

# KEYNOTE

## General Director of RKD – The Netherlands Institute for Art History, The Hague

*Chris Stolwijk*



*State of the Art Archives, Berlin 2017, Chris Stolwijk © Photo: Robert Gruber*

Excellencies, dear ladies and gentlemen, dear colleagues, dear friends, it is a great honour and privilege to lecture here in Berlin today, commemorating ZADIK's 25th anniversary. As a colleague, as an art historian, as a researcher, and as a 'user' of ZADIK's 'Art Dealers' Archives' and holdings over the last decade, I want to congratulate ZADIK's board, Prof. Herzog and his team, and the co-organizers wholeheartedly, wishing the art archives a long and healthy life. Besides, I want to thank the co-organizers of this symposium: the Department of Art History at the University of Cologne, basis wien – Documentation Centre for Contemporary Art, and the Institute of Modern Art Nuremberg. I also want to take the opportunity to thank my colleagues Monique Hageman, Nora Koldehoff, Megan Fontanella, and Stefan Koldehoff.

Some years ago, we went on a research journey that, finally, led us to the German capital, where the Thannhauser Gallery bloomed in the 1920s.

## Resources

Resources such as the ZADIK, the Getty Research Institute in Los Angeles, the Frick Reference Library in New York City, and the RKD, to name only a few, can—with their holdings of art dealers' archives—open wider fields of research concerning provenances, distribution, and reception of individual works of art and the (international) art trade. These archives provide scholars with a wealth of information about artworks that have come into the art market and about the reception of art and artists during specific periods of time. They show, for example, how art dealers managed to popularise previously little-known artists, establishing their names on this market by highlighting their art-historical significance and positioning them in exhibitions.

This kind of key data can be presented in conjunction with other art histories: the history of art galleries and their stocks, the history of an international clientele, the marketing history and the way art galleries tried to influence the market. Art archives such as the Thannhausers' also enlighten personal and family histories. Ever since the end of the Second World War, Nazi-looted art and restitution questions have raised issues and disturbed international society. The Thannhauser Galleries' records can provide building blocks allowing to reconstruct provenances of artworks and collections, and thus making an important contribution in resolving some of the issues raised. These resources are invaluable, indeed.

Whilst preparing this lecture, I realized that ZADIK's 25-year existence more or less covers my own personal history in this research field. Since my PhD research on the status of art and artists in the Netherlands in the second half of the nineteenth century in the early 1990s (research into a transnational perspective of art and the migration of people), objects and ideas have boomed. An essential aspect of this research is the history of patronage and the development of networks, institutional and otherwise, including international art trade and its clientele. This contributes to a better understanding of the "afterlife" of art and artists in terms of reception and to the establishment of a canon.

## Kunstmarktforschung

Today, I will focus on the contribution of Kunstmarktforschung to art history in general, and on art dealers' archives in particular. I will do this by presenting, as a *pars pro toto*, the research on the archives of the Thannhauser Gallery that has been conducted over the last decade.

Kunstmarktforschung can shed new light on the history of art galleries, on the international art-buying public (collectors), on the ways art trade played an important role in distributing and promoting works of art, on the reception of a particular artist, on the provenance and collecting history, on the creation of a canon of ‘modern artists’, and, ultimately, on the development of expertise and connoisseurship. By focussing on Thannhauser and Van Gogh, by exploring different archival materials and documents from the Thannhauser Archive (including sales ledgers, correspondence, books, and exhibition catalogues) and its unique Kundenkartei (client card index), I want to stress out the importance of art archives as invaluable resources and Kunstmarktforschung as a much-needed methodology in the art-historical field.

## Broader Approaches

Before delving deeper into these archival materials and documents, several broader approaches of Kunstmarktforschung can be identified. Firstly, the most traditional and most common one is the monographical study, which focuses on an individual artist, his or her position on the art market and connections with the trade.

Secondly, prosopographical research, a collective biography, into art and artists concentrates on a group of artists. Research follows this group through time and/or at a specific location. Considerable attention is paid to institutional networks and mechanisms. Research and exhibition projects such as *Dutch Utopia: American Artists in Holland, 1880–1914* (2009) or *Retour de Paris: Dutch Artists in Paris*, a research-based exhibition in Amsterdam and Paris in 2017 and 2018, are just examples of this approach.

Thirdly, a similar prosopographical methodology is employed in research into specific art markets and art dealers. In *The Rise of the Modern Art Market in London, 1850–1939* (2011), these markets are examined from different points of view. During the last years, there has been much research into individual art galleries and dealers and their networks of artists and collectors, too. An early example is *Theo van Gogh (1857–1891): art dealer, collector and brother of Vincent* from 1999, followed by, among others, *From Cézanne to Picasso: Masterpieces from the Vollard Gallery* (2006), *Van Gogh’s Twin: The Scottish Art Dealer Alexander Reid* (2010), and *Discovering the Impressionists: Paul Durand-Ruel and the New Painting* (2015).

Finally, research can focus on the relationship between the art market and a single artist, as in *Making Modernism: Picasso and the Creation of the Market for the Twentieth-century Art* (1996), or on the relationship between a single gallery or dealer and a single artist.

## Van Gogh's Afterlife

As far as research into the afterlife of Van Gogh and his works is concerned, this approach was first adopted by the end of the 1980s with *Vincent van Gogh and Paul Cassirer, Berlin: The reception of Van Gogh in Germany from 1901 to 1914*. This approach, based on documentary material and on combining inventories, exhibition lists, letters, documents and other materials from the Van Gogh family estate with Cassirer's records, came to great fruition. It laid a foundation for research looking specifically at provenance, reception, and collection history. During the period from 1905 to 1925, the Berlin gallerist Paul Cassirer was undoubtedly the greatest promotor of Van Gogh in Germany. Cassirer has been the subject of numerous publications, including *Kunstsalon Cassirer*, a monumental publication by Bernhard Echte and Walter Feilchenfeldt.

