

BERNHEIMER

Zurück zum Barock

(siehe Titelbild)

Zwischen zwei prunkvoll ausladenden Gobelin-Fauteuils aus der Zeit der Kaiserin Maria Theresia stand, beide Hände leicht auf einen Spazierstock gestützt, ein unauffällig gekleideter, breiter Herr, der mit versunkenem Lächeln das Publikum der zweiten Deutschen Kunst- und Antiquitäten-Messe in München durch seine dicken Brillengläser musterte.

Aus dem dichten Strom der Passanten, die mit gezieltem Interesse langsam an den Kojen der fast hundert Aussteller im Münchner Haus der Kunst vorbeizogen, scherten immer wieder Personen aus, um dem Herrn zwischen den Maria-Theresia-Sesseln ihre Grüße zu entbieten: dem Konsul Bernheimer, einem der Initiatoren dieser monströsen Schau, bei der etwa zwanzigtausend — angeblich garantiert echte — Kunsthandelsobjekte mit einem Gesamtwert von ungefähr zehn Millionen Mark angeboten wurden.

Der achtzigjährige Otto Bernheimer, Präsident des Bundesverbandes des deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels, erwiderte die ihm bezigten Komplimente mit der liebenswürdigen Gelassenheit des grandseigneurialen Routiniers, der es gewohnt ist, mit Fürsten, Prinzen und Königen Verträge zu machen. Wer die beiden Fauteuils bewunderte, konnte ihre Herkunft erfahren, wie sie der Nestor des deutschen Antiquitätenhandels bereits vor 25 Jahren potentiellen Käufern zu berichten pflegte:

Osterreichische Tischler hätten Mitte des 18. Jahrhunderts eine komplette Garnitur für das Palais Liechtenstein angefertigt und mit Gobelins bezogen, die eigens zu diesem Zweck in der Brüsseler Manufaktur van der Borch nach bauerlichen Motiven des Malers David Teniers gewebt worden waren. Während der Inflationsjahre erstand Otto Bernheimer zehn noch vorhandene Sessel in Wien.

Als bald veräußerte er sie an den Berliner Bankier James von Bleichröder für 54 000 Dollar (gleich damals 226 000 Billionen Mark). Nach Bleichröders Tode offerierte dessen Witwe dem Otto Bernheimer sechs Fauteuils zum Rückkauf; die restlichen vier waren inzwischen in die Vereinigten Staaten geschafft worden. Bernheimer kaufte zum zweitenmal. Die jüngst veranstaltete Kunst- und Antiquitäten-Messe nahm er als günstige Gelegenheit wahr, Kenner und Nichtkenner, die aus allen Bundesländern in die bayrische Hauptstadt gereist waren, auf diese Rarität aufmerksam zu machen.

Das ungemein dekorative und repräsentative Gestühl übte denn auch eine beträchtliche Anziehungskraft auf persianerbekleidete Damen mit Krokodilledertaschen aus, die sich vornehmlich in rheinischer Mundart nach dem Preise erkundigten. Indes, 90 000 Mark für ein halbes Dutzend Sessel schienen sogar vielen jener Besucher zuviel, die durchaus mit dem Vorsatz nach München geflogen waren, einige tausend Mark für fashionables Mobiliar aus dem 18. Jahrhundert auszugeben: Es waren Leute, die — nach dem Eindruck der Münchener Journalistin Ursula von Kardorff — so aussahen, „als hätten sie einmal Schlösser besessen und verloren, andere, als hätten sie gerade eins erstanden und müßten es nun neu-alt möblieren“.

In der Tat gab es auf der zweiten Deutschen Kunst- und Antiquitäten-Messe noch ergiebige Mengen von Fauteuils aus dem 18. Jahrhundert zu niedrigeren Preisen als in Otto Bernheimers Koje 21, und es gab auch viele Tische, Kommoden, Sekretäre, Spiegel, Leuchter und Kunstgewerbe aller Art aus dieser Epoche.

Die Aussteller hatten, dem Publikums-geschmack willig entgegenkommend, ihre Kojen nach Möglichkeit mit Gegenständen gefüllt, die sich unter der Pauschalbezeichnung Barock anpreisen lassen. Denn vornehmlich dieser Stil, der um die Zeit des französischen Königs Ludwig XV. (1715—1774) in Frankreich und in Deutschland dem höfischen Geschmack entsprach, ist heute bei den westdeutschen Käufern en vogue.

Die Soziologen haben bisher vergebens nach den Ursachen und Wurzeln dieser Mode gesucht, die zu dem herrschenden Stil in der Malerei, der Bildhauerei, der Architektur und der Musik in so sichtbarem Widerspruch steht.

Tradition zu verkaufen

Einer der ständigen Besucher von Kunstauktionen, der Schriftsteller Erhard Göpel, möchte den Drang zum 18. Jahrhundert damit erklären, daß die Einrichtung der Wohnung jetzt „meist in den Händen der Frau“ liege. „Noch um 1890 war das Haus eines Sammlers ganz vom Geschmack des Hausherrn bestimmt, der schwere, charaktervolle Möbel und die entsprechenden Stile, Gotik und Renaissance, Zinnhumpen, Bartmannskrüge, italienische Bronzen bevorzugte“, erläuterte Göpel. „Heute heften sich die begehrlichen Blicke der Damen an die gefälligen Stücke, französische, venezianische, süddeutsche Möbel des späten Barock, des Rokoko... Nur in der Diele oder neben dem Kamin duldet man eine schwere Truhe, einen Renaissance-tisch.“

Andere Analytiker des Zeitgeschmacks deuten jedoch den Hang zum Dekor der Vergangenheit nicht nur mit der Feminisierung der Kundschaft. Sie glauben, in dieser Sehnsucht einige der zahlreichen unterschwelligen Strömungen des Restaurativen zu erkennen, wobei das 18. Jahrhundert mehr oder weniger unbewußt als letzte geschlossene kulturgeschichtliche Epoche feudal-aristokratischen Zuschnitts empfunden werde.

In der Tat dürfte der Verzicht der gegenwärtig sozial bestimmenden Schicht, sich einen eigenen Stil zu schaffen, nicht damit hinlänglich zu erklären sein, daß heute der größte Teil des Geldes von den Frauen ausgegeben wird. Der Drang, sich wenigstens mit dem Mobiliar einige Tradition einzuhandeln, hat andere Gründe. So meint zum Beispiel der Münchner Kunsthändler Johann Keller: „Der heimliche Hang vieler zur Monarchie, zum Reichtum und zur Lebensart jener Ära schlägt eben auf diese Weise durch.“ Der Hamburger Händler Huelsmann definiert die Mode: „Die deutsche Innerlichkeit und Empfindsamkeit sind nun einmal nicht unterzukriegen.“

Die lautlose Demonstration für die gute, alte Zeit hat dem Antiquitätenhandel eine Konjunktur größten Stils beschert. Und indem auch er sich wehmütig der Vergangenheit erinnert, bekennt der Chef der Firma L. Bernheimer Kommandit-Gesellschaft (Innenausstattung und Antiquitäten), Otto Bernheimer: „Die ganz großen Kunden, die sich einstmals komplette Schlösser einrichten ließen, gibt es heute nicht mehr. Aber trotzdem, die Umsätze sind besser denn je zuvor.“

Kunsthändler-Nestor Otto Bernheimer, seit mehr als 60 Jahren in der Branche

tätig, ist kompetent für ein solches Urteil. Die Geschichte der Firma Bernheimer darf in gewisser Weise als repräsentativ gelten für die Geschichte des Antiquitätenhandels in Deutschland. Während der Kunsthandel sonst oft an die Person eines Mannes gebunden ist, der sein Geschäft aus Neigung oder Zufall begann und mit dessen Tod es endet, gehört der achtzigjährige Otto Bernheimer bereits zur dritten Generation der Händler-Familie, an deren Entwicklung und an deren Umsätzen das Schicksal des Antiquitätengeschäftes abzulesen ist.

