

hin zum *Art brut* griff immer wieder magische, okkulte und mediumistische Themen auf, deutlich inspiriert vom Symbolismus der Jahrhundertwende, der den Höhepunkt dieser verbreiteten Neigung zum Okkulten und Esoterischen markierte.

Im aufwendig produzierten Katalogbuch führt die Fülle des Materials gelegentlich zu einer undifferenzierten Aneinanderreihung von Namen, Buchtiteln und Themen (z.B. Kat., 176), doch ein Namensindex und kürzere, grau unterlegte monografische Artikel erlauben einen Überblick über das höchst komplexe Thema. Sämtliche kulturhistorischen Kapitel werden von fundierten und umfassenden Essays von Serge Fauchereau, dem Kurator der Ausstellung, eingeleitet. Leider wurde

dort (im Gegensatz zu anderen Beiträgen) auf Anmerkungen verzichtet, was höchst bedauerlich ist, zumal dem Buch eine Bibliographie fehlt. Denn mit seiner reichen Bebilderung, der umfassenden, internationalen Künstlerauswahl sowie aufgrund seines interdisziplinären Ansatzes bietet der Katalog eine Fundgrube für epochenübergreifende Verbindungen im okkulten Denken über die Jahrhunderte hinweg.

DR. ISA BICKMANN

Der streitbare Dandy, entzaubert? Whistler zwischen Kunst und Markt

Grischka Petri
**Arrangement in Business.
The Art Markets and the Career
of James McNeill Whistler.**
(Studien zur Kunstgeschichte,
Bd. 191). Hildesheim/Zürich/New
York, Georg Olms Verlag 2011.
776 S., 24 Farb- u. 187 s/w Abb.
ISBN 978-3-487-14630-0. € 89,00

Mangel an Literatur zu James McNeill Whistler (1834–1903), zu seiner Kunst und Künstlerpersönlichkeit besteht in keiner Weise. Doch legt Grischka Petri mit der aus einer Dissertation an der Universität Bonn hervorgegangenen Arbeit einen Beitrag zur Forschung vor, die den bisherigen

Blick auf den Protagonisten wesentlich erweitert und Anstoß zu notwendigen Neubewertungen gibt. Defizitär ist die bisherige Whistler-Forschung insofern, als sich das Interesse oftmals auf einzelne Werkgruppen oder Medien, Whistlers Beziehung zum *Aesthetic Movement* oder den 1877 gegen John Ruskin geführten Verleumdungsprozess konzentrierte. Sein Geschäftssinn wurde zwar registriert, jedoch nie zum Gegenstand einer eigenständigen Untersuchung erhoben. Dies ist, wie Petris Argumentation eindrücklich zeigt, auch tatsächlich nur in der Gesamtschau auf das Œuvre Whistlers sinnvoll: Sein künstlerisches und ökonomisches Handeln unterscheiden sich deutlich vor und nach der biographischen wie künstlerischen Wasserscheide, dem Ruskin-Prozess, bedingen sich darin aber gegenseitig. Petris Untersuchung fokussiert nun das Feld der Wechselbeziehungen zwischen Produktion, Rezeption, Selbstdarstellung und Geschäftsstrategien mit Blick auf den

zeitgenössischen Markt und die Kunstinstitutionen sowie ihre Diskurse – ein ständiger Aushandlungsprozess, auf den der Titel *Arrangement in Business* mit einem Zitat aus der Korrespondenz Whistlers doppelsinnig anspielt.

VIELSCHICHTIGES VORGEHEN

In seiner Vorgehensweise, die Petri selbst als „multi-modular methodology“ (6) bezeichnet, beruft er sich zunächst auf die Biographie des Künstlers, der er unter Ausschluss aller privaten Begebenheiten über fast 40 Jahre hinweg, von dessen Ankunft in Paris 1855 bis zu seinem Tod in London, folgt. Dementsprechend gliedert sich die Untersuchung in vier, annähernd je ein Jahrzehnt behandelnde Teile, die jeweils durch ein Stadium künstlerischen Reüssierens charakterisiert sind. Whistlers künstlerisches Schaffen und (bisweilen wenig strategisches) Handeln innerhalb des Kunstbetriebs, seine teils öffentlichen, teils in privater Korrespondenz getätigten Selbstaussagen und sein Auftreten bilden dabei die Schnittstelle einer rein biographischen und einer auf die Künstlersozialgeschichte ausgerichteten Perspektive.

