



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Für Mitglieder des Börsenvereins ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen, weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch kosten je 30 Mark jährlich frei Geschäftsstelle oder 36 Mark bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 30 Mark bez. 36 Mark jährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzhand, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Petitzeilen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für $\frac{1}{2}$ S. 32 M., statt 36 M., für $\frac{1}{4}$ S. 17 M., statt 18 M. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzeile oder deren Raum 15 Pf., $\frac{1}{2}$ S. 13.50 M., $\frac{1}{4}$ S. 26 M., $\frac{1}{8}$ S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 46.

Leipzig, Mittwoch den 25. Februar 1914.

81. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Kunst und Kunsthandel.

I.

Der Kunsthandel einst und jetzt. — Kunstverlag und Kunstsortiment. — Von der Organisation der Künstler. — Ein neuer Kunstsalon. — Kunst und Staatsanwalt. — Die Zukunft der deutschen Kunst und die Museumsleiter. — Vom glänzenden Kunsthandel.

So oft man sich anschickt, über den deutschen Kunsthandel Betrachtungen anzustellen, wird man konstatieren müssen, daß er sich innerhalb der letzten zehn Jahre gar merklich verändert hat. Im Prinzip ist selbstverständlich alles noch beim alten, und es dreht sich auch heute noch immer in der Hauptsache um Kauf und Verkauf und die mitschwingenden Imponderabilien, die sich von der möglichst günstig eingekauften Kabinettgravüre bis zum glänzend und raffiniert eingeleiteten großen Geschäfte erstrecken, das nicht alle Tage vorkommt und das gewissermaßen als Fest gefeiert wird. Und dennoch, man braucht nur einmal mit einem mitten in der Praxis stehenden Kunsthändler zu reden, der ein paar Jahrzehnte geschäftlichen Lebens an sich hat vorüberziehen lassen, dann erfährt man immer wieder, wie in der Tat der Kunsthandel heute ein wesentlich anderes Gesicht hat, als ehemals. Den Hauptanteil hieran hat vor allem das, was verkauft wird. Das Publikum ist dasselbe geblieben, aber es hat einen anderen Geschmack, und wo ehemals süßliche, kitschige Gravüren von Vefler, Köhler und Konsorten mit Wärme gekauft wurden, wo die, ach so schönen und gemütsriefenden Trompeterbilder von Schweninger Brotartikel waren und die Salons der Bourgeois zierten oder verunzierten, da traten später, nachdem die riesige Werbearbeit für die moderne Kunst eingesetzt hatte, Steinzeichnungen und gute Originalgraphik an ihre Stelle. Nachdem auch diese wieder einmal eine Weile lang in den Hintergrund gedrängt sind, feiert der technisch auf ein Höchstmaß der Vollendung angelangte farbige Druck seine Triumphe. Wie man aus verschiedenen Berichten entnehmen kann, scheint die mächtig heranflutende amerikanische Gefahr, die darin bestand, daß die amerikanischen Produkte auch den Markt des Kunsthandels zu überschwemmen drohten, im Abebben begriffen zu sein. Wohl kommen auch heute noch von drüben die süßen american girls mit ihren Liebhabern, die urkomischen Salon- und Sportszenen, die Kinderbilder, die durch unglaubliche Situationskomik belustigen, aber wo man noch vor zwei, drei Jahren die Schaufenster vollgepfästert fand mit den Erzeugnissen dieser Asterkunst, macht sich heute wenigstens mehr als bisher die deutsche Kunst wieder geltend. Der Konsum und das Interesse für die ausländische leichte Ware haben, sagen wir gottlob, nachgelassen, und es steht zu hoffen, daß die Deutschen sich wieder etwas mehr auf ihre deutschen Künstler besinnen. Gerade die Inventur, die jetzt ja in vielen Geschäften abgeschlossen wird oder noch im Gange ist, wird wieder gelehrt haben, wieviel fremdländische Kunst man am Lager hat. Und wenn es natürlich auch unsinnig wäre, die Bevorzugung der deutschen Kunst zum Chauvinismus ausarten zu lassen, so kann doch noch sehr viel in der angedeuteten Richtung getan werden. Der wirkliche gute Kunsthändler, der Herz und Verstand auf dem rechten Fleck hat, kann ungemein dazu beitragen, dem Publikum das zu verkaufen, was er für gut hält.