Ottos Großvater, der Begründer der Dynastie, war ein ambulanter Händler, der seine Ware auf Jahrmärkten feilbot, etwa in der Art, wie er es am 18. Oktober 1856 in den Münchner „Neuesten Nachrichten“ kundtat: „M. (Meyer) Bernheimer aus Buttenhausen bezieht die bevorstehende Dult wieder mit seinem aufs modernste und reichhaltigste assortierten Seiden-, Shawls & Mode-Waaren-Lager... Wie gewöhnlich Bude Nr. 298, in der 2. Reihe.“

Was es mit dieser Art „Dult“ in München auf sich hatte, geht aus einer Tagebuch-Eintragung der Tochter des Malers Wilhelm von Kaulbach hervor: „Es gab zu jener Zeit in München noch keine Detailgeschäfte, man kaufte nur auf der (zweimal im Jahr stattfindenden) Dult ein. Für (die) damalige Zeit war eines der reichhaltigsten Lager an Kleiderstoffen und Leinwand die Bude von Bernheimer, der als rühriger, intelligenter Mann seine Kundinnen wohl zu fesseln wußte und stets das Neueste und Beste vorlegen konnte.“

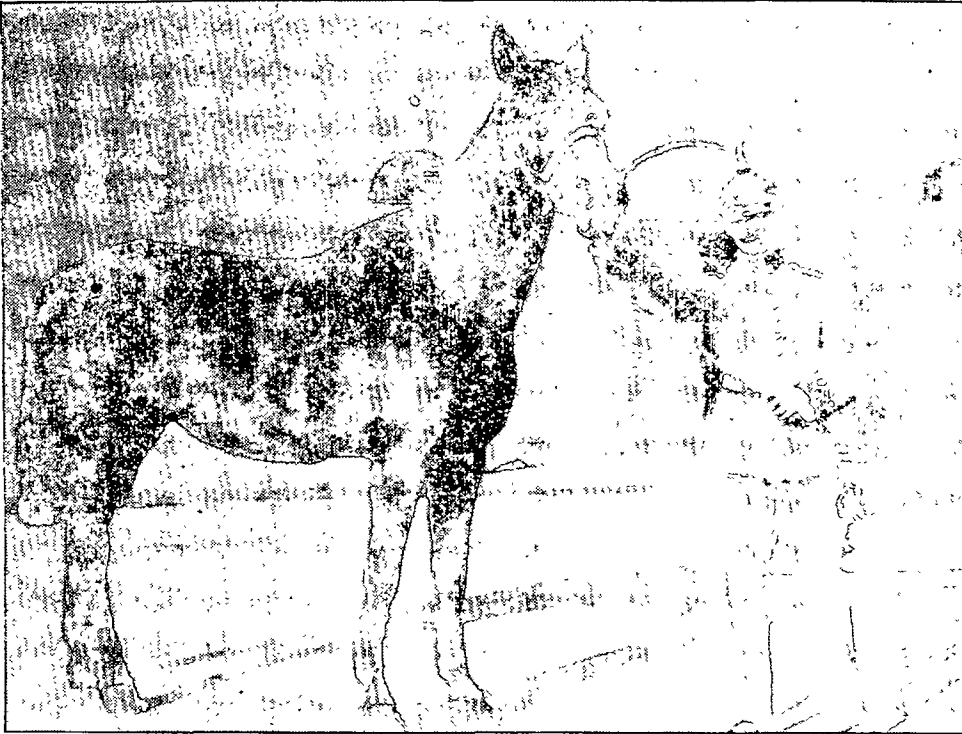
Während Großvater Meyer Bernheimer sich noch mit dem Platz in der zweiten Reihe begnügte, drängte Vater, Lehmann Bernheimer bald ins erste Glied: Er übernahm im Alter von 22 Jahren ein bankrottes Textilgeschäft in München und wurde seßhaft, unmittelbar neben dem Erzbischöflichen Palais. Dieses Datum — der 10. Mai 1864 — gilt in der Firmengeschichte des Hauses Bernheimer als Gründungstag.

Wie sich sodann die bemerkenswerte Wandlung vom Textilienladen in die Kunsthandlung vollzog, schildert der gegenwärtige Firmenchef Otto Bernheimer nicht ohne Vergnügen im Zeitraffer-tempo: „Stoffe, dazu gehörten auch Möbelstoffe. Und zu den Möbelstoffen kaufte Vater auch gleich die Möbel, wie er sie billig... auf dem Marché de Paris, bei den Trödlern in Florenz fand. Als Orientwaren große Mode wurden, ging Vater dazu über, auch Teppiche von den Händlern in den Häfen zu erwerben, um sie nach München zu bringen... Von seiner nächsten Reise brachte er zu den Teppichen auch chinesische Vasen und ostasiatische Bronzen mit.“

Das geschah zuerst in den siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts, bald nach dem Deutsch-Französischen Krieg (1870—71). Zum Textil- und Teppichhandel trat das Geschäft mit alten Kunstgegenständen. Es ist — typisch genug — jene Epoche, die wegen ihrer Stil- und Geschmacksunsicherheit im negativen Sinne sprichwörtlich wurde: die sogenannten „Gründerjahre“. Binnen kurzer Frist bildete sich eine neue Schicht von vermögenden Leuten, die sich ihrer sozialen Geltung angemessen einzurichten wünschten.

Für ihre rasch erstehenden Villen, denen es an gotischen Türmchen und Zinnen nicht mangelte, benötigten die frisch geadelten Kommerzienräte entsprechendes Mobiliar. „Altdeutsch“ wurde Trumpf, auf den Gobelins zogen Spielkartenkönige auf Hirschjagd, koste der mittelalterlich ge-





Einjährig-Freiwilliger Bernheimer: Vom Trödelhändler ...

kleidete Doktor Faust mit seinem Gretchen.

Noch war kein Kommerzienrat bereit, georauchte Stühle, Tische und Schränke in das just fertiggestellte Heim aufzunehmen. Die Herren der Gründerzeit ließen sich ihre massiven, reichverschnörkelten Staubfänger beim Tischler bauen. Für Lehmann Bernheimer waren Möbel noch kein Geschäft; die Stühle, die er verkaufte, bezog er vorher mit eigenen Stoffen, weil sie „alt“ waren — alt nicht im Sinne von antik, sondern im Sinne von gebraucht. Kaum jemand interessierte sich für Möbel vergangener Stile, allenfalls ein Landadeliger oder ein Patrizier, in dessen durch Generationen vererbtem Inventar ein Stück zerbrochen war: Solche Kunden suchten und fanden passenden Ersatz beim Trödler.

Die Firma Bernheimer aber verdiente an Teppichen. Der wendige Lehmann präsentierte die Ware, die er im Ausland eingekauft hatte, tonangebenden Münchnern wie den prominenten Malern Franz von Lenbach oder Wilhelm von Kaulbach. Sagt Otto Bernheimer: „Die Herren Künstler waren begeistert. Die Orientteppiche wurden Vater aus der Hand gerissen.“

Die Beziehungen, die er zu Münchner Künstlern geknüpft hatte, fingen an, sich als überaus nützlich zu erweisen; Bernheimers Laden wurde eine Art gesellschaftlicher Attraktion. Bald fanden sich die ersten Wittelsbacher in dem Geschäft ein, um zu erforschen, was denn der finde Lehmann von seiner letzten Reise wohl mitgebracht habe.

Solcher Kundschaft konnte Lehmann Bernheimer mit Tuchen und Stoffen nicht imponieren, eher schon mit Vasen aus Japan und mit Bronze-Buddhas. Die Kleiderstoffe, noch kurz vorher sein wichtigster Artikel, bereiteten Lehmann Bernheimer keine rechte Freude mehr. Als sein Bruder Leopold Anfang der achtziger Jahre aus Ulm zu Besuch kam, schlug Lehmann seinen ganzen Vorrat an den Bruder los. Aus dem Textilkrämer wurde, genau im richtigen Augenblick, der Antiquitätenhändler.

Mit dem Erlös für seinen Kleiderplunder reiste Lehmann Bernheimer nach Italien, zu den Trödlern, die ihm dort bekannt waren. Er kaufte einen Posten Sitz-

möbel für drei Lire (damals 2,16 Mark) das Stück, er zahlte 16 Lire für Truhen, er erstand Tische, Schränke, Statuetten, Fayencen, Gläser, Plastiken. Sein Lager füllte sich mit drei bis vierhundert Jahre alten Gegenständen. Was er an Orientteppichen verdiente, investierte Lehmann Bernheimer in Renaissance-Inventar.

