

KÜNSTLERKONKURRENZ
IN ANTWERPEN ZU BEGINN
DES 17. JAHRHUNDERTS:
JANSSEN, JORDAENS & RUBENS



Caprice Jakumeit-Pietschmann

KÜNSTLERKONKURRENZ
IN ANTWERPEN ZU BEGINN
DES 17. JAHRHUNDERTS:
JANSSEN, JORDAENS & RUBENS

V&G

Caprice Jakumeit-Pietschmann, Künstlerkonkurrenz in Antwerpen zu Beginn des 17. Jahrhunderts: Janssen, Jordaens, Rubens; Datum der Disputatio, 27.06.2008 Universität Kassel, Fachbereich Kunsthochschule Kassel.

Abbildung, Umschlag: Willem van Haecht: Kunstsammlung des Cornelis van der Geest. Antwerpen, Rubenshuis

© Verlag und Datenbank
für Geisteswissenschaften, Weimar 2010

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Einwilligung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Angaben zu Text und Abbildungen wurden mit großer Sorgfalt zusammengestellt und überprüft. Dennoch sind Fehler und Irrtümer nicht auszuschließen, für die Verlag und Autor keine Haftung übernehmen. Nicht immer sind alle Inhaber von Bildrechten zu ermitteln. Nachweislich bestehende Ansprüche bitten wir mitzuteilen.

Gestaltung und Satz: Hauke Niether, VDG
Druck: VDG

ISBN 978-3-89739-680-7

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://www.d-nb.de/> abrufbar.

INHALT

DANKSAGUNG	7
I. EINLEITUNG	9
II. DIE STADT UND IHR KUNSTMARKT	17
II.1. Antwerpen als europäisches Kulturzentrum	17
II.2. Die Maler, ihre Arbeitsweisen und ihre Standesorganisation	19
Werkstätten	26
Arbeitsweisen	30
Die Sankt-Lukas-Gilde in Antwerpen	31
II.3. Historienbilder: das Angebot	35
III. KUNST UND KONKURRENZ	57
III.1. Künstlerkonkurrenzen in der Forschungsliteratur	57
III.2. Künstlerkonkurrenzen in Textquellen	62
III.3. Qualitätsmerkmale und künstlerische Verfahrensweisen	71
III.4. Konkurrenzanalyse im Produktmarketing	83
IV. DIE KÜNSTLER, IHRE SUJETS UND DIE SCHAUPLÄTZE VON KONKURRENZ	87
IV.1. Gilde, Kooperation & Konkurrenz: Allegorie der Sinne und Rosenkranzzyklus	87

IV.2	Antwerpener Konkurrenzschauplätze	93
	Rubens' Altar Himmelfahrt Mariens in der Antwerpener Kathedrale	93
	Antwerpens Rathaus als Konkurrenzschauplatz?	95
	Das Gildehaus der Oude Voetboog als Konkurrenzschauplatz?	98
IV.3	Meleager und Atalante	105
	Abraham Janssen	109
	Jacob Jordaens	111
	Peter Paul Rubens	113
	Innovationsdimension	116
	Datierungsdiskussion	119
	Imitazione d'altrui	122
	Substitution von Bildelementen	129
	Erzählstruktur und <i>inventio</i>	130
	Fazit	135
IV.4	Pan und Syrix	136
	Abraham Janssen	138
	Jacob Jordaens	139
	Rubens mit Brueghel dem Älteren	141
	Innovationsdimension	143
	Datierungsdiskussion	146
	Aspekte der Konkurrenz	149
	<i>Varietas</i> und <i>copia</i>	149
	<i>Genera dicendi</i>	151
	Antikenzitate	153
	Illusionismus	157
	Erzählstruktur und Wirkdimension	158
	Fazit	162
V.	ZUSAMMENFASSUNG	165
VI.	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	171
VII.	LITERATURVERZEICHNIS	173
VIII.	TABELLE	195
	ABBILDUNGEN	197

DANKSAGUNG

An erster Stelle danke ich meinem Doktorvater Prof. Dr. Berthold Hinz, der die Arbeit in allen Stadien mit Interesse und konstruktiver Kritik begleitete. Ebenso danke ich Herrn Prof. Dr. Ulrich Heinen, der nicht nur das Korreferat übernommen hat, sondern auch stets offen für anregende Diskussionen gewesen ist. Meine Aufmerksamkeit auf das Thema lenkte Herr Prof. Dr. Hans Ost, dem ich hierfür ebenso wie für seine prägenden Kölner Lehrveranstaltungen sehr dankbar bin.