Van Gogh died in 1890, and according to the artist Emile Bernard, the future of his work laid in France. However, due to the efforts of Jo van Gogh-Bonger, the widow of Vincent van Gogh's younger brother Theo, and a network of friends and critics, there were already exhibitions organized in his homeland in the early 1890s. These generated attention in the press, stimulated early sales and presentations at art galleries and artists' societies. Around 1900, greater awareness of Van Gogh's oeuvre was further promoted, also on an international scale. By 1905, when the first retrospective of the artist was organized in Amsterdam fifteen years after his death, Van Gogh's works had found their way to collectors, museums, and art dealers. Van Gogh's reputation was starting to spread indeed. In recent years, detailed studies have been published about Van Gogh and the art market, including *The Account Book of Theo van Gogh and Jo van Gogh-Bonger* (2002). With these studies, we also get a sense of the deft way in which the public was made aware of Van Gogh's key role in shaping 'modern' art in Europe. The art trade's contribution was crucial here.

## Thannhauser Galleries

By contrast, the history and impact of the Thannhauser art dealer-family and its operations in Germany and Switzerland have only been explored in a piecemeal way. Up to the Second World War, the gallery numbered among the most important and most influential ones in Europe. The major role of the firm's branches in Munich, Berlin, and Lucerne has only been topic of very little systematic research. The undoubted quality of Van Gogh's work, the success it enjoyed, at first with private collectors and later with public collections in Europe and in the United States, was not simply down to chance: It was also the result of some targeted measures.

More than half a century of dealings by the Thannhauser Galleries provide an insight into the reception of Van Gogh in the first half of the twentieth century, the rise of art-historical scholarship, and the way art dealers, critics, artists, and collectors endeavoured to ensure Van Gogh a place as one of the pioneers of modern art in the canon of Western European art history. However, the history of the Thannhauser Galleries cannot be viewed in isolation, but has also to take broader socio-economic and political contexts into account. The dramatic developments in Europe left deep scars in the personal and professional life of the Jewish Thannhauser family, who had lived in Germany for centuries. During the First World War, when the international art market came to a virtual standstill, Justin Thannhauser fought for his native country. Germany suffered runaway inflation in the early 1920s and a deep recession after the Wall Street Crash of 1929. In 1933, the Nazis embarked on their horrifying persecution of their Jewish compatriots, and in 1937, the Thannhausers had to pay the compulsory emigration tax and had to flee the country for good, abandoning much of their properties. Eventually, in 1941, they reached New York, where they found a safe haven.

## Moderne Galerie

Around 1900, the future for the Thannhausers looked very different. At that time, Van Gogh's star as an important representative of the most progressive art movement swiftly rose. Exhibitions enabled the public to see his art that some regarded as the product of a disturbed mind and others as the work of a genius. The sale of his work increased his visibility and established his reputation. By the time Josef Brakl and Heinrich Thannhauser put on their Van Gogh show in their Moderne Kunsthandlung in Munich in 1908, Van Gogh was no longer a complete unknown

artist in Munich either. In February and March 1903, the public could see seven of his works at the Spring Exhibition of the Munich Secession, where *Enclosed Field in the Rain* (F650) and *Orchard in Bloom with Poplars in the Foreground* (F516) were purchased by the progressive museum director Hugo von Tschudi.

In 1909, Heinrich Thannhauser established his own *Moderne Galerie* as a place for modern art. With some two hundred contemporary works by German artists, such as Liebermann and Von Uhde, and fifty-five works of Impressionist and Post-Impressionist art by Degas, Manet, Monet, Pissarro, and Renoir, the opening exhibition was impressive.

Heinrich Thannhauser as a former entrepreneur in the fashion and lighting sector had plenty of experience in presenting luxury articles to a modern public. He used the formula of modern paintings in conjunction with new interior design successfully. Housed in the magnificent Arcopalais, the gallery had several beautifully furnished exhibition spaces, with an intimate atmosphere that made a deep impression: "Seeing the painting in an interior, this is the key feature of the modern art salon", one critic wrote. The *Moderne Galerie* had the "character of a gentleman's residence. [...] Here one does not feel one is in an overcrowded sales room in a picture market; it is like the welcoming home of a collector: attractive modern furniture makes these individual rooms comfortable", another journalist declared. Thannhauser's business motto in those days—reasonable prices, identical for everyone, and strictly non-negotiable—speaks volumes in this respect.

In designing his *Moderne Galerie*, Thannhauser sought to raise contemporary art to the status of the museum and of the canon. He developed an ambitious program of exhibitions. He staged large shows of contemporary art from Germany and beyond, for which he could call upon collectors, the stock of fellow dealers and his own purchases, holdings, and commissions. The spacious exhibition rooms provided the opportunity to present works without clutter, on a more individual basis, and filling the walls from skirting to ceiling was not necessary, so that visitors could devote their full attention to the objects and follow the development of an artist, often in conjunction with the work of his contemporaries.

## Ambitious Program

In 1927, Heinrich's son Justin Thannhauser opened a new gallery building at number 13 on Berlin's tree-lined Bellevuestraße. The open and transparent quality distinguished it from almost every other gallery in the

capital. Any art enthusiast, out for a stroll, could see immediately what awaited him within. Inside, Thannhauser further developed an ambitious program of exhibitions again, and staged large shows of contemporary art. The new exhibition rooms in Berlin provided the opportunity to present works without clutter, too. Discretion characterizes international art dealing. For special clients, there were rooms on the upper floors where exclusive viewings could take place and prices could be negotiated.

To accompany these museum-like shows of contemporary art in the tastefully furnished interiors, Thannhauser made shrewd use of publicity. He published lavishly illustrated catalogues in a range of price brackets, with commissioned essays by authoritative art historians and critics, placing the works in a historical context and justifying their presence in the show. Thannhauser made clear that he wanted to focus on “the group of progressive artists, who have by and large united and gathered in the German Secession”, and on international trends arising out of (French) Impressionism and Post-Impressionism. To promote modern French art, Thannhauser turned to Rudolf Meyer Riefstahl, who was to become a renowned connoisseur of Islamic art in later life. In the years leading up to the First World War, the *Moderne Galerie* staged shows of works—some large, some more modest—by artists such as Cuno Amiet, Van Gogh, Gauguin, and Picasso. The gallery presented Van Gogh as an example of international development, not as a German artist, the approach adopted in the nationalistically, geographically, and psychologically biased art literature of the day. As well as selling the work of established artists, it was also important to support “promising young painters”. Thannhauser focused on those associated with the Secession and, from 1909 onwards, also on the members of *Neue Künstlervereinigung München* (Alexej von Jawlensky, Franz Marc, August Macke, Marianne von Werefkin, and Wassily Kandinsky) and *Der Blaue Reiter*. Additionally, Thannhauser gave his support to the Expressionist *Künstlervereinigung Sema* (Klee, Kubin, Oppenheimer, and Egon Schiele).