Denn nun, plötzlich, war der Renaissance-Kult ausgebrochen: In Berlin hatten es sich Sammler von Renaissance-Bildern einfallen lassen, das Mobiliar ihrer Räume den Bildern an der Wand anzupassen; der Ruf nach dem stilechten Milieu wurde laut. Wilhelm von Bode, Direktor der Gemäldegalerie in Berlin und späterer Generaldirektor der Königlich Preussischen Museen, hochgeschätzt von Kaiser Wilhelm II., propagierte die neue Richtung mit beredten Worten. Seine Hinweise setzten ganze Händler- und Sammlergeschwader in Bewegung.

Oben aber auf der Welle der jähren Konjunktur schwamm das Haus Bernheimer. Allen Händlern voran eilte Lehmann Bernheimer durch die ihm vertrauten italienischen Trödler-Gefilde. Was er für Pfennige aus alten Kramläden aufkaufte, konnte er als kostbares Objekt für Sammler und Liebhaber absetzen.

Das Haus Bernheimer wurde hoffähig. Der erste Händler, den der Bayern-König Ludwig II. zum Königlich Bayerischen Kommerzienrat ernannte, hieß Lehmann Bernheimer. 1886 erteilte Prinzregent Luitpold dem Lehmann Bernheimer die Genehmigung, auf königlichem Gelände ein Haus zu bauen; Lehmann verpflichtete einen der bekanntesten süddeutschen Architekten. Drei Jahre später, als das riesige Gebäude am Lenbachplatz fertig war, wurde es von keinem Geringeren als dem Prinzregenten Luitpold eingeweiht.

Die Firma Lehmann Bernheimer mit ihrem schier unerschöpflichen Lager und ihrem Besitzer, der jeden gewünschten Gegenstand binnen kürzester Frist herbeizuschaffen in der Lage war, gewann europäischen Ruf. Die Herren von Rhein und Ruhr erschienen. Kurz nach der Jahrhundertwende darf Otto Bernheimer, der Sohn des Chefs, mehrere Zimmer im Stammsitz der Familie Krupp, der Villa Hugel, ausstatten.

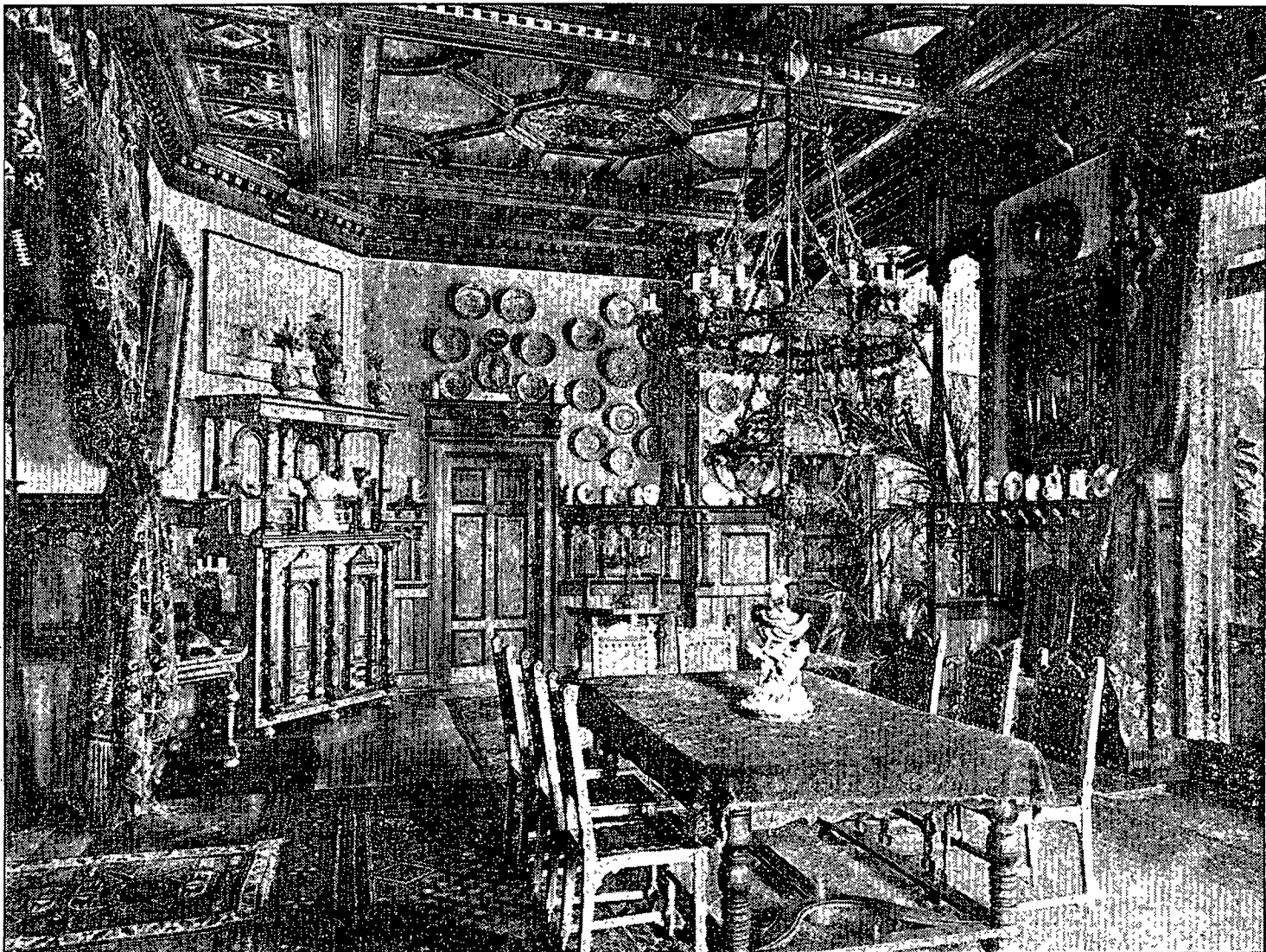
Ausstattungsaufräge mit sechsstelligen Goldmarksummen waren im Hause Bernheimer nichts Ungewöhnliches. Der junge Otto erwarb im dalmatinischen Krk — es gehört heute zu Jugoslawien — ein Antependium, einen Altar-Vorhang, aus dem 14. Jahrhundert und offerierte es für 200 000 Mark. Sofort meldete sich ein Käufer.

An Zuckerindustriellen, Wollfabrikanten, Textilaufleuten, Zechenbesitzern, Bankiers und den Eisen- und Stahlmagnaten verdiente das Unternehmen wesentlich mehr als an sammelnden Fürstlichkeiten. Die Zigaretten-Fabrikanten Neuburg ließen sich die Einrichtung ihrer Repräsentationsräume durch Bernheimer eine Million kosten; der Großherzog von Luxemburg dagegen bezahlte, was er einkaufte, mit Zwanzigmarkstücken aus der Hosentasche.

Vor dem ersten Weltkrieg erreichte der Kurswert von Antiquitäten keineswegs nur in Deutschland groteske Regionen, sondern überall da, wo die Industriali-



... zum Hottieranten: Preussischer Museumsdirektor von Bode



Wohnungseinrichtung um die Jahrhundertwende: Altdeutsch mußte es sein

sierung einen neuen Typ von Menschen geschaffen hatte, in dessen Hand sich Macht und Reichtum vereinigte: den Magnaten — Leute wie Friedrich Krupp oder Henry Ford, die aus kleinsten Handwerkeranfängen durch eigenes Geschick und vom Zug der Zeit begünstigt ungeheure Industrien aufbauen, ungeheure Reichtümer erwerben konnten. Es gab sie in Deutschland, und es gab sie erst recht in den Vereinigten Staaten — einem Land, das sich plötzlich, nachdem die hemdsärmelig verschwitzte Pionierarbeit getan war, seiner völligen Traditionslosigkeit bewußt wurde und diese Traditionslosigkeit als einen Makel empfand.

Wie die frischen Millionäre des Ruhrgebiets wünschten sich auch die amerikanischen Konzern-Familien etwas Stil und Tradition für ihre Gründer-Paläste einzukaufen, und ihre Finanzkraft lag zu meist weit über europäischem Niveau. So kam es, daß den vermutlich größten Verdienst am Antiquitätengeschäft seiner Zeit ein aus England in die Vereinigten Staaten eingewanderter Händler holländischer Abkunft einstreichen konnte: Joseph Duveen, späterer Lord Millbank.

