Kunstwart, Jg. 36, 1922/23, unpaginiert. Vgl. Gerhard Kratzsch: Ferdinand Avenarius und die Bewegung für eine ethische Kultur, in: Die Lebensreform. Entwürfe zur Neugestaltung von Leben und Kunst um 1900, Ausst.-Kat. Institut Mathildenhöhe, 2 Bde., Darmstadt 2001, Bd. 1, S. 97–102; Rüdiger vom Bruch:

- Kunstwart und Dürerbund, in: Diethart Kerbs u. Jürgen Reulecke (Hrsg.): Handbuch der deutschen Reformbewegungen 1880–1933, Wuppertal 1998, S. 429–438; Gerhard Kratzsch: Kunstwart und Dürerbund. Ein Beitrag zur Geschichte der Gebildeten im Zeitalter des Imperialismus, Göttingen 1969.
- 9 Momme Nissen: Dürer als Führer, in: Der Kunstwart, 17. Jg., 1903/04, S. 93–102.
- 10 Ebd., S. 100.
- 11 Ferdinand Avenarius: Meisterbilder fürs deutsche Haus, in: Der Kunstwart, 14. Jg., 1900/01, H. 4, S. 129–131.
- 12 Hermann Knackfuß: Dürer (=Velhagen & Klasings Künstler-Monographien, Bd. 5), Bielefeld/Leipzig 1895.
- 13 Johannes Damrich: Albrecht Dürer (=Die Kunst dem Volke, Heft 1), München o. J. [1909].
- 14 Franz Hermann Meißner: Albrecht Dürer (=Velhagen & Klasings Volksbücher Nr. 10), Bielefeld/Leipzig 1911. Der Reihentitel wurde 1919 durch eine erweiterte Darstellung von Hans Wolfgang Singer ersetzt.
- 15 Paul Johannes Rée: Einleitung, in: Dürer. Neun farbige Wiedergaben seiner Hauptwerke (=E. A. Seemanns Künstlermappen 8), Leipzig o.J., unpaginiert.
- 16 Hermann Kosel: Albrecht Dürer. Ein deutscher Heiland. Roman aus Nürnbergs Blütezeit, 3 Bde., Berlin 1923/24.
- 17 Heinrich Wölfflin: Vorwort zur dritten Auflage, in ders.: Die Kunst Albrecht Dürers, München 1919, S. VIII.
- 18 Heinrich Wölfflin: Albrecht Dürer, Darmstadt 1922, S. 9 u. 14f.
- 19 Julius Langbehn u. Momme Nissen: Dürer als Führer. Vom Rembrandtdeutschen und seinem Gehilfen. München 1928.
- 20 Karl Scheffler: Dürer als Symbol, in: Nürnberger Zeitung (NZ am Mittag) vom 11. April 1928.
- 21 Alexander Schmidt: Nürnberg – die »deutsche aller deutschen Städte«? Das Bild des spätmittelalterlichen Nürnberg in der nationalsozialistischen Propaganda, in: Maike Steinkamp u. Bruno Reudenbach (Hrsg.): Mittelalterbilder im Nationalsozialismus, Berlin 2013, S. 137–149.
- 22 »Dürer-Feier. Veranstaltet von der Gesellschaft für deutsches Schrifttum e.V. Übertragung aus dem Plenar-Saal des Reichsstages«, Funk-Stunde Ber-

- lin, 6. April 1928, ab 11.30 Uhr. Den Ablauf der Feier verzeichnet der Programmplan in: Funkstunde, H. 14, 1928, S. 450.
- 23 Vgl. Wilhelm Schäfer: Die dreizehn Bücher der deutschen Seele, München 1922.
- 24 Bericht über die Veranstaltungen und den Verlauf des Dürerjahres Nürnberg 1928, hrsg. vom Stadtrat, Nürnberg 1928, S. 37. Schiestl war seit 1910 Professor für Grafik an der Nürnberger Kunstgewerbeschule. Hermann Nasse nannte ihn einen »Bruder und Enkelsohn« Dürers im Geiste. Vgl. Hermann Nasse: Rudolf Schiestl, in: Die Graphischen Künste, Jg. 49, 1926, S. 25–36, hier S. 25.
- 25 Dies ist in minutiöser Auflistung zu entnehmen dem bereits zitierten Bericht über die Veranstaltungen und den Verlauf des Dürerjahres Nürnberg 1928 (wie Anm. 24).
- 26 Vgl. ebd., S. 5.
- 27 [W.:] Kommunale Kunstförderung, in: Die Kunst für alle, Bd. 44, 1928/29, S. 184.
- 28 Heinrich Wölfflin: Albrecht Dürer. Auszug aus der Nürnberger Festrede 1928, in ders.: Gedanken zur Kunstgeschichte. Gedrucktes und Ungedrucktes, Basel 1941, S. 127–129, hier S. 129.
- 29 Bericht über die Veranstaltungen und den Verlauf des Dürerjahres Nürnberg 1928 (wie Anm. 24), S. 39.
- 30 Johannes Beer: Albrecht Dürer als Maler (Die Blauen Bücher), Königstein i.T. 1953; ders.: Albrecht Dürer als Zeichner (Die Blauen Bücher), Königstein i.T. 1954

Katalogteil

Die Katalogtexte und Objekt-
erläuterungen wurden verfasst von:

Alina Behnen (AB)
Magdalena Bushart (MB)
Sabrina Diehl (SD)
Lisa Dierich (LD)
Katharina Fritsch (KF)
Michelle Gerhardt (MG)
Leonie Hartmann (LH)
Magdalena Heide (MH)
Rebecca Hollmann (RH)
Joseph Imorde (JI)
Sandra Jurek (SJ)
Anja Kaul (AK)
Jennifer Kowal (JK)
Lynn Kraft (LK)
Sarah Manderbach (SM)
Kristina Mittelstedt (KM)
Rebecca Myga (RM)
Anna Rohlinger (AR)
Jule Sammartino (JS)
Sebastian Schweitzer (SS)
Sheela Stefani (SSt)
Beyza Temir (BT)
Farid Torky (FD)
Büsra Umsu (BU)
Andreas Zeising (AZ)

Sehen und Erkennen Die Kunstgeschichte und ihre Bilder

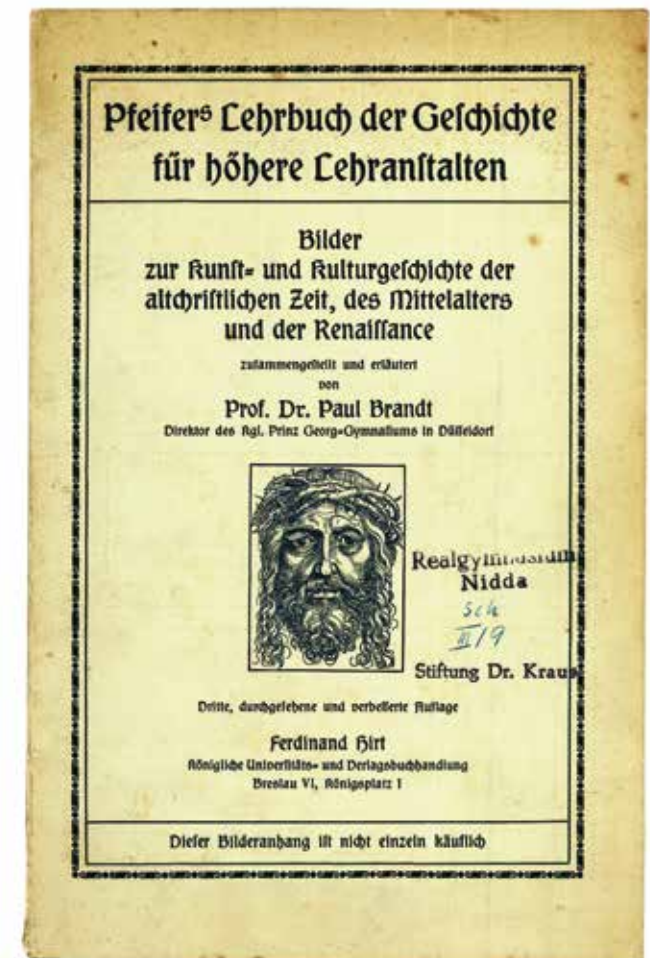
Wenn es um populäre Kunstgeschichte geht, darf Paul Brandts einbändiges Überblickswerk »Sehen und Erkennen« nicht fehlen. Das Buch gehört zu den langlebigsten und erfolgreichsten seiner Art. Die erste Auflage erschien 1911 im Leipziger Verlag Ferdinand Hirt und Sohn, die dreizehnte und letzte 1968. Insgesamt wurden fast 150.000 Exemplare des Buches gedruckt. Damit konnte sich »Sehen und Erkennen« länger auf dem deutschsprachigen Buchmarkt behaupten als alle anderen Unternehmungen dieser Art.

»Sehen und Erkennen« war ursprünglich als Bildanhang zum IV. Teil des »Lehrbuchs für den Geschichtsunterricht an höheren Lehranstalten« von Wilhelm Pfeifer konzipiert. Doch erst als eigenständige Buchpublikation adressierte es das »gebildete Laientum« und war schnell auch in jeder besseren Fachbibliothek zu finden. Noch beim heutigen Durchblättern beeindruckt die Vielzahl an Abbildungen, die den Text kontinuierlich begleiten. Wie im Titel angedeutet, war das Buch als »Anleitung in vergleichender Kunstbetrachtung« gedacht, weshalb Brandt die Bilder im Layout konsequent in einen Dialog versetzte und paarweise arrangierte. Auf diese Weise gewann die »Lektüre« der Bilder einen eigenen Stellenwert, der nach Brandts Verständnis den Schlüssel zur kunsthistorischen Bildung darstellte.

Bei alledem konnte »Sehen und Erkennen« kaum mit sonderlich originellen Thesen aufwarten. Was Brandt lieferte war ein Schnelldurchlauf durch die Epochen der Kunstgeschichte, der ganz der traditionellen Stilgeschichte verpflichtet war. Brandt

1.
Paul Brandt
Bilder zur Kunst- und Kulturgeschichte der altchristlichen Zeit, des Mittelalters und der Renaissance (= Pfeifers Lehrbuch der Geschichte für höhere Lehranstalten), Breslau: Ferdinand Hirt Königliche Universitäts- und Verlagsbuchhandlung 1911 (Dritte, durchgesehene und verbesserte Auflage)
56 Seiten, zahlreiche Abbildungen

Brandts Bildersammlung diente in höheren Lehranstalten als Anschauungsmittel für den Geschichts- und Lateinunterricht.

