

# Imitatio oder innovatio?

Eine andere Theorie  
zur (Lebens-)Kunst der Parvenüs

Philipp Zitzlsperger

Der Titel der BMBF-Förderlinie ›Sprache der Objekte‹ fokussiert die Kommunikationskultur mit Objekten, die gesellschaftlichen Gruppen dazu dienen, sich ästhetisch zu verständigen. ›Ästhetisch‹ meint an dieser Stelle nicht Schönheit, sondern Wahrnehmung mit den Sinnen (Sehen, Tasten, Hören, Riechen, Schmecken), denn das altgriechische Wort *aisthesis* heißt ›Empfindung‹, ›sinnliche Wahrnehmung‹. Die Sprache der Objekte, wie sie im Folgenden im Zusammenhang mit den Parvenüs zu untersuchen ist, ist daher zuallererst eine nonverbale Sprache, insbesondere eine visuelle, bisweilen eine taktile (Materialberührung), manchmal auch eine olfaktorische (z.B. Parfüm), selten eine gustatorische (z.B. Essen). Die Sprache der Objekte betrifft folglich ihre ästhetische Wirkung durch symbolische Bedeutung. Die Rahmenhandlung dieserart nonverbaler Kommunikation vermittelt durch ästhetischer Objekte ist häufig der gesellschaftliche Wettbewerb im Alltag, der alle sozialen Schichten betrifft.

Denn kaum jemand wird von sich behaupten können, dass er oder sie sich dieser ästhetischen Kommunikationsform entziehen könnte. Für alle Mitglieder insbesondere der westlichen Wohlstandsgesellschaften sind ästhetische Objekte auch dazu da, zu beeindrucken, indem sich Menschen mit Dingen umgeben und dekorieren, aus denen sich ökonomisches und vor allem symbolisches Kapital schlagen lässt.<sup>1</sup> Diese Dinge sind Vehikel, um Anerkennung zu gewinnen. Das Streben nach Anerkennung geht los im Kindesalter, wenn Eltern für den materiellen Wettbewerb im Klassenzimmer in teure

<sup>1</sup> Pierre Bourdieu, Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital (1983), in: ders., Die verborgenen Mechanismen der Macht (Schriften zu Politik & Kultur 1), hg. von Margareta Steinrück, Hamburg 2015, S. 49–79.

Kleidung, Schulranzen oder Mobiltelefone investieren müssen. Und es endet nicht bei den Nachbar:innen, die sich zum Beispiel mit teuren, schnellen und großen Autos gegenseitig den Rang abzulaufen versuchen. Oder mit anderen Objekten des Begehrens, etwa Kleidung, Gartenmöbel oder Wohnungsausstattung. Der Wettbewerb mit ästhetischen Objekten ist in westlichen Industriegesellschaften weitgehend Normalität und in der Wissenschaft spätestens seit dem *material turn* der 1980er-Jahre in Wirtschafts-, Sozial- oder Kunstgeschichte vielfach erforscht.<sup>2</sup> Für die Parvenüforschung ist dieser alltägliche Wettbewerb der Schlüssel zum Verständnis vielfach unerforschter Karrierestrategien der Schnellaufsteiger:innen, zu deren Eigenheiten zum einen der Einsatz der Objekte (vom Teeservice bis zur Hausfassade) in der Lebensrealität zählt, zu deren Auffälligkeiten zum anderen die Repräsentation solcher Objekte im Bild (z. B. Porträt) gehört.

Viele Untersuchungen zeigen: Der gesellschaftliche Aufstieg der Parvenüs war in der Regel ebenso schnell wie mühsam. Sie waren auf angemessene materielle Ausstattung angewiesen, die den Karriereweg flankierte und den Statusgewinn fundamentierte, wenn er gelang. Bei aller Mühe konnten gerade im 18. Jahrhundert steile Karrieren gelingen, denn eine neue Gesellschaftsdynamik nahm Fahrt auf, die alte Klassengrenzen der Ständegesellschaft aufbrach. Das zeigt nicht zuletzt die Tatsache, dass der Parvenübegriff Anfang des 18. Jahrhunderts zuerst in Frankreich begrifflich wie thematisch das Theater und den Buchmarkt eroberte.<sup>3</sup> Das Phänomen des Parvenüs war ein wichtiges Thema der Aufklärungszeit, die wie keine andere Epoche zuvor vom Gleichheitsdiskurs geprägt wurde, der seine kräftigen Spuren zuerst in der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung von 1776, in der Devise der Französischen Revolution (*Liberté, Égalité, Fraternité*), im ersten Artikel der Menschenrechtsdeklaration 1789 ›Déclaration des droits de l'homme et du citoyen‹ und schließlich in den meisten demokratischen Verfassungen hinterließ.<sup>4</sup> Parvenüs sind in diesem Kontext zu sehen.