Seine Karriere, so erklärte es Duveen-Biograph Samuel Nathaniel Behrman, „gründete sich auf die einfache Erkenntnis, daß Europa die Kunst und Amerika das Geld hatte. Das eine für das andere einzutauschen, wurde die beherrschende und höchst einträgliche Passion seines Lebens.“

Behrman analysiert die — amerikanischen — Käufer Duveens: „Es hatte sich alles zu rasch ereignet. Die meisten Millionäre der damaligen Periode konnten den Ursprung ihres Vermögens noch auf die Kämpfe der eigenen Jugend zurückführen — in Bauernhöfen, Büros, Fabriken oder Fleischläden oder hinter dem Ladentisch von ländlichen Verkaufsbuden... Die Vergangenheit (stand) eher im Zeichen aufgekremelter Ärmel als kaiserlicher Gewänder. Wie konnten sie nun diese Erinnerung verwischen, sie in Großartigkeit ertränken? Duveen zeigte ihnen den Weg... Ihr neuer Reichtum sollte den Firnis des Althergebrachten erhalten.“

Der Kunstverstand dieses Großmeisters der Branche blieb zwar umstritten, wobei eine Reihe eklatanter Fehlurteile Duveens seinen Kritikern immer wieder neuen Auftrieb gab. Aber Duveen konnte verkaufen wie kaum einer sonst. Seine Methode, die Preise zu bestimmen, war ebenso systematisch wie unkompliziert.

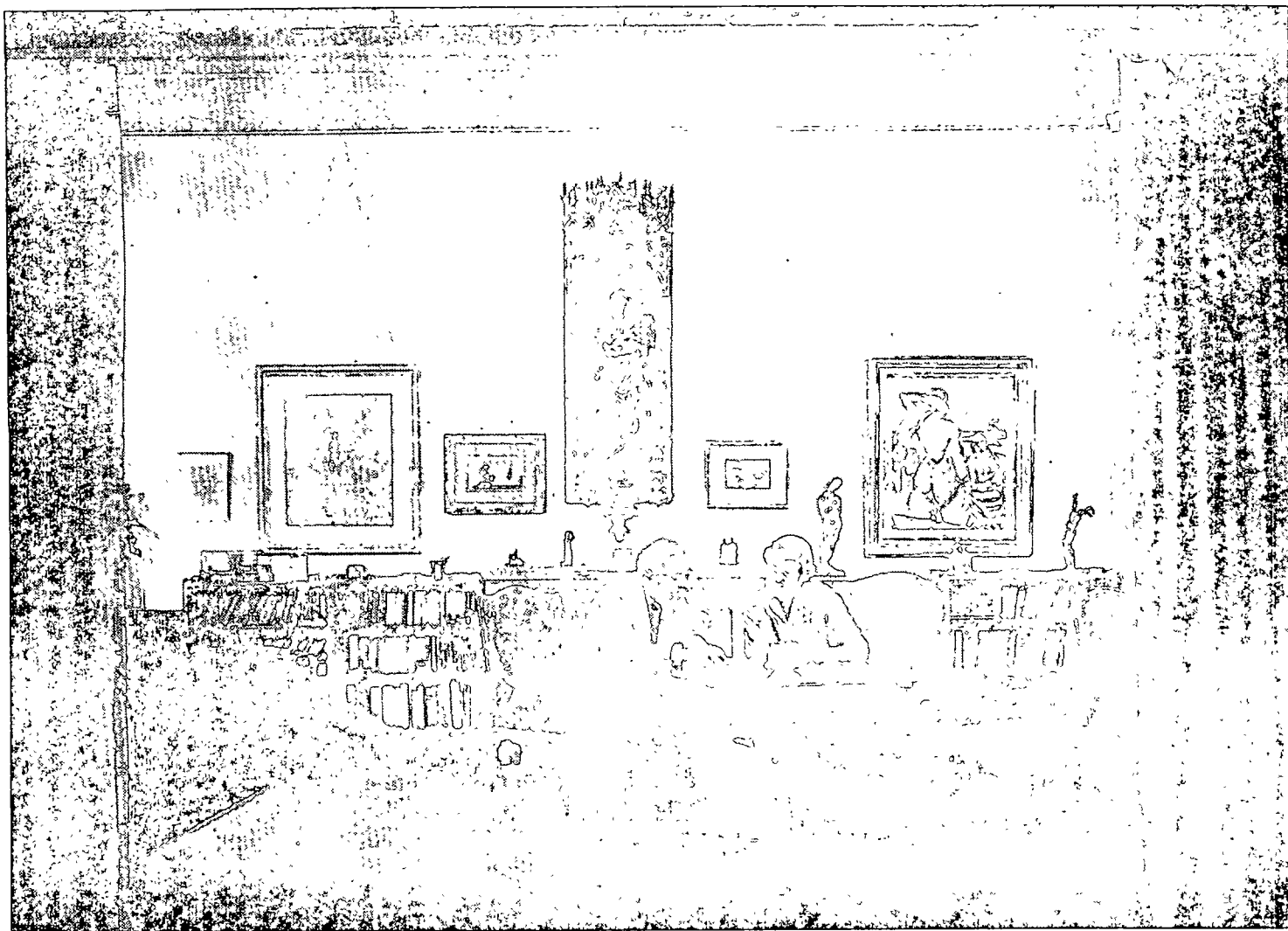
Als er zufällig in seinem Lager einige Büsten des französischen Bildhauers Jean-Antoine Houdon (1741—1828) entdeckte, deren Preis bereits auf 25 000 Dollar hinaufgeklettert war, begann er still, weitere hinzuzukaufen. Bei passender Gelegenheit zahlte er plötzlich anlässlich einer Versteigerung 75 000 Dollar für ein Exemplar. „Der Weltmarkt folgte Duveens Führung; bald konnte man keine Houdon-Büste um weniger als 150 000 Dollar bekommen.“ 1912 kosteten Houdon-Büsten, mit denen Duveen gut eingedeckt war, schließlich 250 000 Dollar.

Segnete einer seiner Klienten das Zeitliche, so kaufte Duveen nach Möglichkeit zurück, wobei es ihm nichts ausmachte, das Doppelte des Preises zu zahlen, den er einst herausgeschlagen hatte. Laut Behrman konnten Duveens Kunden „in aller Ruhe sterben; sie wußten, daß zu seinen Lebzeiten ihre Sammlungen keine Wertebüße erleiden mußten“.

Wilhelm von Bode berichtet in seinen Erinnerungen, daß Duveen für den Nachlaß des Berliner Bankiers Oscar Hainauer, dessen respektable Renaissance-Kollektion nicht zuletzt unter der Anleitung Bodes entstanden war, vier Millionen Mark offerierte, „das Dreifache von dem, was... bisher selbst von den bedeutendsten Händlern geboten war“.

Der deutsche Kaiser Wilhelm II., so schreibt Bode, habe „sich höchst mißliebig darüber geäußert“; er fand den „Verkauf ins Ausland abscheulich“. Denn: „Der Kaiser meinte, daß die Sammlungen, welche die reichen Berliner mit meiner Hilfe billig hatten zusammenbringen können, auch zur Verfügung der Museen sein mußten, wenn sie einmal abgegeben werden sollten. Dächten die Besitzer nicht so vornehm, so müßte sofort ein Ausfuhr-gesetz gemacht werden.“

Ein solches Gesetz wurde allerdings, zumal auch Wilhelm von Bode dagegen plädierte, nicht erlassen, und die Erben bedeutender Sammler erwiesen sich auch weiterhin, wenn Duveen Interesse bekundete, keineswegs als so vornehm, wie es ihr Kaiser gern wollte. Je mehr Duveen aus Europa hinausschleppte, desto saftiger



Schokoladen-Fabrikant Dr. Bernhard Sprengel*, Hannover, mit Ehefrau im Bibliotheks-Zimmer

wurden die Preise, vor allem für Spitzenstücke. Indes, weitgereiste Händler, wie Vater Lehmann Bernheimer und Sohn Otto, konnten die Bedürfnisse ihrer Kunden immer noch befriedigen.

