

## Zwischen Kitsch und Kanon (Neuss, 30–31 Oct 26)

Clemens Sels Museum Neuss, 30.–31.10.2026

Eingabeschluss : 01.06.2026

Andreas Zeising

"Zwischen Kitsch und Kanon: Zur Popularisierung von Kunstgeschichte in Wandbildern und Öldrucken der Zeit um 1900" – Arbeitstagung im Clemens Sels Museum Neuss, 30./31. Oktober 2026.

Organisiert von Joseph Imorde (weissensee kunsthochschule berlin), Andreas Zeising (TU Dortmund), Mirja Beck (Goethe-Universität Frankfurt am Main) und Anita Hachmann (Clemens Sels Museum Neuss).

Begleitend zur Ausstellung "Endlich Schöner Wohnen. Farbige Öldrucke zwischen Kitsch und Kostbarkeit", die ab dem 10. Mai 2026 im Feld-Haus – Museum für Populäre Druckgrafik, einer Dependence des Clemens Sels Museums Neuss, gezeigt wird, möchte die Arbeitstagung das Feld der Öldruckfabrikation neu sondieren und aktuelle Fragestellungen an dieses Kapitel der populären Bildkultur richten.

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts existierte in Deutschland ein weitläufiger Markt für gedruckten Bilder- und Wandschmuck. Hersteller und Verlage boten ein breites Spektrum an Produkten an, mit denen geschmackliche Präferenzen unterschiedlicher Käuferschichten und Bildungsmilieus adressiert wurden. Insbesondere Arbeiter- und kleinbürgerliche Haushalte galten als Zielgruppe chromolithografischer Wandbilder, die spezialisierte Unternehmen wie E. G. May in Frankfurt, später die zusammengeschlossene KAMAG in Dresden und Fürth, in hohen Auflagen produzierten und unter dem Motto "Kunst für das Heim" bewarben. Diese sogenannten Öldrucke, die fertig gerahmt und konfektioniert in den Handel kamen, bestachen durch populäre Motive, die von sentimentalen Genreszenen über heimatliche Landschaften und religiösem Kitsch bis zu trivialisierten Adaptionen kunstgeschichtlicher Vorbilder reichten. Entworfen wurden sie von Künstlern wie Josef August Untersberger ("Giovanni") oder Hans Zatzka ("Zabateri"), die mit Bildfindungen wie »Hochzeitstraum« oder "Elfenreigen" massenhaft Verbreitung fanden.

Aufgrund der charakteristischen Buntheit, der zugänglichen Motivik und der fabrikmäßigen Verbreitung standen chromolithografische Wandbilder in gebildeten Kreisen um 1900 sprichwörtlich für den vermeintlich niveaulosen Bilderkonsum und den ordinären Geschmack breiter Massen. Hier sprach man verächtlich von der "Barbarei der Öldrucke", welcher Kunstverlage wie E.A. Seemann oder Franz Hanfstaengl mit fotografischen und fotomechanischen Reproduktionen nach Werken berühmter Meister begegneten, die zwar nicht weniger industriell in ihrer Machart und Verbreitung waren, aber den Käuferinnen und Käufer statt vermeintlicher Surrogate das Wertvolle und Verbürgte großer Kunst versprachen.

Während die Kunstgeschichte Phänomene der Kulturindustrie lange Zeit mied, rückte das Feld

des künstlerischen Wandschmucks seit den 1970er Jahren in den Fokus gesellschaftswissenschaftlicher Disziplinen. Der von Helga de la Motte-Haber 1972 herausgegebene Sammelband "Das Triviale in Literatur, Musik und bildender Kunst" markierte einen frühen Impuls zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit populären Bildwelten. Im selben Jahr führte die Kasseler Documenta V ein Panorama des Trivialen vor, mit dem das schwindende Monopol der Hochkunst gegenüber den "parallelen Bildwelten" von Massenmedien illustriert werden sollte, darunter auch Beispiele populärer Öldrucke. Das wachsende Interesse an der Lebensrealität "unterer Schichten" veranlasste Soziologen wie Pierre Bourdieu und Alphons Silbermann, sich mit Formen des alltäglichen Bilderkonsums zu beschäftigen. In der Volkskunde war es insbesondere Wolfgang Brückner, der Technik, Produktion und Distribution der Öldrucke untersuchte. Christa Pieske stellte Ende der 1980er Jahre die Entwicklung des Wandbilddrucks in einen breiteren historischen Zusammenhang.

