

Das Glücksspiel und die Folgen für die Kunst in den Niederlanden

Sophie Raux
Lotteries, Art Markets, and Visual Culture in the Low Countries, 15th–17th Centuries. (Studies in the History of Collecting & Art Markets, Bd. 4). Leiden/Boston, Brill 2018. 382 p., 90 color ill. ISBN 978-90-04-35881-2. € 125,00

Selten findet man einen vergleichbar originellen Zugriff auf die Strukturen des niederländischen Kunstmarktes der Frühen Neuzeit, wie ihn Sophie Raux gewählt hat. Was heute Geldpreise und Urlaubsreisen sind, waren vom frühen 16. bis zum Beginn des 17. Jahrhunderts hochwertige künstlerische und kunsthandwerkliche Erzeugnisse wie Silberwaren, Gemälde und Skulpturen von Meisterhand, sog. venezianische Spiegel, Tapissereien, Möbel, Musikinstrumente, Uhren und Juwelen: Gewinne im Lotteriespiel. Dies wurde lange von der Kunstgeschichtsschreibung übersehen, wenn nicht sogar geleugnet, da es nicht in das herrschende Denkmuster eines die Eliten bedienenden exklusiven Kunsthandels passte. Auch die im 19. Jahrhundert entwickelten kunsthistorischen Abgrenzungen zwischen Kunst- und Kunstgewerbe sind, wie Raux zeigt, für diesen Untersuchungsgegenstand nicht geeignet, weil die Kategorien der Bewertung und Einordnung seinerzeit völlig andere waren. Raux kann nachweisen (Kap. 2–4), wie durch das Lotteriewesen Methoden entwickelt wurden, die den Kunsthandel bis heute bestimmen: die Ermittlung des Wertes und die Beschreibung von Kunstwerken, ihre Ausstellung sowie die Territorien, sogar Länder übergreifende Akquise von Käufern v. a. durch Druckerzeugnisse (Plakat,

Katalog). Damit verknüpft die Kunsthistorikerin sonst kaum miteinander verbundene Forschungsgebiete wie die Ikonographie populärer Druckgraphik und ihre Rezeption auch im Sinne einer Mediengeschichte sowie die Künstlersozialgeschichte in Relation zum Kunstmarkt, wobei ihr Augenmerk den Mechanismen der Zirkulation von Kunst als Ware und deren jeweiliger Bewertung innerhalb der Gesellschaft gilt und stets das Verhältnis von Visualität und Materialität eine zentrale Rolle spielt.

DIE PREISE IM GLÜCKSSPIEL UND DER KUNSTMARKT

Lotterien sind seit den 1440er Jahren in den Niederlanden, ausgehend von Burgund, nachweisbar. Etwa 300 solcher Veranstaltungen lassen sich bis zum Waffenstillstand von 1609 belegen, wobei nicht alle gleich gut dokumentiert sind und auch nicht immer Kunstwerke als Preise angeboten wurden. Die Gewinne waren zunächst einige lukrative Ämter und Geldpreise, wurden aber schon im Verlauf des 15. Jahrhunderts zunehmend in materielle Preise umgewandelt (21f.). Diese Lotterien wurden sowohl von Städten und Gemeinden zu karitativen als auch von Unternehmern zu kommerziellen Zwecken ausgerichtet. Welche Erwartungen verbanden sich insbesondere im zweiten Fall mit der zufälligen Verteilung der Luxusgüter, welche Vorteile hatte diese im Vergleich zum herkömmlichen Kunsthandel? Wie kam es überhaupt zu diesen Lotterien? Welche Auswirkungen hatten sie auf den Kunstmarkt, insbesondere auf die Warenzirkulation und die Methoden, Kunstwerke zu vermarkten? Diesen Fragen geht Sophie Raux in ihrer ambitionierten Studie nach, die im Rahmen des von ihr koordinierten internationalen Forschungsprojekts „Marchés de l’art en Europe (1400–1800): émergence, développement, ré-seaux“ entstanden ist, das von der staatlichen