Weiterhin stützt sich die Arbeit auf ein in umfassenden Quellenrecherchen angesammeltes, enormes Datenkorpus zum Werk Whistlers, das der Autor in einer für seine Belange eingerichteten Datenbank erfasst hat. Neben primären Werkanangaben sind darin Informationen zu Verkäufen, Erlösen, Ausstellungen und Auflagenzahlen der Graphik registriert, die beispielsweise aus Whistlers Kassenbüchern, seiner Korrespondenz oder Archivmaterial auf Seiten der Verkäufer stammen. So umfassen die Datenbankbestände rund 2200 Objekte der Malerei und Graphik, eine Summe von etwa 4900 Transaktionen, bei denen in gut 4300 Fällen Whistler als Verkäufer auftrat und von denen rund 4000 auf druckgraphische Medien entfallen, während 287 Malerei, Pastell oder Zeichnung betreffen. In 735 Fällen konnte Petri Preise für die Verkäufe ermitteln. Während solche Zahlen gemeinhin nicht zum täglich Brot kunsthistorischer Forschung gehören und ihre statistische Aufarbeitung in Diagrammen gegenwärtig eher das Interesse bildwissenschaftlicher Forschungen

provoziert, verspricht sich der Autor aus der quantitativen Analyse der gesammelten Daten eine Rekonstruktion von Mustern und Abläufen in Whistlers künstlerischem und ökonomischem Handeln.

Eine Übersicht zu „Statistics and figures“ ist dementsprechend den meisten der Einzelkapitel vorgeschaltet und beschreibt Whistlers künstlerische Entwicklung und Akzeptanz auf dem Markt auf ungewöhnliche Weise in prozentualen Anteilen: Tatsächlich erlauben die zumeist diachron angelegten Vergleiche (etwa der Gewichtung verschiedener Medien oder Gattungen im Œuvre, der Varianz der Bildgrößen, der Preisentwicklung, der Zahl der Verkäufe durch Whistler bzw. seine Händler) Einsichten, die zwar nicht zwingend mit Hilfe der von Petri genutzten Diagramme und Tabellen gewonnen werden müssten, welche aber zur Veranschaulichung doch nützlich sind. Den eigentlichen Erkenntnisgewinn erzielt Petri allerdings im Moment der Verknüpfung der empirischen „Businessdaten“ mit sozial- und wirtschaftsgeschichtlichen Zusammenhängen der zweiten Hälfte des 19. Jh.s, die er als dritte methodische Ebene einführt: Im Sinne einer Sozial- und Funktionsgeschichte der Kunst gibt er damit „abstrakten“ Werten einen Ort innerhalb der Institutionen des Kunstbetriebs, seinen Paradigmen und Diskursen, und innerhalb der Aufgabenzuschreibungen an die Kunst einer im Umbruch befindlichen Gesellschaftsordnung, die Verhalten und Forderungen von Rezipienten und Käufern beeinflusst. So dienen zeitgenössische Rezensionen und Kommentare der Kritiker, Schriften und Vergleichsdaten von Künstlerkollegen sowie Whistlers Korrespondenzen mit diesen, mit Förderern, Mäzenen, Händlern, Herausgebern und Galeristen als Belege für die (Geschäfts-)Beziehungen und bilden den Kontext, in dem sich Erfolge und Misserfolge Whistlers situieren.

Als wichtige theoretische Instrumente nutzt der Autor Pierre Bourdieus Unterscheidung verschiedener sozialer Felder, von denen das kulturelle und das ökonomische im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen, sowie Bourdieus Diffe-

renzung des ökonomischen, kulturellen und symbolischen Kapitals, mit deren Hilfe Petri die Ambivalenzen der Bewertung künstlerischer Artefakte zu erläutern sucht. Ebenso findet er in Thorstein Veblens *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* (London 1899) einen historischen Beleg für die Dialektik in den Bewertungsmustern der Bildenden Künste.

