

Nele Martina Putz

Demokratisierung des Luxus in der  
Malerei des späten 19. Jahrhunderts  
Portrait und Genre bei John Everett Millais



Open Access LMU / Geschichts- und Kunstwissenschaften  
Nr. 31 (2009)  
<http://epub.ub.uni-muenchen.de/11298/>

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades eines Magister Artium

Studiengang Historische Kunst- und Bilddiskurse

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Ludwig-Maximilians-Universität

Universität Augsburg

Referent: Prof. Dr. Hubertus Kohle

Koreferent: Prof. Dr. Fabienne Liptay

Eichstätt, 1. September 2009

## Inhaltsverzeichnis

Demokratisierung des Luxus in der Malerei des späten 19. Jahrhunderts –  
Portrait und Genre bei John Everett Millais

1. Einführung – das Spätwerk John Everett Millais' als Vektor eines merkantilistischen Zyklus'	S. 4
1.1. Methodisches Vorgehen	S. 5
2. Die Verortung John Everett Millais' als <i>popular painter</i>	S. 8
2.1. Millais als Prototyp des erfolgreichen englischen Geschäftsmannes	S. 11
3. Bürgerliche Ambition als Bildstrategie	S. 15
3.1. <i>Hearts are Trumps</i> – Glück im Spiel, Glück in der Liebe?	S. 15
3.2. Das Portrait als Zukunftsgenerator	S. 19
3.3. „Typical English maidens“ – der Nationaltypus der idealen Ehefrau	S. 21
3.4. England is a domestic country – oder: Mädchen sind nicht wie Jungen	S. 24
3.5. Ein Werbebild für die attraktivsten Produkte des Heiratsmarktes	S. 29
4. Die Inszenierung des bürgerlichen Status	S. 32
4.1. <i>The Marchioness of Huntly</i> – zwischen Zitat und Genese	S. 32
4.2. Die Portraitierte als Treibhauspflänzchen	S. 34
4.3. Die Erschaffung eines ‚National Taste‘	S. 38

5. Das Entstehen einer “increasingly visual culture”	S. 41
5.1. „Ein Kleid kommt einem Bild an Wert gleich“	S. 44
5.2. Ästhetische Impulse für den Hausgebrauch	S. 47
5.3. Harmonie als höchstes Ziel der Kunst	S. 50
5.4. Die Interdependenz von Kunst und Mode – für die Zeitgenossen selbstverständlich	S. 56
5.5. Zwischen Malercouturier und <i>Peintre de la vie moderne</i>	S. 60
6. “Millais gives us the whole man with mind and body perfect in balance, with breath in his nostrils as well as speculation in his eyes”	S. 63
6.1. Der <i>pastose</i> Malstil: Anlehnung an das Aristokratische oder Ausdruck des Bürgerlichen?	S. 63
6.2. Inhaltlich konservativ, doch technisch avancierter als die Franzosen?	S. 68
7. Die ästhetische Krise	S. 72
7.1. Strategien der Kunstvermittlung	S. 73
7.2. Das <i>Artistic Advertising</i> und der englische Kunstkonsum	S. 77
7.3. Synergetische Werbung: Wie du mir, so ich dir	S. 79
8. Fazit	S. 88
Literaturverzeichnis	S. 90
Abbildungsverzeichnis	S. 102

## 1. Einführung – das Spätwerk John Everett Millais' als Vektor eines merkantilistischen Zyklus'

„Ein frisch bewegter Handelsverkehr, eine erfindungsreiche mercantile Speculation gehören zu den Aeusserungen eines rüstigen, gedeihlich sich entwickelnden Volkslebens; auch auf die artistische Production haben sie ihr wohlbegründetes Recht. Der Staat, der überall den Handel schirmt und fördert, wird somit auch dem Kunsthandel und Allem, was mit ihm verwandt ist, seine Gunst nicht entziehen können, und dies um so weniger, als dadurch für die vermehrte Production selbst so viel Gelegenheit und Veranlassung gegeben ist. Dem Handel und der Speculation ist aber an dem Werthe des Producirten nur insofern gelegen, als ihnen derselbe den grösstmöglichen Gewinn, also die möglichst ausgedehnte und andauernde Gunst des Publikums, der grossen Menge, sichert. Er ist also abhängig von dieser Gunst und führt, als Kunsthandel, rückwirkend auch der Kunst dieselbe Abhängigkeit zu. Soweit mithin dieser Einfluss herrscht, macht sich dasjenige, was der Menge im Kunstwerk behagt, also das leicht Verständliche, das sinnlich Bestechende, Reizende, Erschütternde, vorzugsweise geltend, und die hohe, innerlich sittliche Bedeutung der Kunst ist in Frage gestellt. Hier ist einer der wesentlichsten Punkte, wo die Entartung der Kunst beginnen kann, und hier entgegenzuwirken, wird demnach vornehmlich Sorge der Staatsregierung sein müssen.“<sup>1</sup>

Mit den obenstehenden Worten charakterisierte 1854 der Kunsttheoretiker Franz Theodor Kugler die Kunst als Gegenstand der Staatsverwaltung. Kugler bezog sich dabei zwar mit „besonderem Bezuge auf die Verhältnisse des preussischen Staates“<sup>2</sup>, doch haben die mannigfaltigen Publikationen zum Forschungsgebiet der viktorianischen Kunst bewiesen, dass jener merkantilistische Zyklus, den Kugler aufzeigt, auch für Großbritannien und insbesondere im engeren Sinne für den Maler John Everett Millais gilt.

Die nüchterne Einschätzung des deutschen Gelehrten führt vor Augen, dass ein florierender Staat eine hohe Kunstproduktion nach sich zieht. In der Tat beweist der rasante Anstieg privater britischer Sammlungen während der Regentschaft Queen Victorias, dass der wachsende Wohlstand der Nation großen Einfluss auf die Quantität der in Umlauf gebrachten Kunst ausübte. Innerhalb der Gattungen der Malerei spiegelte sich dieser Umstand vor allem in der Portraitkunst wider, die neben ästhetischen Ansprüchen gleichzeitig repräsentatorische Anliegen erfüllte. John Everett Millais, zunächst Mitglied

---

<sup>1</sup> Kugler, 1854. S. 583.

<sup>2</sup> Ebd. S. 577

der Pre-Raphaelite Brotherhood, später Mitglied der Royal Academy und zuletzt sogar deren Präsident, galt einschlägigen Quellen zufolge als der zur damaligen Zeit beliebteste viktorianische Künstler. In seinem Werk sehen wir uns eindrücklich mit allen Schichten der Gesellschaft, die ihn förderte, konfrontiert. Portraits von seiner Hand umfassen Darstellungen nahezu aller zeitgenössischer britischer Größen – neben vier Premierministern malte er die bedeutenden Unternehmerfamilien des Landes, seine eigenen Angehörigen, Vertreter des Adels, Literaten sowie Künstler und nicht zuletzt schillernde Persönlichkeiten wie John Ruskin und die Mätresse Edwards VII.<sup>3</sup>

### 1.1. Methodisches Vorgehen

Eine wissenschaftliche Arbeit zu Portrait und Genre bei John Everett Millais mit dem ambivalenten Titel *Demokratisierung des Luxus* zu versehen, ist nicht unproblematisch und bedarf einer Erläuterung. Dass sich im Verlauf des 19. Jahrhunderts eine Konsumgesellschaft entwickelte, in der das Zirkulieren von Waren, insbesondere Gütern, die nicht mehr nur der primären Lebenshaltung dienten, beschleunigt oder überhaupt erst für die breite Masse ermöglicht wurde, ist ein Allgemeinplatz. Es wäre selbstverständlich falsch, mit der *Demokratisierung des Luxus* implizieren zu wollen, das plötzlich übergroße Warenangebot in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts habe zur Folge gehabt, dass sich ein jeder diesem neuen Überfluss hingeben konnte. Wie Aileen Ribeiro in ihren Ausführungen zu James Abbott McNeill Whistler zu bedenken gibt:

„The middle decades of the nineteenth century were good for those who benefited from the prosperity engendered by the Industrial Revolution and bad for those who suffered from its concomitant effects – urbanization, with its resulting social problems, and the increase in the use of the overworked, low paid labor [...].“<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Millais malte William Ewart Gladstone, Benjamin Disraeli, Robert Cecil, 3rd Marquess of Salisbury und Archibald Philip Primrose, 5th Earl of Rosebery. Damit ist es ihm als einzigem Künstler gelungen, insgesamt vier Staatsportraits der führenden Premiers anzufertigen. Außerdem existieren u.a. Gemälde von Thomas Carlyle und Alfred Tennyson. Lediglich Queen Victoria hat er nie abgebildet.

<sup>4</sup> Ribeiro, 2003. S. 22.

Die *Demokratisierung des Luxus* ist demnach als ein Prozess gemeint, in dem die vormals einer kleinen elitären Schicht vorbehaltenen Güter plötzlich öffentlich präsent und sichtbar wurden und so in das Bewusstsein und tägliche Leben der Menschen übergingen. Hierbei sei nur beiläufig an die Eröffnung der ersten großen Warenhäuser und die Weltausstellungen erinnert.

Das Spätwerk John Everett Millais' zeugt von diesem Prozess, der zunächst als ein rein ökonomischer Ablauf erscheint – so erkennen wir in den Gemälden die Warenwelt, in der die britische Gesellschaft lebte, in die sie sich einfügte und über die sie sich definierte. Die Gemälde bezeugen also in einem ersten Schritt den Kontakt der Portraitierten mit den Konsumgütern.

Wenn man sich in einem zweiten Schritt mit der zeitgenössischen Vermarktung von Produkten vertraut macht, wird man feststellen, dass diese sich häufig ästhetischer Inszenierungsstrategien bedienten. So wurden Schaufensterdekorationen wie Bildkompositionen vorgenommen, die Hängungspraktiken auf den Weltausstellungen erinnerten an Kunstgalerien und ethnologische Museen, sogar die dafür vorgesehenen Bauten waren Wunderwerke der modernen Architektur. Modecouturiers begriffen sich als Bildhauer, die Frau wurde als ‚Gesamtkunstwerk‘ betrachtet, das sich an ästhetischen Vorgaben zu messen hatte und nicht zuletzt wurden Konsumartikel mit Werbebildern der Hochkunst vermarktet.

Vor diesem Hintergrund werden sich im Laufe der Untersuchungen auch die maßgeblichen Auswirkungen des Konsums auf die ästhetischen Qualitäten der Kunst des einstigen Präraffaeliten offenbaren. Hier wird neben den Seherfahrungen und den daraus bedingten Bildansprüchen des Publikums insbesondere die theoretische Reflexion der Zeitgenossen über Kunst eine Rolle spielen, die ihrerseits viele wegweisende Impulse aus der Konsumwelt bezog. Schließlich bleiben die Gemälde der 1870er bis 1890er Jahre und deren Reproduktionen als eigenständige Warenartikel zu analysieren, die systematisch als Distinktionsmarker (Statussymbol Ölgemälde des Royal Academician) oder aber als uniformierendes Massenprodukt (Reproduktionen) wirkten. Es darf dabei auch nicht vergessen werden, dass es der fortschreitende Konsum war, der den Weg zu einem länderübergreifenden Austausch im großen Stil ebnete. Insbesondere

französische Einflüsse waren im spätviktorianischen England überaus präsent, was sich sowohl anhand der importierten Produkte als auch anhand der kunsttheoretischen Reflexionen zeigen wird. Dass diese ausländischen Anregungen in der Regel dann doch eine spezifisch britische Umsetzung erfuhren, liegt in der Natur der Sache.<sup>5</sup>

Von herausragender Bedeutung für die gesellschaftlichen wie auch künstlerischen Entwicklungen der Zeit ist die illustrierte Presse. Sie ist in jener Epoche neben den vielfältigen Galerien und Museen als das primäre Kommunikationsmedium zwischen Kunst und Publikum zu bewerten. Im Fall von *The Graphic* und der *Illustrated London News* ging diese Verbindung sogar so weit, dass sich Verleger und Künstler gleichermaßen durch die Veröffentlichung der Kunstreproduktionen sanierten und ihren Status sicherten.

Vordringlichstes Ziel der Untersuchungen ist es, die Interdependenz zwischen der Kunst des Malers von der Insel Jersey und der zeitgenössischen Konsumgesellschaft zu verdeutlichen. Ohne jenen Zusammenhang intensiv zu berücksichtigen, lässt sich der Stellenwert des von der Kunstgeschichte häufig abgewerteten Spätwerks Millais' als Zeitzeugnis eines viktorianischen Kunstideals nur unzureichend beurteilen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit basieren zu einem großen Teil auf der Auswertung mannigfaltiger Zeitzeugnisse, deren Stärke, so möchte ich behaupten, in ihrer Diversität liegt. Neben Kunstkritiken zu den einzelnen Gemälden und Zeitungsreportagen über den Maler werden überlieferte persönliche Kommentare der Portraitierten hinzugezogen, Tagebucheinträge neben Biographien gestellt, zeitgenössische Ausstellungskataloge, Romane, kunsttheoretische Abhandlungen, Farbmanuale und sittengeschichtliche Ratgeber berücksichtigt. Erst die Zusammenstellung der wissenschaftlichen Quellen mit den unterschiedlichen Formen der Populärliteratur ermöglicht einen unverstellten Blick auf die Kunst Millais' und die Gesellschaft, die sich in ihnen widerspiegelt.

Schließlich sei auf zwei inhaltliche Schwerpunktlegungen verwiesen, für die sich gute Gründe anführen lassen. Der Leser wird feststellen, dass sich die

---

<sup>5</sup> Sebastian Götz beispielsweise bemerkt in seinem Aufsatz *Britische Malerei im Spiegel österreichischer Kunst*: „Die Geschichte der britischen Porträtmalerei ist von einem fortwährenden Dialog mit Europa geprägt.“ Vgl. Götz, 2006. S. 59.



Analyse der Werke von Millais hauptsächlich auf die Portraits weiblicher Modelle konzentriert. Dieser Umstand ist einer pragmatischen Entscheidung geschuldet: Untersucht man Aspekte des Konsums in der Portraitkunst des 19. Jahrhunderts, so ist es in der Regel weitaus ergiebiger, sich mit den Bildinhalten von Damenportraits auseinander zu setzen, da im ‚bürgerlichen Zeitalter‘ die äußerliche Repräsentation einer Familie hauptsächlich über die weiblichen Mitglieder der Gesellschaft erfolgte. Die Garderobe der Damen war es, die die fortschreitenden technischen Errungenschaften reflektierte und die Trägerin zum Schmuckstück an der Seite des Gatten stilisierte.<sup>6</sup> Herren hingegen kleideten sich vornehmlich in gedeckten Farben und in gediegene Stoffe, die die Seriosität des Mannes unterstrichen und seinen Wohlstand auf unaufdringliche und bescheidene Art bezeugten.<sup>7</sup> Damit ist bereits der zweite gewählte Schwerpunkt angeklungen, nämlich die Auseinandersetzung mit der zeitgenössischen Kleidung, anhand derer sich Konsumententwicklungen im Portrait besonders signifikant offenbaren. Im Übrigen wird sich zeigen, dass die Ausbildung eines Modegeschmacks als Teil einer ästhetischen Erziehung begriffen wurde, die sich als konditionierender Faktor für den damaligen Kunstgeschmack erwies.

## 2. Die Verortung John Everett Millais' als *popular painter*

Jeremy Maas beobachtete 1968, dass „an estimate of Millais's work will depend to some extent on one's attitude to Pre-Raphaelitism.“<sup>8</sup> Diese Aussage begründete Maas damit, dass es der Präraffaelismus sei, der die widersprüchlichen Mythen der Romantik und der Moderne verknüpft habe. Beide erforderten eine kämpferische und sich widersetzende Kunst, beide strebten einen ‚höheren Sinn‘ anstatt öffentlicher Anerkennung durch die Massen an. Sowohl Romantik als auch Moderne hätten vom Künstler

---

<sup>6</sup> Vgl.: Finken und Kopp, 2008. S. 178 ff.

<sup>7</sup> Zur Entwicklung der Herrenmode und ihrer Funktion Vgl. Zander-Seidel, 2002. S.68.

Zur Repräsentation der wirtschaftlichen Neuerungen in der Kleidung Vgl. Ribeiro, 2003. S. 22. Unter anderem lässt sich beispielsweise an der Kleidung die Einführung der synthetisch hergestellten Anilinfarben erkennen, die sich ab den 1860er Jahren durchsetzten, ebenso wie der internationale Austausch von Luxusgütern, der, insbesondere von Frankreich ausgehend, die britischen Inseln mit neuen Einflüssen versorgte.

<sup>8</sup> Maas, 1968. S. 128.

verlangt, sich der Konventionen zu entbinden – während sich der Romantiker auf eine nostalgische Vision der Vergangenheit rückbesonnen habe, suche der Modernist Utopien im Potential der Zukunft. Millais war, wie Maas richtig erkannt hat, weder das eine noch das andere: Er war ein Mann der Gegenwart, ein Mann, der voll und ganz seiner Zeit verhaftet war.

Die Bewertung der Person John Everett Millais' krankt bis heute daran, dass er von der Kunstgeschichte häufig aufgrund von Paradigmen verurteilt worden ist, die er selbst nie zu erfüllen bestrebt war. Bereits 1896, kurz nach dem Tod des britischen Künstlers, konstatierten die Biographen James Abbott McNeill Whistlers, Elizabeth und Joseph Pennell: „By the general public he was never really appreciated until he stooped to its level“, und weiter schrieben sie, „for to concede to popular taste is to betray the dignity of art, and it is kinder to forget that the man who, in youth, painted the ‚Ophelia‘, in maturity was guilty of the mere pretty, flashy, Christmas supplement.“<sup>9</sup> Auch Arthur Symons fällt im selben Jahr ein ähnliches Urteil in der viel zitierten *Lesson of Millais*:

„He painted continuously, often brilliantly, whatever came before him, Gladstone or Cinderella, a bishop or a landscape: He painted them all with the same facility and the same lack of conviction; he painted whatever would bring him ready money and immediate fame; and he deliberately abandoned a career which, with labour, might have made him the greatest painter of his age, in order to become, with ease, the richest and the most popular.“<sup>10</sup>

Symons attackierte nicht so sehr die Bilder Millais', sondern die Art, wie er seine Karriere aufbaute: Das Image Millais' als respektablem, materiell erfolgreichen englischen Akademiker, der so gerne in den schottischen Highlands zum Lachsfischen ging und der sich eines regen Soziallebens erfreute, ist lange Zeit vielen Kunsthistorikern ein Dorn im Auge gewesen. Der Bruch zwischen den visionären, intellektuellen präraffaelitischen Gemälden und den mutmaßlich als flach und wenig tiefgründig abgestempelten späteren Werken ist von der Kunstkritik der 1960er Jahre noch verstärkt worden - bei der Wiederentdeckung der viktorianischen Malerei befand man gerade die Diskrepanz zwischen vormals gut und später schlecht als empörend und als die Enttäuschung schlechthin. Diese Bewertung der Kunsthistoriker hatte zu

---

<sup>9</sup> Pennell, 1896. S. 445.

<sup>10</sup> Symons, 1896. S. 57.

einem gewissen Maß ein strategisches Motiv: Um die positive Seite der viktorianischen Malerei – den Präraffaelismus - hervorzukehren, bedurfte es der Gegenseite. Beide Strömungen der viktorianischen Kunst fand man bei Millais in ein und derselben Person verkörpert.

Das Bestreben der vorliegenden Untersuchung ist es nicht, in die Vergleiche, die zwischen dem Früh- und dem Spätwerk gezogen wurden, einzustimmen, und negative oder positive Urteile über die Entwicklung des Künstlers zu fällen. Millais erneut ganz konventionell als einen Regressiven darzustellen oder ihn mit aller Kraft zu einem Modernen stilisieren zu wollen, wäre wenig ergiebig, denn derlei Urteile sind selten objektiv und verraten schließlich meist doch mehr über den Urteilenden in dessen Kontext denn über den Beurteilten in dem seinigen.

Interessant scheint vielmehr, anzustreben, den *popular painter* und dessen Werk der 1870er – 1890er Jahre als ein Symptom seiner Zeit zu begreifen und mittels seiner Person zu versuchen, einen Zugang zur Wahrnehmung und zum Umgang seiner Zeitgenossen mit Kunst zu gewinnen.

Dieser Ansatz ist gewagt, denn es handelt sich dabei um einen Balanceakt zwischen mehreren Disziplinen und die Kunst Millais' soll keinesfalls dazu missbraucht werden, eine soziologische Sittengeschichte des 19. Jahrhunderts zu verfassen. Dennoch muss der aufgezeigte Weg hier eingeschlagen werden, denn einzig auf diese Weise lässt sich die spezifische Form des Künstlers als *popular painter* der spätviktorianischen Gesellschaft nachvollziehen. Der *popular painter* wurde bereits 1882 mit Elizabeth Barringtons Aufsehen erregendem Aufsatz *Why is Mr. Millais our Popular Painter?*, der im *Fortnightly Review* erschien, zu einem allgemein gebräuchlichen Topos.<sup>11</sup>

Wenn der Gegenstand der Forschung Millais als Präraffaelit wäre und er mithin als Avantgardist zu charakterisieren, wäre die im Folgenden angewandte Argumentationsstruktur unhaltbar, denn in dem Fall stünde er außerhalb der Gesellschaft und ihren Normen, könnte also von ihr isoliert werden. Der *popular painter* hingegen ist in seiner Definition abhängig von der Gesellschaft und bedarf ihrer, so wie sie im Gegenzug seiner bedarf, wie sich im Verlauf der Untersuchungen zeigen wird.

---

<sup>11</sup> Barrington, 1882.

## 2.1. Millais als Prototyp des erfolgreichen englischen Geschäftsmannes

Barrington vermischt in dem zitierten Artikel Attribute der Kunst mit Attributen, die Millais von Bewunderern gegeben wurden, sodass häufig der Eindruck entsteht, der Künstler sei das Werk, oder aber das Werk der Künstler: „Very English, too, is the straightforward impression Mr. Millais' work gives“ gleichzeitig habe er (oder es - Künstler oder Werk) „an air of selfconfident cheerfulness and satisfaction; possessing, above all, the quality of qualities which is the most successful in these times, namely, efficiency.“<sup>12</sup> Das Wort ‚efficiency‘ zieht sich durch den gesamten Artikel Barringtons, sie bezeichnet es als wichtigstes Attribut im Geschäftsleben und „the whole age is in entire sympathy with efficiency, and admires above all power the power of doing difficult things with apparent ease.“<sup>13</sup> Durchgängig wird Millais, der ursprünglich aus recht bescheidenen Verhältnissen von der Insel Jersey stammte und dank seiner hohen künstlerischen Begabung bereits im Kindesalter an den Royal Academy Schools aufgenommen wurde, von allen Quellen als der Prototyp des erfolgreichen viktorianischen Geschäftsmannes<sup>14</sup> beschrieben.<sup>15</sup> Bereits 1860 stieß Millais' Frohnatur George Du Maurier ein wenig sauer auf, weil er erneut feststellen musste, dass es Millais' Zeichnungen waren, die im *Once a Week* publiziert wurden, und nicht die seinigen. Zwei Jahre später schrieb er dann gar an seine Mutter, nachdem er Millais und seine Frau getroffen hatte: „The sight of the fellow gave me the blues for a week. [...] such liveliness and vitality, such a spoilt child of nature and society and everything – much of it owing no doubt to his astonishing beauty and naif impudence.“<sup>16</sup> Tatsächlich waren die charmanten Unverschämtheiten Millais' legendär, insbesondere jene die Damenwelt betreffend: „No pretty face passed him in the street without recognition - a very happy trait“<sup>17</sup>. Louise Jopling, deren Verbindung mit

---

<sup>12</sup> Barrington, 1882. S. 62.

<sup>13</sup> Ebd. S. 64.

<sup>14</sup> Asa Briggs fasst in seinem Aufsatz *Victorian Values* ausführlicher als es in diesem Kontext geschehen kann, zusammen, was die Zeitgenossen als unabdingbare Werte ansahen. Vgl. Briggs, 1988. S. 11 ff.

<sup>15</sup> Matthew, 1999. S. 142.

<sup>16</sup> Davies, 1951. S. 158.

<sup>17</sup> Harlaw, 1913. S. 10-11.

Millais in Kapitel 5.5 noch nähere Beachtung geschenkt werden wird, beschrieb ihr erstes Treffen mit dem von ihr bewunderten Maler in ihren Memoiren:

„I was walking with the artist, Val Prinsep. ‚Here comes Millais’, he said. I was tremendously excited at having the chance of seeing the great man, and I gazed at him with respectful admiration. Val said in passing: ‚Good show of Old Masters.’ ‚Old Masters be bothered!’ riposted Millais, as, with twinkling eyes, he looked at me, ‚I prefer the young Mistresses!’ Val roared with laughter.“<sup>18</sup>

Dieses unbeschwerte Verhalten, Ausdruck eines „male bonding rite“<sup>19</sup>, war typisch für Millais’ Performanz des gesellschaftlich erfolgreichen Mannes und es korrespondiert mit der Aussage Lillie Langtrys: „Manly is the only word which will accurately describe the impression he made“<sup>20</sup>. Millais’ öffentliches Image der Maskulinität und Konventionalität wurde insbesondere dadurch verstärkt, dass man mit ihm patriotische Ideale zu verbinden wusste: „He was typically English, in the best sense, with all the physical and mental attributes that have enabled our race to dominate the world“<sup>21</sup>.

Millais beeindruckte die Zeitgenossen damit, dass er einerseits äußerstes Geschick im Umgang mit der Kundschaft bewies (hierbei war ihm auch seine Gattin Effie, die er 1854 John Ruskin abgeworben hatte, eine große Hilfe) und andererseits in Bezug auf Vermarktungsstrategien einfallsreich zu sein. Bereits in den späten 1870er Jahren war die Portraitkunst seine Haupteinnahmequelle, doch ließ sich mindestens ebenso viel Geld damit verdienen, Gemälde inklusive Copy Right an Kunsthändler wie Agnew’s oder die Fine Arts Society zu veräußern, die diese dann graphisch reproduzieren ließen und in hohen Auflagen verkauften.<sup>22</sup> Seinem einnehmenden Wesen wie seinem Talent gleichermaßen verdankte er es, dass sich die Gelegenheit bot, derart viele hochrangige Persönlichkeiten zu portraituren. Anders als andere Portraitmaler wie etwa Hubert von Herkomer konnte er bei der Auswahl seiner Kundschaft sehr viel selektiver vorgehen und fertigte jährlich

---

<sup>18</sup> Jopling, 1925. S. 125.

<sup>19</sup> Flint, 1999. S. 186.

<sup>20</sup> Langtry, 1925. S. 39.

<sup>21</sup> Baldry, 1899. S. 34.

<sup>22</sup> Das Portrait Disraelis z. B. wurde 1881 an die Fine Arts Society für 1400 Guineen verkauft (inklusive Copy Right). Vgl. Funnell, 1999. S. 29 ff.

nur etwa zehn Portraits an.<sup>23</sup> Die Portraitsitzungen werden von den Zeitgenossen Millais' als schwere körperliche Arbeit beschrieben, die der Maler mit bemerkenswerter Schnelligkeit verrichtet habe. Hier drängt sich sicher nicht zufällig erneut die Parallele zum erfolgreichen ‚businessman‘ auf: Der Künstlerkollege John Collier attestierte ihm: „He was a very rapid painter“, seine Technik sei „extraordinarily vigorous and expressive“ gewesen. Selten Vorskizzen anfertigend „after very roughly indicating the position of the figure“ habe er „the head straight on to the white canvas“ gemalt, „just smudging a tone around it, to represent the background“. „The first painting was with the full vigour of the palette, the subsequent ones of it mere modifications of it.“<sup>24</sup> Collier führt weiter aus, Millais habe das Modell neben die Leinwand plaziert und die Ausführung vorgenommen, indem er „walking backwards for a considerable distance – putting on a touch and then going back to look for the effect“.<sup>25</sup> Ein Modell Millais', Sir Henry Thompson, erklärt diese Methode, indem er den „amount of muscular exercise“ betont, den Millais in den Sitzungen aufwand. Der Künstler „traversed at least a mile during each sitting“<sup>26</sup> Millais' riesiges Studio, das er zu Repräsentationszwecken in seinem *Studio House* erbauen ließ, erlaubte es, den Raum nicht nur zur Kunstproduktion, sondern auch als vornehmen Salon zu verwenden. Im italienischen Stil errichtet, ließ der Bau, der in den 1870er Jahren in Palace Gate realisiert wurde, keinen Zweifel an Millais' hoher Stellung aufkommen. Ähnlich wie der Prachtbau Frederic Lord Leightons diente der viktorianische Gebäudekomplex primär dazu, potentielle Kunden und Bekannte von der ästhetischen Kompetenz seines Besitzers zu überzeugen. Die gehobene Studioeinrichtung, vor allem der oft bestaunte Parkettboden, war deshalb ein weiterer wichtiger Faktor, das Publikum zu beeindrucken. Die Konzeption des Hauses wurde denn auch von Zeitgenossen eifrig debattiert – so erschienen mehrfach Homestories mit Titeln wie *The Man Himself* in einschlägigen Magazinen, die den Künstler inmitten seines Heimes reflektierten (John Underhill publizierte dergleichen in *W.T. Stead's Review of Reviews*, doch auch *The Strand Magazine* widmete

---

<sup>23</sup> Vgl. Ebd. S. 29-30.

<sup>24</sup> Collier, 1905. S. 60-62.

<sup>25</sup> Ebd. S. 62

<sup>26</sup> Zitiert in: Cope, 1951. S. 105.

sich ihm verschiedentlich. Bei *The Strand Magazine* handelt es sich im Übrigen um die Zeitschrift, in der Conan Doyles *Sherlock Holmes* erstmals veröffentlicht wurde. Daran lässt sich die Gattung der Literatur wohl recht eindeutig ablesen...) Mitunter wurden auch Interviews von Millais gedruckt sowie Fotografien, die der medienbewusste Maler bereitwillig jederzeit von sich anfertigen ließ, und Autogramme erbeten.<sup>27</sup> Hieran ist zweifelsohne erkennbar, dass Details über den Künstler in jener Zeit ebenso öffentlich begehrt waren wie Neuigkeiten über seine Kunst.

Welches Ausmaß der Celebrity Journalismus bereits in den 1870er und 1880er Jahren annahm und welchen Einfluss er auf die Zeitgenossen üben konnte, beweist der Fall Lillie Langtrys. Langtry, 1874 als jungverheiratete Frau von Jersey nach London kommend, wurde aufgrund ihrer Schönheit, die sie öffentlich inszenierte, innerhalb weniger Jahre zu einer ‚professional beauty‘. Sowohl Edward Poynter, George Frederic Watts, Edward Burne-Jones und Millais<sup>28</sup> (Malerei Abb. 1) malten sie, James McNeill Whistler fertigte Gravuren an und Frederic Lord Leighton schuf eine Büste nach ihr. Damit nicht genug, ließ sie sich aus finanziellen Gründen von der Seifenfirma Pears zu Werbezwecken beschäftigen und bewarb das Hygieneprodukt in der illustrierten Presse (Graphik/Fotografie Abb. 1). Ihre Omnipräsenz war erstaunlich (Graphik/Fotografie Abb. 2): „The photographers, one and all, besought me to sit. Presently, my portraits were in every shop-window, with trying results, for they made the public so familiar with my features that wherever I went – to theatres, picture-galleries, shops – I was actually mobbed.“<sup>29</sup> Langtrys Bekanntheitsgrad schwand nicht – sie wurde die erste anerkannte Mätresse des Prince of Wales und hatte eine Beziehung (und Tochter) mit dessen Neffen. Auch wenn ihr Ruf nicht über jeden Zweifel erhaben war, so wirkte sich ihre öffentliche Präsenz doch nachhaltig auf die Zeitgenossen aus:

„After the shopkeepers had exhibited my pictures in their windows alongside royalties and distinguished statesmen, all the pretty women in society rushed pell-mell to be photographed, that they,

---

<sup>27</sup> Armstrong, 1885. S. 30 ff.

<sup>28</sup> Millais, John Everett: *A Jersey Lily* (Lillie Langtry) (1878), Öl auf Leinwand, 116 x 85 cm, Jersey Museums.

<sup>29</sup> Langtry, 1925. S. 46.

too, might be placed in view. They were portrayed in every imaginable pose. Anything the ingenuity of the camera-man could devise to produce an original or startling effect was utilised with more or less happy results. Some smothered themselves in furs to brave photographic snowstorms; some sat in swings; some lolled dreamily in hammocks; others carried huge branches of flowers (indigenous to the dusty studio and looking painfully artificial), and one was actually reproduced gazing at a dead fish!“

Öffentlich angesehene Personen, bis heute hat sich daran nichts geändert, bieten der Gesellschaft Identifikationsmodelle. Unweigerlich musste der *popular painter* über dieses Identifikationspotenzial verfügen, ein Umstand, der von Millais massiv über die illustrierte Presse vorangetrieben wurde. Millais' Sohn schreibt in der Biographie seines Vaters, John Everett sei selbst ein reger Leser des Populärjournalismus: „His reading (in London) was commonly limited to the daily papers, a magazine or two, and one or two weeklies such as Punch, The World, and The Illustrated London News“. Er hatte „little or no time for books“.<sup>30</sup>

Für die weitere Einschätzung des Malers ist es dienlich, sich dessen bewusst zu sein, in welchem Maße Millais' gesellschaftliche Stellung von ihm selbst inszeniert wurde. Dieser Umstand lässt Rückschlüsse auf seine Sensibilität seinen Kunden gegenüber zu, die als oberstes Ziel, ähnlich wie er selbst, „performing an identity“<sup>31</sup> anstrebten.

### 3. Bürgerliche Ambition als Bildstrategie

#### 3.1. *Hearts are Trumps* – Glück im Spiel, Glück in der Liebe?

Das Portrait der drei Armstrong-Schwestern, *Hearts are Trumps*<sup>32</sup> (Malerei, Abb. 2), erfuhr eine äußerst positive Kritik, als Millais es 1872 in der Royal Academy ausstellte. So besprach es der Kritiker des *Athenaeum's* mit folgenden Worten:

---

<sup>30</sup> Millais, 1899. S. 233.

<sup>31</sup> Flint, 1999. S. 200.

<sup>32</sup> Millais, John Everett: *Hearts are Trumps* (1872), Öl auf Leinwand, 165,7 x 219,7 cm, Tate Britain, London.