Wie Raux zeigt, agierten die Veranstalter spätestens seit dem 16. Jahrhundert erstaunlich international, nicht nur, was die Reichweite ihrer Lotterien in ganz Westeuropa betraf, sondern auch hinsichtlich des Bezugs ihrer Waren. Dabei handelten die kommerziellen Veranstalter stets in und mit selbstgeschaffenen Netzwerken. Schließlich waren die Restriktionen und Regulierungen der traditionellen Korporationen ein Grund für die Entstehung und den Erfolg der Lotterien. Mit diesem neuen Absatzmarkt entzog man sich dem Reglement der Zünfte und Stadtverwaltungen, hatte die Möglichkeit, ohne die traditionellen Auftraggeber zu produzieren und unabhängig von Messen zu verkaufen, was dem gestiegenen Konsumbedürfnis entgegenkam. Letztendlich war der frühe Kapitalismus mit seinen hochspekulativen Geschäften und der damit einhergehenden Förderung des Gewinnstrebens der Nährboden für dieses neue Konzept (15), das versprach, mit wenig Einsatz viel zu gewinnen. Dies galt für beide Seiten, die Veranstalter wie auch die Kunden.

Ein karitativer Zweck konnte die kirchlichen Verbote des Glücksspiels, die seit den Kirchenvätern immer wieder geäußert wurden, entkräften. Die Prediger beider christlicher Konfessionen wurden damals nicht müde, diese zu beschwören. Die moraltheologische Auseinandersetzung entlud sich auch in einer Fülle von Traktaten seit dem 16. Jahrhundert (16). Bis zum Regierungsantritt der Margarethe von Parma als Statthalterin in den Spanischen Niederlanden 1559 gab es dort Versuche, das Lotteriewesen auf karitative Formen zu beschränken und die Konkurrenz zu regulieren. Erst Margarethe erkannte das Potential der Lotterie, mittels einer entsprechenden abgabepflichtigen Konzessionierung den leeren Staatssäckel wieder zu füllen (Kap. 1.2.2.2.), zumal die eigene Lotterie nicht den gewünschten Ertrag eingebracht hatte. Im Rahmen der gemeinnützigen Lotterie war es schon den Städten und Gemeinden möglich, „fundraising“ zu betreiben, um Reparaturen an öffentlichen Bauten – insbesondere den Kirchen – zu finanzieren, diese

auszustatten oder ganz neu zu errichten wie z. B. 1553 ein Waisenhaus in Lille (24).

SPIELSUCHT UND BEDROHUNG DER SOZIALEN HIERARCHIE

Da durch die Lotterien in der Regel – es gab in den 1520er Jahren auch geheime, exklusive (Kap. 1.3.3.1.) – den bislang benachteiligten Bevölkerungsschichten Objekte des Luxus und der Kunst zugänglich waren, sieht Raux mit einem der seltenen Fälle von Chancengleichheit in der damaligen Gesellschaft Tendenzen zu einer „Demokratisierung“ gegeben (21). Dies wird auch in den Plakaten immer wieder durch eine blind ihre Güter verteilende „Fortuna“ behauptet (Abb. 2 und 4). In der Tat waren die Lose erschwänglich: Wenn in den 1590er Jahren ein Meister zwischen 20 und 24 Patards und ein Arbeiter zwischen 10 und 12 Patards am Tag verdiente, konnte er sich ein Los für den Preis von 2,5 oder 5 Patards leisten (274 und Tafel 1). Da aber die Anzahl der Lose im Verhältnis zu den Gewinnen sehr hoch war – 1504 betrug sie in Leiden 40.510 zu 200 – erwarb jeder Spieler durchschnittlich 6,5 Stück. Allerdings scheint der Kauf mehrerer Hundert Lose nicht selten gewesen zu sein (274). So bot Maarten van Heemskerck eines seiner Werke als Bezahlung für 100 Lose an. Solche Tauschgeschäfte waren durchaus üblich (279).