Die elitären Kreise wiederum, in welche die Aufsteiger:innen eindringen, empfanden die Klassenmigration als Zumutung und die Parvenüs als Parasiten. So erklärt sich, dass in den Quellen und literarischen Zeugnissen der Begriff des Parvenüs fast durchgehend pejorativ verwendet wird: Schnellaufsteiger:innen erschienen als zwielichtig. Diese Perspektive prägt das Narrativ des Parvenüs bis heute. Freilich gibt es heute Schnellaufsteiger:innen, die wegen ihrer Karriere Bewunderung ernten, jedoch nicht ›Parvenü‹ genannt werden. Es ist an der Zeit, die Perspektive zu wechseln und die negative Konnotation des Parvenübegriffs zu hinterfragen.

Die gesteigerte Dynamik in einer bislang relativ statischen Ordnung gesellschaftlicher Stände eröffnete für Angehörige verschiedener Gesellschaftsschichten neue Chancen, ihr Vermögen zu mehren und/oder ihren Status durch Prestigesteigerung zu verbessern. Aus niederen Schichten strebten Aufsteiger:innen nach oben (vertikaler Aufstieg), oder gesellschaftliche Eliten drangen in Ressorts zum Beispiel der Politik oder Wirtschaft, in denen sie vorher nicht anzutreffen waren (horizontaler Aufstieg). Ein heutiges Beispiel für den horizontalen Aufstieg ist der ehemalige US-Präsident Donald Trump, der vom milliardenschweren Bauunternehmer zum Staatspräsidenten ›aufstieg‹. Sowohl der vertikale als auch der horizontale Aufstieg sind auf Strategien und bewährte Kulturtechniken angewiesen. Dazu zählen Netzwerke, Freundschaften und Seilschaften ebenso wie Investitionen in materielle Ausstattung, Bildung, Sprache, kulturelles Wissen und Erfahrung. Insbesondere die Bildung und

↘ 2 ↘ The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective, hg. von Arjun Appadurai, Cambridge 1986; Material Powers. Cultural Studies, History and the Material Turn, hg. von Tony Bennett und Patrick Joyce, London 2010; Mit Dingen leben. Zur Geschichte der Alltagsgegenstände, hg. von Anke Ortlepp und Christoph Ribbat, Gerlingen 2010; Vom Eigensinn der Dinge. Für eine neue Perspektive auf die Welt des Materiellen, hg. von Hans Peter Hahn, Berlin 2015; Materialität der Geschichte, hg. von Marian Füssel und Rebekka Habermas, in: Historische Anthropologie, 23, 2015, H. 3. Zur Kritik am *material turn* vgl. Martin Knoll, Nil sub sole novum oder neue Bodenhaftung? Der material turn und die Geschichtswissenschaft, in: Neue Politische Literatur, 59, 2014, S. 191–207. ↘ 3 ↘ Vgl. hierzu meinen Text ›Eine kleine (Begriffs-)Geschichte des Parvenüs‹ in diesem Band. ↘ 4 ↘ Otto Dann, Gleichheit und Gleichberechtigung. Das Gleichheitspostulat in der alteuropäischen Tradition und in Deutschland bis zum ausgehenden 19. Jahrhundert, Berlin 1980. ↘ 5 ↘ Zum *sensus*