„[k]een perception of character, tact, and feeling for grace and beauty of a suptuous kind, and, above all, his magical power of dealing with flesh tints, the forms and contours of flesh, and his rare mastery over colour, have enabled Mr. Millais to make a noble picture out of his materials.“<sup>33</sup>

Ebenso gut kam das Gemälde einige Jahre später in Paris an, wo es unter dem Titel *Whist à Trois* (in Englisch *Dummy Whist*) ausgestellt wurde. Trotz der positiven Aufnahme der Zeitgenossen ist *Hearts are Trumps* erst in jüngster Zeit Gegenstand kunsthistorischer Studien gewesen – anders als beispielsweise ‚*Leisure Hours*‘ oder *Cherry Ripe*<sup>34</sup>, weil ihm lange der Vorwurf, es berge lediglich eine anekdotische Qualität und hinterlasse folglich bei dem Betrachter nur einen faden und sentimental Eindruck, anhaftete.<sup>35</sup>

Den Auftrag zu *Hearts are Trumps* erteilte der Vater der dargestellten Geschwister, Mr. Walter Armstrong, nachdem er 1871 das hoch gelobte Bild der Töchter des Künstlers, *Sisters*<sup>36</sup> (Malerei, Abb. 3), auf der London International Exhibition gesehen hatte.<sup>37</sup>

Der Künstler stellt die drei Armstrong-Töchter Elizabeth, Diana und Mary Beatrice beim Whist-Spiel dar. Wie der Titel suggeriert, handelt es sich bei der Spielkarte ‚Herz‘ um einen Trumpf.<sup>38</sup> Die höchst elegant in fliederfarbene Tournürenkleider gewandeten Spielerinnen befinden sich in einem reich ornamentierten Innenraum, in dem sie einen Halbkreis um einen Kartentisch bilden. Auf der Seite des Tisches, deren Perspektive der Betrachter einnimmt, ist ein Platz leer geblieben und die ausgeteilten Karten liegen offen auf dem Tisch, was impliziert, dass ein vierter Spieler abwesend oder von vorne herein fiktiv ist. Der Betrachter sieht sich den drei Dargestellten in so unmittelbarer Nähe gegenüber (die voluminösen Kleider der Damen scheinen

---

<sup>33</sup> *Athenaeum*, 4 May 1872. S. 565. Zitiert in: *Exhibition of the Works of Sir John Everett Millais*, exh. cat. Grosvenor Gallery, London, 1886. S. 50. Sowie in: *PRB Millais PR*, exh. cat. Royal Academy, London und Walker Art Gallery, Liverpool, 1967. S. 50.

<sup>34</sup> Vgl. Talbot, 2008. S. 1.

<sup>35</sup> Vgl. Barlow, 2000. S. 53.

<sup>36</sup> Millais, John Everett: *Sisters* (1868), Öl auf Leinwand, 106,7 x 106,7 cm, Privatsammlung.

<sup>37</sup> Vgl. Millais papers, Pierpont Morgan Library, New York.

Millais schrieb am 5. August 1871 an seine Frau: „I dine with a Mr. Armstrong this evening who from seeing the ‚Sisters‘ picture wants me to paint his three daughters. They know the price and are prepared to give anything I ask, and I go and see the girls this evening.“ Zitiert in: Talbot, 2008. S. 3.

Armstrong war ein wohlhabender Händler. Kurz bevor der Auftrag an Millais erfolgte, zog die Familie nach London, wo Armstrong jedoch nur vier Jahre nach Fertigstellung des Portraits aufgrund einer Bankenkrise in Konkurs ging. Vgl. Talbot, 2008. S. 3.

<sup>38</sup> Mary Beatrice hält die verbleibenden zwei Herzkarten in der Hand. Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 194.

aus dem Bildrahmen zu quellen, so eng ist der Bildausschnitt gewählt), dass seine mögliche Identifikation mit dem fehlenden Spieler durchaus beabsichtigt zu sein scheint.

Der Künstler erarbeitete das Werk in Anlehnung an ein berühmtes Vorbild Sir Joshua Reynolds', *The Ladies Waldegrave* (1780-81)<sup>39</sup> (Malerei Abb. 4), dessen Komposition er in vielerlei Hinsicht übernommen hat. Auch *The Ladies Waldegrave* zeigt drei junge Frauen im heiratsfähigen Alter, in diesem Fall die Töchter des Earl of Waldegrave. Millais kannte das Gemälde erwiesenermaßen von seinen Aufenthalten auf Strawberry Hill in Twickenham, wo er und seine Angehörigen häufig Gäste der Frances, Countess Waldegrave, waren.<sup>40</sup>

In der Biographie, die John Guille Millais 1899 über seinen Vater herausgab, bemerkt der Sohn, Millais habe den Ehrgeiz gehabt, Reynolds in jeder Hinsicht zu übertrumpfen, insbesondere nachdem er eine Bemerkung über seine angebliche Unfähigkeit, ein ebenso gutes Portrait wie Reynolds malen zu können, gelesen hatte.<sup>41</sup>

Oberflächlich betrachtet ähneln sich *Hearts are Trumps* und *The Ladies Waldegrave* stark: Auf beiden Gemälden sind die jungen Frauen jeweils identisch gekleidet und in einer Variation von Profil-, Halbprofil- und Frontalansichten gezeigt – ein Verweis auf zeitgenössische Interpretationen des traditionellen Themas der drei Grazien.<sup>42</sup> Der Bruder der Mädchen, Walter Armstrong, notierte einige Jahre nach der Fertigstellung des Gemäldes, Millais habe nicht nur das Arrangement der dargestellten Szene bestimmt, er habe sogar eigenhändig die an das 18. Jahrhundert angelehnten Kleider entworfen, die dennoch genau dem zeitgenössischen Stil des Jahres 1872 entsprachen.<sup>43</sup> Die vielen dekorativen Requisiten, die zum Ambiente des Raumes beitragen, evozieren den Gedanken an das Aesthetic Movement, das in den 1870er und 1880er Jahren seinen Zenit erreichte: So ist die erlesene Auswahl schöner Dinge - der Intarsientisch im linken Bildvordergrund, auf dem ein blau-weißes Porzellantässchen nebst

---

<sup>39</sup> Reynolds, Sir Joshua: *The Ladies Waldegrave* (1780-81), Öl auf Leinwand, 143,5 x 168 cm, National Gallery of Scotland, Edinburgh.

<sup>40</sup> Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 194.

<sup>41</sup> Vgl. Millais, 1899. S. 39.

<sup>42</sup> Vgl. Talbot, 2008. S. 3.

<sup>43</sup> Vgl. Armstrong, Walter: *Sir John Millais, Royal Academician. His Life and Work*. Art Annual (Christmas number of the Art Journal) 1885. S. 17.

Untertasse stehen, die in harmonischen Farben zusammengestellten Azaleen im linken Bildhintergrund sowie der asiatische Lack-Paravent im rechten Hintergrund - Ausdruck der Bewegung, die den Begriff „art for art's sake“ geprägt hat. Es scheint für die Analyse des Gemäldes hilfreich, sich darauf zu besinnen, dass der Ästhetizismus Schönheit über eine moralische oder allgemein didaktische Bedeutung der Kunst stellte. Um jedoch den hintergründigen Inhalt des Werkes erfassen zu können, bedarf es zunächst einer Gegenüberstellung mit Reynolds' Vorlage *The Ladies Waldegrave*. Während sich die Waldegrave-Schwester emsig in verschiedenen Handarbeiten üben, lässt Millais die Armstrongs im Kartenspiel gegeneinander antreten. Emily Talbot erläutert in ihrem jüngst erschienenen Aufsatz *Bourgeois Ambition and Whist for Wives in John Everett Millais's Hearts are Trumps* sehr einleuchtend, wie Millais die Beschäftigung der Frauen für den zeitgenössischen Kontext umkodiert: Reynolds' junge Damen sind in einer kollektiven, passiven und dennoch produktiven Handlung begriffen, wohingegen die Armstrong-Schwester ein völlig unproduktives Kartenspiel spielen, das jedoch hohes strategisches Denken erfordert. Talbot verweist damit auf Millais' Einführung einer Metapher zum Überdenken der Machtstrukturen im vorehelichen Werben.<sup>44</sup>

Whist erfreute sich seit dem 18. Jahrhundert großer Beliebtheit in England, die in den 1870er Jahren in einer literarischen Aufarbeitung des Regelwerks kulminierte. Als Vorläufer von Bridge wurde Whist von je zwei Partnern gespielt. Durch das offen sichtbare Blatt, das vor dem unbesetzten Platz (dem des *Dummys*) liegt und das durch eine der Spielerinnen manipuliert werden muss, liegt der Gedanke nahe, dass Millais das Moment der weiblichen Kontrolle während der amourösen Werbungszeit herausstellen will.

Die Anordnung der Waldegrave-Geschwister verweigert dem Betrachter das unmittelbare Eindringen in die Szene, er steht nicht zuletzt durch den ihm zugewandten Rücken von Charlotte Maria Waldegrave außerhalb der Gruppe und befindet sich allein schon durch die minimierte Größe der Dargestellten nicht auf ihrer Ebene. Anders der Aufbau von *Hearts are Trumps*: Hier sind die jungen Modelle in Lebensgröße dargestellt und zentral dem Betrachter

---

<sup>44</sup> Vgl. Talbot, 2008. S. 6.

gegenüber positioniert. Der Betrachter hat offensichtlich die Aufmerksamkeit Mary Beatrices erlangt, die Augenkontakt hält und ihm verschwörerisch einen Blick auf ihre Karten zugesteht. Auch wenn die Szene einen deutlich flirtiv-konnotierten Tenor birgt, verletzt Millais dennoch nicht den Anstand – die Frauen befinden sich in dem sicheren und ihrer weiblichen Position zukommenden familiären Umfeld. Die Botschaft wird zwar sehr subtil vermittelt, fällt jedoch deshalb nicht weniger unmissverständlich aus: Diese jungen Damen sind charmant, attraktiv und verfügbar, doch kontrollieren sie das Spiel und in weiterer Folge auch das Wohl und Wehe jedes zukünftigen Verehrers.<sup>45</sup> Kate Flint zieht in ihrem Buch *The Victorians and the Visual Imagination* eine Verbindung zwischen dem Glücksspiel und dem Werben um jemanden, indem sie Folgendes beschreibt, nämlich den „social disapproval that was brought to bear on the idea of a woman taking chances, risking all and flouting the slow pace of that other form of gambling, the betting on a safe future through making a socially reputable match to a secure husband.“<sup>46</sup> Die Verknüpfung des Spielens als Spiel und des Spielens mit den eigenen Möglichkeiten seitens Millais funktionierte deswegen für den zeitgenössischen Betrachter so gut, weil das Werk die vielschichtigsten Assoziationen zu dem Thema freizusetzen vermochte.

### 3.2. Das Portrait als Zukunftsgenerator

Das Spielkartenmotiv tauchte im 19. Jahrhundert auch dann in den Bildmedien auf, wenn Zukunftsweissagungen illustriert wurden.<sup>47</sup> Rebecca Virag schildert eindrucksvoll in ihrer Dissertation zum Thema *Images of*

---

<sup>45</sup> An dieser Stelle scheint ein Exkurs in die historische Unterteilung von Kindesbeinen an in eine männliche und eine weibliche Sphäre von Belang, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts strikt von einander getrennt wurden. Während sich die Erziehung von Jungen und Mädchen in der ersten Hälfte des Jahrhunderts in den unterrichteten Fächern nicht sonderlich unterschied (so wurden beiden Grundlagen in Mathematik und Naturwissenschaften vermittelt), änderte sich dies im späteren 19. Jahrhundert. Die Inhalte, die man nun als passend für Mädchen erachtete, waren mehr und mehr streng begrenzt auf soziale Fähigkeiten. In dieser Hinsicht war die Erziehung einzig vorbereitend für ein Leben in der privaten Sphäre, die eine effiziente Haushaltsführung und die Produktion von Erben erwartete. Folglich war die ‚courtship period‘ eine Zeit, in der die Frau eine verhältnismäßig große Macht gegenüber der männlichen Dominanz ausüben konnte.

Vgl. Casteras, 1987. S. 35 ff.

<sup>46</sup> Flint, 2000. S. 224.

<sup>47</sup> Z.B. in Abraham Solomons *Doubtful Fortune* von 1856, in dem junge Frauen nach ihrem Liebesglück in den Karten Ausschau halten.

*Inheritance: The Influence of Eugenic Ideas and Socio-Biological Theory in Late-Nineteenth Century and Early Twentieth-Century British Art (ca. 1890-1918)*, wie das Entstehen der wissenschaftlichen Disziplin der statistischen Analyse im späten 19. Jahrhundert großen Einfluss auf die „Berechnung der Zukunft“ ausübte. Wahrsager konkurrierten nun mit einer Methode, die versprach, aus der Masse persönlicher Daten Zukunftsaussichten berechnen zu können. Das Spielkartenmotiv wurde demnach zu einer Metapher von „choice versus chance“.<sup>48</sup> Von der Begeisterung, mit einiger Wahrscheinlichkeit die Optionen im Leben berechnen zu können, blieb auch der Heiratsmarkt nicht verschont: So erschien 1898 J. Holt Schoolings *A Woman's Chance for Marriage (A Practical Guide to Matrimony)*<sup>49</sup>.

Schon während der 1880er Jahre wurde die Anwendung humangenetischer Erkenntnisse auf die Bevölkerungs- und Gesundheitspolitik vorangetrieben, die es zum Ziel hatte, den Anteil positiv bewerteter Erbanlagen zu vergrößern und negativ bewerteter Erbanlagen zu verringern.<sup>50</sup> Diese im Zeichen des Sozialdarwinismus stehende Bewegung unterteilte laut Rebecca Virag die fähigsten, geeignetsten und begehrenswertesten Frauen in gewisse Typen. Wie ein Idealtypus aussehen sollte, charakterisiert Virag wie folgt: „[a] patriot who took her responsibilities as future of the race seriously“<sup>51</sup>. In den Bildkünsten lässt sich diese Typenbildung anhand der Hierarchisierung der Attribute von Spielkarten gut nachvollziehen: Während der Herz-Dame die häusliche Sphäre zugeschrieben wurde und sie emblematisch für die Frau stand, die am begehrenswertesten für eine Heirat erschien, verband man mit der Pik-Dame das Gegenteil: Unglück, schlechte Gesundheit, sexuelle Abartigkeiten und sogar bisweilen den Tod.<sup>52</sup> Eine Überführung dieser Attribute in das Whistspiel erscheint sehr einfach möglich, da sich der Gewinner anhand der Herzkarten, die ihm verbleiben, bemessen lässt.

Millais weckt im Betrachter von *Hearts are Trumps* Assoziationen, die vom Kartenspiel ausgehend auf die Persönlichkeiten der Schwestern und ihre Beziehung untereinander übergehen. Ihre Charakterisierung als

---

<sup>48</sup> Virag, 2003. S. 249.

<sup>49</sup> Schooling, J. Holt: *A Woman's Chance for Marriage (A Practical Guide to Matrimony)*. London, 1898.

<sup>50</sup> Führender Vertreter dieses Wissenschaftszweiges der Genetik war der Anthropologe Francis Galton. Vgl. Blacker, Charles P.: *Eugenics: Galton and after*. London, 1954.

<sup>51</sup> Virag, 2003. S. 21.

<sup>52</sup> Vgl. Virag, 2003. S. 267 f.

Konkurrentinnen im Kartenspiel lässt sich folglich auch auf den Heiratsmarkt übertragen. Für den Beschauer gilt es, die Unterschiede zwischen den Modellen zu erkennen, was angesichts der identischen Kleidung (ein sehr übliches Phänomen in Millais' Portraits junger Frauen oder Mädchen – es findet sich auch in *Leisure Hours*, *Twins* und *Sisters*), nur über die Variation der Gesichtsansichten erfolgen kann. Es scheint, als wolle Millais herausstreichen, dass die drei Schwestern mit den gleichen materiellen Privilegien geboren wurden (erkennbar an den opulenten Kleidern), sie also nur aufgrund ihrer individuellen persönlichen Schönheit zu unterscheiden sind.

Etwas gewagt zeigt Millais die Armstrong-Schwestern nicht als moralisch, unschuldig und bescheiden, sondern stattdessen kennzeichnet er mindestens zwei von ihnen als aktive Kontrolleure des Spielausgangs. Mary Beatrice, rechts sitzend, hält die wertvollsten Spielkarten, ein Wissen, das sie verschwörerisch komplizenhaft mit dem Betrachter teilt. Elizabeth, ihr gegenüber sitzend, ist Marys Whistpartner. Sie hält die Augen auf die Karten gesenkt, die sie versteckt hält. Diana, die zwischen beiden sitzt, obliegt die komplizierte Aufgabe, mit dem Dummy spielen zu müssen. Sie behält Mary Beatrice im Auge, was einerseits mit den Strategien des Whist, andererseits aber auch mit ihrer familiären Stellung der mittleren Schwester korrespondiert. In formaler Hinsicht werden Diana und Mary Beatrice durch eine Teilung des Hintergrundes von Elizabeth abgetrennt: Während Elizabeth von den blühenden Azaleen umrahmt wird, zeichnen sich die anderen beiden vor der dunklen Lackfarbe der asiatischen Wand ab.

### 3.3. „Typical English maidens“ – der Nationaltypus der idealen Ehefrau

Eine ähnliche Unterscheidung der Personen in *Accessoires*, Gesichtsausdruck und Haltung nimmt Millais in *Twins*<sup>53</sup> (Malerei, Abb. 5), dem Portrait der Zwillingsschwestern Kate Edith und Grace Maud Hoare, vor. Anlässlich des zwanzigsten Geburtstags der Schwestern gab der Vater der beiden ein Dreiviertelportrait in Auftrag, das Kate und Grace in dunkelgrünen,

---

<sup>53</sup> Millais, John Everett: *Twins* (1876), Öl auf Leinwand, 153,5 x 113,7 cm, Fitzwilliam Museum, Cambridge.

mit goldenen Borten besetzten Tournürenkleidern zeigt.<sup>54</sup> Kate, zur Linken stehend, hält eine Hunde-Gerte in den behandschuhten Händen, die offenbar für den im linken Bildvordergrund sitzenden grauen Jagdhund bestimmt ist und trägt einen identischen Hut zu demjenigen, den Grace – rechts platziert – noch in Händen hält. Der typische, an die Fotografie angelehnte Effekt der Konzentration auf die zwei Portraitierten wird erreicht, indem Millais wie bei *Hearts are Trumps*, *Leisure Hours* und *Sisters* direkt hinter den Modellen eine Wand aufragen lässt (in diesem Falle eine Ziegelwand, die von Pflanzen und Holzwerk umsäumt ist), was die Dargestellten in fast klaustrophobischer Weise dem Betrachter gegenüberstellt. Henry James schrieb in seiner in Bezug auf Millais oftmals ambivalenten Art, es handele sich „of the sort (of picture, NP) that is spoken of at present as representing him at as his best“ und die Schwestern seien „stiffly posed and drawn, but very freely painted, and looking out of the canvas as Mr. Millais can so often teach his figures to look“.<sup>55</sup> Trotz der unverkennbaren Ähnlichkeit der Zwillinge schafft der Maler es, unterschiedliche Gesichtsausdrücke einzufangen: Während Kate mit leicht emporgezogenen Augenbrauen und einem offenen, wachen Blick aus dem Bild herausschaut, scheint Grace die Brauen gesenkt zu haben, was ihr einen etwas reservierten und ernsteren Ausdruck verleiht. Spielmann beschreibt die Hoare-Zwillinge schließlich in folgender Weise: „typical English maidens, strong and well grown“ und überträgt diese ‚Englishness‘ auch noch auf den Hund.<sup>56</sup> Den dezidiert ‚englischen‘ Eindruck vermitteln jedoch durchaus nicht primär ihre physischen Merkmale, vielmehr handelt es sich um einen Eindruck, der sich durch die Gesamtkomposition einstellt. Viel stärker als auf dem Kontinent fand die britische Gesellschaft von jeher großes Vergnügen an der Frische der ‚Countryside‘, ihren Landpartien und Jagden, was ursprünglich auf den Umstand zurückzuführen ist, dass die englische Aristokratie längst nicht so stark an den Hof und seine Restriktionen gebunden war, wie der Adel auf dem Kontinent. Zwar nahm man an Festivitäten teil und erfüllte die standesgemäßen Pflichten, doch lebte der englische Adel überwiegend nicht permanent am Hofe, was ihm eine recht

---

<sup>54</sup> Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 202.

<sup>55</sup> James, Henry: The London Exhibitions – The Grosvenor Gallery. Nation, 23 May 1878. S. 338-339. Erneut gedruckt in: Rawlings, Peter (Hrsg.): Henry James: Essays on Art and Drama. Aldershot, 1996. S. 278-279.

<sup>56</sup> Spielmann, 1898. S. 124.

unabhängige Lebensführung erlaubte. Diese relative Autonomie spiegelt sich insbesondere in der ausgeprägten Form des Landadels wider, dessen Lebensformen sich häufig durch einen sportlichen Pragmatismus und eine rustikale Natürlichkeit auszeichneten.<sup>57</sup> Die aufstrebende viktorianische Bourgeoisie des späten 19. Jahrhunderts fand Gefallen daran, diese naturverbundenen Amusements zu imitieren.<sup>58</sup> Ohne Zweifel rekurriert *Twins* durch die Aufmachung der beiden Damen, die Peitsche, den Hund sowie den rustikalen Hintergrund auf derlei ‚englische‘ Aktivitäten.<sup>59</sup> Problematischerweise überdeckt allerdings die greifbare ‚Englishness‘ die Möglichkeit einer tatsächlichen Charakterisierung der Hoare-Zwillinge. Auch wenn der Daily Telegraph über das Bild schrieb:

„[t]hey are facially, of course, wonderfully alike, yet the rare skill of the painter has succeeded in giving to each twin a marked and distinctive individuality, [...] one graceful brunette stands ‚at ease‘, her head and neck in complete and charming repose; while the other stands at ‚attention‘, erect, alert, and in full nervous and muscular mobility“<sup>60</sup>,

so handelt es sich nicht eigentlich um individuelle Charakterzüge, die beschrieben werden, sondern um individuelle Gemütszustände, die einzufangen dem Maler gelungen ist. Die Charakterzüge sind, so sie denn überhaupt berücksichtigt werden, auch in Bezug auf andere Portraits von Millais’ Hand immer genereller Natur: Mrs. Chamberlain z. B. „looks quietly out of the canvas“<sup>61</sup> nach Ansicht des *Saturday Review*, das *Art Journal* kommentiert Lillie Langtrys Gesichtszüge „if rather large, are generous, free and comely“<sup>62</sup> und das *Athenaeum* unterstreicht die „naturalness“ von Mrs. Herbert Gibbs Lippen „and that grave sort of espièglerie which lights her eyes, so clear and sincere, with character.“ So sei auch das ihre ein

---

<sup>57</sup> Anders als auf dem Kontinent orientierte sich die englische Gentry an der Zweckmäßigkeit der Kleidung und favorisierte widerstandsfähige Kleidungsstoffe und –Schnitte.

<sup>58</sup> Vgl. Berghoff, 1991. S. 31 ff.

<sup>59</sup> Im Übrigen klingt in der Kleidung der Hoares der Verweis auf das Militärische an, was äußerst passend ist, da beide Schwestern in Familien einheirateten, die für die Marine tätig waren. Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 202.

<sup>60</sup> *Daily Telegraph*, 1 May 1878. Zitiert in: Warner, M.: *Hearts are Trumps: Elizabeth, Diana and Mary Beatrice Armstrong*. In: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. exh. cat., The National Portrait Gallery, London, 1999. S. 203-204.

<sup>61</sup> *Saturday Review*, LXXI, 13 June 1891. S. 714.

<sup>62</sup> *Art Journal*, n.s. XVII, 1878. S. 145.



„beautiful, healthy English face“.<sup>63</sup> Hier wird ein Patriotismus offenkundig, der sich durch die spezifisch ‚englischen‘ physischen Merkmale der Modelle ausdrückt. Unter den ‚Nationaltypus‘ der dezidiert englischen Schönheit werden gewisse Attribute subsumiert, die diesen ergänzen. Dazu gehören, nach Auswertung der bislang genannten Kritiken, Gemütsruhe, Stolz, Freiheit, Selbstsicherheit und ein aufgeweckter Ausdruck im Gesicht, sowie eine kräftige, physisch-gesunde und ‚gut gebaute‘ Körperstatur. Es dürfte erklärtes Ziel der Portraitierten gewesen sein, als spezifisch englisch wahrgenommen zu werden. Wie bereits zuvor angemerkt, wird auch der Künstler selbst sehr häufig als waschechter Brite charakterisiert, was als höchstes Lob gilt und auch von ihm nicht wohl gesonnenen Kritikern positiv hervorgehoben wird: „he was typically English, in the best sense, with all the physical and mental attributes that have enabled our race to dominate the world“.<sup>64</sup> Der Aspekt des hier erneut zutage tretenden Sozialdarwinismus lässt sich einmal mehr konkret auch auf den Heiratsmarkt beziehen – das Portrait der ansprechenden Engländerinnen legt gleichzeitig weithin sichtbar Zeugnis über ihre physische Eignung zur Ehe ab, ein Verfahren, das dem der Überprüfung einer potentiell zu erwerbenden Stute auf dem Viehmarkt nicht unähnlich erscheint. Dies gilt für die Hoare-Zwillinge ebenso wie für die Armstrong-Schwwestern.

### 3.4. England is a domestic country – oder: Mädchen sind nicht wie Jungen

Tatsächlich schrumpft die Individualität der Dargestellten in den Gruppenportraits von Millais auf eine Repräsentation der individuell *englischen* Merkmale. Insbesondere jene geben vor allem Aufschluss über den Typus, den das jeweilige Modell erfüllt. So sehen wir in den Hoare-Zwillingen einen natürlichen Frauentypus, der sich mit der britischen Affinität zum Landleben identifiziert, während in ‚*Leisure Hours*‘<sup>65</sup> (Malerei, Abb. 6) die zwei Schwestern Marion und Anne Pender einen Eindruck des

---

<sup>63</sup> Athenaeum, no. 3314, 2 May 1891. S. 574.

<sup>64</sup> Baldry, 1899. S.34.

<sup>65</sup> Millais, John Everett: ‚*Leisure Hours*‘ (1864), Öl auf Leinwand, 88,9 x 118,1 cm, The Detroit Institute of Arts.

Transformationsprozesses vom kleinen Mädchen zum Backfisch geben, der in einem in vielerlei Hinsicht an englische Vorbilder anknüpfenden Umfeld stattfindet.<sup>66</sup> Wir werden hier, so möchte ich versuchen zu zeigen, mit einem Bild der englischen Kindheit konfrontiert, wie sie sich für Mädchen gestaltete. Während die zum Zeitpunkt der Ausführung des Werkes erst siebenjährige Marion mit kindlich unverstelltem Blick aus dem Bild herausschaut, zeigt ihre zehnjährige Schwester Anne bereits einen wachen und reservierten Ausdruck, der nicht mehr der Spiegel der Unschuld zu sein scheint, ein Kindesmotiv, das so häufig in viktorianischen Gemälden thematisiert wird. Der Schnitt ihrer schweren Samtkleider nimmt die Tradition der geschlitzten Ärmel der Shakespeare-Zeit auf, die durch weiße Spitzenblusen unterfüttert waren. Das exotische Element (in sich einmal mehr Ausdruck der Quelle, woher der Reichtum der aufstrebenden viktorianischen Gesellschaft stammte), das durch das Goldfischglas ins Bild kommt, wurde häufig als Verweis auf das transparente Leben, das junge Frauen in der viktorianischen Gesellschaft führten, gelesen. Jedoch ist dieser Aspekt vielfach in der Retrospektive als eine Sozialkritik missgedeutet worden, die Millais sicher nicht impliziert hatte.<sup>67</sup> Vielmehr wurde die Visibilität des Lebens junger Mädchen von den Zeitgenossen als löbliche Tatsache wahrgenommen: „Beauty blushing unseen is a waste of wealth which political economy forbids us to sanction“<sup>68</sup>. Auch hier wird erneut der Vergleich mit dem Staat, also Großbritannien, aufgemacht, für den die ‚political economy‘ steht. Dass die Pender-Mädchen dem British Empire angehören, wird auch nicht zuletzt durch den exquisiten, sehr dekorativ ornamentierten Hintergrund des goldenen Paravents deutlich: Es dürfte wohl kaum ein Zufall sein, dass die Ornamente gerade über der Kopfhöhe der Mädchen in eine Diadem- bzw. Kronenform zulaufen (über der älteren Schwester befindet sich die Krone, über der jüngeren das Diadem – ganz der dynastischen Reihenfolge entsprechend). Die Identifikation der britischen Gesellschaft mit der

---

<sup>66</sup> ‚Leisure Hours‘ wurde vom Vater der Mädchen, John Pender, in Auftrag gegeben. Die Familie lebte in der Arlington Street nahe des Piccadilly. Pender hatte seine Karriere mit Baumwolltextilien begonnen (zunächst in Glasgow, dann Manchester), ab den 1850er Jahren engagierte er sich jedoch intensiv im Bereich der Telegraphen-Firmen, insbesondere der Unterwasserverlegung. Er verfügte über eine große Sammlung britischer Kunst und besaß noch zwei weitere Gemälde von der Hand Millais‘ (‚The Proscribed Royalist‘ sowie ‚The Parable of the Tares‘). Vgl. ‚Leisure Hours‘ wurde ein Preis von 1000 Pfund ausgehandelt. Siehe: Funnell und Warner, 1999. S. 128.

<sup>67</sup> Rosenfeld, 2007. S. 89.

<sup>68</sup> Haweis, 1878. S. 259.

Monarchie hatte zu Zeiten Queen Victorias starke Ausmaße angenommen, was primär damit zusammenhängt, dass der Einfluss der Königin in dem Maße wuchs, wie der Einfluss der Kirche auf das Volk geringer wurde. Victoria ersetzte die Kirche in ihrer moralischen Vorbildfunktion, was ihr aufgrund ihrer häuslichen Biographie hervorragend gelingen musste. Nachdem sie 1840 Albert entgegen den Wünschen des Hofes geheiratet hatte (es handelte sich um eine Liebesheirat), übernahm sie nicht nur die Rolle der Staatsmutter, sondern erwies sich auch als repräsentative Mutter ihres eigenen Haushaltes. Mit fünf Kindern kam sie ihren ehelichen und dynastischen Pflichten sehr gut nach und verließ sich in politischen Fragen ganz zeitgemäß auf den Rat ihres Gatten (was allseits bekannt war). Das Vorbild der guten, moralischen Ehefrau wahrte sie auch noch nach dem frühen Tod Alberts im Jahre 1861, da sie bis an ihr Lebensende dem Prinzgemahl verbunden blieb und sich konsequent in Trauer kleidete. Benjamin Disraeli, der bevorzugte Staatsmann der Queen, äußerte sich über die moralische Integrität der königlichen Familie in folgender Weise:

„England is a domestic country. Here the home is revered and the hearth is sacred. The nation is represented by a family – the Royal Family; and if that family is educated with a sense of responsibility and a sentiment of public duty, it is difficult to exaggerate the salutary influence they may exercise over a nation.“<sup>69</sup>

Seit den 1980er/1990er Jahren ist der viktorianische Kult um die häusliche Sphäre von der Fachliteratur intensiv aufgearbeitet worden. Resultat der mannigfaltigen Publikationen zu diesem Thema ist, dass das viktorianische England eine umkehrende Beziehung zwischen der Wirtschaft und der Familie pflegte. Ab dem Zeitpunkt, an dem die Familie aufhörte, eine ökonomische Einheit zu bilden (als bäuerliche Arbeiten nicht mehr alle Familienmitglieder betrafen und sich das Spinnen und Weben nicht mehr im Familienhaushalt abspielte), entwickelte sie sich zu einer rein privaten und intimen häuslichen Einheit, die exklusiv den Familienmitgliedern vorbehalten war. Nicht nur wurden die Frauen der Mittelklasse<sup>70</sup> aus dem Arbeitsprozess ferngehalten, auch die Männer „retreated to the bosom of their family as if to

---

<sup>69</sup> Davidoff, Leonore und Hall, Catherine: ‚Home Sweet Home‘, ‚Victorian Values‘. Zusatzausgabe des The New Statesman, May 27, 1983. S. 14.

<sup>70</sup> Das englische Bürgertum zog die Bezeichnung „middle classes“ der Bezeichnung „Bourgeoisie“ vor.

escape from the harsh world of moneymaking and the cash nexus“.<sup>71</sup> Domestizität war laut Peter Laslett die Antithese des Marktes, sein notwendiges Anderes, ein ‚Hafen‘, der die Rückzugsmöglichkeit vom rationalistischen, abstrakten und unpersönlichen Handel bot und ein Ort, an dem sich organische Beziehungen noch entwickeln konnten, da jeder seinen Platz in der hierarchischen, patriarchalischen Ordnung einnahm.<sup>72</sup> „The home was both a place of worship and an object of worship.“<sup>73</sup> Dieser Satz spiegelt eine besonders im aufstrebenden Bürgertum kultivierte Angewohnheit wider, die Familie und Bediensteten zur moralischen Erziehung zusammenzuführen. Man las gemeinsam biblische und andere moralisierende Texte (etwa Charles Dickens' Household Words, The Home Companion oder den Family Herald) und sang vereint Hymnen. Diese moralische Observierung hatte den Nebeneffekt, dass eine gemeinsame viktorianische Kultur gepflegt wurde, die allen Klassen und Regionen vertraut war und die ein ungemein hohes Identifikationspotential barg. Die Kinder der britischen Mittelklasse, so höchstwahrscheinlich auch Anne und Marion Pender, wuchsen in einem weitgehend behüteten Umfeld auf, das von verlässlichen Strukturen geprägt war. Viktorianer völlig unterschiedlicher religiöser Überzeugungen waren sich einig darüber, dass die Grundsteine der Gesellschaft und des Staates die Familie und das Zuhause waren. So äußerte Lord Shaftesbury:

„There can be no security to society, no honour, no prosperity, no dignity at home, no nobleness of attitude towards foreign nations, unless the strength of the people rests upon the purity and firmness of the domestic system. Schools are but auxiliaries. At home the principles of subordination are first implanted and the man is trained to be a good citizen.“<sup>74</sup>

Dass die von Shaftesbury angesprochenen ‚principles of subordination‘ auf unterschiedliche Weise an Jungen und Mädchen weitergegeben wurden, zeigt ein kurzer Vergleich zwischen dem Portrait der Pender-Schwester und dem historischen Motiv der Darstellung der Kindheit Sir Walter Raleighs (1869-70)<sup>75</sup>. An diesen Beispielen lässt sich vorzüglich die gesellschaftlich

---

<sup>71</sup> Vgl. Himmelfarb, 1995. S. 54.

<sup>72</sup> Himmelfarb, 1995. S. 54.

<sup>73</sup> Himmelfarb, 1995. S. 56.

<sup>74</sup> Wohl, 1978. S. 9.