Sicherlich hatte das Glücksspiel das Potential, Angehörigen der unteren Stände Zugang zum Luxus zu verschaffen, aber ihr Effekt war wohl doch zu punktuell, denn offenbar fanden die Lotterien in der Regel zum Vorteil der Veranstalter statt. Dies kann Jeroen Puttevils am Beispiel von Brügge belegen (The Lure of Lady Luck. Lotteries and Economic Culture in the Fifteenth- and Sixteenth-Century Low Countries, in: Manfred Zollinger [Hg.], *Random Riches. Gambling Past & Present*, London 2016, 57–71, Abb. 3.1. Raux zitiert S. 275 nur die unpublizierte Fassung). Er zeigt im Falle der Leidener Lotterie von 1504 auch, dass die wohlhabenderen Bürger die meisten Lose kauften bzw. die Schulden der Stadt bei ihnen in solche umwandeln und dementsprechend auch stärker profitieren konnten (ebd., mit Abb. 3.4.). Es lässt

Abb. 2 Die Ziehung der Lot-
tozahlen im Rittersaal des
Binnenhofs in Den Haag,
1696. Handkolorierte
Radierung, 41,9 x 32 cm.
Amsterdam, Rijksprenten-
kabinet, Inv. RP-P-1921-
1303 (Raux, S. 66)



sich anscheinend bis-
lang nicht belegen,
dass sozialer Aufstieg
einem Lotteriegewinn
verdankt wurde: Raux
nennt nur ein Beispiel,
in dem eine arme Per-
son durch einen sol-
chen Gewinn reich
wurde. Allerdings soll
die arme Witwe, die in
Rom 1587 einen
Hauptgewinn erhielt,
sogleich verstorben
sein (278); was der Ge-
winn den Töchtern ge-
sellschaftlich brachte,
ist offenbar nicht be-
kannt. Generell be-
stand vielmehr die Gefahr der Verarmung durch
Spielsucht, was die Stadtväter schon damals beun-
ruhigte und bei der Ablehnung der kommerziellen
Lotterien als Argument diente. Möglicherweise
sah man aber auch, wie Raux vermutet, die tradi-
tionelle soziale Hierarchie bedroht (277f.).

Dessen ungeachtet hatten die Veranstaltungen
einen großen Unterhaltungswert: Die Gewinnaus-
lösung durch Ziehung der persönlichen Motti
(„prozen“), die öffentlich verlesen wurden – erst
später verwendete man Zahlen –, war ein Spektakel.
Wie z. B. Erhard Aldorfers Plakat der Lotterie
von 1518 oder jenes mit der Ziehung im Rittersaal
des Binnenhofs in Den Haag 1696 zeigen (Abb. 2;
vgl. Abb. 1), begleiteten Trompetenstöße die Ver-
kündigung der Gewinner.



KUNST BEWERTEN

Die wenigen erhaltenen Objektlisten, die auch
den Behörden wegen der Abgaben vorgelegt wer-
den mussten, sind zwar nicht detailliert, da man an
manchen Tagen bis zu 560 Artikel zu katalogisie-
ren hatte; sie zeigen aber eine signifikante Katego-
risierung der angebotenen Gegenstände: Bei den
größten Lotterien von 1595 bis 1608 wurden Gemälde,
Skulpturen, Silberwaren, Musikinstru-
mente sowie gestochene oder gestickte Bilder in ei-
ner Kategorie versammelt. Eine zweite umfasste
Haushaltswaren wie Geschirr und Besteck, Waf-
fen, Schmuck, Toilettenartikel, Modeaccessoires
sowie Devotionalien und eine dritte alles andere,
z. B. Möbel und (exotische) Tiere wie Pferde oder
Papageien (224–226). Entscheidend war offenbar



Abb. 3 Kreuzabnahme, Mecheln, 1. H. 16. Jh. Alabasterrelief, teilvergoldet, mit Rahmen 22 x 23 cm. Écouen, Musée national de la Renaissance, Inv. ECL 19364 (Raux, S. 185)

In der Werbung für die Gemälde ließ sich aber ein entscheidender Wandel feststellen: Befördert durch Karel van Manders *Het Leven der Doorluchtighe Nederlantsche en Hoogduytsche Schilders* von 1616, wurden die vorher nicht genannten Namen der Künstler zu einem Element bei der Werbung für Gemälde als Gewinne (53, 144f.). Dabei wurden nicht nur Werke zeit-

der Marktwert. So wurde für die Lotterie in Namur 1597 ein bestickter Damenhut, mit einer Medaille und einer Feder dekoriert, auf 50 Gulden taxiert und somit genauso hoch eingeschätzt wie eine silberne Tazza mit einem Gewicht von über 14 Unzen, aber höher als ein Spinett (267f.). In der Lotterie des Unternehmers Verbeelen von 1608 wurde u. a. ein Hut im Wert von 112 Gulden angeboten, der dekoriert war mit Goldborte, 12 Knöpfen aus Feingold und zwei Federn (268). Wenn man dies liest, versteht man, warum auf Porträts der Zeit dekorierte Hüte eine solche Rolle spielen. Die Spannweite der Losgewinne garantierte, dass für jeden Geschmack etwas dabei war.

