Produktiver Hedonismus

blog.kulturwissenschaften.de/produktiver-hedonismus

Jan Wetzel 07.10.2026

Weibliche Textilkunst in der frühneuzeitlichen Konsumgesellschaft

Abb. 1: Titelblatt von ein Schön newes Modelbuch
(Sigismund Latomus, 1609)

Zwei Putti mühen sich (Abb. 1). Der eine mit Axt und Hammer für die Arbeit, „Labor“ (1), der andere mit Sporn für den Fleiß, „Diligencia“ (2). Darunter Allegorien des Sehens, „Visus“ (3), und des Fühlens, „Tactus“ (4). Dazu ein Spinnrad und ein Spinnennetz (5) – womit wir beim Thema des Buches sind, das diese Grafik schmückt. Es geht darum, wie man erlernt, Fäden kunstvoll miteinander zu verknüpfen, mit Ausdauer und Fleiß, einem geschulten Auge und geschickten Händen.

Wir sehen das Titelbild eines sogenannten Modelbuchs, erschienen 1609 in Frankfurt am Main im Verlag von Sigmund Latomus. „Model“ steht für Modelle, also Vorlagen, vergleichbar mit heutigen Schnittmustern, jedoch ornamental, für das Sticken, Klöppeln oder Weben, für Kissen, Tischdecken oder Vorhänge (Abb. 3). Die Modelbücher erschienen im 16. und 17. Jahrhundert in rund 400 Ausgaben[1] in den damaligen Konsumzentren (Abb. 2). Ihre Zielgruppe waren Frauen, die „Tugentsame[] Matronen, Frawen und Jungfrawen, so zur Modelarbeyt Lust tragen“.[2] Zu ihren traditionellen Aufgaben gehörte die textile Heimarbeit; in höheren Ständen gehörte sie zur (keineswegs nur auf Frauen beschränkten) Beschäftigung, wie die Titelbilder ebenso zeigen (Abb. 1, Nr. 6).

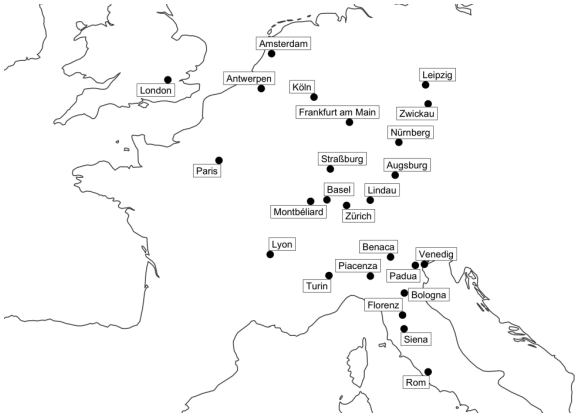

Abb. 2: Verlagsorte der Modelbücher, eigene Darstellung

Wer an die Anfänge der Konsumgesellschaft denkt, hat vielleicht höfische Pracht, Kolonialwaren oder die Warenhäuser des 19. Jahrhunderts vor Augen, aber wohl kaum stickende Frauen. Und doch lässt sich daran, wie diese Modelbücher schöne textile Formen an europäische Frauen der Frühen Neuzeit vermarkteten, ablesen, wie sich das gesellschaftliche Verhältnis zum Konsum positiv verschob. Die moralische Botschaft der Bücher lautete: Schöne Dinge bloß zu begehren, zu besitzen oder passiv zu genießen, ist verwerflich. Sie durch eigenen Fleiß und Einfallsreichtum *zu erschaffen*, ist tugendhaft, und ihr Luxus damit gerechtfertigt.