Nach dem ersten Weltkrieg, den Otto — die Schnurrbartspitzen à la Wilhelm II. stramm nach oben gezwirbelt — als Beamtenstellvertreter in einem Proviantamt unbeschadet überstand, war es eine neue Schicht von Wohlhabenden, die frisch erworbenen Reichtum beim Antiquitätenhändler anlegte. Die minderen Vertreter dieses neuen Wohlstandes hat der Volksmund — in seinem erstaunlichen Sinn für das Bewahrende — in unzählbaren Raffke-Witzen satirisch charakterisiert: In der Tat boten die Nachkriegszeit und die Inflation gewitzten Spekulanten Gelegenheit, sehr schnell beträchtliche Reichtümer zu sammeln. Die Modernisierung der Welt brachte aber auch neue, rentable Konsumgüter-Industrien auf den Plan, die tüchtigen Kräften zu Verdienst halfen. Techniker und Ingenieure wurden zu einer neuen Macht, Flieger und Sportler zu neuen, wohl dotierten Heroen der Zeit.

Die renommierten Einrichtungshäuser in Berlin und München bewältigten aber auch den Run dieser Kundschaft auf die Ware, und ebenso schafften es ihre kleineren Kollegen.

Ehedem regierende Häuser räumten zu jener Zeit ihre Schlösser und übergaben den Inhalt Auktionatoren; verschämt baten Angehörige anderer Schichten während der Inflationsjahre die Antiquitätenhändler in ihre Wohnungen, um sich von den liebgewordenen Stücken zu trennen. Das An-

gebot war derart, daß trotz der neuerstandenen Nachfrage bis in die späten zwanziger Jahre hinein auch die geschicktesten Händler Preiseinbrüche nicht vermeiden konnten.

Die Preiseinbrüche waren nicht gravierend, und sie hielten nicht lange vor. Denn nun kam eine neue Prominenz auf, deren Geschmack die Mode bestimmte — und diese neue Prominenz wirkte auf ein viel breiteres Publikum, als es Wilhelm von Bode mit seinen Hinweisen je hätte erreichen können.

So hatte Max Reinhardt, als Intendant des Deutschen Theaters in Berlin bereits zu Lebzeiten von Legenden umkränzt, beiläufig ein Faible für Bauernmöbel zu erkennen gegeben. Bald bildeten demzufolge süddeutsche, Tiroler, friesische Schränke und Truhen, möglichst bunt bemalt und von ergreifender Schlichtheit, den Hintergrund, wenn ein Theater- oder Film-Star sich daheim photographieren ließ, den sinnenden Blick auf einen Zinnteller geheftet.

Andere Damen und Herren der Theaterbranche wiederum hängten fernöstliche Masken an die Wände und verteilten große und kleine Buddhas in ihren Räumen, seit die ostasiatische Sammlung Paul Wegeners, des Darstellers unheimlich-dämonischer Gestalten und beherrschter Kraftnaturen, sogar bei Fachleuten Ruf erlangt hatte.

Die Schauspieler wurden zum Idol der Zeit und blieben es bis heute. Ihnen folgte freudig das Publikum, rückhaltlos bereit, seine Favoriten als die führende Kaste zu begrüßen, die den Stil prägt.

Schauspieler haben eine riesige Gemeinde, die ihnen nacheifert. Bei so verbreiteter Nachfrage stiegen die Antiquitätenpreise ins Ungeheure, und die Sammler hatten das Nachsehen. In Amerika lief Duveen zur Hochform auf: Bald wird er dem Ex-Finanz-Staatssekretär Andrew William Mellon eine Wohnungseinrichtung mit Bildern für 21 Millionen Dollar (damals über 50 Millionen Mark) verkaufen. In München trennte sich Otto Bernheimer von einem seiner schönsten Gobelins, der um 1520 nach einem Karton Jan van Eycks gewebt worden war. Prinz Paul von Jugoslawien bezahlte für das Objekt 350 000 Mark.

Vater Lehmann Bernheimer hat diese neue Zeit nicht mehr erlebt, er war 1918 gestorben. Aber der Königliche Kommerzienrat hatte seinen Sohn Otto planvoll auf jede Eventualität hin ausgerüstet. Er hatte ihn einjährig-freiwillig in dem feudalen und exklusiven 1. Schwere-Reiter-Regiment dienen lassen und dem Jungen damit eine gesellschaftliche Position gesichert; er hatte ihm aber auch die kaufmännischen Grundsätze des Kunsthandels beigebracht.

Gegen eines aber war auch alle Vorsorge des Vaters Bernheimer machtlos — gegen das, was sich am 30. Januar 1933 als „nationale Revolution“ anbot. München avancierte zur „Hauptstadt der Bewegung“, und der Palast des Juden Bernheimer mußte wohl oder übel von „deutschen Käufern“ gemieden werden.

* Dr. Bernhard Sprengel hat in Norddeutschland Ruf als Sammler und als Förderer moderner Kunst. Er spielt Geige und veranstaltet auch musikalische Aufführungen.

Immerhin: auch im Jahre 1936 laufen noch 600 000 Mark durch die Bücher der Firma, und immerhin ist der fachliche Ruf Otto Bernheimers groß genug, um sonderbare Kunden anzulocken. Plötzlich stampft Hermann Göring durch die Geschäftsräume und verlangt nach „echten Teppichen“. Vier Stunden lang stehen, so weiß Bernheimer zu berichten, zwei bewaffnete SS-Léute hinter dem Kunsthändler, der die Schätze seines Gobelinsaaes vorführt. Göring läßt sich die Preise nennen und reagiert regelmäßig mit einem „Sie sind verrückt“, bis Bernheimer schließlich unbefangene Ratenzahlungen vorschlägt. Göring sucht sich zwei Teppiche aus und verläßt den Palast durch einen Hinterausgang.

Göring bezahlt prompt und erinnerte sich lange seiner Einkäufe. Noch während des Nürnberger Kriegsverbrecher-Prozesses verteidigte sich der Reichsmarschall: „Ich war kein Antisemit, fragen Sie Bernheimer!“

1938 wurde die Familie Bernheimer ins Konzentrationslager Dachau eingeliefert. Aber die mexikanische Regierung, der Otto seine Konsulwürde verdankt, intervenierte; kahlgeschoren durfte der KZ-Häftling nach München zurückkehren. Das Betreten des Geschäftes blieb ihm zwar verboten, aber noch einmal bediente seine Firma einen prominenten Kunden: Adolf Hitler entsandte einen seiner Innenarchi-

tekten und ließ bei Bernheimer einen Renaissance-Gobelin, einen französischen Teppich und einen Lüster kaufen (Otto: „Der schönste, den ich gesehen habe, über zweieinhalb Meter hoch“). Auch Hitler zahlte pünktlich.

Der Teppich-Kunde Hermann Göring ermöglichte die Auswanderung der Familie. Otto Bernheimer durfte durch Vermittlung des späteren Reichsmarschalls eine Hazienda in Venezuela erwerben — mit der Auflage, jüdische Verwandte Görings mitzunehmen. „An Göring mußte ich für die Erlaubnis, die Hazienda überhaupt erwerben zu dürfen, 860 000 Mark aushändigen. Für die völlig heruntergewirtschaftete Hazienda mußte ich übrigens über 400 000 Mark bezahlen.“

Auf dem Weg nach Übersee legte Otto Bernheimer in London eine Pause ein, und noch ein letztes Mal konnte er einen Handel mit einem prominenten Nationalsozialisten abschließen. Über Mittelsmänner erreichte ihn der Auftrag, Teppiche für Ribbentrop einzukaufen. Bernheimer besorgte das Geschäft und verdiente eine kleine Provision. In München rettete indessen die „Kameradschaft der Künstler“ als Treuhänder einen Teil des Bernheimerschen Besitzes.

