



Dies ist eine Leseprobe von Klett-Cotta. Dieses Buch und unser gesamtes Programm finden Sie unter www.klett-cotta.de

ULINKA
RUBLACK

DIE GEBURT DER MODE

EINE KULTURGESCHICHTE
DER RENAISSANCE

KLETT-COTTA

Klett-Cotta

www.klett-cotta.de

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel »Dressing Up. Cultural Identity in Renaissance Europe« im Verlag Oxford University Press, Oxford

© Ulinka Rublack 2010

Für die deutsche Ausgabe

© 2022 by J. G. Cotta'sche Buchhandlung Nachfolger GmbH, gegr. 1659, Stuttgart

Alle deutschsprachigen Rechte vorbehalten

Cover: Rothfos & Gabler, Hamburg

unter Verwendung einer Abbildung von © Bayerisches Nationalmuseum, München

Gesetzt von Dörlemann Satz, Lemförde

Gedruckt und gebunden von Friedrich Pustet GmbH & Co. KG, Regensburg

ISBN 978-3-608-98449-1

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

*Meiner Mutter, Dr. Ursula Nelle (1934-2015),
in großer Liebe und dankbarem Andenken gewidmet*

INHALT

11 PROLOG

15 KAPITEL EINS: Einführung

- 17 Die Entdeckung der Dinge
- 39 Das Drapierte und das Genähte
- 47 Bildakte
- 56 Deutschland

63 KAPITEL ZWEI: Der Blick auf sich selbst

- 65 Matthäus Schwarz aus Augsburg
- 75 Die Anfänge des Buches
- 82 Die Welt der Fugger
- 91 Die Sprache der Kleidung
- 102 Ehe
- 114 Die Reformation
- 117 Der Abschluss des Buches
- 123 Einordnung
- 128 Schluss

133 KAPITEL DREI: Das äußere Erscheinungsbild der Religion

- 135 Die Amtstracht Gottes
- 137 Die Anfänge der Reformation
- 142 Äußerlichkeiten als Satirestoff

155	Die Kleidung der Geistlichen
159	Luther in Rot
165	Spirituelle Stofflichkeit
168	Die Gestreiften
173	Kapitalismus und Bekenntnis
176	Karneval
178	Teufelbücher
182	Visualisierung des Glaubens
191	Bürgerlichkeit und Reformation
194	Schluss

199 KAPITEL VIER: Nationale Identität

201	Dokumente eines nationalen Stils
204	Barbaren
208	Kleidungsideologien
222	Geschlechtsspezifische Symbolik
231	Moralische Geographien
253	Der Einfluss französischer Mode
256	Kavaliers
266	Schluss

269 KAPITEL FÜNF: Der Blick auf andere

271	Der König von Cochín
275	Globale Welten
278	Dürer in Antwerpen
286	Christoph Weiditz
294	Hieronymus Köler
299	Nürnberg
302	Eine urbane Ethnographie
313	Schluss

317 KAPITEL SECHS: Kleidung und Konsumenten

- 319 Dinge und ihre Bedeutung
- 320 Das Aushandeln der Kleidung
- 328 Paulus Behaim II.
- 335 Das Freundschaftsalbum
- 345 Schluss

347 KAPITEL SIEBEN: Bürgerlicher Geschmack und Gefühlsstile

- 349 Göttliche Schönheit
- 350 Magdalena Behaim
- 352 Lumpenhandel und Purpurtuch
- 360 Die Erneuerung der Welt
- 365 Nürnberger Handwerkskunst
- 370 Nürnberger Kleidung
- 379 Männerkleidung
- 380 Schluss

387 EPILOG: Ein »Ancien Régime« der Kleidung?

- 393 Eine Welt der Farben
- 397 Mode und Veränderung
- 398 Die Wirkung der Gesetzgebung
- 406 Neuer und alter Luxus
- 411 Die Ansprüche der Frauen
- 418 Stilikonen
- 420 Kleider für die Welt

429 Dank

433 Abbildungsverzeichnis

443 Auswahlbibliographie

473 Anmerkungen

525 Orts- und Personenregister

PROLOG

Dieses Buch zeichnet ein neues Bild der Renaissance mit Blick auf die äußere Erscheinung der Menschen: was sie trugen, wie sie sich bewegten, welche Bilder sie von ihrem Aussehen entwarfen und wie all dies die Identität von Männern und Frauen prägte. Es zeigt das Erscheinungsbild als Teil einer reichen Symbolsprache, die in der Lage war, komplexe Informationen zu übermitteln, auf die die Menschen reagierten, die sie missverstanden, über die sie sich amüsierten oder über die sie stritten. Das Thema fasziniert mich seit mehr als einem Jahrzehnt, als ich mir Bilder aus der Zeit ansah, mit der ich eigentlich vertraut sein sollte, und feststellte, dass ich mit ihr fremdelte. »Was passiert da?«, fragte ich mich, als ich einen afrikanischen Gondoliere mit gestreifter Hose und violetter Perücke auf einem Gemälde des venezianischen Künstlers Carpaccio genauer betrachtete. »Was ist hier los?«, fragte ich mich, als ich eine kaum bekannte Nürnberger Handschrift aus den 1560er-Jahren entdeckte, in der drei verschiedene Straßenkehrer in extravaganter Kleidung abgebildet sind. Mir fielen faszinierende Aussagen ins Auge, etwa die Bemerkung des französischen Essayisten Michel de Montaigne, dass er sich einem nackten Wilden näher fühle als dem übertrieben gekleideten Bauern im nächsten Dorf. Dann stieß ich auf die amüsante Tatsache, dass der Begriff der »Blondine« zum ersten Mal im Frankreich des 17. Jahrhunderts in Bezug auf perückentragende junge Männer, die »blondins«, auftauchte.¹ Spanische Männer des 16. Jahrhunderts waren dafür bekannt, dass sie mit ihren Brillen einen anspruchsvollen Look kreierte. Je reicher sie waren, desto größer konnten die Gläser sein. Dies erklärt, warum El Greco im Jahr 1600 den Kardinal Fernando Niño de Guevara als einen im Aufstieg begriffenen Generalinquisitor mit dem kältesten, distanziertesten und furchteinflößendsten

Blick malte, den man sich vorstellen kann, einem Blick durch seine riesige, schwarz umrandete Brille.²

Beobachtungen dieser Art aus verschiedenen Teilen Europas beziehen sich auf größere historische Veränderungen. Der Begriff Renaissance bedeutet »Wiedergeburt« und wurde im 19. Jahrhundert von Jules Michelet geprägt. Ich beziehe ihn hier auf den langen Zeitraum zwischen etwa 1300 und 1600. Diese Renaissance war mehr als eine italienische Kulturbewegung, die sich in der bildenden Kunst ausdrückte. Sie markiert eine Zeit, in der die Europäer eine andere Sensibilität dafür entwickelten, wo sie in der Welt standen und worum es im Leben ging. Dies macht sich vor allem bemerkbar durch das verstärkte Interesse an einer vergangenen, heidnischen Tradition, durch die neue Beschäftigung mit einer ganzen Palette von Bildmedien und durch die zunehmende Interaktion mit anderen Welten in Übersee. Die protestantische Reformation und die katholische Gegenreformation, der Aufstieg der Städte und einer handelsorientierten bürgerlichen Welt, die Zentralisierung des Regierungswesens und die stärkere Verbreitung von Reiseerfahrungen durch den Buchdruck trugen gleichermaßen zu lebhaften kulturellen Auseinandersetzungen über verschiedene Seinsarten bei. Sie wurden durch einen Prozess befeuert, der treffend als die Entdeckung der »Dinge« in der Renaissance beschrieben wird. Nach 1300 wurde eine viel größere Vielfalt und Menge an Gütern auf dem ganzen Globus produziert und konsumiert. Stoffe, Möbel und alle Arten von Kleidungsstücken spielten in dieser beispiellosen Auseinandersetzung mit Objekten eine wichtige Rolle. Die Obrigkeiten waren sogar so besorgt über die Auswirkungen dieser Art von Konsum, dass sie begannen, »Luxus«-Gesetze zu erlassen, um einzuschränken, wer wie viel Geld für Kleidung ausgeben oder was er (und vor allem sie) tragen durfte. Allerdings kam jetzt die Mode ins Spiel, ein Begriff, der zu dieser Zeit in vielen Sprachen geprägt wurde, um die Erfahrung zu verdeutlichen, dass sich der Geschmack schneller zu ändern schien als je zuvor.

Die meisten Belege, mit denen ich mich intensiv beschäftige, stammen aus dem Deutschland des 16. Jahrhunderts und verbinden uns auf einzigartige Weise mit Alltagserfahrungen in einer Zeit des Wandels. Ich versuche, die beachtliche soziale und kulturelle Dynamik wie auch die Verbindungen zu anderen Ländern herauszuarbeiten, im Gegensatz zu Darstellungen, die das nachreformatorische Deutschland als übermäßig starr, nach

innen gerichtet und stagnierend gezeichnet haben. Außerdem überarbeite ich unsere Wahrnehmung des Luthertums, indem ich seine Auseinandersetzung mit der materiellen Kultur analysiere. Doch bei der Betrachtung der Phänomene ging es mir vor allem um allgemeinere Fragen, die sowohl für europäische als auch für viele außereuropäische Kulturen in dieser Zeit von Bedeutung waren. Wie verknüpfte sich das Interesse am Konsum mit den sich verändernden Vorstellungen von sich selbst oder gar den Idealen von Freundschaft und Liebe? Definierten sich die Menschen nun stärker darüber, wie viel sie verdienten, was sie gerne kauften und wie sie aussahen? Wie wirkten sich die vielen neuen Bilder von Menschen aus, die nun erstmals produziert wurden?

