

Deutsche Gemütlichkeit als Exportartikel

BLICKPUNKT MÄRZ.



Neorenaissance Humpen mit Lautenspieler und Dudelsackpfeifer, um 1905
 Hersteller: Villeroy & Boch, Mettlach. Steinzeug, glasiert, Bild im Umdruckverfahren. Zinndeckel mit gepaarten Faltenzügen, H. mit Deckel 38,9 cm (Lautenspielerhumpen), H. mit Deckel 36,5 cm (Dudelsackpfeiferhumpen). Inv. Nr. HG 13176 und Hg 13177. Vermächtnis Dr. Carl-Otto Pels Leusden, Schwaig bei Nürnberg, 2005.

Krüge zur Zimmerzierde

Die Historismus-Sammlung des Germanischen Nationalmuseums konnte jüngst durch zwei Deckelkrüge im Stil der Neorenaissance mit Darstellungen eines Lautenspielers und eines Dudelsackpfeifers erweitert werden. Sie sind Erzeugnisse der Firma Villeroy & Boch und wurden in deren Niederlassung im saarländischen Mettlach produziert. Das „Preisverzeichnis der Fein-Steinzeug-Waren aus der Fabrik in Mettlach“ vom Oktober 1905 führt sie unter der Rubrik „Krüge zur Zimmerzierde“ auf, den Krug mit dem Lautenspieler unter dem Titel „Ständchen“. Sie fassen jeweils 2,20 Liter und kosteten in einer Ausführung mit glattem Zinndeckel pro Stück drei Mark und dreißig Pfennige.

Die Musikanten treten hinter offenen Fensterbogen auf, was den Eindruck verschafft, als würden sie sich mit ihrem Spiel nach außen an den Betrachter wenden, der so zum imaginären Zuhörer wird. Weinlaub umrankt die gemauerten Bogen und verweist auf den Trunk, der in den Krügen dargereicht werden könnte. Wein und Musik gehören seit alters her zusammen.

Das Museum erhielt die beiden Krüge durch das Vermächtnis von Dr. Ing. Carl-Otto Pels Leusden (Bitterfeld 1932–1999 Schwaig b. Nürnberg), der lange Jahre als Professor an der Georg-Simon-Ohm-Fachschule im Fachbereich Werkstofftechnik mit Schwerpunkt Keramik (Formgebung, Trocknung und Brennen) gelehrt hat. Die Krüge stammen aus seinem Großelternhaus in Lüdenscheid, einer Gründerzeitvilla aus dem Jahre 1884, die ganz im Zeitgeschmack des Historismus ausgestattet war. Auf dem Nachlassweg über seinen Vater kamen sie in den 1980er Jahren in seinen Besitz. Vor seinem Tod hatte er mit seiner Familie beschlossen, die Mettlacher Krüge später einmal dem Germanischen Nationalmuseum zu übergeben.

Altdeutsche Humpen

Bei der Form der Krüge haben die in der Spätrenaissance aufkommenden Humpen Pate gestanden. Diese Trinkgefäße dienten dem Genuss von Würzwein, auf Grund ihrer beachtlichen Größe aber vor allem von Bier. Sie waren ausschließlich in europäischen Regionen mit Bierbrautradition, in Deutschland, England, Holland und Skandinavien verbreitet. Die großen Humpen waren im gefüllten Zustand natürlich schwer und damit man sie gut heben konnte, mit einem Henkel versehen.



Lebendes Bild vom Fest der „Allotria“, 19. 2. 1876: ein als Zunftmeister verkleideter Künstler. Fotografie. Stadtmuseum, München.

Würzwein und Bier wurden damals warm serviert. Um ihrem Auskühlen entgegenzuwirken, hatten die Humpen Scharnierdeckel, die mittels einer Daumenrast beim Trinken bequem in einem aufgeklappten Zustand gehalten werden konnten. Bier war ein bürgerliches Getränk. Die Humpenform entstand in einer Zeit, in der das Bürgertum eine große wirtschaftliche Prosperität erlebte und ein mit dem Adel konkurrierendes Repräsentationsbedürfnis entfaltete. Wesentlichen Anteil an der Ausbildung bürgerlicher Kultur- und Geselligkeitsformen hatten die Zünfte, die damals einen großen Bedarf an aufwendigen Schenk- und Trinkgefäßen entwickelten. Die weltlichen Freuden zugewandte Renaissance liebte festliche Gelage, bei denen einander trefflich zugetrunken wurde. Große Trinktaten wurden gefeiert. Man maß seine Kräfte im Trunk und trank mit Fremden und die Wette.