At the same time, the art trade was faced with the still meagre art-historical documentation about Van Gogh’s oeuvre. The artist’s work had certainly generated a great deal of attention, several serious art-historical publications had appeared and various editions of his letters and excerpts from them had seen the light, but it was not until 1928, that Jacob-Baart de la Faille brought out the first extensive catalogue raisonné. Before that, the Thannhausers and all the others had to rely on traditional mutual trust, their own differentiation skills, and the opinion of experts and their

attributions. Despite these time-honoured practices, the authenticity of *Flowers in a Vase* (cat. 9), that in 1916 was praised as a Van Gogh from his Paris period in which his “power” could already be seen, was rejected even before 1928.

## Marketing Van Gogh

The basis on which all the promotional measures—we would call them “marketing tools” nowadays—are founded is the trust between a company and its customers. When a collector came to the gallery to acquire not just a tangible asset, but effectively a piece of art history, the member of staff attending to them was not merely a salesperson or middleman, but also, and primarily, an expert in whom the customer could place his trust. This contributed crucially to the success of the Thannhauser Galleries.

From the very start, the Thannhauser Galleries managed to reach an international clientele. The Galleries’ most important working tool was its client card index, the so-called Kundenkartei. Placed in wooden boxes, it provides detailed—but strictly confidential—information about previous sales discussions and the current state of negotiations. In addition to the index, there are sales and purchase ledgers, correspondences, and the tiny pocket-books which Justin Thannhauser used to note down, in microscopic handwriting, any new information he obtained about a particular artwork or client.

Client records represent one of the most privileged and closely-guarded sources of information about any gallery anywhere in the world. As a scholar I had never come across such a source till the Thannhauser archives were opened in 2005. This old card index file contains information about purchases and sales by collectors. Information about their finances. Information about personal likes and dislikes. Information about rivalries with other collectors. Knowledge of their interests, what works they owned, what items they might be prepared to buy or sell—and at what price—constituted an invaluable asset that could affect deals for years and decades in the future. Besides gathering this kind of information, the Thannhauser Gallery collected material such as expert reports, photographs, correspondences, and hints to other collectors who might be looking to buy. This pertains particularly to the relation to Van Gogh. Only very few members of staff had access to the (client) records, which often contained confidential information unknown even to the clients themselves. The main concern, however, was to keep the information from the competition, in order to preclude the clients from switching to

another gallery that might offer better terms. Special information is to be found in the Thannhauser archive, too. Thus, after a visit by the wife of the London-based mining entrepreneur and “King of Copper” Sir Alfred Chester Beatty in 1935, Thannhauser’s colleague Siegfried Rosengart noted on the client card: “Wildenstein said to Justin Thannhauser: ‘I’ll never manage to sell anything to Mrs. Beatty—you have to be a drinker to be able to do that. That’s a job for Paul [Paul Roemer—another member of staff]; that’s what he did with Mrs. Chester Dale’.”

Just as important as these details, which could influence negotiations, was the information about clients’ visits and conversations concerning the clients’ own collections—and thus, about the location of works that the Thannhausers or the current owners might offer for sale. After a visit of the Swiss entrepreneur Georg Boner, for example, Paul Roemer noted: “Owns Van Gogh—still life w. yellow books—shown at the exhibition *The Still Life* at the Galerie Matthiesen in 1927.” In some cases, the client records have preserved information about private collections that don’t exist any longer and that no catalogues or other material were ever published about. Such lacunae have often arisen as the owners of some collections were Jewish. They were persecuted, murdered or driven out of Germany after 1933, their artworks being ransacked or stolen.

## Sales

Up to ca. 1920, roughly one in every two works sold by Thannhauser went to a non-German buyer. They included the Basel-based industrialist and collector Rudolf Staechelin, the Danish collector Christian Tetzgen-Lund and the Czech-born conductor, composer and art-dealing collector Josef Stransky. Nowadays, Stransky’s collection, with important works by Cézanne, Gauguin, Manet, Monet, Picasso, and Van Gogh, is regarded as exemplary. As a partner in the New York gallery E. Gimpel & Wildenstein (from 1933 called Wildenstein & Co.), Stransky was relevant to opening up the American market. In 1920, Stransky acquired the *Portrait of Camille Roulin*, which had previously belonged to Meier-Graefe. Although Thannhauser offered some works from Van Gogh’s Dutch and Paris periods, the interest of the art-buying public seems to have focused on Van Gogh’s later work, which could be placed in Meyer Riefstahl’s international line of Cézanne, Gauguin, and Seurat more easily. Four of the twenty paintings Thannhauser bought and sold were from the Paris period and as many as twelve from the 1888–90 period. The Moderne Galerie moreover dealt almost exclusively in paintings.

After the opening of the Lucerne branch in 1919, the Thannhauser Gallery endeavoured to provide an even better service for their international clientele and a range of major exhibitions were staged. In June 1927, Justin Thannhauser opened Bellevuestraße Berlin. Thannhauser presented himself in the way that had proved successful since 1909. In the spacious exhibition rooms, the gallery staged museum-standard retrospectives of German, Impressionist, and Post-Impressionist art (1927), Monet (1928), Gauguin (1928), and Matisse (1930).