Dieses Buch ist also eine Einladung an die Leser, mit Genuss über »Äußerlichkeiten« nachzudenken und zu sehen, inwiefern dieses bisher vernachlässigte Thema einen wichtigen Teil einer neuen kulturgeschichtlichen Perspektive auf diese Zeit bilden muss. Es gilt die Art und Weise zu erforschen, in der Männer und Frauen über alle Gesellschaftsschichten hinweg ihrer Welt durch Bildpraktiken Bedeutung verliehen, Konventionen veränderten oder hinterfragten und dadurch auf unzählige Arten Kultur schufen. Es geht mir nicht darum, einen Leitfaden dafür zu liefern, wie Männer und Frauen der Renaissance oder sogar wie Adlige, Bürger und Bauern zu einer bestimmten Zeit aussahen. Erklären möchte ich, wie und warum das Aussehen in dieser expandierenden kommerziellen Gesellschaft immer tiefer in das Selbst- und Fremdbild der Menschen eingebettet wurde, ein Prozess, der diese Zeit mit unserer eigenen verbindet. Neue Konsum- und Bildwelten bedingten neue Gefühlswelten. Ein junger Mann auf Brautschau konnte zum Beispiel ein Bild von sich als modischem und schlankem Menschen in Auftrag geben und seine Taillenmaße genau angeben. Eltern begannen, modische Kleidung schon als Belohnung für kleine Kinder einzusetzen; Teenager feilschten mit ihren Eltern endlos um mehr Kleidung. So wurde der familiäre Austausch stärker in den Bereich des wirtschaftlichen Austauschs verlagert, während Kleidung sehr gefühlsbeladen sein konnte, wenn sie etwa zum Symbol für »gutes« Verhalten wurde oder romantische Ideale verkörperte.

Der materielle Ausdruck solcher neuen Gefühlswelten – herzförmige Taschen für Männer, künstliche Zöpfe für Frauen oder rote Seidenstrümpfe für Jungen – mag uns seltsam vorkommen. Doch ihre Botschaften von

Selbstwertgefühl, erotischer Anziehungskraft oder sozialem Aufstieg sind noch immer bekannt, ebenso wie ihre Auswirkungen, die von der Freude am geschickten Handwerk bis hin zum Zweifel reichen, womöglich getäuscht worden zu sein. In diesen Bereichen unseres Lebens wird die Renaissance zu einem Spiegel, der uns in die Vergangenheit zurückführt. Sie widerlegt die Vorstellung, dass die Welt, in der wir leben, in jüngster Zeit geschaffen wurde.

Ulinka Rublack



KAPITEL SIEBEN

BÜRGERLICHER
GESCHMACK UND
GEFÜHLSTILE



134. Medaille, Lucia Dorer mit Barett als Zierde Deutschlands
(*decus Germaniae*), 1523

Göttliche Schönheit

Im Jahr 1520 war die Goldschmiedemeistersgattin Lucia Dorer die erste Nürnbergerin außerhalb des Patriziats, die sich auf einer Medaille mit einem Baret porträtieren ließ¹ (Abb. 134). Stadtbewohnerinnen von Venedig bis Nürnberg zeigten, wie wir sehen werden, ihr Haar und favorisierten solche Barette, die Moralisten wie der Straßburger Prediger Johann Geiler von Kaysersberg als wollüstig ablehnten.² Barette ließen einen offeneren Blick auf das Gesicht zu und erweiterten das Blickfeld der Frau. Dieser neue Look orientierte sich an Idealen der Renaissance, die weibliche Schönheit schätzte und sich über misogynen Vorstellungen von Frauen als einem Irrtum der Natur hinwegsetzte. Viele Feministen und Feministinnen der Renaissance-Zeit argumentierten, dass weiblicher Schmuck nicht notwendigerweise eitel und verwerflich sei. 1504 griff Agrippa von Nettesheim sogar auf neuplatonische Ideen zurück, um zu begründen, dass Frauen das vollkommene Geschlecht seien. Seine Argumentation berief sich unter anderem auf die Vorzüge ihres Haares: Frauenhaar war füllig, schön und wuchs am richtigen Platz. Bei Männern wuchs es im Gesicht und war unsauber, nur um dann allzu bald ganz vom Kopf zu verschwinden. Agrippas weit verbreitete Abhandlung *Von dem Vorzug und der Fürtrefflichkeit des weiblichen Geschlechts* wurde in verschiedene Sprachen übersetzt und argumentierte, Männer seien allgemein minderwertig und weniger sauber, weil sie aus der Erde geschaffen seien. Er erklärte, dass Schönheit ein strahlendes Licht sei, das von Gottes Gesicht ausgehe, um die Menschen zu berühren, und dass besonders Frauen dieses Licht verbreiteten. Diese Spiritualisierung weiblicher Schönheit gestattete es Agrippa, sie überschwänglich zu beschreiben. Den weiblichen Körper, die Hände, die Stimme, die Gesten und Bewegungen betrachtete er eher summarisch, um sich dann aber dem Haar

und allen Teilen des weiblichen Gesichts umso ausführlicher zuzuwenden, von der Stirn über die Wangen, Augenbrauen, Augen, den Blick, die Lippen bis zu den Zähnen.³ All dies ließ eine Visualisierung der Keuschheit durch eine Verschleierung gleich welcher Art in den Hintergrund treten: Schönheit an sich konnte göttlich sein!

In Anbetracht solcher Debatten war die Beschäftigung der Frauen mit Mode auch kein müßiger Konsum, sondern konnte ihnen helfen, neue Identitäten zu visualisieren, in denen Tugend und Schönheit zusammengingen. Ziele waren eine höhere Wertschätzung und eine aufsehenerregende öffentliche Sichtbarkeit auf den Straßen der Stadt oder bei Tanzveranstaltungen. Lucia Dorers Medaille, die an eine Kette gehängt werden konnte, trug sogar eine Umschrift mit dem Anspruch, dass sie die zehnte Muse und eine Zierde Deutschlands sei. Dies war ein vor allem für eine Frau unterhalb des Patriziats bemerkenswerter Bildakt, der implizit den Anspruch erhob, dass Frauen nicht unbedingt von hoher Geburt sein mussten, um eine solche Wertschätzung beanspruchen zu können. Schönheitsideale konnten Frauen den Weg zu einer »Renaissance« eröffnen. Accessoires wie Barette, die von Männern wie von Frauen getragen wurden und als männlich aufgefasst werden konnten, führten womöglich zu Experimenten mit Geschlechterrollen. Lucia Dorer jedenfalls wollte offenbar kein Bild zarter weiblicher Schönheit vermitteln; ihre Züge waren stark ausgeprägt, ihr Blick entschlossen. Aus eher traditioneller Sicht materialisierte die Verschönerung der Frauen ihre Ehre im Dienst ihrer Familie und des immer wichtiger werdenden Heims.⁴

Magdalena Behaim

Wie können wir etwas über die Erfahrungen von Städterinnen als Konsumentinnen und Haushaltsmanagerinnen erfahren? Auch hier können uns die Behaims helfen. Magdalena Behaim war die älteste Schwester von Friedrich und Paulus Behaim. 1583 heiratete sie als 28-Jährige und damit genau zur richtigen Zeit in die wohlhabende und politisch aktive Nürnberger Kaufmannsfamilie Paumgartner ein. Ihr Ehemann Balthasar Paum-

gartner trieb Handel mit einem ganzen Netzwerk norditalienischer Städte, vor allem mit Florenz, Venedig, Bologna, Genua und Lucca. Von dort aus berichtete er von leckeren Melonen, Parmesan, Artischocken, Fenchel, Kürbissen und Zitronensamen, von Schauspielerinnen, hungernden Armen, Badeausflügen und von seiner Arbeit. Regelmäßig reiste er zudem zweimal im Jahr zu den Frankfurter Messen und hoffte, auf dem Weg dorthin zu Hause Station zu machen und Magdalena zu sehen. Während Balthasar unterwegs war, blieb Magdalena nicht einsam zurück und ans Haus gefesselt. Sie führte die Präsenz des Paares in der Nürnberger Gesellschaft und bei Verwandten fort, verwaltete Bestellungen und verteilte die Waren, die Balthasar schickte. Ihre Beziehung begann am Ende zweier entsetzlicher Jahrzehnte, in denen 20 000 Einwohner Nürnbergs der Pest zum Opfer gefallen waren. Doch schon 1600 zählte Nürnberg wieder stolze 40 000 Einwohner, ebenso viele wie 1561.⁵

Magdalena pflegte den Kundenstamm der Handelsgesellschaft und unterschrieb – sogar in Briefen an den eigenen Ehemann – als Magdalena Balthasar Paumgarttnerin. Als Ehefrau repräsentierte sie eine Einheit, die in den Leistungen und der Ehre ihrer beider Familien wurzelte. Für Balthasar war es selbstverständlich, dass ihrer beider Wappen in Holz geschnitzt und vergoldet werden sollten. So ging Magdalena Balthasar Paumgarttnerin zu Tanzveranstaltungen, Hochzeiten, einem großen Bankett im Schloss, Beisetzungen, Taufen und besuchte Frauen im Kindbett. Sie verlieh Ausstattung für Gartenfeste und nahm selbst an unzähligen teil, bei denen Musikanten oder Spaßmacher auftraten. Sie beherbergte eine kranke Bekannte, gab Gastmähler und organisierte die Kommunikation über den Wareneinkauf, schickte Stoffproben an Balthasar, damit er Bestellungen aufgeben konnte, und verwaltete ein Netzwerk aus Gläubigern und Schuldnern. In den Jahren 1582 bis 1598 bewahrten die Eheleuten ihre Briefe auf, insgesamt 172 Stück.⁶ Dies macht die Behaims zur am besten dokumentierten Geschwistergruppe und Magdalena und ihren Ehemann Balthasar zum am besten dokumentierten Ehepaar in der frühmodernen Welt. Magdalenas Briefe eröffnen einen einzigartigen Blick auf eine städtische Kultur des bürgerlichen Anstands, des Konsums und der Geselligkeit, in der Frauen wichtige Rollen spielten. Ergänzt werden sie durch reichhaltige Informationen aus Inventaren, Kleiderordnungen, Gerichtsquellen sowie Bildern der Kleider und Accessoires, die Nürnberger und Nürnbergerinnen aller

Schichten kauften. Magdalenas und Balthasars Briefe offenbaren auch, wie das äußere Erscheinungsbild für Paare, denen gegenseitige Liebe und der Spaß am materiellen Leben wichtig war, Teil neuer Gefühlsstile wurde. Und schließlich bieten die Briefe einen seltenen Blick auf eine Geschäftsfrau, denn Magdalena handelte mit Stoffen und bestimmten Kleidungsstücken.