Weiteren Personen gebührt für Rat und vielfältige Hilfe größter Dank: Prof. Dr. Joost van der Auwera, Prof. Dr. Gerlinde Huber-Rebenich (Projekt Repertorium der textbegleitenden Druckgraphik zu Ovids Metamorphosen), Marion Jaeckel M.A., Jak Jakumeit, Erika Jakumeit-Sarich, Dr. Marion Jakumeit, Dr. Alexandra von dem Knesebeck, Dr. Thomas Niemeyer, Prof. Dr. Thomas Noll, Prof. Dr. Horst Pietschmann, Prof. Dr. Klaus Pietschmann, Renate Pietschmann, Helmut Weigl, Prof. Harald Wolter-von dem Knesebeck.

Folgenden Institutionen danke ich für freundliche Aufnahme und Hilfsbereitschaft: Bibliothek der Museumslandschaft Hessen Kassel mit Sabine Naumer M.A. und Hildegard Wellach, Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie, Universitätsbibliothek Kassel mit Gudrun Jäger, Ute Neubacher und Katrin Rhodius, Universitätsbibliothek Köln, The Library of Villa I Tatti, The Warburg Institute Library, Zentralinstitut für Kunstgeschichte.

In einem Brief vom 2. Dezember 1606 an Annibale Chieppo schreibt Peter Paul Rubens über den an ihn ergangenen Auftrag für eine Altarausstattung in einer der bedeutendsten Kirchen Roms:

«Quest'è l'altar maggiore de la Chiesa nuova delli Preti dell'Oratorio detta S. Maria in Vallicella, senza dubbio hoggidi la più celebrata et frequentata chiesa in Roma per essere situata giusto nel centro d'essa et adornata a concorrenza di tutti li più valenti pittori d'Italia, di maniera che ancora che detta opera non fosse cominciata ci sono interessati personaggi di tal qualità ch'io non portei con honore lasciare un impresa ottenuta con tanta gloria contra le pretensioni di tutti li primi pittori di Roma, et farei grandissimo torto alli miei fautori che resteriano disgustatissimi, perche movendo io qualche dubbio intorno la mia servitù di Mantova essi s'offertero in tal caso di intercedere per me appresso il Sigr Duca, protestando a S. Aza dover esser carissimo ch 'un suo servitor li faccia tal honor in Rom, (...)»¹

Aus Rubens' Sätzen geht hervor, daß die Ausstattung der Kirche Santa Maria in Vallicella das Ergebnis einer auf ganz Italien ausgedehnten Künstlerkonkurrenz darstelle und daß er selbst den vor diesem Hintergrund sehr

1 CDR: I, 354–361, Brief Nr. 89; zur Übersetzung siehe Zoff: 1918, 60–62, Brief Nr. 14 „Es handelt sich um den Hauptaltar der Chiesa Nuova der Priester des Oratoriums der heil. Maria in Vallicella, ohne Zweifel heutigen Tages die berühmteste und besuchteste Kirche Roms, da sie gerade im Mittelpunkte der Stadt gelegen ist und durch den Wettbewerb der tüchtigsten Maler [Italiens] ausgeschmückt worden ist, so daß jetzt schon, da besagtes Werk noch gar nicht angefangen wurde, die Persönlichkeiten sich dafür interessiert haben. Es würde meiner Ehre zu großem Nachteil gereichen, wenn ich diesen Auftrag ausschlüge, den ich trotz des Wettbewerbs der ersten Maler Roms erhalten habe, und ich würde meinen Gönnern damit ein großes Unrecht zufügen und sie beleidigen, denn ließe ich durchscheinen, daß meine Verpflichtungen in Mantua meine Dienstfertigkeit beeinträchtigen, so würden sie sich in diesem Falle anerbieten, sich beim Herzog für mich zu verwenden, indem sie Seiner durchlauchtigsten Hoheit versicherten, daß es ihm äußerst lieb sein müsse, daß einer seiner Diener ihm in Rom solche Ehre mache.“; Magurn Nr. 14, 39–40