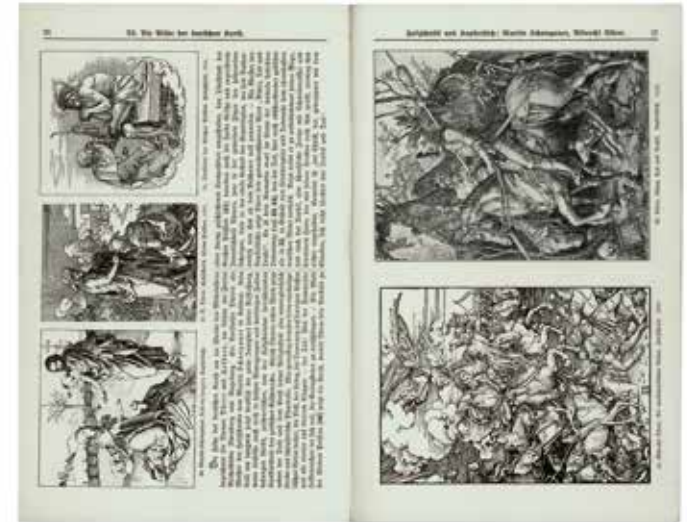


war kein versierter Autor, sondern Gymnasialdirektor am Kgl. Prinz Georg-Reformgymnasium in Düsseldorf, der gelegentlich als Kunsthistoriker dilettierte. Dass das Buch dennoch zum Klassiker wurde, lag zum einen an der üppigen Bebilderung, zum anderen an einem Konzept, das unbegrenzte Erweiterungen und Überarbeitungen zuließ und daher stets ein Mindestmaß an Aktualität garantierte. Keine der zwölf Neuauflagen, die im Laufe der Jahre erschienen, entsprach der vorherigen. Selbst nach dem Tod des Autors 1932 wurde der Text fort- und umgeschrieben.

Seit 1924 lag auch eine gekürzte und leicht überarbeitete Jugendausgabe des Buches vor, die ihrerseits mehrere Auflagen erlebte. Alles in allem war »Sehen und Erkennen« ein bemerkenswertes Unternehmen, das in mancher Hinsicht verblüffend modern anmutet und zugleich die Möglichkeiten und Grenzen des populären Kunstbuchs vor Augen führt: Den Vorgaben der Wissenschaft verpflichtet, aber auf Breitenwirkung angelegt; um Aktualität bemüht, aber mit überzeitlichem Geltungsanspruch; objektives Verständnis für »die« Kunst einfordernd, aber auf dem Recht auf subjektivem »Kunstgenuss« und »Einführung« beharrend. (MB)

2.
Paul Brandt
Sehen und Erkennen. Eine Anleitung zu vergleichender Kunstbetrachtung, Leipzig: Ferdinand Hirt & Sohn 1911
272 Seiten, 414 Abbildungen, eine farbige Tafel

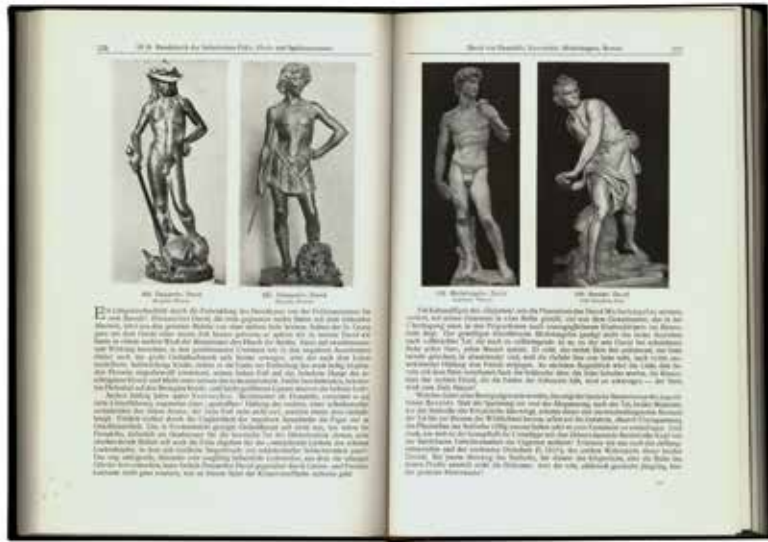
»Sehen und Erkennen« wurde bis 1968 immer wieder neu aufgelegt. Brandt führte in dem Buch die ursprünglich für den Geschichtsunterricht gedachten Hefte zusammen und setzte auf ein vergleichendes Sehen, das dem Betrachter unmittelbar stilistische Unterschiede und kunsthistorische Entwicklungen vor Augen führen sollte.



1.



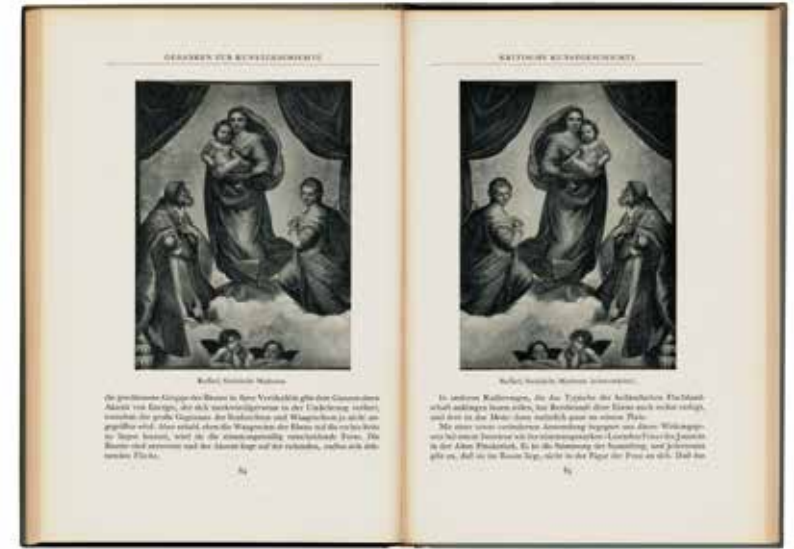
2.



3.



3.



4.

3- Paul Brandt
Sehen und Erkennen. Eine Anleitung zu vergleichender Kunstbetrachtung, Leipzig: Alfred Kröner Verlag 1929 (7. neu durchgearbeitete und erweiterte Auflage, 51.-62. Tausend)
 484 Seiten, 838 Abbildungen, 19 Farbtafeln

»Sehen und Erkennen« wurde vom Autor von Auflage zu Auflage kontinuierlich erweitert und den technischen Standards angepasst. Die siebte Auflage bringt neunzehn auf schwarzem Karton aufgezogene Farabbildungen, die den »Genuss« der Werke für den Betrachter noch steigern sollten.

4- Heinrich Wölfflin
Über das Rechts und Links im Bilde, aus ders: Gedanken zur Kunstgeschichte. Gedrucktes und Ungedrucktes, dritte Auflage, Basel: Benno Schwabe & Co. Verlag 1941

Neben »Sehen und Erkennen« machten die Schriften Heinrich Wölfflins die Methode des »vergleichenden Sehens« populär, vor allem dessen vielverkaufte »Kunstgeschichtliche Grundbegriffe« (1915). In dem hier gezeigten Beispiel diagnostiziert Wölfflin Fotografien, um Aussagen über die »Originale« zu machen.

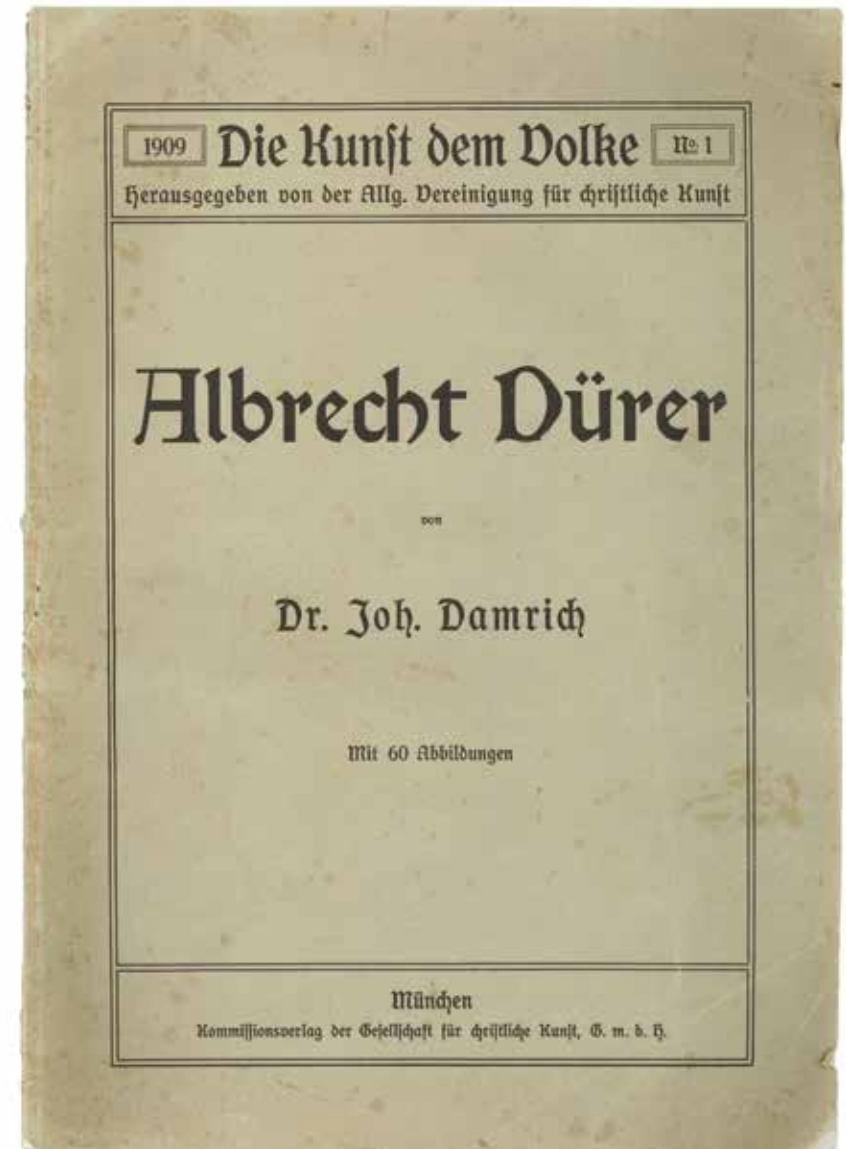
»Meisterbilder« Kunstgeschichte als Volksbildung

Wie kaum ein zweites universitäres Fach ist die Kunstgeschichte durch Praktiken der Popularisierung ihrer Gegenstände geprägt. Seit der Zeit um 1900 spielten dabei die technischen Bildmedien eine wesentliche Rolle. Volkstümliche Künstlermonografien und Bildmappen gehörten zu den erfolgreichsten Erzeugnissen auf dem verlegerischen Sektor des Kunstbuchs, der bis in die Zwanziger Jahre hinein eine stetige Konjunktur behauptete. Während so die berühmten Werke der Kunstgeschichte in jedem Haushalt Einzug halten konnten, wandelte sich das Fach von einer bildungsbürgerlich-elitären Disziplin zu einer Populärwissenschaft mit volksbildendem Anspruch. Reihenwerke wie etwa Velhagen & Klasings »Volksbücher der Kunst«, erhältlich zum Pfennigpreis, traten mit dem volkspädagogischen Anspruch an, die veredelnde Wirkung der Kunst nunmehr auch und gerade bildungsfern sozialisierten Schichten zuteil werden zu lassen. Bildermappen und Künstlermonografien waren Medien, durch die Hochkunst industrialisiert und privilegiertes Wissen für eine breite, vornehmlich kleinbürgerliche Adressatenschicht volksbildnerisch erschlossen wurde.