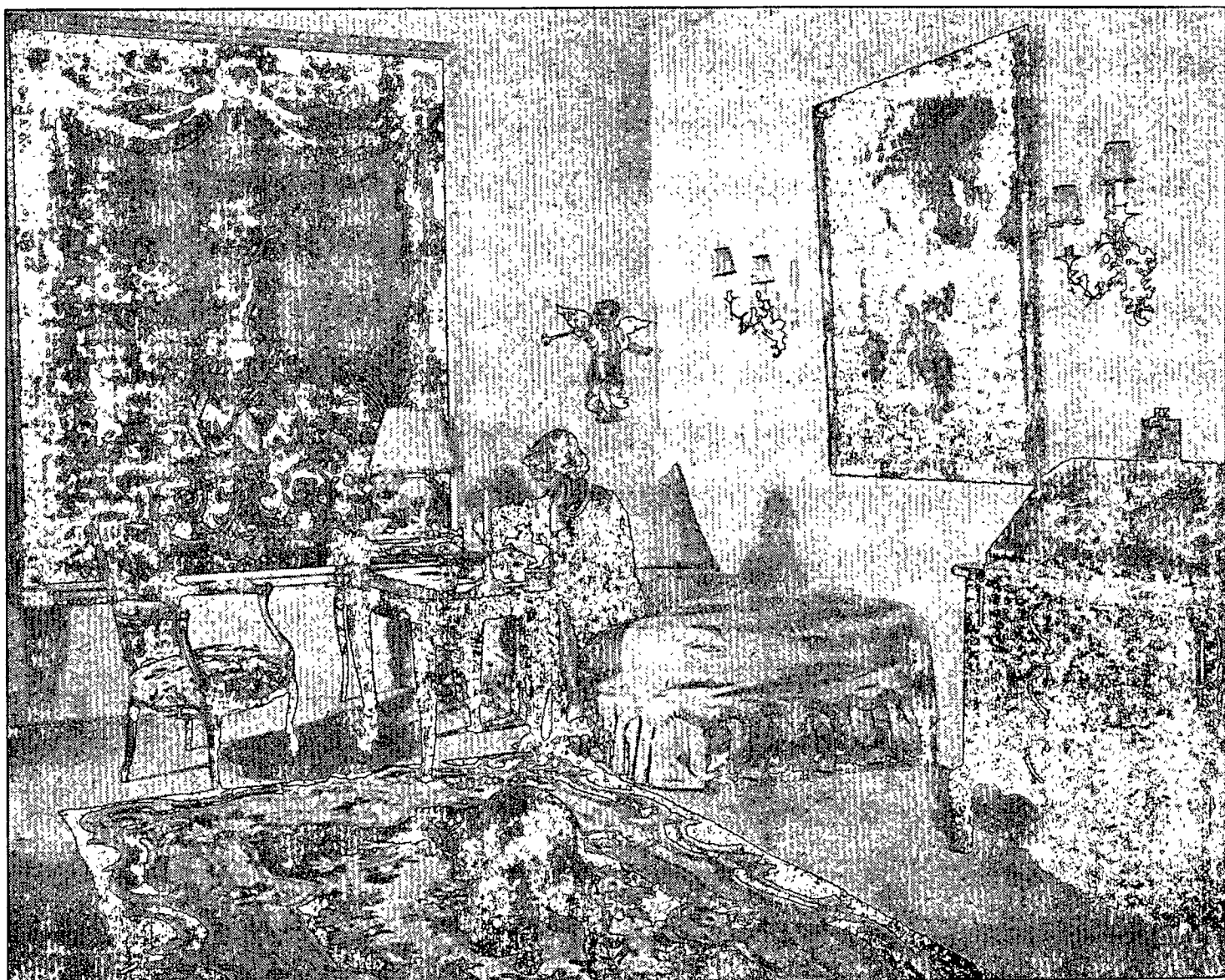
Als 70jähriger kehrt Otto Bernheimer in seine Vaterstadt zurück: Das Haus ist zerbombt, das Geschäft ruiniert. Der Siebzigjährige muß die Bürde des Wiederauf-

baus allein tragen: Sein Sohn Kurt, der Bernheimer-Kronprinz, war inmitten der Übersiedlungs-Vorbereitungen in Venezuela gestorben. Kurts Kinder immerhin, die Vertreter der fünften Bernheimer-Generation, fahren mit dem Großvater Otto Bernheimer nach München.

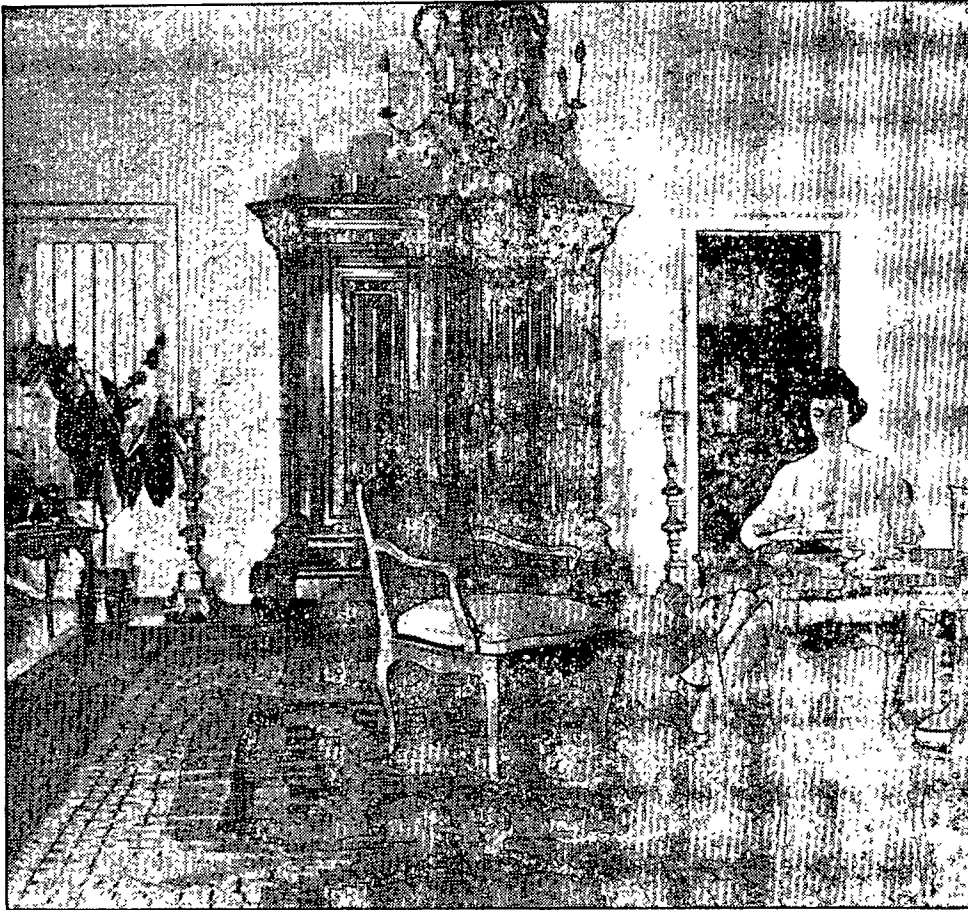
Zunächst freilich kommt das Geschäft nur langsam in Gang: Es gibt weder Angebot noch Nachfrage, erhebliche Bestände sind zudem von Bomben zerstört worden oder stehen in Häusern, die von den Alliierten beschlagnahmt sind. Wer etwas gerettet hat, setzt es in Butter um, in Zigaretten, in Dollars. Einige kunstverständige „displaced persons“ kaufen en gros ein; vereinzelte Besatzungsoffiziere ramschen Vermögen zusammen.

Es wird 1952, bis die Stagnation einer jähen Konjunktur weicht. Zwar: Seit einigen Jahren wurde wieder gut verdient, aber man gab das Geld vorerst für das Dringendste aus, für Schuhe, Kleidung, Wohnung, für den Aufbau eines Geschäftes: So bleibt für den Luxus wenig. Etwa 1952 aber scheint der erste Bedarf gestillt, und wieder sind es neue Schichten von Besitzenden, die den Anfang machen, und wieder sind es die Verschämten, aus deren Vorrat die Händler ihre Lager füllen.

Welcher Art diese neue Kundschaft ist, läßt sich an dem pfliffigen Trick einiger Händler erkennen: Sie engagieren Ver-



Marga Schlieker, Ehefrau des Düsseldorfer Stahl-Industriellen, in ihrem Boudoir



Elisabeth Schörner, Tochter Thomas Dehlers, in ihrem Bonner Elternhaus*



„Stern“-Chefredakteur Henri Nannen, Frau Marfa, Hamburg

käuferinnen aus gräflichem oder freiherrlichem Geblüt — Damen, denen zwar keine speziellen kunsthistorischen Kenntnisse eignen, die aber dem Stück, das der Kunde aus ihrer Hand entgegennimmt, einen eigenen Glanz verleihen.