The weak market of these years is evident in the sales ledgers. Until 1927, the gallery only managed to get eleven Van Gogh paintings. And sold six. They included the impressive *Portrait of Joseph Roulin*, sold on to the furrier Bernhard Mayer from Zurich in 1926. The Leicester Galleries had bought the painting from Jo van Gogh-Bonger in January 1924 for the (then) National Gallery, Millbank. The same month, she took it back in exchange for *Sunflowers* (F454). In February 1924, Thannhauser started trying to find a new owner for it. Up to the sale in 1926, the client records contain some fifty offers to collectors, dealers and museums worldwide. In June 1925, for instance, it was noted, that Lilly Fischel from the Kunst-halle Karlsruhe was able to come up with a higher price and meet the terms and conditions, but the Art Institute of Chicago, the Museum Bres-lau, the Minneapolis Institute of Art, and other museums, several dealers and collectors had also shown serious interest. In the end, *Portrait of Joseph Roulin* went to Bernhard Mayer for 46,500 Swiss francs, whereas in May 1924, it had been offered to the Art Institute of Chicago for 70,000 Franken.

Up to the time when he was forced to leave Germany in 1937, Thannhauser was associated with the dealing of some sixty works. It can be said with a degree of certainty, that around one in five of these sixty works went to a German buyer. There was still little interest in Van Gogh's earliest paintings. Most works, particularly those from the later (the French) period, went to collections of non-German buyers: to Argentina (1), Australia (2), France (3), Norway (1), Czechoslovakia (1), the United States (12), and Switzerland (4).

## *Cypresses*

The most eye-catching work handled in this period was undoubtedly *Cypresses*, now in the Metropolitan Museum of Art in New York. After Thannhauser had acquired it from the heirs of his client Fritz Meyer-Fierz in October 1923, more than eight years of intensive marketing and offers

followed. *Cypresses* was shown to clients at least 165 times; almost every client—collectors, dealers, museum directors—in Thannhauser's client files must have seen it. In December 1923, Bryson Burroughs, director of the Met, could have purchased it for a "public-pleasing" price of 17,000 US dollars, but the museum had to wait until 1949 to add the painting to the collection for what was undoubtedly a much higher price, again through Thannhauser's.

*Cypresses* was an important calling card for Thannhauser as an example of Van Gogh's extraordinary contribution to modern art. The work was displayed in Thannhauser's first Berlin exhibition at the Berliner Künstlerhaus from January to February 1927. It was the key piece among the 263 works at the grand opening of the new gallery in Berlin. It was positioned in the window of the Berlin gallery. It could be seen at Bernheim-Jeune's from June to July 1927. And it appeared at the very first (loan) exhibition of the Museum of Modern Art in 1929.

The sale of *Cypresses* provides a fascinating insight into the sales operations of the Thannhauser Galleries. Until early 1925, the house offered the painting for a price between 85,000 and 125,000 Swiss francs. In 1925/26, the asking price gradually rose to 200,000 francs, more than twice as much. In February 1929, Ludwig Justi, director of the Nationalgalerie Berlin from 1909 to 1933, was asked to pay 250,000 francs for it. A few months later, *Cypresses* was insured for 120,000 US dollars for the exhibition in New York, seven times the sum at which it had been offered to Bryson Burroughs of the Met five years earlier.

After the stock-market crash in October 1929, the price of *Cypresses* fell rapidly because of the dire economic situation and the galloping inflation. In August and September 1931, it was offered to the well-known collector Harry Bakwin, to Rodolphe Baron Meyer de Schauensee, and to the manufacturer and collector Otto Krebs for around 50,000 US dollars, 60 % less than the insured value in the summer of 1929. "*Cypresses* not available for sale for last 4 or 5 years. Now possibly to be had due to shortage of funds", we can read in the client records.

Eventually, Salman Schocken, publisher and owner of the department store chain Kaufhaus Schocken, bought *Cypresses* in December 1931 for around 50,000 US dollars. Schocken was amassing a famous library of Judaic works but was not known as a collector of paintings: "He collects small statues and bronzes, buys only occasionally, in so far as required to decorate his house. It seems that it will soon be his wife's birthday". He

must have taken the purchase for a good investment in the light of monetary crisis and credit issues.

## Later Years

The crisis hit the Thannhauser Galleries with maximum force. Capital was withdrawn from Germany, foreign investments stalled. The Thannhauser Galleries effectively ceased to invest. In the period between around 1930 and 1937, the year Thannhauser left Berlin and went to Paris, the documents contain references to only four works by Van Gogh that the gallery seemingly purchased; fourteen Van Goghs, four of them drawings, were sold.

After the outbreak of the Second World War, Justin Thannhauser managed to reach New York in 1941. Various items from the stock of the old Thannhauser Galleries had already been shipped to his new home via Switzerland, South America, and elsewhere. In New York, he positioned himself as a private dealer. It emerges from his note-books that he was involved in some forty Van Gogh transactions up to the end of the 1950s. More than half of the transactions in these later years involved works that Thannhauser had taken on consignment. He had reached a certain age, when clients—or their heirs—with whom he had done business earlier in his career started to call on him again for advice and assistance. Among them was Salman Schocken, for whom he sold *Cypresses* to the Metropolitan Museum of Art.

From the very start, the Thannhauser Galleries presented Van Gogh as an exponent of an international movement in modern art. His dealings also reflect the history of an artist's reputation. By displaying works in lavishly furnished exhibition spaces, by organizing an ambitious program of exhibitions, including impressive shows of modern art, accompanied by illustrated catalogues and in-depth art-historical texts, the Thannhauser Gallery reached out to an international clientele and contributed to the establishment of Van Gogh's status as one of the pioneers of modern art.

The Thannhauser Archives make it possible to trace the handlings of works of art by this important art dealer's firm, more accurately to reconstruct provenances, prices and marketing strategies, and to chart the widespread international network of other dealers and collectors. An invaluable resource, indeed.

# KEYNOTE

## Generaldirektor des RKD – Nederlands Instituut voor Kunstgeschiedenis, Den Haag

*Chris Stolwijk*

Verehrte Herrschaften, sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kollegen\*, liebe Freunde, es ist mir eine große Ehre und ein Privileg, heute hier in Berlin diesen Vortrag zur Feier des 25. Geburtstages des ZADIK zu halten. Ich gratuliere dem Vorstand des ZADIK, Herrn Prof. Dr. Herzog und seinem Team sowie den übrigen beteiligten Institutionen als Kollege, als Kunsthistoriker, als Forscher und als Nutzer des Kunsthandelsarchivs und der Bestände des ZADIK allgemein – ich wünsche den Archiven ein langes und gesundes Leben. Weiterhin möchte ich den Co-Organisatoren dieser Konferenz danken: dem Institut für Kunstgeschichte der Universität Köln, basis wien – Dokumentationszentrum für zeitgenössische Kunst und dem Institut für moderne Kunst in Nürnberg. Außerdem möchte ich die Gelegenheit nutzen, um meinen Kolleginnen Monique Hageman, Nora Koldehoff, Megan Fontanella und meinem Kollegen Stefan Koldehoff zu danken.