Bei der Taxierung der als Losgewinne angebotenen künstlerischen oder kunsthandwerklichen Objekte konnte Raux bei den Silberwaren die größte Stabilität feststellen, da deren Preise auf dem Materialwert basierten, während die Gemäldepreise am meisten schwankten (48). Hier scheint sich bis heute nichts verändert zu haben.

genössischer Künstler angeboten, sondern auch eine beträchtliche Zahl an Gemälden von angesehenen, bereits verstorbenen Malern, deren Wert nun aufgrund der Begrenztheit des Angebotes höher lag (53, 148). Der Anteil der Gemälde an der Gesamtheit der Lotteriepriece schwankte zum Teil beträchtlich, z. B. 1606 zwischen 24 und 54 %. Bemerkenswert ist, dass dabei eine Taxierung unabhängig vom Bildgegenstand erfolgte: Ein Gemälde mit dem Jüngsten Gericht wurde mit 150 Gulden genauso hoch eingestuft wie eine Bauernkirmes (270). Hier zeigt sich, dass die Wahrnehmung der Genres in der breiten Öffentlichkeit eine andere war als in der kunsttheoretischen Literatur oder später an den Akademien.

Das illustrierte Werbeplakat entstand offenbar im deutschsprachigen Raum (Kap. 3.1.2.), wo die Druckindustrie spätestens seit der Reformation boomte. Die Plakate stehen im 16. Jahrhundert ikonographisch noch deutlich in der Tradition der Abbildung von Heiltumsschätzen (77), die Dar-

stellung sollte hier wie dort möglichst naturalistisch sein. Die Auflage lag durchschnittlich zwischen 2.300 und 2.500 Stück (81f.).

Bei wohltätigen Zwecken enthielt der obere Teil des Plakats in der Regel ein Bild, das den Anlass der Lotterie zeigte, erst darunter wurden die Preise aufgereiht. Bei den kommerziellen hingegen wurden häufig Fortuna, der Vorgang der Ziehung oder nur die Preise dargestellt. Eine ausführliche Legende erklärte im ersten Fall die Notlage, die mit dem Erlös behoben werden sollte, und rechtfertigte damit die Durchführung der Lotterie (Kap. 3.2.2.). Dabei wurde in der Regel an die christliche Pflicht, Gutes zu tun, erinnert und zugleich auch Gottes Lohn in Aussicht gestellt (z. B. mit einem Zitat nach Sir 35,13: „Denn er ist ein Gott, der vergilt, / siebenfach wird er es Dir erstatten.“). Allein die Teilnahme musste also schon in jedem Fall als Gewinn erscheinen (128). Ohnehin war Gewinn ja nach calvinistischer Auffassung ein Zeichen von Gottes Segen. Der moralische Impetus lässt jedoch nach 1600 deutlich nach (139).

Bei der Präsentation der Preise auf den Plakaten wählte man grundsätzlich die Zentralperspektive, die Objekte wurden in der Regel in der ihrem Marktwert entsprechenden Größe abgebildet (91). Dabei sollte ihr Arrangement die Vielfalt, Aktualität und das Luxuriöse des Angebots vor Augen führen (Kap. 4.1.1.1.). Die Aktualität äußerte sich beispielsweise in der Auswahl der für den Genuss oder die Aufbewahrung von neuen Importgütern wie Tabak, Pfeffer, Tee, Kakao oder Kaffee erforderlichen Gefäße oder auch im Angebot von damals erst üblich gewordenem Essbesteck wie der Speisegabel (137f.).

