

# Inhalt

Vorwort	11
Dank	12
EINLEITUNG	15
1. Sehen, Sprechen, Lesen – Das Publikum in den Gemäldegalerien	15
2. Institutionsgeschichte der Gemäldegalerien – Zum Forschungsstand	17
3. Die Gemäldegalerie als verbaler Kontext – Der Betrachter ist im Text	21
a) Diskutierende Betrachter – Die Gemäldegalerie als Gesprächsraum	24
b) Lesende Kunstbetrachter – Die Gemäldegalerie als Leseraum	26
c) Das Publikum als Akteur – Rezeptionsgeschichte und Publikums- geschichte	29
I. AKADEMISCHE STUDIENGALERIE UND ÖFFENTLICHE SCHULE DES GESCHMACKS	
Gemäldegalerien zwischen 1700 und 1810	33
1. Vom fürstlichen Repräsentationsraum zur autonomen Bildungseinrichtung – Galeriebauten und ihre Gemäldeordnungen im 18. Jahrhundert	34
a) Präsentative Ordnungen – Die Galeriewand als Bild	34
b) Diskursive Ordnungen – Der Raum als Medium der Systematik	37
c) Gemäldeordnungen und historisches Denken – Die Galerie als begehbarer Text	42
2. Das Publikum der Gemäldegalerie – Zwischen Beredsamkeit und Sprachlosigkeit	49
2.1. Wandel der Zugangsbedingungen zu Gemäldegalerien	49
2.2. Publikumstypen des 18. Jahrhunderts – Kenner, Künstler, Liebhaber	52
2.3. Das Berufspublikum – Diskursgemeinschaft der Kenner und Künstler	56
a) Galeriegespräche zwischen Diplomatie und Gesellschaftsspiel	57
b) Normative Sprache der Kenner und Künstler	61
c) Galerien als praktische und theoretische Ausbildungsstätten der Künstler	64
2.4. Das Laienpublikum – Geführt, bewacht, manchmal beredsam	69
a) Informelle Dialoge zwischen Galeriepersonal und Liebhabern	69
b) Führung als Belehrung und Bewachung des Publikums	74
2.5. Beginn der Autonomisierung des Publikums	76
a) Plaudern über Kunst – Von der Diskurs- zur Gefühlsgemeinschaft	77
b) Das Kunstgespräch als Medium ästhetischer Geschmacksabgrenzung	81
c) Selektive Kunstwahrnehmung – Bildbetrachtung unter Zeitdruck	86
Resümee: Diskutierende Kunstbetrachter oder die Stimmen in der Stille	89

3. Texte für die Bildbetrachtung – Kunstvermittlung zwischen Schlag- worten und Traktaten	93
3.1. Schlagworte zur Kunst – Bild- und Raumbeschriftungen	93
a) Temporäre Bildbeschriftungen – Identifizieren und Reidentifizieren	94
b) Wiener Namen- und Nummernsystem – Relais zwischen Bild und Text	96
c) Übersichtstafeln der Galerie in Sanssouci – Bildbeschriftung in der Hand	99
d) Dresdner und Münchner Nummernsysteme – Vom Bild zum Text	100
3.2. Das Galerieverzeichnis – Kunst finden und identifizieren	103
a) Karschs Düsseldorfer Verzeichnis – Inventar, Führer und Souvenir	103
b) Oesterreichs Potsdamer Verzeichnis – Zimmerinventar mit akademischer Formenlehre	106
c) Riedels Dresdner Verzeichnis – Sachlicher Gemäldekatalog	113
d) Münchner Verzeichnis – Schwärmender Kunstführer	117
3.3. Der Catalogue raisonné – Wie man urteilen lernte	119
a) Roger de Piles’ „Abrégé” – Handbuch der Malerei für Künstler und Kenner	120
b) Lépicias Pariser Katalog – Kunstgeschichtliches Lehrbuch mit Gefühlsanleitungen	125
c) Lehnigers Dresdner „Abrégé” – Kunstgeschichtliche Neuordnung der Stallhof-Galerie	129
d) Rittershausens alternative Galeriekataloge – Anschauliche Ästhetik der Malerei	135
e) Mannlichs Münchner Galeriekatalog – Der Catalogue raisonné als akademisches Lehrbuch	142
3.4. Protowissenschaftliche Sammlungskataloge	147
a) Mechels Wiener Galerieverzeichnis – Populärer Führer und kunstgeschichtliche Quellensammlung	149
b) Rosas Wiener Galerieverzeichnis – Wissenschaftliches Diskursmedium	157
3.5. Reisehandbücher – Kunstnotizen für eilende Liebhaber	161
Resümee: Galeriepublikationen – Angebotsvielfalt und funktionale Differenzierung	164
II. BILDUNGSTEMPEL UND SEHENSWÜRDIGKEIT	
Gemäldegalerien zwischen 1810 und 1880	167
1. Gemäldegalerien im Zeitalter der Kunstmuseen	168
a) Diskursive Kontexte	168
b) Architektonische und symbolische Rahmung der Kunstwerke	172
c) Galerieordnungen zwischen Ästhetik und Kunstgeschichte	178