Vor einigen Jahren traten wir gemeinsam eine Forschungsreise an, die uns in die deutsche Hauptstadt führte, wo die Galerie Thannhauser in den 1920er-Jahren aufblühte.

### Informationsquellen

Quellensammlungen wie das ZADIK, das Getty Research Institute in Los Angeles, die Frick Reference Library in New York City oder das RKD – um nur ein paar zu nennen – können mithilfe von Beständen aus Kunsthandelsarchiven die Erforschung einzelner Kunstwerke sowie des (internationalen) Kunsthandels im Hinblick auf Fragen der Provenienz, des Verkaufs und der Rezeption vorantreiben. Diese Archive liefern Forschenden eine Fülle von Informationen zu Kunstwerken und der Rezeption von Kunst und Künstlern in einer bestimmten Zeitspanne. Sie können beispielsweise aufzeigen, wie Kunsthändler es geschafft haben, bis dato wenig bekannte Künstler berühmt zu machen und ihre Namen auf dem

Markt zu etablieren, indem sie ihre kunsthistorische Bedeutung herausarbeiteten und sie in Ausstellungen integrierten.

Diese Art von Schlüsseldaten kann auch in Beziehung zu anderen Bereichen der Kunstgeschichte gesetzt werden – der Geschichte der Kunstgalerien und ihrer Bestände, der Geschichte einer internationalen Klientel, der Vermarktungsgeschichte und der Geschichte der Einflussnahme von Kunstgalerien auf den Kunstmarkt. Archive wie das der Galerien Thannhauser bringen auch persönliche und familiäre Schicksale ans Licht. Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges haben etwa der Kunstraub der Nazis und die damit in Zusammenhang stehenden Restitutionsfragen immer wieder zu Diskussionen geführt und haben die internationale Gemeinschaft aufgebracht. Das Archiv der Galerien Thannhauser kann wichtige Puzzleteile zur Klärung der Provenienz von Kunstwerken und Sammlungen liefern und damit zur Klärung von aufgeworfenen Fragen und Konflikten beitragen. Diese Quellen sind in der Tat von unschätzbarem Wert.

Während der Ausarbeitung dieses Vortrages ist mir bewusst geworden, dass das 25-jährige Bestehen des ZADIK auch die 25 Jahre meiner eigenen Geschichte auf diesem Forschungsfeld abdeckt. Seit der Forschung für meine Doktorarbeit zum Status von Kunst und Künstlern in den Niederlanden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in den frühen 1990er-Jahren (Forschung zu einer transnationalen Perspektive auf Kunst und die Migration von Menschen), haben Forschungsgegenstände und Ideen einen wahren Boom erlebt. Ein wichtiger Teil dieser Forschung betrifft die Entwicklung des Mäzenatentums und die Herausbildung von Netzwerken, institutionellen und anderen, wozu auch der internationale Kunsthandel und seine Klientel zählen. Die Ergebnisse tragen zu einem besseren Verständnis des »Nachlebens« von Kunst und Künstlern in Bezug auf ihre Rezeption und zur Herausbildung eines Kanons bei.

## Kunstmarktforschung

Heute möchte ich mich auf den Beitrag der Kunstmarktforschung zur Kunstgeschichte im Allgemeinen und auf die Kunsthandelsarchive im Besonderen konzentrieren. Ich möchte dies tun, indem ich als Pars pro Toto die Forschung vorstelle, die im letzten Jahrzehnt zum Archiv der Galerie Thannhauser betrieben wurde.

Kunstmarktforschung kann ein neues Licht auf verschiedene Bereiche werfen, etwa auf die Geschichte von Kunstgalerien, die internationale Kunstsammlerszene, die wichtige Rolle, die der Kunsthandel bei der Ver-

breitung und Förderung von Kunstwerken gespielt hat, die Rezeption einer bestimmten Künstlerin oder eines Künstlers, die Provenienz- und Sammlungsgeschichte, die Genese eines Kanons ›moderner Künstler‹ oder auch auf die Herausbildung von Expertise und Kennerschaft. Mit der Fokussierung auf Thannhauser und van Gogh sowie verschiedene Archivmaterialien und Dokumente des Thannhauser-Archivs (Verkaufsbücher, Korrespondenzen, Bücher, Ausstellungskataloge und die einzigartige Kundenkartei), möchte ich die Bedeutung von Kunstarchiven als unschätzbar wertvolle Quelle und die Kunstmarktforschung als notwendige Methodik für die Kunstgeschichte insgesamt hervorheben.

## Herangehensweisen

Bevor wir uns genauer mit den erwähnten Archivmaterialien befassen, will ich zunächst einige allgemeine Ansätze der Kunstmarktforschung vorstellen. Zunächst einmal wäre da als traditionellste und am weitesten verbreitete Form das monographische Studium, das sich mit einzelnen Künstlerinnen oder Künstlern, ihrer Stellung auf dem Kunstmarkt sowie ihren Verbindungen zum Kunsthandel befasst.

Als zweites gibt es die prosopographische Forschung, die sich auf Gruppen und Künstlerkollektive konzentriert. Sie folgt der jeweiligen Gruppe durch die Zeit und/oder an bestimmte Orte. Viel Aufmerksamkeit wird dabei häufig institutionellen Netzwerken und Mechanismen gewidmet. Beispiele für Ergebnisse dieser Herangehensweise sind etwa die forschungsbasierten Ausstellungen *Dutch Utopia: American Artists in Holland, 1880–1914* von 2009 in Paris oder *Retour de Paris: Dutch Artists in Paris* in Amsterdam und Paris 2017 bzw. 2018.