Die Konjunkturwelle schlägt hoch, und die Antiquitätenhändler, die von ihr profitieren, haben ihre eigene Meinung. Otto Bernheimer zum Beispiel kommentiert: „Es ist ganz einfach; die Leute haben gehört, daß Kunstsachen mit der Zeit immer mehr im Preise steigen, sie legen ihr Kapital an, sie spekulieren.“ Ein anderer renommierter Händler macht von dem gern geübten Recht, über die Kundschaft, wenn einmal bezahlt ist, noch ein paar Worte zu verlieren, auf andere Weise Gebrauch: Er mokiert sich über „eine Kategorie halbgebildeter Snobs, wissen Sie, Damen in teuren Roben mit dem Scheckbuch des Herrn Gemahls, der schwer arbeitet. Die glauben nämlich, sie verstehen was, und halten sich für Sammlerinnen. Ich sage Ihnen, die haben Vorstellungen.“

Was es da für Vorstellungen gibt, ist zuweilen in eleganten Zeitschriften nachzulesen — so etwa in dem Golddruck-Journal „Film und Frau“, das sich speziell als Manager der Kunstsammler-Hausse betätigt: „Kunstsammler sind wie Liebende“, so schwärmt die Zeitschrift. „Vom ersten Wohlgefallen an einem schönen oder auch nur skurrilen Gegenstand oder vom jähen ‚coup de foudre‘, der sie beim Anblick eines begehrenswerten Objektes trifft, bis zum ruhigen Glück des Besitzens machen sie alle Phasen der Sehnsucht und Qual, des Kämpfens und Ermattens, der Werbung und Erfüllung durch, die ein Mann an sich erfährt, wenn er um eine nicht alltägliche Frau ringt.“

„Selbst im Traum noch verfolgt sie der Schneeschimmer alten Porzellans, das starre schwarze Augenpaar einer sienesischen Madonna oder das seltsame Intarsienmuster einer Schatulle aus dem Rokoko. Sie machen weite Reisen um ihrer Liebe willen, sie drängen sich, obwohl sonst auf Abstand bedacht, in überfüllten Auktionssälen, sie verschwenden ganze Strategien an den schmutzigen Händler auf dem Trödelmarkt, der inmitten seines Gelumps ahnungslos eine angeschlagene Dose aus der Marcolini-Zeit aufgebaut hat.“

Im rauheren Reich der Realität dürften allerdings die romantischen Schätzsuchenzeiten, in denen Kenner in Trödelbuden noch Entdeckungen machen konnten, so gut wie vorüber sein. Freilich sind auch die spezialisierten Sammler, wie sie Wilhelm von Bode heranzog, nach übereinstimmender Meinung der westdeutschen Kunsthändler weniger geworden. Es fehlt zudem die anerkannte Kapazität, die — wie einst Bode — den Geschmack der finanzstarken gesellschaftlichen Oberschicht prägt.

Den Stil bestimmen die Prominenten des Massenzeitalters, die Filmstars oder die Couturiers, die sich „Modeschöpfer“ nennen. Der Berliner Couturier Heinz Oestergaard etwa, so wird berichtet, „nennt ein winziges, strohgedecktes Häuschen mit altmodisch verträumten Heckenrosengärten ... sein eigen ... Die Möbel sind Empire. Im Wohnzimmer steht ein selten schöner englischer Empire-Eckschrank.“

„Über dem Daunensofa, mit rot-weiß gestreiftem Damast bezogen, hängt ein französisches Gemälde aus dem 17. Jahrhundert. Es zeigt einen edlen weißen Jagdhund, der einen Hasen verbellt, vor einer Wald- und Wiesenlandschaft, in die ein Schloß eingebettet auf einem Hügel liegt.“

* Thomas und Frau Irma Dehler haben ihre Wohnungseinrichtung über Jahrzehnte gesammelt und ergänzt.



Anneliese Grundig, Ehefrau des Rundfunk-Industriellen Max Grundig, Nürnberg-Fürth

Der winzige Speiseraum ist in Smaragdgrün und Silbergrau gehalten. Eine Wand ist smaragdgrün getüncht, darauf nehmen sich die kostbaren Wandteller mit ihren durchbrochenen vergoldeten Rändern wie Juwelen auf Samt aus.

„Die gegenüberliegende Fensterwand verschmilzt zusammen mit den Satin-Duchesse-Vorhängen in silbriges Grau, wobei der seidige Stoff zur etwas rauhen getünchten Wand in reizvollem, glänzend-stumpfem Kontrast steht. Ein Gemälde von Ganymeds Vertreibung aus dem Olymp nimmt fast die ganze Stirnwand ein. Man speist am ovalen Tisch, bei Kerzenlicht, das von silbernen Empire-Leuchtern erstrahlt.“

Der Einfluß, den solche im Hofton gehaltenen Berichte auf die finanzkräftige Kundschaft der Antiquitätenhändler üben, ist in der Tat beträchtlich. Zu den Käufern der Antiquitätenhändler zählt aber noch eine andere, viel weniger finanzstarke Schicht. Sie rekrutiert sich aus jenen Sekretärinnen, gehobenen Angestellten, jungen Akademikern, die den Einheitsstil ihrer mit standardisierten Anbaumöbeln aus billigem Holz gefüllten Kleinwohnungen wenigstens mit einem Schrank, einer Truhe durchbrechen wollen: Der Uniformität des Industrieproduktes wird bewußt ein Individualprodukt gegenübergestellt. So aber kommt es auch, daß zum erstenmal in der Geschichte des deutschen Kunsthandels die Nachfrage das Angebot übersteigt, vor allem bei Durchschnittsstücken.

Der Händler verfügt bei seinen Einkäufen in der Regel nur über drei Quellen: Er erwirbt neue Stücke aus dem Nachlaß eines verstorbenen Sammlers, bei einer Auktion oder bei seinem Kollegen. Die guten Claims, in denen sich vor wenigen Jahrzehnten das Schürfen als ergiebig erwies — etwa die Trödeläden in Italien, die Schlösser einiger in der Inflation verarmter Adliger —, sind ziemlich restlos ausgebeutet. Aus dem Publikum bekommt der Händler wenig Angebote: Wer günstig kaufen will, gibt seine Stücke oft zur Auktion — in der vielfach gerechtfertigten Annahme, dort Höchstpreise zu erzielen: Bei den Auktionen strömen Sammler und ein elegantes Publikum zusammen, und die Gebote treiben die Preise hoch.

Damit bei Auktionen Manipulationen verhindert werden, die den Kurs zu versteigernder Gegenstände allzu ungebührlich in die Höhe treiben, sind bereits in den zwanziger Jahren in Preußen und anderen Ländern Sicherheitsbestimmungen erlassen worden. Sie verbieten alle Handlungen, die auf eine Täuschung des Bieterpublikums abzielen, indem etwa

- ▷ die Versteigerung einer bekannten Sammlung angekündigt, das Publikum aber durch das Hinzufügen der Buchstaben „u. a.“ über die Herkunft der Stücke im unklaren gelassen wird;
- ▷ in den Katalogen minderwertige Kunstgegenstände leichtfertig namhaften Künstlern zugeschrieben werden;

▷ mit Hilfe von Strohmannern das Preisniveau für bestimmte Objekte künstlich gehoben oder gesenkt wird.

Solche Bestimmungen bieten zwar einen gewissen Schutz vor betrügerischen Machenschaften; sie können aber keinesfalls die Überhitzung kühlen, zu der es zuweilen in Auktionssälen kommt. Musterexempel für eine solche Massenekstase war die Veräußerung des Inventars von Schloß Höhenried am Starnberger See im September 1955. Die einstige Besitzerin, eine etwas exzentrische Amerikanerin namens Wilhelmina Busch-Woods, hatte zu Lebzeiten eine recht sonderbare Ansammlung von Kunst und Kitsch angehäuft, die nun unter den Hammer geriet.

Was sich bei der Versteigerung ihrer Sammlung abspielte, wurde in der „Süddeutschen Zeitung“ so beschrieben: „Die Kunde von der Versteigerung eines garantierten echten Schloßbesitzes ist in alle Winkel der Bundesrepublik gedrungen, und Leute, denen zum Schmuck ihrer repräsentativen Wohnstätte gerade noch ein Barockengel oder ein Renaissance-Büfett fehlt, haben sich von überallher zum Starnberger See aufgemacht. . . . Aus den Villenvororten Münchens ist die vornehme Welt aufgebrochen, vor allem die Damen.“

So kam es, daß der Preis für Kitsch-Neger von 2 auf 50 Mark stieg und daß eine Messing-Häusglocke 250 Mark erbrachte. Bei drei Berliner Porzellanplatten steigerte ein Liebhaber noch bis 70 Mark mit, der Zuschlag erfolgte bei 1400 Mark. Eine Kinder-

wiege, mit 500 Mark taxiert, erhielt als letztes Gebot 2450 Mark. Zwei Nachtkästchen, geschätzt auf 1500 Mark, wurden für 5800 Mark zugeschlagen. Ein Refektoriumstisch brachte es von 1700 auf 6300 Mark, eine Strahlenmadonna von 300 auf 1700 Mark.