Nach der Mitte des 19. Jahrhunderts entdeckte das wirtschaftlich und kulturell aufsteigende deutsche Bürgertum die Renaissance als „altdeutschen“ Repräsentationsstil par excellence. Sie verkörperte eine glanzvolle bürgerliche Vergangenheit. Ihre Formen fanden besonders nach der Neugründung eines deutschen Kaiserreichs weite Verbreitung. Peter Jessen bemerkte angesichts des Siegeszuges der Neorenaissance 1876 auf der Münchner Kunst- und Gewerbeausstellung, ihr historisches Vorbild sei „das Werk des deutschen Bürgertums aus seiner kräftigsten Zeit gewesen... (Hier war) eine nationale Formensprache gefunden, die auch dem patriotischen Schwunge Nahrung gab. Es war kein Wunder, dass das ‚Altdeutsche‘ sich über das ganze junge Reich hin sieghaft durchsetzte.“ Eine besondere Liebe der Zeit galt den Humpen und

Schenkkanen der Spätrenaissance, die in nachempfundenen Formen als Renommierstücke Vitruinen und Kredenzen bürgerlicher Salons schmückten.

Trinken nach Ritterart

Der zünftige Gefäßtyp des Humpens war aber schon im frühen 19. Jahrhundert von der vaterländischen Romantik mit ihrer Vorliebe für Mittelalter und Ritterzeit als "altdeutsches" Requisite entdeckt worden. Nach der Auflösung des „Heiligen Römischen Reiches deutscher Nation“ während Napoleons Vorherrschaft in Europa verkörperte das Mittelalter vergangene „deutsche Größe“. August von Kotzebue komponierte um 1813 eine komische Oper, mit der er die romantische Schwärmerei für das Mittelalter verspottete und in deren Titel er lustvoll das damals „mittelalterliche Herrlichkeit“ assoziierende Wort Humpen einbaute. Er lautete: „Hans Max Gießbrecht von der Humpenburg oder die neue Ritterzeit“. Der Titelheld, der eigentlich von Ellern heißt, ist, wie seine Magd eingangs in dem Stück klagt, zufällig „über die verdammten Ritter-Romane gerathen ...und nun ist ihm der Kopf so voll von Rittern, Knapen und Burgen und Humpen et caetera et caetera, und er hat sich dermaßen in das Mittelalter verliebt, dass unsere schöne und neue Zeit ihm zum Ekel und Abscheu geworden und er durchaus nur noch im 14. Jahrhunderte leben will...“ Seiner Tochter Elise gibt er den deutschen Namen Gertrud und er will sie nur noch mit einem wahren deutschen Rittersmann verheiraten. Über die tiefere Bedeutung des Humpens gibt eine Arie Kund:



Lebendes Bild nach einer „Humpenburger“ Zeichnung von Ludwig Schwanthaler, um 1860. Fotografie. Stadtmuseum, München.



Gottlob Samuel Mohn. (Weißenfels 1789–1825 Laxenburg). Pokal einer „Ritterrunde“ mit Darstellung der Burg Krumpach, um 1815/20. Glas, bemalt. Inv. Nr. Gl 459. Erworben 1966.

„Wer da will aus Gläsern nippen
 O der netzt ja kaum die Lippen
 Noch mit Wein den struppichten Bart,
 Aber aus den schweren Humpen
 In das weite Maul ihn pumpen
 Das heißt trinken nach Ritterart.
 Ja ihr möchtet aus Bouteillen
 Eine ganze Nacht durchschwelgen
 Nüchtern bleibt ihr wie ein Fisch
 Aber lasst ihr Euch nicht lumpen
 Sauft den Wein aus derben Humpen
 Ja dann liegt ihr unterm Tisch.“

Der „echte“ Deutsche, so Kotzebues satirische Betrachtung nationalromantischer Selbstbespiegelung im Vergangenen, trinkt nicht aus welschen Bouteillen und zum gezierten Nippen nötigen Gläsern, sondern aus großen „deutschen“ Humpen und beweist damit vaterländische Gesinnung. Die Arien der Ritteroper, die sich schön schmetterten ließen, trugen anders als von Kotzebue beabsichtigt zur Lust am modernen Rittertum bei. Unter der Federführung von Franz Graf von Pocci und dem Bildhauer Ludwig Schwanthaler entstand 1818 in München die „Xellnschaft der Humpenburg“, ein Tummelplatz für Freizeitritter, der in gehobenen Kreisen der biedermeierlichen Gesellschaft Anklang fand. Auch andernorts entstanden Ritterrunden, die Armbrustschießen, spaßige Raubritterspiele und Gelage veranstalteten und in denen prächtige Pokale sowie die im 14. Jahrhundert noch gar nicht erfundenen Humpen unentbehrliche Requisiten waren.