Lumpenhandel und Purpurtuch

Balthasar hatte einen Bruder, Yerg, den er manchmal als streitsüchtig und, offen gesagt, als »voller unflatt« wahrnahm. Der Ausdruck, mit dem er dessen Praktiken beschrieb, lautete »Lumpenhandel« – auch hier stand das Grobe, Zerfledderte, Abgetragene, Zerrissene und sittlich Degenerierte gedanklich im Gegensatz zu einer Ästhetik und Ethik der respektablen Form, anständigen Kultiviertheit und ehrbaren Sittlichkeit – von der Ausdrucksweise über das Benehmen bis hin zur Kleidung.⁷ Jahre, nachdem Balthasar so böse über seinen Bruder gesprochen hatte, berichtete Magdalena Folgendes: Yerg hatte seinen Vater gebeten, ihm Geld zu leihen. Er hatte auf dem Saumarkt, wo viele Gebrauchtwaren gehandelt wurden, ein hübsches Ensemble gesehen, das er für den Winter kaufen wollte.

1572 arbeiteten mindestens 36 Frauen als Gebrauchtwarenhändlerinnen in Nürnberg.⁸ Der Vater bat Magdalena, der Frau, die den Stand führte, das Geld für die Kleider zu geben, und sie beschloss nachzusehen, ob der Kauf das Geld wert war. Die Frau brachte das Ensemble, und Magdalena sah, dass es ganz neu war, gefertigt aus einem »geringeren« Seidenstoff und das Geld wert. Sie kaufte es, erklärte aber Yerg mit aller Deutlichkeit, dass er Kleider aus Stein bekommen werde, wenn er diese hier in die nächste Kneipe bringe und darum spiele. »Oh nein«, antwortete er, »oder hol mich der Teufel: Ich brauche es und will bald darin weggehen ...!« Gerade einmal drei Tage später ging Magdalena auf den Markt und sah das Ensemble wieder zum Verkauf angeboten. Noch am selben Tag, so berichtete die Frau, hatte Yerg das Geld zurückverlangt, weil die Kleider ihm nicht gefie-

len. Magdalena hatte den Verdacht, dass all dies mit der Händlerin gegen eine gewisse Belohnung im Voraus geplant worden war. Normalerweise durften die Verkäuferinnen nicht zurücknehmen, was sie verkauft hatten. »Er wird also nicht besser, bis man ihn gefangen setzt«, seufzte Magdalena – was allerdings für einen Paumgartner äußerst unwahrscheinlich war.⁹

In der Kommunikation des Paares über Kleidung ging es meist um Materialien und Farben. Magdalena bestellte Stoffe in bestimmten Qualitäten vom norditalienischen Markt für sich selbst und ein ganzes Kundennetzwerk oder schickte Balthasar die Bestellungen anderer Leute direkt per Brief; Balthasar versuchte, sie zu besorgen und auch unabhängig davon gute Waren zu erwerben. Sie wussten, wie man gut einkauft, eine Schlüsselkompetenz aller Kaufleute, ob Mann oder Frau. Sie mussten nach neuen Materialien und Waren suchen, Informationen zu den Stoffen besorgen, woraus sie bestanden, wo sie hergestellt wurden und wie gut sie Farbstoffe aufnahmen, wie haltbar sie waren, wo man den besten Preis und die beste Qualität bekam und wer sie besonders zuverlässig verarbeitete. Sie pflegten Kontakte zu Kunden und Produzenten, um die Vertrauensbasis zu sichern. Durch dieses Wissen konnten sie sich als anspruchsvolle Kunden und kompetente Vermittler präsentieren, um für andere einzukaufen. Dies wiederum beeinflusste die Preise und die Provisionen. Damals waren die Preise selten unverhandelbar. Sie waren auf den einzelnen Kunden zugeschnitten, je nach Status, Wissen und Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer.

Magdalena und Balthasar verwendeten zum ersten Mal Maße – so hatte ihr Bruder um graue und schwarze Stümpfe aus Bologna gebeten, und Balthasar hatte sich die Maße aufgeschrieben, die Ware selbst dann aber anderswo bestellen müssen, da er kein passendes Material finden konnte.¹⁰ Natürlich spielte auch das Timing eine Rolle, weil teurere Textilien für bestimmte Anlässe oder Jahreszeiten gekauft wurden, und das musste geplant und mit Umsicht sowie durch schnelle und verantwortungsbewusste Händler und Mittelsmänner abgesichert werden. So sollte Magdalena einer Frau Lochnerin ausrichten, dass Balthasar teures purpurrotes und zweifarbiges Tuch bestellt hatte. Als der Purpurstoff einen Monat später, im Januar 1583, fertig war, versprach er ihn sorgfältig verpackt zu verschicken, und merkte an, dass der Stoff jetzt nicht mehr zu bekommen sei.¹¹ Im

Juli 1584 bat er Magdalena weiterzugeben, dass er sofort grünen Samt an die Scheurls und Taft für eine andere Frau geschickt habe, so dass die Waren sie erreichen würden wie gewünscht. Im August dachte Magdalena darüber nach, welche Reparaturen das Futter ihres Pelzmantels für den Winter brauchte, um sicher zu sein, dass er rechtzeitig vorzeigbar sein würde.

Balthasar schrieb dann, dass der erste Versuch, purpurroten Atlas zu beschaffen, gescheitert sei. Er hatte den Stoff für sich selbst und Magdalena bestellt, um daraus eine Decke zu machen. Jetzt hatte er um ein anderes Stück gebeten, das in der Woche zu Jakob Welser nach Genua geschickt werden sollte. Beim Weben des Stoffes hatte er zugesehen, doch niemand in Lucca oder Florenz konnte ihn dann so weiterverarbeiten, wie er es wünschte. Viele Nürnberger fanden Rot ganz offenbar sehr anziehend: Magdalenas Schwester wollte roten Samt und Seide derselben Farbe und einer der Scheurls weitere zwei Ellen roten Samt. Am Ende seines langen Briefes, eben jenem, in dem er auch über den »Lumpenhandel« seines Bruders nachdachte, kehrte Balthasar noch einmal zum Purpurtuch zurück, das er erhalten hatte, während er schrieb, insgesamt 25 Ellen, leuchtend im Abendlicht. »Ist eine schöne, hohe Farbe, gefällt mir wohl«, schrieb er in einer Mischung aus Ehrfurcht und großem ästhetischen Genuss.¹² In ihrer Antwort kommt Magdalena allerdings sofort mit einem knappen Satz auf ihre Sorge dabei zu sprechen: »Ich habe aber schon Angst, dass sie womöglich zu viel kosten.«¹³ Doch diese »hohe« Farbe und die weiche Qualität verliehen dem eigenen Leben dieses wunderbare Gefühl; sie trotzten dem Zerlumpten.

Magdalena war inzwischen damit beschäftigt, reinweiße Leinen- und Baumwollstoffe einzukaufen, um das Baby zu wickeln, das sie erwartete, und um Kissen unter seinen kleinen Kopflegen zu können. Balthasar versicherte ihr: »Ich habe mir mit Absicht begehrten purpurroten glatten Samt machen lassen; ich hoffe, dass er dereinst deinen Schwestern gefallen wird.« Wieder wollte er den Brief gerade beenden, als er Nachrichten von Welser in Genua bekam, der das Tuch empfangen hatte und ihm berichtete, wie und wann er es weiterverarbeiten wollte. Balthasar fügte hinzu:

Ich habe keinen Zweifel, dass dies das Schönste werden wird, wie wir es selbst begehren. Was es aber kostet, dürfen wir nicht sagen. Er hat mir schon die Rechnung dafür geschickt, wonach dies zwischen 66

und 67 Reichstaler kosten wird. Sag es aber niemand. Was mir der Spitzbube noch dazu schreibt, will ich dich einstmals (so Gott will) aus seinem Brief selber lesen lassen. Er wünscht dir alles Gute.¹⁴

Magdalena zeigte sich zutiefst verwirrt und noch besorgter nach dieser so fröhlich übermittelten Nachricht. Während Balthasar den Stoff vor allem nach seinem Prestige und seinem ästhetischen Wert bemaß, sah sie besorgt auf den Tauschwert, versuchte aber dennoch, die Sache mit einem gewissen Humor zu nehmen:

