

**Christel H. Force (Hg.): Pioneers of the Global Art Market. Paris-Based Dealer Networks, 1850-1950, London u.a., Bloomsbury Visual Arts, 2020, ISBN 978-1-5013-4276-9, 288 Seiten, 90,00 GBP (Hardback).**

Gitta Ho 

Ein mit Gepäck beladener, von Flugzeug, Eisenbahn und Überseeschiff als Symbolen moderner Mobilität umgebener Mann im Anzug: Der erste Blick, den der Leser auf das Cover der Publikation *Pioneers of the Global Art Market. Paris-Based Dealer Networks, 1850-1950* wirft, fällt auf einen Geschäftsreisenden. Auf der Illustration des Buchumschlags

ist der französische Kunsthändler Etienne Bignou zu sehen, der seine Geschäfte von seiner Pariser Galerie aus mit der ganzen Welt betrieb und damit Teil jener Netzwerke war, denen sich der von Christel H. Force herausgegebene Aufsatzband widmet.<sup>1</sup>

**Lokaler Erfolg, basierend auf globalem Handel**

Im Fokus des Buches stehen die weitverzweigten, im späten 19. sowie im frühen 20. Jahrhundert in der französischen Hauptstadt entstandenen Kunsthändlerkreise, die ihre Aktivität gezielt auf eine Expansion ins Ausland ausrichteten. Die insgesamt 14 Aufsätze, die durch eine Einleitung der Herausgeberin und eine Schlussbemerkung von Véronique Chagnon-Burke ergänzt werden, sind durch die Beiträge der 2016 in London abgehaltenen Konferenz *Creating Markets* inspiriert. Publiziert wurde der Band im Rahmen der bei Bloomsbury erscheinenden, von Kathryn Brown herausgegebenen Reihe *Contextualizing Art Markets*.

Paris als Ausgangspunkt der Untersuchung zu wählen, bietet sich bei der in den Blick gerückten Zeitspanne 1850-1950 bestens an. Die französische Metropole war zur damaligen Zeit nicht nur Hauptstadt der europäischen Kunst, sondern auch aufstrebendes Zentrum des Kunsthandels, in dem neu entstandene Galerien eine immer wichtigere Rolle spielten. Dass bei diesem Aufschwung die



CONTEXTUALIZING ART MARKETS

**Pioneers of the Global Art Market**

Paris-Based Dealer Networks, 1850–1950

Edited by CHRISTEL H. FORCE

BLOOMSBURY

<sup>1</sup> Karikatur Etienne Bignous von César Abin aus dessen Buch *Leurs Figures. 56 portraits d'artistes, critiques et marchands d'aujourd'hui*, Paris 1932.

untereinander abgestimmten Geschäfte Pariser Galerien mit dem Ausland (und hier insbesondere den finanzstarken USA) von entscheidender Bedeutung waren, ist die These, die der Aufsatzband aufstellt.

## Wohlbekannte Pioniere

Dass bei einer derartigen Thematik Fallstudien zu bekannten Pariser Kunsthändlern nicht fehlen dürfen, ist offensichtlich. Jennifer A. Thompson widmet sich den innovativen internationalen Geschäften von Paul Durand-Ruel. Nach ersten, wenig erfolgreichen Filialgründungen in Brüssel, London und Wien entstand im Jahr 1887 eine Filiale in New York. Seit circa 1880 gewannen die Vereinigten Staaten als Absatzmarkt für französische Kunst bei europäischen Galerien an Bedeutung: Durand-Ruel ging hier also mit der Zeit. Aufenthalte in Pittsburgh und Chicago und die Organisation von Ausstellungen u.a. in Hotelräumen waren Bestandteil der insgesamt neun USA-Reisen, die er unternahm. Bei der Kontaktaufnahme zu amerikanischen Sammlern trat Durand-Ruel die Malerin Mary Cassatt beratend zur Seite, die ihm von ihrer Wahlheimat Paris aus den Weg in die Neue Welt ebnete.

Weitere Protagonisten der Pariser Galeriszene, die in einzelnen Essays behandelt werden, sind Paul Rosenberg und Daniel-Henry Kahnweiler, mit denen sich MaryKate Cleary und V erane Tasseau auseinandersetzen. Während Kahnweiler keine Filialen im Ausland gründete, aber auf ein Netzwerk von ausländischen Galerien zählen konnte, das auf Kontakte in Deutschland aufbaute, suchte Paul Rosenberg seine Geschäftskontakte vor dem Ersten Weltkrieg in Großbritannien. Erst ab circa 1920 konzentrierte Rosenberg sein Interesse auf die USA. Als er 1940 von Paris nach New York floh, konnte er in seiner dort eröffneten Galerie nahtlos an bereits bestehende Verbindungen zu amerikanischen Galeristen und Sammlern anknüpfen. Trotz seines Erfolgs reflektierte er die Bedeutung seiner internationalen Kontakte wohl weniger als Kahnweiler. Dessen Zitat „foreign relations were always the basis of my activity“ umreißt den Kontext des Aufsatzbandes so gut, dass es gleich in mehreren Beiträgen aufgegriffen wird.