Der ‚neue Luxus' der Frühen Neuzeit

‚Luxus' war in der europäischen Tradition ein aufgeladenes Thema.[3] Welcher Konsum gestattet war, richtete sich in einer hierarchisch geordneten Gesellschaft nach der gesellschaftlichen Stellung. Im Mittelalter sprach man nicht von Bedürfnissen, sondern von ‚Notdurft' als dem standesabhängigen, zum Leben Benötigten. Luxus als persönliches Wohlleben über die Notdurft des eigenen Standes hinaus bot daher eine Angriffsfläche. Ökonomisch spiegelte sich darin eine Gesellschaft, die *grosso modo* vom Mangel geprägt war. Große Teile der Bevölkerung waren von einer Hungersnot nur wenige Fehlernten entfernt. Reichtum beruhte auf dem landwirtschaftlichen Surplus, das sich die Oberschichten als Landbesitzer aneigneten. Luxuskritik war deshalb so wirksam, weil sie eine geteilte Grundüberzeugung abrufen konnte: Wirtschaft war wenig mehr als ein Nullsummenspiel. Was der eine im Übermaß besaß, fehlte dem anderen.

Klassisch hat man angenommen, dass die Tatsache und das Denken des Mangels erst durch die industrielle Revolution, durch die mit ihr verbundenen Produktivitätsgewinne, überwunden wurden. Heute gibt es alternative Erklärungen. Eine davon stammt vom Wirtschaftshistoriker Jan de Vries, der auf einen früheren, eher kulturellen Wandel hinweist. Nach seiner Darstellung begannen europäische Haushalte schon in der Frühen Neuzeit, ihre Arbeitskraft mehr und mehr dem Markt zur Verfügung zu stellen, um sich von dem Lohn Konsumgüter leisten zu können, die sie selbst nicht herstellen konnten. De Vries prägt hierfür den Begriff der „industriösen Revolution".[4]

Nach de Vries vollzog sich damit ein Wandel vom „alten Luxus“ der ständischen Statusdarstellung hin zu einem „neuen Luxus“ der Mode, des Komforts und guten Geschmacks.[5] Während der alte Luxus sich in einer Schar von Bediensteten oder Goldbehängen ausdrückte, umfasste der neue Luxus modische Kleider, praktische Möbel oder erschwingliche Kunstdrucke. Die historische Bedeutung des neuen Luxus bestand darin, dass sein Wert nicht auf sozialer Exklusivität beruhte, sondern vermehrbar war. Jeder, der es sich leisten konnte, konnte an der Mode partizipieren, seine Wohnung praktisch einrichten und Kunst genießen. Damit war eine Voraussetzung der Wachstumsgesellschaft geschaffen.

Ein produktiver Hedonismus

De Vries verankert seine Erzählung in den Niederlanden des ‚Goldenen Zeitalters‘. Die Niederlande waren seit 1581 eine Republik, die durch (kolonialen) Handel und protoindustriellen Fleiß (Stichwort ‚flandrisches Tuch‘) zu großem Wohlstand kam. Ihren neuen Wohlstand stellten die niederländischen Republikaner in einen starken Kontrast zur höfischen Pracht, insbesondere zum Luxus des französischen Adels – „neuer“ vs. „alter Luxus“. Wir mögen diese Geschichte: weg vom dekadenten Luxus des Adels hin zum breiten Wohlstand des Bürgertums. Doch so suggestiv solche narrativen Kontrastierungen auch sind: Die historische Wirklichkeit ist komplizierter. Damit sind wir wieder bei den Modelbüchern, die uns nicht nur ein anderes Bild vom wirtschaftlich-gesellschaftlichen Wandel geben, weil sie keine nationale Eigenheit, sondern quer durch Europa, von London bis Rom, von Paris bis Leipzig, produziert und gehandelt wurden (Abb. 2).

Vor allem richteten sie sich *sowohl* an adelige Frauen wie jene des bürgerlichen Mittelstands. Ja, die Relativierung der Standesunterschiede war gerade ihr Geschäftsmodell. Sie machten ausländische und neumodische Designs verfügbar. Latomus‘ Modelbuch schwärmte von „sechshundert außerwehlten künstlichen / so wol Italiänischen / Frantzösischen / Niderländischen / Engeländischen / als Teutschen Modeln“; der Titel war mehrsprachig, um verschiedene Märkte zu bedienen (Abb. 1, Nr. 7). Und auch inhaltlich versuchten die Verleger als frühkapitalistische Medienunternehmer, die Zirkulation ihrer ‚Model‘ zu beschleunigen und die Frauen zu neuen textilen Erfindungen anzuregen, damit sie schon bald neue Bücher verlangen würden.[6]