das kulturelle Wissen standen im PARVENUE-Projekt und stehen im vorliegenden Sammelband im Fokus. Denn die materielle Ausstattung eines Parvenüs war von überragender Bedeutung, wie in den folgenden Aufsätzen zu sehen sein wird. Im oben angesprochenen Wettbewerb der Objekte waren insbesondere soziale Aufsteiger auf die Sprache ihrer Objekte, ihrer Kleidung, ihrer Accessoires, ihres Fuhrparks oder ihrer Kunstsammlung angewiesen. Das war ihr soziales Kapital. Doch für dessen wirksame und angemessene Ausstattung waren Bildung und kulturelles Wissen Voraussetzung. »Geschmacksbildung« ist der zentrale Begriff der Aufklärung, *sensus communis* hieß es in der Vormoderne.<sup>5</sup>

Das ist an sich nichts Neues, denn wir wissen spätestens seit den Untersuchungen des Soziologen Pierre Bourdieu (1930–2002), insbesondere seit seinem Standardwerk »Die feinen Unterschiede« (1979), dass gerade die Ausstattung des eigenen Lebensumfelds von der Bildungskultur bis zur Materiellen Kultur jener Habitus ist, mit dem Individuen oder Familienverbände versuchen, sich in einer konkurrierenden Gesellschaft in Position zu bringen, um Anerkennung zu ernten. Nichts unterscheidet die Klassen deutlicher voneinander, so Bourdieu, als die »Setzung des Primats der Form gegenüber der Funktion, der Modalitäten (und Manieren) gegenüber der Substanz [...]«. Nichts hebt stärker ab, klassifiziert nachdrücklicher, ist distinguiert als das Vermögen, beliebige oder gar »vulgäre« Objekte zu ästhetisieren, als die Fähigkeit, in den gewöhnlichsten Entscheidungen des Alltags – dort, wo es um Küche, Kleidung oder Inneneinrichtung geht – und in vollkommener Umkehrung der populären Einstellung die Prinzipien einer »reinen« Ästhetik spielen zu lassen.«<sup>6</sup> So gesehen bedeutet das für die eingangs angesprochenen Beispiele des nachbarlichen Wettbewerbs, dass das Konkurrieren mit Autos nicht der rein mechanischen Funktion eines Autos dient, von A nach B fahren zu können und dies vielleicht auch noch schnellstmöglich, eben: schneller als der Nachbar. Über diese Ur-Funktion des Autos hinaus ist es sein ästhetischer Überschuss, seine Form, seine Farbe, sein Material, der Sound des Motors oder der Autotüren, wenn sie ins Schloss fallen. Dies sind Faktoren, die über alles funktional Notwendige hinausgehen und die Sinne ansprechen. Sie bezeichnen den ästhetischen Überschuss, der im Wettbewerb um Statusgewinn die Materielle Kultur prägt.

Jenseits der bekannten Tatsache, dass ästhetischer Überschuss den Habitus generiert, mit dem sich Parvenüs für den ersehnten Statusgewinn in Position bringen, blieb bislang unterbelichtet, wie genau sie das im 18. Jahrhundert anstellten. Neue Erkenntnisse versprechen also Detailuntersuchungen zur ästhetischen Ausstattung der Parvenüs und zwar möglichst auf ihrem Weg nach oben, auf dem sie zunehmend Anerkennung erfuhren, ihr soziales Kapital vergrößerten und ihren gesellschaftlichen Status verbesserten. Ebenso interessant sind dann ihre ästhetischen Strategien für den Stuserhalt, wenn der Aufstieg in andere Schichten oder Klassen gelungen ist. Um diese Mechanismen und Strategien zu verstehen, sind zwei Zentralbegriffe als Gegensatzpaar einzuführen: *imitatio* und *innovatio*, Nachahmung und Erneuerung. Denn es muss mit einem Klischee aufgeräumt werden, das den Parvenüs historisch nicht gerecht wird, werden sie doch bis heute als nachahmende Emporkömmlinge, als Nachahmer:innen angesehen. Das gängige Narrativ konstruiert Schnellaufsteiger:innen, denen der Erfolg gelingt, weil sie den Habitus jener Eliten nachahmen (*imitatio*), in deren Kreise er oder sie aufsteigen möchte. Diesen Typus der Anpasser:innen gab es in der Tat. Doch wird übersehen, dass es auch umgekehrt sein konnte, wenn Parvenüs über jede Imitation hinauswachsen, aus der