bedeutungsvollen Auftrag nicht ausschlagen dürfe, da dies einen erheblichen Ansehensverlust mit negativen Konsequenzen bedeuten würde. Die Kunstszene in Italien erscheint damit aus der Künstlerperspektive umfänglich von Konkurrenz und Wettbewerbssituationen determiniert, mit Auswirkungen auf die Auftragsvergabe und künstlerische Ausführung. An sich ist mit der Existenz einer so umfassenden Konkurrenzsituation in der Frühen Neuzeit nicht unbedingt zu rechnen: Häufig waren bildende Künstler noch fest an bestimmte Auftraggeber gebunden oder zunftmäßig organisiert, wodurch der Konkurrenzdruck eigentlich hätte in den Hintergrund treten sollen. Zwar steht außer Frage, daß die künstlerische Auseinandersetzung mit früherer und gleichzeitiger Kunstproduktion ein grundlegendes Prinzip allen künstlerischen Schaffens darstellt. Inwieweit dieses Prinzip jedoch die unmittelbare wirtschaftliche Situation des Künstlers beeinflusste und über eine rein künstlerisch motivierte Entscheidung hinaus zur Notwendigkeit wurde, um auf dem Markt bestehen zu können, ist keineswegs klar. Äußerungen wie die eingangs zitierte sind ausgesprochen selten und erlauben es nicht, eine auf Schriftquellen gestützte Analyse der Konkurrenzverhältnisse und -dimensionen vorzunehmen. Künstlerische Konkurrenz wird in der kunsthistorischen Forschung immer wieder thematisiert und zur Erklärung von Wechselbeziehungen zwischen einzelnen Künstlern herangezogen, wobei die Grundlagen des Phänomens in aller Regel unberücksichtigt bleiben.²

Es stellt sich also die Frage, inwieweit Rubens' Kennzeichnung der Situation in Rom zu verallgemeinern ist, das heißt, inwieweit sie sich auf die Kunstproduktion anderer Zentren übertragen läßt und gegebenenfalls mit den Methoden der Kunstgeschichte auf der Grundlage der überlieferten Bildbestände zu verifizieren oder zu rekonstruieren ist. Rubens und sein Werk sind für eine solche Untersuchung aufgrund der Tatsache besonders geeignet, daß seine Werkstatt in Antwerpen, einer europäischen Handels-, Finanz- und Druckermetropole jener Epoche angesiedelt war, in der viele internationale Verbindungslinien zusammenliefen. Dieser Künstler, der aufgrund seiner Herkunft und seines Werdegangs mit den meisten europäischen Höfen der Zeit vertraute Maler, wirkte in und von Antwerpen aus zeitgleich mit dem etwa gleichaltrigen Janssen und den jüngeren Jordaens und van Dyck, die aufgrund der Bedeutung der Stadt mit ihren Bildern ebenfalls über den städtischen Rahmen hinaus wirkten. Da es in Antwerpen aber keinen dominierenden Fürstenhof gab, läßt sich die Hypothese aufstellen, daß Konkurrenzsituationen hier klarer rekonstruierbaren Kriterien folgten.