LOTTERIEPLAKATE ALS SPIEGEL DES KONSUMVERHALTENS

Raux kann die gängige Forschungsmeinung bestätigen, dass sich das Konsumverhalten im letzten Drittel des 17. Jahrhunderts veränderte, zeigt aber auch, dass sich dies zunehmend und klarer in den Lotteriewerbungen äußert als in den primär allegorisch zu verstehenden Stilleben, die bislang als Belege dafür herangezogen wurden (173f.). Die in den Lotteriewerbemitteln angepriesene Objekt-

auswahl weist zudem eine Übereinstimmung mit den Ergebnissen der Erforschung von Konsummodellen auf. Der um die Mitte des 17. Jahrhunderts stattfindende Wandel hin zu einem neuen Konsumverhalten ist auf den Plakaten ablesbar: Der Schwerpunkt des Angebots verlagerte sich nun von einer überschaubaren Zahl prestigeträchtiger, teurer Silberwaren – Anfang des 16. Jahrhunderts wurde in den Niederlanden „Lotterie“ geradezu als Synonym für Tafelsilber verstanden (229) – zu einer Vielzahl unterschiedlicher luxuriöser Objekte des gehobenen täglichen Gebrauchs, auch solchen, die der Unterhaltung dienten oder gerade in Mode waren (Kap. 4.2.3. und 4.3.3.).

Dazu gehören eben auch die Werke der bildenden Kunst. Ab der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts verdrängten die Gemälde langsam die kleinen Skulpturen in den niederländischen Haushalten. Dies spiegelt sich auch in den Angeboten der Lotterien (237). Sicherlich muss man hierin auch einen Ort sehen, an dem Kopien beliebter Werke u. a. des Rogier van der Weyden vertrieben wurden (238f.). Raux zeigt, dass die Veranstalter unterschiedliche ikonographische Schwerpunkte setzten: Während van Onderdonck 1597 hauptsächlich Gemälde mit religiösen Themen anbot (Tafel 9 und 237f.), bevorzugte sein Konkurrent, der Maler und Kunsthändler Verbeelen, von 1597 bis 1608 zunehmend profane Sujets (Tafel 9 und 241f.), u. a. „Tronies“ von Frans Floris (248). Hier kam es also aufgrund der Konkurrenz zu einer gewissen Spezialisierung.

DIE KOMMERZIELL ORIENTIERTEN VERANSTALTER

Motivation und soziale Herkunft dieser Lotteriewerbetreibender unterschieden sich nicht grundlegend: Es waren zumeist Händler von Kunst und Objekten des High-end-Kunstgewerbes. Sie kamen entweder aus den entsprechenden Handwerksberufen, z. B. als Kunstmaler oder Ebenisten, oder vermarkteten bereits ausschließlich solche Güter, z. B. als Glashändler. Zuweilen hatten sie durch ihre Tätigkeit gute Kontakte zu den Fürstenhöfen aufgebaut, was ihnen dann deren Protektion sicherte. Einer der ersten Unterneh-



Abb. 4 Gaspar Bouttats, Henricus van Soests Lotterie in Antwerpen, 1695. Radierung, 19,8 x 31 cm. Brüssel, Musée de la loterie (Raux, S. 161)

vereinbart, die Lotterie durfte nicht zur Zeit der Glasparade in Brüssel abgehalten werden, und der Veranstalter musste 1 % des Wertes der Preise an die königliche Kasse abführen (197f.).

Als größter Lotterie-Unternehmer gilt der schon erwähnte Maler und Kunsthändler François Verbeelen (Kap.

mer, der Kunstwerke als Lotteriegewinne anbot, war der Maler und Kunsthändler Claude Dorizi in Mecheln (Kap. 5.1.). Er veranstaltete 1560 seine erste Lotterie, da er einen durch Einbruch erlittenen großen finanziellen Schaden ausgleichen musste. Als Gewinne präsentierte er „schöne“ Gemälde, Skulpturen und Reliefs aus Alabaster (eine Mechelner Spezialität) und Bronze sowie Spiegel. Die Gemälde zeigten zu rund drei Vierteln religiöse Historien, gefolgt von Mythologie und Geschichte. Nur eine Landschaft und eine Allegorie wurden angeboten. Bei den Reliefs waren zwei Drittel religiösen Inhalts und offenbar, wenn kleinformatig, sog. Andachtsbilder (vgl. Abb. 3).