*communis* vgl. meinen Text (wie Anm. 3) in diesem Band. Zur Geschmacksbildung vgl. den konzisen Überblick bei Johannes Grave, Das Jahrhundert des Geschmacks. Zur Kultur des Sinnlichen im Zeitalter der Aufklärung, in: Wie es uns gefällt. Kostbarkeiten aus der Sammlung Rudolf-August Oetker im Museum Huelsmann, hg. von Monika Bachtler, München 2014, S. 15–29. \ 6 \ Pierre Bourdieu, La distinction. Critique sociale du jugement, Paris 1979, S. 30–31; in der deutschen Übersetzung ders., Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft (frz. Orig.: La distinction. Critique sociale du jugement, Paris 1979), übers. von Berns Schwibs und Achim Russer, Frankfurt am Main 1982, S. 25. Ähnlich in seiner »ästhetischen Ökonomie« vgl. Gernot Böhme, Ästhetischer Kapitalismus, Berlin 2016. In Ergänzung zu Bourdieu schlägt Andreas Reckwitz die analytische Trennung von kulturellem Wert und sozialem Prestigefaktor vor: Andreas Reckwitz, Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin 2017, S. 121.

Anpassung ausbrachen, um einen neuen Habitus in die Gesellschaft zu bringen (*innovatio*). Im vertrauten Narrativ des Nachahmers sind all die Parvenüs aus dem Blickfeld geraten, die ästhetische Innovationen ins Spiel brachten. Sie sind aber für die folgende Theoriebildung zentral.

Zuvor ist noch ein grundsätzlicher Gedanke zu jener Wettbewerbsgesellschaft einzuflechten, in welcher der Parvenü reüssieren muss, um in der hierarchischen Gesellschaft aufsteigen zu können. Die europäische Geschichtsschreibung sieht es als erwiesen an, dass hierarchische Gesellschaften mit der Sesshaftwerdung der Menschen und ihren ersten Stadtgründungen entstanden seien, da sie nun auf Privateigentum (Landbesitz) angewiesen waren. Deshalb gebe es seitdem die Unterschiede von Macht und Unterordnung, Herrschern und Beherrschten oder arm und reich. Das ist ein im wahrsten Sinne aufgeklärter Denkstil, der auf den Thesen in Jean-Jacques Rousseaus ›Abhandlung über den Ursprung und die Grundlagen der Ungleichheit unter den Menschen‹ (1754) gründet.<sup>7</sup> Später kamen evolutionstheoretische Erklärungen hinzu, dass Menschen ebenso wie Tiere in Gruppenverbänden immer in Hierarchien leben, in denen sich die Stärkeren durchsetzen. Gesellschaftliche Hierarchien scheinen also ebenso ein Naturgesetz zu sein wie die ästhetischen Konsumgüter, die zu den ›Stärken‹ der Eliten zählen, mit denen sie ihr symbolisches Kapital anreichern. Doch dies ist eine eurozentristische Perspektive. Für die Parvenüforschung ist es nicht unerheblich, dass sie zu der falschen Grundannahme führt, die Kulturgeschichte des Zivilisationsprozesses kenne ›natürlich‹ nur hierarchische und damit kompetitive Gesellschaften. Mit der Korrektur dieser eurozentristischen Weltsicht haben zumindest David Graeber und David Wengrow in letzter Zeit einiges Aufsehen erregt.<sup>8</sup> Mithilfe der globalen Anthropologie und Archäologie ist ihnen der überzeugende Nachweis gelungen, dass es seit circa 30 000 Jahren Menschheitsgeschichte innerhalb und außerhalb Europas immer wieder egalitäre Gesellschaften gab, die kein Eigentum pfl egten, deshalb nicht im hierarchischen Wettbewerb standen und vor allem das dualistische Prinzip von Distinktion und Anpassung nicht kannten. In der gesamten Menschheitsgeschichte waren sie offensichtlich parallel zu hierarchischen Gesellschaften anzutreffen. Sie waren soziale Experimente mit großem Facettenreichtum. Vor diesem Hintergrund scheinen hierarchische Gesellschaften nicht aus der Natur entstanden, sondern aus der Kultur. Egalitäre ebenso wie hierarchische Gesellschaften sind Ergebnis kultureller Formatierung und der Überformung vermeintlicher Naturgesetze. Diese globale und diachrone Perspektive ist hier insofern angebracht, um deutlich zu machen, dass das Phänomen der Parvenüs vor allem ein europäisches ist, welches nur in ausgesprochen hierarchischen Gesellschaften gedeihen konnte und kann. Vielleicht ist der Parvenü die Vorhut in einem noch Jahrhunderte andauernden, hypothetischen Auflösungsprozess der hierarchischen Klassengesellschaft westlicher Fasson.<sup>9</sup>