AMBITION UND STRATEGIE?

Aus dieser äußerst umfangreichen Arbeit, die ein breites Panorama der französischen, insbesondere aber der viktorianischen Kunstwelt entfaltet, dabei jedoch einige Wiederholungen nicht vermeiden kann, lassen sich nur wenige Aspekte aus den vielfältigen und eng verflochtenen Argumentationslinien herausgreifen. So zeichnet Petri das Bild eines Künstlers, dessen Streben nach Aufmerksamkeit, ideeller Anerkennung und finanziellem Erfolg sich zuallererst und bis zuletzt auf die großen Institutionen, die *Royal Academy* in London und die *Académie des beaux-arts* in Paris, richtete, deren Mitgliedschaft ihm jedoch in beiden Fällen verwehrt blieb. Vor diesem Hintergrund stellt sich Whistlers Karriere in Petris Schilderung als eine Geschichte des wiederholten Scheiterns und Neubeginns dar; hier wird also das erzeugte Bild des genialen, aber immer verkannten Außenseiters korrigiert, das Whistlers in seiner nach dem Ruskin-Prozess einsetzenden Selbststilisierung hervorkehrte.

Das Gemälde *At the piano* des jungen Whistler, im Pariser Salon von 1859 abgelehnt, aber in François Bonvins *Atelier Flamand* gezeigt, fordert den Vergleich mit den Selbstvermarktungsstrategien Gustave Courbets geradezu heraus – schließlich war dieser bei *tout Paris* für seine Skandalbilder und deren unabhängige Ausstellung in seinem *Pavillon du Réalisme* im Jahr 1855 bekannt. Wie Petri darlegt, hätte sich Whistler, ein unbeschriebenes Blatt, durch eine Teilnahme am Salon erstes Renommee erwerben können. Somit entsprach die private Ausstellung von *At the piano* keineswegs einer Courbetschen Strategie der Einreichung von Gemälden mit der bewussten Spekulation auf den Öffentlichkeitswert ihrer Ablehnung durch die

Salonjury, um sie dann eigenständig zu präsentieren. Vielmehr zeigt sich beispielhaft, dass Whistler schlicht die sich ihm bietenden Möglichkeiten nutzte und den Ausfall der präferierten prestigeträchtigen Ausstellung ganz ohne Skandalabsichten zu kompensieren versuchte. Das Aufmerksamkeitspotential einer Opposition gegen die Akademien war ihm weder bewusst noch mit seiner Ambition auf offizielle Anerkennung vereinbar.

Insofern kann hier der Einfluss von Courbets Vermarktungsstrategien und die vorgebliche Ausnutzung des Skandals in frühen Jahren deutlich relativiert werden (106). Dass Whistler in den 1860ern seine Bilder außerhalb seines Familien- und Freundeskreises aber kaum abzusetzen vermochte, begründet Petri mit dem engen, quasi konsekutiven Zusammenwirken der Faktoren Ausstellung in einer Akademie, Wahrnehmung durch einflussreiche Kritiker und Vertretung durch Händler. Da seine Gemälde meist bereits am ersten Glied dieser Kette scheiterten, wurde kaum über ihn berichtet, und es war kein Händler an der risikoreichen Vertretung des unbekanntes Künstlers interessiert – ein Zirkel, der bis in die 1870er Jahre hinein nicht durchbrochen werden sollte.