Je mehr dabei das eigentliche Verlagsprodukt zu einer im Grunde massenhaften Ware wurde, konnten mit den billigen Bildern ideelle Vorstellungen und Ansprüche verbunden werden. Mit dem großen Angebot an preiswerten Reproduktionen glaubte man – paradoxerweise –, das Publikum vor den Untiefen des modernen Konsums, das heißt vor Geschmacksverfall, Oberflächlichkeit und Massenhaftigkeit schützen zu können. Schon die Titel der verbreitetsten Serien

1.
Joh. Damrich
Albrecht Dürer (= Die Kunst dem Volke, Heft 1), München: Kommissionsverlag der Gesellschaft für christliche Kunst 1909
48 Seiten, 60 Abbildungen

Bereits das Motto »Die Kunst dem Volke« zeugt vom populärwissenschaftlichen Anspruch der Reihe, die charakteristischer Weise mit Dürer eröffnete.



zeigen das an: »Klassischer Bilderschatz« betitelte Hugo Bruckmann eine Reihe von hundert ausgewählten Werken der Kunstgeschichte, während der umtriebige Ferdinand Avenarius mit seiner Zeitschrift »Der Kunstwart« seit 1900 »Meisterbilder fürs deutsche Haus« im Folioformat anbot. Die Motive waren auch einzeln zu beziehen und kosteten lediglich 25 Pfennig. Trotz des geringen Preises wurden den Beziehern des »Kunstwarts« die allerbesten »Wunderschöpfungen der germanischen Kunst« in Aussicht gestellt, wie es werbend hieß. (J1, AZ)

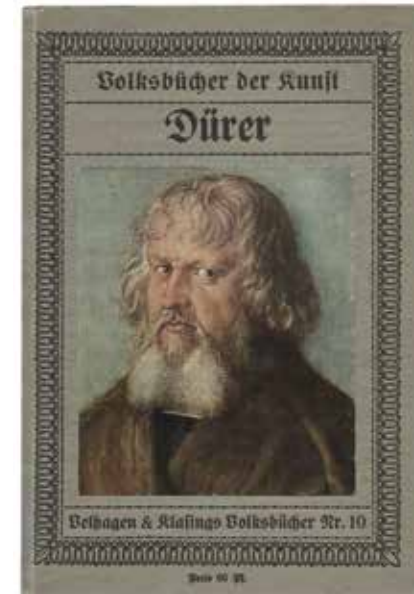
2.
Franz Hermann Meißner
Albrecht Dürer (Velhagen & Klasings Volksbücher Nr. 10), Bielefeld und Leipzig 1911
32 Seiten, 4 farbige und 24 schwarz-weiße Abbildungen, montierte Farbautotypie auf dem Umschlag

3.
Hans W. Singer
Albrecht Dürer (Velhagen & Klasings Volksbücher Nr. 10), Bielefeld und Leipzig, 1921 (Neuaufgabe)
96 Seiten, 6 farbige und 54 schwarz-weiße Abbildungen, montierte Farbautotypie auf dem Umschlag

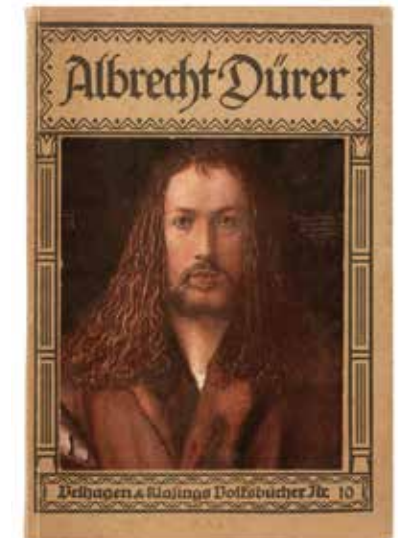
Die »Volksbücher« waren noch erheblich billiger als die ebenfalls bei Velhagen & Klasings verlegten »Künstler-Monographien«. Die erweiterte Neuausgabe des Dürer-Bandes von 1921 verdeutlicht das anhaltende Interesse an Dürer nach dem Ersten Weltkrieg.

4. (folgende Doppelseite)
»Greisenkopf« von Albrecht Dürer (Meisterbilder fürs deutsche Haus, Blatt 51), hrsg. vom Kunstwart, München: Georg D.W. Callwey/Kunstwart-Verlag o.J. [ca. 1910]
Einzelblatt im Umschlag, Titel, Text und zwei Seiten Werbung

»Was wollen die Meisterbilder? Gute und ausreichend große Wiedergaben von echten Meisterwerken der bildenden Kunst für billiges Geld ins Haus bringen.« Der Preis eines Blattes war mit 25 Pfennig in der Tat äußerst niedrig.



2.



3.



Graustufen Vom Edeldruck zum billigen Bild

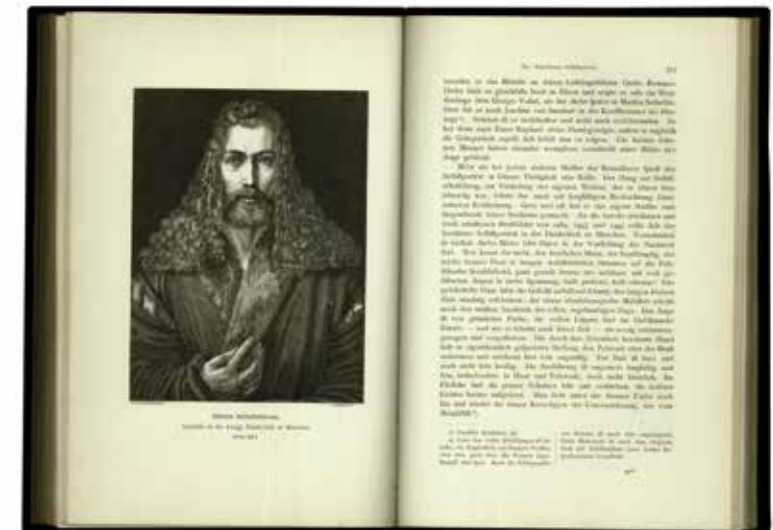
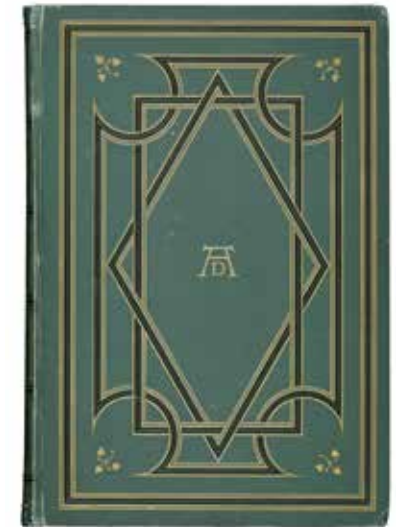
Die Konjunktur populärer Kunstgeschichte in der Zeit seit 1900 ist eng mit der Erfindung der Autotypie verbunden, einem fotomechanischen Reproduktionsverfahren, das Georg Meisenbach 1882 zum Patent anmeldete. Die Autotypie ermöglichte es, fotografische Vorlagen – also auch Fotografien von Gemälden, Skulpturen und Bauwerken – in großen Auflagen und damit zu erschwinglichem Preis abzudrucken. Schon bald führte die Verwendung des Meisenbach'schen Verfahrens zu einem Boom an illustrierten Kunstbüchern, die nun auch breitesten Bevölkerungsschichten zugänglich waren.

Noch bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts waren Kunstbücher hingegen mit einfachen Umrisszeichnungen im Holzschnitt oder aber mit Holz- oder Stahlstichen nach Fotografien der betreffenden Werke illustriert. Die Qualität solcher Bilder ist oft beeindruckend. Doch selbst bei größter Meisterschaft war keine ›originalgetreue‹ Reproduktion von Kunstwerken möglich; die grafischen Techniken stellten vielmehr immer eine ›Übersetzung‹ des Originals dar. Wie ließen sich also die Fotografien ins Buch bringen, das heißt drucktechnisch vervielfältigen? Das war ein lange Zeit ungelöstes Problem.

Von den zahlreichen erprobten Techniken fanden gegen Ende des 19. Jahrhunderts der Lichtdruck und die Heliogravüre eine gewisse Verbreitung. Beide sind komplizierte und teure Edeldruckverfahren, die eine hervorragende Wiedergabe von Helligkeits- und Farbwerten in stufenlosen Grautönen ermöglichen. Allerdings ließen sich die Druckplatten nicht in den Textsatz integrieren. Die Bilder waren in den betref-

1. Moriz Thausing
Dürer. Geschichte seines Lebens und seiner Kunst, Leipzig: Verlag E. A. Seemann 1876
537 Seiten, 34 Abbildungen,
1 Titelkupfer

Thausings »monumentale« Dürer-Monografie ist Beleg für die wachsende Dürer-Begeisterung nach der deutschen Reichsgründung. Das Buch enthält keine Fotografien, sondern ausschließlich grafische Reproduktionen der Kunstwerke. Einige der heute bekanntesten Werke Dürers, etwa das Aquarell des »Dürerhasen« oder die Bildniszeichnung der Mutter, sind nicht enthalten, da sie sich mit den grafischen Reproduktionstechniken nicht authentisch wiedergeben ließen.



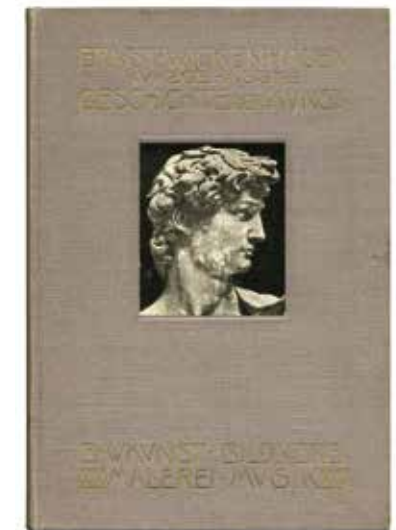
fenden Kunstbüchern daher in der Regel als separate ›Tafeln‹ beigegeben.