Wie oben erläutert, behauptet das klassische Narrativ, der Parvenü müsse sich anpassen (*imitatio*), um diese Klassengrenzen in der hierarchischen Gesellschaft zu überwinden. Nicht umsonst alludiert der Anpassungsbegriff auf das evolutionistische Mantra des *survival of the fittest*, des »Überlebens des am besten Angepassten«,<sup>10</sup> das im hierarchischen Verbund einmal mehr seinen naturgesetzlichen Rückhalt findet. Doch ein Parvenü war und ist grundsätzlich kein Anpasser. Rekurrierend auf die kunsttheoretische Trias der *imitatio* (Nachahmung), *aemulatio* (Wetteifer) und *superatio* (Übertreffen) kann man sagen, ein Parvenü bewegte sich vielmehr zwischen *imitatio* und *innovatio*.<sup>11</sup> In Wahrheit neigte er ausdrücklich zu Unangepasstheit und Innovation, um soziales Kapital schneller anzuhäufen. Gerade das 18. Jahrhundert generierte – neben den Anpasser:innen, die es immer gab – viele Innovator:innen unter den Parvenüs. Die meisten von ihnen werden durch die Geschichtsschreibung bisher vernachlässigt. Doch warum haftet dem Parvenü bis heute der Makel des Imitators an?

7 \ David Graeber und David Wengrow, Anfänge. Eine neue Geschichte der Menschheit (engl. Orig.: The Dawn of Everything. A New History of Humanity), Stuttgart 2022, S. 14–34. 8 \ Ebd. 9 \ Klassentheorie. Vom Making und Remaking, hg. von Mario Candeias, Hamburg 2021. 10 \ Zum Problem der darwinistischen Kulturtheorie auf Grundlage des *survival of the fittest*, die darüber hinaus Darwins Evolutionstheorie nur reduziert wiedergibt, vgl. Philipp Zitzlsperger, Das Design-Dilemma zwischen Kunst und Problemlösung, Berlin 2021, S. 275–286. 11 \ Zur Trias von *imitatio*, *aemulatio* und *superatio* vgl. Götz Pochat, Imitatio und Superatio in der bilden-

Das hat zwei Ursachen: Der Parvenüebegriff ist wie gesagt pejorativ. Seit seiner Einführung um 1700 bis heute werden Parvenüs geringgeschätzt und mit Parasiten, Schmarotzern, Eindringlingen und Fremden assoziiert. Auf die Begriffsgeschichte und die negative Begriffsbedeutung geht dieser Band im Text ›Eine kleine (Begriffs-)Geschichte des Parvenüs‹ ein. Man übersieht in der pejorativen Begriffsverwirrung, dass Parvenüs nicht nur Nachahmer, sondern vielmehr Innovationstreiber waren, die etablierten Eliten durchaus Konkurrenz bereiten und schwer zusetzen konnten, was die Unbeliebtheit der Parvenüs mitbegründet. Und damit kommen wir zum zweiten Punkt: Das Denkschema westlicher Gesellschaften ist bis heute von einem ungeheuer erfolgreichen Theoriemodell geprägt, das den Parvenü abermals in einem schlechten Licht erscheinen lässt und das generell als Erklärung dafür herhält, wie innovative Veränderungen in die Gesellschaft Einzug halten. Es geht um Georg Simmels einflussreiche Theorie des Modezyklus.