Drittens gibt es eine ähnlich prosopographische Forschungsmethode, die sich allerdings auf bestimmte Kunstmärkte und -händler bezieht. In *The Rise of the Modern Art Market in London, 1850–1939* von 2011 wurden diese Märkte aus verschiedenen Blickwinkeln unter die Lupe genommen. In den letzten Jahren hat es außerdem einige Forschung zu einzelnen Kunstgalerien und -händlern sowie ihrem Künstler- und Sammlernetzwerk gegeben. Ein frühes Beispiel dafür ist *Theo van Gogh (1857–1891): art dealer, collector and brother of Vincent* von 1999, gefolgt von u.a. *From Cézanne to Picasso: Masterpieces from the Vollard Gallery* von 2006, *Van Gogh's Twin: The Scottish Art Dealer Alexander Reid* von 2010 und *Discovering the Impressionists: Paul Durand-Ruel and the New Painting* von 2015.

Zu guter Letzt kann sich die Forschung auch auf die Beziehung zwischen dem Kunstmarkt und einem einzelnen Künstler konzentrieren, wie in *Making Modernism: Picasso and the Creation of the Market for the Twentieth-century Art* von 1996 geschehen, oder auch auf die Beziehung einer bestimmten Galerie oder eines Kunsthändlers zu einem einzelnen Künstler.

## Van Goghs Nachleben

Auf die Erforschung des Nachlebens von van Gogh und seiner Werke wurde der Fokus zum ersten Mal mit *Vincent van Gogh and Paul Cassirer, Berlin: The reception of Van Gogh in Germany from 1901–1914* Ende der 1980er-Jahre gelegt. Dieser Ansatz, der auf Dokumentationsmaterial und dem Zusammenführen von Bestandslisten, Ausstellungslisten, Briefen und weiterem Material aus dem Familiennachlass der Familie van Gogh mit den Dokumenten Cassirers basiert, hat sich als äußerst fruchtbar erwiesen. Er ebnete den Weg für Forschungsfragen, die sich speziell mit Provenienz, Rezeption und Ausstellungsgeschichte auseinandersetzten. Zwischen 1905 und 1925 war der Berliner Galerist Paul Cassirer ohne Zweifel der größte Förderer van Goghs in Deutschland. Cassirer selbst ist Gegenstand einer Vielzahl von Publikationen, darunter *Kunstsalon Cassirer*, ein monumentaler Band von Bernhard Echte und Walter Feilchenfeldt.

Van Gogh starb 1890 und dem Künstler Emile Bernard zufolge lag die Zukunft seines Werkes in Frankreich. Dank der Bemühungen von Jo van Gogh-Bonger, der Witwe von van Goghs jüngerem Bruder Theo, sowie einer Gruppe von Freunden und Kritikern, gab es schon in den 1890er-Jahren Ausstellungen seiner Bilder in van Goghs Heimatland. Diese zogen die Aufmerksamkeit der Presse auf sich und regten erste Käufe sowie Präsentationen in Kunstgalerien und Kunstgesellschaften an. Um 1900 war van Goghs Œuvre dann auch international relevant. 1905, im Jahr der ersten Retrospektive seines Werkes in Amsterdam, 15 Jahre nach seinem Tod, hatten zahlreiche Bilder van Goghs bereits ihren Weg zu Sammlern, Museen und Kunsthändlern gefunden. Seine Reputation stieg und stieg. In den letzten Jahren wurden auch einige detaillierte Studien zum Verhältnis von van Gogh und dem Kunstmarkt veröffentlicht, z.B. *The Account Book of Theo van Gogh and Jo van Gogh-Bonger* von 2002. Diese Studie verdeutlicht unter anderem, auf welche geschickte Art und Weise die Öffentlichkeit auf die Schlüsselrolle van Goghs bei der

Ausformung »moderner« Kunst in Europa aufmerksam gemacht wurde. Der Beitrag des Kunsthandels war dafür zentral von Bedeutung.

## Die Thannhauser-Galerien

Die Geschichte und der Einfluss der Kunsthändlerfamilie Thannhauser sowie ihre Geschäfte in Deutschland und der Schweiz sind dagegen bisher nur bruchstückhaft erforscht. Bis zum Zweiten Weltkrieg gehörte die Galerie zu den wichtigsten und einflussreichsten in Europa. Die zentrale Rolle ihrer Dependancen in München, Berlin und Luzern war bisher sehr selten Gegenstand systematischer Recherche. Trotz der unbestrittenen Qualität von van Goghs Werk, wurde der Erfolg, den es zunächst bei privaten Sammlern und dann auch bei öffentlichen Sammlungen in Europa und den USA hatte, nicht dem Zufall überlassen: Er war auch das Ergebnis einiger gezielter Maßnahmen.

Die über etwa ein halbes Jahrhundert geführten Geschäfte der Galerien Thannhauser geben Aufschluss über die Rezeption van Goghs in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, über den Aufstieg kunsthistorischer Forschung und über die Bemühungen von Kunsthändlern, Kritikern, Künstlern und Sammlern, van Gogh einen Platz als einem der Pioniere moderner Kunst im Kanon westeuropäischer Kunstgeschichte zu sichern. Die Geschichte der Galerien Thannhauser kann allerdings nicht isoliert vom größeren sozioökonomischen und politischen Kontext betrachtet werden. Die dramatischen Entwicklungen in Europa hinterließen tiefe Wunden im privaten Leben und dem beruflichen Werdegang der jüdischen Thannhauser-Familie, die seit Jahrhunderten in Deutschland gelebt hatte. Noch im Ersten Weltkrieg, während dem der internationale Kunsthandel im Grunde zusammengebrochen war, hatte Justin Thannhauser für sein Heimatland gekämpft. In den frühen 1920er-Jahren litt Deutschland dann unter der galoppierenden Inflation und schlitterte nach dem Börsencrash von 1929 in eine tiefe Rezession. Ab 1933 begannen die Nazis mit der grauenvollen Verfolgung ihrer jüdischen Mitbürger. 1937 mussten die Thannhausers dann die Zwangsemigrationssteuer zahlen und das Land endgültig verlassen und waren gezwungen, den Großteil ihres Besitzes zurückzulassen. 1941 erreichten sie dann schließlich ihren neuen sicheren Hafen: New York.