DAS KUNSTWERK ALS LUXUSOBJEKT

Einen neuen Akzent bei der Einordnung von Whistlers Verbindung mit dem *Aesthetic Movement* liefert Petris Diskussion der daraus entstehenden „commercial implications“ (81) für Whistlers Kunst. Demnach beförderten die in der Auseinandersetzung mit exotischen Luxusgütern wie asiatischen Porzellanen und Drucken verfolgten ästhetizistischen Ideen von reiner Schönheit in Form und Farbe das Verständnis des Objekt- und damit des Warencharakters künstlerischer Artefakte. Whistlers Gemälde, etwa *The Lange Lijzen of the Six Marks* oder *La Princesse du pays de la porcelaine* (Abb. 1) profitierten von der Übertragung der – unausgesprochen mit monetärem Wert konnotierten – Schönheit der dargestellten Objekte auf den Objektcharakter des Bildes selbst. Eine Strategie, die Whistler bereits wenig erfolgreich in

der Vermarktung seiner Radierungen angewandt hatte, nämlich deren Attraktivitätssteigerung durch einen Preis, der ihre Zugehörigkeit zum „Luxussegment“ anzeigte, erfuhr damit eine Variation unter ästhetizistischen Vorzeichen: Sie vertortete die Gemälde in einem spezifischen Wertkontext, in dem sie als exklusive Objekte bzw. Waren markiert wurden und am kulturellen Kapital der kostbaren Sammlerstücke teilzuhaben versuchten.

Nach der Abwendung vom Pariser Kunstbetrieb veränderte sich Whistlers Œuvre: Petri sieht darin eine intentionale Verschmelzung ästhetizistischer und akademischer Charakteristika, die sich in der zeitweiligen Bevorzugung antikisch anmutender Figurendarstellungen manifestierte, und ganz auf das ersehnte akademische Reüssieren ausgerichtet war. Da Whistler jedoch wiederholt die rechtzeitige Fertigstellung von Werken für die *Academy* misslang, kann nicht – wie von ihm selbst retrospektiv lanciert – von einer steten Zurückweisung durch die Akademien die Rede sein. Vielmehr musste Whistler schließlich den an diese geknüpften Karrierepfad aufgrund seiner „professional deficits“ (144) als ungangbar erkennen, nicht zuletzt, weil er damit kaum Einkünfte erzielen konnte.

ART FOR WHISTLER'S SAKE?

Was bislang als Manifestation der ästhetizistischen *art for art's sake* und damit als unabhängig von allen außerkünstlerischen Bedingungen beschrieben wurde, verknüpft Petris Argumentation



Abb. 1 James McNeill Whistler, *La Princesse du pays de la porcelaine*, 1864. Öl auf Lw., 199,9 x 116 cm. Washington D.C., Freer Gallery of Art (John Walker, *James McNeill Whistler*, New York 1987, S. 39)

aufs Engste mit Whistlers Selbstpositionierung auf einem freien, höchst vielfältigen und sich wandelnden Markt. Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit von Galeristen, Käufern und Mäzenen fungierten die Avantgarde-Charakteristika Originalität und Neuheit demnach nicht (nur) als künstlerische Paradigmen, sondern dienten als „Alleinstellungsmerkmale“ seines Produkts: Als solche Distinktionsversuche sind nach Petri Whistlers Betitelungspraxis mit musikalischen Begriffen, seine Schmetterlingssignatur, die durch ihn selbst bezeugte „Erfindung“ der Gattung der *Nocturnes* und nicht zuletzt die Serialisierung von *Nocturnes* und *Arrangements* (d. h. seine Porträts) zu sehen, die sich als „economic instrument to achieve novelty without compromising the continuity of a personal style“ (151) erweise.

Der Behauptung auf dem Markt dienten auch Whistlers Einzelausstellungen (erstmalig 1874). Wie seine Porträts als *Arrangements* betitelt, erzielten sie zwar geringen kommerziellen Erfolg, doch schärften sie mit ihrer allumfassenden Ge-

staltungslösung, einer Art Paradeprodukt, Whistlers künstlerisches Profil umso deutlicher. Ebenso war seine Ausstellung in der Grosvenor Gallery, deren Eröffnung er 1876 bespielte, verbunden mit einem Zugewinn an Renommee, das sich aus deren fast aristokratischer Exklusivität in Ausstattung und Zugänglichkeit speiste. Beide Ausstellungsvarianten lassen sich daher nach Petri als Versuche kultureller Wertschöpfung aus den Präsentationsmodi seiner Werke verstehen.