In seiner ›Philosophie der Mode‹ (1905) beschreibt der Soziologe, dass der Modezyklus in der obersten Gesellschaftsschicht beginnt.<sup>12</sup> Der Königshof etwa legt sich eine neue Mode zu, um sich von unteren Schichten durch den ästhetischen Unterschied zu distanzieren. Die Distinktion des Hofes aber fordert die anderen zur Nachahmung heraus, die den Anschluss nicht verlieren und ihren Status erhalten wollen. Das ursprüngliche Alleinstellungsmerkmal der neuen Mode wandelt sich mit der Zeit durch den Anpassungsdruck von unten zur ästhetischen Normalität, die den Hof schließlich zu einer erneuten Distinktionsmaßnahme veranlasst. Simmels Gesellschaftsanalyse fokussiert zwar die Kleidermode, kann aber auf alle Moden, auf jede ästhetische Neuerung bezogen werden, die den Motor des Modezyklus anwirft, indem sie Distinktion generiert und mit der Zeit durch die Anpassung von unten bedroht wird. Auch in der bildenden und angewandten Kunst wie der Architektur gab und gibt es Moden, die mit einem Alleinstellungsmerkmal beginnen und schließlich ihren Modestatus verlieren, da sie in der Normalität enden. Dass Simmels Zyklusmodell, das in Zeiten der Monarchie entstanden war, ›von oben‹ ausgeht (*top down*), ist ebenso verständlich, wie es vielfach kritisiert wurde.<sup>13</sup> Längst ist bekannt, dass es auch Modezyklen gibt, die ›unten‹ begannen (*bottom up*), wie beispielsweise die sogenannte Schlitzmode in der Renaissance oder die Punkmode in den 1970er-Jahren. Entscheidend aber ist, dass sich Simmels eindimensionale Theorie im kollektiven Gedächtnis als prägendes Narrativ festgesetzt hat. Trotz aller Feindifferenzierungen und Korrekturen der letzten 100 Jahre bleibt es beim Klischee des *Top-down*-Prinzips, das der vermeintlichen ›Natürlichkeit‹ des hierarchischen Gesellschaftsprinzips weiter Nahrung gibt. Die negative Konnotation des Parvenüebegriffs ist dafür der beste Beleg.

Der Dualismus von Distinktion und Anpassung ist das Denkmodell, in dem der Parvenü als vermeintlicher Parasit die stereotype Rolle des Nachahmers einnimmt. Es ist das Klischee vom Emporkömmling, der seine gesellschaftliche Zielgruppe imitiert, um in ihr Fuß fassen zu können. Doch mit diesem unterkomplexen Geschichtsbild wird man den historischen Leistungen der Parvenüs nicht gerecht. Ein Umdenken ist notwendig, um die historische Bedeutung der Schnellaufsteiger:innen erfassen zu können. Denn immer mehr Beispiele zeigen, dass Parvenüs nicht durch Anpassung, sondern vor allem durch subtile Distinktion aufstiegen. Gerade, weil sie sich oft raffiniert im Milieu der höheren Gesellschaft bewegten und gerade wenn sie deren Sitten und Bräuche beherrschten, konnten sie sich von ihr absetzen. Die anfängliche Anpassung war die Voraussetzung für die eigentliche Leistung neuer Akzentsetzungen: Der Parvenü wuchs über das Niveau des Establishments hinaus, weshalb ihn die Eliten verachteten und zum vermeintlichen Nachahmer verharmlosten, ja herabwürdigten.

den Kunst, in: *Imitatio. Von der Produktivität künstlerischer Anspielungen und Mißverständnisse*, hg. von Paul Naredi-Rainer, Berlin 2001, S. 11–47; Jan-Dirk Müller und Ulrich Pfisterer, *Der allgegenwärtige Wettstreit in den Künsten der Frühen Neuzeit, in: Aemulatio. Kulturen des Wettstreits in Text und Bild (1450–1620)*, hg. von Jan-Dirk Müller u.a., Berlin 2011, S. 1–32. \ 12 \ Georg Simmel, *Philosophie der Mode*, in: *Moderne Zeitfragen*, 11, 1905, S. 5–41. \ 13 \ Thomas Schnierer, *Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von ›in‹ und ›out‹*, Opladen 1995; Barbara Vinken, *Angezogen. Das Geheimnis der Mode*, Stuttgart 2013.