## Moderne Galerie

Um 1900 hatte die Zukunft für die Thannhausers noch ganz anders ausgesehen. Zu dieser Zeit stieg van Goghs Stern als ein bedeutender Vertreter der wichtigsten progressiven künstlerischen Bewegung immer weiter auf. Immer mehr Ausstellungen ermöglichten es dem Publikum, sich seine Bilder anzusehen, die einige für die Produkte eines Geisteskranken und andere für das Werk eines Genies hielten. Der Verkauf der Bilder erhöhte seine Sichtbarkeit weiter und festigte seine Reputation. Als Josef Brakl und Heinrich Thannhauser 1908 ihre van Gogh-Ausstellung in ihrer Modernen Kunsthandlung in München organisierten, war der Künstler auch in München längst kein Unbekannter mehr. Im Februar und März des Jahres 1903 konnte das Publikum bereits sieben seiner Bilder in der Frühjahrsausstellung der Münchner Secession bewundern; *Weizenfeld im Regen* (F650) und *Blühender Obstgarten mit Blick auf Arles* (F516) wurden von dem progressiven Museumsdirektor Hugo von Tschudi gekauft.

1909 gründete Heinrich Thannhauser seine Moderne Galerie als Ausstellungsort für moderne Kunst. Mit ihren über 200 Werken zeitgenössischer deutscher Künstler wie Liebermann und von Uhde sowie 55 Werken impressionistischer und postimpressionistischer Kunst von Degas, Manet, Monet, Pissarro und Renoir war die Eröffnungsausstellung durchaus beeindruckend.

Heinrich Thannhauser war Unternehmer im Mode- und Beleuchtungsbereich gewesen und hatte demzufolge viel Erfahrung damit, Luxusartikel einem modernen Publikum zu präsentieren. Er brachte moderne Gemälde und neuartige Innenarchitektur erfolgreich zusammen. Untergebracht im prächtigen Arco-Palais, bestand die Galerie aus mehreren wunderschön möblierten Ausstellungsräumen, die mit ihrer intimen Atmosphäre Eindruck machten: »Seeing the painting in an interior, this is the key feature of the modern art salon«, schrieb ein Kritiker. Die Moderne Galerie besitze den »character of a gentleman's residence. [...] Here one does not feel one is in an overcrowded sales room in a picture market; it is like the welcoming home of a collector: attractive modern furniture makes these individual rooms comfortable«, verkündete ein anderer Journalist. Dazu passte auch Thannhausers damalige Geschäftsmaxime: moderate Preise, für jeden gleich und strikt unverhandelbar.

Mit seiner Modernen Galerie verfolgte Thannhauser das Ziel, die zeitgenössische Kunst auf die Ebene der Museen und des allgemeinen Kunstkanons zu heben. Er erarbeitete ein ehrgeiziges Ausstellungspro-

gramm und organisierte umfangreiche Ausstellungen zeitgenössischer Kunst aus Deutschland und darüber hinaus, für die er auf die Bestände von Sammlern und Kunsthändlerkollegen sowie seine eigenen Ankäufe und Auftragsarbeiten zurückgriff. Die weitläufigen Ausstellungsräume machten es möglich, die Ausstellungsstücke individuell, in reduziertem Ambiente und ohne Ablenkungen zu präsentieren. Die Wände von oben bis unten vollzuhängen, war nicht nötig, so dass die Besucher ihre volle Aufmerksamkeit den einzelnen Objekten widmen und die Entwicklung eines Künstlers verfolgen konnten, oftmals in Verbindung mit den Werken seiner Zeitgenossen.

### Ein ambitioniertes Programm

1927 eröffnete Heinrichs Sohn Justin Thannhauser eine neue Galerie in der Nummer 13 der mit Bäumen gesäumten Bellevuestraße. Die offene und lichtdurchflutete Bauweise unterschied sie von beinahe jeder anderen Galerie der Hauptstadt. Jeder vorbeispazierende Kunstenthusiast konnte von außen sofort erkennen, was ihn drinnen erwartete. Für diese Galerie entwickelte Thannhauser sein ehrgeiziges Ausstellungsprogramm weiter und organisierte große Präsentationen zeitgenössischer Kunst. Auch in den neuen Ausstellungsräumen konnten die Werke ohne Ablenkungen in den Mittelpunkt gestellt werden. Um der Vorliebe für Diskretion Genüge zu tun, die im internationalen Kunsthandel verbreitet ist, gab es in den oberen Stockwerken separate Räume für exklusive Besichtigungen und Preisverhandlungen.

Thannhauser bewarb diese fast schon musealen Präsentationen zeitgenössischer Kunst in geschmackvoll eingerichteten Räumen mit raffinierter Vermarktungsstrategie. Er ließ aufwendig illustrierte Kataloge in verschiedenen Preiskategorien drucken, für die er bei namhaften Kunsthistorikern und Kritikern Essays in Auftrag gab, die die jeweiligen Werke historisch verorteten und ihre Aufnahme in die Ausstellung legitimierten. Thannhauser ließ verlauten, dass er sich auf »die Gruppe moderner Künstler [konzentrieren wolle], die sich zum größten Teil in der Berliner Secession zusammengefunden hat«, sowie auf internationale Trends mit Ursprung im (französischen) Impressionismus und Postimpressionismus. Für die Förderung moderner französischer Kunst wandte sich Thannhauser an Rudolf Meyer Riefstahl, der später in seinem Leben ein anerkannter Kenner islamischer Kunst werden sollte. In den Jahren unmittelbar vor dem Ersten Weltkrieg zeigte die Moderne Galerie große und kleinere Ausstellungen zu u.a. Cuno Amiet, van Gogh, Gauguin und Picasso. Die

Galerie stellte van Gogh als einen Vertreter der internationalen Avantgarde vor und nicht als deutschen Künstler, wie es die nationalistisch, geographisch und psychologisch voreingenommene Kunstliteratur der Zeit tat. Neben dem Verkauf der Werke etablierter Künstler war es Thannhauser auch wichtig, »vielversprechende junge Maler« zu fördern. Er wandte sich dabei zunächst vor allem den mit der Secession in Verbindung stehenden Künstlern zu, ab 1909 dann auch den Mitgliedern der Neuen Künstlervereinigung München (Alexej von Jawlensky, Franz Marc, August Macke, Marianne von Werefkin und Wassily Kandinsky) sowie des Blauen Reiters. Außerdem unterstützte er die expressionistische Künstlervereinigung Sema (Klee, Kubin, Oppenheimer und Egon Schiele).