Spiegel im venezianischen Stil wurden nachweislich seit 1541 in Antwerpen hergestellt (193). In den 1590er Jahren erzielte der Luxusglashändler Hans Goyvaerts, der auch mit solchen Spiegeln handelte, so große Gewinne mit wandernden Lotterien, bei denen die Gewinnnummern gleich am jeweiligen Veranstaltungsort gezogen wurden (bislang war eine bis zu 16-monatige Subskriptionsfrist üblich), dass er 1595 eine permanente Lizenz dafür beantragte. Im Januar desselben Jahres erhielt er diese unter klar definierten Bedingungen für die Dauer von sechs Jahren (195–197): So wurde u. a. die Durchführung unter amtlicher Aufsicht

5.2.2.). Er arbeitete mit einem ganzen Netzwerk von Geldgebern, Künstlern und Kunstagenten zusammen (219f.). Dabei kam ihm sicherlich seine Nähe zum Brüsseler Hof zu Gute: Seit 1601 war er offiziell für die dortige Dekorationsmalerei zuständig. Schon 1595 hatte er eine Lotterie-Lizenz nach dem Vorbild Goyvaerts beantragt und damit argumentiert, dass seine Lotterie mit der Verbreitung von Gemälden die allgemeine Frömmigkeit mehr stärken könne als die Glaswaren von Goyvaerts (202f.). Er strebte dabei ein Monopol auf dem Gebiet der Gemälde-Lotterie in allen Städten der Spanischen Niederlande für die Dauer von sechs Jahren an. Dafür versprach er dem König 5 % Gewinnbeteiligung: Pro Jahr sollten dies 500 Gulden aus vier Lotterien sein, da er einen Reingewinn von je 2.500 Gulden veranschlagte. Darüber hinaus sollte jede Stadt, in der er seine Lotterie veranstaltete, 10 Gulden für die Armen erhalten. Es ist nicht verwunderlich, dass Verbeelen die Lizenz noch im gleichen Jahr erhielt.

Schon bald regte sich Konkurrenz: Der Antwerpener Händler Cornelis van Onderdonck, der 1597 ein ähnliches Abkommen mit der Stadt Namur geschlossen hatte, bot neben Silberwaren, Waffen, Musikinstrumenten und Haushaltswaren auch Gemälde als Preise an; ihr Anteil betrug

mehr als ein Drittel (205). Darauf reagierte Verbeelen 1598 mit einer Lotterie in Brüssel, die auch Silberwaren und Tuche als Gewinne anbot. Er hatte diese Erweiterung seiner Lizenz als Gegenleistung für die 2.000 Florin herausgehandelt, die ihm der Hof noch für seine Arbeiten schuldete (206). So war es ihm möglich, einen solchen – bei Hofkünstlern nicht seltenen – Verlust auszugleichen.

KONKURRENZPHÄNOMENE

Doch waren die Lotterien nicht immer willkommen, bildeten sie doch eine harte Konkurrenz für die ortsansässigen Händler, Künstler und Kunsthandwerker (Kap. 7.2.), auch wenn man dies nur selten so offen aussprach wie in Lille im Sommer 1600 (209). Stattdessen war ein häufig geäußertes Argument gegen die Abhaltung einer Lotterie, dass die Stadt dafür zu arm sei (212, 278). So weigerte sich Saint-Omer, Verbeelens Lotterie zuzulassen, bis der königliche Schatzmeister den Magistrat der Stadt ermahnte. Schließlich waren es wohl die 50 anstelle der vereinbarten 10 Gulden für Saint-Omers Bedürftige, die ein Einlenken zur Folge hatte. Das Beispiel machte Schule, und so forderte Gent für seine Erlaubnis ebenfalls 50 Gulden. Sie sollten der Restaurierung der St. Johannes-Kirche zu Gute kommen. Manchmal machte man aus der Not der Konkurrenz mit der Lotterie auch eine Tugend und erlaubte deren Abhaltung nur unter der Bedingung der Herstellung bzw. des Erwerbs der Preise in der jeweiligen Stadt (212f.). Darüber hinaus gab es auch äußere Faktoren, die zur Ablehnung von Lotterien führten, wie z. B. den Ausbruch der Pest. So ließ 1596 der Magistrat der Stadt Lille alle öffentlichen Veranstaltungen einschließlich der Lotterie verbieten (207). Das Risiko von Mehrkosten, Verzögerung des Geschäftes oder des Verdienstaufschlags war also keine zu vernachlässigende Größe.