Zimmerdenkmal Friedrich Ludwig Jahns, um 1900. Porzellan, weißlicher Scherben, teilvergoldet, ungemarkt, H. 19,2 cm. Inv. Nr. Ke 2973. Erworben 1965.

Mettlacher Steinzeugkrüge

Trinkservice, Pokale sowie Wein- und vor allem Bierkrüge mit Fassungsvermögen von 0,5 bis 7 Liter zählten zwischen 1880 und 1910 zu den Hauptartikeln der Mettlacher Produktion. Für die Ausführung der Krugdeckel siedelten sich in Mettlach Zinngießer an. Es gab „Krüge für Reiter, Radfahrer, Kartenspieler, für einzelne Berufe wie Bäcker, Schneider und Schuhmacher“, so Rainer Desens 1998 in seiner Betrachtung der Mettlacher Krüge. Sie sind Zeugnisse des in Deutschland sehr ausgeprägten Vereins- und Korporationswesens, das hier als Ersatz für die mangelnde bürgerlich-politische Mitbestimmung diente und teilweise an Geselligkeitsformen des alten Zunftwesens anknüpfte. Insbesondere in Handwerkervereinen wurden Riten der im Zuge der Industrialisierung untergegangenen Zünfte romantisch zelebriert. Die Firma produzierte Krüge für vielfältige Liebhaberkreise, „Krüge mit historischen und Märchenmotiven, mit studentischen Szenen, Tieren und Pflanzen, Dichtern und Komponisten, Burgen und Schlössern, mit Jagd- und natürlich mit Trinkszenen“. Hierzu findet man in dem Verzeichnis von 1905 Motive wie „Musik, Liebe und Trinken im Volksleben“, „Alte Deutsche beim Zechgelage“, „Altdeutsche Zecher vor einem Fasse“, „Übermütiges Treiben zechender Ritter“, „Zechende Gnomen“ und sogar ein „Gnomengelage nebst Sprüchen“. Solche Motive aus dem Leben der „alten Deutschen“ sowie aus Ritter- und Märchenwelt wurzeln ebenso wie die nostalgische Liebe zum Humpen in der patriotischen Romantik, deren Verbreitung während der Kriege gegen Napoleon zwecks Volksmobilisierung von der Obrigkeit forciert worden war und aus der die bürgerliche Nationalbewegung ihre Symbole für den Wunsch nach Überwindung der deutschen Kleinstaaterei geschöpft hatte.

Als sich dieser Wunsch 1870/71 nach dem deutsch-französischen Krieg in Form eines neugegründeten deutschen Kaiserreichs erfüllte, erlebten vaterländisch-romantische Motive in Kunst und Kunstgewerbe eine Hochkonjunktur. Der nun Wirklichkeit gewordene Traum von einem deutschen Einheitsstaat löste nationale Begeisterung aus. Man schwelgte im „Deutschthum“ und gedachte dabei auch seiner ideologischen Begründer wie etwa Friedrich Ludwig Jahns, des Begründers der deutschen Turnerbewegung. Er hatte während der Kriege gegen Napoleon als Propagandist gewirkt und Aushebungen von Rekruten organisiert. Knaben, Jünglinge und Männer wollte er nach „alter germanischer Sitte“ wehrhaft machen und sie durch Körper und Geist umfassende Erziehung zu „echt deutschen Männern“ ausbilden. Jahn hatte seinerzeit für die Einführung des „altdeutschen Rockes“ als Nationaltracht für alle deutschen Männer plädiert. Zudem wollte er alle „welschen“, d. h. französischen sowie überhaupt alle „zersetzenden fremdländischen“ Einflüsse ausschalten und das Wort Nation durch das deutsche Wort Volk ersetzt wissen. Er definierte „das Volk“ als Abstammungsgemeinschaft und das ihm so quasi genuin inwohnende Wesen als „Volksthum“, das es durch „wehrhafte Ermannung“ zu schützen galt. Am Ende des Jahrhunderts war vergessen, dass Jahns Eindeutschungsmanie zu seiner Zeit selbst in Reihen wohlwollender Turner

als übertrieben und von Kritikern obendrein als reichlich verschroben angesehen worden war. Man ehrte ihn als „wackeren Vorturner“ und „echt deutschen Mann“ mit öffentlichen Plätzen und in Wohnzimmervitrinen mit Porzellanfiguren, die ihn mit altväterlichem Rock und Rauschebart als eine Art deutschen Erzvater zeigten. Die urige Gestalt des Verkünders „alter Väter Sitten“ wurde zu einem beliebten altdeutschen Dekor. Die Mettlacher Steinzeugfabrik widmete ihm den Zierkrug „Vater Jahn mit Turnermotiven“.