2. Das Publikum der Gemäldegalerie – Zwischen institutioneller Norm und Autonomie	189
2.1. Das Publikum als dritte Macht der Kunstinstitution	189
a) Vom Liebhaber- zum Massenpublikum – Veränderungen der Sozialstruktur	189
b) Im Gelehrtenmuseum – Alte Publikumstypen in neuen Verhältnissen	196
2.2. Die kennerschaftlichen Gelehrten – Heimliche Herrscher im Galerieraum	200
a) Leben unter Kunstwerken – Der Gelehrte als Galeriearbeiter	201
b) Die Schönheit des Originals – Medialisierung des kennerschaftlichen Diskurses	210
2.3. Die ästhetische Sprache der Laien – Verbale Nachahmung und fehlende Worte	219
a) Kennerurteil als ästhetisches Leitbild – Gustav Theodor Fechner und der Beginn der Besucherforschung	219
b) Kenner als Feindbild – Die Verwässerung des kennerschaftlichen Wissens durch sprachliche Nachahmung	223
c) Sehen, um gesehen zu werden – Das Publikum als Ausstellungsobjekt	227
d) Stummes Bestaunen der Kunstschätze – Galeriebesucher ohne Rezeptionserfahrungen	231
e) Spezialisten mit schwindendem Einfluss – Künstler als Publikum	238
2.4. Schweigen, Hören, Lesen – Normative Rezeptionsformen des Galerieraums	244
a) Intimisierung der Kunstrezeption – Stille Betrachtung und Bewegungsfreiheit	244
b) Monopolisierung des lauten Sprechens über Kunstwerke – Entstehung amtlicher Führungen	249
c) Medialisierung der Kunstvermittlung – Die Entstehung des Sammlungsführers	251
Resümee: Kollektiv ohne kommunikative Bindung – Das Galeriepublikum zwischen Autonomie und Anonymität	255
3. Die Galerie als Leseraum	258
3.1. Das Versagen der Bilddidaktik und die Notwendigkeit, an der Schwelle des Museums zu lesen	258
3.2. Vom Schlagwort zum System – Vereinheitlichung der Bildbeschriftungen	265
a) Autonomes Informationssystem – Beschriftungstafeln in den Galerien in Wien, Dresden und Berlin	265
b) Selektive Kunstbetrachtung – Vom Text zum Bild	269
c) Vereinheitlichung – Die Unteilbarkeit von Beschriftung und Werk	271
3.3. Die Gemäldegalerie als Buchmarkt	274
a) Offizielle und inoffizielle Galeriepublikationen – Konkurrenz um die Betrachter	274
b) Vertrieb, Produktion, Absatz – Galerieführer auf dem Weg zum Massenmedium	276

3.4. Offizielle Galeriepublikationen – Die Entstehung des wissenschaftlichen Sammlungskatalogs	282
a) Überwindung der Differenzierung – Waagens multifunktionale Galeriekataloge	282
b) Entstehung wissenschaftlicher Sammlungskataloge	288
c) Entstehung der Katalogkritik und die Normierung der Formate von Galeriekatalogen	292
3.5. Inoffizielle Galeriepublikationen – Differenzierung des Angebots nach Interessengruppen	300
a) Galerieführer – Die kunstgeschichtliche Erklärung der Werke	301
b) Galerieführer zwischen romantischer Schwärmerei und protestantischer Moralpredigt	311
c) Kunstführer – Durch Auswahl und Übersicht zur Galerie der Meisterwerke	317
d) Reiseführer – Die Gemäldegalerie als Sehenswürdigkeit	326
Resümee: Publikumsbedürfnisse als Marktfaktor – Galeriepublikationen zwischen kunstgeschichtlicher Bildung und Emphase	335

### III. DAS VOLKSMUSEUM ALS BILDUNGSEINRICHTUNG

Gemäldegalerien zwischen 1880 und 1914	337
1. Die ästhetische Inszenierung der Meisterwerke – Galerieeinrichtungen und Museumsreform	338
a) Allgemeine Aufgaben der Museumsreform	338
b) Inszenierungsmodelle der bildenden Kunst	340
c) Die ästhetische Präsentation der Kunstwerke	343
2. Die Gemäldegalerie als Lernort	345
2.1. Das Publikum als Diskursgegenstand – Anfänge der Besucherforschung und der Museumspädagogik in Deutschland	346
a) Demokratisierung des Zugangs durch äußeren Druck und innere Reform	346
b) Der Bildungsauftrag der Museen und der museumspädagogische Diskurs	350
2.2. Die museumspädagogische Praxis	357
a) Führungen – Zwischen ästhetischer Bekehrung und sozialer Kontrolle	358
b) Gespräche – Die Stimulation aktiver Betrachtung im Dialog	362
c) Vorträge – Gemäldegalerien als ästhetische Volksschule	367
Resümee: Das institutionelle Interesse am Publikum – Der Beginn der museumspädagogischen Kunstvermittlung	371