Du schreibst mir hernach, dass die Decke nicht mehr kosten wird als suma laud. Ich bin von Herzen erschrocken. Beim nächsten Mal wollen wir uns das vorher überlegen. Wir dürfen es auf keinen Fall sagen. Ich denke, wenn wir solches Geld in einem Stück Silbergeschirr anlegten, so wäre der Wert wieder da, hier aber nicht. Jetzt müssen wir schweigen. Was dir der Spitzbub sonst schreibt, möchte ich zu gern wissen. Wenn du mir schreibst, er wünsche mir alles Gute, weiß ich nicht, wie du das meinst. Ich kann den Brief kaum erwarten.¹⁵

Vernunft war vonnöten, um eitle Wünsche zu zügeln. Selbst wenn Balthasar vorschlug, sie könnten es als ein Familiengeschenk statt für sich selbst verwenden, machte diese großzügige Gabe Magdalena nervös, nahm dem Kauf alle Freude und bildete jetzt vor allem ein schreckliches Geheimnis, über das sich das Paar wiederholt verständigen musste. Abgesehen von der Liebe, die sie ganz eindeutig teilten und lebendig zu halten wussten, bestand ihre Paarbeziehung jetzt auch aus ihrem geteilten, geheimen Wissen und der Scham darüber, was und wie viel sie ausgegeben hatten. Diese drückte sich auch durch Phantasien über das häusliche Interieur aus, das sie darüber hinaus gestalten wollten: mit anderen Worten reine Luxusphantasien, weil Tuch mit jedem Gebrauch an Wert verlor, während Silber ihn behielt. Tuch war eine Ware, die sich verbrauchte, Silber dagegen war haltbar, geradewegs unzerbrechlich. Der Austausch über solche Gegenstände und ihre Rolle im Leben setzte daher einen Meinungsbildungsprozess in Gang zu der Frage, wie sich ein Paar idealerweise einig werden konnte, was einen Wert darstellte und wann eine Ausgabe zu rechtfertigen war, was als Notwendigkeit (»nothurft«) gelten konnte und was als Ver-

schwendung. In diesem Sinn konstituierten auch materieller Konsum und die Definition von Konsumstrategien eine eheliche Beziehung, da ein Paar einen Haushalt gründen und ihn wie auch sich selbst entsprechend der gesellschaftlichen Rolle, die es in verschiedenen Phasen ihres Lebens ausfüllte, ausstatten musste.

Verheiratet zu sein war natürlich auf jeden Fall nichts Immaterielles – schließlich war die Ehe an sich ein Vertrag mit materiellen Folgen. Dies wurde besonders augenfällig, als in der norddeutschen Hansestadt Stralsund der angesehene Bürgermeister Bartholomäus Sastrow 1598 nach dem Tod seiner Frau seine Dienstmagd heiratete. Sastrow war felsenfest davon überzeugt, dass die Magd es verdiente, entsprechend ihrem neuen Rang und »ihm zur Ehre und seinem Stande gemäß« gut angezogen zu sein. Er bestimmte sogar genau, welche Art Schmuck er für sie machen lassen wollte, und ließ nicht zu, dass sie ärmlicher wirkte als seine Kinder oder die Ehefrauen anderer Bürgermeister. Seine Kinder und der Stralsunder Rat stimmten widerwillig zu.¹⁶ Kleider und Schmuck waren wichtige Zeichen einer materiellen und sozialen Identität, die sich offenbar durch eine Eheschließung verändern konnte (Abb. 135).

Die Heirat war damit auch der Anfang eines Konsumkreislaufs, der den Haushalt anreicherte. In städtischen Bürgerkreisen gewann dies an Bedeutung, als Einladungen zu sämtlichen Jahreszeiten die Erfahrung von Geselligkeit im Alltag verankerten. Durch das Aufkommen von Stadtgärten im 16. Jahrhundert war es jetzt möglich, mehrere Tafeln für Gäste im Freien aufzustellen, beim süßen Duft der Blumen, ohne Nachbarn durch Musik, Gesang, Trinken, Tanzen, Lachen und Gespräche zu stören. Holzschnitte solcher Szenen wurden koloriert, ausgeschnitten und auf Truhen in bürgerlichen Haushalten geklebt, so sehr wurden sie zum Inbegriff eines neuen Gefühlsstils und eines Ideals von Ungezwungenheit, Liebe und Muße.¹⁷ 1680 gab es mehr als 350 Gärten vor den Stadtmauern Nürnbergs, meist gegliedert in Zier-, Obst- und Gemüsegärten.¹⁸ Gartenfeste boten innovative und größere Konsumanlässe, bei denen der Geschmack gebildet und neue Vorstellungen ausgetauscht werden konnten. Bürgerliche Geselligkeiten dieser Art waren der Schlüssel zu dem ständigen Gefühl, neue Konsumideen entdecken zu müssen, und bildeten das, was Ökonomen »Verbrauchs-Cluster« in gleichgesinnten Gruppen nennen.¹⁹

Auch im eigenen Heim wurden viele Gäste bewirtet, und Magdalena

hatte offenbar einen guten Blick für schönes Besteck, das sie in einem Haus in großer Menge gesehen hatte. Sie versuchte Balthasar dazu zu bringen, selbst eine beträchtliche Menge zu beschaffen, bis er aufgab und ihr sagte, es sei besser, die Besteckteile von einem Handwerker vor Ort fertigen zu lassen. Magdalenas Vater hatte in der Mitte des 16. Jahrhunderts große Mühen auf sich genommen, um seinen Haushalt mit englischen Zinn- und Kupfertellern, hübschen Trinkbechern, einigen Porzellanschalen aus Flandern, Tischtüchern und Servietten auszustatten. Er hatte Teppiche gekauft, um Tische und Betten damit einzudecken, hochwertige, farbenfrohe Möbel, Leuchter und neun bemalte Leinwände, für die er 1548 sieben Gulden ausgegeben hatte, dazu etwas über einen Gulden für den Zimmermann, der sie rahmte.²⁰ Neben dem Tafelgeschirr waren offenbar Delikatessen wie die besten Bologneser Oliven, Parmesan und Parmaschinken, guter Wein und die Qualität der Inneneinrichtung wichtig. Das Essen selbst wurde aufwändiger, Frauen wie auch Männer sammelten Rezepte oder stellten sogar wie Susanna Harsdörferin 1580 in Nürnberg Kochbücher zusammen.²¹ Die Innenausstattung bestand neben Bildern vor allem aus Wandbehängen oder Teppichen, was erklärt, warum Balthasar so erpicht darauf war, in solche Dinge zu investieren. Die Geschichte mit dem Purpursamt zeigt, wie eine Farbe und ein Gegenstand eine besondere Begierde und Wertschätzung in ihren sozialen Kreisen hervorriefen und Prinzipien bürgerlicher Mäßigung ins Wanken bringen konnten. Genau wie Friedrich einmal beschloss, »sich etwas zu gönnen«, stellte sich auch hier die Frage, wie und ob große ästhetische Freude und protziger Luxus zu rechtfertigen waren. Magdalena hatte – wie ihre Mutter bei Friedrich – ängstlich nur die Rechnung sehen wollen.

Bei vielen anderen Gelegenheiten zeigte Balthasar hingegen eine kluge kaufmännische Weitsicht, was das Geldausgeben anging, und einen klaren Sinn dafür, dass Gegenstände an sich weniger bedeuteten als der Kontext, in dem sie Verwendung fanden. Er schickte vier Ellen vom allerschlechtesten Damast, so dass Magdalena in der Schwangerschaft ihren wachsenden Bauch verhüllen konnte. Er bat sie überraschenderweise, ihm nur fünf alte Hemden, zwei Paar Socken, eine Schlafhaube, ein Paar grüne, gefütterte Pantoffeln und ein Paar dicke Schuhe, geeignet für den Schmutz und das Regenwetter in Frankfurt, zu senden.²² Schon früh in ihrer Ehe hatte er sie in einem Brief an etwas erinnert, das er ihr auch schon persönlich gesagt

hatte, nämlich nicht zu viel Mühe auf die Herstellung seines Hochzeitshemdes zu verwenden. Solche goldbestickten Hochzeitshemden überreichten in Nürnberg alle Bräute ihren Ehemännern – die Stickerei zeugte von der Liebesmühe der Frau. Sie finden sich in den Inventaren aller Gesellschaftsschichten, wurden also ganz offensichtlich aufbewahrt, um an die Hochzeit zu erinnern. Balthasar jedoch war der Ansicht, dass diese Arbeit Magdalena nur sinnlos Zeit und Schlaf rauben würde. Er brauchte einfach ein Hemd aus sauberem, reinem Leinen mit einem weichen Kragen, das ansonsten ganz normal war (*schlecht und gerecht*).²³ Ausdrücklich rechtfertigte er, dass er notwendigerweise die Hilfe seines Bruders brauchte, um polnischen Wolfspelz für einen Mantel zu beschaffen. Bei einer anderen Gelegenheit kaufte Balthasar allerdings eine große Menge teurer, fein gestreifter Seide in Mantua, geeignet für ein einheitliches häusliches Erscheinungsbild von Vorhängen, Laken für das Ruhebett, Tischdecken und Kissen. Beim Zuschneiden solle man gut aufpassen, so riet er, damit nicht auffiel, dass die Streifen zusammengeñäht waren, und schließlich sagte er Magdalena, dass sie es selbst verwenden könne, wenn sie wolle, oder es mithilfe einer Händlerin (*Käuflin*) angemessen verkaufen solle.²⁴ Dies bestätigt noch einmal, dass diese Frauen nicht nur gebrauchte Dinge verkauften, sondern auch Neues. Genau wie die Pariser *revendeuses* profitierten sie von einer Gesellschaft, in der die Geschmäcker breit gefächert waren und eine wichtige Rolle spielten.