<sup>75</sup> Millais, John Everett: *The Boyhood of Raleigh* (1869-70), Öl auf Leinwand, 120,6 x 142,2 cm, Tate Britain.

von früh auf anerzogene Trennung der männlichen und weiblichen Sphäre illustrieren. Während die Penders sich in einem Innenraum befinden, der in sich so abgeschlossen zu sein scheint wie ein exquisiter Schrein, verlangt es laut Millais' viktorianisch geprägter Auffassung den elisabethanischen Entdecker Raleigh schon im Kindesalter nach Abenteuer und Ferne, in der er bereits in diesem Stadium seine Bestimmung zu erkennen scheint. Für die zwei Jungen, die in *The Boyhood of Raleigh* (Malerei, Abb. 7) fasziniert den Erzählungen des Seemanns lauschen, saßen Millais' eigene Söhne Everett und George Modell. Da das Sujet wie alle historisierenden Themen eher Aufschluss über die eigene Zeit gibt denn über jene, die in ihm inszeniert wird<sup>76</sup>, dürfen wir in ihm ein Identifikationsmodell vermuten, das Patriotismus und Leistungserwartung gleichermaßen forciert. *The Boyhood of Raleigh* enthält als Spielzeug der Kinder ein kleines Segelschiff. Wenn wir uns auf das Unterhaltungselement in *Leisure Hours*' besinnen, das Goldfischglas, dann wird offenkundig, dass beide emblematisch für die Erwartungen stehen können, die an die Kinder herangetragen werden. Den Jungen wird bereits im zarten Alter der Anspruch vermittelt, sie mögen idealiter die Welt erobern. Den Mädchen hingegen bleibt ein ähnlich überschaubarer Lebensrahmen, wie ihn die Goldfische in ihrer begrenzten Umgebung erfahren. Sehen wir in der Raleigh'schen Szene ein starkes narratives und dynamisches Moment, das durch die fliegenden Vögel, das bewegte Meer und die Geste des Seemanns unterstützt wird, erscheint das Gemälde der Pender-Mädchen vollkommen zeitlos und eingefroren, keine Geschichte wird erzählt, sondern jedes Detail in hohem Maße auf seine unbewegliche Ästhetik zurückgeführt. Wie bereits an früherer Stelle erwähnt, lässt Millais Übertragungen zwischen der Ornamentik und der Ausführung der dargestellten Figuren stattfinden (man denke zurück an die Kronenornamentik auf dem Paravent) – dies hat zur Folge, dass auch der Betrachter zwischen den Mädchen und den Requisiten eine Verbindung herstellt. Anne und Marion sind Geschöpfe, die „exist to be exquisite“<sup>77</sup>. Folgerichtig wird der Persönlichkeitscharakter der Penders in einen Objektcharakter transformiert.

---

<sup>76</sup> Hubertus Kohle entwickelt in seiner Habilitationsschrift *Adolph Menzels Friedrich-Bilder* den Gedanken, „retrospektive Visualisierungen“ würden nicht als „historisch präzise Rekonstruktionen“ argumentieren, sondern seien um die Aktualisierung des Themas mit einem „zeitgenössischen Interessenhintergrund“ bemüht. Vgl. Kohle, 2001. S. 123.

<sup>77</sup> Rosenfeld, 2007. S. 144.

### 3.5. Ein Werbebild für die attraktivsten Produkte des Heiratsmarktes

Doch nicht nur die Penders sind zu einer Art ‚Kunstgewerbeobjekt‘ degradiert, auch die Armstrong-Geschwister in *Hearts are Trumps* erfüllen einen nicht minder dekorativen Zweck. Sie scheinen ebenfalls ‚englische Objekte‘ zu sein, so wie in Edmond de Goncourts Roman *Chérie* die Protagonistin genauso lediglich „la femme *article-Paris*“<sup>78</sup> repräsentiert. Goncourt erzählt die Geschichte der epochentypischen Zurichtung eines Kindes zur jungen Pariserin der gehobenen Gesellschaft. Der Roman, der in den 1860er Jahren spielt, beschreibt, wie sich das junge Mädchen, das als einziges Ziel im Leben die Heirat anstrebt, kontinuierlich anpasst, um den Wünschen des Mannes zu entsprechen. Da die Heirat eine sehr ernste Angelegenheit ist, bei der es um viel Geld geht (um das Vermögen des Zukünftigen, aber auch um ihre eigene Mitgift, die dieser verwalten wird) wird ihr anerzogen, dass es ihre vordringlichste Aufgabe sein muss, sich zum Objekt der männlichen Begierde auszubilden. Ihr Leben besteht aus einer endlosen Abfolge gesellschaftlicher Ereignisse, aus Nachmittagstees, Bällen und Opernbesuchen – Gelegenheiten, sich zu präsentieren, Auftritte, die ihr die Möglichkeit geben, die Wirkung der eigenen Erscheinung zu überprüfen. Wie es Peter Bürger in seinem Aufsatz *Mode und Moderne im Zweiten Kaiserreich* zu verdeutlichen gelungen ist, ist Chérie niemals Subjekt: Sie lebt im Blick der anderen, ob zu Hause vor dem Spiegel in der eigenen Bewunderung ihrer kleinen Person oder in Gesellschaft. Dieses Verhalten resultiert darin, dass sie sich selbst gänzlich verliert und lediglich in ihrer äußeren Hülle täglich neu erfindet. „Ihre Gesichtszüge waren gewissermaßen unsichtbar, sie verschwanden unter der Lebhaftigkeit, dem erlesenen Geschmack, dem Pariser Geist der Physiognomie.“<sup>79</sup> Das reizend aussehende junge Mädchen hat keinen Gesichtsausdruck, der sich festhalten ließe, aber ihre Taille wird von den Pariser Schneiderinnen zitiert: „[...] keine abgeknickte, keine Wespentaille,

---

<sup>78</sup> Goncourt, Edmond de: *Chérie*. Paris, 1884. S. 161. Es handelt sich bei dem Begriff ‚la femme *article-Paris*‘ um eine Metapher, mit der der Autor auf eine den Zeitgenossen bekannte Spielzeugfabrik verweist.

<sup>79</sup> Goncourt, Edmond de: *Chérie*. Paris, 1884. S. 158. Übersetzung Peter Bürger. Zitiert in: *Mode und Moderne im Zweiten Kaiserreich*. In: Hansen, Dorothee und Herzogenrath, Wulf: *Monet und Camille*. Kunsthalle Bremen, Bremen, 2005. S. 52.

sondern eine weiche, schmiegsame, durch graziöse Bewegungen in die Hüften übergehende Taille.“<sup>80</sup>

Anschließend an eine Aussage der damals beliebten Romanautorin Marie Corelli, die 1898 vom „absolute grim fact that in England, women – those of the upper classes, at any rate – are not today married, but bought for a price“<sup>81</sup> schrieb, wird einmal mehr klar, welche Aufgabe *Hearts are Trumps* neben seiner dekorativen Wirkung erfüllen sollte: Die Armstrongs werden von Millais zu den erstrebenswertesten Produkten auf dem Heiratsmarkt stilisiert – sie sind nicht nur reich (ihr Vater kann sich Millais als Portraitmaler leisten und ermöglicht ihnen die teure Haute Couture sowie das moderne Interieur, dementsprechend sind Rückschlüsse auf ihre potentielle Mitgift leicht zu ziehen...), sondern auch schön, verfügen über eine gute Figur und haben sich ähnelnde, feine, wenngleich für den heutigen Betrachter ein wenig fade Gesichter, die dem Schönheitsideal entsprachen (dass dies eine Tatsache ist, lässt sich noch heute anhand der Portraitfotografien nachweisen, die von den Schönheiten der Zeit aufgenommen wurden und die für Sammelalben in Umlauf gebracht wurden.<sup>82</sup> Der Eindruck ihrer Schönheit stellt sich jedoch durchaus nicht primär aufgrund ihrer körperlichen Vorzüge ein, sondern wird vor allem durch die opulente Aufmachung generiert. Warum dies so ist, erklärt sich, wenn man das Verständnis von Schönheit im 19. Jahrhundert genauer analysiert. Entgegen eines heutigen Schönheitsempfindens, das sich primär auf die körperlichen Grundvoraussetzungen eines Menschen stützt und das insofern als „fleischlicher“ charakterisiert werden könnte, setzte es sich für die Menschen damals als Gesamtwerk zusammen, als Zusammenspiel der äußerlichen Hüllen mit den körperlichen Merkmalen. Die körperlichen Vorzüge, so scheint es, wurden erst in ihrer Gesamtwirkung beurteilt. Dies dürfte nicht zuletzt damit zusammenhängen, dass die strenge Stilisierung der körperlichen Merkmale durch die restriktive Kleidung ein natürliches Verhältnis zum weiblichen Körper verbot. So war denn faktisch tatsächlich sichtbar nur die Büste der Frau, alles Weitere verschwand unter den Stoffmengen. Baudelaire sagt:

---

<sup>80</sup> Goncourt, 1884. S. 159. Übersetzung Bürger, 2005. S. 52.

<sup>81</sup> Corelli, 1898. S. 19-20.

<sup>82</sup> Tétart-Vittu, 2008. S. 151 ff.

„Alles, was die Frau schmückt, was ihre Schönheit hervortreten lässt, ist Teil von ihr. [...] Sie ist vor allem eine allgemeine Harmonie, nicht nur in ihrem Gehabe, in ihren Bewegungen, sondern auch in dem Musselin, den Gazegewebe und den weiten, schillernden Stoffmengen, mit denen sie sich umgibt und die wie die Attribute und der Sockel ihrer Gottheit sind“.<sup>83</sup>

Beunruhigend wird dieses Wechselverhältnis dann, wenn man sich bewusst macht, wie käuflich dadurch ein großer Teil des Attributs der Schönheit wurde. Für die bereits zitierte Marie Corelli substituierte denn auch Reichtum Schönheit: „Most of the eulogized ‚beauties‘ of the Upper Ten to-day, have, or are able to get, sufficient money or credit supplied to them for dressing well, - and not only well, but elaborately and extravagantly, and dress is often the ‚beauty‘ instead of the woman.“<sup>84</sup> Indem die jungen Frauen mit den Herzkarten spielen, wird evident, dass sie an einer künftigen Vermählung sehr interessiert sind und mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln auch daraufhin gearbeitet haben. Dies bezieht sich sowohl auf die Spielstrategien beim Whist als auch auf die Arbeit an ihrer eigenen Person. Im Übrigen verwundert es nicht, dass es die älteste Schwester ist, die die meisten Herzkarten in der Hand hält (sie folglich die Gewinnerin des Spieles sein müsste) – in der üblichen Reihenfolge wäre sie die erste, die unter die Haube gebracht werden sollte.

Dass sich der Auftrag zu Hearts are Trumps gelohnt haben soll, ist uns durch einen Eintrag Luise Joplings, überliefert:

„Apropos of the Armstrongs’ portraits, a story went on about that Mrs. Armstrong, coming to London with her three pretty daughters, asked her fellow-country woman, Lady Millais, how she should proceed to make her daughters a success in London. ‚Get Sir John to paint their portraits.‘ ‚They will be the girls most talked of in the coming season.‘ And it was very good and sound advice. When the picture of the three girls playing cards was exhibited, the daughters of Mr Armstrong were recognized wherever they went, and people at once asked to be introduced to such pretty girls, and the result was that they had a most successful season.“<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup> Baudelaire, Charles: *Le Peintre de la vie moderne* (1863). In: ders.: *Œuvres complètes*

<sup>84</sup> Corelli, 1905. S. 96 f.

<sup>85</sup> Jopling, 1925. S. 156-157.



## 4. Die Inszenierung des bürgerlichen Status

### 4.1. *The Marchioness of Huntly* - zwischen Zitat und Genese

Anders als die Armstrong-Mädchen in *Hearts are Trumps* hatte Amy Cunliffe-Brooks den Akt der Heirat bereits hinter sich gebracht, als Millais sie 1870 in *The Marchioness of Huntly*<sup>86</sup> (Malerei, Abb. 8) verewigte. Sie hatte es als bürgerliche Tochter des Conservative Member of Parliament, William Cunliffe-Brooks (ein sehr erfolgreicher Banker aus Manchester, auf dessen Anwesen in Schottland Millais 1866 zur Jagd eingeladen wurde)<sup>87</sup> geschafft, am 14. Juli 1869 den zehnten Marquess of Huntly, Charles Gordon, zu ehelichen. Das Paar illustriert vorzüglich jene Verschränkungen, die zwischen der viktorianischen Elite stattfanden. Während der Ehemann mit einem Titel aufwarten konnte und demnach über einen hohen sozialen Status verfügte, brachte die Gattin finanzielle Sicherheiten und ihre physischen Vorzüge mit in die Ehe.<sup>88</sup> Für den Vater der Braut bedeutete die Einheirat seiner Tochter in die Gordon-Familie einen so großen Coup, dass er dies mit einem Portrait in Lebensgröße von der Hand Millais' feierte.<sup>89</sup> Millais suchte die Erwartungen der Familie zufrieden zu stellen, indem er ein Gemälde schuf, das in vielerlei Hinsicht an die Werke Alter Meister anknüpft. Die Portraitierte ist in ein fließendes weißes Gewand gehüllt (mutmaßlich aus Tarlatan<sup>90</sup> oder einem ähnlich feinen Gewebe gefertigt), dessen Schleppe über eine Stufe hinweg aus dem linken Bildrand heraus zu fließen scheint. Das eng anliegende

---

<sup>86</sup> Millais, John Everett: *The Marchioness of Huntly* (1870), Öl auf Leinwand, 223,5 x 132 cm, Privatsammlung

<sup>87</sup> Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 192.

<sup>88</sup> Vgl. Thompson, 1988. S. 99. Thompson spricht von ‚social equals‘.

<sup>89</sup> Es existiert eine Mitteilung von Effie Millais an ihren Gatten, in der sie über die Abmachung spricht, die sie mit William Cunliffe Brooks auf einer Party in London getroffen hatte:

„I had an opportunity of speaking to Brooks & it is all settled that you paint Miss Brooks immediately you return for G. (guineas, NP) 2,000 full length a regular Chef D'oeuvre in the Sir Joshua size & either in her Court or Bridal dress. Brooks charmed and very grateful indeed if you will do it thought the price was just what you ought to have & said he didn't hesitate a moment between a half length at G. 1,000 or a full length to hand down in the family for 2,000 as he thought it much more important & worth double the money so that is settled.“ Diese Notiz belegt einmal mehr, wie Effie die Karriere ihres Gatten durch ihr Engagement in sozialen Kreisen zu unterstützen verstand.

Vgl. Pierpont Morgan Library, New York: Millais papers and correspondence. Bowerswell Papers, MA.1485., E.1, dated 7, Cromwell Place/1, June (1869). Zitiert in: Rosenfeld, 2007. S. 192.

<sup>90</sup> Das leichte, dünne Baumwollgewebe Tarlatan kam in den 1860er Jahren in Mode und wurde häufig von Malern wie Monet und Manet in ihren Werken verewigt. Das sehr dünne Gewebe hatte aufgrund einer Appretur eine steife Beschaffenheit, weshalb es sich großer Beliebtheit erfreute.

Vgl. Iwagami, 2005. S. 232.

Bodice wird von gelben Schleifen sowie von einer gleichfarbigen Schärpe geschmückt und auch das dunkle Haar der jungen Dame ziert ein gelbes Haarband. Den Kopf leicht zur rechten Seite gewandt, ist ihr Blick sinnend in eine unbestimmte Ferne gerichtet. Im Arm hält die Marchioness of Huntly einen Blumenkorb, den sie der Schere in ihrer rechten Hand zu entnehmen, soeben selbst gefüllt zu haben scheint. Während ihre linke Hand noch behandschuht ist, entblößt die nackte, die Schere haltende Rechte ein Goldarmband, das sie zusätzlich zu dem auffälligen schwarzen Halsband schmückt. Das zarte Gewand, dessen körpernahe Silhouette typisch für die Zeit Ende der 1860er Jahre ist, in der auf einen Reifrock verzichtet wurde und die Tournüre noch nicht in Mode gekommen war, hebt sich hell vor dem stark ästhetisierten floralen Umraum ab, korrespondiert jedoch mit den skulpturalen Elementen, die rechts neben der jungen Frau schemenhaft zu erkennen sind. Anhand dieses Gemäldes lässt sich vorzüglich eine der wichtigsten Bildstrategien erkennen, die Millais in seinem Œuvre verfolgt: Nämlich die Inszenierung einer Vielzahl künstlerischer Anspielungen und deren gleichzeitige Zurücknahme. *The Marchioness of Huntly* birgt zweifellos diverse Verweise auf die klassische Bildsprache vor allem des 18. Jahrhunderts: Beginnend mit den Marmorelementen fühlt sich der Betrachter an lauschige Szenen in französischen Parks von Malern wie Boucher oder Watteau erinnert, in denen diese vermeintlich teilnahmslosen Skulpturen als Sinnstifter und metaphorische Mediatoren zwischen der dargestellten Szene und dem Betrachter fungieren. Nicht aber im Portrait der Amy Cunliffe-Brooks Gordon: Hier dient die Skulptur lediglich als Staffage - kaum ist auf dem Sockel hinter der Dargestellten ein menschliches Bein erkennbar – man ist darum weit davon entfernt, von der marmornen Figur auf den Charakter der Portraitierten oder die Narration des Bildes Rückschlüsse ziehen zu können. Noch weniger verweist der angedeutete marmorne Blumenkübel, der auf Löwentatzen steht, über sich hinaus – er dient lediglich als Behältnis. Gleiches gilt für die in anderen Werken der Zeit (etwa in James Tissots *The Farewell* (1871)) auftretende Schere, die für gewöhnlich einen bevorstehenden Verlust, eine Trennung oder etwas Gleichwertiges symbolisiert. Im Falle von *The Marchioness of Huntly* handelt es sich lediglich um ein Instrument, für das sich eine einigermaßen logische Verbindung mit

den Schnittblumen im Korb konstruieren lässt. Allerdings sind die geschnittenen Blumen an sich nicht plausibel in dem Teil des Umraums, vor dem die Portraitierte gezeigt ist. Es drängt sich bei näherer Betrachtung der kultivierten Pflanzen nämlich die Frage auf, woher die Schnittblumen eigentlich stammen sollen – die unterschiedlichen Blüten im Korb sind augenscheinlich nicht identisch mit den dort wachsenden Sträuchern. Des Weiteren weist auch der ausgezogene Handschuh, sonst ein Element der Herrscherikonographie, nicht über sich hinaus: Hier dient er lediglich dazu, den Blick des Betrachters auf den Goldschmuck zu lenken bzw. ist er der vermeintlich realen Handlung, dem Blumenschneiden, geschuldet, bei dem er hinderlich gewesen sein dürfte. Sodann ist schließlich auch der florale Hintergrund nicht das, was er für den bildsprachlich geschulten Betrachter zunächst zu sein scheint: Das Pflanzendickicht, vor dem die Marchioness posiert, ist durchaus kein Garten, sondern ein durch und durch künstlich arrangiertes Gewächshaus. Die unscharfe, offene Ausführung des Hintergrundes, der die Umgebung noch artifizieller wirken lässt - das künstlich wirr erscheinende Palmengestrüpp und die angedeuteten Skulpturen im Besonderen - lassen an gemalte Requisiten denken, wie sie von zeitgenössischen Fotografen en masse als Hintergrund für Portraitfotografien eingesetzt wurden, um die abgelichtete Szene interessanter zu gestalten.<sup>91</sup>

#### 4.2. Die Portraitierte als Treibhauspflänzchen

Die Präsentation der Marchioness of Huntly in einem *Conservatory* ist bezeichnend für den Zeitkontext, in dem wir das Gemälde verorten müssen: Im Zuge der Aufhebung der Glassteuer 1845 erlebte die Glasindustrie in Großbritannien einen ungeahnten Aufschwung. Schnell war es möglich, eine bessere, klarere Glasqualität zu erzielen und gleichzeitig größere Platten zu wesentlich moderateren Preisen anzubieten. Zur selben Zeit florierte auch die Eisenproduktion, die es erlaubte, mit immer fragileren Trägern größere Flächen mit Glas zu überdachen. Neben öffentlichen Gebäuden wie glasüberdachten Geschäftsarkaden oder Bahnhöfen übte die neue

---

<sup>91</sup> Vgl. Tétart-Vittu, 2008. S. 151.

Um eine Fülle von Vergleichsmöglichkeiten zu konsultieren, Vgl. Severa, 1995.

Bautechnik auch auf die sich verbreitenden privaten Treibhäuser bzw. auf die der Rekreation dienenden Wintergärten großen Einfluss aus. Die große Affinität der viktorianischen Gesellschaft den *Conservatories* gegenüber birgt einen stark symbolischen Gehalt, den Margaret Flanders Darby in ihrem Aufsatz *The conservatory in St. John's Wood* folgendermaßen zusammenfasst:

„Raising exotic plants in British greenhouses was a paradoxical exercise in taming nature, controlling it within artificial limits, domesticating the foreign and industrializing the natural, making it familiar. At the same time, hothouse agriculture was a testament to the aggressive wealth, ingenuity and pride of the rising mercantile classes [...].“<sup>92</sup>

Welchen Stellenwert die revolutionären Glasbauten in der viktorianischen Gesellschaft einnahmen, beweisen einerseits die vielen *Plant-hunting expeditions* in alle entlegenen Orte der Welt, die von Mitgliedern der viktorianischen Gesellschaft ausgerichtet wurden und deren Beute konsequenterweise im kalten Großbritannien sorgsam behütet werden musste. Bildmedial jedoch lässt sich die Wichtigkeit auch anhand der mannigfaltigen Gemälde von der Hand James Tissots, dem Zeitgenossen Millais', erkennen, der eine ganz ähnliche Kundschaft bediente wie der Maler von den Channel Islands und der sich eigens ein *Conservatory* angrenzend an sein Studio bauen ließ (17, Grove End Road, St. John's Wood, London).<sup>93</sup> Für den Maler boten die Treibhäuser einen interessanten und aussagekräftigen Hintergrund insbesondere für komplexe und in der Regel äußerst ambivalente Frauenportraits. Der Wintergarten galt als femininer Ort, obwohl dieser von männlicher Arbeitskraft kultiviert wurde: Männer arbeiteten im *Conservatory*, für Frauen jedoch handelte es sich um einen Platz der Erholung. Für die aufstrebenden Middle Classes bedeutete dieser innovative,

---

<sup>92</sup> Flanders Darby, 1999. S. 166.

<sup>93</sup> James Tissot malte unter anderem folgende Gemälde, die allesamt in einem *Conservatory* angelegt sind: *A Young Lady Holding Japanese Objects* (1865), *Rivals* (1878-79), *Hide and Seek* (1880-82), *The Liar* (1883-85), *The Sphinx* (1883-85).

Der Bau von Tissots *Conservatory* wurde 1874 sogar in der Zeitschrift *The Building News* mit einer Zeichnung dokumentiert. Vgl. Brydon, John M.: *Studio in the House of James Tissot, Esq.* In: *The Building News* (15 May 1874) S. 526-527.

Nach seiner Rückkehr nach Paris übernahm 1884 Lawrence Alma-Tadema das Anwesen und reduzierte das *Conservatory* in seinen Ausmaßen, das zu Tissots Zeiten gemeinsam mit seinem Studio größer als das Wohnhaus gewesen war. Vgl. Flanders Darby, 1999. S. 163.

unendlich kostspielige und privilegierte Raum eine hervorragende Möglichkeit, die Umwelt mit ihrem Wohlstand zu beeindrucken.

Übrigens wurde die Thematik nicht nur im viktorianischen England aufgegriffen, auch Edouard Manet etwa portraitierte seine Freunde Monsieur und Madame Guillemet (*Im Wintergarten*, 1879) im Ambiente eines Glashauses, genauso wie Alfred Stevens, der mit *Consolation* (ca. 1875) eines seiner delikatesten Portraits der Beziehung zwischen zwei Frauen in einem Treibhaus verortet.

Ausgehend von der bereits angesprochenen zeitgenössischen Trennung der Geschlechter in eine häusliche Sphäre, die man der Frau zuschrieb, und eine geschäftliche, d.h. außerhäusliche Sphäre, die dem Mann zugesprochen wurde, entwickelte sich die metaphorische Parallele des Glashauses mit der Natur der Frau. Die traditionelle Assoziation von Frauen mit Blumen wurde hier ausgeweitet auf die nun gezüchteten exotischen Pflänzchen unter Glas. Demnach wurde die großbürgerliche Dame mit einer empfindlichen orientalischen Lilie gleichgesetzt, die eines geschützten Umfeldes und hingebungsvoller Pflege bedarf. Die Relation war deshalb so passend, weil man mit der respektablen Weiblichkeit die Attribute Abhängigkeit, Feinheit und Fragilität verband - dekorativ, ja, jedoch immer schutzbedürftig. Während wir derlei Gedanken heute eher als Unfreiheit empfinden, erschien es den Viktorianern völlig selbstverständlich, die weiblichen Mitglieder der bürgerlichen Gesellschaft von den rauen Bedingungen des industriellen Merkantilismus abzuschirmen. Die Metapher des *Conservatory* findet sich auch häufig literarisch vertreten, sowohl in einer positiv konnotierten Weise als auch in negativer Hinsicht verwendet. Anne Brontë beispielsweise lässt in *The Tenant of Wildfell Hall* (1848) den konventionellen Mr. Markham in Bezug auf die unterschiedliche Erziehung für Jungen und Mädchen argumentieren: „if you were to rear an oak sapling in a hothouse, tending it carefully night and day, and shielding it from every breath of wind, you could not expect it to become a hardy tree.“<sup>94</sup>

Erstaunlich weitsichtig für die Zeit ist hingegen die Ansicht John Stuart Mills, die er in *On the Subjection of Women* (1869) zum Ausdruck bringt:

---

<sup>94</sup> Brontë, 1979. S. 56-57.

„What is now called the nature of women is an eminently artificial thing – the result of forced repression in some directions, unnatural stimulation in others.[...] in the case of women, a hot-house [...] cultivation has always been carried on of some of the capabilities of their nature, for the benefit and pleasure of their masters. Then, because certain products of the general vital force sprout luxuriantly and reach a great development in this heated atmosphere and under this active nurture and watering, while other shoots from the same root, which are left outside in the wintry air [...] have a stunted growth [...] men, with that inability to recognise their own work which distinguishes the unanalytic mind, indolently believe that the tree grows of itself in the way they have made it grow.“<sup>95</sup>

Es dürfte wenig wahrscheinlich sein, dass Millais, der von den meisten mit ihm bekannten Mitmenschen als äußerst konventionell denkend charakterisiert wurde, die systemkritische Stellungnahme von John Stuart Mill unterstützt hätte. Seine Darstellung der *Marchioness of Huntly* reiht sich denn eher in die unkritische Kategorie der vom männlichen Blick bewunderten graziilen Schönheit ein, die sich trefflich mit der Fragilität einer exotischen Blüte vergleichen lässt und die einem Kunstwerk gleich vom Kenner wertgeschätzt wird. Zwar befindet sich Amy in einem *Conservatory*, doch mangelt es ihr gänzlich an den düsteren und ambivalenten Zügen, die den Damen in Tissots Werken so oft inhärent sind und die sich aus der Vermischung unergründlicher Gesichter mit der vielschichtigen Repräsentation des Glashauses ergeben. Während Tissot in seinen Gemälden meist die bauliche Struktur des *Conservatory* nachzeichnet, lässt uns Millais völlig im Unklaren über dessen Bauweise, diese ist ganz einfach unwichtig für seine bildsprachliche Argumentation – es genügt ihm, eine Idee des Raumes zu suggerieren. Ihm liegt schlicht daran, die junge Marchioness vor einem mondänen Hintergrund so zu verewigen, dass sich ihr Status unmittelbar dem Betrachter zu erkennen gibt. Um diesen Effekt zu erzielen, verfolgte Millais eine Strategie, zu deren Erklärung es eines kürzeren Exkurses in die Ausstellungspraxis des mittleren 19. Jahrhunderts bedarf.

---

<sup>95</sup> Mill, 1983. S. 38-39.

### 4.3. Die Erschaffung eines ‚National Taste‘

1849 beschloss eine Verbindung britischer Bankiers und Industrieller, die Society of Arts, „The Exhibition of the Works of Industry of all Nations“<sup>96</sup> zu veranstalten. Man beabsichtigte, die britischen Produkte im direkten Vergleich mit internationalen Konkurrenten zu zeigen und so ihr Qualitätsniveau zu verdeutlichen. Großbritannien als der größte Weltproduzent sollte durch die *Great Exhibition* seine Absatzmärkte erweitern. Für das Ausstellungsgebäude schrieb man einen internationalen Wettbewerb aus, der schließlich von Joseph Paxton, einem anerkannten Gartenarchitekten, gewonnen wurde. Paxton legte einen Entwurf ganz aus Glas und Gusseisen vor, dessen Inspirationsquelle die Unterseite eines Blattes einer Seerose war.<sup>97</sup> Das Ausstellungsgebäude konnte in nur siebzehn Wochen in der für diese Zeit revolutionären Modulbauweise aus vorgefertigten Eisengittern und Glassegmenten errichtet werden. Das Bauwerk trug aufgrund seiner Anlehnung an die Konstruktion von Gewächshäusern den Namen Crystal Palace und wurde nach seiner Nutzung als Weltausstellungsgebäude im Hyde Park nach Sydenham überführt, wo es 1936 einem Brand zum Opfer fiel.

Das Ziel der Ausstellungen, die 1851 und 1862 in London stattfanden, (unterbrochen von Paris 1855)<sup>98</sup> (Graphik/Fotografie Abb. 3) war zunächst ein didaktisches Vorhaben: In den damals gebräuchlichen Worten wollte man „a lesson of things“ geben. ‚Things‘ bedeutete in erster Linie das Präsentieren neuester Produkte, wissenschaftlichen Fortschritts, technischer Errungenschaften und kunsthandwerklicher Feinheiten.<sup>99</sup> Die ‚lesson‘ beinhaltete den sozialen Gewinn, der sich aus dem intellektuellen Fortschritt ergab, der nicht zuletzt den Anspruch erfüllen sollte, einen „National Taste“ festzulegen.<sup>100</sup> Dass diese Einführung des ‚National Taste‘ gelang, lässt sich zunächst statistisch daran erkennen, dass Millais im Laufe seines Lebens über dreiunddreißig Gemälde und zusätzlich noch graphische Produktionen

---

<sup>96</sup> Schriefers, 1999. S. 213.

<sup>97</sup> Vgl. Flanders Darby. S. 165.

<sup>98</sup> Zunächst dienten die Weltausstellungen primär dem friedlichen Wettstreit der beiden europäischen Erzkontrahenten England und Frankreich.

<sup>99</sup> Cleve, 1996. S. 99.

<sup>100</sup> Wornum, Ralph Nicholson: The Exhibition as a Lesson in Taste. In: The Art Journal illustrated catalogue: The industry of all nations 1851. London, 1851.

auf insgesamt sieben Weltausstellungen zeigen konnte.<sup>101</sup> Gleichzeitig ist es aber auch werkimmanent in Millais' *The Marchioness of Huntly* abzulesen: Die Komposition der *Marchioness* (die zusammengewürfelten dekorativen Elemente im Besonderen, die einzig und allein dazu dienen sollen, Amys Schönheit zu betonen) entspricht den Inszenierungen, die man auf den Weltausstellungen vorfand: Oberstes Ziel war eine Effekthascherei, nicht der Gehalt des Objekts stand im Vordergrund, sondern der Ausstellungseffekt sollte möglichst einnehmend sein. Die ersten Ausstellungen suchten die ganze Welt unter dem großen Dach eines einzigen Gebäudes zu vereinigen, unter dem diese unterschiedlichen Länder (insbesondere die Kolonien) als Phantasiewelten neu auferstanden. Der vordringlichste Ansatz war nicht die authentische Wiedergabe des Anderen (vergleichen lässt sich diese Geisteshaltung mit dem mangelnden Anspruch der Authentizität in orientalistischen oder auch primitivistischen Kunstwerken, die in der Regel ebenfalls nur Scheinwelten wiedergaben) sondern die Erfüllung imperialistisch geprägter Vorurteile, die möglichst schillernd befriedigt werden wollten. Das Verfahren war ein marktstrategisches: Orientteppiche wären nicht halb so gut abgesetzt worden, wenn die Ausstellung nicht einen Basar suggeriert hätte, der die Kunden einige Zeit in eine andere Welt zu entlocken vermochte. Das gleiche galt für indische Produkte, wie im illustrierten Ausstellungskatalog zur *Great Exhibition* zu lesen ist: „One of the most striking features in the Indian collection was a room furnished in the style of an Indian palace, in which all that romance has said of Oriental luxury and gorgeous display was more than realised.“<sup>102</sup> Die Konzeptionen der Weltausstellungen verstanden es, Begehrlichkeiten zu wecken. Die aufstrebende und mit wachsendem Wohlstand gesegnete bürgerliche Gesellschaft der großen Industrienationen machte sich durch „Abgrenzung

---

<sup>101</sup> Ausstellungsorte: Paris, 1855 (*The Order of Release 1746, The Return of the Dove to the Ark, Ophelia*); London, 1862 (*The Vale of Rest, The Return of the Dove to the Ark, Autumn Leaves und Spring, as Apple Blossoms*); Paris, 1867 (*The Eve of St. Agnes, The Parable of the Tares, The Romans leaving Britain*); Philadelphia, 1876 (*Early Days*); Paris, 1878 (10 Gemälde werden ausgestellt, dafür erhält er die Ehrengoldmedaille und wird zum Offizier der Ehrenlegion ernannt); Paris, 1889 (*The Right Hon. W.F. Gladstone, MP James Clark Hook, Cherry Ripe, Bubbles, The Last Rose of Summer, Cinderella*); Chicago, 1893 (*The Ruling Passion, Halcyon Weather, The Last Rose of Summer, Sweet Emma Morland, Lingering Autumn, Shelling Peas, Bubbles*).

<sup>102</sup> Clark, W. M. (Hrsg.): *The Crystal Palace and its contents.: An illustrated cyclopaedia of the great exhibition of 1851*. London, 1852. S. 100.



des Eigenen in Konfrontation mit dem Exotischen“<sup>103</sup> letzteres zu *eigen*, sodass es zum „Bestandteil moderner Selbstdefinition“<sup>104</sup> avancierte. Wir erinnern uns an dieser Stelle nicht nur an die Palmen in *The Marchioness of Huntly*, sondern auch an die exotischen Elemente in *Hearts are Trumps* (Intarsientischchen, Paravent und Porzellan). Das Absorbieren fremder Kulturen in die eigene Kultur wurde nur möglich durch die Präsenz, d.h. Zurschaustellung, des fremden Gegenbildes. So ist es denn auch nicht weiter verwunderlich, dass das Massenpublikum zum Wesensmerkmal der internationalen Ausstellungen wurde. Staunend konnte jeder, sofern er Zeit für den Besuch und Geld für den Eintritt zu erübrigen in der Lage war, Konsumgüter jeder Art inspizieren sowie die Maschinen in Augenschein nehmen, die für deren Produktion von Nöten waren. Es ist ein grundsätzliches Gefühl des Erfolges, des Aufstrebens und des Vorankommens, das auf den Weltausstellungen zu spüren gewesen sein muss – sowohl in London als auch Paris und den weiteren Ausrichterstädten anderer Länder. Somit wurde durch die Identifikation der Besucher, die großen Stolz auf die Errungenschaften ihres Landes empfinden mussten, das Zusammengehörigkeitsgefühl (ergo die nationale Identität) verstärkt. Im Laufe der Jahrzehnte, in denen nach und nach immer mehr Staaten an der Weltausstellung partizipierten und deren Ausstellungsorte immer internationaler variierten<sup>105</sup>, veränderte sich der didaktische Anspruch, den Besucher über die Wunder moderner Technik und Wissenschaft aufzuklären, hin zu dem Ziel, ihn möglichst anregend zu unterhalten. Dies beinhaltete jedoch auch, dass ab der zweiten Ausstellung ein kommerzieller Zweck angestrebt wurde: Ab 1855 brachte man auf jedem Ausstellungsobjekt ein Preisschild an. Von nun an stieg die Betonung des Verkaufes, der Preise und der Werbung stetig an, bis ein Preistreiber auf der Weltausstellung von 1900 äußerte:

„Exhibitions secure for the manufacturer, for the businessman, the most striking publicity. In one day they bring before his machine, his display, his shop windows, more people than he would see in a lifetime in his factory or store. They seek out clients in all parts of

---

<sup>103</sup> Plener, 2001. S. 1.