Dem Parvenü als Lebenskünstler ist aber ganz im Gegenteil das Prädikat des Neugestalters, des Innovators oder Erfinders zu attestieren. Denn kulturelle Veränderungen verliefen – wie gesagt – nicht nur *top down*, sondern auch *bottom up*. Das bezeugen viele Biografien, die dazu Anlass geben, Simmels Modemodell vom Kopf auf die Füße zu stellen. Das bedeutet, dass Parvenüs, die ihren sozialen Aufstieg noch vor sich haben, den Zyklus erst richtig antreiben. Die Kunst des Parvenüs besteht darin, beides zu beherrschen, sich ebenso anzupassen (*imitatio*), wie er Eigenheiten ausbilden muss (*aemulatio*), die den Mainstream übertreffen und in der Ökonomie der Aufmerksamkeit Profit generieren (*superatio*). Wer den sozialen Aufstieg versucht, muss die Anpassung ebenso beherrschen, wie er sie durch die richtige Dosierung der Distinktion zu überbieten hat. Der Drahtseilakt zwischen Unter- und Übertreibung war wegen des Fehlens hergebrachter und legitimer Vorbilder ständig vom Scheitern bedroht.

Zur Nachahmung zählte insbesondere die gehobene (Geschmacks-)Bildung. Jeder gesellschaftliche Aufstieg bedurfte der Beherrschung des Dekorums und der gepflegten Urteilskraft, die in der Konversation profund zu begründen war. Hinzu kam das *self-fashioning* der Parvenüs, die Ausstattung ihres Lebensumfelds, die Kleidung, Körperpflege oder ihr Hausrat. Wer das entsprechende Niveau erreicht hatte, dem öffneten sich Möglichkeitsräume für Abweichungen von der Norm. Dann konnten Parvenüs die Devianz wagen und durch Distinktion zusätzliche Aufmerksamkeit auf sich lenken, die wiederum den Aufstieg beschleunigte. Und hier kam die Sprache der Objekte ins Spiel, die Teil der Innovationsmaßnahmen waren. Der vorliegende Band liefert zahlreiche Beispiele von Parvenüs, die auf *innovatio* statt *imitatio* setzten, deren Strategien des *self-fashioning* auf Distinktion und nicht auf Anpassung ausgerichtet waren: Künstlerinnen schufen neue Kunst, Seidenfabrikanten ersannen neue Stoffe und Muster, politische Eliten fanden neue Repräsentationsstrategien. Gemeinsam war ihnen allen die glückliche Hand der Innovation, einer innovativen Sprache der Objekte. Künstlerinnen wie Rosalba Carriera glückte der Aufstieg in die patriarchale Kunstwelt durch die Einführung eines neuen Malstils, innovativer Kunsttechniken oder neuer Bildtypen. Seidenfabrikanten, wie die von der Leyens in Krefeld, überzeugten den Textilmarkt durch neue Stoffe und Muster. Ihr kaufmännisches Geschick verlieh dem Innovationspotenzial Flügel. Großes kaufmännisches Geschick eignete auch der Familie Scheibler in Monschau, die ihren Aufstiegserfolg mit einer aufsehenerregenden ›Print-room-Tapetex‹ in ihrem Herrenzimmer flankierte. Und manch soziopolitische Aufsteiger:innen wie Heinrich Carl von Schimmelfmann versuchten es zuerst mit vorsichtiger *imitatio*, um sich erst später hinauszuwagen auf das nicht ungefährliche Terrain der *innovatio* seiner Fassadenarchitekturen. Sie waren alle Parvenüs mit großem Innovationspotenzial, das in der (Kunst-)Geschichte seine bleibenden Spuren hinterließ.