2 Goffen: 2002; Prochno: 2006, 127–153; zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Konkurrenzphänomen siehe Tauber: 2004, 435–439

Für das kunsthistorische Interesse an der Konkurrenzthematik ist eine Position von Bedeutung, die Giorgio Vasari in seinen *Le vite dei più eccellenti pittori, scultori e architetti* (1550,² 1568) geltend macht. Vasari weist der Konkurrenz eine grundlegende, produktive Rolle für das Kunstschaffen zu. Er unterscheidet zwischen freundschaftlicher und feindlicher Konkurrenz und glaubt, in der ersteren einen kunstfördernden, in der letzteren dagegen einen kunstbehindernden Einfluß zu erkennen.³ Zudem weist er dem Phänomen eine affektreiche Bedeutung zu und sieht, wie andere Zeitgenossen auch, jegliche Künstlerkonkurrenz untrennbar mit Bewunderung und Neid verbunden.⁴

Im Bereich der Bildenden Kunst wird das Phänomen der Konkurrenz in den verschiedenen Epochen in jeweils unterschiedlichen Zusammenhängen thematisiert. Bereits aus der Antike stammen Schriften, in denen berichtet wird, daß Künstler ihre Fähigkeiten miteinander maßen.⁵ Das Problem bei diesen frühen Belegen besteht jedoch darin, daß die bezeichneten Sachverhalte nur auf den ersten Blick klar erscheinen, bei näherer Betrachtung jedoch viele Fragen zur Konkurrenz aufwerfen.

In der bisherigen kunsthistorischen Forschung zeichnet sich hierzu jedoch generell ein Defizit an methodischer Reflexion ab. Konkurrenz wird in der Regel zwischen Künstlern angenommen, die sich am selben Ort befanden und/oder mit demselben Sujet beschäftigten, wobei zumeist stilistische Bezüge als Indizien dienen.

Als prominentes Beispiel sei hier die Arbeit von Rona Goffen *Renaissance Rivals. Michelangelo, Leonardo, Raphael, Titian* aus dem Jahr 2002 genannt, in der zeitgenössische Quellen wie beispielsweise Vasaris *Le vite dei più eccellenti pittori, scultori e architetti* als wörtlich verstandene Belege für Konkurrenz herangezogen werden, ohne dass die Frage gestellt wird, ob Vasari die Konkurrenzsituationen nicht erst im Nachhinein konstruiert haben könnte.⁶ Auch die Auswahl der analysierten Konkurrenzbeiträge erscheint willkürlich, da für die Autorin Sujetgleichheit automatisch Konkurrenz impliziert, obwohl keine historischen Belege für die Konkurrenzsituationen vorliegen. So bleibt die Autorin letztlich den Beweis von künstlerischer Konkurrenz schuldig.

3 Clifton: 1996, 23–41

4 Zum Neid: Müller: 1993, 24, 39–40; zur Bewunderung: Aldrich/Fehl/Fehl: 1991, II, 394–395

5 Lecoq: 2002, 53–59; Geschwantler: 1975

6 Goffen: 2002; Prochno: 2006, 127–153; zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Konkurrenzphänomen siehe Tauber: 2004, 435–439

In dieser Arbeit werden zwei zentrale Fragen untersucht: Wie kann künstlerische Konkurrenz zweifelsfrei festgestellt werden? Wie läßt sich diese künstlerische Konkurrenz anhand der Bilder nachweisen?