<sup>104</sup> ebd.

<sup>105</sup> Ausstellungsorte: London, 1851; Paris, 1855; London, 1862; Paris, 1867; Wien, 1873; Philadelphia, 1876; Paris, 1878; Amsterdam, 1883; Paris, 1889; Chicago, 1893; Paris, 1900.

the world, bring them at a set time, so that everything is ready to receive them and seduce them. That is why the number of exhibitors increases steadily.“<sup>106</sup>

## 5. Das Entstehen einer „increasingly visual culture“

Die Wechselwirkungen zwischen der bildenden Kunst und der Konsumgesellschaft nahmen erstaunliche Züge an. Viel stärker als je zuvor sah sich der Bürger in dieser Zeit mit visuellen Reizen konfrontiert, die sich als äußerst prägend, wenn nicht gar konditionierend für die Erwartung, die der Betrachter an ein Bild herantrug, erweisen sollten. Die Kunst stand nun zum ersten Mal in einem sehr engen Zusammenhang mit den plötzlich allgegenwärtigen Konsumgütern, die mehr und mehr für die breite Masse zugänglich wurden. Deborah Cherry charakterisiert dies in ihrer Studie *Beyond the Frame: Feminism and Visual Culture in Britain 1850-1900* als Konsequenz der „sustained investigation of urban modernity“ und folgert, dass eine „increasingly visual culture“ entstanden sei. Diesen Umstand führt sie auf die „rapid expansion of the art market“ und „a dramatic increase in the number of exhibitions“<sup>107</sup> zurück. Nicht nur ließen mehr und mehr Personen Portraits von sich anfertigen, auch die Besuche der Ausstellungen, in denen jene Portraits öffentlich präsentiert wurden, sowie Kunstausstellungen im Allgemeinen gehörten von nun an zum sozialen Vergnügungskanon. Anlässlich der Eröffnung der Grosvenor Gallery (1877) notierte Louise Jopling, deren Portrait es im Verlaufe der Untersuchungen noch zu verhandeln gilt, folgendes: „Glamour of Fashion was over it“ und die Grosvenor Gallery sei „one of the most fashionable resorts of the london season“.<sup>108</sup> Bereits an den Bemerkungen Joplings lässt sich erkennen, wie unglaublich eng verschränkt Kunst und Mode - bzw. genereller gefasst – das ‚Modische‘ miteinander waren. Dass Kunstausstellungen als Plattform dienten, sich selbst zu präsentieren und sich zur selben Zeit über die

---

<sup>106</sup> Chardon, Henri: *L'Exposition de 1900*. In: *Revue de Paris* 1 (1. Februar 1896).

S. 644. Chardon nahm an einer Debatte teil, ob eine weitere Ausstellung stattfinden sollte oder nicht. Im Zuge der starken Kommerzialisierung der Veranstaltung von 1889 gab es eine intensive Opposition zu dem Vorschlag. Vgl. Mandell, 1967. S. 25-51.

<sup>107</sup> Cherry, 2000. S. 186.

<sup>108</sup> Jopling, 1925. S. 115.

neuesten ästhetischen Trends zu informieren, illustriert köstlich Du Mauriers *Punch* Cartoon von 1887, *A Jubilee Private View* (Graphik/Fotografie Abb. 4), der bissig die trianguläre Beziehung zwischen Kunst, Tratsch und Mode kommentiert.<sup>109</sup> Die rasche Entwicklung und Verbreitung von Modeillustrationen durch den explosionsartigen Auftrieb des Modejournalismus in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts<sup>110</sup>, der in England in der Folge der Aufhebung der Papiersteuer im Jahr 1861 seinen Anfang nahm, entspricht den nicht minder schnellen und durchgreifenden Veränderungen in der Damenmode der Zeit. Maßgebliche Neuerungen in diesem Bereich war die berufliche Etablierung des Modemachers, des Couturiers, dessen neueste Kreationen die Modeillustrationen nun in alle Welt trugen. Damit entstand neben der sich langsam durchsetzenden Konfektionsmode, die in den revolutionären großen Warenhäusern angeboten wurde, schließlich die Haute Couture. Die technischen Neuerungen des 19. Jahrhunderts, darunter die Erfindung der Nähmaschine, die 1862 auf der Londoner Weltausstellung präsentiert wurde, außerdem die Herstellung von synthetischen Farbstoffen<sup>111</sup>, die Produktion von Stahlbändern für Reifröcke<sup>112</sup> und Verbesserungen in der Textilproduktion nahmen nachhaltigen Einfluss auf das Erscheinungsbild der Kleider.<sup>113</sup> Zugleich wurde die Mode mit all ihren notwendigen Materialien in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts in England wie auch in Frankreich zu einem bedeutenden Faktor der industriellen und wirtschaftlichen Entwicklung.<sup>114</sup> Der Modeschöpfer übernahm nun die Rolle des Distinktionsmarkers, die in

---

<sup>109</sup> Du Maurier, George: *A Jubilee Private View. Punch*, vol. 92. (June 18, 1887), p. 249.

<sup>110</sup> Samuel Beeton (Herausgeber des *The Englishwoman's Domestic Magazine*) gründete 1861 das Magazin *The Queen*, das sich von Beginn an auf französische Mode spezialisierte. Vgl. Galassi, MacDonald, Ribeiro, 2003. S. 23.

<sup>111</sup> Ab 1850 kamen Anilinfarben auf den Markt, Ende der 1860er konnte bereits jede Farbe synthetisch hergestellt werden. Alison Matthews gibt in Relation zur Kunst zu bedenken: „With his commercial recipes for new hues, the industrial chemist had superseded the painter as the colorist of the nineteenth century.“ Matthews, 1999. S. 176.

<sup>112</sup> In Sheffield beispielsweise wurde 1/7 der Stahlproduktion des Jahres 1862 für Krinolinen benutzt.

<sup>113</sup> Die fortschreitende Verbreitung der Nähmaschine und die Beigaben von Papier-Schnittmustern in den Modejournalen erlaubten es insbesondere den Frauen der Mittelschicht, auch von zu Hause den Modeströmungen nachzuspüren.

<sup>114</sup> Karl-Otto Albrecht beschreibt in seiner Abhandlung *Mode und Politik*: „Der nationale Charakter der Mode bestand in kleinen, unerheblichen Nuancen. Unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten zu den Rohstoffquellen allein waren für die Unterschiede in der Mode ausschlaggebend. Kolonialmächte, wie England und Frankreich, waren im Vorteil, was die Lieferquellen betraf: Die *Allgemeine deutsche Real-Encyclopädie* hält fest: „Es ist weltkundig, dass man unter allen Zonen den Befehlen der Londoner Schneider mit eben der Bereitwilligkeit gehorsamst, mit welcher man die Vorschriften der Pariser Putzmacherinnen befolgt. Beide befinden sich im Besitz der Herrschaft der Welt, und theilen sie gewissermaßen in zwei Hälften.““ Vgl. Albrecht, 2001. S. 23.

vorangegangenen Zeiten Modehändlerinnen/Putzmacherinnen wie die bekannte Rose Bertin ausgefüllt hatten<sup>115</sup>. Zur Zeit Bertins war es die Regel, dass man das gewünschte Kleidungsstück als Einzelanfertigung orderte und meist sogar selbst den Stoff und die Accessoires bereitstellte (die sogenannte *couture à façon*). In der Haute Couture hingegen kreierte der Modeschöpfer mehrere Modelle aus Stoffen, die eigens für das Modehaus produziert worden waren, unter denen der Kunde wählen konnte. Der bekannteste Vorreiter der französischen Modekreation dieser Zeit war Charles Frederick Worth, der sein Atelier in den späten 1850er Jahren in der Rue de la Paix mit zwanzig Schneiderinnen begann, in kürzester Zeit kaiserlicher Protégé von Eugenie und Elisabeth von Österreich wurde und so expandieren konnte, dass er Anfang der 1870er bereits Chef von über 1200 Mitarbeitern war. Worth revolutionierte das Geschäft, indem er die Wichtigkeit perfekter Passform und exzellenten Schnittes betonte, erstmals Kleider an lebenden Modellen vorführte und Kunden im In- und Ausland den gleichen Service bot. Der Couturier führte einen ausgesprochen illustren Lebensstil und seine Kleider zählten zu den kostspieligsten Ensembles der Welt.<sup>116</sup> Aus diesem Grunde wurden seine Kreationen besonders von der aufstrebenden Gesellschaft favorisiert, da sie ein absolutes Statussymbol bedeuteten – er war insbesondere auch in den USA äußerst beliebt<sup>117</sup>, was er neben seinem modischen Know How auch dem Umstand verdankt haben dürfte, dass er „never totally mastered the French tongue,... a self-made man with expensive tastes“.<sup>118</sup> Der Verweis der Kritik auf seine englische Herkunft, die er scheinbar nie zu verleugnen versucht war, sowie sein Geschäftssinn ähneln den Reaktionen, die man über Millais in einschlägigen Publikationen der Zeit findet. Worth' Beliebtheit reichte bis in alle Winkel der Erde und seine Schöpfungen dienten unzähligen Frauen als Inspirationsquelle neuesten Geschmacks.

---

<sup>115</sup> Rose Bertin hatte sich im späten 18. Jahrhundert einen Ruf als Ausstatterin der Dauphine und späteren Königin Marie-Antoinette erworben.

<sup>116</sup> Vgl. Galassi, MacDonald, Ribeiro, 2003. S. 24.

<sup>117</sup> Zur Inszenierung und Distinktion der amerikanischen Oberschicht des „Gilded Age“ hat Eric Homberger jüngst einen bemerkenswerten Vergleich mit der heutigen Entwicklung an der Ostküste der USA gezogen. Vgl. Homberger, 2008. S. 28-35.

<sup>118</sup> Coleman, 1989. S. 88.

## 5.1. „Ein Kleid kommt einem Bild an Wert gleich“

Beschäftigt man sich mit der Mode der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, findet man sich mit einer überwältigenden Masse von Zeitzeugnissen konfrontiert. Nicht nur haben erstaunlich viele Kleidungsstücke selbst die Zeit überdauert, es existieren neben Bildmedien wie Gemälden, Fotografien und Modekupfern auch eine Vielzahl von Briefen, Tagebüchern und Romanen, die sich intensiv mit dem allgegenwärtigen Hauptinteresse der ‚modernen‘ Frau<sup>119</sup> der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auseinandersetzen. Erstaunlicherweise bedienen sich die verbalen Zeugnisse sehr häufig eines pseudo-künstlerischen Vokabulars, wenn sie bei Beschreibungen von modischen Details nicht gar in einen ekphrastischen Schreibstil verfallen, wie ihn etwa Emile Zola in seinem Roman *Au Bonheur des Dames* (1883) verwendet:

„[...] Bewunderung ließ sie (Denise Baudu<sup>120</sup>, die Protagonistin, NP) wie angewurzelt stehen bleiben. Im Hintergrund breitete eine große Schärpe aus recht teuren Brügger Spitzen eine Altardecke aus, zwei entfaltete Schwingen von rötlich schimmerndem Weiß; Volants aus Point d’Alençon waren in Girlanden aufgehängt; außerdem war da, mit vollen Händen ausgestreut, ein Geriesel aller Arten von Spitzen: Brabanter und Valenciennespitzen, Brüsseler Applikationen, Points de Venise, wie fallender Schnee. Rechts und links türmten sich Tuchballen zu dunklen Säulen auf, die diesen tabernakelhaften Hintergrund in noch größere Ferne rückten. Und in dieser dem Kult weiblicher Anmut errichteten Kapelle befanden sich die Konfektionswaren: Die Mitte nahm ein

---

<sup>119</sup> Unter der ‚modernen Frau‘ können wir Persönlichkeiten wie etwa Chérie (Protagonistin aus Edmond de Goncourts gleichnamigem Roman) oder auch Kritikerinnen der Modeentwicklung wie z.B. Margaret Oliphant verstehen. Ob im euphorischen oder auch negativen Sinne – es widmeten sich beide Extreme dem Gegenstand in exzessiver Weise. (Oliphant machte sich einen Namen in der Alternativbewegung des Aesthetic Dress/ der Dress-reformers und wettete gegen Worth: „We were not born under M. Worth’s sway. He is not our natural monarch, but ... we obey him like slaves“. Siehe: Oliphant, 1778. S. 76.

<sup>120</sup> Anhand der Geschichte der Protagonistin Denise, einer Verkäuferin, die aus der Provinz nach Paris kommt und im ‚Paradies der Damen‘ eine Anstellung findet, wird das Wachstum und die Struktur dieses Kaufhauses und gleichzeitig der Niedergang des Einzelhandels eines kompletten Pariser Stadtviertels beschrieben. Die im Roman auftauchenden Figuren sind aktiv oder passiv mit dem wuchernden Kaufhaus verbunden; als Mitarbeiter, Käufer oder anliegender Einzelhändler. Zola eröffnet dem Leser einen tiefen Blick in das Leben der Kundschaft und legt dar, wie diese zum Kaufen verführt werden kann. Um den Kampf des kleinen Einzelhändlers gegen das aufkommende Großwarenhaus darzustellen, betrieb Zola bekanntermaßen umfangreiche betriebswirtschaftliche und soziologische Studien, er interviewte Geschäftsführer, Abteilungsleiter und Verkäuferinnen der genannten Warenhäuser. Sein fiktives Riesenwarenhaus sollte ein ideales Beispiel darstellen, deshalb nahm er sich bei dessen Beschreibung die Verwaltung des Unternehmens *Le Bon Marché* zum Vorbild.

ganz unvergleichliches Stück ein, ein Samtmantel mit Besatz aus Silberfuchsfell; auf der anderen Seite sah man einen seidenen, mit Feh gefütterten Radmantel, auf der anderen einen mit Hahnenfedern verbrämten Tuchpaletot; [...]. Für jede Laune war etwas vorhanden, vom Abendmantel zu neunundzwanzig Francs bis zu dem Samtmantel, der mit achtzehnhundert Francs ausgezeichnet war. Über dem runden Busen der Schaufensterpuppen bauschte sich der Stoff, die kräftigen Hüften hoben die Zartheit der Taille stärker hervor, der fehlende Kopf war durch ein großes Preisschild ersetzt, das mit der Nadel an dem roten Molton festgesteckt war, der den Hals umgab; und die Spiegel zu beiden Seiten des Schaufensters reflektierten und vervielfachten sie ins Endlose in einem wohlberechneten Spiel, bevölkerten die Straße mit diesen schönen verkäuflichen Frauen, die an Stelle ihres Kopfes in fetten Zahlen ihren Preis trugen.“<sup>121</sup>

Zolas 380 Seiten starke Dokumentation zur Erforschung der Warenhauskultur, ihrer Verwaltungs-, Markt- und Visualisierungsstrategien ist erhalten und in der Pariser Nationalbibliothek für Forschungszwecke zugänglich. Sie beschreibt tatsächlich bereits vermeintlich neuzeitliche Marketingstrategien, wie zum Beispiel den Einsatz von Lockartikeln, die zum Einstandspreis verkauft werden<sup>122</sup>, die Nutzung von Wagen, die das Logo des Hauses tragen und nicht zuletzt das Verteilen von gekennzeichneten Luftballons an Kinder, die somit zu Reklameträgern gemacht werden. Die Eröffnung der ersten Warenhäuser (1849 entstand das *Bon Marché* in Paris, das erste der wegweisenden Kaufhäuser, die 1856 mit dem *Lewis's* in Liverpool auch in Großbritannien Einzug hielten)<sup>123</sup> wurde maßgeblich durch die verstärkte Urbanisierung und die Verbesserung des öffentlichen

---

<sup>121</sup> Zitat in der Originalfassung: „Et jamais elle n'avait vu cela, une admiration la clouait sur le trottoir. Au fond, une grande écharpe en dentelle de Bruges, d'un prix considérable, élargissait un voile d'autel, deux ailes déployées, d'une blancheur rousse ; des volants de point d'Alençon se trouvaient jetés en guirlandes ; puis, c'était, à pleines mains, un ruissellement de toutes les dentelles, les malines, les valenciennes, les applications de Bruxelles, les points de Venise, comme une tombée de neige. À droite et à gauche, des pièces de drap dressaient des colonnes sombres, qui reculaient encore ce lointain de tabernacle. Et les confections étaient là, dans cette chapelle élevée au culte des grâces de la femme : occupant le centre, un article hors ligne, un manteau de velours, avec des garnitures de renard argenté ; d'un côté, une rotonde de soie, doublée de petit-gris ; de l'autre, un paletot de drap, bordé de plumes de coq ; enfin, des sorties de bal, en cachemire blanc, en matelassé blanc, garnies de cygne ou de chenille. Il y en avait pour tous les caprices, depuis les sorties de bal à vingt-neuf francs jusqu'au manteau de velours affiché dix-huit cents francs, La gorge ronde des mannequins gonflait l'étoffe, les hanches fortes exagéraient la finesse de la taille, la tête absente était remplacée par une grande étiquette, piquée avec une épingle dans le molleton rouge du col ; tandis que les glaces, aux deux côtés de la vitrine, par un jeu calculé, les reflétaient et les multipliaient sans fin, peuplaient la rue de ces belles femmes à vendre, et qui portaient des prix en gros chiffres, à la place des têtes.“ Siehe: Zola, 1883. S. 9.

<sup>122</sup> Z.B. der Stoff ‚Paris-Bonheur‘, mit dem die Kundinnen zunächst verführt und dann süchtig gemacht werden. Vgl. zu Marketingstrategien: Adam, 1993. S. 95 ff.

<sup>123</sup> erst 1864 folgte dann das Kaufhaus *John Lewis* in London.

Transports vorangetrieben. Mit ihr vollzog sich nicht nur die sukzessive voranschreitende in alle Schichten der Gesellschaft eindringende sondern eine grundsätzliche Veränderung im Kaufverhalten der Frauen des Bürgertums. War die Hausfrau bisher bestrebt, das für die Familie Notwendige zu günstigen Preisen zu erstehen, ließ sie von nun an mehr und mehr ihren Begehrlichkeiten freien Lauf, die das Kaufhaus durch gezielte Maßnahmen in ihr geweckt hatte. Dazu gehören eine neue Kunst der Schaufensterdekoration, die Schaffung einer Atmosphäre der Gastlichkeit und des Komforts (wie auch anhand der Kataloge zu den Weltausstellungen erkennbar, die in Bezug auf die Marketingstrategien ähnlich funktionierten, gewannen spezielle Erfrischungsangebote und Ruhezonen (im Bonheur des Dames beispielsweise der Lesesaal mit den Zeitschriften und dem gestellten Briefpapier sowie die jährlich wiederkehrenden Ausstellungen darin) rasant an Bedeutung). Man erkannte, dass es sich lohnte, in das Wohlbefinden des visuell überreizten Kunden zu investieren. Auf diese Weise gelang das, was Zola in seinem Roman unter dem Stichwort der ‚Ausbeutung der Frau‘ zusammenfasst:

„Die Frau war es, die sich die Firmen durch die Konkurrenz einander streitig machten, die Frau, der sie durch die billigen Gelegenheitskäufe ständig Fallen stellten, nachdem sie ihr durch die Auslagen den Kopf verdreht hatten. Sie hatten in ihren Sinnen neue Gelüste erweckt, stellten eine ungeheure Versuchung dar, der sie unvermeidlich erlag, indem sie sich zunächst zu Einkäufen einer sparsamen Hausfrau verleiten ließ, dann von der Gefallsucht bestochen und schließlich verschlungen wurde. Dadurch, dass man den Absatz verzehnfachte, den Luxus in die Massen trug, wurden die Modewarenhandlungen zu einem furchtbaren Agenten des Aufwands, richteten die Haushalte zugrunde, arbeiteten mit der jähren Wirkung der Modetorheiten, die immer kostspieliger wurden.“<sup>124</sup>

Eine zeitgenössische Studie belegt die Behauptungen Zolas - darin finden sich seitenlange Berichte über Diebstähle von Frauen aus der Bourgeoisie, die Bänder, Spitzen, Handschuhe und Seidenstoffe gestohlen hatten.<sup>125</sup>

In den vormodernen Gesellschaften diente die Mode vor allem den gehobenen Schichten dazu, sich von den niederen abzusetzen, wobei eine strenge Kleiderregelung den Zugehörigen der unteren Klassen das Tragen

---

<sup>124</sup> Zola (dt. Fassung), 2007. S. 100.

<sup>125</sup> Vgl. Bürger, 2005. S. 54.

bestimmter Stoffe, Farben und Kleider untersagte. Das Bedürfnis nach Distinktion bestand nach der Aufhebung dieser Kleiderordnungen und der Eröffnung der großen Warenhäuser selbstverständlich fort und wurde nun mittels der bereits erwähnten Haute Couture sichergestellt. Aus dem ‚Schneider‘ wurde der ‚Modeschöpfer‘, der für seine ‚Kreationen‘ einen wahrhaft artistischen Anspruch erhebt: So behauptete Charles Worth von sich: „Ich bin ein großer Künstler, ich habe die Farbe von Delacroix und ich komponiere. Ein Kleid kommt einem Bild an Wert gleich.“<sup>126</sup> Auch Edmond de Goncourt versucht wie Zola auf literarische Weise, dem visuellen Effekt der Kleidung nachzuspüren, wenn er in *Chérie* den Modemacher mit einem Bildhauer vergleicht. Er beginnt mit einem Besuch im Atelier des Meisters, der die Körperformen der Protagonistin lange mit ernstem Blick mustert, um dann ihre Balltoilette zu entwerfen: „Alles in Tüll. [...] für ein junges Mädchen gibt es nur den Tüll [...]. Plissiertes Mieder mit vier Reihen Rüschen um das Dekolleté [...] ja, etwas Schwanenhaftes, wo der Stoff die Haut berührt.“<sup>127</sup> Auf den ersten Besuch der Kundin folgen endlose Anproben, bei denen das Kleid dem jungen Mädchen im wahrsten Sinne des Wortes auf den Leib geschneidert wird, erst von der Korsettmacherin, dann von der Rocksneiderin. Erst als alles fertig zu sein scheint, tritt der *grand couturier* erneut in Erscheinung: Mit einigen geschickten Handgriffen verändert er hier den Fall des Kleides, zupft dort den Stoff effektiv zurecht und umgibt die Achseln der jungen Pariserin mit einer Art weißem Vogelflügel. Goncourt vergleicht das Werk des Meisters mit der Suche eines Bildhauers nach der idealen Form einer Skulptur. Damit nicht genug offenbaren viele einschlägige Publikationen der Zeit, dass man sich auch als Privatperson zur Geschmacksbildung an die Kunst wenden sollte.

## 5.2. Ästhetische Impulse für den Hausgebrauch

Mit der Betonung der Individualität durch das aufsteigende Bürgertum entwickelte sich zunehmend das Bedürfnis, die Kleiderfarben der eigenen

---

<sup>126</sup> Simon, 1995. S. 128.

<sup>127</sup> Goncourt, 1884. S. 138. Übersetzung Bürger, 2005. S. 54.



Persönlichkeit anzupassen und mit ihr in Einklang zu bringen.<sup>128</sup> Die Farbpalette, die über die Jahrhunderte immer reichhaltiger geworden war, war ein Grund dafür, die Inhalte der Farbsymbolik und Farbharmonie neu zu überdenken. Künstler und Kunsttheoretiker formulierten seit dem Beginn des Jahrhunderts Ratgeber für den ‚richtigen‘ Umgang mit der Farbe in der Kleidung, aber auch in anderen Lebensbereichen, wie etwa der häuslichen Sphäre oder den Gartenanlagen. Im Gegensatz zur physikalischen Farbenlehre konzentrierten sich diese Überlegungen auf die ästhetischen und moralisch-sittlichen Aspekte und Wirkungen der Farben. In Schriften mit Titeln wie *Die Farbenharmonie in der Damen-Toilette*<sup>129</sup> oder *Versuch einer Ästhetik der Toilette oder Winke für Damen sich nach den Grundregeln der Malerei geschmackvoll zu kleiden*<sup>130</sup> erfuhr man, auf welche Art man mit seiner Person einen harmonischen Gesamteindruck vermittelte. Dem Bürgertum fehlte der routinierte Umgang mit Farben, wie ihn die Aristokratie mit den raffinierten Farbzusammenstellungen der Rokokomode gewohnt war, deshalb stießen die zitierten Ratgeber auf fruchtbaren Boden und leisteten ihren Beitrag zur Ausbildung einer spezifisch bürgerlichen Ästhetik der Toilette. Dies muss als dringende Notwendigkeit gegolten haben, denn der Stellenwert der Farbe wird allorts betont: „In der Wahl unserer Toilette ist die Bedeutung der Farbe eine ganz besonders große, und wir alle wissen, dass kein anderer Verstoß im Putzzimmer eine solche Gefahr für unsere Erscheinung ist, als einer – gegen die Lehre der Farbe.“<sup>131</sup> Durch das Aufkommen der synthetischen Farbstoffe wurden die Anleitungen die Farbwahl betreffend immer umfangreicher. War Goethe noch mit wenigen Absätzen ausgekommen, um das komplizierte Zusammenspiel von Kleider- und Gesichtsfarben oder die Wahl für eine bestimmte Altersstufe zu erläutern, benötigten die Autoren der zweiten Hälfte des Jahrhunderts wesentlich mehr Raum. Sie fertigten Tabellen und Auflistungen an, um eine Typenlehre des weiblichen Geschlechts zu generieren, bei der jedem Typus „in Übereinstimmung mit den Farben des Teints, der Haare und der Augen

---

<sup>128</sup> Vgl. Müller, 2003. S. 215 ff.

<sup>129</sup> Schröder, Severin: *Die Farbenharmonie in der Damen-Toilette*. Wien, 1897.

<sup>130</sup> Müller, Ernst: *Versuch einer Ästhetik der Toilette oder Winke für Damen sich nach den Grundregeln der Malerei geschmackvoll zu kleiden*. Leipzig, 1805.

<sup>131</sup> Sydow, 1879. S. 106.

entsprechende Farbtöne und –nuancen zugeordnet wurden.“<sup>132</sup> Auch Hinweise bezüglich der Wirkung von Musterungen auf die Körperformen und die Berücksichtigung des künstlichen Lichtes auf Kleider- und Körperfarben wurden thematisiert. Insbesondere Alter und Anlass waren von größter Wichtigkeit bei der Farbwahl der Garderobe, sodass Bemerkungen wie die folgende nicht verwundern:

„Wie im Leben jeder Frau, so kommt auch für dich die Zeit, in der Veilchenblau dich besser kleidet als Rosenrot. Das ist eine Thatsache, die du wohl beherzigen mußt. Du darfst als Frau über 40 Jahre weder Rosa noch Himmelblau mehr tragen, dafür stehen dir Goldgelb und Violett, ferner sämtliche dunkle oder unausgesprochene und gemischte Farben zur Verfügung. Reines Weiß ist nicht nur für junge Mädchen, welche das Leben mit seinen Leidenschaften noch vor sich haben, sondern auch für alte Damen, welche beides hinter sich haben, kleidsam.“<sup>133</sup>

Um das Auge für den guten Geschmack zu trainieren, empfahl das Magazin *L'Art de la mode* seinen Leserinnen, einmal im Monat das Atelier eines Malers zu besuchen, um ihren Sinn für Linie und Farbe zu schärfen.

Indem das Vokabular des modernen Lebens mehr und mehr ein Bewusstsein für Ästhetik und Textur reflektierte, änderte sich selbst die Position des Künstlers, da sich auch in der Kunst die Wichtigkeit der textilen Wirkung erhöhte. Auch der Porträtist musste sich der Tageszeit, dem Lichteinfall und der Kombination der Kleidung und des Settings weitaus mehr beugen als zuvor. Das straffe Band, das zwischen äußerer Präsentation und Person selber bestand, lässt sich nachvollziehen, wenn wir einen Blick auf ein Zitat aus Henry James' *Portrait of a Lady* (1881) werfen. Madame Merle bemerkt darin: „I know a large part of myself in the clothes I choose to wear. I've a great respect for THINGS! One's self – for other people – is one's expression of one's self; and one's house, one's furniture, one's garments, the books one reads, the company one keeps – these things are all expressive.“<sup>134</sup>

Dass Geschmack keine Frage einzelner Aspekte war, sondern das ‚große Ganze‘ zusammenführte und alle Bereiche gleichermaßen tangierte, beweisen extreme Positionen, wie sie etwa James Abbott McNeill Whistler einnahm. Der Künstler Jaques-Émile Blanche berichtete von einem Lunch in

---

<sup>132</sup> Breuss, 1991. S. 101

<sup>133</sup> Franken, 1891. S. 29.

<sup>134</sup> James, 1997. S. 93.

Whistlers Studio in der Tite Street im Juni 1882, als das Thema blau und gelb hieß und „all the ladies wore a little yellow or a little blue to match the colours of the dining room.“<sup>135</sup> Whistlers Anspruch, das Kunsthandwerk aufzuwerten, war Anlass genug, eine ganzheitliche Harmonie zwischen den angewandten Künsten anzustreben. „Every room was an arrangement and every sitter had to fit in.“<sup>136</sup>

### 5.3. Harmonie als höchstes Ziel der Kunst

Dass auch John Everett Millais ein ähnliches Verhalten wie Whistler an den Tag legte, lässt sich bei einer näheren Analyse der bereits besprochenen Modelle in Bezug auf ihren Umraum ermessen: Die Armstrong-Schwwestern in *Hearts are Trumps*, die Millais eigenhändig ausstaffiert hatte, verhalten sich absolut stimmig zu dem Ort, an dem sie sich befinden. Wie bereits an früherer Stelle verdeutlicht, sehen wir die Protagonistinnen in einem privaten Rahmen, möglicherweise in einem Spielzimmer, einem Salon, der im linken Bildfeld in einen Wintergarten überzugehen scheint. Die exotischen Pflanzen, der chinesische Paravent, das Intarsientischchen und das Porzellan sind harmonisch zusammengefügt und ergänzen einander in ihren exotistischen Impulsen. Die Schwestern, ganz den Ratschlägen der Farbtabelle für junge Damen gehorchend, sind in helle Pastelltöne und ein kräftigeres Rosarot gekleidet. Der Schnitt ihrer Kleider verrät, dass es sich um Empfangskleider handelt, die üblicherweise zu Hause getragen wurden. Das weitere angeführte Bild, das die Portraitierten in einem Innenraum präsentiert, ist, wie sich der Leser erinnern wird, ‚*Leisure Hours*‘. Hier gehen nicht nur die Farben der Kleider eine Symbiose mit dem Dekor des Raumes ein – die Kombination der Farbtöne Dunkelrot, Dunkelgrün und Gold erwecken im Betrachter ein warmes Gefühl, das von Millais sicherlich beabsichtigt ist, da es das kindliche Bedürfnis der Geborgenheit widerspiegelt. Beim Anblick der zwei Mädchen drängen sich automatisch Assoziationen literarischer Erzählungen auf, man ist geneigt, sich die Kinder beim Zuhören von Dickens’ *A Christmas Carol* oder einem ähnlichen Werk vorzustellen. Der ursprüngliche Hängungsort des

---

<sup>135</sup> Blanche an seine Mutter. Zitiert in: Weintraub, 1974. S. 271.

<sup>136</sup> Pennell, 1921. S. 301.

Gemäldes in der Pender-Familie ist uns glücklicherweise durch eine Fotografie des mutmaßlichen Esszimmers in der 18, Arlington Street, Piccadilly, überliefert. In jenem Speisezimmer hing das Bild der zwei Töchter mittig über dem Kamin und fungierte somit als Blickfang der zentralen Aufmerksamkeit. Abgesehen von der Farbwahl sind auch die dargestellten Materialien aufeinander abgestimmt. Der schwere, flauschige Samt der Kleidchen erscheint ebenso plüschig wie der dunkelgrüne Teppich, auf dem die Mädchen liegen. Selbst die Linien korrespondieren miteinander, angefangen vom Rund des Goldfischglases, den Glockenröcken und Puffärmeln über die geschwungene Ornamentik des Paravents stört keine spitze oder eckige Form das Auge. Das Gesamtkonzept von *Hearts are Trumps* und *Leisure Hours* bezieht seine Ästhetik daraus, dass die Dargestellten sich in einer Art Hortus Conclusus befinden und ihrer Umgebung gänzlich angepasst sind.

Die Thematik des geschlossenen Raumes wird bei *The Marchioness of Huntly* allerdings aufgebrochen und in einen weiteren Kontext gestellt. Es ist von der Forschung bislang ignoriert worden, dass das Portrait der Amy Cunliffe-Brooks Gordon zweifellos eine große Ähnlichkeit mit François Bouchers Portrait der *Madame de Pompadour*<sup>137</sup> (Malerei Abb. 9) aufweist. 1759 ließ sich die Mätresse Ludwigs XV. in einer für die Hauptzeit des Rokoko typischen lachsfarbenen *Robe à la française* aus Seidentaft darstellen. Locker steht die zu jenem Zeitpunkt bereits nur noch platonische Freundin des Königs an den Sockel einer links neben ihr stehenden Skulptur gelehnt. Deren Thema lautet *Freundschaft, die die Liebe tröstet*<sup>138</sup>, und verweist auf die Thematik der Bildserie, die die Pompadour bei Boucher in Auftrag gab und deren Sujets allesamt um die Topoi Freundschaft und Treue kreisen. Dass Millais mit der Darstellung der Marchioness of Huntly die Mme de Pompadour zu spiegeln scheint, wird besonders deutlich, wenn man sich auf einen Ausschnitt Bouchers konzentriert. Angefangen von der imitierten Echelle (einer Leiter aus übereinander angeordneten Schleifen, die den so genannten Stecker, den Brustlatz, der Pompadour bedeckt), die ebenso Amy Gordon schmückt, vergegenwärtigen auch die Rüschen, die seitlich den

---

<sup>137</sup> Boucher, François: *Madame de Pompadour* (1759), Öl auf Leinwand, 91 x 68 cm, The Wallace Collection, London.