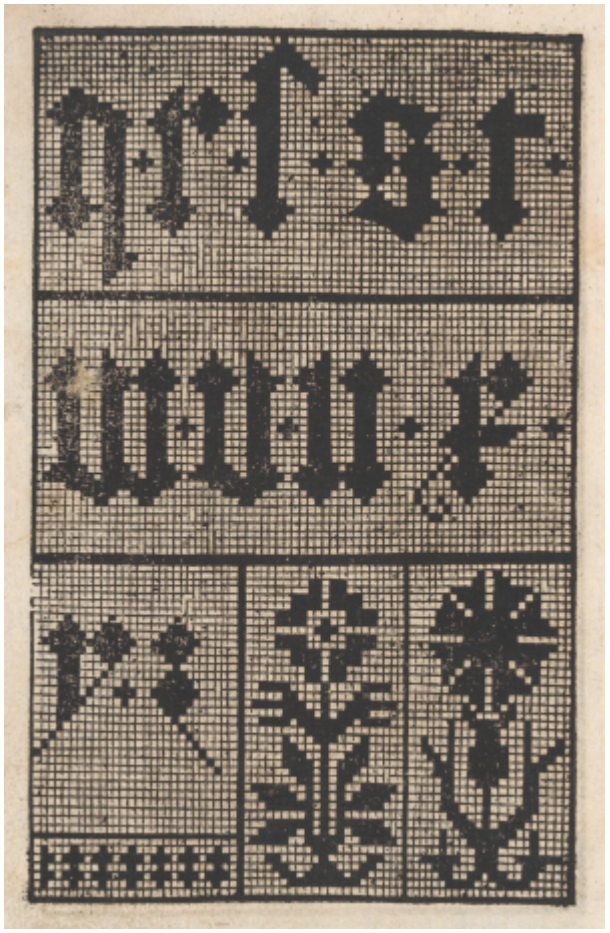

Abb. 3: Model aus Eyn new kunstlich boich (Peter Quentel, 1524), 24 (verso)

Solch ästhetische Vermehrung war heikel. Neben die allgemeine Luxusskepsis trat das patriarchale Vorurteil, übertriebenen Hang zu Lust, Pracht und Eitelkeit vor allem Frauen zuzuschreiben. Die ‚Lösung' der Verleger und Autoren – selten auch Autor*innen*[7] – lag darin, den textilen Luxus als tugendhaft darzustellen. Ein Schweizer Modelbuch von 1561 verglich schöne Stoffe mit dem Wein und argumentierte, dass man, nur weil mancher über den Durst trinke, deswegen nicht den Weinbau verdammen würde. „[V]on deß missbruchs wegen" – wenn manche etwa aus übertriebener Pracht Gold in den Stoff webte – „künded wir die schnür nit verwerffen".[8] Ein Modelbuch von 1650 wiederum stellte das Nähen – ganz ähnlich des obigen Titelbildes (Abb. 1) – als eine demütige Tätigkeit dar, in der sich Arbeit gerade mit „Lust […] un[d] […] Kurzweils Freud" verbände.[9] Die Historikerin Rachel Maines hat deswegen von der weiblichen Textilarbeit als einer „Hedonizing Technology" gesprochen.[10] Der Punkt hier ist jedoch ein anderer: Auch wenn die Selbstentfaltung von Frauen durch die Modelbücher gefördert wurde, legitimierten sie dies durch etwas, das man *produktiven Hedonismus* nennen kann. Es ging gerade nicht um jenen exklusiven Hedonismus, der – wie es klassisch Thorstein Veblen in seiner Theorie der „leisure class" beschrieben hat – demonstrieren sollte, dass man es nicht nötig hatte, zu arbeiten.[11] Sondern um einen Hedonismus, der gerade *in* der kunstvollen Arbeit lag, der tugendhaft war, *weil er neue Dinge schuf*.