## Schlaglicht auf den Modernismus

Nicht ohne Grund fokussieren die meisten Essays den Handel mit Werken aus Kunstströmungen wie dem Impressionismus oder Kubismus, die ihrerzeit als neuartig galten. Für diese Werke musste ein Markt inklusive neuem Kundenstamm erst geschaffen werden. Wie Force darlegt, taten sich Kunsthändler in Paris in Zusammenschlüssen wie dem *Syndicat des éditeurs d'Art et N gociants en Tableaux Modernes* zusammen, das auch ausländische Mitglieder akzeptierte. Ziel waren Preisabsprachen für Werke des ‘primary market’, deren Marktwert noch nicht feststand.

Wie Ya elle Biro zeigt, konnte auch der Handel mit afrikanischer Kunst von den neuen Netzwerken profitieren. Am Beispiel der Geschäfte des Pariser Kunsthändlers Paul Guillaume mit dem aus Mexiko stammenden, in New York tätigen Marius de Zayas analysiert die Autorin, wie sich der An- und Verkauf von außereuropäischen Kunstobjekten von kolonialen Handelsstrukturen löste und dem Handel mit moderner Kunst anglich. In den USA wurde afrikanische Kunst zudem in einem anderen Kontext rezipiert, da Verbindungen zur Geschichte der Sklaverei im eigenen Land gezogen wurden.

## Nebenschaupl tze

Wie andere Kunsthändler auch spielt Paul Guillaume gleich in mehreren Beiträgen eine Rolle. In dem Essay von Julia May Boddewyn wird er als Geschäftspartner des amerikanischen Galeristen Valentine Dudensing vorgestellt. Die transatlantische Kooperation von Guillaume und Dudensing wurde nach Guillaumes Tod von dessen Witwe Domenica weitergeführt, die umfangreiche Bestände der Sammlung ihres verstorbenen Mannes über Dudensing in den USA verkaufen ließ.

Mit dem in den USA ansässigen Dudensing steht in Boddewyns Beitrag ein nicht in Paris aktiver Händler im Zentrum der Untersuchung. Dies lässt der Titel des Buchs, der als Themenstellung der Publikation Galeristen-Netzwerke benennt, die von der französischen Hauptstadt aus expandierten, nicht unbedingt vermuten. Weitere Aufsätze folgen demselben Ansatz und erweitern wie der Essay von Valerie Nikola Ender, der die verschiedenen

Galerien der Münchener Kunsthändlerfamilie Thannhauser behandelt, den Blickwinkel auf Auslandskooperationen, die sich von Deutschland aus entwickelten. Gleich zwei Beiträge schauen nach Skandinavien. So präsentiert Force den Norweger Walther Halvorsen, der seine Karriere als Kritiker und Künstler begann, bevor er als Kunsthändler zu einem wichtigen Förderer französischer Kunst in ganz Skandinavien wurde. Christina Brandberg widmet sich der Stockholmer Kunsthandlung Svensk-Franska Konstgalleriet, deren Gründer Gösta Olson viel von den zuvor durch Halvorsen in Paris geknüpften Kontakten profitieren konnte. Auf diese Weise kooperierten Halvorsen sowie Olson mit Bernheim-Jeune, Durand-Ruel, Rosenberg und Hessel, die an den Absatzmärkten Norwegen und Schweden besonders interessiert waren, als beide Länder im Ersten Weltkrieg neutral blieben und großes Käuferpotenzial versprachen.

## Die Auswahl der Quellen

Die in zunehmendem Umfang zugänglichen Archive von Kunsthandlungen bilden die Grundlage der meisten Untersuchungen, die der vorliegende Aufsatzband vereint. Paolo Serafini betont in diesem Zusammenhang die wichtige Rolle des Getty Research Instituts, das sich schon früh um Archivierung und Digitalisierung von Kunsthändlerarchiven bemühte. In seinem Beitrag weist Serafini auf Kooperationen von Pariser Kunsthändlern mit ausländischen Galerien schon im 19. Jahrhundert hin, so zum Beispiel die 1879 vertraglich fixierte Zusammenarbeit zwischen der Pariser Galerie Goupil und der New Yorker Galerie Knoedler. Bereits damals förderte Goupil einzelne Künstler mit Exklusivverträgen inklusive monatlichem Gehalt.