<sup>138</sup> Hier wird die Erinnerung an Jean-Baptiste Pigalle hervorgerufen.

vorderen Teil des Kleides zieren, die Unterteilung der Robe in Manteau (Überkleid) und Jupe (darunter liegender Rock), wie sie im 18. Jahrhundert üblich war.<sup>139</sup> Sogar auf die Schmuckstücke wird rekurriert: So tragen beide, Engländerin wie Französin, ein Halsband, ein Armband, Ohrringe und eine Haarzierde. Selbst ein zierliches Füßchen lugt spiegelverkehrt unter dem Rock hervor und beide Figuren sind von einer üppigen Flora umgeben.<sup>140</sup> In formaler Hinsicht jedoch lassen sich auch einige Unterschiede bemerken: Während die Mätresse Ludwigs XV. kokett den Betrachter fixiert und eine äußerst lässige Pose einnimmt, gibt sich Amy Cunliffe-Brooks Gordon reservierter, bescheidener und deutlich bürgerlich mit ihrem in die Ferne schweifenden Blick und der geraden Haltung. Auch in der Auffassung des Schauplatzes differieren die zwei Darstellungen deutlich, ja es ist ein völlig unterschiedliches Konzept des floralen Raumes zu erkennen. Wie bereits zuvor ausführlich beschrieben, ist der Raum, in dem sich die Gattin des Marquess of Huntly befindet, ein Gewächshaus. Da dergleichen bauliche Konstrukte erst ab dem Beginn des 19. Jahrhunderts aufkamen, muss es sich bei der Boucher'schen Version um einen tatsächlichen Garten handeln. Erstaunlicherweise ist die Mme de Pompadour jedoch nicht, wie man vermuten könnte, gekleidet, um auszugehen. Weder wird ihre Haut von einem Schirm geschützt, noch trägt sie Hut, Fichu, Schürzchen oder Handschuhe. Die einzige Erklärung, die sich für diesen Umstand findet, liegt im höfischen Verständnis (jedenfalls im absolutistischen Verständnis) des Gartens als Fortführung des repräsentativen Raumes. Die Darstellung der Freundin des Herrschers in dieser eigentlich der häuslichen Sphäre vorbehaltenen Weise ist nur denkbar, wenn man zugrunde legt, dass der höfische Garten als zugehörig zum strukturierten Kosmos höfischer Repräsentation galt, die sich ausgehend von den Räumen des Königs entfaltete. Das Argument wird untermauert, wenn man bedenkt, dass das Rokoko eine große Vorliebe für das Artificielle hegte und nicht davor zurückscheute, aus dem Natürlichen das Unnatürliche zu machen.<sup>141</sup> Ein Beispiel dafür finden wir in der *Mme de Pompadour*. Die Seidenrose am

---

<sup>139</sup> Zur Übersicht der genannten Objekte: Vgl. Hart und North, 1998.

<sup>140</sup> Obgleich sich im Gegensatz zum Conservatory der Marchioness of Huntly im Garten der Pompadour offenbar einheimische Pflanzen befinden.

<sup>141</sup> Vgl. Raht, 1981. S. 52 f.

Ausschnitt der Mätresse steht im Kontrast zu den realen Rosen, die im Bildvordergrund liegen.<sup>142</sup> Allein dieser kleine Aspekt beweist, dass hier ganz zeittypisch – ein wenig salopp formuliert - das ‚Innen nach Außen‘ geholt wird. Ein anderes Konzept wird bei der *Marchioness of Huntly* gezeigt: In Opposition zur Pompadour befindet sich Gordon tatsächlich in einem Innenraum, trägt jedoch eine Toilette, die als so genanntes ‚Tageskleid‘ für den Ausgang bestimmt war.<sup>143</sup> Wie bereits in Bezug auf die Weltausstellungen angeklungen ist, wurde im Glashaus die weite Welt zusammengefasst, begehbar und überschaubar gemacht. Die Projektion findet also diametral zur Auffassung des 18. Jahrhunderts statt: Anstelle der Innen-Außen Verschiebung wird bei Millais die Überführung des Außen nach Innen evident. Die Logik der Vereinbarkeit von Kleidung und Umgebung ist folglich einmal mehr durch den in seiner Kunst durch und durch ästhetisch wie rational argumentierenden Millais erhalten geblieben.

Im Gegensatz zu den zuvor besprochenen Gemälden befinden sich die Figuren in *Twins* nicht in einem wie auch immer gearteten Innenraum, sondern sie stehen in Relation zu einem exterioren Schauplatz. *Twins* wirkt auf seine Weise ebenso stimmig wie *Hearts are Trumps*, ‚*Leisure Hours*‘ und *The Marchioness of Huntly*, weil die Aufmachung Kate und Grace Hoares eines Außenraumes bedarf, um plausibel zu sein. Die Harmonie, die in all diesen Bildern von der Hand Millais‘ erzielt wird, ist nicht nur eine Frage der korrespondierenden Farbwahl, sondern sie manifestiert sich eben auch in narrativer Hinsicht. Das Gemälde der Zwillinge ist frappierend: Die an sich wenig repräsentative rustikale Kleidung der jungen Frauen, ihre steife Haltung, die Wahl des Malers, das Portrait als Kniestück auszuführen, sowie der gedrängte Hintergrund evozieren unweigerlich den Gedanken an die Fotografie des 19. Jahrhunderts, die in großer Menge in fast identischer

---

<sup>142</sup> Aus zeitgenössischen Quellen ist bekannt, dass Seidenblumen echten Blüten vorgezogen wurden. Vgl. Suoh, 2005. S. 27.

<sup>143</sup> Vgl. Iwagami, 2005. S. 232. Einschränkend sei gesagt, dass Amy Cunliffe-Brooks Gordon auf Schirm und Hut verzichtet. Allerdings ist dies auch der Fall in Claude Monets Gemälde *Frauen im Garten* (1866), auf dem die drei Damen ganz ähnliche Toiletten tragen wie die Marchioness of Huntly. Bei Monet ist eine sitzende Figur von einem Sonnenschirm bedeckt, eine weitere trägt einen Hut, doch ist eine dritte spazierende Figur gänzlich ungeschützt. Dass die Marchioness ohne weitere modische Accessoires auskommt, dürfte an der Beschäftigung mit dem Blumenkorb liegen, die das Tragen anderer Gegenstände verhindert. Zu guter Letzt dürfte in einem Conservatory aufgrund der hohen Pflanzen keine direkte Lichteinstrahlung - folglich eine Bräunung der Haut – zu befürchten gewesen sein.

Weise Ansichten der Zeitgenossen verbreitete.<sup>144</sup> (Graphik/Fotografie Abb. 5) Aufgrund des verhältnismäßig kostengünstigen Verfahrens war es üblich, sich mehrfach in unterschiedlichen Garderoben ablichten zu lassen (d.h. nicht nur in formellen Toiletten), um sich möglichst facettenreich zu präsentieren.<sup>145</sup> Ursprünglich als *Carte-de-Visite*-Verfahren bekannt geworden, dienten jene Aufnahmen dazu, Portraitfotografien von sich an Verwandte und Freunde zu verteilen, die diese dann in speziellen Sammelalben aufbewahrten.<sup>146</sup> Wie bereits zuvor zitiert schrieb der Daily Telegraph 1871 über *Twins*:

„[t]hey are facially, of course, wonderfully alike, yet the rare skill of the painter has succeeded in giving to each twin a marked and distinctive individuality, [...] one graceful brunette stands ‚at ease‘, her head and neck in complete and charming repose; while the other stands at ‚attention‘, erect, alert, and in full nervous and muscular mobility.“<sup>147</sup>

Ebenfalls bereits an früherer Stelle herausgestellt, handelt es sich bei dieser Einschätzung eben nicht um eine Charakterisierung der Modelle, sondern um die Beschreibung der individuellen Gesichtsausdrücke. Insbesondere die rechts stehende Schwester trägt einen ähnlich gequälten Blick zur Schau, wie er so oft auf zeitgenössischen Fotografien zu beobachten ist – nur allzu oft können diese Zeitzeugnisse kaum verbergen, dass man angespannt darauf wartete, die lange Belichtungszeit möge endlich ein Ende nehmen und man dürfe sich wieder bewegen. Der Betrachter fragt sich unvermittelt, ob sich hinter den jungen Frauen nicht tatsächlich Kopfstützen befinden, die in der Regel den Kunden in Fotoateliers zur Verfügung gestellt wurden, um ihnen andauernden Halt zu verleihen.<sup>148</sup> Die Ähnlichkeit zwischen Millais' Werk und der Portraitfotografie ist nicht unbedingt erstaunlich, wenn man die uns überlieferte Vorliebe Kate Hoares für fotografische Techniken einbezieht. Sie besaß ein außergewöhnlich wertvolles, vermutlich von ihr selbst angelegtes Album, das sich heute im Victoria and Albert Museum befindet und das

---

<sup>144</sup> Für Portraitfotografien wurden in der Regel dunkle Garderoben getragen, da die Kamera helle Stoffe wesentlich weniger scharf reflektierte.

<sup>145</sup> „En effet, en 1862, on pouvait avoir 25 copies de deux poses pour 30 francs, 60 copies de trois poses pour 50 francs et 100 copies des quatre poses pour 100 francs.“ Tétart-Vittu, 2008. S. 152. Außerdem vgl. Holschbach, 2006. S. 176 ff.

<sup>146</sup> Vgl. Tétart-Vittu, 2008. S. 152.

<sup>147</sup> *Daily Telegraph*, 1 May 1878. Zitiert in: Warner, 1999. S. 209.

<sup>148</sup> Vgl. Schambach, 1996. S. 79 ff.

Albuminfotografien in Collagenform auf Aquarellhintergrund beinhaltet.<sup>149</sup> Ein mehr oder minder ausgeprägtes Bewusstsein bildmedialer Konditionen dürfen wir bei den Zwillingsschwestern demnach wohl voraussetzen, sodass die Verbindung der Medien durchaus kein Zufall sein wird. Für unsere Fragestellung jedoch ist vielmehr interessant, dass die frappierende, statische Bildparallelität von *Twins* in Verbindung mit den durch und durch zeittypischen Gesichtern zwar eine harmonische Gesamtkomposition erzielt, diese Harmonie allerdings Gefahr läuft, langweilig zu wirken, weil sie für den geschulten Betrachter unserer Zeit so überaus konventionell erscheint. Dennoch muss das Gemälde zu seiner Entstehungszeit die Bildansprüche des Publikums befriedigt haben, was durchaus einleuchtet, wenn man sich vor Augen hält, dass der Blick des Betrachters des späteren 19. Jahrhunderts in zweierlei Hinsicht in Bezug auf die Kongruenz der Accessoires und Requisiten mit dem Umraum trainiert war. In bildmedialer Hinsicht war der Zeitgenosse neben den Fotografien auch von Modekupfern, die durch einschlägige Journale verbreitet wurden, geschult, die im Laufe der Jahre einen immer höheren Wert auf den Bezug zwischen Modevorbild und dem Anlass legten, um den Verwendungszweck der Kleidung zu illustrieren (Graphik/Fotografie Abb. 6).<sup>150</sup> In der Zeit um 1870, die als Klimax der Modeillustrationen gilt, findet man häufig fast genrehafte Kompositionen, die in der Regel mehransichtig bis zu fünf Kleider vor einer vage angedeuteten Kulisse von Parkanlagen, Uferpromenaden, Straßen, Ballsälen, Boudoirs und mitunter sogar Kunstgalerien zeigen.<sup>151</sup> Zum anderen wurde die Repräsentation in Form von Kleidung in so hohem Maße kultiviert und im Bewusstsein verankert, dass sich Regeln der Gewandung für den Morgen, für den Nachmittag (unterschieden in die Garderobe für einen zu Hause verbrachten oder aber in die Toilette für einen nachmittäglichen Besuch), für

---

<sup>149</sup> Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 117.

<sup>150</sup> Der Reihenfolge nach erschienen das Magazin *Queen* (1861), *Lady's Pictorial* (1881-1921) *The Lady* (1885) und zeitgleich *The Gentlewoman* in Großbritannien. Vgl. Flint, 1999. S. 194 f.

<sup>151</sup> Vgl. Mayerhofer-Llanes, 2005. S. 215-216. Der Korrektheit halber muss gesagt werden, dass auch Illustrationen existieren, in denen Umgebung und Kleid nicht deckungsgleich sind. Dennoch überwiegt die Zahl derjenigen Darstellungen, in denen der Logik Rechnung getragen wird, deutlich. Ausgewertet worden sind folgende Quellen: Vgl. Blum, Stella: *Victorian Fashions & Costumes from Harper's Bazar* (1867-1898). Mineola, 1974.

Vgl.: Shep, R.L.: *Civil War Ladies: Fashions and Needle-Arts of the Early 1860's. Primary Source Material from Peterson's Magazine 1861 and 1864*. Mendocino, 1987.

Vgl. Blum, Stella: *Fashions and Costumes from Godey's Lady's Book*. New York, 1985.

Vgl. Belanger Grafton, Carol: *Victorian Fashions. A Pictorial Archive*. Mineola, New York, 1999.



den Abend (wiederum die Einteilung zwischen zu Hause und aushäusig) für Bälle, für Theater oder Oper, zum Reisen, für Sommeraktivitäten, für Sport, wie auch für spezielle rites de passage wie der Taufe, Hochzeiten oder der Trauer etablierten.<sup>152</sup> Der Kanon der zu beherrschenden Nuancen der Garderobe war von allerhöchster Wichtigkeit, insbesondere für die wohlhabende aufsteigende Gesellschaft, da eine Missachtung der sozialen Codes immer die Gefahr des Falls in der sozialen Hierarchie barg.<sup>153</sup> Die angemessene Kleidung wurde von vielen Frauen<sup>154</sup> als Rüstung und Waffe empfunden, um die Unwägbarkeiten des sozialen Lebens zu meistern.<sup>155</sup>

#### 5.4. Die Interdependenz von Kunst und Mode – für die Zeitgenossen selbstverständlich

Dem heutigen Leser wird es verwunderlich erscheinen, wie außerordentlich eng Kunst und modischer Konsum in den späten Dekaden des 19. Jahrhunderts miteinander verquickt waren. Zum einen mag dies in der Trennung der ‚ästhetischen‘ Disziplinen am Ende des 19. Jahrhunderts begründet liegen, nach der fein säuberlich in Fachbereiche wie Kunstgeschichte, Soziologie, Anthropologie, Volkskunde etc. getrennt wurde und nach der nur noch selten interdisziplinär übergreifende Analysen die Interdependenzen zwischen Mode und Ästhetik herausstellten. Dem entgegengesetzt sei bemerkt, dass die großen Kunsttheoretiker des 19. Jahrhunderts – nur einige wenige wie etwa Charles Baudelaire, Charles Blanc, Emile Zola, Friedrich Theodor Vischer, Georg Simmel oder Walter Benjamin sollen exemplarisch genannt werden – befassten sich allesamt mit

---

<sup>152</sup> Vgl. Boehn, 1912. S. 113 ff. Boehn berichtet u.a. von bürgerlichen Damen, die bei einem Aufenthalt von sechs bis acht Wochen in Kurorten wie Baden-Baden nie mehr als zweimal das gleiche Kleid trugen.

Vgl. Galassi, MacDonald, Ribeiro, 2003. S. 22.

<sup>153</sup> Wunderbar illustriert wird der ständig drohende Fall in der Gesellschaft von dem französischen Zeitgenossen Millais', James Tissot. In seinem Gemälde *Too Early* etwa sehen wir eine offenbar sozialinkompetente Familie mit zwei unverheirateten Töchtern, die zu früh zu einem Ball erschienen sind und nun durch ihr unbeholfenes Verhalten sowie ihre auffällige Kleidung eine unangenehme und lächerliche Disharmonie verströmen.

<sup>154</sup> Die Kleidung der Herren, so Max von Boehn, gehe in der Tendenz „sichtlich darauf aus, den Mann in erster Linie unauffällig zu kleiden, er soll und will unpersönlich in der Menge verschwinden.“ Boehn, 1912. S. 119.

<sup>155</sup> Vgl. Galassi, MacDonald, Ribeiro, 2003. S. 23.

dieser Verknüpfung und haben darauf verwiesen, dass die Ausbildung einer spezifischen Ästhetik der Moderne entscheidend von den Impulsen der Mode geprägt wurde. Während sich die Abhandlungen über Mode (speziell Modegraphik, Karikaturen u.ä.) im 19. Jahrhundert in der Regel dem Bereich der Kunstkritik zurechnen lassen (sie zeichnen sich durch eine reflexive Positionierung zu dezidiert zeitgenössischen Entwicklungen aus) und höchst selten der Kunstgeschichte unterstellt sind (deren Ziel eher das retrospektiv geleitete Interesse einer methodischen Analyse und Einordnung von Kunst zu eigen ist), hat sich unsere heutige Herangehensweise an modische Belange im 19. Jahrhundert drastisch verändert.<sup>156</sup> Aufgrund der offensichtlichen Historizität der Kleidung des 19. Jahrhunderts wird diese aus heutiger Perspektive häufig für ein ikonologisch-ikonographisch motiviertes ‚Kunst-Rekapitulieren-Wollen‘ verwendet. Dabei werden in der Regel modische Details lediglich auf ihre Datierungsrelevanz analysiert<sup>157</sup>, höchst selten jedoch als Zeitphänomen wissenschaftlicher Auseinandersetzung erkannt, das untrennbar mit dem Selbstverständnis und dem alltäglichen Leben der damaligen Gesellschaft verbunden war. Die in mancherlei Hinsicht fatale Scheidung der Modeforschung<sup>158</sup> von der ‚seriösen‘ Kunstwissenschaft, der sie, wenn überhaupt, höchstens untergeordnet wird, hat dazu geführt, dass sich ihr Ruf als ‚Frauendisziplin‘ manifestieren konnte. Die von vielen heutigen Forschern scheinbar als zu gefällig empfundene Quellenmasse wird bevorzugt in einen rein populärwissenschaftlichen Kontext gestellt und man belächelt des Öfteren ihre wissenschaftliche Relevanz. Dies ist eine völlig gegensätzliche Entwicklung zur Begründungsphase der theoretischen Reflexion über Mode und Kunst im späteren 19. Jahrhundert. Charles Baudelaire behauptet, eine seiner wegweisendsten Ideen beim Betrachten alter Modegrafiken entwickelt zu haben. Er sah im konstanten Wandel der Mode die Übereinstimmung mit den tiefen Überzeugungen der jeweiligen Epoche gespiegelt. Diese Annahme führte ihn zu der Erkenntnis, die seither

---

<sup>156</sup> Zum Verhältnis von Kunstgeschichte, Kunsttheorie und Kunstkritik vgl. Germer, Kohle 1991, S. 295.

<sup>157</sup> Das jüngst (2008) mit dem Ruth Bleckwenn-Preis ausgezeichnete Buch Philipp Zitzlspergers *Dürers Pelz und das Recht im Bild – Kleiderkunde als Methode der Kunstgeschichte* unternimmt einen solchen Versuch, unterbreitet nämlich aufgrund einer kostümgeschichtlichen Analyse den Vorschlag, die Datierung von Dürers Selbstbildnis von 1500 in Frage zu stellen. Vgl. Zitzlsperger, 2008.

<sup>158</sup> Ich entscheide mich bewusst für den Namen *Modeforschung* im Gegensatz zu *Kostümforschung*, da letzterer Begriff weniger stark die temporäre Gebundenheit und den dynamischen gesellschaftlichen Wandel impliziert.

immer wieder Künstler, Literaten und Philosophen fasziniert hat: Ausgehend von der Annahme, dass die Vergangenheit für uns nicht nur als Träger der Schönheit, die der Künstler ihr zu entnehmen wusste, für den sie die Gegenwart bedeutete, sondern auch als Vergangenheit ihres historischen Wertes wegen (,comme passé, pour sa valeur historique') von Wichtigkeit ist, folgert er, dass es sich mit der Gegenwart ebenso verhalten müsse, da auch sie für uns die ,wesentliche Qualität des Gegenwärtigen' (,qualité essentielle de présent') habe.<sup>159</sup> Auch wenn dies zunächst tautologisch klingt, meint es doch etwas Spezifisches: Wenn es möglich ist, dasjenige, was uns an der Vergangenheit am signifikantesten erscheint, deswegen zu benennen, weil es aus unserer Welt verschwunden ist, müsste es ebenso zu erreichen sein, dasjenige in der Gegenwart auszumachen, was nur dieser zugehörig ist. Dementsprechend hätte mitnichten alles, was zu einem spezifischen Moment vorgefunden wird, tatsächlich die ,wesentliche Qualität des Gegenwärtigen', sondern lediglich diejenigen Phänomene, die das Außergewöhnliche der Gegenwart widerspiegeln.

Dass sich der Baudelaire'sche Gedankengang im Zuge der Beschäftigung mit Modeillustrationen herauskristallisiert haben soll, ist durchaus kein Zufall. Sein Begriff der *modernité* (Peter Bürger verweist in seinem Aufsatz *Mode und Moderne im Zweiten Kaiserreich* darauf, dass die *modernité* damals noch ein Neologismus war, denn Théophile Gautier fragte sich, ob es das Wort als Substantiv überhaupt gebe) zeugt noch deutlich von der Konnotation mit dem Wort ,Mode'. Insbesondere deshalb kennzeichnet er die ,*modernité*' als das Flüchtige, Vergängliche und Kontingente, dessen andere Hälfte allerdings das Ewige und Unveränderliche sei.

Für den Kunstkritiker liegt die Aufgabe des Malers des modernen Lebens darin: „aus der Mode das freizulegen, was diese an Poetischem im Historischen enthalten kann, das Ewige aus dem Vergänglichen herauszuziehen.“<sup>160</sup>

Peter Bürger bringt die Problematik auf den Punkt, wenn er sagt:

„Diese häufig zitierten Sätze (Baudelaires Entwurf der modernen Ästhetik, NP) verstehen sich keineswegs von selbst, da für uns Mode und Moderne nicht mehr in einem so engen

---

<sup>159</sup> Baudelaire, 1976, Bd. II. S. 684.

<sup>160</sup> Baudelaire, 1976, Bd. II. S. 694.

Zusammenhang stehen wie noch für Baudelaire. Vielmehr müssen wir uns diesen Zusammenhang erst deutlich machen, um seinen Gebrauch des Wortes voll erfassen zu können, das in den anderthalb Jahrhunderten, die uns von dem Text Baudelaires trennen, eine Fülle neuer Sinndimensionen hinzugewonnen, damit aber auch an Trennschärfe verloren hat. Auch der uns heute eher befremdende Versuch, die Kunst aus einem transitorischen und einem ewigen Moment gleichsam zusammenzusetzen, wird nur verständlich, wenn man sich verdeutlicht, dass Baudelaire den Zugang zur modernité [...] über die Mode findet und deshalb acht darauf haben muss, die moderne Kunst nicht einfach in der Mode verschwinden zu lassen. Der Begriff des „Ewigen und Unveränderlichen“ ist in seinem Text nur Statthalter eines ungelösten Problems, nämlich der Frage nach dem, was ein modernes Werk überdauern lässt.“<sup>161</sup>

Dieses Zitat verdeutlicht eine der essentiellen Fragen der Kunst des 19. Jahrhunderts: Wie konnte sich der Maler als wahrhaft moderner Künstler erweisen, ohne jedoch lediglich moderne Mode abzubilden? Emile Zola verweist eindrücklich auf die vielen Maler, die jene Gratwanderung seiner Ansicht nach eben nicht gemeistert und nur mit dem Geschmack der Masse kokettiert hätten:

„Die meisten (Maler, NP) haben sich nur an die kostbaren Garderoben großer und kleiner Damen gehalten. In all dem ist nicht das geringste Streben, wahrhaftig zu sein, und nicht der kleinste Wunsch, die Kunst durch die Behandlung der Gegenwart zu erneuern und zu erweitern. [...]. Sie schneiden ihre Leinwand à la mode zu, nichts weiter. Sie sind Schneider, deren einziges Anliegen es ist, ihre Kunden zufrieden zu stellen. Die Maler, die ihre Zeit aus tiefstem Herzen, aus ihrer tiefsten Künstlerseele lieben, verstehen die Realitäten anders. Sie sind vor allem bestrebt, den genauen Sinn der Dinge zu ergründen; sie geben sich nicht mit lächerlichem trompe l'oeil zufrieden, sie interpretieren ihre Epoche als Menschen, die diese wiederum in sich wirken fühlen [...]. Ihre Werke sind keine banalen, unintelligenten Modeerscheinungen [...]. Ihre Werke sind lebendig, weil sie diese dem Leben entnommen haben und mit all der Liebe gemalt haben, die sie für moderne Themen empfinden.“<sup>162</sup>

---

<sup>161</sup> Bürger, 2005. S. 56.

<sup>162</sup> Hansen/Herzogenrath, 2005. S. 127.

## 5.5. Zwischen Malercouturier und *Peintre de la vie moderne*

Je nach Nationalität und Temperament beschritten die Künstler gemäß ihrer Klientel unterschiedliche Wege, sich der Problematik zu stellen. Einige - unter ihnen beispielsweise James Tissot und Franz Xaver Winterhalter - entschieden sich für eine photographisch anmutende Detailgenauigkeit und riefen damit die exquisiten Toiletten ihrer Kundschaft mit penibler Akkuratheit in Erinnerung. Henry James, dem diese Art der Verewigung missfiel, äußerte anlässlich der Saison von 1877: „the taste for art in England is at bottom a fashion, a need of luxury, a tribute even [...] to propriety, not an outgush of productive power“.<sup>163</sup> Der befremdete Unterton, den James hier zeigt, steht stellvertretend dafür, dass die Überbewertung der Kleidung besonders in England ab der Mitte des Jahrhunderts von reformierten Zirkeln strikt beanstandet wurde. Die prominenteste Vertreterin dieser Bewegung, Mary Merrifield, kritisierte bereits 1854 heftig in *Dress as a Fine Art*, dass die Künstler die Mode in ihren Portraits überbetonen würden. Dies führe so weit, dass „the unfortunate victims of their fascination“ die Kleider darin kopierten, zum Nachteil ihres Familienlebens und der ökonomischen Haushaltsführung. 1878 schrieb die Romanautorin Margaret Oliphant schließlich gar in ihrem Buch *Dress* „there is now a class who dress after pictures, and when they buy a gown ask ‚will it paint?‘“.<sup>164</sup>

So erstaunt es nicht, dass die Kritik an Millais' Portrait seiner guten Freundin Luise Jopling<sup>165</sup> (Malerei Abb. 10), das der Maler als Taufgeschenk für seinen Patensohn Lindsay Millais Jopling 1879 anfertigte, insbesondere die Toilette der Dargestellten gebührend würdigte: „a dress that was universally admired [...] black, with coloured flowers embroidered on it“. Es wird fortgefahren, indem Paris als Herkunftsort der Garderobe genannt wird, die „in a flattering style, with cuirass bodice and scalloped neckline“ ausgeführt sei.<sup>166</sup> Nicht zuletzt James McNeill Whistler attestierte dem Gemälde, es sei „a superb

---

<sup>163</sup> Sweeney, 1989. S. 136.

<sup>164</sup> Oliphant, 1878. S. 4.

<sup>165</sup> Millais, John Everett: *Louise Jopling* (1879), Öl auf Leinwand, 125,1 x 76,2 cm, National Portrait Gallery.

<sup>166</sup> Jopling, 1925. S. 139.

portrait“.<sup>167</sup> Auch Whistler hatte die Künstlerin, die mehrfach in Paris und London ausstellte und 1887 eine Kunstschule für Frauen in Clareville Grove, South Kensington, eröffnete, bereits 1877 in seinem Werk *Harmony in Flesh Colour and Black*<sup>168</sup> (Malerei Abb. 11) festgehalten. Beide Maler, sowohl Whistler als auch Millais, verzichteten darauf, die Künstlerin durch ihre Profession zu charakterisieren und stellten sie schlicht als Frau dar. Während Whistler die bekannte Malerin in einer Profilansicht eingefangen hat, die den Blick insbesondere auf die flächige Wiedergabe des fleischfarbenen Tournürenkleides lenkt und damit den Gesichtszügen deutlich den Rang abläuft, sehen wir uns der Frau, die später eine namhafte Suffragette werden sollte, in Millais' Werk *face à face* gegenüber. Mit selbstsicherem und ein wenig herausforderndem Blick fixiert die Gattin von Millais' gutem Freund Joseph Jopling<sup>169</sup> den Betrachter und lässt keine Zweifel über ihr geistreiches und kluges Wesen aufkommen, aufgrund dessen Millais vielen Quellen nach zu urteilen ihre Gesellschaft besonders schätzte.<sup>170</sup> Hell hebt sich das ausdrucksstarke Gesicht vor dem flüchtig ausgeführten braunen Hintergrund ab, hoch aufgerichtet präsentiert sich die Dargestellte in einer Dreiviertelpose. Das schwarze Kleid hingegen, das mit vielfarbigen Blütenranken verziert ist, ist im Gegensatz zum fein herausgearbeiteten Antlitz sehr frei und flüchtig aufgetragen. Augenscheinlich wird nur der Schnitt der Toilette spezifiziert, der mit einigen signifikanten Pinselstrichen deutlich umrissen ist. Es mag zunächst irritieren, dass ausgerechnet jenes Kleid, das Millais doch nur angedeutet hat, solch großes Lob hervorrief. Man sollte vermuten, dass die üppigen Garderoben von Mrs. Bischoffsheim, den Armstrong-Schwestern oder auch Amy Cunliffe-Brooks, deren Kleider so suggestiv beschrieben

---

<sup>167</sup> Vgl. Brief von Whistler an Millais (24. Februar 1881). Es handelt sich um ein Antwortschreiben Whistlers auf ein Lob von Millais.

Online-Edition der Korrespondenz John Abbott McNeill Whistlers durch die Glasgow University. <http://www.whistler.arts.gla.ac.uk/correspondence>

<sup>168</sup> Whistler, James Abbott McNeill: *Harmony in Flesh Colour and Black* (1877), Öl auf Leinwand, 192,5 x 90 cm, Hunterian Art Gallery, University of Glasgow.

<sup>169</sup> Joseph Jopling war ein Aquarellmaler, der auch als Angestellter für die Fine Arts Society arbeitete und Millais dazu verhalf, dort auszustellen. 1881 unternahm die Fine Arts Society eine enorm erfolgreiche Ausstellung von 20 Werken von Millais - kuratiert wurde sie von Joseph Jopling. Obwohl von kleinem Ausmaß, zog die Ausstellung 42.830 Besucher an, nahm 2141 Pfund an Eintrittsgeldern ein und erzielte 273 Pfund Katalogeinnahmen (FAS Minute Book, July 6, 1881). Diesen Erfolg hatte Millais maßgeblich Jopling zu verdanken.

Wie eng das Verhältnis zwischen den beiden Familien war, zeigt außerdem die gemeinsame Vorliebe für ausgedehnte Jagdausflüge. Vgl. Casteras und Denney, 1996. S. 156 ff.

<sup>170</sup> Vgl. Rosenfeld, 2007. S. 118.

werden, dass man meint, sie fühlen zu können, weitaus mehr Anlass zu dieser Art Wertschätzung gegeben haben dürften. Dennoch kann es eine Erklärung für diesen Umstand geben: Da die detailgetreue Ausführung der Kleidung in zeitgenössischen Medien wie den Modekupfern und auch in den konventionellen Gemälden so stark unterstrichen wurde, wurden die Kritiker offenbar erst in dem Moment auf die Textilien aufmerksam, da sie sich nicht mehr in vollem Umfang selbst erklärten und damit als reines Beiwerk empfunden und übersehen wurden.

Abgesehen davon zeugt das Gemälde der Louise Jopling von einer Entwicklung des Malers von einem feinmalerischen präraffaelitischen Stil hin zu einem immer flächigeren, pastoserem Farbauftrag der späten Schaffensjahre. Etwa um 1875/1876 vollzieht sich ein endgültiger Wandel in seinem Werk (jedenfalls was die Portraits Erwachsener anbelangt). Die Gemälde erscheinen strenger, gleichzeitig aber auch bedeutend tiefgründiger. Die Figuren werden zunehmend (sowohl weibliche als auch männliche Modelle) vor einem nahezu durchgehend dunkelbraunen Hintergrund präsentiert, der nicht mehr einen räumlichen Rahmen vermittelt, sondern die Personen vor einem Nichtraum isoliert.<sup>171</sup> Zum einen mag dies dem Zeitgeschmack geschuldet sein, man favorisierte in den späten 1870er und frühen 1880er Jahren im Gegensatz zu den in den vorhergegangenen zwei Dekaden vorherrschenden zarten, weichen Farben und Materialien eine eher düstere Kombination für Interieurs und Garderoben.<sup>172</sup> Dies hatte in Bezug auf die Kleidung auch einen praktischen Hintergrund – die Frau führte ab den späten 1870er Jahren immer mehr ein Leben, das sich nicht mehr nur im Hause abspielte, sondern sich aktiver gestaltete. Sportliche Aktivitäten, Reisen und sogar in wenigen Fällen bezahlte Arbeit zählten nun ebenfalls zum Horizont der Damen, die ihre Garderobe den neuen Anforderungen anpassten.<sup>173</sup> Darüber hinaus galt die Farbe Schwarz als Zeichen der im Fin de Siècle so präsenten femme fatale und die Zeitgenossen waren sich einig in ihrem Lob über diese neue elegante Seite, die mit jener Farbe zum Ausdruck gebracht wurde.<sup>174</sup>

---

<sup>171</sup> Vgl. Rosenfeld und Smith, 2007.

<sup>172</sup> Vgl. Schaltenbrand Felber, 2004. S. 61.

<sup>173</sup> Vgl. Galassi, MacDonald, Ribeiro, 2003. S. 34. Übrigens ging Louise Jopling ihrer künstlerischen Tätigkeit so ernsthaft nach, dass sie lange Zeit als Hauptverdienerin der Familie galt.

<sup>174</sup> Ebd. S. 35.