Die von Meisenbach entwickelte Autotypie beruhte demgegenüber auf der Verwendung eines Rasters, ähnlich wie der heutige Offsetdruck. Die gerasterten Druckplatten aus Metall waren einfach herzustellen und konnten ohne nennenswerte Abnutzung verwendet werden. Als Hochdruckverfahren ließ sich die Autotypie zudem problemlos mit dem Textsatz im Buch- und Zeitschriftendruck kombinieren. Obwohl die Druckqualität, verglichen mit Lichtdruck und Heliogravüre, in der Anfangszeit eher bescheiden war, erlebte die Zeit um 1900 eine regelrechte ›Bilderflut‹, die die Vorstellung vom Kunstbuch grundlegend veränderte. Im Jahr 1900 registrierte Wilhelm Bode bereits eine vollständige »Umwälzung«, die mit der Autotypie eingetreten war: »Diese beherrscht jetzt die Illustration unserer Kunstpublikationen größeren und kleineren Stiles in vollem Maße und feiert wahre Triumphe.« (FT)

2.
Ernst Wickenhagen
Kurzgefaßte Geschichte der Kunst, der Baukunst, Bildnerie, Malerei und Musik, 12. Auflage, Esslingen 1908
336 Seiten, 1 Heliogravüre, 325 schwarz-weiße und 3 farbige Autotypien. Einband mit aufgeklebter Fotografie

Neben zahlreichen Autotypien enthält die populäre Darstellung von Wickenhagen eine einzelne Tafel in hochwertiger Heliogravur. Man erkennt deutlich den Plattenrand des Drucks.

2.



2.

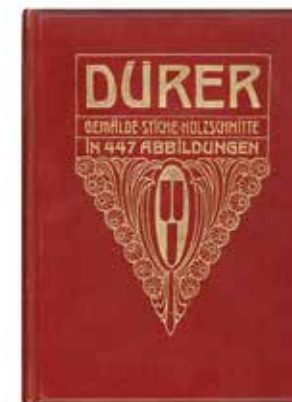


3.

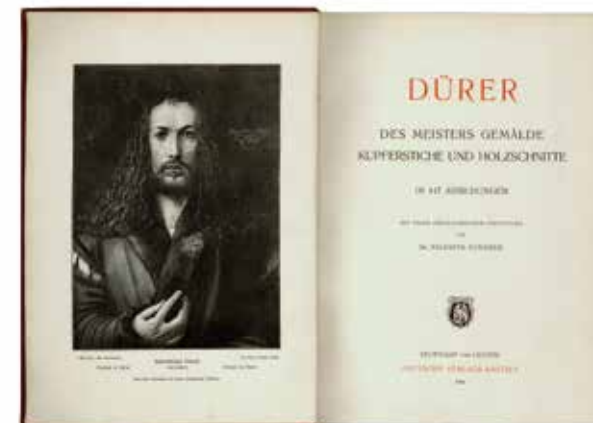


3.
Hermann Knackfuß
**Dürer (Künstler-Monographien
Band 5), Bielefeld/Leipzig:
Velhagen & Klasing 1904
(8. Auflage, Geschenk-Ausgabe)**
144 Seiten, 134 Abbildungen, mit
Schuber

Mit seinen Monografien war der Verlag Velhagen & Klasing einer der ersten, die neuen Möglichkeiten der Autotypie im großen Maßstab zu nutzen. Die Serie umfasste unzählige Titel, die in einfacher Ausstattung, zum Teil aber auch in »Geschenk«-Ausgaben mit festem Einband erhältlich waren. Die Druckqualität der Abbildungen war anfangs bescheiden, verbesserte sich aber von Ausgabe zu Ausgabe. Der zuerst 1895 verlegte Dürer-Band erschien in mindestens vierzehn Auflagen.



4.



4.
**Dürer. Des Meisters Gemälde,
Kupferstiche und Holzschnitte.
Mit einer biographischen
Einleitung von Valentin Scherer
(Klassiker der Kunst in Ge-
samttausgaben, vierter Band),
Stuttgart und Leipzig: Deutsche
Verlagsanstalt 1904**
396 Seiten, 447 Abbildungen

Das durchgängig auf gestrichenem Papier gedruckte und entsprechend »gewichtige« Werk enthält hunderte Abbildungen in Autotypie und versammelt praktisch alles, was Dürer geschaffen hat, zwischen zwei Buchdeckeln.

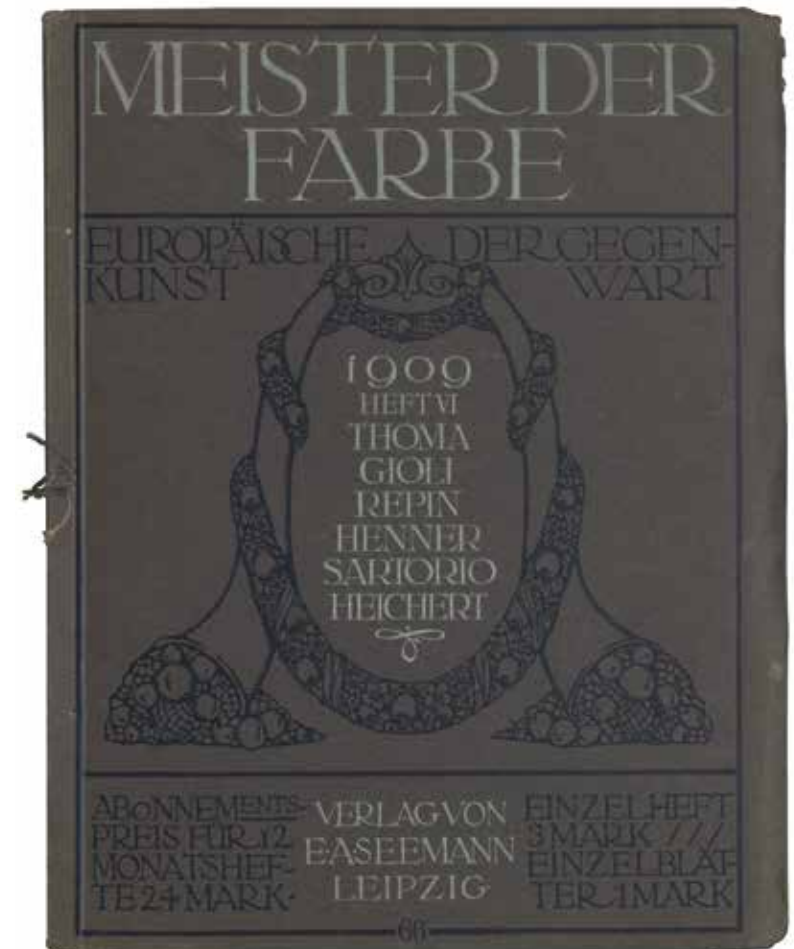
»Meister der Farbe« Das farbige Kunstblatt

Die farbige Wiedergabe von Kunstwerken war lange Zeit ein ausgesprochenes Experimentierfeld. Gegenüber den preiswerten und »originalgetreuen« schwarz-weißen Autotypen konnten sich farbige Illustrationen zunächst schwer behaupten. So wie die im 19. Jahrhundert entwickelte Chromolithografie waren sie mangelbehaftet, was die korrekte Wiedergabe von Farbtönen anging. Andere Verfahren, etwa die Chromoxylografie, wie sie das Berliner Atelier Bong seit 1890 zur Herstellung von Gemäldeproduktionen einsetzte, waren kostspielig und nur bedingt für große Auflagen geeignet. Zudem handelte es sich in beiden Fällen um Übersetzungen fotografischer Vorlagen in von Hand kolorierte Bilder, die das Vermischen ließen, was man der Fotografie längst abzuverlangen gewohnt war: Die authentische Wiedergabe der künstlerischen Handschrift.

Erst um 1900 war man technologisch so weit, die Autotypie auch zur Anfertigung farbiger Reproduktionen im Dreifarbendruck einsetzen zu können. Der Aufwand war beträchtlich – immerhin mussten dafür sämtliche Gemälde in den betreffenden Galerien oder im fotografischen Atelier noch einmal im Original aufgenommen werden. Zum Einsatz kamen groß dimensionierte Plattenkameras, die mit Farbfiltern bestückt waren und von dem betreffenden Werk mehrere Farbauszüge als Schwarz-Weiß-Negative herstellten. Anschließend wurden separate Druckmatrizen für die einzelnen Farben hergestellt. Der eigentliche Bilderdruck erforderte – wie der heutige Offsetdruck – höchste Passgenauigkeit beim Übereinanderdrucken der Farben.

1.
Meister der Farbe. Europäische Kunst der Gegenwart, 1909, Heft VI, Leipzig: E. A. Seemann

Neben Alten Meistern umfasste Seemanns Angebot auch die moderne und zeitgenössische Kunst. Die Heftmappe enthält sieben auf grauen Karton montierte Abbildungen mit Einzelerläuterungen. Die Blätter lassen sich herauslösen und einzeln verwenden.



Die Marktführerschaft auf dem Gebiet farbiger Reproduktionen lag bei dem noch heute existierenden Leipziger Verlag E. A. Seemann, der für seine farbigen Gemäldereproduktionen auf »Qualitäts-Kunstdruck-Papier« und ihre vermeintlich vollendete farbgetreue Wiedergabe warb. Das 1925 aufgelegte Verlagsverzeichnis versammelt rund 3.000 lieferbare »Farbige Kunstblätter«, die sämtlich zum wohlfeilen Preis erhältlich waren. Das Angebot umfasste alle europäischen Länder, Schulen und Epochen.

In seinem 1901 erschienen Buch »Der Hunger nach Kunst« sprach Artur Seemann enthusiastisch von »frischen Blumen der Kunst«, die in jedem Haushalt Einzug halten sollten. Denn schließlich sei die Erziehung des Farbensinns, wie es unter Bezugnahme auf den Hamburger Kunsterzieher Alfred Lichtwark heißt, das wichtigste und vorrangige Ziel jeder Kunstpädagogik. Doch Seemann konnte nicht alle überzeugen. Kunsthistoriker lehnten die Reproduktionen ab, da die gängigen Druckfarben – vor allem im Bereich der Rot- und Orangetöne – wenig Brillanz besaßen. Farbkontraste wirkten zudem oft flau. Davon abgesehen, eröffneten farbige Reproduktionen im Bereich der populären Kunstvermittlung völlig neue Möglichkeiten. Adressiert an ein Publikum, das die Werke im Original gar nicht kannte, machten sie es möglich, im Text auf Dinge wie Koloristik und tonale Wirkungen einzugehen. (AZ)



2.



2.
Tausend farbige Kunstblätter aus dem Verlage von E. A. Seemann in Leipzig 1908
 ca. 150 Seiten



3.

Die Verlagskataloge belegen die unglaubliche Menge an lieferbaren Reproduktionen. Gelistet nach Epochen, Künstlern und Motiven, konnte jeder schnell etwas Passendes für das eigene Heim finden. Die Preise spannten sich von den »billigen Bildern« des Seemann-Verlags bis zu teuren Faksimiles auf imitierter Leinwand.

3. Katalog der Vereinigung der Kunstfreunde Ad. O. Troitzsch. Farbige Nachbildungen von Gemälden der Königlichen National-Galerie und anderer Kunstsammlungen 1883–1912, Berlin: Adolf Otto Troitzsch 1912 ca. 120 Seiten

4. Katalog der Farbigen Kunstblätter aus dem Verlage von E. A. Seemann in Leipzig 1916 392 Seiten

5. Farbige Gemäldewiedergaben. Systematisches Verzeichnis von 3.000 originalgetreuen Kunstblättern nach den berühmtesten Gemälden aller Länder und Zeiten, Leipzig: E. A. Seemann 1925 440 Seiten

6. Verzeichnis der Medici-Drucke. Farbige Faksimile-Reproduktionen von Gemälden Alter Meister, München: F. Bruckmann A.G. 1912 52 Seiten

7. Photographische Union München. Verzeichnis einer Auswahl farbiger Kunstblätter, München o.J. 40 Seiten



5.