Konkurrenz ist ein vielschichtiges Phänomen. Bei der sportlichen Konkurrenz treten mindestens zwei Kontrahenten in einer Disziplin mit dem Ziel gegeneinander an, den anderen zu übertreffen. Der Sieger ist derjenige, der unter Einhaltung der Regeln beispielsweise schneller gelaufen oder weiter gesprungen ist. Auch in der Wirtschaft besteht kein Zweifel daran, daß dasjenige Unternehmen Branchenführer ist, das den höchsten Rein Gewinn erzielt oder den Markt beherrscht. Künstlerische Konkurrenz läßt sich jedoch nicht so einfach fassen, da neben die meßbaren Kategorien, wie etwa wirtschaftlicher Erfolg, künstlerische Merkmale treten, die sich einer eindeutig feststellen oder meßbaren Beurteilung entziehen, sofern sie nicht vordergründige Aspekte, wie z. B. die rein handwerkliche Qualität der Ausführung im zeitlichen Kontext betreffen. Ein wesentliches Ziel dieser Arbeit besteht deshalb darin, eine Methode zu entwickeln, die die enge Verschränkung unterschiedlicher Parameter des Konkurrenzphänomens berücksichtigt und letztere möglichst eindeutig benennbar macht. Dazu bietet sich die Orientierung an Ansätzen und Begriffen aus dem Produktmarketing an, wo die Konkurrenzfrage ein zentrales Thema darstellt. Hier gilt es, das Verhältnis von Herstellern zueinander unter Berücksichtigung des Umfeldes zu analysieren. Sofern sich Hersteller nicht an ganz unterschiedliche Käuferschichten wenden (etwa im Falle von Kleidung, die einerseits einer kostengünstigen Bedarfsdeckung, andererseits als Luxusgut dienen kann), ist die Wahrscheinlichkeit hoch, daß sie in Konkurrenz zueinander treten. Zur Bestimmung der Konkurrenzwahrscheinlichkeit ist also eine genaue Untersuchung des Produktangebots der potentiellen Konkurrenzteilnehmer u.a. vor dem Hintergrund der sozio-ökonomischen Situation erforderlich. Für die Analyse der im Falle einer Konkurrenzsituation auftretenden Mechanismen wurde vom Produktmarketing ein komplexes Instrumentarium entwickelt, von dem sich im vorliegenden Zusammenhang insbesondere der Aspekt der Innovationsdimension bei der Produktherstellung heranziehen läßt. Auf die künstlerische Konkurrenzsituation läßt sich insbesondere der Aspekt der Tradition und Innovation von Produkten übertragen. Für diesen Aspekt sollen gängige Methoden der Kunstgeschichte wie etwa die Untersuchung ikonographischer Traditionen in den Dienst einer (leicht modifizierten) Konkurrenzanalyse gestellt werden.

Zur Entwicklung und Erprobung dieser Methode erscheint das frühneuzeitliche Antwerpen in hohem Maße geeignet. Am Beginn des 17. Jahrhunderts war Abraham Janssen (circa 1575–1632) deren wichtigster Protagonist. Er stammte aus Antwerpen und nahm nach seiner Rückkehr von einem mehrjährigen Italienaufenthalt wahrscheinlich im Jahre 1602 rasch eine Führungsrolle unter den in der Stadt tätigen Malern ein. Mit der Ankunft von Peter Paul Rubens (1577–1640) im Jahre 1608 kam der heute prominenteste Künstler dieser Generation nach Antwerpen, der durch sein langjähriges Wirken die kunsthistorische Bedeutung des Ortes wesentlich prägte. Inwieweit Rubens die frühe Karriere der beiden wichtigsten Vertreter der jüngeren Antwerpener Malergeneration, Jacob Jordaens (1593–1678) und Anthonis van Dyck (1599–1641), beeinflusste, konnte bislang nicht eindeutig geklärt werden. Jedoch steht außer Frage, daß das künstlerische Milieu der Stadt durch Rubens' Präsenz derart an Vitalität und Innovationskraft gewann, daß sich junge, befähigte Künstler diesem Einfluß unmöglich entziehen konnten. Als Grundlage für diese Arbeit wird zunächst einmal von einer künstlerischen Konkurrenz ausgegangen. Das Jahrzehnt von 1609 bis 1620 bietet sich für eine Untersuchung von Künstlerkonkurrenz in idealer Weise an. Der Beginn des Untersuchungszeitraums kann mit der Ankunft Rubens' im Oktober 1608 angesetzt werden, während er mit van Dycks erstem Londonaufenthalt im Oktober 1620 eine sinnvolle Begrenzung findet.

Weil konkrete historische Belege für Künstlerkonkurrenz im Antwerpen dieser Jahre fehlen, geht diese Untersuchung von einer genauen Analyse des Umfeldes und des Bildbestandes, d.h. des Angebots, aus. Dazu erfolgt zunächst eine Bestandsaufnahme, in der die Betrachtung des Standortes und seiner Bedingungen sowie die Ermittlung der am Ort befindlichen Künstler und ihres Schaffens bzw. ihres Bildangebotes erfolgen. Diese Erfassungen sind die Grundlage einer Analyse, die Hinweise auf die Konkurrenzwahrscheinlichkeit und den damit einhergehenden Konkurrenzdruck geben kann. Hierbei gilt es, die Lebensläufe im Hinblick auf Herkunft, Bildung und Werdegang der Maler genauer zu betrachten, um Besonderheiten, die sich als Konkurrenzvorteile herausstellen könnten, herauszustrichen.