Die altdeutschen Motive hatten sich von Symbolen der deutschen Nationalbewegung zu Ausdrucksträgern deutschen Nationalstolzes gewandelt, der in dem mit einem Sieg über Frankreich gewonnenen neuen deutschen Reich sehr leicht chauvinistische Züge annehmen konnte. Abgesehen davon hatte ihr von Anfang an beabsichtigter „volkstümlich“ ansprechender, leicht zugänglicher Charakter die Eigenschaft, ganz allgemein zu gefallen. Ihre märchenhafte Versponnenheit eignete sich dazu, der häuslichen Atmosphäre heimelige Akzente zu verleihen. Die geschäftstüchtige Firma Villeroy & Boch folgte dem altdeutschen Trend, richtete den Bildschmuck ihrer Mettlacher Krüge durchgängig danach aus und hatte damit Riesenerfolg. 1888 bemerkte Eugen Richter in der Zeitschrift „Weltmarkt“, dass die prächtigen Mettlacher Steinzeuggefäße überall in Privathäusern, Museen, Restaurationen, Kaffeehäusern, Wirtschaften sowie in den damals modernen Bierpalästen der Großstädte als „reizende Kunstgegenstände“ Bewunderung erregten und ihnen „zum wenigsten den gemüthlichen Charakter“ verliehen.

Geeignete Vergangenheit

Altdeutsch war, was als „alt deutsch“ vermarktet wurde. Auf der Weltausstellung in Chicago 1893 präsentierte Villeroy & Boch unter anderem Luxusgefäße aus Steinzeug, in denen sie die Delfter Blaumalerei des 17. Jahrhunderts wiederaufleben ließ und stellte daneben Gefäße mit vorherrschenden Brauntönen im so genannten „altfränkischen Stil“ aus. Beide Neo-Stile galten dem deutschen Bürgertum als altdeutscher Stil, hebt Alois Prediger in seiner Darstellung der Firmengeschichte hervor. Der Bildschmuck der Musikantenkrüge ist von holländischen Genredarstellungen des 17. Jahrhunderts inspiriert. Die Figur des Lautenspielers hat der Dekorentwerfer von Frans Hals übernommen, dessen Darstellungen fröhlicher Musikanten und Zecher sich im ausklingenden 19. Jahrhunderts großer Beliebtheit erfreuten. Sie wurden in Gemälden kopiert, Kupferstichen reproduziert, schmückten Teller und Trinkgefäße. Der Typus des Fensterbildes, durch den die Spielleute illusionistisch als Gegenüber erscheinen, geht auf holländische Genremaler wie Gerard Dou oder Frans van Mieris zurück.

Als „alt deutsch“ konnte gelten, was dem zwecks nationaler Abgrenzung vielbeschworenen „deutschen Gemüth“ mit seiner angeblich besonders „lauteren“ Heiterkeit und geradezu unvergleichbaren „Tiefe“ zu entsprechen schien. Beispielhaft ist Julius Langbehns 1890 erstmals veröffentlichte und viele Neuauflagen erlebende Schrift „Rembrandt als Erzieher“. Sie erschien zunächst anonym und hatte den Untertitel „Von einem Deutschen“, der in national hochgestimmten Ohren



Julius Langbehn, *Rembrandt als Erzieher. Von einem Deutschen*, Leipzig 1891. Sig. 8° Fe 189/1, Erworben 1891.

vielversprechend klingen musste. „Rembrandts Innerlichkeit geht weit“ und könne „die germanische Eigenart ...neu beleben“, schrieb Langbehn. Er glaubte an „urdeutsche“ Eigenschaften und definierte den berühmten holländischen Maler zur Verblüffung von Kunstkennern des Auslandes als „großen Niederdeutschen“.

Prosit

Die Firma Villeroy & Boch, die ihren Ursprung in der Region des heutigen Dreiländer-Ecks von Deutschland (Saarland), Frankreich und Luxemburg hat, arbeitete schon vor der Mitte des 19. Jahrhunderts auf einem überregionalen Markt und nahm an den Weltausstellungen seit der Mitte des 19. Jahrhunderts teil. Sie verkaufte ihre Waren in ganz Europa, exportierte sie nach Nord- und Südamerika und mit ihnen die Vorstellung „alter deutscher Gemütlichkeit“.

Mettlacher Steinzeugkrüge sind bis heute international beliebte Sammlerstücke. Die „Stein Collectors International“ haben sogar eine eigene Vereinszeitschrift. Sie hieß bis 1969 „Gemütlichkeit“ und hat heute den kürzeren aber ebenso deutsch anmutenden Namen „Prosit“, ein Wort, das bekanntlich nicht germanischen sondern lateinischen Ursprungs ist und in der Übersetzung meint: Wohl bekomm's!