Frauen wurden, unzeitgemäß gesprochen, als ‚Prosumentinnen' ästhetisierter Wohnräume angesprochen. Sie erwarben das, was de Vries als „consumer capital"[12] bezeichnet: die Fähigkeit, sich neue Dinge souverän anzueignen, (ästhetische) Bedürfnisse zu entwickeln, sie zu artikulieren, zu steigern und zu legitimieren. Sie konnten ihren selbstgeschaffenen textilen Luxus somit als tugendhaft verstehen und sich des Verdachtes des (männlichen) Umfeldes erwehren, sie drückten damit lediglich ihre Eitelkeit aus. Schöne Dinge waren somit kein Ausdruck von Selbstsucht, sondern disziplinierten, förderten den materiellen Wohlstand, schärften die ästhetische Urteilskraft – Argumente, die liberale Theoretiker im 18. Jahrhundert wiedererfinden sollten, um den zivilisatorischen Gewinn der kommerziellen Gesellschaft zu propagieren.[13]

Der Adel der Arbeit

Doch damit nicht genug. Die Modelbücher suggerierten, dass es gerade Kunstfleiß war, in dem sich hoher Stand beweise. Ein Nürnberger Modelbuch von 1650 ließ eine tugendhafte Adelstochter sagen: „Das Nehen ist kein Thun, das mir nicht wohl geziemet / Dieweil Fürstinnen auch, durch diese Kunst, berühmet […] / Druem sinds nicht Bauren-Sachen / Dardurch ich meines Stands mich solt unwirdig machen".[14] Quer durch Europa beriefen sich die Modelbücher auf den Kunstfleiß herausgehobener Frauen der biblischen wie antiken Überlieferung, aber auch der jüngeren Vergangenheit. Ein Gedicht des berühmten Dichters John Taylor (1578–1653), das einem englischen Modelbuch vorangestellt war, listete eine ganze Dynastie kunstfleißiger englischer Königinnen auf. Die Werke würden im Tower, im Windsor Castle und Hampton Court ausgestellt, als „good example to our Nation".[15] Gelobt wurden auch die Werke Elisabeths I. (1533–1603). Nicht zufällig war das jene Königin, unter deren Protektion im Jahre 1600 die East India Company gegründet wurde, eine wichtige Treiberin des frühneuzeitlichen globalen Handelskapitalismus. Das neue wirtschaftliche Denken, das nach Quellen des Reichtums jenseits der Landwirtschaft suchte, beruhte also nicht allein auf kolonialer Ausbeutung, sondern forderte gleichzeitig ‚Industriösität' von der eigenen Bevölkerung – einschließlich der Königin selbst. Diese konnte dafür ältere Formen der Herrschaftslegitimation hinter sich lassen und damit zur Führerin der entstehenden englischen „Nation of Makers"[16] werden.

Zwar blieb der Standesunterschied gewahrt, denn wer sich solche Bücher leisten konnte, musste nicht schuften, blieb zumeist Dilettantin. Gleichwohl war von der Verachtung körperlicher Arbeit, die etwa die antike Oberschicht geprägt hatte, wenig übrig. Adel rechtfertigte sich hier als *arbeitender* Adel, der Vorbild für die Untertanen sein sollte. Alter und neuer Luxus verschwammen. Der Kulturwissenschaftler Thomas Becker geht so weit, in diesem durch eigene Tätigkeit Führung beanspruchenden Adel eine Vorläuferfigur des modernen Kreativen zu sehen. Die aristokratische Weltläufigkeit ist für ihn somit ein Vorläufer des „neoliberalen Kreativitätsfetischismus".[17] Unabhängig davon, ob man so weit gehen möchte oder nicht, fällt doch auf, wie in beiden Fällen gesellschaftlicher Führungsanspruch durch persönlichen Fleiß und Einfallsreichtum gerechtfertigt wird.

Doch das ist nur die eine Seite. Für die Frauen des bürgerlichen Mittelstands, die der Modelbücher habhaft wurden, besaß diese Moral auch subversive Kraft. Wenn sich der Adel der Weltgeschichte, darunter die großen Frauen der biblischen, der antiken und der jüngsten Geschichte, vor allem auf Fleiß und Einfallsreichtum im Umgang mit dem Faden gründete, drängte sich unweigerlich eine Frage auf: Machte diese Arbeit einen nicht – unabhängig von der Geburt – adelig? Und umso fleißiger und einfallsreicher, desto adeliger? Mit jedem Nadelstich arbeiteten frühneuzeitliche Frauen, insofern sie diese Moral für sich in Anspruch nahmen, also nicht nur neue Muster in ihre Werke, sondern auch an den kulturellen Grundlagen der modernen Arbeits- und Konsumgesellschaft.