4.



7.



6.

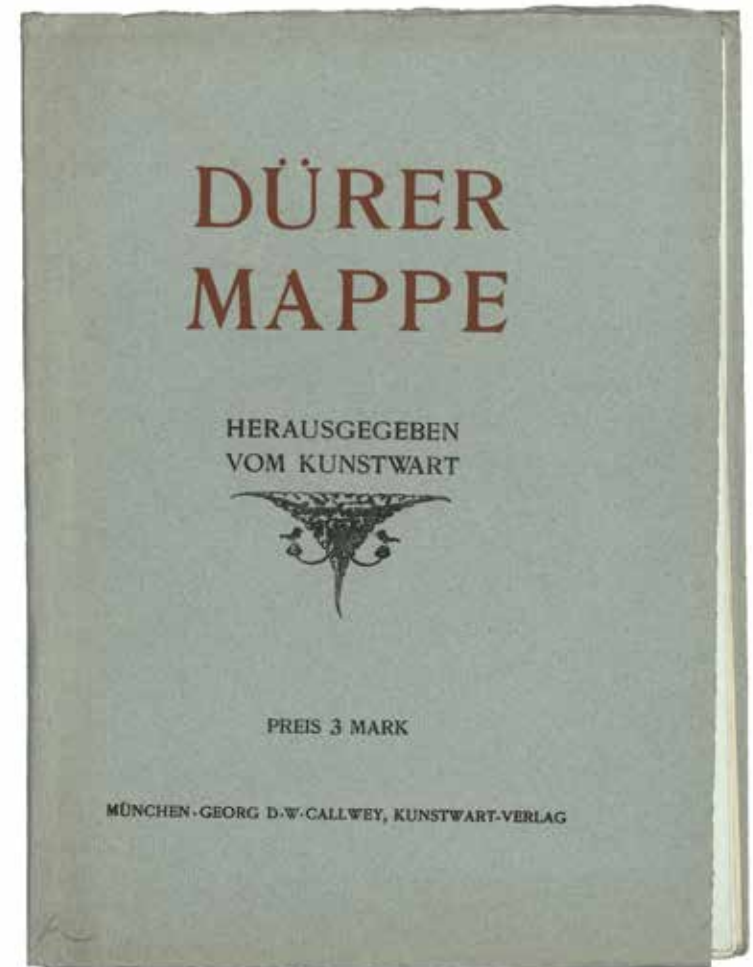
Medium Mappe

Mappen- oder auch Tafelwerke stellen eine besondere Art der Verlagspublikation dar. Im Gegensatz zu Büchern sind sie nicht gebunden, sondern bestehen aus einem kartonierten Umschlag mit lose eingelegten, meist großformatigen Bildtafeln. Im schulischen oder universitären Unterricht – in Fächern wie Kunstgeschichte, Altertumswissenschaft oder Baustilkunde – fanden Mappenwerke als Muster- und Vorbildsammlung bereits im 19. Jahrhundert vielfach Verwendung. Zu dieser Zeit enthielten sie zumeist fotografische Originalabzüge oder aber aufwändig produzierte Lichtdrucke nach fotografischen Vorlagen, die bei spezialisierten Verlagshäusern zu beziehen waren.

Seit der Jahrhundertwende wurden Mappenwerke durch die Erfindung der Autotypie zu einem erschwinglichen Massenartikel. Verlage wie E. A. Seemann in Leipzig oder Bruckmann und Callwey in München führten ein breites Angebot an Künstlermappen, das sowohl die »klassische« wie auch moderne Kunst umfasste und somit eine Art »imaginäres Museum« repräsentierte. Obwohl die nach 1900 produzierten Künstlermappen vergleichsweise preiswert waren, vermittelte das auf einer Seite präsentierte, großformatige Einzelwerk einen besonders »erhabenen« Eindruck. Der Benutzung der Mappe in stiller Stunde oder im Kreis der Familie haftete etwas Feierliches und Andächtiges an. Die Mappe wurde behutsam ausgepackt und verstaut, die Bildtafeln nicht selten zur gemeinsamen Betrachtung aufgestellt.

Die »Kunstwart«-Mappen des Callwey-Verlags können darüber hinaus auch das volks- und geschmacks-

1.
Dürer Mappe, hrsg. vom Kunstwart, München: Georg D.W. Callwey/Kunstwart-Verlag o.J. [ca. 1910]
 14 Tafeln plus Deckblatt und Textbeilage



1.

erzieherische Anliegen verdeutlichen, das sich mit den Mappenwerken verband. Deutsche Themen herrschten vor, vermeintlich »volkstümliche« Künstler wie Moritz von Schwind und Ludwig Richter erreichten die höchsten Auflagen. Die Bildtafeln waren auch als Wandschmuck zu verwenden. Die Kunst sollte auf diese Weise auch im kleinbürgerlichen Haushalt veredelnd wirken. Ganz besonders beliebt war in dieser Hinsicht die Druckgrafik Albrecht Dürers, die in faksimilierter Qualität dem Original zum Teil tatsächlich sehr nahe kam.

Während sie heute aus den Verlagsportfolios weitgehend verschwunden sind, erlebte die Produktion von Mappenwerken in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg eine ungeheure Konjunktur. Nimmt man das Beispiel Dürers, so gab es Mappen in unterschiedlichsten Formaten, Ausführungen und Preiskategorien, die praktisch das gesamte Œuvre umfassten. Es zeigt sich aber auch, dass einzelne Motivkreise – etwa Dürers Bildnisse – zu »Bestsellern« wurden, die in immer neuen Mappen auf den Markt gebracht werden konnten. (AB, MG, KM, RM, SS, BU)

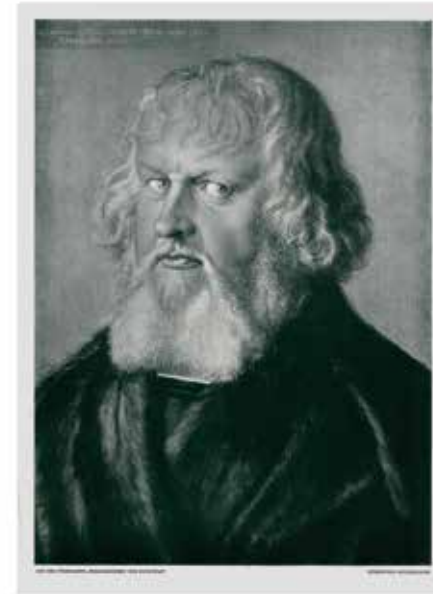
Mappenwerke wurden, der Nachfrage entsprechend, in unterschiedlichen Ausstattungen und Preiskategorien angeboten. Dürer gehörte zum Kanon deutscher »Meister«, deren Werke immer wieder neu aufgelegt wurden, wie das Bildnis des Hieronymus Holzschuher exemplarisch zeigt. Das 1882 für die Berliner Gemäldegalerie erworbene Bild war aufgrund der lebenswahren Erscheinung des Dargestellten eines der populärsten Bilder Dürers und galt als Verkörperung des deutschen Mannes. »Hier ist ein Greis, wie jeder von uns einst einer werden möchte«, heißt es im Begleittext zur »Kunstwart«-Mappe, »gesund noch und feurig noch, wie Vater Goethe war, oder wie Bismarck oder wie Blücher.«

2.

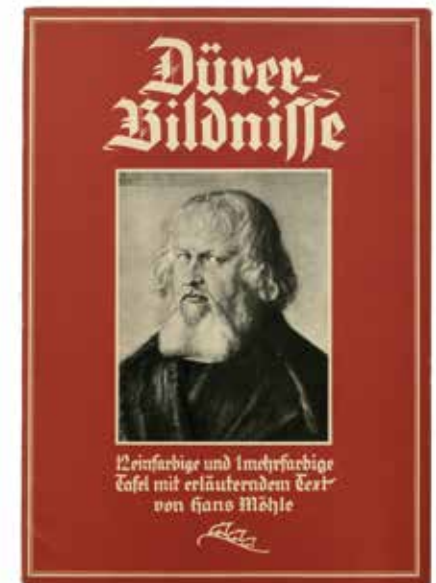
Dürer-Bildnisse. 12 einfarbige und 1 mehrfarbige Tafel mit erläuterndem Text von Hans Möhle, Bremen: Angelsachsen-Verlag o.J. [ca. 1940]

14 Tafeln mit Textbeilage

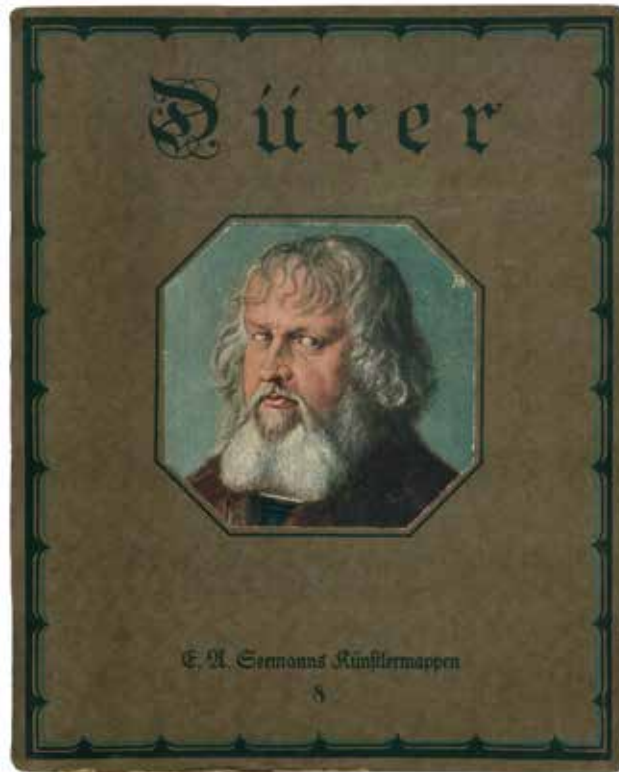
Im Angelsachsen-Verlag erschien auch die Zeitschrift »Deutsche Kunst«, die der Bremer Kaffee-Produzent und Mäzen Ludwig Roselius herausgab. Roselius stand völkischem Gedankengut nahe und propagierte die Idee einer »germanischen« Kunst.



1.



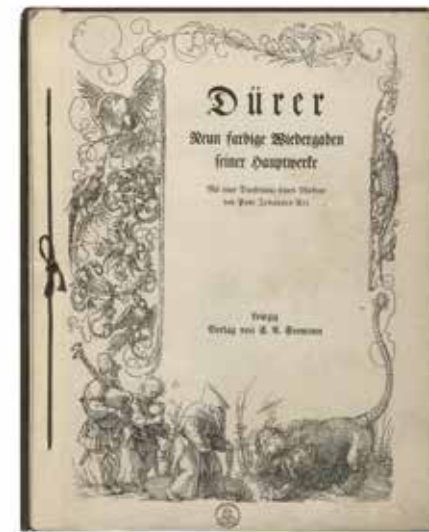
2.