Nicht ein einziges Stück, das der Auktionator Ruff ausbot, blieb unverkauft. Was der Höhenried-Auktion einen besonders kuriosen Anstrich gab, war die Tatsache, daß die — nicht sehr zahlreichen — guten Stücke aus der Busch-Woods-Sammlung die relativ geringsten Preise erbrachten. Am besten gingen Puppen, künstliche Blumen (sieben Stück 100 Mark) und Lampen, die aus schmiedeeisernen Friedhofskreuzen gebastelt waren.

Der Nimbus einer Schloßherrin fehlte zwar, als im vergangenen Monat das Inventar des Düsseldorfer Cafés Weitz verauktioniert wurde, das Publikum aber, „in Persianercape und Borsalinohüten“, so berichtete die „Süddeutsche Zeitung“, trieb die Offerten in Preisregionen, „als habe es gegolten, das antike Inventar eines Fürstenschlosses zu ergattern und nicht eine bürgerliche Kaffeehaus-Ausstattung im Gelsenkirchener Barock. Die Angebote der wenigen Besonnenen gingen unter im Hohngelächter derer, die dicke Briefaschen mitgebracht hatten.“ Im allgemeinen Getümmel wurde für kleine, gebrauchte Silbertablets mehr bezahlt, als neue im Laden kosten. Ein Messingkasten mit Zierpflanzen fand für 107 Mark einen Käufer. „Als zu guter Letzt die Tafelung aufgerufen wird, will eine Frau wissen: „Gibt es das Bild auch dazu?“ Leider war es nicht zu haben; denn es war ein Freskogemälde.“

Bei so stürmischer Nachfrage, die sogar vor den Besteck-Kästen der Caféhäuser nicht haltmacht, ist es kaum verwunderlich, daß die Preise innerhalb weniger Jahre um ein Vielfaches anstiegen. Gleichzeitig sind freilich in Frankreich, Italien und Tirol ganze Fälscher-Industrien aufgeblüht, deren Produkte in der Regel allerdings recht verdächtig aussehen, so daß ein Händler, der solche Möbel anbietet, Gefahr liefe, mit seiner Kundschaft in Konflikt zu geraten. Die Literatur über Fälscher-Tricks (Behandeln mit Staub und Schmutz, künstlicher Wurmfraß, „Härtungsverfahren“ für gepreßtes Holzmehl,



Schloßherrin Busch-Woods
„Herziges G'schau“

Vergoldungen aus Kupfermischungen) wird dennoch immer umfangreicher.

Smartere Händler finden nämlich nichts dabei, „restaurierte“ Stücke auf den Markt zu werfen, wobei in extremen Fällen der erhaltene Sockel einer Vitrine schon als ausreichende Grundlage angesehen wird, um den Rest — die Vitrine — zu „ergänzen“. Aus Lehnstühlen werden durch Zerschneiden des Gestells und Einfügen einer Rücklehne in die beiden echten Seitenteile Kanapees, aus einer vierschubigen Kommode, die in der Waagerechten halbiert wird, entstehen in solchen Werkstätten zwei Schränke; Betten werden zerlegt und zu drei oder vier Exemplaren verarbeitet, desgleichen Tische, Truhen und Sekretäre.

Seriöse Firmen machen den Käufer allerdings auf jede noch so kleine Ergänzung eines Schubladenbretts, einer Leiste, eines Beschlags aufmerksam. Der Kunde erhält volle Garantie auf das Möbel. Kopien und Imitationen von alten Stücken, die ausdrücklich als solche verkauft werden, führt auch Otto Bernheimer in einer eigenen Abteilung.

Derartige Imitationen werden meist auf den Ratschlag von Innenarchitekten an-

geschafft, die das Heute mit dem Gestern zu verbinden trachten. Die Erfindungsgabe einiger Innenarchitekten respektiert offenbar keine Grenzen: Obwohl es weder im 18. noch im 19. Jahrhundert Couchtische gegeben hat, werden solche Möbel kühn „im Stil der Zeit“ mit kurzen Beinen angefertigt, oder es werden barocke Bücherregale und Empire-Diplomaten-schreibtische entworfen.

Spitzenprodukte dieses Unterfangens, Vergangenes mit Gegenwärtigem zu mischen und so den Gerätschaften von ehedem zu modischem Nutzen zu verhelfen, finden sich inzwischen in manchem kostbar ausgestatteten Haushalt. Dazu gehören etwa die Barockorgel, die als Hausbar eingerichtet wurde, oder die Renaissance-Truhe, die als stilreine Emballage für Fernsehgeräte dient; dazu gehören ebenso die Sänften, die zeitgemäß als aparte Fernsprechkablen genutzt werden. Aus rustikalen Kinderwiegen entstehen Blumenbehälter, alte Meßgewänder werden zu Flügeldecken, gotische Madonnen zu Bücherstützen. Am siebenarmigen Leuchter aus einer Synagoge lassen sich Zigarren anzünden.

Hochkonjunktur haben seit Jahren die Barockengel. „Es ist chic“, mokierte sich der Schriftsteller Erich Pfeiffer-Belli, „Barockengel zu besitzen, mag die wonnig verquollene Anatomie dieser Himmlischen noch so verquer erscheinen. Man muß glauben, alle Dorfkirchen und Kapellen vom Bodensee bis nach Oberbayern, bis hinein nach Salzburg, Tirol und Kärnten seien bis auf den letzten und trübsinnigsten Engel, den häßlichsten Seraph, den plumptesten Gottesboten ausgeplündert worden... Er braucht beileibe nicht von Ignaz Günther oder Johann Baptist Straub zu sein, es genügt, daß er ein herziges G'schau hat, irgendwo rückwärts belustigende Rundungen, und — natürlich — Grübchen, Grübchen, wohin das Auge blickt.“

In der Tat ist das „herzige G'schau“ für die Preisbildung nicht unwesentlich. Von der Münchner Antiquitäten-Messe ließ sich die „Frankfurter Allgemeine“ berichten: „Bildnisse entzückender junger Mädchen im Geschmack des Dixhuitième (des 18. Jahrhunderts) sind Trumpf. Das Bildnis eines Greises muß schon von Holbein sein, um sich zu verkaufen.“

Es gibt regionale Unterschiede des Käufergeschmacks: Alte englische Möbel etwa, die in Norddeutschland begehrt werden, sind in Süddeutschland schwerer abzusetzen, umgekehrt ist die Invasion der Barockengel im Norden weniger spürbar. Zudem wird nicht alles gleich hoch bewertet, nur weil es alt ist. Das Barock erzielt heute viel höhere Kurse als etwa das Biedermeier.

„Wahrscheinlich einfach zu bürgerlich“, so kommentiert der Antiquitätenhändler Johann Keller. „Das Biedermeier war halt eine arme Zeit, und die Möbel sind entsprechend wenig dekorativ ausgefallen.“ So kostet ein Barock-Raum heute das Vielfache eines Biedermeier-Zimmers gleicher Größe. Otto Bernheimers Maria-Theresia-Fauteuils — 90 000 Mark das halbe Dutzend — sind noch längst nicht das Teuerste, was auf dem Markt feilgeboten wird.

Der Verbandschef des deutschen Antiquitätenhandels, Otto Bernheimer, beobachtet die kostspieligen Neigungen des Publikums, die aufs angenehmste in seinen Konten zu Buch schlagen, mit kühlem Interesse. Wie er, so sind die meisten Kunst- und Antiquitätenhändler davon überzeugt, daß die Mode, sozusagen mit Goldschnitt zu wohnen, noch lange andauern werde. Dr. Gustl Böhrer dagegen, Inhaber einer der größten Firmen der Branche, ist dessen nicht so sicher: „Ich glaube“, sagt er, „die Leute werden die Schnörkel eines Tages über haben.“



Versteigerung in Schloß Höhenried: Eine Kinderwiege für 2450 Mark