Die Farbmoden änderten sich. Balthasar hatte eine neue und in Nürnberg ungewöhnliche Farbe entdeckt, in die er die männlichen Bediensteten kleiden wollte – ein angenehmes Safrangelb.²⁵ Dann beklagte sich Magdalena über Strümpfe, die er ihr geschickt hatte, weil sie eine ungewöhnliche Farbe hatten, eine Art Blau, und obendrein von schlechter Qualität waren. Der Stoff sah aus wie Leinen, war aber nur Baumwolle. Sie beauftragte den Mann, der ihre Waren aus Lucca nach Nürnberg transportierte, sie gleich wieder zurückzubringen, so dass Balthasar sie dort vielleicht ohne Verlust weiterverkaufen konnte. »Wenn du mir nur erst die Farbe geschrieben hättest, hätte ich dir zurückgeschrieben, dass es nicht die richtige ist«, fügte sie hinzu. Sie hatte sich grüne Strümpfe gewünscht.²⁶ Magdalena mochte Grün – so sehr, dass ihre Vorstellung für die wichtige Innendekoration von Betten mit Laken und Vorhängen eine Art »Grün in Grün« war. Auch Betten waren in dieser Zeit Repräsentationsobjekte, nichts »Privates«, und



135. Hochzeitsteller der Augsburger Familien Pahler-Imhof, 1572

sie betonte, dass sie den hochwertigen grünen Taft, um den sie bat, nicht einmal für das besondere Wochenbett verwenden werde, in dem frischgebackene Mütter ihre vielen Besucherinnen empfangen, sondern für das Gästebett. Außerdem gab es noch ein »Faulbett«, auf dem man tagsüber ausruhte oder ein Nickerchen machte. Es stand in einem der Empfangszimmer. *Arlas*, ein Seidenstoff, war dafür nicht geeignet, weil er anfällig für Mottenfraß war. Darüber hinaus war es wichtig, dass Balthasar den Taft in Frankfurt kaufte, weil die Stadt als der sauberste Ort galt und die Kakerlaken ihn nicht mochten.²⁷ In ihrem nächsten Brief drängte sie noch einmal darauf, dass Vorhänge in Nürnberg üblicherweise grün waren und dass

auch die Fransen ein hübsches Grün haben sollten. Doch der grüne Samt, den er beschafft hatte, erschien ihr zu teuer – sie wollte alten »pubensamet«, falschen Samt, dafür verwenden.²⁸

Die Erneuerung der Welt

Neuerungen, was Farben angeht, waren Magdalena in diesen Jahren ganz offensichtlich nicht willkommen – sie wollte keinen neuen und innovativen Look, sondern etwas, das zum Geschmack ihrer Gesellschaftsschicht passte, lange hielt und nicht zu teuer war. Konsum wird häufig vorrangig als Nachahmung jener Menschen gedacht, die reicher sind als man selbst, doch Magdalena bestätigte eindeutig Keith Thomas' Eindruck, dass

der Konsum von Gütern ebenso konformistisch wie kompetitiv geprägt war. Die meisten Menschen kauften Waren aus dem Wunsch heraus, mit den anerkannten Standards ihrer eigenen *peer group* Schritt zu halten, nicht, um denen einer Stufe höher nachzueifern: Ähnlichkeit im Lebensstil war eine wichtige Quelle gesellschaftlichen Zusammenhalts, und die Sorge, das Richtige zu tun, war verbreiteter als der Drang hervorstechen.²⁹

Georg Simmel beobachtete, dass Menschen, die ähnlich aussehen, sich gewöhnlich auch ähnlich verhalten – Aussehen dient also auch als Signal, dass eine Person einem bestimmten Wertesystem angehören will, und soll unter Gleichrangigen Vertrauen in ihr Verhalten stiften. Immer wieder aber gab es auch Belege für jene leidenschaftliche Investition in den Besitz schöner und besonderer Objekte, welche die Grenzen der Zurückhaltung strapazierte. Der kleine Junge der Behaims, Balthasarle, hatte bald ganz bestimmte Wünsche, und 1589 schrieb Magdalena, dass sein Vater ihm bei seiner Rückkehr eine kleine Samttasche als Geschenk mitbringen müsse – ihr Sohn sprach jeden Abend davon.³⁰ Wie zu erwarten, wurde sein Verlangen nach dieser Samttasche zu einem idealen Manipulationsinstrument, das ihn dazu bringen sollte, sich wie ein »frommer Bube« zu verhalten: »Sag

dem Balthasarle nur, dass er eine Weile fromm sein soll, weil ich ihm sonst nichts mitbringen werde. Ich werde, wenn er böse ist, den schönen Samtbeutel, 2 Paar Schuhe und das rote, gestrickte Paar Strümpfe einem anderen, frömmern Büble geben.«³¹ Das erwartungsvolle Verlangen nach diesen Dingen vermischte sich auf diese Weise mit der Angst, sie vorenthalten zu bekommen, wenn man nicht brav war. Doch weil sie benutzt wurden, um Verhalten zu bewerten und zu manipulieren, häufte sich der Einsatz dieses Lockmittels entsprechend, und der Vater merkte, dass er nicht mehr nur die Samttasche versprechen konnte, und auch nicht nur ein, sondern zwei Paar Schuhe und besondere rote Strümpfe dazu, um das gewünschte Verhalten herbeizuführen. Er überlegte, welche Dinge Balthasarle wohl mögen würde, und stellte sich neue Bedürfnisse und Wünsche vor. Diese emotionale Dynamik in Eltern-Kind-Beziehungen regte zu immer neuen Konsumententscheidungen an. 1592 schrieb Balthasar in ähnlicher Weise an Magdalena, dass er für Balthasarle aus Stoffresten, die er günstig gekauft hatte, ein weißes Wams und ein Paar hellrosa Damast-Ballonhosen mit einem kleinen Blumenmuster hatte schneiden lassen, die er mitbringen werde, »wenn er eine Weile fromm ist und schnell lernt.«³² Diese Mechanismen verwandelten ironischerweise modische Luxuswaren – und nicht etwa Spielzeug – in ein materialisiertes Belohnungssystem für »Frömmigkeit« und Fleiß und luden sie dadurch emotional und moralisch besonders auf. So wurde ein Kind schon früh so sozialisiert, dass es Kleidung und andere Äußerlichkeiten für ein Zeichen von Anstand und Eleganz hielt. Manche Lutheraner waren entsetzt über eine solche Erziehung: Joachim Westphal erklärte in seinem langatmigen Buch gegen den Teufel der Eitelkeit im Jahr 1565, dass es nichts Schlimmeres gebe als kleine Kinder, die kaum sprechen konnten, aber mit Geschenken überschüttet wurden:

Wenn sie ein neues Paar Schuhe mit Gold, ein neues Röcklein etc. bekommen, betrachten sie sich darin, sie zeigen es vor und wollen, dass es Jedermann sehe und lobe, ja, die Kindlein verachten sich untereinander und sagen: Ja, ich habe einen reicheren Vater als du, der mir dies gekauft hat etc. Ich hab einen schöneren Rock als du ...³³

Für Westphal förderten schöne Kleider nur den Stolz und schürten den Zorn Gottes. Doch auch die Alltagspraktiken lutherischer Familien in

Nürnberg konnten schöne Kleider in eine Belohnung verwandeln, was Westphal allerdings kaum überrascht haben dürfte, da er Nürnberg sowieso für eine Brutstätte der Eitelkeit hielt.³⁴ Balthasarles Geschmack war jedenfalls schon von jungen Männern seines Standes geprägt, mit denen er sich identifizierte: Magdalena war gerade dabei, einen Brief an seinen Vater zu schreiben, als Balthasarle eintrat und sagte, er wolle zwei Paar Strümpfe, vor allem eines, wie es die Altdorfer Studenten hätten. Er meinte damit, so erklärte die Mutter, ein fleisch- oder safranfarbenes Paar. Zarte Farben waren der neueste Trend. Um diese frei von Flecken zu halten, musste ein Junge seine Bewegungen disziplinieren; solche Geschenke zwangen den Zögling, sich zivilisierte Verhaltensweisen anzueignen, um ihre Schönheit zu bewahren.³⁵ Gleichzeitig hielten, wie wir schon gesehen haben, Eltern in diesen Milieus daran fest, dass es klare finanzielle Grenzen geben musste, sobald die jungen Männer unabhängig waren, und dass man ihnen unnachgiebig vernünftige Formen des Ausgebens und Konsumierens beibringen musste. Nachdem Balthasarle tragischerweise an einer Krankheit gestorben war, bat man seinen Vater, sich um einen Sohn der Familie Imhoff zu kümmern – er sollte ihm ausdrücklich »nichts Unrechtes gestatten, auch nicht teuer oder in Seide kleiden«.³⁶

Magdalena wollte unterdessen kein »glänzendes Zeug« für eine Schürze – womit sie wohl eine neue Stoffart meinte, ohne deren Namen zu kennen. Normalerweise war Magdalena allerdings überaus gut informiert und äußerte klar ihre Wünsche. So bat sie 1584 den »freundlichen und herzlichen Paumgartner«, wie sie ihren Ehemann nannte, ein sauberes Tischtuch aus den Niederlanden zu besorgen, wie sie in Italien zu haben waren und in Deutschland nur in Frankfurt. Sie wollte es in Schwarz und Grün und in einer feinen Webart, die sie in einem anderen Haushalt gesehen hatte. Das gestreifte Tuch, das sie gegenwärtig benutzten, war zu groß für einen Tisch, und in Nürnberg wurden nur grobe Gewebe angeboten. Eine Decke für das Ruhebett von der gleichen Art sei ebenfalls willkommen.³⁷ 1591 bat sie noch einmal um eine Decke und schickte die Maße dafür. Eine Seite sollte braun oder grün sein, die andere aus zweifarbigem Taft, vielleicht golden und grün oder fleischfarben und weiß oder was immer ihm gefiel.³⁸ Sie bestellte auch teuren *Arlas* als Ersatz für ein »schlechtes«, abgetragenes Oberteil und wiederholte, dass so etwas in Nürnberg nicht zu bekommen sei.³⁹ Dies sei, so erinnerte sie ihn, nötig, weil sie immer wieder zu Essen

eingeladen sei, und was sie hatte, war so gebraucht, dass sie es »bei Tage wohl nicht tragen darf«. ⁴⁰