Dennoch ist die allgemeine Geringschätzung des Parvenüs seit der Aufklärungszeit Programm. Dabei wird leicht vergessen, dass allein in den vergangenen 100 Jahren Schnellaufsteiger wie Ford, Rockefeller und Vanderbilt in den USA oder Albrecht, Grundig und Würth in Deutschland für wirtschaftlichen oder technischen Fortschritt stehen. Allesamt sind sie Parvenüs mit dem Unterschied, dass sie so nicht bezeichnet werden, da sie als Vorbilder meritokratischer Gesellschaftsideale fungieren. Ihr Erfolg, so das Narrativ, ist mühsam erarbeitet. Vom Tellerwäscher zum Millionär stiegen sie auf, weil sie erfindungsreich, raffiniert, klug und rastlos an ihrer Karriere arbeiteten, mit zielsicherem Gespür die Bedürfnisse der westlichen Industriegesellschaft erkannten und mit umwerfenden Erfindungen befriedigten. So gesehen ist dem Parvenü in Geschichte und Gegenwart zu attestieren, dass er beides sein konnte: Parasit, Schmarotzer und Imitator oder aber (Lebens-)Künstler, Erfinder und Innovator.

## Literatur

Gernot Böhme, Ästhetischer Kapitalismus, Berlin 2016

Pierre Bourdieu, La distinction. Critique sociale du jugement, Paris 1979

Pierre Bourdieu, Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft (frz. Orig.: La distinction. Critique sociale du jugement, Paris 1979), übers. von Berns Schwibs und Achim Russer, Frankfurt am Main 1982

Otto Dann, Gleichheit und Gleichberechtigung. Das Gleichheitspostulat in der alteuropäischen Tradition und in Deutschland bis zum ausgehenden 19. Jahrhundert, Berlin 1980

David Graeber und David Wengrow, Anfänge. Eine neue Geschichte der Menschheit (engl. Orig.: The Dawn of Everything. A New History of Humanity), Stuttgart 2022

Johannes Grave, Das Jahrhundert des Geschmacks. Zur Kultur des Sinnlichen im Zeitalter der Aufklärung, in: Wie es uns gefällt. Kostbarkeiten aus der Sammlung Rudolf-August Oetker im Museum Huelmann, hg. von Monika Bachtler, München 2014, S. 15–29

Klassentheorie. Vom Making und Remaking, hg. von Mario Candeias, Hamburg 2021

Martin Knoll, Nil sub sole novum oder neue Bodenhaftung? Der material turn und die Geschichtswissenschaft, in: Neue Politische Literatur, 59, 2014, S. 191–207

Materialität der Geschichte, hg. von Marian Füssel und Rebekka Habermas, in: Historische Anthropologie, 23, 2015, H. 3

Material Powers. Cultural Studies, History and the Material Turn, hg. von Tony Bennett und Patrick Joyce, London 2010

Mit Dingen leben. Zur Geschichte der Alltagsgegenstände, hg. von Anke Ortlepp und Christoph Ribbat, Gerlingen 2010

Jan-Dirk Müller und Ulrich Pfisterer, Der allgegenwärtige Wettstreit in den Künsten der Frühen Neuzeit, in: Aemulatio. Kulturen des Wettstreits in Text und Bild (1450–1620), hg. von Jan-Dirk Müller u. a., Berlin 2011, S. 1–32

Pierre Bourdieu: Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital (1983), in: ders., Die verborgenen Mechanismen der Macht (Schriften zu Politik & Kultur 1), hg. von Margareta Steinrück, Hamburg 2015, S. 49–79

Götz Pochat, Imitatio und Superatio in der bildenden Kunst, in: Imitatio. Von der Produktivität künstlerischer Anspielungen und Mißverständnisse, hg. von Paul Naredi-Rainer, Berlin 2001, S. 11–47

Andreas Reckwitz, Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin 2017

Thomas Schnierer, Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von ›in‹ und ›out‹, Opladen 1995

Georg Simmel, Philosophie der Mode, in: Moderne Zeitfragen, 11, 1905, S. 5–41

The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective, hg. von Arjun Appadurai, Cambridge 1986

Barbara Vinken, Angezogen. Das Geheimnis der Mode, Stuttgart 2013

Vom Eigensinn der Dinge. Für eine neue Perspektive auf die Welt des Materiellen, hg. von Hans Peter Hahn, Berlin 2015

Philipp Zitzlsperger, Das Design-Dilemma zwischen Kunst und Problemlösung, Berlin 2021