David M. Challis analysiert die Verkäufe von Cézannes 37 Mont Sainte-Victoire-Gemälden, von denen sich heute nur noch eines in Frankreich befindet, mit Blick auf die ökonomischen Entwicklungen. Wirtschaftskrisen und Währungsschwankungen wie der Wertverfall des französischen Francs in den 1920er Jahren machten Kunstwerke als 'bewegliche Güter' für ausländische Anleger besonders attraktiv, was den Handel beschleunigte. Demgegenüber erweitert Ambre Gauthier das Spektrum der Quellen um das Medium der Kunstjournale, wie sie von Galerien herausgegeben wur-

den. Am Beispiel der von Paul Guillaume, Léonce Rosenberg und Alfred Flechtheim publizierten Zeitschriften *Les Arts à Paris*, *Bulletin de l'Effort moderne* und *Der Querschnitt* werden internationale Vermarktungsstrategien aufgezeigt. Zu diesen zählte, dass kaufkräftige private Kunstsammler wie der amerikanische Arzt Albert Barnes in Galeriejournalen kunstgeschichtliche Texte veröffentlichten – wovon im Gegenzug Paul Guillaume durch Einladungen zu Vorträgen, die Barnes in den USA organisierte, direkt profitierte.

## Ein Resümee

Die auf vielen Gebieten gut vorangeschrittene Untersuchung der Kunstmetropole Paris im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert um eine Analyse des Kunstmarkts zu erweitern, die sich der Thematik von Seiten der Kunsthändler und ihrer ausländischen Netzwerke nähert, ist ein innovativer und, wie der Band zeigt, lohnenswerter Ansatz. Dass die Textauswahl, die auf Kolloquiumsbeiträgen basiert, einige heute wenig geläufige Kunsthändlernamen ins Gedächtnis ruft, doch auf der anderen Seite nicht alle Recherchelücken schließen kann, ist evident. So kritisiert bereits die Herausgeberin selbst den Fakt, dass es keine Beiträge zu Kunsthändlerinnen gibt.<sup>2</sup> Juristische Aspekte, die den Kunstmarkt beeinflussten und zu denen Steuervorteile für den Im- und Export zeitgenössischer Kunst zählten, werden erwähnt, doch nicht zum Thema eines eigenständigen Beitrags gemacht. Der gewählte Untersuchungszeitraum 1850-1950 lässt viel Freiraum, wobei sich die meisten Autor\*innen bei den von ihnen behandelten Kunsthändlern auf einen bestimmten Zeitabschnitt (oft die Zwischenkriegszeit) konzentrieren. Nur wenige analysieren die gesamte Schaffensperiode. Zu ihnen zählt die Herausgeberin selbst, die in ihrem Beitrag zu dem eingangs erwähnten, auf dem Buchcover abgebildeten Kunsthändler Bignou dessen Pariser Geschäfte mit Deutschen während der Besetzung Frankreichs im Zweiten Weltkrieg aufgreift.<sup>3</sup> Demgegenüber lässt

2 In Paris nimmt sich derzeit die aus zwei Teilen bestehende Konferenz *Marchandes d'art XIXe-XXIe siècles* der Thematik der Kunsthändlerinnen an. Der erste Teil fand im November 2019 statt, der zweite steht noch aus.

3 Force führt ihre Recherchen zu Bignou im 2. Weltkrieg in einem Artikel weiter aus, der im Rahmen des *Répertoire des acteurs du marché de l'art en France sous l'Occupation* (RAMA), das wichtige Akteure des deutsch-französischen Kunsthandels 1940-1945 vorstellt, entstand, vgl. <https://agorha.inha.fr/database/76> <17.05.2022>.

Diana J. Kostyrko in ihrem Artikel zu René Gimpel, der durch Heirat mit der britischen Kunsthändlerfamilie Duveen verwandt war, das Schicksal des jüdischen Kunsthändlers während des 'Dritten Reichs' unerwähnt. Hierzu werden noch weitere Forschungen folgen – dass dies nur eines von zahlreichen Projekten sein wird, die Forschungsansätze aus Christel H. Force's Aufsatzband aufgreifen bzw. weiterführen, ist zu hoffen.

**ORCID®**

Gitta Ho  <https://orcid.org/0000-0001-7921-7584>

**Zitierhinweis**

Gitta Ho: Rezension von: Christel H. Force (Hg.): *Pioneers of the Global Art Market. Paris-Based Dealer Networks, 1850-1950*, London u.a., Bloomsbury Visual Arts, 2020, in: *transfer – Zeitschrift für Provenienzforschung und Sammlungsgeschichte / Journal for Provenance Research and the History of Collection* 1 (2022), DOI: <https://doi.org/10.48640/tf.2022.1.91532>, 223-226.