References

1. Arthur Lotz, *Bibliographie der Modelbücher: Beschreibendes Verzeichnis der Stick- und Spitzenmusterbücher des 16. und 17. Jahrhunderts* (Hiersemann, 1933).
2. Bernhard Jobin, *Neu künstlichs Modelbuch: Von allerhand artlichen und gerechten Modeln, auff der laden zuwircken, oder mit der Zopffnot, Kreutz und Judenstich und anderer gewönlicher weiß zumachen: Allen Modelwürckerin, Näderin, und solcher Modelarbeyt geflissenen Weibsbildern sehr dienstlich, und zu anderen Mustern anleytlich und vorständig* (Jobin, 1579), 2 (recto).
3. Christopher J. Berry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation* (Cambridge University Press, 1994).
4. Jan de Vries, *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present* (Cambridge University Press, 2008), https://doi.org/10.1017/CBO9780511818196.
5. Ebd., 44ff.
6. Femke Speelberg, *Fashion & Virtue: Textile Patterns and the Print Revolution, 1520–1620* (The Metropolitan Museum of Art, 2015).
7. Vor allem sticht Rosina Helena Fürst (1642–1709) hervor, die nicht nur stickte, sondern als Tochter eines Verlegers von Modelbüchern selbst zeichnete und Kupfer stach, den Verlag nach dem Tod des Vaters übernahm und eine Reihe von Modelbüchern herausgab.
8. R.M. [?], *Nüw Modelbuoch : allerley Gattungen Däntelschnür, so diser Zyt in hoch Tütschlanden geng und brüchig sind / zuo Underricht jren Leertöchteren unnd allen anderen Schnürwürckeren zuo Zürych und wo die sind* (Christoph Froschauer der Ältere, 1561), 2 (recto).
9. Paulus Fürst, *Neues Modelbuch: Von unterschiedlicher Art der Blumen und anderer genehten Mödel, nach iziger Manier, allen Liebhaberinnen dieser Kunst zum besten, vorgestellt* (Paulus Fürst, 1650), 10 (verso).
10. Rachel P. Maines, *Hedonizing Technologies: Paths to Pleasure in Hobbies and Leisure* (Johns Hopkins University Press, 2009), https://doi.org/10.1353/book.3439.

11. Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* (Oxford University Press, 2007 [1899]).
12. de Vries, *The Industrious Revolution*, 33.
13. Bernard Mandeville, *The Fable of the Bees, or, Private Vices, Publick Benefits*, hg. v. F.B. Kaye (Liberty Fund, 1988 [1714]).
14. Fürst, *Neues Modelbuch*, 9 (verso).
15. John Taylor, *The Needles Excellency: A New Booke wherein are divers Admirable Workes wrought with the Needle, Newly invented and cut in Copper for the pleasure and profit of the industrious*, 12. Aufl. (James Boler, 1640), 4 (recto).
16. Serena Dyer und Chloe Wigston Smith, *Material Literacy in Eighteenth-Century Britain: A Nation of Makers* (Bloomsbury Visual Arts, 2022), https://doi.org/10.5040/9781501349645.
17. Thomas Becker, „Kreativitätskritik, der Joker eines naiven Soziologismus der Kunst“, in *Kreative Zerstörung: Über Macht und Ohnmacht des Destruktiven in den Künsten*, hg. v. Wolfgang Bergande (Turia + Kant, 2017), 109.

SUGGESTED CITATION: Wetzel, Jan: Produktiver Hedonismus. Weibliche Textilkunst in der frühneuzeitlichen Konsumgesellschaft, in: KWI-BLOG, [https://blog.kulturwissenschaften.de/produktiver-hedonismus/], 07.10.2026

DOI: https://doi.org/10.37189/kwi-blog/20261007-0830