Nach dem Zerwürfnis mit seinem Mäzen F. R. Leyland, der gerichtlichen Auseinandersetzung mit Ruskin, in der Petri die Fragen nach Preis, Wert und den Bedingungen der Wertzuschreibung für Kunst differenziert, und seinem Bankrott musste Whistler als nunmehr tatsächlich Skandalumwitterter sein künstlerisches Image ab Ende der 1870er Jahre neu konturieren. Durch Pamphlete und Kritiken in den Printmedien aber auch auf dem Society-Parkett war der streitbare Dandy omnipräsent – doch dies erzeugte ambivalente Effekte und den Bedarf nach Abgrenzung von der



Abb. 2 Whistler, An Orange Note: Sweet Shop, 1883 oder 1884. Öl auf Holz, 12,2 x 21,5 cm. Washington D.C., Freer Gallery of Art (Walker 1987, S. 103)

kunstaffinen *middle class* einerseits, dem akademischen Philistertum andererseits. Sein Auftreten unterwanderte seine künstlerische Seriosität, und seine Bekanntheit verband sich ungünstig mit der Popularisierung des *Aesthetic Movement*.

Petri betrachtet daher die Behauptung der *art for art's sake* in der *Ten O'Clock Lecture* und *The Gentle Art of Making Enemies* als Exklusivität generierende Strategie, über die Behauptung eines rein intrinsischen Werts seiner Kunst die höchstmögliche, weil preislose Kategorie zuzuschreiben (eine raffinierte Variante der Verschleierung ihres Warencharakters, aber auch eine Umkehrung des früheren Ästhetizismusmodells): „Whistler's claim that art had no social function was nevertheless a statement with a social function“ (362), nämlich nicht zuletzt der Reflex des Distinktionsbedürfnisses seiner elitären Käufer. In diesem Sinne versteht Petri Whistlers Gemälde der *shop fronts* (Abb. 2) als beispielhafte Subversion kommerzieller Aktivitäten durch ihre künstlerische Stillstellung in Oberflächen von Form und Farbe. Mit der Legitimation offizieller Anerkennung – durch den Ankauf des Porträts seiner Mutter durch das *Musée du Luxembourg* und des Porträts von Thomas Carlyle durch die *Glasgow Corporation* im Jahr 1891 – profitierte Whistler schließlich von der Durchsetzung seiner Werke auf dem Kunstmarkt, fokussierte aber zugleich die „außerkommerzielle“ Fortschreibung seiner Bedeutung im Blick auf kunsthistorische, überzeitliche Werte durch die Hervorhebung seiner „Altmeisterlichkeit“.

Zusammenfassend ist Petris Studie eine auf umfangreicher Quellenkenntnis basierende monographische Untersuchung des vermeintlich notorischen Provokateurs und ewigen Geringverdieners, die dessen künstlerisches Schaffen und Handeln zwischen progressiven und konservativen Ansätzen neu justiert. Darüber hinaus bündelt sie im Mikrokosmos der Karriere Whistlers den Blick auf die Konstellationen, Mechanismen und Strukturen des Kunstmarkts der zweiten Hälfte des 19. Jh.s in den Metropolen Paris, London und New York. So dient der Fall Whistler als eindrucklicher

Beleg für die idealisierte Vorstellung einer reinen, autarken künstlerischen Entwicklung. Mit diesen neuen Einsichten in die Einflüsse vielschichtiger Marktanforderungen ließe sich auch das Werk anderer moderner „Ausstellungskünstler“ befragen. Zugleich provoziert die hier gestellte Frage nach der Relation des für die Moderne zentralen Theorems der Autonomie der Kunst zu ihrem Warencharakter und Marktverhalten. Die Beantwortung der Frage hält Petri gegen Ende seiner Studie offen, womöglich den Nachhall einer frühen, fast ketzerischen These auskostend: „Whistler's career mirrors the development of a modern avant-garde concept of art prompted by market conditions. It reveals the commercial foundations of Art for Art's Sake in its own historical moment, and of what we call modern art at large.“ (3) Dass sich an einer solchen Aussage neue Diskussionen entspinnen werden, ist zweifellos zu erwarten.

JUDITH RAUSER, M.A.