Abgesehen von kleinen Schmerzen, wie sie jedem Beruf anhaften, hat der Kunsthandel die Jahreswende 1913/14 recht hoffnungs-

voll überschritten. Ist doch nunmehr der Zusammenschluß der beiden korporativen Vertretungen von Verlag und Sortiment, der Vereinigung der Kunstverleger und der Deutschen Kunsthändler-Gilde, erreicht worden. Wo früher skeptische Zurückhaltung herrschte, ist heute schon viel mehr Zuversicht zur großen gemeinschaftlichen Sache, und gerade das geschlossene Vorgehen der beiden Korporationen hat zu Resultaten geführt, über die sich die Gesamtheit herzlich freuen darf. In den nächsten Wochen und Monaten dürfte sich alles das, was in monatelanger Vorarbeit getan wurde, zur Vollendung ausreifen, und so steht zu hoffen, daß über alle Zweifel und Anfechtungen hinweg die Organisation des deutschen Kunsthandels sich doch noch zu der Machtstellung durchringen wird, die ihr gebührt. Besonders in der letzten Hauptversammlung der Vereinigung der Kunstverleger im November vorigen Jahres ist das Zusammengehen der Verleger mit den Sortimentern als unbedingte Notwendigkeit erkannt und als erste positive Leistung in diesem Sinne die Schaffung einer gemeinsamen Verkaufsordnung beschlossen worden. Wohl möchte man heute, nachdem der Gedanke einmal ausgesprochen ist, sagen, daß das etwas durchaus Selbstverständliches sei, aber wie so oft, hat das, was im Zeitenschoße schlummerte, lange gebraucht, um zum Leben erweckt zu werden. Heute freilich spricht man vom Ei des Kolumbus und macht dem glücklichen Pflücker, dem 2. Vorsitzenden der Vereinigung der Kunstverleger, Herrn Ernst Schulze in Firma Stiefbold & Co., sein Kompliment.

Wie sehr die wirtschaftliche Vereinigung der Künstler um sich greift, geht aus zahlreichen Notizen der Tagespresse hervor. Seit meinem letzten Bericht haben sich auch die württembergischen Künstler organisiert und, wie nicht anders zu erwarten, in ihrer Gründungsversammlung gerade das Verhältnis zum Kunstverleger zum Hauptgegenstand ihrer künftigen Tätigkeit gemacht. Obwohl ich den Bestrebungen der Künstlerschaft immer mit warmer Anteilnahme gegenübergestanden und sie gefördert habe, wo es anging, scheinen doch die Befürchtungen vor Übergriffen, die aus einer bölligen Verkennung der Sachlage resultieren, sich schneller zu erfüllen, als man gedacht hat. Wie grundverkehrt allein die Ansicht ist, daß die Verleger froh sein müßten, wenn sie Bilder zur Reproduktion erhielten, ist schon oft ausgedrückt worden, und doch spukt diese Meinung immer wieder in den Köpfen sonst ganz klar und vernünftig denkender Leute. Im Gegensatz hierzu zeigt sich jedoch schon, daß man oft das Böse schafft, wo man das Gute will. Denn öfter als je hört man, wie einzelne Künstler unter dem Druck ihrer Organisation zu leiden haben. Nur allzu oft gehen die Bestrebungen der Künstler von ganz einseitigem Standpunkt aus, die den einzelnen, insonderheit aber denen, die nicht auf den Höhen der Menschheit wandeln, eher von Nachteil als von Nutzen sind. Leider scheint (wenigstens hier in Stuttgart) die Künstlerschaft nicht die Absicht zu einer Verständigung mit dem Kunsthandel zu haben. »Die Verleger und Kunsthändler sind die Ausfauger, sind die, die an uns reich werden«, scheint der Grundgedanke zu sein, von dem sich die Künstler leiten lassen, und nur hier und da hört man, freilich meist schüchtern und ohne viel Nachdruck, besonders bei den jüngeren Künstlern, einen leisen Protest gegen diese Anschauungen. Sie wissen, daß das veröffentlichte Bild und der schön geschriebene Artikel dazu für den Künstler eine