

Christof Jeggle, Andreas Tacke, Markwart Herzog,
Mark Häberlein, Martin Przybilski (Hg.)

Luxusgegenstände und Kunstwerke vom Mittelalter bis zur Gegenwart

Produktion – Handel – Formen der Aneignung

Inhalt

Mark Häberlein, Christof Jeggle

Einleitung.....	15
1. Luxus in der Wahrnehmung der Gegenwart.....	21
2. Auseinandersetzungen mit dem Luxus in Religion, Bildung und Politik.....	21
3. Entwurf und Realisierung von Kunstwerken und Luxusgegenständen.....	24
4. Herstellung und Vertrieb von Kunstwerken.....	25
5. Herstellung und Vertrieb von Luxuswaren.....	28
6. Der Handel mit Luxusgütern.....	30
7. Wirtschaften mit Luxus und Kunst – eine Zwischenbilanz.....	32

Luxus in der Wahrnehmung der Gegenwart

Michael Jäckel

Luxus und Verschwendung: Was macht den Unterschied?.....	37
1. Luxus und Verschwendung – ein kurzer Überblick.....	38
2. Luxus und Verschwendung – Unterschiede und Gemeinsamkeiten.....	40
3. Luxus und Verschwendung – ein Klassifikationsvorschlag.....	46
4. Fazit.....	53

Auseinandersetzungen mit dem Luxus in Religion, Bildung und Politik

Georg Gresser

„Putzsucht am Körper oder in der Kleidung verrät Unreinheit der Seele“. Luxus und Luxuskritik in Früh- und Hochmittelalter am Beispiel der kirchenrechtlichen Bestimmungen zur Klerikerkleidung..... 57

1. Einleitung	57
2. Kleidung im Alltag – Kleidung in der Liturgie.....	59
3. Kleriker und Laien in fränkischer Zeit	61
4. Kirchenrecht contra Luxus	63
5. Reaktionen	69
6. Fazit.....	73

Tiziana Romelli

Bewegendes Sammeln. Die antiken Statuen in der *grotta* von Isabella d'Este

1. Weibliche Kunstpatronage in der Renaissance	79
2. Die Ausstattung der Grotta	82
3. Inszenieren – Form und Funktion des Arrangements.....	91

Salvatore Pisani

Luxus, Politik und Utopie im Königreich Beider Sizilien 1734–1799..... 97

1. Wandel der Herrschaftsverhältnisse – Wandel des Luxuskonsums. Neapel zwischen Viceregno und Regno	97
2. Magnifizienz und Splendor: Diskursive Präliminarien bei Giovanni Pontano, Donato Perillo und Antonio Genovesi.....	101
3. Hof – Adel – Dekorum	104
4. Die Manufakturen und das Luxusmonopol des Königshauses.....	106
5. Das <i>Weißes Gold</i> der Bourbonen und seine ideologische Bedeutung.....	110
6. Überfluss in ausgedörrter Landschaft: die Cuccagna-Spektakel des Hofes	115
7. Luxus und klassenlose Gesellschaft: Die Utopie von San Leucio	117

Veerle De Laet

In Brüssel zu Hause: Soziale Strategien und die symbolische Bedeutung von Kunstwerken und Luxusgütern, 1600–1740.....	121
1. Kunst und Luxus in privaten Inneneinrichtungen	121
2. Die Akteure auf den Brüsseler Kunstmärkten	122
3. Grundlagen der Untersuchung	124
4. Konsummuster und Spuren von Strategien.....	129
5. Die Identifizierung sozialer Strategien	134
6. Abschließende Bemerkungen.....	135

Franziska Schößler

Luxus um 1800: Konsumtionsformen bei Goethe.....	137
1. Der Grundbesitz und die Frage nach Besteuerung in den Lehrjahren.....	138
2. Nahrungsluxus in den Wanderjahren	141
3. Luxusgüter in der Protoindustrie	146
4. Arkadien als Werbung in Faust II.....	148
5. Fazit	151