3.

3.
**Dürer. Neun farbige Wieder-
 gaben seiner Hauptwerke, mit
 einer Darstellung seines Wirkens
 von Paul Johannes Rée (E. A.
 Seemanns Künstlermappen 8),
 Leipzig: E. A. Seemann o.J. [ca.
 1914/15]**
 Umschlag mit aufgeklebter
 Farbautotypie

*Eine von mehreren Reihen des
 Seemann-Verlags mit farbigen
 Bildern. Auch hier lassen die Blät-
 ter sich aus der Mappe herauslö-
 sen und einzeln betrachten oder
 als Wandschmuck verwenden.*



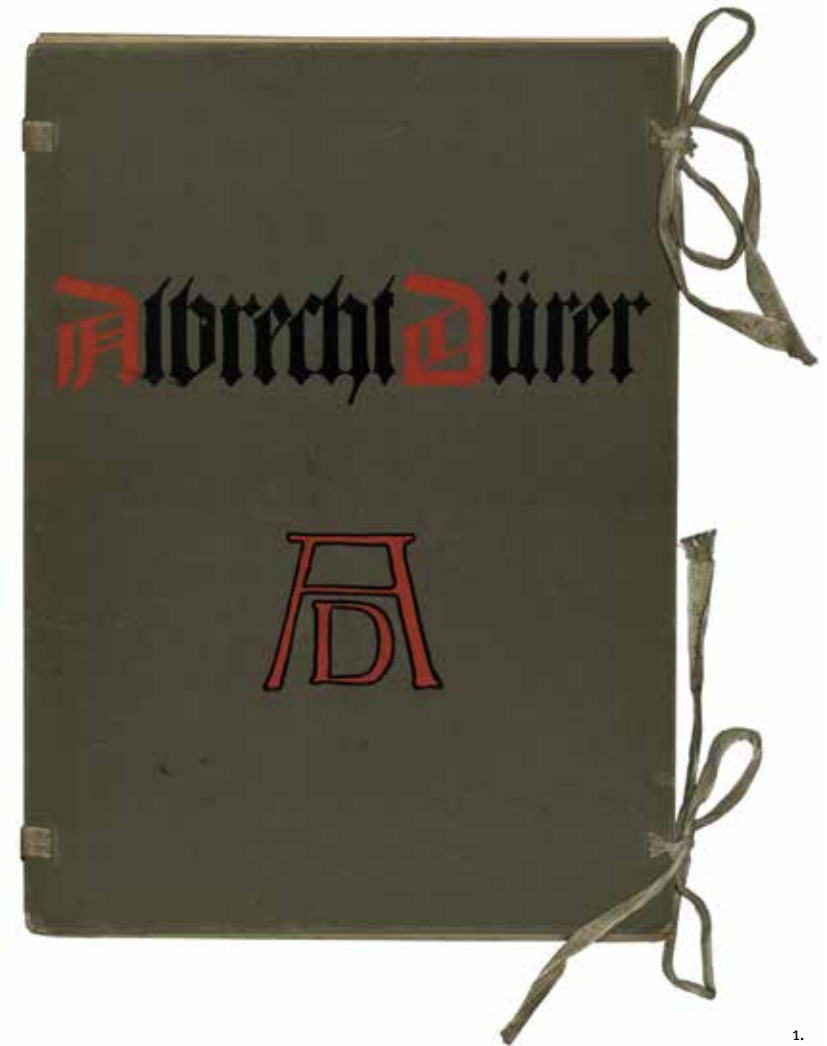
3.

Marke Dürer

»AD« – kaum ein anderes »Markenzeichen« ist in der Kunstgeschichte ähnlich bekannt wie das Monogramm, das Dürer erstmals 1497 benutzte. Anders als die bis dahin noch gebräuchlichen Werkstattzeichen, verwies es auf Dürer als individuelle Künstlerpersönlichkeit. Der Künstler selbst erkannte früh die Bedeutung druckgrafischer Techniken für die Verbreitung und Vermarktung seiner Werke. Das Monogramm »AD« wurde wie ein handwerkliches Qualitätssiegel verwendet und war so unverkennbar, dass es bald kopiert und nachgeahmt wurde. Dürer gelang es als einem der ersten mit Monogramm signierenden Künstler, per kaiserlichem Dekret das Urheberrecht an seinen Werken zu schützen: »Wehe dir, Betrüger und Dieb von fremder Arbeitsleistung und Einfällen, lass es dir nicht einfallen, deine dreisten Hände an diese Werke anzulegen!«

Man kann man Dürers Monogramm als erstes »Logo« bezeichnen, diente es doch dazu, seine Werke unverwechselbar zu machen und ihre Verbreitung zu steuern. Nicht zuletzt auch durch die wohlorganisierte Führung seines Handwerksbetriebs, schaffte es Dürer, zur »Marke« zu werden. Buchstäbliche Bedeutung erlangte die Verwendung des Monogramms als Logo im Dürerjahr 1928. Die Stadt Nürnberg, die das Festjahr mit einer Marketingkampagne bewarb, ließ die Signatur damals von Max Körner, dem Leiter der Meisterklasse für Angewandte Grafik an der Staatsschule für Angewandte Kunst, zu einer Bildmarke gestalten, die in leuchtendem Rot für Druck- und Presseerzeugnisse aller Art Verwendung fand, etwa die hier gezeigte Reklamemarke.

1.
**Holzschnitte und Kupferstiche
 Albrecht Dürers. Eine Auswahl
 von dreißig seiner schönsten
 Blätter in Nachbildungen
 (Hauptblätter Graphischer
 Kunst), Berlin: Verlag von Fi-
 scher und Franke o.J. [ca. 1910]**
 30 Einzelblätter



1.

Auch die Verlagsunternehmen, die seit 1900 Dürers Werke in Mappen und Monografien popularisierten, setzten in vielen Fällen auf die Bekanntheit der ›Marke Dürer‹. Viele der Mappen verwenden das Dürermonogramm als markantes Erkennungszeichen, das an prominenter Stelle platziert ist. Die ansonsten betonte Schlichtheit und Reduziertheit des Layouts der Mappen spiegelt den Zeitgeist einer Ära, in der eine Institution wie der Deutsche Werkbund sich zum Anwalt einer Produktethik machte, die »deutsche Qualität« und Sachlichkeit in der Gestaltung verband. Wenn man so will, ist es heute ein Großkonzern wie Apple, der in ähnlicher Weise Qualität und geradliniges Produktdesign vermarktet. (LD, SJ, JK, SSt, BT)

2.
**Reklamemarke der Stadt
 Nürnberg zum Dürerjahr 1928,
 Gestaltung: Max Körner**

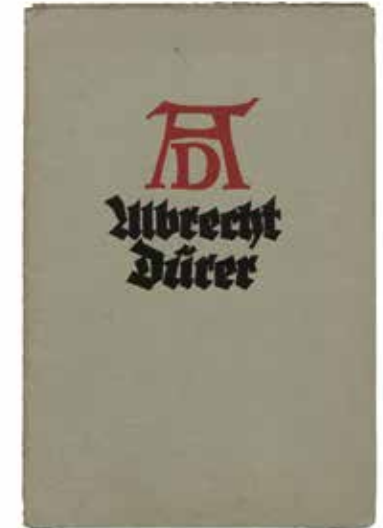
3.
 Friedrich Nüchter
**Albrecht Dürer. Sein Leben und
 eine Auswahl seiner Werke. Mit
 Erläuterungen zu den einzelnen
 Blättern, Leipzig: Fr. Seybold's
 Verlagsbuchhandlung 1927
 (erste Auflage 1911)**
 101 Seiten, ca. 50 Abbildungen

4.
**Albrecht Dürer. Sammelmappe
 für die Kunstbeilagen der Zeit-
 schrift »Jugendlust. Halbmonats-
 schrift mit Kunstbeilagen«, hrsg.
 vom Bayerischen Lehrerverein,
 Nürnberg: Sebaldus Verlag o. J.**

*Auf den Mappenwerken prangt
 Dürers Künstlermonogramm häu-
 fig wie ein Qualitätssiegel. Auffäl-
 lig ist die ansonsten schlichte, ja
 »sachliche« Gestaltung, bei der
 auf Bildmotive verzichtet wurde.*



2.



3.



4.

»Dürer als Führer« Ideologien und Vereinnahmungen

Populäre Kunstgeschichte ist immer auch Ausdruck von Weltanschauungen und Ideologien. Nicht nur in der Auswahl von Künstlern und Werken, auch in den kunstgeschichtlichen Kommentierungen spiegeln sich zeitbedingte Wertvorstellungen, gesellschaftliche Entwicklungen und politische Ideen.

Altdeutsch, fromm und volkstümlich – das waren die Kernvokabeln, die vor dem Ersten Weltkrieg die Publikationen über Dürer bestimmten. Der Nürnberger Künstler figurierte als Gewährsmann deutscher Größe, die mit der Reichsgründung von 1870/71, wie man meinte, neuerlich bekräftigt worden war. Die »Dürerzeit« galt zugleich als Sinnbild eines bürgerlichen Ethos, dessen Redlichkeit und Herzenswärme man den vermeintlichen Fehlentwicklungen der kulturellen Moderne entgegenhielt. Ausdruck fand diese Haltung im reformkonservativen »Dürerbund«, den der Verleger Ferdinand Avenarius 1902 ins Leben rief.

Mit dem Ersten Weltkrieg und der nationalen Identitätskrise zur Zeit der Weimarer Republik mischten sich zunehmend nationalistische Töne in die Dürer-Rezeption. Nicht nur als Künstler, auch als »Persönlichkeit« galt Dürer nun als Inbegriff des Deutschen schlechthin. Auch rechtsnationale und völkische Kreise versuchten den Maler und Kupferstecher zu vereinnahmen. 1927 hielt die NSDAP erstmals ihren Reichsparteitag in der Dürer-Stadt Nürnberg ab. Im selben Jahr gründete Karl Robert Langewiesche seine Buchreihe »Der Eiserne Hammer«, die mit dem Motto »Das Gute für Alle« aufwartete. Nicht zufällig widmete sich einer der ersten Bände dem Werk Albrecht Dürers.

1. **Dürer als Führer. Vom Rembrandtdeutschen und seinem Gehilfen. Mit einem Brief von Hans Thoma, München. Verlag Josef Müller 1928**
16 Seiten Text, 80 Abbildungen

Der Aufsatz »Dürer als Führer« erschien zuerst 1904 in der Zeitschrift »Der Kunstwart«. Verfasser war Julius Langbehn, der mit dem tausendfach verkauften Buch »Rembrandt als Erzieher« (1890) bekannt geworden war. Wie zuvor Rembrandt, stilisierte Langbehn Dürer zur Leitfigur einer Regeneration der deutschen Kultur. Der von konservativem und nationalistischem Vokabular durchsetzte Text wurde zum Dürerjahr 1928 als Buch neu aufgelegt.