6. "Millais gives us the whole man with mind and body perfect in balance, with breath in his nostrils as well as speculation in his eyes"

6.1. Der *pastose* Malstil: Anlehnung an das Aristokratische oder Ausdruck des Bürgerlichen?

In seiner physischen Intensität spiegelt das Portrait der Louise Jopling die Schaffensweise Millais' wider, die Kritiker wiederholt zu Vergleichen mit Diego Velasquez und vor allem auch Edouard Manet bewegte. Manets Darstellungen der Damen Eva Gonzalès und Berthe Morisot tragen dieselbe Unmittelbarkeit der Erscheinung in sich und bestechen durch einen ganz ähnlichen aussagekräftigen, pastosen Farbauftrag. Das Konzept der angestrebten ‚Leichtigkeit‘ der Ausführung geht auf die von Baldassare Castiglione 1528 im *Libro del Cortegiano* vom Hofmann geforderte Ungezwungenheit, ja Nonchalance im Umgang mit höfischer Etikette zurück. Die von Castiglione angeführte scheinbare Leichtigkeit benannte er als *sprezzatura*. Kunsttheoretische Relevanz erhielt die *sprezzatura* bald, indem sie den freien, ungezwungenen Pinselstrich bezeichnete. Matthias Krüger konstatiert in seiner 2007 erschienenen Dissertation *Das Relief der Farbe - Pastose Malerei in der französischen Kunstkritik 1850-1890*: „Aus dem Verhaltenskodex des Hofmanns entlehnt, ist der Begriff der *sprezzatura* jedoch zugleich mit aristokratischen Wertvorstellungen verbunden. Der Künstler, der sein Werk mit *sprezzatura* ‚adelt‘, artikuliert auf diese Weise seinen Anspruch, mehr zu sein als ein reiner Handwerker.“<sup>175</sup>

Das Konzept der *sprezzatura* vollzieht Krüger bis in die Kunstliteratur des 19. Jahrhunderts nach und verweist dabei auf ein englisches Manual aus dem Jahre 1853 von der Hand Charles Eastlakes, das sich wie folgt zum Gegenstand positioniert:

„[...] there can be no facility without abundance of colour: the brush even requires to be loaded with care, and not at random – then the ‚sprezzatura‘ or ‚bravura‘ of the hand will accomplish its task without hesitation. In some cases a single touch is absolutely requisite, and therefore requires to be in all respects right, but ‚right‘ does not mean formal, nor even neat; an accidental ‚abandon‘ is the (apparent) quality

---

<sup>175</sup> Krüger, 2007. S. 96.



to aim at, the object still being to conceal labour. In other cases touches may be repeated, but only for the sake of more impasto, for better modelling. In such instances all that is requisite is that the last and most visible work should be free.<sup>176</sup>

Jeannene Przyblysky will in ihren Untersuchungen zu Manet erkennen, dass sich im späten 19. Jahrhundert eine allmähliche Aneignung aristokratischer Wertvorstellungen durch die Bourgeoisie vollzogen haben soll. Dies überträgt Przyblysky von einer rein materiellen Ebene auch auf die Ebene der Malerei.<sup>177</sup> Matthias Krüger verweist zu Recht auf die Ambivalenz dieses Themas bei Manet und beruft sich dabei auf dessen zeitgenössische Rezeption als Bürgerschreck und Revoluzzer, der einer unverfälschten, ungeschönten Malerei anhing. Die pastose Malweise lässt sich folglich mit einem bürgerlichen Streben nach Natürlichkeit ebenso wie mit der aristokratischen Leichtigkeit vereinbaren.

Wenden wir uns erneut dem späten Werk John Everett Millais' zu, so lässt sich eine erstaunliche Symbiose der zwei Deutungskomponenten der *sprezzatura* erkennen: Zum einen griff der Maler von den Channel Islands immer stärker zum Stilmittel der *sprezzatura*, je länger er sich mit den alten Meistern, insbesondere mit seinen berühmten Vorgängern der Royal Academy, befasste. Dies beinhaltete die intensive Auseinandersetzung mit vornehmlich für die Aristokratie schaffenden Künstlern. Zum anderen avancierte er selbst zu einer Art ‚Hofmaler‘ der Middle Classes, fertigte in erster Linie die Art Portraits an, die man unter dem in diesem Falle etwas anachronistisch wirkenden Begriff ‚Standesportraits‘ zusammenfassen könnte. Die bei Millais zu beobachtende *sprezzatura* generiert sich demnach aus einer interessanten Perspektive: Angeeignet zu haben scheint sich der Künstler das technische Wissen über das diskutierte Stilmittel anhand der für die Aristokratie angefertigten Malerei, er setzte seine Kenntnis in den eigenen Werken jedoch eher als Movers des bürgerlichen Selbstverständnisses ein und betonte vor allem dessen Selbstbewusstsein, das sich auf materiellen, selbst erarbeiteten Erfolg und nicht ererbte aristokratische Lebensformen gründete.

---

<sup>176</sup> Eastlake, 1960. S. 386.

<sup>177</sup> Przyblysky, 1996. S. 33.

Noch fruchtbarer wird die Analyse von Millais' Malweise, wenn wir sie in den breiteren Kontext der zeitgenössischen französischen Kunstdebatte um die Oberflächenstruktur eines Gemäldes stellen, die sich zwischen Kunsttheoretikern wie Paul Mantz, Emile Zola, Charles Blanc oder auch Charles Ponsonailhe und Théophile Gautier entspann. Diese Diskussion oszillierte zwischen den zwei entgegengesetzten Polen des *fini* und der *pastosen Malerei*<sup>178</sup>. Da für beide Haltungen divergierende Begriffe existieren, soll im Folgenden der Wortgebrauch Charles Blancs Verwendung finden, weil er die Gegensätze tatsächlich konkret voneinander scheidet. Dem *fini* wurde die so genannte *blaireutage* zugerechnet, deren Namen sich von dem puderquastenähnlichen Pinsel *blaireau* ableitet. In Anlehnung an die Ähnlichkeit jenes Dachspinsels mit dem Kosmetikartikel verstand man die Tilgung des Reliefs der Farbe auch als *Toilette* des Gemäldes. Die Wirkung der *blaireutage* gleicht dem Auftragen von Reispuder – wie dieses die Haut verschönt, verschafft die *blaireutage* dem Gemälde eine glatte, makellose Oberfläche. Von den Vertretern der *blaireutage* zugerechneten Maler stand insbesondere Alexandre Cabanel im Zentrum der Diskussion. Zwar bewertet Charles Blanc Cabanel als Porträtist der Damen der gehobenen Gesellschaft positiv, da jener Cabanels Technik, mit dem Pinsel über seine Modelle zu gleiten wie mit *cold-cream*, anerkennt und als gerechtfertigt erachtet, doch stellt Zola dem Reispuder und der Pomade in Cabanels Gemälden das ‚wahre, unverfälschte Fleisch‘ der Manet'schen Bilder gegenüber. Weder Blanc noch Zola empfinden Zuneigung zu den Modellen der Glattmaler, die sich ihrer Meinung nach hinter einer ‚Sonntagsphysiognomie‘ und unaufrichtigen Höflichkeit versteckten.<sup>179</sup> Darüber hinaus verurteilt Blanc Cabanel schließlich dafür, seine Modelle mit Hilfe seiner malerischen Technik gebauchpinselt zu haben und mithin selber ein unaufrichtiger Schmeichler zu sein.<sup>180</sup> Ausgehend von dem Umstand, dass die *blaireutage* die Machart eines Gemäldes verschleiert, indem sie die Spuren der Pinselstriche beseitigt, behauptet Paul Mantz in der Kritik über die

---

<sup>178</sup> Der Ausdruck *pastos* findet sich fast ausschließlich in der deutschsprachigen Literatur. Im internationalen Kontext wurde dem *fini* der Entwurf, die Skizze (*sketch, étude*), das ‚Unfertige‘ oder ‚Unvollendete‘ (*non fini, unfinished, infinito*) oder die sichtbare *touche* gegenübergestellt. Vgl. Krüger, 2007. S. 16.

<sup>179</sup> Ebd. S. 86.

<sup>180</sup> Charles Blanc äußert explizit: „[...] la franchise de la nature s'efface sous le compliment de la nature.“ Blanc, 1867. S. 431.

Cabanel'schen Portraits, auch das ‚wahre Wesen‘ der dargestellten Person sei unkenntlich gemacht. „Ses portraits, fondus et blaireautés jusqu'à l'effacement, ressemblent à ces photographies, retouchées par des manœuvres, d'où la banale recherche d'une gentillesse de convention a supprimé l'accent individuel, et, par suite, toute séduction vraie.“<sup>181</sup>

Es ist zudem außerordentlich interessant, wie hier die Kunsttheorie über eine imaginäre Beziehung zwischen Maler und Modell fantasiert und so das Portrait der Dame zum Schauplatz einer fast erotischen Begegnung stilisiert wird, die eben nicht stattfinden kann, wenn die Frau verschleiert ist.

Matthias Krüger verweist in seiner Dissertation auf Alain Corbin, der die These aufstellt, dass die „Ächtung von Schminke und indiskreter Parfums“ Teil eines zugleich „moralischen, visuellen und ästhetischen Repräsentationsgefüges“ sei, das das 19. Jahrhundert prägte.<sup>182</sup> Dem neu definierten Konsens der Eleganz habe die vulgär geschminkte Dirne als Gegenmodell gedient. Krüger folgert aus der Kritik an Cabanel, dass auch die zurechtgemachte Frau aus dem Adel als ebensolches Gegenmodell fungieren konnte. Er zieht den Schluss: „Auf der Ebene der Malerei ist es die Glattmalerei, die gleichsam zur Negativ-Folie bürgerlicher Repräsentationsformen wird. [...] hier wird sich zeigen, dass visuelle, ästhetische und moralische Wertvorstellungen miteinander verwoben sind.“<sup>183</sup>

Große Anerkennung finden in der Kunstkritik die Maler, deren Werke eine markante Faktur aufweisen. Diese Qualität der *franchise*, der natürlichen, ‚wahrhaftigen‘ Malerei, wird insbesondere Künstlern wie Emile Auguste Carolus-Duran und Léon Bonnat zugesprochen. Die Äußerung René Ménards über ein Portrait Carolus-Durans, das dieser 1870 im Salon ausstellte, gibt Aufschluss darüber, welche Attribute an dieser Malerei bevorzugt wurden: „[...] une étonnante puissance d'aspect, une touche presque brutale en certaines parties, une facture large et facile, tout contribue à donner à cette peinture un air de franchise et de sincérité qui plaît dès le premier abord.“<sup>184</sup> Natürlichkeit wurde vom Modell wie vom Maler gleichermaßen gefordert: Der Portraitierte sollte eine ungezwungene Haltung

---

<sup>181</sup> Mantz, 1869. S. 503.

<sup>182</sup> Corbin, 1982. S. 218.

<sup>183</sup> Krüger, 2007. S. 86.

<sup>184</sup> Ménard, René: Gazette des Beaux Arts. Bd. I, 1870. S. 505.

einnehmen, der Künstler sich seines Pinsels auf eine schwungvolle und individuelle Weise bedienen. Von Manet ist bekannt, dass er die oft stereotypen Posen der Modelle im Atelier Thomas Coutures monierte und den Dargestellten mit Kommentaren wie dem folgenden bedachte: „Vous ne pouvez donc pas être naturels! [...]. Est-ce que vous vous tenez ainsi quand vous allez acheter une botte de radis chez la fruitière?“<sup>185</sup> Zwar kann dieses nachdrückliche Streben nach Natürlichkeit (ob sie sich nun auf die Haltung oder den Duktus beziehen mag) als soziale Ideologie aufgefasst werden, mit der sich die Bourgeoisie gegenüber dem Adel zu emanzipieren wünschte, doch machen diverse Studien zur Portraitfotografie des 19. Jahrhunderts überaus deutlich, dass oftmals gesellschaftliche Ideologie nicht unbedingt der sozialen Praxis entspricht. Sowohl Susanne Holschbach in ihrer 2006 erschienenen Analyse *Vom Ausdruck zur Pose. Theatralität und Weiblichkeit in der Fotografie des 19. Jahrhunderts* als auch Elizabeth McCauley in ihren Schriften *A.A.E. Disdéri and the Carte de Visite Portrait Photograph* (1985) sowie *Industrial Madness. Commercial Photography in Paris 1848-1871* (1994) verdeutlichen, dass es ausgerechnet die bürgerliche Schicht war, die eine verstärkte Tendenz zu förmlichen und steifen Posen vor der Kamera zeigte, im Gegensatz zum Adel, der eine eher lockere Haltung bevorzugte. Gleichzeitig führt Matthias Krüger am Beispiel von Hans Makart vor Augen, dass auch die gemalten Adelsportraits des 19. Jahrhunderts mitnichten grundsätzlich durch eine makellose Politur auffallen. Die Adelsportraits des Wiener Malers repräsentieren ein besonders unkonventionelles Verstreichen der Farbpaste.<sup>186</sup> Hier schließt sich der Kreis erneut mit dem Stilmittel der *sprezzatura*, die, wie bereits zuvor herausgestellt, aus unterschiedlichen sozialen Kontexten motiviert sein konnte.

Louise Jopling erklärt in ihren Aufzeichnungen von 1925, dass Millais' Liebe zur Wahrhaftigkeit in seinen Gemälden so weit ging, dass er sich strikt weigerte, die Modelle auf Wunsch hin zu idealisieren und ihnen größere Augen zu malen.<sup>187</sup> Sie selbst habe für ihn „with all the knowledge of a portrait painter“ posiert. „Of course I naturally made my expression as charming as I could“, mit einem unmerklichen Lächeln und „a tender, soft

---

<sup>185</sup> Zitiert nach Krüger, 2007. S. 95.

<sup>186</sup> Vgl. Kassal-Mikula, 2001.

<sup>187</sup> Flint, 1999. S. 188.

expression“ in den Augen.<sup>188</sup> Damit verweist die Frau, die selber künstlerisch tätig war, auf ihr Wissen um die Kollaboration zwischen Künstler und Modell. Durch seine Pose wählt das Modell die Version der Persönlichkeit, die es von sich dargestellt sehen möchte. Die im Vorfeld zitierte Kate Flint geht so weit, dies „manipulating their command of contemporary codes of physical appearance“ zu nennen.<sup>189</sup> Doch die intendierte Manipulation erfolgte nicht, wie der Leser von Jopling erfährt, denn sie fährt fort, wie sie, gefangen von der Konversation mit Millais „forgot to keep on my designedly beautiful expression“<sup>190</sup>, sodass Millais stattdessen einen weit interessanteren, trotzigerbestimmten, individuelleren Ausdruck einfangen konnte. Dieses Zeitzeugnis des Modells macht deutlich, dass Millais zweifellos mit den Ansichten Manets über die Portraitkunst sympathisiert haben dürfte und seine Kundschaft im Sinne eines natürlichen und ungezwungenen Ergebnisses beeinflusste, um eine besondere Seite ihrer Identität zum Vorschein zu bringen.

## 6.2. Inhaltlich konservativ, doch technisch avancierter als die Franzosen?

Dass die Malweise des späteren Präsidenten der Royal Academy in einer bestimmten Hinsicht fast als ein Kulminationspunkt der Debatte um das *fini* und die *pastose Malerei* angesehen werden könnte, zeigt sich anhand der Inaugenscheinnahme des Portraits der *Kate Perugini* (1880)<sup>191</sup> (Malerei Abb. 12). Bei der Dargestellten handelt es sich um die jüngste Tochter Charles Dickens', eine gute Freundin des Ehepaars Millais und ebenfalls eng mit Louise Jopling verbunden. Wie Jopling widmete sich auch Perugini der Malerei und heiratete in zweiter Ehe den Künstler Charles Perugini. Ihr Gemälde, das als Geschenk für ihren Gatten entstand, zeigt die Portraitierte in einer Dreiviertelansicht von hinten. Das Modell in Lebensgröße widerspiegelnd, beschränkt sich Millais ganz auf eine erdfarbene Farbpalette: Perugini, die uns ihr Gesicht im linken Profil zeigt, obwohl uns ihr Rücken zugekehrt ist, ist gänzlich in schwarze Stoffe gehüllt. Ihre Figur hebt sich

---

<sup>188</sup> Ebd. S. 188.

<sup>189</sup> Ebd. S. 188.

<sup>190</sup> Ebd. S. 188.

<sup>191</sup> Millais, John Everett: *Kate Perugini* (1880), Öl auf Leinwand, 124,5 x 78,7 cm, im Besitz von Katherine Woodward Mellon.

dunkel vor einem graubraunen Hintergrund ab, der Lichteinfall erhellt lediglich ihre Schläfe, die Nase, einige blonde Strähnen und die Atlasbänder, die ihr Kleid schmücken. Etwas dunkler schimmern verführerisch auch ihr Rücken und die Oberarme, die von einer transparenten schwarzen Gaze verhüllt sind. Nicht zuletzt anhand der recht unaufwendig gestalteten Frisur wird der informelle Charakter des Portraits offenkundig. Die Kritiker waren sich uneinig in Bezug auf das Gemälde: Während Cosmo Monkhouse Millais ob des rußigen Effekts schilt, den die durchscheinende Haut der Dame auslöst und damit zwar die angebliche Unziemlichkeit des Bildes hervorhebt, lobt er die Arbeit doch im gleichen Atemzug – Millais' „imitative skill“ sei „miraculous“.<sup>192</sup> Ein Freund Whistlers und Manets, Théodore Duret, hingegen schrieb: „This is only a sketch, it is true, but the sketch is at least a bold one: viewed from the back, with her head turned, the model shows grace and elegance.“<sup>193</sup> Der Fakt, dass ausgerechnet der Franzose Duret das Gemälde der Dickens-Tochter als kühne Skizze einstufte, Millais selber es jedoch für fertig gestellt befand, spricht für sich und wirft in Bezug auf die Oberflächenbehandlung ein interessantes Licht auf den britischen Künstler.

Bedenkt man die negative Kritik, die Millais in der Retrospektive für sein Spätwerk erhalten hat, so stellt sich an diesem Punkt die Frage, ob der angebliche Vorwurf der oberflächlichen Konventionalität tatsächlich auf ganzer Linie statthaft ist oder ob sich nicht einige Anschuldigungen selber ad absurdum führen. Wenn für Théophile Gautier etwa Gewalt und Schrecken nicht über das Sujet transportiert werden, sondern über die Malweise, sodass das Publikum brutale Szenen Paul Delaroches wegen seines *fini* als weniger dramatisch einstuft als die Werke Jean-François Millets, die aufgrund ihres derb-pastosen Duktus' erschrecken, so lässt sich bei der Kritik an Millais meist feststellen, dass die Qualität seiner Werke mehrheitlich nach ihren Inhalten bestimmt wird. Diese Gewichtung bei der Einschätzung lässt sich seit der präraffaelitischen Schaffenszeit beobachten: Wegen der raffinierten Kompositionen, interessanter Inhalte und farbenfrohen Ausführung hoch gelobt, wird Millais' zu jenem Zeitpunkt noch überwiegend fein- und glattmalerischer Duktus meist völlig übergangen. Die Oberflächenbehandlung wird nicht thematisiert, die Darstellung der Objekte und Personen nur als

---

<sup>192</sup> Monkhouse, 1881. S. 343.

<sup>193</sup> Rosenfeld, 2007. S. 206.

Referenz auf darin zitierte Stilrichtungen interpretiert. So wird beispielsweise die perfekte Wiedergabe des weißen Satins des Kleides der Geliebten des *Black Brunswicker*<sup>194</sup> (1859-60) (Malerei Abbildung 13) nur flüchtig mit Gerard Terborch in Verbindung gebracht, ohne jedoch weitere Aufmerksamkeit zu erhalten. Nebenbei bemerkt stand Kate Perugini für jene Figur Modell, man führe sich also den eklatanten Unterschied zwischen der Malweise von *The Black Brunswicker (1859-60)* und dem *Portrait of Kate Perugini (1880)* vor Augen!

Solange die Kritik von der inhaltlich herausragenden Qualität überzeugt war, war der Duktus folglich kaum der Rede wert - sobald jedoch der Aspekt des Sujets in Frage gestellt wurde, berief man sich auf die avancierte Technik Millais', die in letzter Instanz jedoch auch keine Ehrenrettung bedeutete. Erste negative Kritik an der Kunst Millais' wurde, wie im zweiten Kapitel bereits herausgestellt, mit Emilie Isabel Barringtons Artikel *Why is Mr. Millais our Popular Painter* im Jahre 1882 laut.<sup>195</sup> Barrington, die das angebliche Versagen Millais' in jener Zeit in dessen immer größer werdender Popularität begründet sieht, erklärt, für jeden sei Millais' überragende ‚facility‘<sup>196</sup>, seine ‚freshness‘, ‚force‘ und ‚ease‘ evident, die über erzwungene Bemühungen triumphierten. Dennoch betrachtet sie dieses Können als reine Faktur: „paint must always remain paint, and the trick of putting it on the canvas so that it assumes a vivid resemblance to the aspect of any object may startle us, interest and amuse us, but alone can never fulfill the legitimate object of high art“.<sup>197</sup> Für Barrington ist Millais' Kunstschaffen ein Akt reiner Transkription, eher Fakten abhandelnd denn Intellekt zeigend. Ihrer Ansicht nach bilde Millais nur die äußere Hülle der Objekte ab und fange durch seine leichte Technik die transitorischen Effekte zu Ungunsten der überdauernden Qualitäten der Natur ein. Auf diese Weise sei seine Kunst temporär limitiert, reflektiere jedoch auch die generellen Konditionen des modernen Lebens, das in der Tat so sehr auf Schnelligkeit, Eile und Vergänglichkeit basiere.

---

<sup>194</sup> Millais, John Everett: *The Black Brunswicker* (1860), Öl auf Leinwand, 104 x 68,5 cm, Lady Lever Art Gallery.

<sup>195</sup> Vgl. Barrington, 1882.

<sup>196</sup> Hier klingt erneut die *facility* an, die in Zusammenhang mit dem Terminus Technicus *sprezzatura* steht – auch wenn Barrington diesen kunsttheoretischen Hinweis nicht zu beabsichtigt haben scheint.

<sup>197</sup> Barrington, 1882. S. 72.

Im Grunde handelt es sich bei Barringtons Kritik um die an früherer Stelle diskutierte Charakterisierung des wahren ‚Peintre de la vie moderne‘, wie Baudelaire ihn sich ausmalt. So schließt sich denn Claude Phillips 1898 anlässlich der Royal Academy Memorial Exhibition zu Millais’ Ehren den Reflexionen an und wandelt gerade Barringtons stärkstes Contra-Argument, Millais sei in seiner eigenen Zeit gefangen, in ein Lob um und verkauft diesen Aspekt als Millais’ größte Tugend. Millais sei „[...] truly characteristic, in the higher sense, of the time and country in which he occupied so commanding a place“ gewesen.<sup>198</sup> Wie Barrington identifiziert er die Hauptattribute Millais als „dexterity“ sowie „masterly and decisive power of execution“.<sup>199</sup> Diese Qualitäten sieht er besonders in den späteren Porträts realisiert, in denen „he can be called great“ und „supreme“, zu einem solchen Ausmaß, dass „no painter of the century can be said to have surpassed him“.<sup>200</sup>

Im Verlauf seiner Lobeshymne subordiniert Phillips dem Künstler von den Channel Islands diverse namhafte große Künstler, darunter Thomas Lawrence, George Frederic Watts und sogar Jean-Auguste-Dominique Ingres sowie Jacques-Louis David. Versucht man die Essenz der positiven Argumentation einmal von den zweifellos übersteigerten Euphemismen zu isolieren, so stößt man auf einen interessanten Vergleich: Dieser birgt einen Verweis sowohl auf die Position Millais’ bezüglich des Topos des Malens des modernen Lebens als auch auf seine spätere Hinwendung zum *pastosen* Farbauftrag. George Frederic Watts „in his interpretative portraiture sums up with the higher truth the noblest qualities of mankind“.<sup>201</sup> Jedoch - „if Watts gives us the intellectual, the emotional personality [...] Millais gives us the whole man with mind and body perfect in balance, with breath in his nostrils as well as speculation in his eyes“.<sup>202</sup> Für Phillips beinhalteten Millais’ Werke eine gewisse haptische „physicality“ und eine unmittelbare Präsenz des Modells, die ihn überlegen machten. Daraus lässt sich schließen, dass nach Phillips’ Aussage ein Gemälde von Millais’ Hand atmen würde, folglich den

---

<sup>198</sup> Phillips, 1898. S. 387.

<sup>199</sup> Ebd. S. 377.

<sup>200</sup> Ebd. S. 377 ff.

<sup>201</sup> Watts intendierte, eine ‚Hall of Fame‘ der berühmtesten Persönlichkeiten zu konzipieren, die überdauern sollten. Ihm ging es also konkret um den Baudelaire’schen Zwischenschritt des Extrapolierens des Transitorischen in Verbindung mit der Überzeitlichkeit.

<sup>202</sup> Ebd. S. 385.



Portraitierten nicht in seiner Zeit erstarren lasse, sondern ihm eine Art ewiges Leben, tatsächliches körperliches Leben, schenke.

## 7. Die ästhetische Krise

Wenn der Leser im Jahr 2009 den Internetauftritt der Firma Pears International konsultiert ([www.pearsinternational.com](http://www.pearsinternational.com)), empfangen ihn neben elegischen Musikklingen die Überschrift „200 years of Rich Heritage“ sowie ein imitierter Goldrahmen, in dem das in den 1880er Jahren gebräuchliche Werbeposter der Seifenfirma, *Bubbles*<sup>203</sup> (Graphik/Fotografie Abb. 7), prangt. Erstaunlicherweise ist ausgerechnet das Gemälde, das stellvertretend für das persönliche Versagen Millais' verdammt wurde, weil es die Krise, die zwischen der viktorianischen Kunstwelt und ihren Institutionen im späten 19. Jahrhundert eintrat, reflektierte, gleichzeitig dasjenige, das den Anspruch der Überzeitlichkeit am meisten erfüllt hat: Es handelt sich um *Bubbles*<sup>204</sup> (1885-86) (Malerei Abb. 14).

Das Bildnis seines Enkels Willie James, das diesen im Alter von vier Jahren zeigt, schuf der Maler auf dem Höhepunkt seiner Karriere. Nur ein Jahr zuvor war ihm als erstem Künstler Großbritanniens eine *baronetcy* verliehen worden und sein Status als derart populär angesehen, dass er die enorme Summe von über 30.000 Pfund im Jahr verdiente. 1886 zeigte die Grosvenor Gallery sogar eine Retrospektive zu seinen Ehren, ein Ereignis, das zu viktorianischen Zeiten eigentlich ausschließlich bereits verstorbenen Künstlern vorbehalten war.

Seiner Gewohnheit folgend, Familienmitglieder in Form von *fancy pictures*<sup>205</sup> festzuhalten, die an die gleichnamigen Vorbilder von der Hand Thomas Lawrences und Thomas Gainsboroughs angelehnt waren, bildete Millais den kleinen William Milbourne James in einem etwas zu großen Van-Dyck-

---

<sup>203</sup> Seifenwerbung der Pears Company, *Bubbles* (1886). Mehrfach modifiziert. Quelle: Website der Firma Pears International. [www.pearsinternational.com](http://www.pearsinternational.com)

<sup>204</sup> Millais, John Everett: *Bubbles* (1885-86), Öl auf Leinwand, 109,2 x 78,7 cm, Lady Lever Art Gallery.

<sup>205</sup> Ein so genanntes *fancy picture* kann als Genrebild verstanden werden, in dem das Sentiment zu Ungunsten der Narration im Vordergrund steht. Dieses Genre entstand zur Zeit der Aufklärung, in der die Idee der Kindheit als Form der reinen und wahrhaftesten Menschlichkeit entwickelt wurde. Vgl. Smith, 2007. S. 172.

Kostüm aus dunkelgrünem Samt mit einem großen Spitzenkragen ab. Der Junge sitzt auf einem nicht eindeutig erkennbaren Stein oder Holzblock und hält in der linken Hand eine Schüssel mit Seifenwasser, seine Rechte umfasst eine lange Pfeife. Staunend ist sein Gesicht mit den rosigen Wangen, die von einem Kranz blonder Locken eingerahmt werden, nach oben gewandt, wo er einer Luftblase hinterher blickt, die entschwebt. Das wie so viele Gemälde der späten Schaffenszeit in dunklen Erdtönen gefasste *Bubbles* ist das wohl am kontroversesten diskutierte Werk, das der viktorianische Maler erschaffen hat.

Wie Laurel Bradley es in seiner umfassenden Untersuchung zum Gegenstand ausdrückt: *Bubbles* „became the symbol of Millais’s sin against his avant-garde beginnings“.<sup>206</sup> Indem der Maler es mit diesem Werk zuließ, dass die viktorianische Kunst eine nicht mehr bloß indirekte Verbindung mit dem Kommerz einging, geriet er in eine Zwickmühle, die von der Kritik nicht ungeahndet blieb.

Anhand dieses Werkes soll es nun das Ziel sein, die vielen Einzelaspekte des Spätwerks des *Popular Painters*, die in den vorhergegangenen Kapiteln diskutiert wurden und die alle in der einen oder anderen Form dazu beigetragen haben, einen Überblick über die verschiedenen Aspekte der Verbindung von Kunst und Konsum in der viktorianischen Ära zu schaffen, zusammenzuführen.

## 7.1. Strategien der Kunstvermittlung

Im England der letzten Dekaden des 19. Jahrhunderts konkurrierten kostengünstige Reproduktionen von Kunstwerken (die aufgrund der technischen Fortschritte auf dem Gebiet der Druckverfahren und den aus dem Boden schießenden illustrierten Journalen der breiten Masse immer zugänglicher wurden) mit den Kunstaustellungen, die vormals das Monopol der Präsentation von Kunst besaßen. Bis zum Ende des Jahrhunderts wandelte sich das Verhältnis zwischen dem Kunstbetrachter und der Kunst deutlich. War man einst mit einzigartigen, singulären Kunstwerken in einer

---

<sup>206</sup> Bradley, 1995. S. 193.

Galerie oder im privaten Rahmen konfrontiert worden, wandelte sich nun das Rezeptionsverhalten in einen tatsächlichen ‚Kunstkonsum‘ – nämlich in das Betrachten von Kunstreproduktionen in weitläufig zirkulierenden Magazinen oder sogar in das ‚Lesen‘ eines Werkes, das, zu einem Werbebild umkodiert, ein bestimmtes Produkt vermarkten sollte. Seit dem Beginn der viktorianischen Ära dienten Kunstreproduktionen als primäres Kommunikationsmedium zwischen dem Künstler und der Öffentlichkeit. Neben den fortschreitenden technischen Möglichkeiten, die den Preis für Graphiken auf ein erschwingliches Niveau sinken ließen, veränderten auch das stark ansteigende Interesse an Literatur und das daraus resultierende sich verändernde Leseverhalten der Menschen den Umgang mit der Kunst. Auf diese Weise gewannen *print-sellers*, also Kunsthändler wie Thomas Agnew, Ernest Gambart oder auch Henry Graves massiv an Bedeutung, indem sie die Bilder durch ihre Geschäfte vertrieben.<sup>207</sup> Ihr Einfluss wird von Jeremy Maas in seiner Studie über Ernest Gambart treffend zusammengefasst:

„It is impossible to over-estimate the importance of this trade in the Victorian art world [...] it was the printsellers [...] who carried an artist’s representation into every home in the country and to all four corners of the globe; it was they who brought prosperity to the artists, and of course, to themselves. When a single picture was bought by an individual and cherished in the privacy of his own home, replicas of it in the form of prints rendered cheaper when the more durable steel plate was introduced after 1820, often sold in their thousands reaching a public the size of which now seems hardly credible.“<sup>208</sup>

Darüber hinaus fand die Kunstvermittlung auch in Form von so genannten *art unions*<sup>209</sup> statt, die mit monatlichen, nur den freien Künsten gewidmeten Magazinen und Kunstreproduktionen an den Leser herantraten.<sup>210</sup>

Händler graphischer Reproduktionen bedienten insbesondere den Geschmack der Massen und verließen sich auf narrative Szenen, die mit

---

<sup>207</sup> Da Kunsthändler die effektivste Möglichkeit bedeuteten, an ein Publikum heranzutreten, griffen nahezu alle Künstler auf ihre Hilfe zurück. Auch die ‚radikalen‘ Mitglieder der Pre-Raphaelite Brotherhood gingen Verträge mit den Händlern ein, die im Gegenzug graphische Reproduktionen und deren Verbreitung arrangierten. So zum Beispiel auch für William Holman Hunts *Light of the World* (1851-54). Vgl. Bradley, 1995. S. 196.

<sup>208</sup> Maas, 1975. S. 28.

<sup>209</sup> *art unions* gab es ab 1836. Vgl. Bradley, 1995. S. 196.

<sup>210</sup> Dazu zählte *The Art Journal*, das aus dem *The Art Union Journal* hervorging.

konventioneller Moral gespickt waren. Im Idealfall handelte es sich dabei um Nationaltypen, die im Nationalbewusstsein eine Resonanz hervorriefen. Insbesondere Bilder von Kindern erwiesen sich als äußerst lukrativ: Großbritanniens Vorliebe für Kinderbildnisse steht in engem Zusammenhang mit der Konstruktion einer Gegenwelt zur forcierten Industrialisierung und Kapitalisierung. Neben dem Stolz auf die technischen Errungenschaften, die ab 1851 in den Weltausstellungen zum Ausdruck gebracht wurden, machte sich eine mentale und religiöse Leere breit. Das Kind wurde zum Symbol einer besseren (vorindustriellen) Welt.<sup>211</sup> Millais illustrierte mehrere Gedichte, die der Idee, das Kind sei rein, da es noch nicht von den Besonderheiten der späteren Persönlichkeit beeinträchtigt ist, Ausdruck verleihen. Demnach komme das Kindergesicht der ursprünglichen Schönheit eines klassischen Ideals am nächsten. William Wordsworths Gedichte über die Kindheit gehörten denn auch zur meistrezipierten Literatur der Viktorianer. Für die Edition von Wordsworths *Poems for the Young* (1863) erstellte Millais die Vignette der Titelseite. Während Wordsworth die Kindheit als Quelle allen späteren Glücks darstellt, betraueren die Victorians das für immer verlorene einstige Glück und riefen sich anhand elegischer Bildnisse wie *Bubbles* oder ähnlich gearteter Themen die Vergänglichkeit des Lebens in Erinnerung.<sup>212</sup> Insgesamt wurden acht Millais'sche Gemälde von Kindern als Reproduktionen vertrieben: *My First Sermon*, *My Second Sermon*, *The Wolf's Den*, *New Laid Eggs*, *Pomona*, *Little Miss Muffet*, *Cherry Ripe* und *Bubbles*.<sup>213</sup>

Die Gesellschaft begrüßte die Kunstverbreitung durch Graphikreproduktionen, was nicht zuletzt daran liegen dürfte, dass es Großbritannien lange Zeit nicht gelungen war, die visuellen Künste auf breiter Ebene zu fördern. Man empfand die Leistung der Kunsthändler folglich als Dienst am Volk. Frederick G. Stephens schrieb denn auch in einem Pamphlet von 1860<sup>214</sup>: „Indeed a national service is rendered by the publication of really noble transcripts from noble pictures. [...] Where the picture cannot go, the engravings penetrate.“<sup>215</sup>

---

<sup>211</sup> Warner, 1999. S. 120.

<sup>212</sup> Ebd. S. 108 ff.

<sup>213</sup> Bradley, 2001. S. 187.

<sup>214</sup> In dem Pamphlet geht Stephens auf Graphiken nach Gemälden von William Holman Hunt ein.

<sup>215</sup> Maas, 1975. S. 122.