Da die Lotterien ein enormes Anfangskapital erforderten, wurden sie auch von Unternehmern veranstaltet, die bereits zu viel Geld gekommen waren und dieses nun gewinnbringender als im Warenhandel einsetzen wollten. Eine solche Persönlichkeit war im 17. Jahrhundert der Schreiner-

meister Heinrich van Soest, der ein so erfolgreicher Möbelhändler in Brabant war, dass er Niederlassungen in Antwerpen, Brüssel, Madrid und Paris eröffnen konnte (156). Dieses Netzwerk nutzte er auch für die Veranstaltung seiner Lotterien. In Antwerpen zeigte er die Preise – Gemälde und Kunsthandwerk aller Art – auf einer Fläche von 412 qm. Die imposanten Räumlichkeiten sind durch einen als Werbemittel eingesetzten Kupferstich von 1695 dokumentiert (Abb. 4). Van Soest übertraf damit alles, was bei kommerziellen Galeerien in Europa damals üblich war (161), schließlich bot der Händler dort auch Gemälde an, die man kaufen konnte (164). Schon zuvor hatte man nicht bei der Präsentation der Objekte gespart: So mietete Verbeelen in jeder Stadt Räume für die Präsentation der spektakulärsten Stücke an, die verkehrsgünstig lagen, 1606 in Lille sogar den Sitzungssaal des Senats im Rathaus (284).

Für die Beschreibung der Objekte verwendete van Soest vorzugsweise die damals im Niederländischen noch kaum gebräuchlichen französischen Begriffe, offenbar um das Bezeichnete als Ausdruck elitärer Lebensart noch begehrenswerter zu machen (167f.). Hier zeigen sich also Ansätze zur Ausprägung einer eigenen Fachsprache. Insgesamt kommt man nach der Lektüre von Raux' Studie zu dem Schluss, dass das Lotteriewesen wie ein Katalysator zur Entwicklung des modernen professionellen Kunstmarkts wirkte, da überregional, zum Teil auch international, gehandelt wurde, was zur weiteren Erosion des Zunftwesens führte, und eine Spezialisierung initiierte. Seit den 1590er Jahren verbreitet sich eine zunehmend kritische Haltung gegenüber dem zur Schau getragenen Luxus: Vanitas-Stilleben entstehen, in denen Silberwaren, Glas, Juwelen, die begehrten Preise der Lotterien, zum Sinnbild der Vergänglichkeit werden. Allegorien der Fortuna wie auf einem Kupferstich von Jan Harmensz. Muller nach Cornelis van Haarlem zeigen Menschen, die ihr willenlos ergeben zu sein scheinen (295). Dies kündigt das Ende der großen wandernden kommerziellen Kunstlotterien in den Südlichen Niederlanden 1608 an. Sie

wurden z. T. nach Frankreich verlagert oder gingen im Kunstmarkt auf, bei dem sich die Auktion als dauerhaftere Form des öffentlichen Vertriebs etablierte (310).

FAZIT

Man merkt dem gut strukturierten Werk die jahrelange Beschäftigung mit dem Thema an, die bereits die Basis für das Forschungsprojekt war, aus dem der Band hervorgegangen ist. Souverän wird mit den erhobenen Daten umgegangen, ohne zu kleinteilig zu werden und den Blick auf langfristige Entwicklungen und übergreifende Fragestellungen zu verlieren. Dies macht die Lektüre zu einem Vergnügen. Es ist zu hoffen, dass auch die engli-

sche Sprache die Thematik für weitere Leserkreise als jene der Spezialisten für den frühneuzeitlichen Kunstmarkt in den Niederlanden öffnet. Dies ist diesem Werk zu wünschen, denn vergleichende Studien über England, Italien und Deutschland könnten auch dort helfen, das Bild vom frühneuzeitlichen Kunstmarkt in Europa weiter zu schärfen und zu differenzieren.