Zur Zeit des »Dritten Reichs« konstruierten die Autoren ihren eigenen Dürer. So erschien der »Eiserne Hammer« 1942 in einer Feldpostausgabe, die den fern der Heimat kämpfenden Soldaten in völkischer Diktion erbauliche Momente durch Dürers »unverdorbenes deutsches Geblüt« in Aussicht stellte. (KF, MH, RH, AK)

2. **Meister Albrecht Dürer. Gemälde und Handzeichnungen, Königstein im Taunus und Leipzig: Verlag Der Eiserne Hammer/ Karl Robert Langewiesche o.J. [1928]**

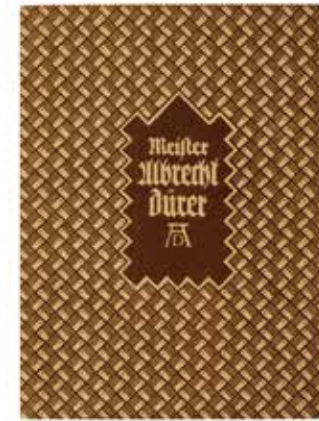
32 Seiten, 14 farbige und 16 einfarbige Abbildungen

3. **Werbezettel des Verlags Der Eiserne Hammer, Königstein im Taunus, nach 1912**

4. **Meister Albrecht Dürer. Gemälde und Handzeichnungen. Feldpostausgabe, Königstein im Taunus und Leipzig: Verlag Der Eiserne Hammer/ Karl Robert Langewiesche o.J. [1942]**

32 Seiten, 14 farbige und 16 einfarbige Abbildungen

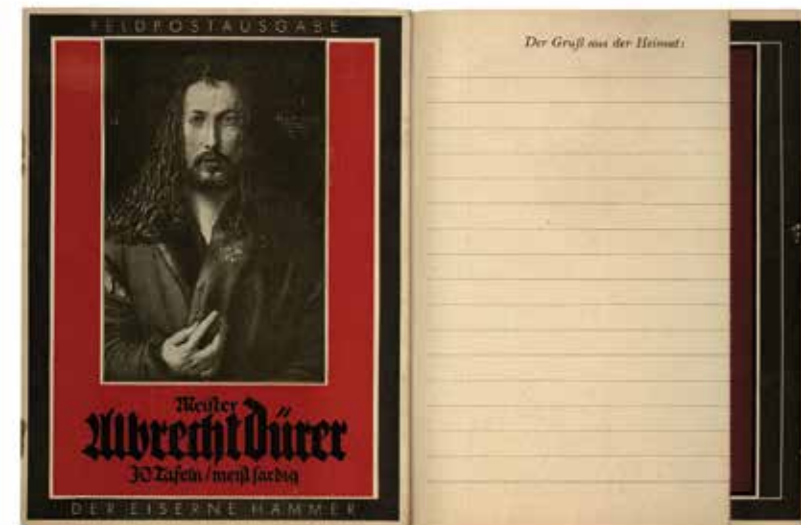
Die Hefreihe »Der Eiserne Hammer« des Verlags Karl Robert Langewiesche, bekannt durch die Serie der »Blauen Bücher«, erschien seit 1927 und umfasste nicht nur bildende Kunst, sondern auch Naturaufnahmen und kulturgeschichtliche Themen. Langewiesche stellte sie unter das Motto »Das Gute für Alle« und vertrieb sie zum Preis von nur 90 Pfennig. Während des Zweiten Weltkriegs wurde der Verleger vom Propagandaministerium angehalten, sich an der »Sonderaktion Feldpost« zu beteiligen.



2.



3.

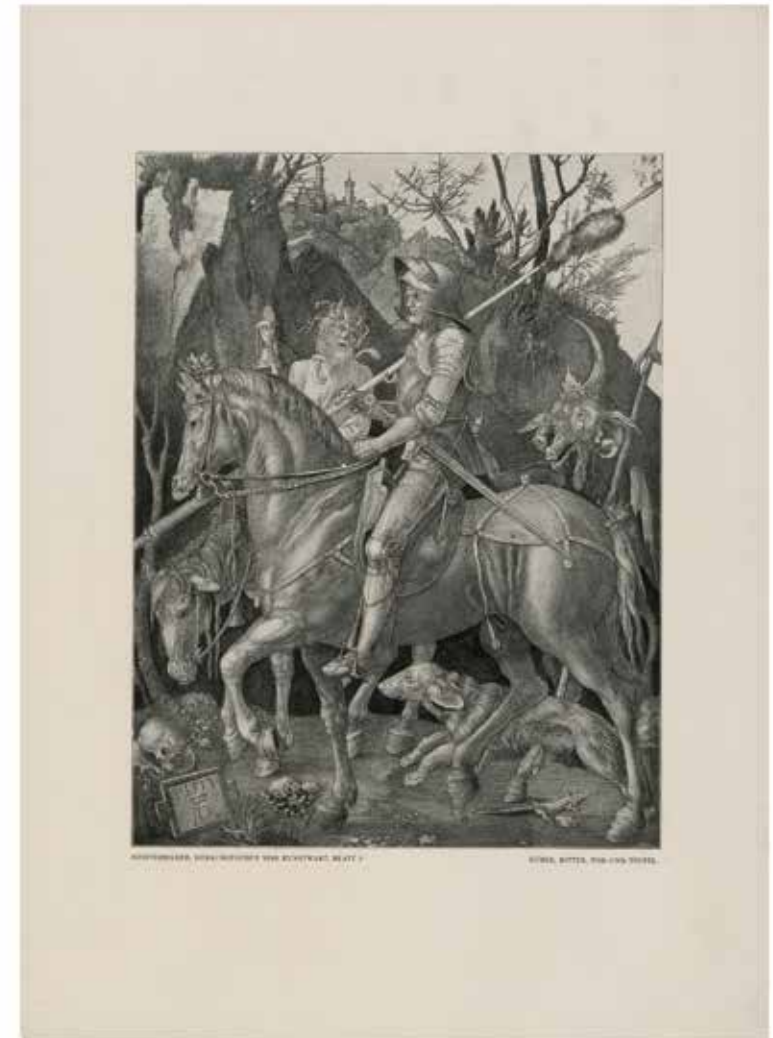


4.

Deutscher Meister Dürer-Rezeption im Wandel

»Gerade unsere Zeit blickt mit so verlangenden Augen nach allem sich um, was deutsch heißen könnte, und Dürers Name ist so sehr Symbol aller nationalen Kunst, daß für jede neue Darstellung die Leser vorhanden wären«, hieß es 1905 bei dem Kunsthistoriker Heinrich Wölfflin, der Dürer bei dieser Gelegenheit auch als »deuthesten der deutschen Künstler« bezeichnete. Seinen Höhepunkt fand der Dürer-Kult im Jubiläumsjahr 1928, als eine unübersehbare Fülle an Monografien und Bildmappen den Buchmarkt überflutete. Karl Scheffler, ein Vertreter des gemäßigt konservativen Bürgertums, bezeichnete Dürer damals als »Repräsentanten des Deutschtums«, in dem »ein großes und mächtiges Volk« sich selbst erkennt. Das ›Deutsche‹ an Dürer, so hoffte man, war der ideologische Kitt, der es vermochte, eine innerlich zutiefst gesplante Nation noch zu einen.

Inbegriff der problematischen Rezeptionsgeschichte ist Dürers Kupferstich »Ritter, Tod und Teufel«, nach Wölfflins Urteil »das bekannteste Bild der gesamten deutschen Kunst«, dessen populäre Wirkungsgeschichte sich im Laufe der Jahre von allen kunstwissenschaftlichen Deutungen abkoppelte. Kein anderer Stich erfreute sich als Wandschmuck ähnlicher Beliebtheit. Schon um 1900 galt die rätselhafte Figur des Ritters als unerschütterlicher deutscher ›Geistkämpfer‹. Konträr zur wissenschaftlichen Dürer-Forschung setzte sich in völkischen Kreisen eine Lesart durch, die in Dürers Reiter nicht nur deutsches Wesen, sondern auch die eigene ›ritterliche‹ Sendung symbolisiert sehen wollte. 1933 machte die Stadt Nürnberg Adolf Hitler einen Originalabzug des Dürerstichs zum Geschenk und adressierte den »Füh-



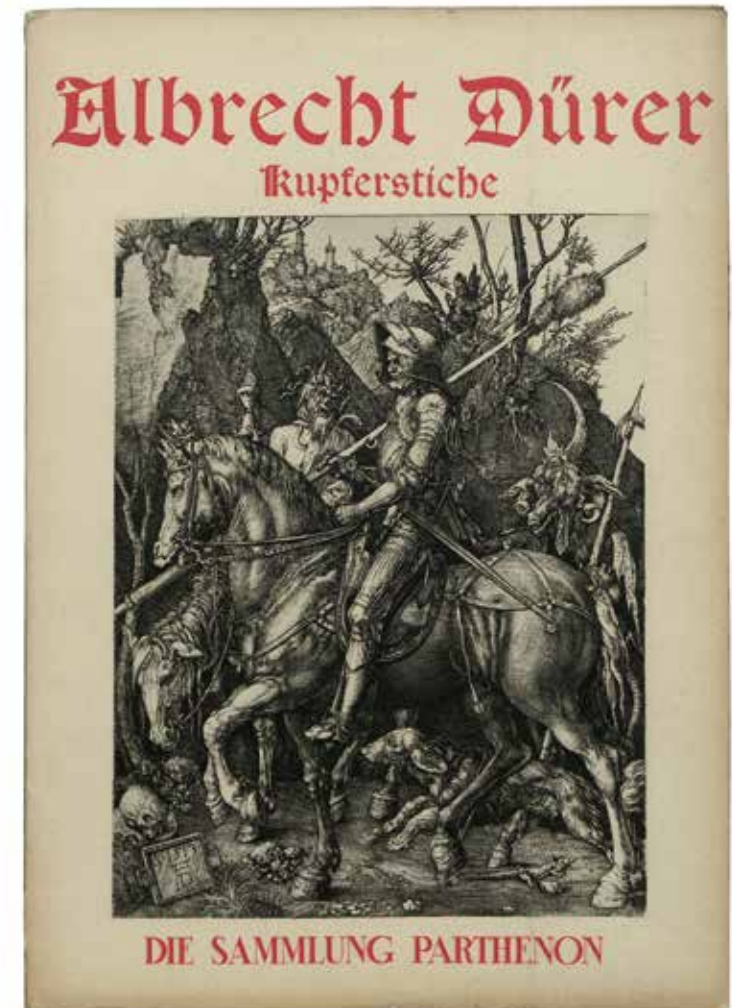
1.

1. »Ritter, Tod und Teufel« von Albrecht Dürer (Meisterbilder fürs deutsche Haus, Blatt 2), hrsg. vom Kunstwart, München: Georg D.W. Callwey/Kunstwart-Verlag o.J. [1900]

rer« bei dieser Gelegenheit selbst als »Ritter ohne Furcht und Tadel«.

