

statieren, wäre vielleicht nicht so wichtig, wenn nicht auch das Kunstfortiment seinen Anteil am sogenannten großen Kunsthandel hätte. Gibt es ja doch eine Menge hochangesehener Firmen, bei denen sich beides, Sortiment und Handel mit hoher Kunst, in schönster Harmonie vereint, und so konnte es nicht ausbleiben, daß diese beiden immer mehr und mehr verschwägerten Geschäfte gemeinschaftlich verantwortlich gemacht werden, für die das Ansehen des Kunsthandels als Kollektivbegriff schwer schädigenden Vorwürfe. Daß diese alle Ursache haben, dem kunstliebenden Publikum gegenüber rein und makellos und unbedingt zuverlässig dazustehen, ist selbstverständlich, und es sollte eigentlich kaum der dringenden Mahnung bedürfen, gerade unter der Einwirkung der in der letzten Zeit verbreiteten unerfreulichen Nachrichten doppelte Vorsicht walten zu lassen und doppelt danach zu streben, daß das Prestige gewahrt bleibt. Daß die Schmarozer im Kunsthandel und die Charlatane, die ihr durch die Lotterie oder durch Erbschaft erworbenes Geld nun durch den Handel mit Gemälden in möglichst kurzer Zeit verzehnfachen wollen, sich zu den dümmsten und ungeschicktesten Maßnahmen hinreißen lassen, die selbst dem simpelsten kaufmännischen Verstande widersprechen, sollte den wirklich vornehmen Kunsthändler, der stolz ist auf seinen Beruf, nicht irre machen. Es sollte ihn vielmehr doppelt bestärken in dem festen Willen, das Ansehen des Kunsthandels, eines der bevorzugten kaufmännischen Geschäfte zu sein, zu fördern. Wenn ein sogenannter Kunsthändler hergeht und, wie es in einer Verhandlung vor der Kölner Strafkammer zutage trat, sich nach einem Bilde von Bantier, eine schlechte Kopie anfertigen läßt, die man mit einigen hundert Mark hoch einschätzt, und diese als Originalgemälde für 10 000 Mark anbietet, so kann man wohl derartige Fälle, in denen eine unglaubliche Raubtät mit einer noch größeren Portion Dummheit wetteifert, zu den allergrößten Seltenheiten rechnen. Aber das Publikum, das eben doch alles glaubt, was in der Zeitung steht, und wenn es das widersinnigste Geschwätz ist, bleibt natürlich gerade an solchen Dingen hängen und ist zu leicht geneigt, den Einzelfall zu verallgemeinern. Wenn über die Tätigkeit einiger Koryphäen des internationalen Gemäldehandels heute nicht mehr die beste Meinung herrscht, wenn es längst zum offenen Geheimnis geworden ist, daß sie unter der gütigen Mitwirkung anderer Faktoren nicht nur die Hausse und Baisse des Kunstgeschäfts bestimmen, sondern auch von nicht unwesentlichem Einfluß auf die moderne Kunstgeschichte sind, so sollten diese Sonderfälle den allgemeinen Kunst- und Bilderhandel nicht vom geraden Wege abbringen. Das Kunstgeschäft wird im wesentlichen und wohl noch immer mit dem besten und sichersten Erfolg auf die guten und soliden Grundsätze eines ehrbaren Kaufmannes aufzubauen sein. Diese gute Meinung dem Publikum zu erhalten, wird die Aufgabe jedes Einzelnen wie der Gesamtheit, nicht zuletzt aber der korporativen Vertretung in Gestalt der Deutschen Kunsthändler-Gilde sein.

Wie das hohe Kunstgeschäft seine Schädlinge hat, über die man Bücher schreiben könnte, so wird auch das Kunstfortiment, der Reproduktionshandel, nie ganz frei werden von den Widersachern, die entweder in den eigenen Reihen oder in denen zweifelhafter Verleger zu suchen sind. Vor mir liegt der Brief einer Berliner Firma, der als ein Musterbeispiel dafür, wie das Publikum gesoppt wird, vielleicht einzig dastehen dürfte. Zunächst kommt der Dank für die Beteiligung an dem Preisausschreiben! Und dann wird in einer Weise, die dem Verfasser jedenfalls das Zeugnis eines großen Meisters der Reklame ausstellt, der geehrte Empfänger so mit Redensarten be-trunken gemacht, daß er zuguterletzt doch noch hereinfällt und zu dem angeblich gewonnenen Bilde ein gleich schlechtes Gegenstück bestellt, nicht ohne das erhebende Gefühl, daß die Firma, wie sie betont, aus lauter