Im Alter fand Magdalena durchaus Spaß daran, um Luxusartikel zu bitten, allerdings nie um Samt und gewöhnlich mit einem Hinweis auf die Notwendigkeit oder ähnliche Vorbilder in der besseren Gesellschaft Nürnbergs. 1591 erinnerte sie Balthasar daran, »meinen italienischen Rock nicht zu vergessen, wie Wilhelm Imhoff seinem Weib einen von Venedig mitgebracht hat, den man an Stelle von Pelz trägt [offenbar ein warmes Untergewand U.R.]. Und bitte ärgere dich nicht, dass ich dir in jedem Brief etwas abbettele.« ⁴¹ Im selben Jahr war sie auf eine Patrizierhochzeit der Familie Pfinzing eingeladen und berichtete von der Kleidung einiger Männer, die sie gut kannten: »An Pfinzings Hochzeit haben Paulus Scheurl, Benedikt und Hans Imhoff 3 schöne nagelneue safranfarbene Atlas-Hosen und Wämser mit goldener Spaltborte verbrämt angehabt; zur Feier der Nachhochzeit haben der Bräutigam und Hans Christoph und Antonius Tucher wieder zugleich weiße Atlas-Hosen und Wämser angehabt.« Dann folgte ein erstaunlicher Satz: »So ist die alte Welt wieder neu geworden.« ⁴²

Sieben Jahre zuvor hatte sie entsetzt auf die Ausgaben für die rote Decke, das eine kostbare, vollkommene Stück, reagiert. Jetzt bestätigte sie die Ästhetik der Mode mit diesem ungewöhnlichen Ausdruck: Mode konnte die Welt neu machen, indem sie die Grenzen des Möglichen erweiterte und ihr Schönheit verlieh. Und um so einen Eindruck zu machen, mussten die Kleider tatsächlich »nagelneu« sein, nie getragen, für die Hochzeit gemacht und vor allem in den neuen zarten Farben gefärbt. Sie belebten mit anderen Worten den »Muth« neu, den frühmoderne Menschen mit materieller Innovation in Verbindung brachten und mit der dadurch bewirkten Veränderung dessen, wie es war, in dieser Welt zu leben. So konnte Mode nicht nur moralisch negativ als ein Beispiel für phantasievollen Wandel gesehen werden, sondern auch als positiver, kunstfertiger, hübscher Erfindungsreichtum, der zeigte, dass die Welt sich zielstrebig in ästhetischer Hinsicht erneuern konnte und nicht einfach nur dumm, sündig und eitel war. Das war der Moment des Triumphs geschmackvoller bürgerlicher Mode in hellen Farben, mit ein wenig Gold geschmückt, gegen den »Kleinmuth« der kleinbürgerlichen Kleidung, den Cochläus in Wittenberg kritisiert hatte, oder adligen Aufwand in knalligem Bunt. Diese neuen Bürgerschichten fanden

ihren Weg, durch die Bildung eines eigenen Geschmacks »nach vorn« statt »nach oben« zu schauen, und das begann schon im 16. Jahrhundert.⁴³

Balthasar schätzte, von Rot einmal abgesehen, besonders feine, helle und somit sichtbar saubere Stoffe mit kleinen Blumenmustern. Sie wurden in Italien hergestellt, waren aber ästhetisch von osmanischen, persischen und indischen Mustern beeinflusst. Sie waren billiger und schneller zu weben als frühere Luxusstoffe, was adlige wie bürgerliche Kunden dazu brachte, diese – und noch mehr von ihnen – zu kaufen.⁴⁴ Blumenmuster trafen zudem die ästhetischen Vorlieben dieser Menschen, weil Blumen eine wichtige Rolle in ihrem Leben zu spielen begonnen hatten: Sie waren ein Zeichen östlicher Zartheit wie auch der Raffinesse natürlicher, gottgeschaffener Schönheit und Eleganz und galten daher als eine Quelle gesellschaftlich akzeptabler sinnlicher Freude. Pflanzenbücher hatten sich ebenso verbreitet wie das Gärtnern, und jeder in diesen Kreisen war darauf aus, möglichst viel über den Anbau von Blumen zu erfahren. Vasen gehörten allmählich zum üblichen Haushaltsinventar. Zartheit und Delikatesen, Eleganz, qualitätvolle Werkstattarbeit, Sauberkeit, geschmackvolle Qualitätsinnovationen oder Neuheiten von anderswo – all dies schätzte die bürgerliche Welt an einem Wirtschaftszweig, der ihrer Ansicht nach eine verfeinerte Kultur hervorbrachte.

Übertriebene Männlichkeit wurde gegen Ende des Jahrhunderts nicht mehr mit Hilfe von aufdringlichen Schamkapseln zur Schau gestellt. Streifen in knalligen, gegeneinander gesetzten Farben waren endgültig passé. Diese Ästhetik erfasste einen Teil der urbanen Ober- und Mittelschicht des lutherischen Nürnberg nicht nur in Hinblick auf ihre Wertvorstellungen, sondern beeinflusste auch die Alltagspraktiken, die im Zusammenhang mit einer erfahrenen Haushaltsführung standen: das Einkaufen mit einem sicheren Auge für Qualität und angemessene Ausgaben, orientiert am Angebot und an den Bedürfnissen oder basierend auf der Überlegung, was man wohl lukrativ weiterverkaufen könnte; die Gespräche mit den verschiedensten Handwerkern und ihren Frauen in Werkstätten wie auch mit Stickerinnen oder Gebrauchtwarenhändlerinnen; der Austausch der Innenausstattung, die ausführliche Beschreibung dieser Waren in Briefen.⁴⁵ Männer waren daran genauso beteiligt wie Frauen; wenn wir die Alltagspraktiken anschauen, gibt es keine Hinweise darauf, dass eine dieser Tätigkeiten als geschlechtsspezifisch wahrgenommen wurde, abgesehen von

der Tatsache, dass nur Männer ins Ausland und fast nur Männer auf Messen gingen. Dennoch mussten alle lutherischen Bürger und Bürgerinnen deutlich machen, dass ihr Herz nicht nur an neuen Dingen hing, denn das hätte als Prahlerei gegolten: »Bring mir etwas Außergewöhnliches, wenn du etwas siehst. Wenn du nichts findest, wirst du mir genug sein!«, schrieb Magdalena einmal überschwänglich an ihren Ehemann auf Reisen.⁴⁶

Nürnberger Handwerkskunst

Auch der französische Humanist Henri Estienne rühmte in einer Abhandlung über die Frankfurter Messe solche Innovationen:

Will jemand eine Stadt mit allen für Friedenszeiten geeigneten Waren aufs Reichste und Vollständigste ausstatten, so braucht er nur nach Frankfurt zu gehen: er wird dort nicht nur die Waren ausgestellt finden, die er sucht, sondern dazu noch sehr viele, an die er überhaupt nicht gedacht, ja solche, die er, ebenso wie viele andere, noch nicht einmal vom Hörensagen kennengelernt hat; und dabei sind Auswahl und Vorrat in jedem Artikel so reich, dass sich nicht nur zahlreiche Städte als Lieferanten darstellen, sondern der ganze Erdkreis als Beschicker dieser so sorgsam zusammengestellten Warenlager erscheint.⁴⁷

Besonders interessant wird Estiennes Bericht durch die neue Wahrnehmung des Globalen, die das Verständnis der Europäer von ihrer Arbeit und ihrer Welt veränderte. Die Entdeckungen hatten ihre Erfahrungswelt wie auch das Spektrum der Materialien, mit denen sie arbeiten konnten, erweitert. Für Estienne war diese ständige Neuerung und Innovation mit einem Wettbewerb der Handwerke verbunden, die sich in Nürnberger Werkstätten und Läden ebenso zeigte wie auf der Frankfurter Messe:

Und es ist ja kein Wunder, dass dort so viele vortreffliche, von hervorragender Geschicklichkeit zeugende Produkte des Kunsthandwerks zum Verkauf stehen und dass jeder einzelne Markt – nicht anders wie

Afrika einst immer neue Tierarten – irgend ein neues Kunstwerk zu Tage fördert: sind doch die meisten Städte, obwohl besondere Belohnungen nicht ausgesetzt sind und nur der lebhafteste Wunsch nach Ruhm sie anstachelt, im Wettstreit darum bemüht, dass die Kunstfertigkeit ihrer Bürger in Frankfurt den Sieg davonträgt. Nicht an letzter Stelle unter ihnen aber steht Nürnberg: Wer diese Stadt kennt, der könnte meinen, ihre mit den mannigfachsten Kunstwerken ausgestatteten Läden seien geradezu zur Frankfurter Messe überführt worden; und in der Tat, kann, wer Frankfurt zur Messezeit durchwandert hat, wohl sagen, er habe, was Waren aller Art anbetrifft, ein recht beträchtliches Stück Nürnberg kennengelernt.⁴⁸

Nürnberg mit seinen Geschäften stand im späten 16. Jahrhundert noch immer an der Spitze dieser Welt, während sich in einer Stadt wie London gerade erst ein Luxuseinkaufsviertel rund um die Königliche Börse gebildet hatte. Balthasar kannte die beiden Gesichter dieser wachsenden Marktökonomie und zeigte sich einmal wirklich deprimiert angesichts einer Frankfurter Messe, die in einem Klima großer Unsicherheit über den Wert des Münzgeldes nur Feindseligkeit und Neid erzeugt hatte. Andersherum konnte gerade deshalb in guten Zeiten der Handel auch als ein Mittler des globalen Austauschs und der sozialen Stabilität gefeiert werden. Für Thomas Coryat waren die zweimal jährlich stattfindenden Frankfurter Messen »der reichste Treffpunkt der ganzen Christenheit«.⁴⁹ Jost Amman und Hans Sachs feierten in ihrem berühmten *Ständebuch* im Jahr 1568 auf jeder Seite das Raffinement ruhmreicher Nürnberger Handwerker in lichtdurchfluteten Werkstätten mit riesigen Fenstern, nahmen am Ende allerdings auch vier Narren auf (Abb. 136).