Millais' Sohn John Guille bestätigt in der Biographie seines Vaters, dass die Graphiken tatsächlich nahezu die gesamte englischsprachige Welt überfluteten – er spricht davon, dass das „sweet presentment of English childhood“ seinen Weg „to the remotest parts of the English speaking world“ fand und sein Vater Fanpost von „Australian miners, Canadian backwoodsmen, South African trekkers, and all sorts and conditions of colonial residents“ erhielt.<sup>216</sup> Der didaktische Effekt, den die intensive Kunstvermarktung erzielte, spiegelte sich immer mehr wider, je weiter das Jahrhundert fortschritt.<sup>217</sup> Englische Kunst erfuhr nun die lang ersehnte Unterstützung eines breiten Publikums. Dies schlug sich auch in den ansteigenden Besucherzahlen der jährlichen großen Sommerausstellungen der Royal Academy nieder, über die die Presse teils über Wochen ausführlich berichtete. Die Zahl der Privatsammler stieg rasant an und die Weltausstellungen ehrten die Künste mit spektakulären Pavillons.<sup>218</sup>

Während der früheren viktorianischen Jahrzehnte, als die Drucke vor allem dem Zweck der Vermarktung zeitgenössischer englischer Kunst dienten, wurde selten betont, dass es sich nicht um das tatsächliche Kunstwerk handelte, sondern um dessen Reproduktion in Form eines Druckes. Die Drucke wurden als vollständige Substitute des Originals verstanden.<sup>219</sup> Da ein Bewusstsein der Problematik vom Unterschied zwischen dem Original und seinem Abbild in der viktorianischen Gesellschaft kaum existierte, verwundert es kaum, dass man den Einfluss der Drucke hauptsächlich in moralisch-sittlichen statt ästhetischen Kategorien maß. Die didaktische Erzählung stand, wie bereits in Bezug auf die Oberflächenbehandlung bei Louise Jopling und Kate Perugini gezeigt wurde, bei den Kriterien der Bewertung der Qualität eines Werkes weit über der technischen Ausführung. Nach Konsultation der Forschungslage zur zeitgenössischen Kunstkritik in Frankreich, die sich mit der Oberflächenwirkung auseinandersetzte, bleibt diesbezüglich folgendes zu konstatieren: Anders als in Frankreich setzte man sich in England deutlich

---

<sup>216</sup> Der Sohn bezieht sich hier auf die Zahl von angeblich 600.000 Reproduktionen nach *Cherry Ripe* (1879). Bradley relativiert diese Zahl auf vermutlich 500.000 Exemplare.

Millais, 1899. S. 122.

Vgl. Bradley, 1991. S. 179-203.

<sup>217</sup> Vgl. Borzello, 1987. S. 9 ff.

<sup>218</sup> Dianne Sachko McLeod gibt einen umfassenden Eindruck über die Präferenzen der Privatsammler: Vgl. McLeod, 1987. S. 328-350.

<sup>219</sup> Bradley, 1995. S. 196.

weniger mit der Beschaffenheit eines Kunstwerkes auseinander und übersah folglich den Impetus, den diese auf die Bedeutung eines Gemäldes hat. Farbe als solche wurde als Farbwert wichtig für ästhetische Impulse erachtet, jedoch trat der Duktus als Bedeutungsträger eher in den Hintergrund. Als erzieherische und aufklärerische Maßnahme wurde die illustrierte Presse denn auch 1885 von Mason Jackson als „not an unimportant factor in diffusing the purifying and softening influence of art“ beschrieben.<sup>220</sup>

## 7.2. Das *Artistic Advertising* und der englische Kunstkonsum

Das so genannte *Artistic Advertising*, das in den 1880er Jahren zu den Pioniergebieten der Werbung zählte, markierte den Wechsel von der textbasierten Vermarktungsmethode in der Presse (im früheren 19. Jahrhundert gebräuchlich) hin zu der visuell argumentierenden Strategie, die auch heute noch vorherrscht. Der künstlerische Wert dieser Werbung wurde erzeugt, indem man sich renommierter Künstler bediente, die bereits im Bewusstsein der Kundschaft verankert waren, und sich für Werke entschied, die Konventionen der ‚Hochkunst‘ erfüllten, gleichzeitig jedoch das Publikum in narrativer Hinsicht nicht überforderten. Am vielversprechendsten für diese Aufgabe schienen Mitglieder der Royal Academy, die folglich ein R.A. (*Royal Academician*) oder wenigstens ein A.R.A. (*Associate Royal Academician*) an ihren Namen anfügen durften. Dennoch ist die Liste der Namen der Royal Academy, die sich im *Artistic Advertising* engagierten, nicht sehr lang. Neben Millais waren auch William Powell Frith, Henry Stacy Marks, George Dunlop Leslie, Herbert Herkomer, Edward Poynter und wenige weitere daran beteiligt.<sup>221</sup> Ziel des Unterfangens war, wie bereits angedeutet, dem Produkt, das vermarktet werden sollte, durch die elitäre Kunst eine kulturelle Sphäre zu verleihen und es über die kommerzielle Profanität zu erheben.<sup>222</sup>

Während die künstlerische Werbung auch als Postkarten oder großformatige Poster für Anschlagbretter zirkulierte, agierte sie am wirkungsvollsten in der illustrierten Presse, den *weekly magazines*. Außergewöhnlich hohe

---

<sup>220</sup> Jackson, 1885. S. 304.

<sup>221</sup> Bradley, 1995. S. 194.

<sup>222</sup> Sharpe, 1986. S. 15-18.

Bedeutung hatten dabei *The Graphic* (erstmalig 1869 erschienen) und die *Illustrated London News* (bereits über zwanzig Jahre zuvor gegründet). Jene zwei Magazine inkorporierten anregende Illustrationen (Karikaturen und Zeichnungen zu fiktionalen Geschichten) in ihre Textseiten, was dazu führte, dass sich die Verleger auch in Bezug auf Werbungsannoncen auf das Visuelle konzentrierten. Ihr Einfluss war bahnbrechend, nahmen sie doch eine Einzelstellung ein in einer Zeit, in der die meisten Verlage noch an das System der engen Spalten gebunden waren, die als charakteristisch für damalige Zeitungslayouts gelten.

Doch auch bevor die visuellen Werbestrategien so weit avanciert waren, ergriffen die Verleger des *Graphic* und der *Illustrated London News* Maßnahmen, Kunstreproduktionen in großem Umfang an die Leserschaft weiterzuleiten: In der Regel fungierten sie als Beigabe der Weihnachtsausgaben. Signifikanterweise wurde eben jener Kunsttyp, der dafür ausgewählt wurde, die Basis für das spätere *Artistic Advertisement*.

*Bubbles*, anders als viele andere Millais'sche Gemälde, wurde nicht auf der jährlichen Ausstellung der Royal Academy präsentiert, sondern direkt inklusive Copyright an den Besitzer der *Illustrated London News*, William Ingram, verkauft. Dieser intendierte, das Bild als farbige Reproduktion in der Weihnachtsausgabe seiner Zeitschrift zu veröffentlichen. Bevor es jedoch dazu kam, wurde das Gemälde erneut mit Copyright für 2.200 Pfund veräußert – dieses Mal geriet es in die Hände von T.J. Barratt, Vizepräsident der Seifenfirma A. and F. Pears.<sup>223</sup> Pears beabsichtigte, mithilfe einiger Modifikationen wie dem Einfügen eines Stücks Pears-Seife und des Firmenschriftzugs, *Bubbles* als Werbebild für das eigene Produkt zu verwenden. Barratt war bereits seit langem bekannt für aggressive Marketingstrategien, unter anderem hatte er die Schauspielerin Lillie Langtry, von der zu Beginn der Untersuchungen die Rede war, verpflichtet, in der illustrierten Presse in Form von Fotografien für das Produkt zu werben.<sup>224</sup>

Auf raffinierte Weise wurde der hoch symbolische Inhalt des Gemäldes, das mit dem Vanitassymbol der Seifenblase auf Assoziationen wie die Vergänglichkeit der Jugend, die Unschuld des Kindes und ähnliche Implikationen anspielt, auf ein profanes Werbemedium reduziert. Dessen

---

<sup>223</sup> Smith, 2007. S. 184.

<sup>224</sup> Siehe Graphik/Fotografie Abb. 1.

Lesbarkeit ist nun auf die Verbindung der Seifenblase mit der Seifenlauge beschränkt, deren Ursprung der Betrachter schließlich in der am Boden liegenden Pears-Seife nachvollziehen kann, die das süße Kind erfreut und zugleich rosig-rein wäscht.

Als die *Illustrated London News* schließlich die Farbproduktion als *Christmas Supplement* des Jahres 1887 herausgab, befand sich das ursprüngliche Gemälde längst im Besitz der Firma Pears. Wie Laurel Bradley betont, erschien *Bubbles* gemeinsam mit weiteren drei Farbproduktionen in der Weihnachtsausgabe. Es wurde doppelseitig reproduziert, während die anderen drei Beigaben nur das Format einer Seite einnahmen. Ein anderes *fancy picture* von Millais, *Cherry Ripe* (1879) (Malerei Abb. 15), das 1880 in *The Graphic* publiziert worden war, wurde in vierfacher Seitengröße vertrieben. Die Ursache dafür, dass *Bubbles* weniger groß geriet, rechtfertigte der Verleger wie folgt: „From many years' experience of the public taste in these coloured pictures I had found out that ‚boy' subjects were not nearly so saleable as those introducing the opposite sex. For this reason, *Bubbles* was given away on a smaller scale than usual.“<sup>225</sup>

### 7.3. Synergetische Werbung: Wie du mir, so ich dir

Seit 1869 befanden sich *The Graphic* und die *Illustrated London News* in einer direkten Konkurrenzposition. Aufgrund ihrer innovativen visuellen Aufmachung waren beide Journale heiß begehrt. Die Verbindung zwischen dem Künstler und den Verlegern erwies sich für beide Seiten als äußerst profitabel – während sich der Bekanntheitsgrad des Malers durch die Verbreitung stark erhöhte, funktionierten die Kunstproduktionen, die der Leser gratis mit der Ausgabe erhielt und mit denen er sein Heim dekorieren konnte, als indirekte Werbung für die jeweilige Zeitung. *Illustrated London News* und *The Graphic* „regularly outsold all the serious journals combined.“<sup>226</sup> Über einige Jahre hinweg veranstalteten die zwei Verleger Ingram und Thomas einen Wettbewerb um das jeweils neueste Werk Millais', das es zu vertreiben galt. Mit *Puss in Boots* begann die *Illustrated London*

---

<sup>225</sup> Zitiert in Bradley, 1995. S. 196.

<sup>226</sup> Spatt, 1985. S. 46.



News den ‚Kampf‘ im Jahr 1878. Der Verleger Ingram bemerkte dazu später, das Bild

„as a supplement, was an enormous success, and was followed by one of the most charming children pictures which has ever been produced – namely, *Cherry Ripe*, by the same artist, brought out by our enterprising rivals, the *Graphic*. In keen rivalry, we (*The News* und *The Graphic*, NP) produced Christmas after Christmas several of Sir John Millais’ s beautiful children subjects. [...] (T)he country is indebted to the enterprise of the two leading illustrated papers for several of Sir John Millais’s beautiful children portraits.“<sup>227</sup>

Wie Laurel Bradley aufzeigt, fanden sechs Gemälde von Millais Eingang in die Feiertagsausgaben. Dabei erschienen vier Bilder in der *Illustrated London News* und zwei in *The Graphic*.<sup>228</sup>

Negative Kritik an der Kunstreproduktion entwickelte sich sehr langsam. Zweifellos ließen sich jedoch Unterschiede in der Qualität der einzelnen Druckverfahren langfristig nicht leugnen, Stiche, die von Meistern wie etwa Samuel Cousins über mehrere Monate vorbereitet wurden, ließen sich kaum mit den wesentlich rascheren Verfahren der Holzschnitte vergleichen, die im illustrierten Journalismus weiter verbreitet waren. Die dominierenden Kritikpunkte, die man vernahm, kreisten um Themen wie das Publikum, die Quantität der Auflagen und die technische Qualität. Insbesondere den Verlegern wurde vorgeworfen, sie würden darauf verzichten, Kunst mit höherem Anspruch aufzunehmen, da sich ihr Interesse darauf beschränkte, einen möglichst großen Interessentenkreis zu befriedigen. Dazu eigneten sich trivialere Thematiken weitaus besser. Die führende Figur in der viktorianischen Kunstkritik, John Ruskin, meldete sich 1868 aus diesem Grund mit dem folgenden Anliegen zu Wort: Aufgrund der Situation der Kunstreproduktionen sei ein „want of refinement“ in der Wahl der Kunstwerke anzustreben, die in der Royal Academy ausgestellt würden. Die Künstler seien wegen ökonomischer Zwänge dazu gezwungen, sich auf die Patronage „from the manufacturing districts and from the public interested in engravings;

---

<sup>227</sup> Zitiert in Bradley, 1995. S. 197.

<sup>228</sup> *Illustrated London News*: *Puss in Boots* (1878), *Northwest Passage* (1885), *Little Miss Muffet* (1886) und *Bubbles* (1887).  
*The Graphic*: *Cherry Ripe* (1880) und *Cinderella* (1882). Vgl. Bradley, 1995. S. 197.

- an exceedingly wide sphere, but a low sphere.“ einzulassen.<sup>229</sup> Noch deutlicher drückte es 1873 William Davies im Quarterly Review aus:

„The deterioration of Art among us is in some measure also due to the number of drawings continually in preparation to be poured from the press in the shape of cuts for our periodicals, newspapers, and illustrated books. [...] If we had a tenth part of this numerous progeny well conceived, thoroughly digested, and faithfully wrought out, it would be infinitely cheaper at the price paid for mere quantity, and would give us more than ten times the pleasure; the national taste might become cultivated instead of vitiated, and some noble purpose of Art might be served. As it is, we are flooded with slovenly workmanship, or with a shallow and easy facility which is still worse, unrelieved by any touch of mental power or the slightest sense of spiritual meaning.“<sup>230</sup>

Einen künstlerisch avancierten Ausweg aus der ‚ästhetischen Sackgasse‘ fanden nur einige wenige – darunter James Abbott McNeill Whistler, der dazu übergang, selbst Stiche und Lithographien anzufertigen, die für ein allerdings eher elitäres Publikum konzipiert waren.

Positionen wie die von Ruskin, Davies oder auch Whistler entsprachen jedoch nicht der Regel – die Mehrheit der viktorianischen Gesellschaft ging sehr unkritisch mit den Reproduktionen um und begeisterte sich für die Bilder, die dazu gedacht waren, den Betrachter zu erfreuen.

Dennoch zeichnete sich allmählich eine Krise in der viktorianischen Kunstwelt ab, deren Beginn mit dem Zeitpunkt koinzidiert, als John Ruskin von rein künstlerischen Themen abließ und sich eher ökonomischen Fragestellungen zuwandte. Damit war die Gesellschaft der visionären Führungsperson in ästhetischer Hinsicht beraubt, eine Aufgabe, die auch die Royal Academy nicht ausfüllen konnte. Viele Künstler begannen, neue Arbeitsfelder für sich zu erobern – kein leichtes Unterfangen, da sie vorausahnen mussten, was das Publikum zu sehen wünschte. Dieses Publikum war geschult an den verschiedenen Sehgewohnheiten, die in den einzelnen Kapiteln der vorliegenden Arbeit erläutert worden sind. Als prägendste Kondition darf wohl der illustrierte Journalismus gelten, der nicht unerheblich dafür verantwortlich war, dass das Publikum sich der Relevanz der Scheidung zwischen einem Original und seiner Reproduktion nicht bewusst war.

---

<sup>229</sup> Ruskin, 1903. S. 263.

<sup>230</sup> Olmsted, 1980. S. 326

In Folge dieser ästhetischen Krise entstand das zuvor erläuterte *Artistic Advertising*. Noch in der Mitte des Jahrhunderts wenig respektiert, florierte die Werbebranche innerhalb weniger Jahrzehnte aufgrund der Entwicklung des Staates von der Produktionsgesellschaft zur Konsumgesellschaft. Symbol dieses Verlaufs war die Einführung von Markennamen, die besonders im Bereich der Haushaltsprodukte dominierten. Der Seifenmarkt gilt als einer der ersten Branchen, die sich in großem Umfang der Werbung bedienten. *Artistic Advertising* wurde hierbei besonders gerne eingesetzt, weil es dem Produkt die notwendige Distinktionsmacht verlieh. Die zwei Pioniere des *Artistic Advertising* waren Thomas J. Barratt, weiter oben bereits als Vizepräsident der Firma Pears vorgestellt, sowie William Hesketh Lever. Barratt stieg 1858 in die Seifenfirma, die bereits 1789 gegründet worden war, ein und investierte innerhalb kürzester Zeit über 80.000 Pfund in Werbungskosten.<sup>231</sup>

Wie Laurel Bradley richtig konstatiert, erweist sich der damalige Gebrauch von ‚Hochkunst‘ für kommerzielle, profane Zwecke als äußerst aufschlussreich für die heutige Forschung zum spätviktorianischen Kunstverständnis.

*Bubbles* ist zwar das bekannteste Beispiel des *Artistic Advertising*, doch ist es nicht das erste Exemplar: In den späten 1870er Jahren trat Pears Company an einen weiteren Royal Academician heran, Henry Stacy Marks, der auf humorige Szenen spezialisiert war, die im Mittelalter angesiedelt waren. Marks entwarf daraufhin *Cleanliness Is Next to Godliness*. Das Werbebild zeigt zwei mittelalterliche Mönche mit Tonsur, die zur Rasur die obligatorische Pears Soap verwenden.<sup>232</sup> Indem der Royal Academician das Produkt in der Vergangenheit verortet, verleiht er ihm eine bewährte Qualität, die noch dazu von der klerikalen Dimension der zwei Gottesmänner verabsolutiert wird. Im Unterschied zu *Bubbles* handelte es sich bei *Cleanliness Is Next to Godliness* allerdings um ein speziell für die Firma entworfenes Bild. *Bubbles* jedoch war ursprünglich dafür konzipiert, gerahmt als Kunstwerk wahrgenommen zu

---

<sup>231</sup> Zuvor gab es dieses Budget nicht. Im Laufe der Zeit stiegen die Investitionen auf 126.000 Pfund jährlich.

Lever investierte ebenfalls in hohem Maße in die Werbung für seine Seifenfirma, die er 1885 aus einem Lebensmittelgroßhandel entwickelte. Seine Summen überstiegen schließlich sogar die Kosten Barratts. Lever trat zudem als prominenter Sammler englischer Kunst hervor.

<sup>232</sup> Leider existiert keine adäquate Abbildung von *Cleanliness is Next to Godliness*, denn die Firma Pears war auch nach mehrfachen Anfragen nicht bereit, eine Fotografie zu überlassen. Im Firmengebäude kann das Exemplar jedoch in Augenschein genommen werden. Die von Bradley angeführte Abbildung ist schlecht erkennbar, aber gut dokumentiert. Vgl. Barratt, 1995. S. 198 ff.

werden. Millais hatte bei der Ausführung sicher keinen Werbeauftrag im Sinn, sondern orientierte sich im besten Fall an der Breitenwirksamkeit der Kunstreproduktionen der illustrierten Presse. Das Gemälde wechselte seinen Besitzer und mit ihm das Copyright. Millais hatte keinen Einfluss darauf, dass Ingram das Werk an Barratt veräußerte. Das Copyright beinhaltete, dass der Besitzer es seinen eigenen Wünschen gemäß einsetzen konnte. Dennoch muss Millais zu irgend einem Zeitpunkt die Veränderungen, die Pears an *Bubbles* veranlasste, gutgeheißen haben, sonst hätte die öffentliche schriftliche Diskussion über das Thema *Bubbles*, die später noch ausführlicher aufgegriffen werden wird, nie in dem Maße stattfinden können.

Die Debatte darum, ob die Verbindung zwischen der Werbung, ergo dem Kommerz, und der Kunst zulässig sei, gestaltete sich in vielerlei Hinsicht ähnlich wie die in erster Instanz geführte Debatte um die Massenreproduktionen. Hauptsächlich wurde die Frage nach dem Gewinn gestellt und zwar danach, wer von dieser Verwendung am meisten profitierte, – der Künstler, derjenige, der die Werbung veranlasste, oder aber das Publikum. Die Mehrheit war sich einig darüber, dass die Öffentlichkeit in jedem Fall positiv davon beeinflusst werden müsse, wenn sie Beispiele guter Kunst im täglichen Leben vor Augen geführt bekomme. Wie auch in Bezug auf die Massenreproduktionen war man von dem katharsischen Effekt der Kunst überzeugt und vermutete darüber hinaus, dass die künstlerische Werbung mit offiziell sanktionierten Werkbeispielen dazu beitragen würde, ästhetische Normen zu setzen – insbesondere bei denjenigen Mitgliedern der Gesellschaft, die nicht regelmäßig Galerien und Museen besuchten. Thomas Barratt veröffentlichte deswegen 1889 einen Leserbrief in der *Paul Mall Gazette*: „I maintain that we personally can do more good for the spread of art and culture than your Royal Academy or your endless galleries.“<sup>233</sup> Hier wird einmal mehr der volkserzieherische, kulturell-formende Tenor offenkundig, der bereits bei der Analyse von ‚*Leisure Hours*‘ eine nicht unerhebliche Rolle spielte. Bradley verweist auf George Gissings zeitgenössischen Roman *In the Year of Jubilee*, in dem Luckworth Crewe, ein Werbestrategie, sich als Kunstpatron versteht:

---

<sup>233</sup> Zitiert in Morris, 1980. S. 14.

„Look here [...] my dear sir, you're impeding the progress of civilization. How could we have become what we are without the modern science and art of advertising? Till advertising sprang up, the world was barbarous. Do you suppose people kept themselves clean before they were reminded at every corner of the benefits of soap? Do you suppose they were healthy before every wall and hoarding told them what medicine to take for their ailments? Not they indeed! Why, a man like you, an enlightened man, [...] ought to be proud of helping on the age.“<sup>234</sup>

Das Interesse an der Debatte um das Artistic Advertising war groß, weil die englische Kunst erst vor nicht langer Zeit in den Blickpunkt des öffentlichen Bewusstseins getreten war. Dementsprechend vertrat man die Ansicht, dass jede Form der Kunst gewinnbringend für alle Beteiligten sein müsse.

Marie Corelli, die bereits zuvor bezüglich der viktorianischen Heiratsstrategien in Kapitel zwei zitierte Romanautorin, vertrat eine andere Ansicht. Ihrer Meinung nach konnte wahre Kunst ihre Aura nur verlieren, wenn sie eine Verbindung mit dem Kommerz einging. Corelli gilt als eine der prominentesten Personen hinsichtlich der Abwertung des Millais'schen Spätwerks. In den 1895 erschienenen *Sorrows of Satan* lässt sie den hochtrabenden Schriftsteller Geoffrey Tempest äußern:

„I am one of those who think the fame of Millais as an artist was marred when he degraded himself to the level of painting the little green boy blowing bubbles of Pears' soap. That was an advertisement. And that very incident in his career, trifling though it seems, will prevent his ever standing on the same dignified height of distinction with such masters in art as Romney, Sir Peter Lely, Gainsborough, and Reynolds.“<sup>235</sup>

Nachdem Corelli von Millais brieflich erfuhr, dass das Gemälde ursprünglich nicht als Werbung angelegt gewesen war, änderte sie ihren Tonfall und schrieb bescheiden zurück:

„Dear Sir John Millais! Your letter has had the effect of a sudden "bomb" thrown in upon the calm of my present "sea-side" meditations! — but I have rallied my energies at last; and I assure you "in the name of Satan" and all other fallen or risen angels that I meant no harm in the remark I put into "Geoffrey Tempest's" mouth concerning you. It is out of the high and faithful admiration I have

---

<sup>234</sup> Gissing, 1911. S. 74.

<sup>235</sup> Corelli, 1998. S. 80-81.

for you as a king among English painters, that I get inwardly wrathful whenever I think of your "Bubbles" in the hands of Pears as a soap-advertisement! Gods of Olympus! — I have seen and loved the original picture, — the most exquisite and dainty child ever dreamed up, with the air of a baby Poet as well as of a small angel — and I look upon all Pears' "posters", as gross libels both of your work and you! [...] "Bubbles" should hang beside Sir Joshua's "Age of Innocence" in the National Gallery where the poor people could go and see it with the veneration that befits all great art."<sup>236</sup>

Dennoch war die Position John Everett Millais' nicht eindeutig geklärt, weshalb sein Sohn John Guille in der Biographie über den Vater bestrebt ist, dessen Ruf zu retten. Er argumentiert, sein Vater sei zunächst „furious“ ob der Behandlung des Gemäldes durch Pears Company gewesen, habe jedoch später einsehen müssen, nichts dagegen unternehmen zu können. Schließlich habe man ihn einigermaßen besänftigt durch die hohe Qualität, in der das Werk verändert und publiziert worden sei.<sup>237</sup> Laurel Bradley, der sich am intensivsten mit der Materie auseinandergesetzt hat, führt die Korrespondenz des Ehrensekretärs der nationalen Gesellschaft zur Überwachung des Public Advertising (N.S.C.A.P.A), Richardson Evans an, der behauptet, Millais sei neben anderen Künstlern wie William Holman Hunt, William Morris und Walter Crane einer der Gründungsväter jener Society gewesen und habe sich mithin aktiv gegen den Missbrauch der Kunst gewandt.<sup>238</sup> Abgesehen von Millais' Namen auf dieser Liste der Mitglieder ist jedoch kein Engagement seinerseits gegen die ‚visuelle Verschandelung‘ nachzuweisen. Vielmehr existieren mehrere Briefe der einzelnen beteiligten Verleger, die alle dafür sprechen, dass Millais die Verwendung seiner Kunst zu kommerziellen Zwecken nicht belastet zu haben scheint. Laut Barratt soll Millais sogar geäußert haben: „What [...] nonsense! I will paint as many pictures for advertisement as you like to give me commissions for and I will write you a letter for publication marking my appreciation of the excellent way

---

<sup>236</sup> Corelli, 1895. Es ist sehr erstaunlich, diese Geisteshaltung, die an Walter Benjamin erinnert, bei einer Bestsellerautorin des 19. Jahrhunderts zu entdecken, die Benjamin als solche vermutlich zunächst gering geschätzt hätte.

<sup>237</sup> Millais, 1899. S. 189.

<sup>238</sup> Die N.S.C.A.P.A wandte sich vor allem gegen Kunst auf öffentlichen Anschlagtafeln, die sie als „March of Disfigurement“ bezeichnete. Dem *Artistic Advertising* in der illustrierten Presse gegenüber war sie weniger abgeneigt. Evans, 1899. S. 7. Vgl. Bradley, 1995. S. 203.

you have dealt with my picture.“<sup>239</sup> Da dieser angebliche Brief nie verfasst wurde, stützt sich die Hauptargumentation der Seite, die vertrat, dass Millais keine Bedenken wegen *Bubbles*' Verwendung durch Pears hatte, auf einen Bericht von Charles Deschamps.<sup>240</sup> Deschamps war leitender Kurator der Sektion für britische Kunst bei der Weltausstellung in Paris (1889) und hatte sich mit Millais darüber ausgetauscht, ob es ratsam sei, *Bubbles* dort auszustellen. Millais antwortete: „Nonsense, why not? It is an admirable reproduction and is a credit to Messrs. Pears, and to my picture, which is a good one.“<sup>241</sup>

Es lässt sich nicht mit Bestimmtheit feststellen, was Millais' tatsächliche Einstellung bezüglich der Debatte um das Artistic Advertising war. Als geschäftstüchtiger Pragmatiker hatte er vermutlich zunächst keine Einwände gegen die Verwendung von *Bubbles* als Werbebild, da ein großer Teil seiner monatlichen Einkünfte aus Verträgen mit Graphikhändlern und Copyrightverkäufen an Zeitschriften stammte. Er akzeptierte es (ob gern oder ungern sei dahingestellt), dass er nur dann das größtmögliche Publikum erreichte, wenn er der ‚popular painter‘ war – mit allem, was dazu gehörte. Dennoch ging sein Pragmatismus sicher auch so weit, dass ihm bewusst war, dass sein Ruhm zunächst auf seiner Position als hochambitioniertem, exzellenten englischen Künstler und Akademiker beruhte. Selbst seine Jugend, die Sturm-und-Drang-Zeit des rebellischen Präraffaelismus, wurde in späteren Jahren wohlwollend als eine Jugendphase betrachtet, in der er sich die Hörner abgestoßen hatte und eine Mission erfüllen wollte. Dieser Pioniergeist wurde als löblicher Versuch gesehen, die englische Kunst zu einstiger Größe zurückzuführen. Wäre also *Bubbles* aufgrund seines Inhalts, seiner Sentimentalität und seines historisierenden Anspruchs wegen in Frage gestellt worden, dann hätte Millais sicher aktiv Stellung bezogen und sich in größerem Maße verteidigt. Als jemand, der so ausgesprochen sensibel auf das reagierte, was das Publikum zu sehen wünschte und was es bewegte, hat er möglicherweise in den Jahren vor seinem Tod auch geahnt, dass die ‚Vermählung‘ von Kunst und Kommerz nur von kurzer Dauer sein konnte und dass diese Zeit schon bald vorüber sein sollte.

---

<sup>239</sup> Barratt, 1899. S. 14.

<sup>240</sup> Bradley, 1995. S. 203 f.

<sup>241</sup> Deschamps, 1899. S. 15.

Die in Großbritannien gängige Methode, ein fertiges Gemälde zu nutzen, es den konsumfördernden Voraussetzungen anzupassen und schließlich als Werbung zu verwenden, hieß, dass die Priorität zunächst auf der Kunst und erst in zweiter Linie auf dem Design lag. In der französischen Werbebranche hingegen lag der Fall anders: Dort führten eher spezielle Designer das Feld an. Bekannt für diese Bewegung sind bis heute Namen wie Jules Cheret, Henri de Toulouse-Lautrec oder auch Eugène Grasset. Das Poster setzte sich 1890 als eigenständige Kunstrichtung durch.<sup>242</sup> Die französische Entwicklung erreichte schließlich auch England und man bediente sich in Folge dessen der von Cheret aufgebrachten Technik des weißen Untergrundes und der vereinfachten Zeichnung sowie der formenübergreifenden Linien, die es ermöglichen, Text und Bild miteinander zu verknüpfen. Dennoch wurde in der viktorianischen Gesellschaft das Modell des *Artistic Advertising* wesentlich länger und intensiver als auf dem Kontinent verwendet<sup>243</sup>, wofür es zwei Gründe anzuführen gilt:

1.) Da England auf keine lange Zeit staatlicher Kunstpatronage zurückblicken konnte, war das Bewusstsein von der Kunst als etwas, an dem man plötzlich öffentlich partizipieren konnte, sehr geschärft. Ein Produkt durch ein Beispiel der institutionellen Hochkunst zu nobilitieren, musste deshalb wirksam sein, denn die Wertschätzung, die dem Künstler galt, übertrug sich folglich auf den beworbenen Gegenstand.

2.) Großbritannien hatte durch seine erzieherischen Maßnahmen, die ausführlich im Zuge der Untersuchungen der Gemälde *Hearts are Trumps*, *Leisure Hours* und *The Boyhood of Raleigh* dargelegt worden sind, eine sehr stark ausgeprägte nationale Identität generiert. Indem die Werke zeitgenössischer *englischer* Künstler zu Werbezwecken verwendet wurden, wurde der Konsument dazu angeregt, sich mit der Kunst zu identifizieren und dementsprechend auch mit den englischen Produkten sowie der britischen Gesellschaft, die beide hervor gebracht hatte.

---

<sup>242</sup> Vgl. Cate und Hamilton Hitchings, 1978.

<sup>243</sup> Eine Ausnahme bildet der Fall Franz von Stucks in Deutschland, der um 1900 seine mythologischen Charaktere für eine Odol-Werbung verwendete. Vgl. Vath, 1984. S. 174-181.



## 8. Fazit

Die vorliegende Arbeit hat es sich zum Ziel gesetzt, die Interdependenzen zwischen dem Spätwerk John Everett Millais' und der viktorianischen Konsumgesellschaft aufzuarbeiten. Diese Interdependenzen wurden aufgegliedert in die Betrachtung der Muster und Auswirkungen des fortschreitenden Konsumverhaltens der Zeitgenossen in der Kunst des einstigen Präraffaeliten, gleichzeitig wurde jedoch auch seine Kunst selbst als ein Vektor charakterisiert, der sich in die ökonomische Zirkulation des Kapitals einspeiste. Dieser Verlauf ist anhand der engen Verschränkung der Werke Millais' mit der illustrierten Presse nachgewiesen worden, die Michael F. Zimmermann in seiner Habilitationsschrift als bislang wenig beachteten „Schmelztiegel der Bildsemantik“ bezeichnet hat.<sup>244</sup>

Millais kann als Paradebeispiel des viktorianischen Künstlers gelten, der sich und seiner Kunst die Dynamik der Zeit zunutze zu machen wusste. Ihm kam dabei entgegen, dass der britische Geschmack nicht so sehr Bemühungen um hehre, entrückte Bildinhalte bevorzugte, sondern eine häusliche, den Menschen nahestehende Kunst favorisierte. Dies ist als britisches Gesamtphänomen einzustufen, denn es erklärt, warum sich die Historienmalerei in Großbritannien nie durchsetzen konnte.<sup>245</sup>

Zudem war es Millais' Glück, in einer Zeit tätig zu sein, in der der Künstler - um als brilliant angesehen zu werden - *nicht* gleichzeitig außerhalb der Gesellschaft stehen musste.<sup>246</sup> Das durch und durch viktorianisch-bürgerliche, ja puritanische Gerechtigkeitsverständnis, dass ein guter Künstler auch ein gutes Einkommen verdiene, widerstrebt der in der Romantik geborenen Idee (die bis heute durchaus gängig zu sein scheint) des verkannten, unverständenen Genies. An dieser Stelle wird, wenn man es überspitzt formuliert, der Anspruch des Intellekts gemindert und als eine längst überwunden geglaubte, in erster Linie handwerkliche und empirisch messbare, Leistung bewertet.

---

<sup>244</sup> Zimmermann, 2006. S. 10.

<sup>245</sup> Vgl. Potts, 1981. S. 192.

<sup>246</sup> Dass Großbritannien dem Wohlstand eines Künstlers schon seit dem 18. Jahrhundert wohlwollend gegenüberstand, beweist eine Abhandlung zu Gainborough, der „thoroughly commercial“ gewesen sei. „Portraiture was a very serious business in the individualistic and entrepreneurial world of the eighteenth-century Britain. (...) Gainborough was a businessman who also claimed to be an unworldly creative individual, a ‚genius‘ no less.“ Vaughan, 2002. S. 9.

Millais starb, bevor die Moderne in England richtig Einzug hielt und Reformierer wie Clive Bell oder insbesondere Roger Fry eine klarere Struktur in die britische Theorie der Ästhetik brachten. Deren oberste Prämisse, zwischen der Kunst und dem Niederen, Alltäglichen eine Trennung zu vollziehen, hat nachträglich den in dieser Arbeit behandelten Teil der viktorianischen Kunst in ein „aesthetic purgatory“<sup>247</sup> verdammt.<sup>248</sup>

Eingangs habe ich Abstand genommen von dem Bestreben, ein Urteil über die künstlerische Entwicklung des Malers Millais fällen zu wollen und darauf verwiesen, dass ich sein Spätwerk als Zeitphänomen betrachten möchte. Wir sehen uns bei der viktorianischen Ära mit einem Zeitalter konfrontiert, in dem die Kunst aufgrund großer technischer Veränderungen der Gesellschaft eine Wertverschiebung erfuhr: „With his commercial recipes for new hues, the industrial chemist had superseded the painter as the colorist of the nineteenth century.“<sup>249</sup> Das Zitat zeigt noch einmal stellvertretend für die Ergebnisse der einzelnen Kapitel der vorliegenden Arbeit, dass sich die Kunst in einem Maße in alle Lebensbereiche der Gesellschaft integrierte, dass ihre Grenzen verschwammen und sie ihre ästhetische Monopolstellung verlor. Dies lässt sich sowohl auf den Künstler als ‘Businessman’ beziehen, als auch auf den Werkprozess und das Kunstobjekt selbst.