Motivbezogene Aspekte der Rezeption und Popularisierung kunsthistorischer Vorbilder spielten in diesen Studien bislang nur eine nachgeordnete Rolle. Beispiele wie Leonardos "Abendmahl" oder Pompeo Batonis "Büßende Magdalena", die – ebenso wie Werke Guido Renis, Raffaels oder Carlo Dolcis – im Öldruck Verbreitung fanden, machen deutlich, dass die ikonografischen Referenzen des kommerziellen Wandschmucks gerne Themen aus der sogenannten "Hochkunst" aufgriffen. Die konkreten Transformationsprozesse dieser und anderer Bildmotive des Öldrucks sowie ihre Einbindung in weitläufige Vermarktungs- und Rezeptionskontexte um 1900 sind bisher jedoch nicht eingehend systematisch untersucht worden. Hierzu zählen nicht nur die schon erwähnte Verbreitung des kunsthistorischen Kanons in Reproduktionen, sondern auch Prozesse der Kommerzialisierung und Trivialisierung künstlerischer Bilder in Unterhaltungsmedien wie der »Gartenlaube« und vergleichbaren illustrierten Formaten. Das vermeintliche Gefälle zwischen Hochkunst und trivialer Bildwelt erweist sich bei näherer Betrachtung als ein Feld komplexer Popularisierungs- und Zirkulationsprozesse, das einer differenzierten Analyse bedarf.

Die Arbeitstagung in Neuss möchte daher der Frage nach der Beziehung zwischen den Bildwelten des Trivialen und dem Kanon des vermeintlich kunsthistorisch Bedeutsamen näher nachgehen. Im Zentrum stehen unter anderem folgende Leitfragen:

- Wo verlaufen historisch betrachtet die Grenzen zwischen dem sogenannten Kitsch und hohem Bildungsgut?
- Auf welchen medien- und rezeptionsgeschichtlichen Pfaden migrieren Bildmotive?
- Wie verändern sich ikonografische Bedeutungen durch Verfahren der Adaption, Reproduktion, Serialisierung, Sampling oder Remix?
- Welche Strategien der Popularisierung machen Motive massenwirksam? Wie bestimmt sich der Geschmack der Adressatenschaft?
- In welchem Verhältnis stehen ästhetische Werturteile, soziale Distinktion und ökonomische Produktionsbedingungen?

Erwünscht sind Beiträge, die das Spannungsfeld zwischen Kitsch und Kostbarkeit, Trivialität und Kanon, Industrie und Kunst neu vermessen.

Vorschläge für 30-minütige Vorträge werden bis zum 1. Juni 2026 erbeten an: [imorde@khaberlin.de](mailto:imorde@khaberlin.de); [andreas.zeising@tu-dortmund.de](mailto:andreas.zeising@tu-dortmund.de); [m.beck@kunst.uni-frankfurt.de](mailto:m.beck@kunst.uni-frankfurt.de); [Anita.Hachmann@stadt.neuss.de](mailto:Anita.Hachmann@stadt.neuss.de)

Die Tagung wird gefördert durch den DFG Sonderforschungsbereich 1472 "Transformationen des Populären". Reise- und Übernachtungskosten können übernommen werden.

Quellennachweis:

CFP: Zwischen Kitsch und Kanon (Neuss, 30-31 Oct 26). In: ArtHist.net, 19.02.2026. Letzter Zugriff 30.04.2026. <<https://arthist.net/archive/51798>>.