Entwurf und Realisierung von Kunstwerken und Luxusgegenständen

Anne Bloemacher

Raffael und Marcantonio Raimondi: Die Idee als Ware	155
1. Die Idee als Ware	156
2. Kupferstiche nach Raffael: Luxusware oder Massenprodukt?.....	163
3. Schlussbetrachtung.....	183

Katharina Krause

Sans théorie, sans raisonnement, sans goût, sans invention. Ornamentstich als Medium von Erfindung und Verbreitung von Ideen im Kunsthandwerk des 18. Jahrhunderts	185
--	-----

Stefan Schweizer

Frühneuzeitliche Gartenkunst unter Luxusverdacht: Luxuskritik und -legitimation als Beitrag zur Etablierung einer künstlerischen Gattung	201
1. Kritik am Lustgarten	201
2. Niederländische Lustgartenkritik in Text und Bild	204
3. <i>Decorum</i> und Luxus in der Theorie	207
4. Gartenkunst als Gattung für höhere Stände	213
5. Gärten als Heterotopien	218

Herstellung und Vertrieb von Kunstwerken

Berit Wagner

Zwischen Ideal und Realität – Die Strategien der deutschen Maler und Bildschnitzer auf dem freien Kunstmarkt im Spätmittelalter	225
1. Der Werkstatt- und Ladenhandel	227
2. Der Messehandel	234
3. Die strategisch-unternehmerischen Anforderungen an die Maler und Bildschnitzer	238

Jana Lucas

Illuminierte Handschriften als Prestigeobjekte und Luxusgegenstände auf dem Konzil von Basel 241

1. Buchmalerei aus Basler Werkstätten: Die sogenannte Vullenhoe-Bibel und die Handschriften des Bischofs Friedrich zu Rhein 244
2. Auswärtige Konzilsteilnehmer und ihre Handschriften 257

Franziska Siedler

Mehr Künstler – Mehr Wert? Kooperationswerke in den südlichen Niederlanden während des 17. Jahrhunderts 265

1. Kooperationen in der Malerei der Südlichen Niederlande 265
2. Kooperationen in der Malerei der Nördlichen Niederlande 270
3. Die Bewertung von Kooperationsmalerei in der Kunstkritik 272
4. Zur Rezeption der Kooperationsmalerei im deutschsprachigen Raum 274
5. Schluss 275

Gabriele Marcussen-Gwiazda

Joachim von Sandrart: Kunst und Kommerz im 17. Jahrhundert 277

Annette Hojer

Malerfürst und Unternehmer. Francesco Solimena als Star auf dem europäischen Kunstmarkt des frühen 18. Jahrhunderts 291

1. „Un concetto senza pare“ – Solimenas Arbeiten für den Adel in Wien 292
2. „Non esserne in Napoli più accreditato del Solimena“ – Die Vertreibung des Heliodor in der Chiesa del Gesù Nuovo 296

Evelyn Korsch

Sammlungen und Kunstmarkt in Venedig im 18. Jahrhundert – eine Fallstudie	301
1. Die Organisation der Kunstschaffenden	302
2. Der Erwerb von Kunstwerken	303
3. Topographische und wirtschaftliche Aspekte der Kunstproduktion	306
4. Kooperation und Konkurrenz: Praktiken der Produktion von Kunstwerken	312
5. Die sozialen und ökonomischen Bedingungen der Kunstschaffenden	314
6. Strukturelle Voraussetzungen des Marktes für Kunst	316
7. Die Kunsthändler	318
8. Schluss	326

Herstellung und Vertrieb von Luxuswaren

Uta-Christiane Bergemann

Goldene Bildstickereien des Spätmittelalters: Vom kostbaren Unikat zum Beginn der Massenproduktion	331
1. Kennzeichen einer Massenfertigung kostbarer Gold- und Seidenstickereien.....	332
2. Arbeits- und Entwurfspraktiken der Gold- und Seidensticker	337
3. Der Markt	342
4. Der Handel	343
5. Voraussetzungen für die Entwicklung zur Massenfertigung der Gold- und Seidenstickereien	344