lieber Menschenfreundlichkeit die Güte hat, es ihm zu überlassen. Was der Prospekt, der nach seinem ganzen Äußeren den Stempel des Vorsintflutlichen, nach seiner Anlage das Kriterium der reklame- und schwindelhaften Anpreisung und Täuschung trägt, sonst noch alles an geschickten Redewendungen enthält, mit denen das Volk geködert werden soll, hier zu zitieren, ist unmöglich. Es ist wohl anzunehmen, daß den Verlegern und auch dem Kunstfortiment die Firma und ihre Praktiken bekannt sind, und daß man sich gegen die unerhörten Vorspiegelungen zu schützen suchen wird. Gerade die Weihnachtszeit fördert immer wieder so schöne Sachen zutage, wo von geschäftseifrigen Leuten unter dem Deckmantel, die Kunst unter das Volk zu bringen und eine hohe, edle Mission zu erfüllen, in Preisausschreiben und Rätselfeln die unglaublichsten Dinge in Gestalt von echten Gravuren gratis versprochen werden und dem regulären Kunstgeschäft ein kaum abzusehender Schaden zugefügt wird. Die Unwissenheit im Publikum und die Leichtgläubigkeit sind leider noch immer zu groß, und die Zahl derer, die nicht alle werden auch, und so muß betrüblicherweise angenommen werden, daß diese Firmen immer wieder mit großem Erfolg an die Beschränktheit ihrer Zeitgenossen appellieren. Hiergegen durch eine intensive Aufklärungsarbeit zu arbeiten, wird die Pflicht jedes Kunsthändlers sein, der mit einem großen Aufwand von geistigen und materiellen Kräften um sein Dasein kämpft. Wichtig aber ist es natürlich, daß man sich nicht nur darüber ärgert und schimpfend die corpora delicti beiseite legt, in dem beruhigenden Bewußtsein, daß andere das tun sollen, was man selbst zu tun hätte. Der Kunsthandel ist jetzt genügend organisiert, die Verleger sowohl wie die Sortimenter, um nicht mehr einzeln und erfolglos, sondern in geschlossener Phalanx gegen seine Feinde zu kämpfen. Es bedarf also nur der Mitarbeit und des Interesses jedes Einzelnen an den Organisationen. Denn nur dann können diese das halten und durchführen, was sie verheißungsvoll versprechen, und was man von ihnen erwartet.

Als eine immerhin nicht ungewöhnliche Neuigkeit geht just, während dieser Aufsatz geschrieben wird, die Notiz durch die Presse, daß die Berliner Sezession voraussichtlich im nächsten Jahre den Kunsthändler Paul Cassirer zum Präsidenten wählen wird*). Diese Meldung hat immerhin einen originellen Beigeschmack. Es ist für den Geschäftsmann sehr wichtig, sich in Szene zu setzen, und besonders für einen Kunsthändler, der im Leben der Reichshauptstadt eine so wichtige Rolle spielt. Wenn auch nicht ganz unwahrscheinlich, so vermag man doch in den weitesten Kreisen noch nicht daran zu glauben, daß eine Künstlergruppe, die doch wahrlich weit über den lokalen Rahmen hinaus von großer Bedeutung für die ganze Kunst des 20. Jahrhunderts geworden ist, sich von einem Nichtkünstler präsidieren lassen wird. Für Cassirer wäre diese Ehrung, denn eine solche bliebe es auf jeden Fall, etwa das, was mutatis mutandis für Gerhart Hauptmann der Nobelpreis bedeutet! Die Krönung seiner ungeheuren Betriebsamkeit, die man immerhin anerkennen muß. Es wäre diese Präsidentschaft ohne Zweifel ein Vertrauensvotum für den ganzen deutschen Kunsthandel, und wenn es dem Einzelnen auch überlassen bleibt, dabei zu denken, was er will, der Gesamtheit gegenüber, die wir Publikum nennen, wird diese Ernennung das Vertrauen zu unserem Stande stärken müssen. Sehr niedlich war es aber anzusehen, resp. zu lesen, wie einer der bekanntesten Berliner Kritiker angesichts dieser Meldung sich mit dem eisernen Mantel der Objektivität zu umhüllen suchte und an derselben Stelle, wo er gmal laut und vernehmlich die ungeheure Wichtigkeit des Kunsthändlers

*) Inzwischen geschehen und zur vollendeten Tatsache geworden.
D. Verf.