Nach 1945 erschien das Prädikat des »Deutschen«, das dem Nürnberger »Meister« in der populären Rezeption angedichtet worden war, zunehmend verdächtig. In der Nachkriegsära, die von der doppelten Selbstfindungsproblematik des geteilten Deutschland geprägt war, nahm die Dürer-Rezeption neue Anläufe. Im Osten entwarf man, inspiriert vom Geist der marxistischen Geschichtsteologie, ein Bild, das Dürer als Protagonisten der frühbürgerlichen Revolution in Szene setzte. Im Westen hingegen konterkarierte man die Festivitäten des Dürerjahrs 1971 mit einer kritischen Aufarbeitung der Rezeptionsgeschichte, um allzu unbefangener Jubelstimmung vorzubeugen.

Eine unreflektierte Begeisterung für Dürer, so schien es lange, konnte es nicht mehr geben. Umso mehr überrascht die in letzter Zeit zu verzeichnende Popularität des »Deutschen Meisters«, die sich nicht zuletzt in einer ansehnlichen Zahl populärwissenschaftlicher Bücher ausdrückt. Doch die Vorlieben haben sich gewandelt. Anstelle von »Ritter, Tod und Teufel« sind es heute der »Dürerhase« und das »Große Rasenstück«, die das Interesse der Leser fesseln. (AZ)



2.

2.
Albrecht Dürer. Kupferstiche.
 Einführung von Hans Möhle
 (Die Sammlung Parthenon),
 Berlin: Hans E. Günther & Co.
 Verlag 1940
 20 doppelseitig bedruckte
 Einzelblätter

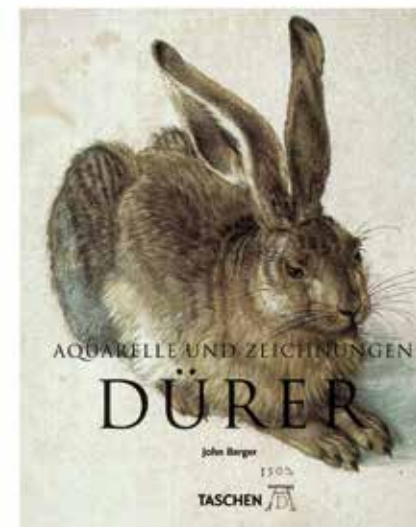


3.

3.
Albrecht Dürer. Kupferstiche,
Nürnberg: Verlag von Carl Dau-
merlang o.J. [1920er Jahre]
 6 Einzelblätter (wahrscheinlich
 unvollständig)

4.
 John Berger
Dürer 1471–1528. Aquarelle und
Zeichnungen, Köln: TASCHEN
Verlag 2013
 95 Seiten, ca. 100 Abbildungen

5.
 Jeffrey Chipps Smith
Dürer, London: Phaidon Press,
2012
 449 Seiten, ca. 100 Abbildungen



4.



5.

Sehen(d) lernen

Die weite Verbreitung kunsthistorischer Bilder sorgte dafür, dass diese auch in der schulischen Ausbildung verstärkt eine Rolle spielten. Gerade am Fall Dürer zeigt sich, wie sehr dabei ideologische Vereinnahmungen hineinspielten. Die Exponate – Lehrerhefte, Schülerhefte und Mappen –, die bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts publiziert wurden, dienten in unterschiedlicher Weise der Persönlichkeitsbildung, der Verinnerlichung nationaler Tugenden oder der Verherrlichung ›deutschen Wesens‹. In einem Begleittext zu Dürers »Passion« heißt es etwa: »Überall zeigt Dürer sich als Sohn seines Volkes. Deutsch ist sein Christus, die ›Häscher‹ sind deutsche Landsknechte, eine deutsche Mutter beweint ihren Sohn, im Hintergrund winkt freundlich das deutsche Städtchen mit seinen wohlbekanntem Türmen und Türmchen.«

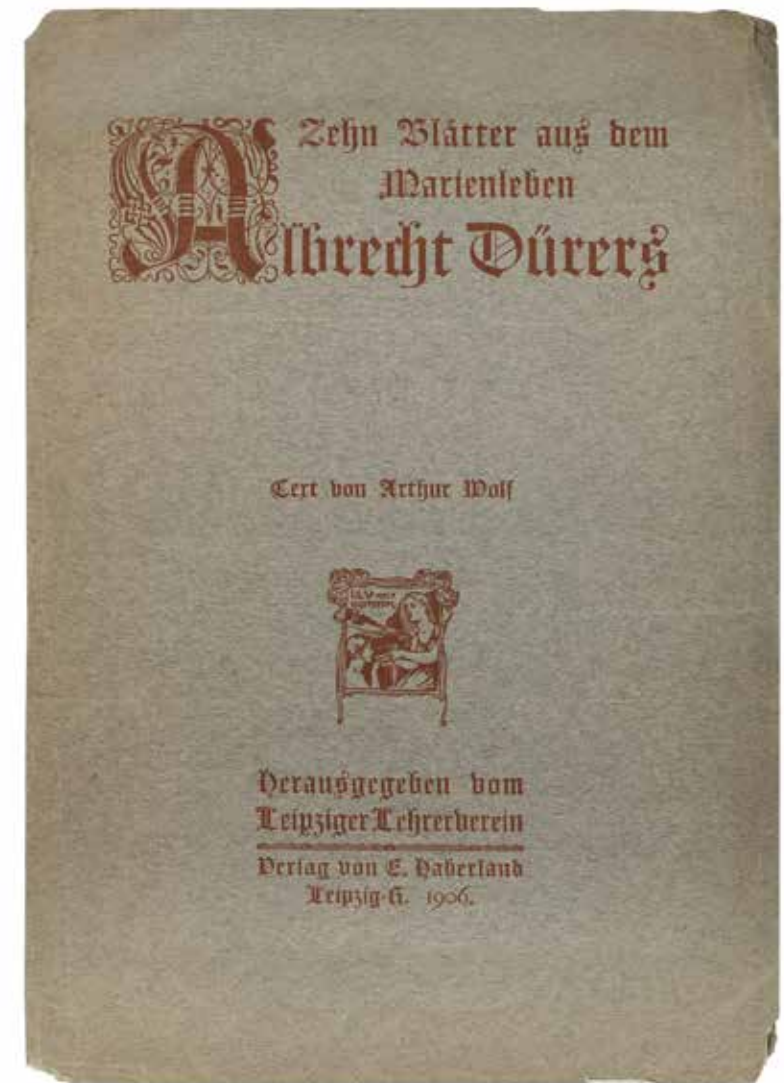
Dürers Bilder sollen »einführend und denkend miterlebt« werden, damit man »am Größten teil [hat], was deutscher Geist überhaupt vermag«, so die Aufforderung an die Lehrenden in einem Heft des Leipziger Lehrervereins um 1910. Dabei sollten die Abbildungen auch ohne allzu ausschweifende Erläuterungen ›sprechen‹ und durch sich selbst wirken. Bis dahin waren Abbildungen von Kunstwerken lediglich in kleinem Format und einen Text begleitend in den Schulbüchern abgedruckt worden. Nun fanden Reproduktionen, auch im größeren Format, als eigenständiges Anschauungsmaterial Verwendung im Unterricht.

Da es ein Schulfach Kunst, wie wir es heute kennen, noch nicht gab, wurden die Abbildungen lange Zeit in unterschiedlichen Fachkontexten verwendet. So wurde im Mathematikunterricht das »Magische

1. **Zehn Blätter aus dem Marienleben Albrecht Dürers. Text von Arthur Wolf, hrsg. vom Leipziger Lehrerverein, Leipzig: Verlag von E. Haberland 1906**

10 Einzelblätter sowie Deckblatt und Erläuterungen

Abbildungen in Schulbüchern waren oft von langen erläuternden Texten begleitet. Das Format Mappe, als lose Blattsammlung ohne Bilderklärungen, bot Lehrenden hingegen die Möglichkeit, Abbildungen in der Klasse herumzureichen.



Quadrat« anhand von Dürers Stich »Melencholia I« erarbeitet. Auch die Proportionsstudien fanden entsprechende Verwendung. Naturstudien wie der populäre »Feldhase« oder das »Große Rasenstück« waren Anschauungsgegenstände im Sachkundeunterricht. Sie eigneten sich überdies als Wandschmuck für das Klassenzimmer.

Nach wie vor spielt Dürer im schulischen Unterricht eine Rolle. Der aktuelle Kunstunterricht geht dabei ganz unterschiedlich mit seinen Werken um: Von der Zerstückelung des »Rhinozeros« über Dürer als Marketingstrategie bis hin zur Thematisierung seiner Selbstporträts im Vergleich mit der heutigen Selfie-Kultur. (SD, LH, LK, SM, AR, JS)

2.
Zwölf Blatt aus Dürers kleiner Passion. Text von Rudolf Schultze, hrsg. vom Leipziger Lehrerverein, Leipzig: E. Haberland o.J. [ca. 1910]
 12 Abbildungen und Einleitung

3.
Albrecht Dürer in seinen Briefen und Tagebüchern. Für die Oberstufe zusammengestellt von Dr. Ulrich Peters, Frankfurt am Main: Verlag von Moritz Diesterweg 1925
 32 Seiten

4.
Dürerheft, Berlin: Verlag der deutschen Schülerbibliothek 1928
 64 Seiten

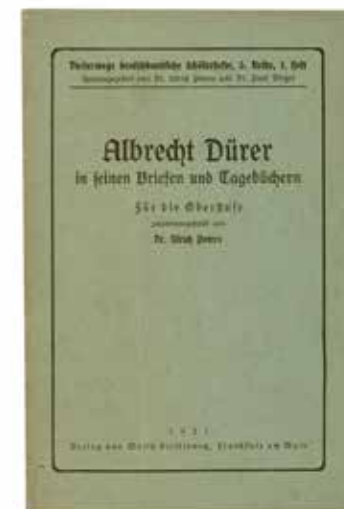
Im preisgünstigen Heftformat wurden »billige Bilder« sowohl für den Lehrkörper als später auch für Schülerinnen und Schüler der Oberstufen angeboten. In den Heften des Lehrervereins findet man ein kurzes Vorwort. Die Abbildungen der Kunstwerke stehen für sich. Im Schülerheft von 1928 überwiegt der biografische Blick auf die »Persönlichkeit« Dürers.



2.



4.



3.



Seit der Zeit um 1900 wurden illustrierte Kunstbücher und preiswerte Bildmappen zur Massenware, mit dem der bildungsbürgerliche Schatz der Meisterwerke Einzug in jeden Haushalt hielt. In der breitenwirksamen Vermittlung wandelte sich die Kunstgeschichte von einer vornehmlich akademischen Disziplin zu einer Populärwissenschaft, in der die fotografische Reproduktion eine eigenständige Aussagekraft gewann. Dem Problemfeld des »billigen Bildes« und seinen bildungspolitischen und ideologischen Implikationen widmet sich die vorliegende Publikation am Beispiel der Popularisierung des Künstlers Albrecht Dürer.

Freie Universität  Berlin

 UNIVERSITÄTS
BIBLIOTHEK

universi
UNIVERSITÄTSVERLAG SIEGEN