Ulrich Schäfer

Retabel aus den südlichen Niederlanden als Leitfossilien zur Erforschung der Herstellung, des Vertriebs und des Marketings von Luxusgütern im 15. und 16. Jahrhundert	347
1. Ein beispielhaftes Retabel	349
2. Die Produzenten	351
3. Zusammenfassung	360

Aleksandra Lipińska

Südniederländische Alabasterplastik um 1525–1650: Massenproduktion, Verbreitung, Status	361
1. Mechelen und Antwerpen als Zentren der Alabasterproduktion.....	361
2. Verbreitung der Alabasterbilder	365
3. Der Status der Produkte aus südniederländischen Alabasterwerkstätten	367
4. Fazit	373

Der Handel mit Luxusgütern

Andrea Mozzato

Luxus und Tand: Der internationale Handel mit Rohstoffen, Farben, Brillen und Luxusgütern im Venedig des 15. Jahrhunderts am Beispiel des Apothekers Agostino Altucci	377
1. Die Apotheker und der Handel übers Mittelmeer.....	377
2. Anzeichen von Luxus: Duftstoffe, Parfüms und Straußenfedern	381
3. Farben und andere Rohstoffe für die Herstellung von Kunstwerken	383
4. Der Handel im Fondaco dei Tedeschi	393
5. Geschäfte mit Brillen.....	396
6. Schlussbetrachtung	405

Heinrich Lang

Seide aus Florenz. Eine Luxusindustrie am Beispiel der Florentiner Salviati im 16. Jahrhundert	407
1. Sozioökonomische Grundlagen des Florentiner Seidenhandels	411
2. Seidenproduktion und internationale Handelsverbindungen	415
3. Der Seidenhandel der Salviati.....	421
4. Die Salviati in Lyon: Geschäftliche Netzwerke und Seidenhandel.....	430
5. Fazit: Florentiner Seidenhandel als Handel mit Luxusgütern	437

Maureen Cassidy-Geiger

Luxury Markets and Marketing Luxuries: The Leipzig Fair and the Dresden Merceries under Augustus the Strong	441
1. Launching Meissen Porcelain	441
2. The Luxury Markets at the Leipzig Fairs	444
3. The Royal Merceries at Dresden.....	445
4. Conclusion.....	451

Katja Heitmann

Handel und Wandel? Die frühneuzeitlichen Handelsbeziehungen zwischen Fürstenhof und Kaufleuten und deren Auswirkungen auf die Ausstattung der Bel Etage von Schloss Heidecksburg in Rudolstadt	459
1. Höfische Ausstattung und Luxus	459
2. Ausgestaltung der Bel Etage von Schloss Heidecksburg.....	461
3. Der fürstliche Hof und die Handelsbeziehungen	472
4. Schlussbetrachtung.....	473

Susann Trabert

Popularisierung der Luxuswerbung im „Journal des Luxus und der Moden“ 1786–1795.....	475
1. Luxus und Werbung um 1800	476
2. Das „Journal des Luxus und der Moden“	479
3. Zusammenfassung.....	488

Dries Lyna

Der Wert von Anzeigen – Anzeigen von Wert. Zeitungsanzeigen im Markt für Kunstauktionen in Antwerpen im 18. Jahrhundert	489
1. Einleitung	489
2. Antwerpen und die Werbung für Kunstauktionen	492
3. Einige Bemerkungen zu den Zeitungsanzeigen des 18. Jahrhunderts	498
4. Die Werbung mit Werten und die Bedeutung von Markennamen	501
5. Abschließende Bemerkungen	508

Wirtschaften mit Luxus und Kunst – eine Zwischenbilanz

Christof Jeggle

Luxus, Kunst und Ökonomie	513
1. Einleitung	513
2. Luxus und Ökonomie	514
3. „Alter“ Luxus	515
4. Die Produktion von Kunstwerken als innovativer Leitsektor?	517
5. Ökonomie der Qualität	521
6. „Neuer“ Luxus	523
7. Zur systematischen Analyse von Ökonomien des Luxus	527
 Register	 535
Autorenverzeichnis	556