Wer waren diese Narren? Zunächst kam der »Gelt Narr«, der durch Wucherpraktiken nur Reichtümer für sich selbst aufhäufen wollte, ohne auch einen Pfennig abzugeben, nicht einmal für die sogenannten Hausarmen. Es folgte der »Fressend Narr«, der riesige Mengen gutes Essen und Wein hinunterschlang, wenn er an die Tafel eines reichen Mannes eingeladen war. Dann kam der »Schalcksnarr«, der sein Geld mit Narreteien, aber auch mit der Kunst der Heuchelei verdiente. Und schließlich war da noch der »Stocknarr«, abgebildet als ländlicher Krämer von kleinen Modeaccessoires wie Spiegeln, Handschuhen und Halsketten, vermutlich in fragwürdiger Qua-

Der Schalcksnarr.



Ich brauch mancherley Narren weiß/
Darnit ich verdien Tranck und Speiß/
Doch weiß ich durch ein jaun mein Maß/
Mit mein finger ich zu greiffen an.
Da ich mit mein nährschen Sachu/
Die Herrschafft kan san freilich machn/
Mit heuchleroy die Leut ich blündt/
Druß man mich ein Schalcksnarren nêht.

9

Da

Der Kürschner.



Wol her/ich fülter Rôdt und Schaubn/
Nach schürbels/brustschädel/Debschaubn/
Von Hobel/Marder/Debe und Lûchsen/
Von Hermelin/Itter/Weiß und Fûchsen/
Von Welschen Kropffen und Gûßeln/
Von Waisen/Nâkten/Klaw und Keln/
Wer mir thut seines Geldes gönnen/
Der thut mich alzeit willig finden.

14

Da

Der Spiegler.



Ich mach das helle Spiegelglâß/
Mit Wey ichs vnderziehen laß/
Und drehe darnach die Hûllen Schein/
Darin die Spiegelglâßer bleibn/
Die Wol ich denn mit Farben frey/
Kewer Spiegel mach ich darbey/
Darin das Angsicht groß erschein/
Daf man sieht eigentlich und sein.

24

Der

Der Seydensticker.



Ich aber kan wol Seyden stickn/
Mit Gold die brüst und Ermet rûckn/
Verseht mit Edlen gestirn/
Auch mach ich gûlden Hauben rein/
Krenn und barband von perlein weiß/
Künstlich Wiedel mit hehem streiß/
Auch Kirchen grebt Mesawant und Alen/
Kan ich wol schmûckn allenthalbten.

15

Da

136.-139. Jost Amman, Ständebuch, Schalcksnarr (oben links); Kürschner (oben rechts); Spiegler (unten links); Seydensticker (unten rechts)

lität und mit ebensolchem Preis. Gelnarr, Fressend Narr und Stocknarr illustrierten mit anderen Worten traditionelle Vorstellungen über falsche Wege, Waren zu konsumieren oder zu verteilen: Konsum aus Geiz heraus oder unterschiedslos und unmäßig sowie Handel ohne besonderes Wissen und Wertschätzung für die Qualität der Waren. Nur die genaue Kenntnis der Herstellung und Vermarktung verband Konsum mit Anstand.

Dieses Wissen kultivierten, so schien das Buch durch detailreiche Holzschnitte von Werkstatteinrichtungen zu behaupten, vor allem die kunstfertigen, spezialisierten und diversifizierten städtischen Handwerker und kenntnisreichen Ladeninhaber (Abb. 137–139). Die Holzschnitte zeigen verschiedene Gewerbe, die man für das äußere Erscheinungsbild brauchte: eisenbearbeitende Betriebe für Metallfäden, Fingerhüte und Nadeln, Nestler, um die Schnüre und Bänder zu fertigen, die Ober- und Unterteil der Kleidung miteinander verbanden, Gürtler. Das Buch schuf seinen eigenen Bildmythos, indem es eine fast ausschließlich männliche Welt darstellte, ungeachtet der Tatsache, dass Frauen in dieser Produktion verschiedene anerkannte Nischen etwa als Barett- und »Unterrock- und Brüstleinmacherrinnen« für die Nürnberger Frauen besetzten sowie im Verkauf beschäftigt waren.⁵⁰ Amman bildete die meisten Handwerker in Pumphosen und geschnittenen Wämsern ab, also in qualitativvoller Kleidung. Gleiches gilt für ihre Kundschaft, nicht zuletzt ordentlich gekleidete Frauen, von einem Bildtyp abgesehen, der stereotyp derbe Bäuerinnen darstellte, die ein Auge auf eine schön gearbeitete Börse oder Schuhe warfen (Abb. 140). Eine bauerliche Gegenkultur, die die bürgerlichen ästhetischen Normen in Frage gestellt hätte, fehlte also. Vielmehr gaben die Nürnberger Handwerker und ihre bürgerlichen Kundinnen und Kunden den Geschmack für die gesamte Gesellschaft vor. Es war eine kontrollierte Welt des zivilisierten Wirtschaftens, kein offener Markthandel mit kleinen Ständen, lokalen Jahrmärkten, Gebrauchtwarenhandel und Krämerei, Dinge, die, wie wir gesehen haben, auch integrale Bestandteile frühmodernen Konsums waren.

Christopher Friedrichs hat die Ansicht vertreten, dass »ein großer Teil des *Ständebuchs* schon 200 Jahre zuvor hätte veröffentlicht werden können«, wenn die Drucktechniken vorhanden gewesen wären. Er verwendet die Bilder als Beleg dafür, dass »die Grundzüge der deutschen Gesellschaftsstruktur zwischen 1300 und 1600 intakt blieben«. Friedrichs räumt ein, dass die Ausbreitung des Kapitalismus, der wachsende Einfluss der Juristen und



natürlich die Reformation manche Aspekte der deutschen Gesellschaftsentwicklung im 15. und 16. Jahrhundert signifikant veränderten. Der allgemeine Rahmen jedoch sei stabil geblieben. In den Augen der meisten Deutschen des Jahres 1600 sei der Aufbau ihrer Gesellschaft fast derselbe gewesen wie für ihre Vorfahren drei Jahrhunderte zuvor.⁵¹

Aber gab es eine einheitliche Selbstwahrnehmung dieser Gesellschaft, nicht zuletzt auch in Bezug auf ihre Geschichte? Was war mit den Frauen, die im Mittelalter in vielen Berufen präsent gewesen waren, in Ammans Buch aber bestenfalls an der Seite eines männlichen Meisters oder als Lieferantinnen von gesponnener Wolle auftauchten, aber nicht einmal als Verkäuferinnen? Wie konnten Frauen eine gewisse Stabilität in ihrer Arbeitsstellung sehen oder auch nur akzeptieren, dass diese Bilder nicht hinreichend widerspiegeln, was sie wirklich taten? Ammans Buch sollte vor allem die hohe Qualität und Diversifizierung der männlichen Nürn-

berger Handwerksproduktion bewerben und die Freuden des Einkaufs in einem solchen städtischen Zentrum. Hier hingen Mieder und Röcke an Bändern unter der Werkstattdecke, während Männer Besätze für sie fertigten oder sie mit Pelz fütterten. Hier gab es die hübschen Taschen in großer Auswahl, spezialisierte Instrumentenbauer, Uhrmacher und daneben einen gutgekleideten »Balbierer«, auf dessen bequemen Sessel sich ein älterer Kunde niederließ, um sich das Haar schneiden zu lassen. Hier arbeiteten der Spiegler und ein Mann, der in beeindruckenden Pumphosen den Landsknechten Waffen verkaufte. Insgesamt war dies also die größte bildliche Darstellung einiger der unzähligen spezialisierten, durch die Nachfrage einer bürgerlicher Konsumentenschicht finanzierten Handwerker und Ladeninhaber, die zu der Zeit in Nürnberg florierten und für das spezifische Milieu und den Wohlstand einer Mittelschicht sorgten. Das Buch sollte den kulturellen und technischen Fortschritt der Stadt nicht zuletzt durch hohe Kleidungsstandards kundtun und visualisieren. Dies hier war die Welt einfallsreicher Handwerkskunst – der Philosoph Petrus Ramus reiste im Jahr 1568 eigens für vier Tage von Paris aus in die Stadt, um diese Handwerkskunst zu sehen, und erklärte dann, dass er gern vier Jahre geblieben wäre.⁵² Das *Ständebuch* assoziierte Ordnung mit hochgeschätztem männlichen Handwerk, mit Kontrolle und Unabhängigkeit als der Basis städtischen Wohlstands, nicht mit den schäbig wirkenden katholischen Geistlichen, deren Bilder am Anfang des Buches zu finden waren. Wir können davon ausgehen, dass es hier nicht um eine Gesellschaft ging, die sich in zweihundert Jahren kaum verändert hatte.