DR. ESTHER WIPFLER
Zentralinstitut für Kunstgeschichte,
Katharina-von-Bora-Str. 10, 80333 München,
e.wipfler@zikg.eu

BEI DER REDAKTION EINGEGANGENE NEUERSCHEINUNGEN

Gaby Terhuven. Lichtungen. Malerei auf Glas. Ausst.kat. Schloßmuseum Murnau 2017. Beitr. Simone Schrimpf, Sandra Uhrig. Murnau, Eigenverlag 2017. 51 S., zahlr. Farbabb. ISBN 978-3-932276-56-9.

Veronika Tocha: **Werk und Modell.** Vom (Nicht-)Ereignis zur Fotografie bei Thomas Demand. Berlin, Walter de Gruyter Verlag 2017. 524 S., 57 s/w Abb. ISBN 978-3-11-049086-2.

Trans 31 Kritik. Zürich, gta Verlag 2017. 168 S., zahlr. Farbabb. ISBN 978-3-85676-375-6.

Daniela Uher: **Das Tagebuch 1968. Jiří Kolář und der Prager Frühling.** 66 Collagen. Erlangen, FAU University Press 2017. 349 S., zahlr. Farbabb. ISBN 978-3-96147-019-8.

Vincent van Gogh. „Manch einer hat ein großes Feuer in seiner Seele“. Die Briefe. Ausgew. und hg. v. Leo Jansen, Hans Luijten, Nienke Bakker. Übers. v. Marlene Müller-Haas, Susanne Röckel, Andrea Prins. München, Verlag C.H. Beck 2017. 1056 S., 1970 Farb-, 20 s/w Abb. ISBN 978-3-406-68531-6.

Vom Streit zum Bild. Bildpolemik und andere Waffen der Künstler. Hg. Doris H. Lehmann. Beitr. Doris H. Lehmann, Cristina Fontcuberta i Famadas, Giuseppe Capriotti, Helen Barr, Ekaterini Kepetzis, Charlotte Mende, Petra Kunzelmann. Merzhausen, ad picturam. Fachverlag für kunstwissenschaftliche Literatur 2017. 221 S., zahlr. Farbabb. ISBN 978-3-942919-04-3.

Von Beckmann bis Jawlensky. Die Sammlung Frank Brabant in Schwerin und Wiesbaden. Ausst.kat. Staatl. Museum Schwerin 2017. Hg. Dirk Blübaum, Gerhard Graulich, Alexander Klar, Roman Zieglgänsberger. Petersberg, Michael Imhof Verlag 2017. 304 S., zahlr. Farbabb. ISBN 978-3-7319-0557-8.

Martin Warnke: **„Schütteln Sie den Vasari ...“.** Kunsthistorische

Profile. Hg. Matthias Bormuth. Mit einem Essay von Horst Bredekamp. Göttingen, Wallstein Verlag 2017. 228 S. ISBN 978-3-8353-3170-9.

Widerspenstiges Design. Gestalterische Praxis und gesellschaftliche Verantwortung. Hg. Diedrich Weltzien, Hans-Jörg Kapp. Berlin, Dietrich Reimer Verlag 2017. 255 S., zahlr. teils farb. Abb. ISBN 978-3-496-01583-3.

Jean Wirth: **La sculpture de la cathédrale de Reims et sa place dans l'art du XIII^e siècle.** Genf, Librairie Droz 2017. 221 S., 128 s/w Abb. ISBN 978-2-600-05819-3.

An-Sichten. Barocke Elfenbeinkunst im Dialog der Künste. Ausst.kat. Grünes Gewölbe Dresden 2017/18. Hg. Jutta Kappel. Dresden, Sandstein Verlag 2017. 111 S., zahlr. Farbabb. ISBN 978-3-95498-344-5.

Gauvin Alexander Bailey: **Der Palast von Sans-Souci in Milot, Haiti (ca. 1806–1813).** Das vergessene Potsdam im Regenwald. (Panofsky-Profsur 2017 am Zentralinstitut für Kunstgeschichte München). Berlin/München, Deutscher Kunst-