

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

<b>Südniederländische Alabasterplastik um 1525–1650: Massenproduktion, Verbreitung, Status</b> .....	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

<b>Luxus und Tand: Der internationale Handel mit Rohstoffen, Farben, Brillen und Luxusgütern im Venedig des 15. Jahrhunderts am Beispiel des Apothekers Agostino Altucci</b> .....	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

<b>Seide aus Florenz. Eine Luxusindustrie am Beispiel der Florentiner Salviati im 16. Jahrhundert</b> .....	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

<b>Luxury Markets and Marketing Luxuries: The Leipzig Fair and the Dresden Merceries under Augustus the Strong .....</b>	<b>441</b>
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

<b>Handel und Wandel? Die frühneuzeitlichen Handelsbeziehungen zwischen Fürstenhof und Kaufleuten und deren Auswirkungen auf die Ausstattung der Bel Etage von Schloss Heidecksburg in Rudolstadt .....</b>	<b>459</b>
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

<b>Popularisierung der Luxuswerbung im „Journal des Luxus und der Moden“ 1786–1795.....</b>	<b>475</b>
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