Sicherlich lassen sich die Beziehungen zwischen den in Antwerpen tätigen Künstlern und speziell den Antwerpener Historienmalern auch aus anderer Perspektive als der der Konkurrenz erklären. Die Arbeitsweise der Maler und ihre übergeordnete Antwerpener Standesorganisation – die Sankt-Lukas-Gilde – sind jedoch besonders für ein solches Vorhaben geeignet, da die sozialen Strukturen und ihre Bedeutung sich zugleich mit

dem Antwerpener Phänomen der Kooperation zwischen Malern analysieren lassen.

Es ist sinnvoll, ein konkretes Genre bildnerischen Schaffens in den Mittelpunkt der Untersuchung zu stellen, das die fraglichen Künstler gleichermaßen kultivierten. Aus Gründen, die an späterer Stelle zu diskutieren sein werden, eignet sich dafür besonders die Historienmalerei. Zunächst soll die Frage im Vordergrund stehen, wie das Angebot an Historienbildern im einzelnen aussah: Als zentrale Faktoren der Angebotsstruktur werden dabei das Größenformat und das Bildthema berücksichtigt.⁷ Daran anknüpfend soll ermittelt werden, ob ein konkurrenzrelevanter Angebotsstandard vorlag, indem geschaut wird, zu welchen Angebotsbesonderheiten bzw. -überschneidungen es kam. In einem nächsten Schritt wird dann der Frage nach einer Angebotskonkurrenz nachgegangen. Ferner sollen die in den zeitgenössischen Textquellen überlieferten Hinweise auf Konkurrenzen zwischen den Antwerpener Künstlern des fraglichen Zeitraumes näher beleuchtet und auf ihren Aussagewert hin untersucht werden, um das Konkurrenzverständnis in der damaligen Zeit genauer zu fassen und um die Gewichtung dieser Schriften in der bisherigen Forschung zu ermitteln. Zum Abschluß dieses Teils der Arbeit werden die Ansätze der bisherigen kunsthistorischen Forschung vorgestellt, die sich dem Phänomen der Künstlerkonkurrenz auch, aber keineswegs nur im Zusammenhang mit dem Schaffen von Rubens widmeten. Die in diesen Arbeiten genannten künstlerischen Konkurrenzmerkmale und -verfahren werden einer kritischen Bestandsaufnahme unterzogen.

An diese einleitenden Kapitel schließen sich die „Praxiskapitel“ an, die auf der Grundlage der ermittelten Ergebnisse, die Rolle der Gilde für die Antwerpener Künstlerkooperation und -konkurrenz anhand zweier prominenter Gemeinschaftsprojekte zur *Allegorie der Sinne* und zum *Rosenkranzzyklus* näher beleuchten und insoweit Aufschluß über das Verhältnis der beteiligten und nicht beteiligten Künstler geben können. Ein weiteres Kapitel rückt die Antwerpener Konkurrenzschauplätze wie sie in der kunsthistorischen Literatur ausgemacht wurden in den Blickpunkt. Deren Grundlagen werden auf ihre Tragfähigkeit untersucht. Es schließen sich Überlegungen zu den unterschiedlichen Facetten der kunsthistorischen Konkurrenzauffassungen an. Vor diesem Hintergrund wird dann anhand zweier Bildreihen der zentralen Frage nach künstlerischer Konkurrenz im Bild nachgegangen. Gewählt werden hierfür die von Rubens, Janssen, van Dyck und Jordaens teils in mehreren Fassungen ausgeführten Gemälde *Meleager und Atalante* und *Pan und Syrinx*, die – wie in der Angebotsana-

7 Die Annäherung an Konkurrenz über das Angebot ist bereits von Martin Warnke angelegt, siehe Warnke: 1985, 122–132