Nürnberger Kleidung

Wie viel wissen wir also über die Kleidungsstücke, die die Nürnberger und Nürnbergerinnen tatsächlich besaßen? Glücklicherweise eine ganze Menge – dank einer bahnbrechenden Monographie zum »textilen Hausrat« im Nürnberg des 17. Jahrhunderts. Es ist die einzige vorliegende Studie dieser Art für eine deutsche Stadt und zeigt deutlich, dass man sich, wenn man etwas über die Bekleidungspraktiken dieser Zeit wissen will,

unbedingt mit den Kleiderordnungen beschäftigen muss – immer in Verbindung mit Sitzungsprotokollen des Stadtrats, Inventaren, Gerichtsakten und Bilddokumenten. Außerdem muss man mit einem genauen Verständnis der Herstellung und Vermarktung sowie einem vielschichtigen Blick auf Stoffe, Schnitte und Accessoires arbeiten.⁵³ Die Kleiderordnungen Nürnbergs seit 1490 machten immer wieder klar, dass Frauen ihren Oberkörper komplett verhüllen sollten. Diese Gleichsetzung von bedeckten Armen, Schultern und Ausschnitten mit Sitte und Anstand blieb, wie wir schon gesehen haben, charakteristisch für die deutsche Kleidung, im Gegensatz zu dem, was italienische, französische, aber auch protestantische englische Frauen tragen durften. Zudem waren die Kleiderordnungen überaus restriktiv, wenn es etwa um die Verwendung von Samt und anderen hochwertigen Seidenstoffen ging – vor allem, was die Alltagsbekleidung betrifft, für die das meiste Material gebraucht wurde. Selbst in den oberen Gesellschaftsschichten waren bis 1618 nur Woll- und Leinengewebe erlaubt, zu denen natürlich auch Wollstoffe von höchster Qualität wie Schamlott und Arlas zählten.⁵⁴

Der Eindruck von »Zierlichkeit« wurde meist durch Besätze und Bordüren wie auch durch Goller hergestellt. Goller waren Kleidungsstücke, die Schultern und Ausschnitt bedeckten wie ein breiter Kragen oder sich wie eine kleine Jacke auch über die Brüste legten. »Brusttücher« waren ebenfalls kleinere Stoffstücke, die über dem Hemd und unter dem Kleid getragen wurden. Außerdem gab es farbige Futter für dunkle Mäntel und ein großes Spektrum von Accessoires wie etwa Gürtel und Riemen, vor allem aber von gerade aufkommenden modischen Kopfbekleidungen. Bei den Besätzen unterschieden die Kleiderordnungen bis ins 17. Jahrhundert hinein zwischen den Oberschichten, die Seidenstoffe jeder Art und Farbe verwenden durften, aber nur bis zu einer festgelegten Breite, und allen anderen Frauen, denen nur schwarze oder dunkelbraune Besätze gestattet waren. Frauen der Mittel- und Unterschicht erschienen vor Gericht, um ihre aufwändigeren und bunteren Borten zu rechtfertigen, von der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts an auch ganze Kleider in lebhafteren Farben. Inventare zeigen, dass zum Beispiel die Frau eines Messerers 1538 eine dunkelbraune, bis zu den Füßen reichende Frauenschaupe mit Wollfutter und Samtbesatz besitzen konnte.⁵⁵

Im 16. Jahrhundert halfen schwarze oder rote Gürtel, die oft aus Samt



141. Ledertasche mit Säumen aus Goldfaden, süddeutsch, Mitte 16. Jahrhundert

genäht waren, oder auch Metallgürtel, das Kleid zusammenzuhalten. Daran hingen an langen Bändern Beuteltaschen, Schlüsselbunde oder Nadelkissen⁵⁶ (Abb. 141). Unter diesen Oberkleidern trugen die Frauen einen Unterrock, der an einem Mieder befestigt war. Oft war er mit einer Schürze kombiniert. Dieser Rock sollte teilweise oder ganz sichtbar sein, und auch hier kamen die Besätze voll zur Geltung: Sie waren viel breiter, hatten die verschiedensten Farben und wurden auf unterschiedliche, oft innovative Art vernäht. Es waren diese überbordenden Ausschmückungen, die den Stadtrat 1557 zu der Forderung veranlassten, dass die Kleidung »in ein bürgerliches Maß gebracht werden soll«.⁵⁷

Frauen fertigten die Mieder (»Brüstlein«), die am Unterrock befestigt wurden und sehr farbenfroh ausfielen. Oft waren sie auf den Besatz am Saum des Unterrockes abgestimmt und kontrastierten so mit dem schwarzen oder braunen Oberkleid, das über diesen Kleidungsstücken getragen wurde, und mit dem weißen Hemd darunter.⁵⁸ Selbst Frauen der niederen Stände trugen als Mieder immer häufiger teurere Woll- und Leinenstoffe, und Frauen der Oberschicht durften alle Seidenstoffe mit Ausnahme von reinem Samt verwenden. 1618 erlaubte eine Kleiderordnung allen außer den Frauen des niedersten Standes, Seidenstoffe zu tragen.⁵⁹ Diese »Brüstlein« gestatteten also einen relativ unreglementierten Umgang mit Mode. So hielten feine Blumenmuster und glänzende Seidenbesätze Einzug in die Garderobe, und man kombinierte geschickt verschiedene Farben. In Bezug auf die Goller zeigten Kleiderordnungen ebenfalls eine überraschend tolerante Haltung. Von 1506 an durften alle Frauen bis in die unterbürgerlichen Schichten hinein Seidenstoffe wie Damast und Atlas tragen. 1529 finden wir also die Frau eines Schleifers, die »ganz legal über ein ›Goller aus Damast, gelb und leibfarben mit einem Verschluss‹ verfügen konnte«.⁶⁰ Schwarzer Samt war hingegen den oberen Ständen ebenso vorbehalten wie Schmuck. Dennoch wurde im Jahr 1577 sogar die Frau eines Barettmachers mit einem samtenen Goller erappt.⁶¹

Und schließlich veränderte sich das Aussehen des Kopfes, wie schon erwähnt, in den ersten Jahrzehnten des Jahrhunderts. Eine neue Mode mit Baretten und goldenen Haarhauben faszinierte viele Frauen. Diese Kopfbedeckungen ersetzten die Schleier, Hauben und Bundhauben oder wurden im Wechsel dazu getragen. Barette und Haarhauben öffneten das Profil und Gesicht der Frau, das jetzt mit weit größerer Wirkung gezeigt wer-

den konnte – auf der Straße, auf individuellen Porträtmedaillen, Statuen und Gemälden. Norditalienische Frauen und ihre Künstler hatten diese Möglichkeiten seit der Mitte des 15. Jahrhunderts mit ihrer Rückkehr zu klassischen Visualisierungen weiblicher Schönheit ausgelotet. Venezianerinnen allerdings wurden von ihrer Regierung 1533 dazu ermahnt, einfache Schleier zu tragen; »sie sollten nicht ›die genannte Art, den Kopf zu bedecken, neuern oder verändern, noch Barette oder Hüte tragen‹.«⁶² 1497 wurde eine Fugger-Tochter in Augsburg von einem Chronisten mit einem beißenden Kommentar bedacht, als sie »in einem Rock und barhäuptig mit aufgebundenen Zöpfen nach adeligen Sitten« zu ihrer Hochzeit ging statt mit Mantel über dem Rock, dem üblichen braunen Schleier und natürlichem Haar.⁶³ Als jedoch Maximilian I. 1518 an einer Tanzveranstaltung der angesehensten Augsburger Familien im Rathaus teilnahm, forderte er alle Frauen auf, ihre ausladenden Hauben und Schleier abzulegen. Barette wirkten bei Frauen überraschend, weil sie meist von Männern getragen wurden und so die Grenzen zwischen den Geschlechtern verwischten. 1522 reichten die Nürnbergerinnen erfolgreich bei Erzherzog Ferdinand I. die Bitte ein, sie gegen die Haltung ihres Stadtrats zu unterstützen, dass sie um der Tradition willen aufwändige altmodische Hauben über hochgebundenem Haar zu tragen hätten.⁶⁴

1522 erschien Johannes Indagines Abhandlung zur Kunst der Physiognomie in Straßburg. Sie folgte auf zwei Abhandlungen zur Hautfarbe aus seiner Feder und wurde binnen eines Jahres ins Deutsche übersetzt.⁶⁵ Wenn physiognomisches Wissen über Stirn, Falten und Kinnform in dieser Zeit eines der »vorverbalen ›Prismen‹ war, »durch die die Menschen einander deuten konnten«, ließen künstliche Haare und Farben natürlich neue Befürchtungen in Bezug auf eine täuschende Maskerade der Frauen aufkommen.⁶⁶ In den 1520ern öffnete sich dann schließlich die Mode der Kopfbedeckungen deutscher Frauen in den städtischen Zentren bei vielen Gelegenheiten dramatisch, und alle Schichten begannen eine große Vielfalt von Baretten aus verschiedenen Stoffen und andere Formen kleiner oder großer »Schlappen« und Haarbänder zu tragen.⁶⁷ Die großen Hauben waren meist weiß und manchmal rot gewesen, Schlappen und Barette zeigten jetzt ein weit größeres Farbspektrum. Dazu kam ein breites Spektrum an Schmuckelementen oder billigeren Verzierungen, wie etwa Federn, die an der Kopfbedeckung angebracht werden konnten.