Wie bereits in der Einleitung angedeutet, hat die Kunstgeschichte das kontextgebundene Spätwerk Millais’ in der Retrospektive unter denselben Maßgaben beleuchtet wie das vom Kontext wesentlich autonomere Frühwerk. Im Sinne eines kunstwissenschaftlichen Ansatzes, der vom Iconic Turn geprägt ist und dementsprechend die Vernetzung verschiedener Disziplinen anstrebt, musste in diesem Zusammenhang ein neuer Weg gewählt werden, um einen Zugang zum ‚Wesen der Kunst‘ jener Epoche zu erhalten und daraus einen Mehrwert zu schöpfen.

---

<sup>247</sup> Bradley, 1995. S. 207.

<sup>248</sup> Vgl. Funnell, 1999. S. 58 ff.

<sup>249</sup> Matthews, 1999. S. 176.

## **Bibliographie**

### Primärquellen:

(hierunter werden literarische Quellen, Kunstkritiken, kunstwissenschaftliche Quellen und Zeitzeugnisse zusammengefasst, die im Sinne von Primärquellen verwendet werden.)

### **Armstrong 1885**

Armstrong, Walter: *Sir John Millais, Royal Academician. His Life and Work*. Art Annual (Christmas number of the Art Journal), 1885.

### **Athenaeum 1891**

*Athenaeum*, no. 3314, 2 May 1891. S. 574.

### **Ausstellungskatalog Grosvenor Gallery 1886**

*Exhibition of the Works of Sir John Everett Millais*, Ausst.-Kat. Grosvenor Gallery. London, 1886.

### **Baldry 1899**

Baldry, Alfred Lys: *Sir John Everett Millais: His Art and Influence*. London, 1899.

### **Barrington 1882**

Barrington, Emilie Isabel: *Why is Mr. Millais our Popular Painter?* In: *Fortnightly Review*, vol. 32, July 1882. S. 60-77.

### **Baudelaire 1976**

Baudelaire, Charles: *Le Peintre de la vie moderne* (1863). In: ders.: *Œuvres complètes*. Pichois, Claude (Hrsg.). 2 Bde. Paris, 1976.

### **Blanc 1867**

Blanc, Charles: *Les Artistes de mon temps*. Paris, 1867.

### **Boehn 1912**

Boehn, Max von: *Die Mode. 19. Jahrhundert (1843-1878)*. München, 1912.

### **Brontë 1979**

Bronte, Anne: *The Tenant of Wildfell Hall* (1848). London, 1979.

### **Chardon 1896**

Chardon, Henri: *L'Exposition de 1900*. In: *Revue de Paris* 1 (1. Februar 1896). S. 644.

### **Clark 1852**

Clark, W.M. (Hrsg.): *The Crystal Palace and its contents: An illustrated cyclopaedia of the great exhibition of 1851*. London, 1852.

### **Collier 1905**

Collier, John: *The Art of Portrait Painting*. London, 1905.

**Corelli 1898**

Corelli, Marie: *The Modern Marriage Market*. Ohne Ortsangabe, 1898.

**Corelli, 1998**

Corelli, Marie. *The Sorrows of Satan* (1895). Oxford, 1998.

**Corelli 1895**

Corelli, Marie: *To John Millais*. Autographischer Brief. 24. Dezember 1895. Museum Department of Literary and Historical Manuscripts Collection, The Pierpont Morgan Library. New York. MA.1485 K186.

**Corelli 1905**

Corelli, Marie: *Free Opinions Freely Expressed on Certain Phases of Modern Social Life and Conduct*. Ohne Ortsangabe, 1905.

**Daily Telegraph 1878**

*Daily Telegraph*, 1 May 1878. Zitiert in: Warner, Malcolm: *Hearts are Trumps: Elizabeth, Diana and Mary Beatrice Armstrong*. In: Funnell, Peter und Warner, M. (Hrsg.): *Millais: Portraits*. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery. London, 1999. S. 203-204.

**Deschamps 1899**

Deschamps, Charles: *Letter to the Editor*. In: *The Times*, November 23, 1899. S. 15.

**Eastlake 1960**

Eastlake, Charles: *Methods and Materials of Painting of the Great Schools and Masters* (1853). 2 Bde. New York, 1960.

**Evans 1899**

Evans, Richardson: *Letter to the Editor*. In: *The Times*, November 17, 1899. S. 7.

**Franken 1891**

Franken, Constanze von: *Katechismus der Toilettenkunst und des guten Geschmacks*. Leipzig, 1891.

**Gissing 1911**

Gissing, George: *In The Year of Jubilee*. London, 1911.

**Goncourt 1884**

Goncourt, Edmond de: *Chérie*. Paris, 1884.

**Harlaw 1913**

Harlaw, James: *The Charm of Millais*. London, Edinburgh, 1913.

**Haweis 1878**

Haweis, Eliza: *The Art of Beauty*. London, 1878.

**James 1878**

James, Henry: *The London Exhibitions – The Grosvenor Gallery*. Nation, 23 May 1878. S. 338-339. Erneut gedruckt in: Rawlings, Peter (Hrsg.): *Henry James: Essays on Art and Drama*. Aldershot, 1996.

**James 1881**

James, Henry: *The Portrait of a Lady*. London, 1881.

Zitierte Version: James, Henry: *The Portrait of a Lady*. London, 1997.

**Jopling 1925**

Jopling, Luise: *Twenty Years of my life: 1867-1887*. London, 1925.

**Langtry 1925**

Langtry, Lillie: *The Days I Knew*. London, 1925.

**Mantz 1869**

Mantz, Paul: *Gazette des Beaux Arts*. Bd. I, 1869. S. 503.

**Ménard 1870**

Ménard, René: *Gazette des Beaux Arts*. Bd. I, 1870. S. 505.

**Mill 1983**

Mill, John Stuart: *The Subjection of Women* (1869). London, 1983.

**Millais 1899**

Millais, John Guille: *The Life and Letters of Sir John Everett Millais*, London, 1899.

**Monkhouse 1881**

Monkhouse, Cosmo: *The Grosvenor Gallery*. In: *The Academy*. 7 May 1881. S. 343.

**Müller 1805**

Müller, Ernst: *Versuch einer Ästhetik der Toilette oder Winke für Damen sich nach den Grundregeln der Malerei geschmackvoll zu kleiden*. Leipzig, 1805.

**Oliphant 1878**

Oliphant, Margaret: *Dress*. London, 1878.

**Phillips 1898**

Phillips, Claude: *Millais's Works at Burlington House*. In: *The Nineteenth Century*. Vol. 43, March 1898.

**Ruskin 1903-1912**

Ruskin, John: *Notes on the Present State of Engraving in England*. In: Cook, E.T. und Wedderburn, A. (Hrsg.): *Works*. London, 1903-12.

**Saturday Review 1891**

Saturday Review, LXXI, 13 June 1891. S. 714.

**Schooling 1898**

Schooling, J. Holt: *A Woman's Chance for Marriage (A Practical Guide to Matrimony)*. London, 1898.

**Schröder 1897**

Schröder, Severin: *Die Farbharmonie in der Damen-Toilette*. Wien, 1897.

**Spielmann 1898**

Spielmann, Marion Harry: *Millais And His Works*. Edinburgh, London, 1898.

**Symons 1896**

Symons, Arthur: *The Lesson of Millais*. In: *The Savoy, An Illustrated Monthly*, no 6, October 1896.

**Sydow, 1879**

Sydow, Johanna von: *Brevier der Eleganz. Plaudereien und Enthüllungen aus einem Toilettenzimmer und Salon. Rathgeber am Putztisch und in Gesellschaftsfragen*. Leipzig, 1879.

**The Crystal Palace 1852**

*The Crystal Palace and its contents.: An illustrated cyclopaedia of the great exhibition of 1851*. London, 1852.

**Wornum 1851**

Wornum, Ralph Nicholson: *The Exhibition as a Lesson in Taste*. In: *The Art Journal illustrated catalogue: The industry of all nations 1851*. London, 1851.

**Zola 1883**

Zola, Émile: *Au Bonheur des Dames*. Paris, 1883.

Zola, Émile: *Das Paradies der Damen*. (dt. Übersetzung: Westphal, Hilda) 3. Auflage, Frankfurt a.M., 2007.

**Sekundärquellen:****Adam 1993**

Adam, Richard: *Wer kauft was warum nicht? Konsequenzen für das Marketing*. Wiesbaden, 1993.

**Albrecht 2001**

Albrecht, Karl-Otto: *Politik und Mode*. Kassel, 2001.

**Ausstellungskatalog Royal Academy und Walker Art Gallery 1967**

*PRB Millais PR*, Ausst.-Kat. Royal Academy, London und Walker Art Gallery. Liverpool, 1967.

**Barlow 2000**

Barlow, Paul: *Millais, Manet, Modernity*. In: Corbett, D.P. und Perry, L. (Hrsg.): *English Art 1860-1914: Modern Artists and Identity*. Manchester, 2000.

**Belanger Grafton 1999**

Belanger Grafton, Carol: *Victorian Fashions. A Pictorial Archive*. Mineola, New York, 1999.

**Berghoff 1991**

Berghoff, Hartmut: *Englische Unternehmer 1870-1914*. Göttingen, 1991.

**Blacker 1954**

Blacker, Charles P.: *Eugenics: Galton and after*. London, 1954.

**Blum 1974**

Blum, Stella: *Victorian Fashions & Costumes from Harper's Bazar (1867-1898)*. Mineola, 1974.

**Blum 1985**

Blum, Stella: *Fashions and Costumes from Godey's Lady's Book*. New York, 1985.

**Borzello 1987**

Borzello, Frances: *Civilising Caliban. The Misuse of Art 1875-1980*. London, New York, 1987.

**Bradley 1991**

Bradley, Laurel: *From Eden to Empire - John Everett Millais' 'Cherry Ripe'*. In: *Victorian Studies*, vol. 34, no. 2. 1991. S. 179-203.

**Bradley 1995**

Bradley, Laurel: *Millais' Bubbles and the Problem of Artistic Advertising*. In: Casteras, Susan P. und Faxon, Alicia Craig (Hrsg.): *Pre-Raphaelite Art in Its European Context*. Cranbury, London, Mississauga, 1995. S. 193-209.

**Bradley 2001**

Bradley, Laurel: *Millais, Our Popular Painter*. In: Mancoff, Debra N. (Hrsg.): *John Everett Millais – beyond the Pre-Raphaelite brotherhood*. London, 2001. S. 181-205.

**Breuss 1991**

Breuss, Susanne: *Die Farbe Ist Die Seele Jeder Toilette. Symbolik, Ästhetik und modischer Wandel der Kleiderfarben*. In: Amt der Vorarlberger Landesregierung (Hrsg.): *Kleider und Leute*. Ausst.-Kat. Vorarlberger Landesausstellung 1991. Bregenz, 1991.

**Briggs, 1988**

Briggs, Asa: *Victorian Values*. In: Sigsworth, Eric S. (Hrsg.): *In search of Victorian values. Aspects of nineteenth-century thought and society*. Manchester, New York, 1988. S. 10-27.

**Bürger 2005**

Peter Bürger: *Mode und Moderne im Zweiten Kaiserreich*. In: Hansen, Dorothee und Herzogenrath, Wulf: *Monet und Camille*. Ausst.-Kat. Kunsthalle Bremen. Bremen, 2005. S. 52 - 57.

**Brydon 1874**

Brydon, John M.: *Studio in the House of James Tissot, Esq.* In: *The Building News* (15 May 1874) S. 526-527.

**Casteras 1987**

Casteras, Susan P.: *Images of Victorian Womanhood in English Art*. Rutherford, 1987.

**Casteras und Denney 1996**

Casteras, Susan P. und Denney, Colleen: *The Grosvenor Gallery. A Palace of Art in Victorian England*. New Haven, 1996.

**Cate und Hamilton Hitchings 1978**

Cate, Philip Dennis und Hamilton Hitchings, Sinclair: *The color revolution: color lithography in France 1890-1900*. New Brunswick, 1978.

**Cherry 2000**

Cherry, Deborah: *Beyond the Frame: Feminism and Visual Culture in Britain 1850-1900*. London, 2000.

**Cleve 1996**

Cleve, Ingeborg: *Geschmack, Kunst und Konsum*. Göttingen 1996.

**Coleman 1989**

Coleman, Elizabeth: *The Opulent Era: Fashions of Worth, Doucet and Pingat*. The Brooklyn Museum. 1989.

**Corbin 1982**

Corbin, Alain: *Le miasme et la jonquille*. Paris, 1982.

**Davidoff und Hall 1983**

Davidoff, Leonore und Hall, Catherine: ‚Home Sweet Home‘, ‚Victorian Values‘. Zusatzausgabe des *The New Statesman*, May 27, 1983.

**Davies 1951**

Davies, Peter (Hrsg.): *The Young George Du Maurier.: A Selection of his Letters, 1860-1867*. London, 1951.

**Finken und Kopp 2008**

Finken, Burkhard und Kopp, Rita: *500 Jahre Mode*. Ostfildern, 2008.

**Flanders Darby 1999**

Flanders Darby, Margaret: *The conservatory in St. John's Wood*. In: Lochnan, Katherine (Hrsg.): *Seductive Surfaces - the art of Tissot*. New Haven, 1999. S. 161-184.

**Flint 1999**

Flint, Kate: *Portraits of Women: On Display*. In: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. exh. cat., The National Portrait Gallery, London, 1999. S. 183-200.

**Flint 2000**

Flint, Kate: *The Victorians and the Visual Imagination*. Cambridge, 2000.



**Funnell und Warner 1999**

Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery London. London, 1999.

**Funnell 1999**

Funnell, Peter: *Millais's Reputation and the Practice of Portraiture*. In: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery London. London, 1999.

**Galassi, MacDonald und Ribeiro 2003**

Galassi, Susan Grace; MacDonald, Margaret F.; Ribeiro, Aileen: *Whistler, Women and Fashion*. The Frick Collection. New Haven, London, 2003.

**Germer und Kohle 1991**

Germer, Stefan und Kohle, Hubertus: *Spontaneität und Rekonstruktion. Zur Rolle, Organisationsform und Leistung der Kunstkritik im Spannungsfeld von Kunsttheorie und Kunstgeschichte*. In: Ganz, Peter; Gosebruch, Martin; Meier, Nikolaus und Warnke, Martin (Hrsg.): *Kunst und Kunsttheorie 1400-1900*. Wiesbaden, 1991. S.287-313.

**Glasgow University 2009**

Online-Edition der *Korrespondenz John Abbott McNeill Whistlers*.  
[www.whistler.arts.gla.ac.uk/correspondence](http://www.whistler.arts.gla.ac.uk/correspondence)

**Götz 2006**

Götz, Sebastian: *Britische Malerei im Spiegel österreichischer Kunst*. In: Grabner, Sabine und Krapf, Michael (Hrsg.): *Aufgeklärt Bürgerlich. Porträts von Gainsborough bis Waldmüller (1750-1840)*. München, 2006.

**Hart und North 1998**

Hart, Avril und North, Susan: *Historical Fashion in Detail. The 17th and 18th Centuries*. London, 1998.

**Himmelfarb 1995**

Himmelfarb, Gertrude: *The De-Moralization of Society. From Victorian Virtues to Modern Values*. New York, 1995.

**Holschbach 2006**

Holschbach, Susanne: *Vom Ausdruck zur Pose. Theatralität und Weiblichkeit in der Fotografie des 19. Jahrhunderts*. Berlin, 2006.

**Holsing 2005**

Holsing, Henrike: *Die carte de visite – Portraitfotografie im kleinen Format*. In: Hansen, Dorothee und Herzogenrath, Wulf: *Monet und Camille*. Ausst.-Kat. Kunsthalle Bremen. Bremen, 2005. S. 238-247.

**Homberger 2008**

Homberger, Eric: *Vergoldete Zeiten. Das New York der Reichen gestern und heute*. In: Dayer Gallati, Barbara und Westheider, Ortrud (Hrsg.): *High Society. Amerikanische Portraits des Gilded Age*. Ausst.-Kat. Bucerius Kunstforum, Hamburg. München, 2008.

**Iwagami 2005**

Iwagami, Miki: *19. Jahrhundert*. In: Fukai, Akiko (Hrsg.): *Fashion. Eine Modegeschichte vom 18.-20. Jahrhundert. Die Sammlung des Kyoto Costume Institute*. Bd. 1. Köln, 2005. S. 148-319.

**Jackson 1885**

Jackson, Mason: *The Pictorial Press: Its Origin and Progress*. London, 1885.

**Kassal-Mikula 2001**

Kassal-Mikula, Renata: *Hans Makart – Malerfürst (1840-1884)*. Ausst.-Kat. Historisches Museum der Stadt Wien. Wien, 2001.

**Kohle 2001**

Kohle, Hubertus: *Adolph Menzels Friedrich-Bilder. Theorie und Praxis der Geschichtsmalerei im Berlin der 1850er Jahre*. Berlin, München, 2001.

**Krüger 2007**

Krüger, Matthias: *Das Relief der Farbe – Pastose Malerei in der französischen Kunstkritik 1850-1890*. Berlin, München, 2007.

**Maas 1968**

Maas, Jeremy: *Victorian Painters*. London, 1968.

**Maas 1975**

Maas, Jeremy: *Gambart – Prince of the Victorian Art World*. London, 1975.

**Mandell 1967**

Mandell, Richard D.: *Paris 1900: The Great World's Fair*. Toronto, 1967.

**Mayerhofer-Llanes 2005**

Mayerhofer-Llanes, Andrea: *Modeillustrationen im 19. Jahrhundert*. In: Hansen, Dorothee und Herzogenrath, Wulf: *Monet und Camille*. Ausst.-Kat. Kunsthalle Bremen. Bremen, 2005. S. 214-227.

**Matthew 1999**

Matthew, H.C.G: *Portraits of Men: Millais and Victorian Public Life*. In: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery London. London, 1999.

**Matthews 1999**

Matthews, Alison: *Aestheticism's True Colors. The Politics of Pigment in Victorian Art, Criticism and Fashion*. In: Schaffer, Talia und Psomides, Kathy A. (Hrsg.): *Women and British Aestheticism*. Charlottesville N.C., London, 1999.

**McLeod 1987**

McLeod, Dianne Sachko: *Art collecting and Victorian middle-class taste*. In: *Art history 10*. 1987. S. 328-350.

**Morris 1980**

Morris, Edward: *Paintings and Sculpture*. In: Royal Academy of Arts (Hrsg.): *Lord Leverhulme . A Great Edwardian Collector and Builder*. London, 1980. S. 14-37.

**Müller 2003**

Müller, Hans-Peter: *Die „feinen Unterschiede“, wo es keine geben sollte: Anmerkungen zum Verhältnis von Arbeiteraristokratie und Luxus*. In: Meyer, Torsten und Reith, Reinhold (Hrsg.): *Luxus und Konsum. Eine historische Annäherung*. Münster, 2003.

**Olmsted 1980**

Olmsted, John Charles (Hrsg): *Victorian Painting: Essays and Reviews*. New York, 1980.

**Pennell 1921**

Pennell, Elizabeth R. und Joseph: *The Whistler Journal*. Philadelphia, 1921.

**Plener 2001**

Plener, Peter: *(K)ein Mohr im Hemd. Aschantis in Budapest und Wien 1896/97*. Wien, 2001. S.1. Beitrag auf der interdisziplinären Internet-Plattform "Kakanien revisited", u.a. betrieben durch die Universität Wien.  
[www.kakanien.ac.at/beitr/fallstudie/PPlener2.pdf](http://www.kakanien.ac.at/beitr/fallstudie/PPlener2.pdf) (letzter Zugriff 17.07.2009)

**Potts 1981**

Potts, Alex: *British Romantic Art through German Eyes*. In: Zentralinstitut für Kunstgeschichte (Hrsg.): *„Sind Briten hier?“ Relations between British and Continental Art 1680-1880*. München, 1981. S. 181-205.

**Przyblysky 1996**

Przyblysky, Jeannene M.: *Courbet, the Commune, and the meaning of Still Life in 1871*. In: *Art Journal* 55 (1996). S. 28-37.

**Raht 1981**

Raht, Tione: *Die Geschichte der Seidenblumen*. Hannover, 1981.

**Ribeiro 2003**

Ribeiro, Aileen: *Art and Fashion*. In: Galassi, Susan Grace; MacDonald, Margaret F.; Ribeiro, Aileen: *Whistler, Women and Fashion*. The Frick Collection. New Haven, London, 2003. S. 19-51.

**Rosenfeld 2007**

Rosenfeld, Jason: *Hearts are Trumps: Portraits of Elizabeth, Diana and Mary, Daughters of Walter Armstrong, Esq.* In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 110.

Rosenfeld, Jason: *Kate Perugini*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 206.

Rosenfeld, Jason: *„Leisure Hours“*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 144.

Rosenfeld, Jason: *Louise Jopling*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 118.

Rosenfeld, Jason: *The Marchioness of Huntly*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 192.

Rosenfeld, Jason: *Twins*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 117.

#### **Schaltenbrand Felber 2004**

Schaltenbrand Felber, Therese (Hrsg.): *Modeband – Seidenbänder aus Basel*. Basel, 2004.

#### **Schambach 1996**

Schambach, Karin: *Photographie – ein bürgerliches Medium*. In: Hein, Dieter und Schulz, Andreas (Hrsg.): *Bürgerkultur im 19. Jahrhundert. Bildung, Kunst und Lebenswelt*. München, 1996. S. 66-82.

#### **Schriefers 1999**

Schriefers, Thomas: *Für den Abriss gebaut? Anmerkungen zur Geschichte der Weltausstellungen*. Hagen, 1999.

#### **Sharpe 1986**

Sharpe, William: *J.E. Millais' Bubbles: A Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. In: *The Victorian Newsletter* 70. 1986. S. 15-18.

#### **Shep 1987**

Shep, R.L.: *Civil War Ladies: Fashions and Needle-Arts of the Early 1860's. Primary Source Material from Peterson's Magazine 1861 and 1864*. Mendocino, 1987.

#### **Severa 1995**

Severa, Joan: *Dressed for the Photographer. Ordinary Americans & Fashion (1840-1900)*. Kent, London, 1995.

#### **Simon 1995**

Simon, Marie: *Mode et peinture : le Second Empire et l'impressionnisme*. Paris, 1995.

#### **Spatt 1985**

Spatt, Hartley, S.: *The Aesthetics of Editorship – Creating Taste in the Victorian Art World*. In: *Innovators and Preachers: The Role of the Editor in Victorian England*. Westport, 1985.

#### **Smith 2007**

Smith, Alison: *Fancy Pictures*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 172-187.

Smith, Alison: *Bubbles*. In: Rosenfeld, Jason und Smith, Alison: *Millais*. Ausst.-Kat. Tate Britain. London, 2007. S. 184.

#### **Suoh 2005**

Suoh, Tamami: *18. Jahrhundert*. In: Fukai, Akiko (Hrsg.): *Fashion. Eine Modegeschichte vom 18.-20. Jahrhundert. Die Sammlung des Kyoto Costume Institute*. Bd. 1. Köln, 2005. S. 26-145.

**Talbot 2008**

Talbot, Emily: *Bourgeois Ambition and Whist for Wives in John Everett Millais's Hearts are Trumps*. In: *Immediations*, vol. 2, no 1, The Courtauld Institute of Art, University of London, London, 2008.

**Tétart-Vittu 2008**

Tétart-Vittu, Françoise: „*C'est le portrait de ma robe que je veux, surtout qu'elle ne fasse pas de grimaces*“. In: Musée Galliera, Paris (Hrsg.): *Sous L'Empire Des Crinolines*. Paris, 2008. S. 150-155.

**Thompson, 1988**

Thompson, F.M.L.: *The Rise of Respectable Society. A Social History of Victorian Britain. 1830-1900*. London, 1988.

**Vath 1984**

Vath, Henriette: *Zur Instrumentalisierung Stuckscher Bildideen in der Reklame um die Jahrhundertwende: Odol hommage à Stuck*. In: Poetter, Jochen (Hrsg.) *Franz von Stuck*. München, 1984. S. 174-181.

**Vaughan 2002**

Vaughan, William: *Gainsborough*. London, 2002.

**Virag, 2003**

Virag, Rebecca: *Images of Inheritance. The Influence of Eugenic Ideas and Socio-Biological Theory in Late-Nineteenth and Twentieth Century British Art (c. 1890-1918)*. The Courtauld Institute of Art, University of London, London, 2003.

**Warner 1999**

Warner, Malcolm: *Portraits of Children: The Pathos of Innocence*. In: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery London. London, 1999.

Warner, Malcolm: *Twins*. In: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): *Millais: Portraits*. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery London. London, 1999. S. 209.

**Weintraub, 1974**

Weintraub, Stanley: *Whistler. A Biography*. London, 1974.

**Wörner 1991**

Wörner, Simone: *Wie ist die Natur doch im Allgemeinen so schön. Kleidungs-ideen und Kleidungsverhalten bürgerlicher Naturbewegungen*. In: Amt der Vorarlberger Landesregierung (Hrsg.): *Kleider und Leute*. Ausst.-Kat. Vorarlberger Landesausstellung 1991. Bregenz, 1991. S. 294-322.

**Wohl 1978**

Wohl, Anthony S.: *The Victorian Family: Structure and Stresses*. London, 1978.

**Zander-Seidel 2002**

Zander-Seidel, Jutta: *Kleiderwechsel: Frauen-, Männer- und Kinderkleidung des 18.-20. Jahrhunderts*. Nürnberg, 2002.

**Zimmermann 2006**

Zimmermann, Michael F.: *Industrialisierung der Phantasie. Der Aufbau des modernen Italien und das Mediensystem der Künste (1875-1900)*. München, Berlin, 2006.

**Zitzlsperger 2008**

Zitzlsperger, Philipp: *Dürers Pelz und das Recht im Bild – Kleiderkunde als Methode der Kunstgeschichte*. Berlin, 2008

## Abbildungsverzeichnis

### 1.) Malerei

Abbildung Nr. 1



Millais, John Everett: *A Jersey Lily* (Lillie Langtry) (1878), Öl auf Leinwand, 116 x 85 cm, Jersey Museums.

Abbildung Nr. 2



Millais, John Everett: *Hearts are Trumps* (1872), Öl auf Leinwand, 165,7 x 219,7 cm, Tate Britain, London.



Abbildung Nr. 3



Millais, John Everett: *Sisters* (1868), Öl auf Leinwand, 106,7 x 106,7 cm, Privatsammlung.

Abbildung Nr. 4



Reynolds, Sir Joshua: *The Ladies Waldegrave* (1780-81), Öl auf Leinwand, 143,5 x 168 cm, National Gallery of Scotland, Edinburgh.

Abbildung Nr. 5



Millais, John Everett: *Twins* (1876), Öl auf Leinwand, 153,5 x 113,7 cm, Fitzwilliam Museum, Cambridge.

Abbildung Nr. 6



Millais, John Everett: ‚*Leisure Hours*‘ (1864), Öl auf Leinwand, 88,9 x 118,1 cm, The Detroit Institute of Arts.

Abbildung Nr. 7



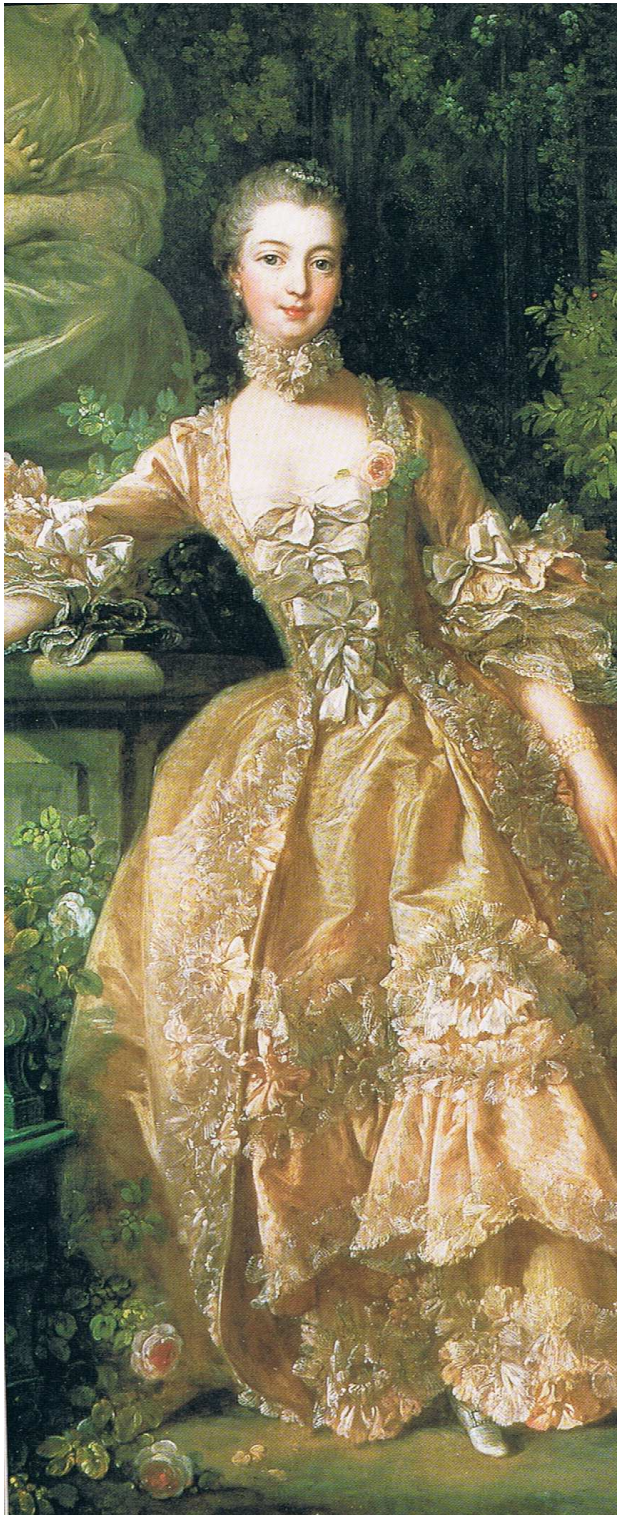
Millais, John Everett: *The Boyhood of Raleigh* (1869-70), Öl auf Leinwand, 120,6 x 142,2 cm, Tate Britain.

Abbildung Nr. 8



Millais, John Everett: *The Marchioness of Huntly* (1870), Öl auf Leinwand, 223,5 x 132 cm, Privatsammlung.

Abbildung Nr. 9



Boucher, François: *Madame de Pompadour* (1759), Öl auf Leinwand, 91 x 68 cm, The Wallace Collection, London.

Abbildung Nr. 10



Millais, John Everett: *Louise Jopling* (1879), Öl auf Leinwand, 125,1 x 76,2 cm, National Portrait Gallery.

Abbildung Nr. 11



Whistler, James Abbott McNeill: *Harmony in Flesh Colour and Black* (1877), Öl auf Leinwand, 192,5 x 90 cm, Hunterian Art Gallery, University of Glasgow.

Abbildung Nr. 12



Millais, John Everett: *Kate Perugini* (1880), Öl auf Leinwand, 124,5 x 78,7 cm, Privatbesitz von Katherine Woodward Mellon.



Abbildung Nr. 13



Millais, John Everett: *The Black Brunswicker* (1860), Öl auf Leinwand, 104 x 68,5 cm, Lady Lever Art Gallery.

Abbildung Nr. 14



Millais, John Everett: Bubbles (1885-86), Öl auf Leinwand, 109,2 x 78,7 cm, Lady Lever Art Gallery.

Abbildung Nr. 15



Millais, John Everett: *Cherry Ripe* (1879), Öl auf Leinwand, 134,6 x 88,9 cm, Privatsammlung.

## 2.) Graphik/Fotografie

Abbildung Nr. 1



*Pears' Soap advertisement mit Lillie Langtry. 1880er Jahre. Quelle: Funnell, Peter und Warner, Malcolm (Hrsg.): Millais: Portraits. Ausst.-Kat. The National Portrait Gallery London. London, 1999. S. 198.*

Abbildung Nr. 2



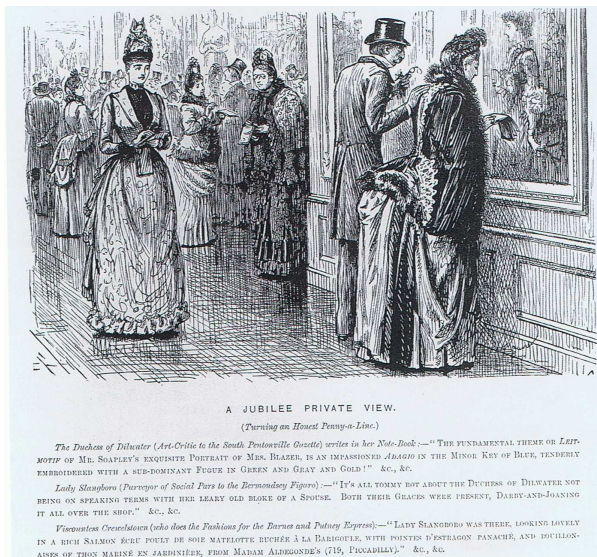
Anonym: *Portraitfotografie von Lillie Langtry. Späte 1870er Jahre. Quelle: Jersey Museums.*

### Abbildung Nr. 3



Anonym: Eröffnung der ersten Weltausstellung im Crystal Palace durch die Königsfamilie (1. Mai 1851). Quelle: Lenze, Franz: *Mutter des Imperiums*. In: *Geo Epoche London*, Juli 2005.

### Abbildung Nr. 4



Du Maurier, George: *A Jubilee Private View*. *Punch*, vol. 92. (June 18, 1887), S. 249.

Abbildung Nr. 5



Military style costumes, fotografiert von G.W. Wilson of Aberdeen (ca. 1885 und 1888-89) Zitiert in: Gernsheim, Alison: Victorian and Edwardian Fashion. A Photographic Survey. New York, 1981. Abb. 151/152.

Abbildung Nr. 6



Modeillustrationen aus der *Revue de la Mode* (November 1876), aus *Illustrierte Frauen-Zeitung* (19. März 1877) und *La Mode Élégante* (Dezember 1878). Quelle: Mayerhofer-Llanes, Andrea: Modeillustrationen im 19. Jahrhundert. In: Hansen, Dorothee und Herzogenrath, Wulf: *Monet und Camille*. Ausst.-Kat. Kunsthalle Bremen. Bremen, 2005. S. 225.

Abbildung Nr. 7



Seifenwerbung der Pears Company, Bubbles (1886). Mehrfach modifiziert. Quelle: Website der Firma Pears International. [www.pearsinternational.com](http://www.pearsinternational.com)