Gleichzeitig stand dem jedoch die noch immer nur dürftige kunsthistorische Dokumentation von van Goghs Œuvre gegenüber. Sicher hatte sein Werk sehr viel Aufmerksamkeit erregt, auch waren bereits einige ernstzunehmende kunsthistorische Publikationen sowie einige Ausgaben von van Goghs Briefen bzw. verschiedene Auszüge daraus erschienen, aber es dauerte bis 1928, dass Jacob-Baart de la Faille das erste Werkverzeichnis herausbrachte. Bis dahin mussten sich die Thannhausers wie alle anderen auf gegenseitiges Vertrauen, die eigene Urteilskraft sowie auf die Meinungen und Zuschreibungen von Experten verlassen. Leider verhinderte diese althergebrachte Praxis nicht, dass die Authentizität des Bildes *Blumenvase* (Kat. 9) – das 1916 als ein van Gogh angepriesen wurde, in welchem die »Kraft« des Malers bereits auszumachen sei – noch vor 1928 wieder aberkannt wurde.

## Die Vermarktung van Goghs

Die Basis aller verkaufsfördernden Maßnahmen, ist das Vertrauen zwischen Firma und Kunde. Wenn ein Sammler in die Galerie kam, um statt einer reinen Vermögensanlage ein Stück Kunstgeschichte zu erwerben, war der Mitarbeiter, der sich seiner annahm, kein bloßer Verkäufer oder ein Mittelsmann, sondern zuallererst ein Experte, dem er Vertrauen schenken konnte. Dieser Ansatz trug maßgeblich zum Erfolg der Galerie Thannhauser bei.

Vom ersten Tag an schaffte es die Galerie Thannhauser, eine internationale Klientel zu erreichen. Am wichtigsten für die Galerie war dabei ihre Kundenkartei. In ihren hölzernen Kästen befanden sich detaillierte, aber streng geheime Informationen über frühere Verkaufsgespräche und den Status quo der Verhandlungen. Zusätzlich zu dieser Kundenkartei existierten Verzeichnisse über An- und Verkauf und Korrespondenzen

sowie die winzigen Notizbücher, in die Justin Thannhauser mit mikroskopisch kleiner Handschrift die neuesten Informationen zu einzelnen Werken oder Kunden notierte.

Kundeninformationen gehören überall in der Welt zu den vertraulichsten und am besten geschützten Informationsquellen über eine Galerie. Vor der Öffnung der Thannhauser-Archive 2005 war ich als Forscher nie an solche Informationen herangekommen. Dieser alte Kartenindex enthält natürlich Informationen über An- und Verkäufe der Sammler und darüber hinaus über ihre finanzielle Situation, persönliche Vorlieben und Abneigungen und über Rivalitäten zu anderen Sammlern. Zu wissen, wo ihre Interessen lagen, welche Werke sich in ihrem Besitz befanden und welche Stücke sie eventuell verkaufen oder kaufen würden und zu welchem Preis, war ein ungemeiner Vorteil, der sich jahre-, jahrzehntelang auszahlen konnte. Neben solcherlei Informationen sammelte die Galerie Thannhauser auch andere Materialien wie Expertengutachten, Fotografien, Korrespondenzen und Hinweise auf andere Sammler, die Interesse an bestimmten Bildern hatten. Dies trifft insbesondere in Bezug auf van Gogh zu. Nur ausgewählte Mitarbeiter hatten Zugang zur Kundenkartei, deren streng vertrauliche Informationen oftmals sogar den Kunden selbst unbekannt waren. Es war wichtig, dass die Konkurrenz nicht an diese Informationen herankam, um sicher zu gehen, dass die Kunden nicht zu einer anderen Galerie wechselten, die womöglich bessere Konditionen bot. Es lässt sich tatsächlich so manche sehr spezielle Information im Thannhauser-Archiv finden: So notierte Thannhausers Kollege Siegfried Rosengart nach dem Besuch der Ehefrau des in London lebenden Bergbauunternehmers und »Kupferkönigs« Sir Alfred Chester Beatty im Jahr 1935 auf der Karteikarte: »Wildenstein sagte zu Justin Thannhauser: ›Ich werde es niemals schaffen, Mrs. Beatty irgendwas zu verkaufen – dafür müsste man Trinker sein. Das ist ein Job für Paul [Paul Roemer – ein anderer Mitarbeiter], so hat er es bei Mrs. Chester Dale auch geschafft. ‹‹

Mindestens genauso wichtig wie diese Details, die sich durchaus entscheidend auf Verhandlungen auswirken konnten, waren Informationen über die Besuche der Kunden und die Gespräche über deren eigene Sammlung – also über den aktuellen Standort von Werken, die die Thannhausers bzw. die aktuellen Besitzer unter Umständen zum Verkauf anbieten würden. Nach einem Besuch des Schweizer Unternehmers Georg Boner notierte Paul Roemer etwa: »Besitzt einen van Gogh – Stilleben m. gelben Büchern – gezeigt auf der Ausstellung *Das Stilleben* in der Galerie Matthiesen 1927«. In manchen Fällen gibt die Kartei Aus-

kunft über Privatsammlungen, die heute so nicht mehr existieren und zu denen ansonsten keine Kataloge oder dergleichen vorliegen. Solche Informationslücken gibt es vor allem bei Sammlungen jüdischer Besitzer – sie wurden verfolgt, ermordet oder nach 1933 aus Deutschland vertrieben, ihre Bilder fielen Plünderungen und Diebstahl zum Opfer.

## Verkäufe

Bis 1920 ging fast die Hälfte der Bilder, die die Thannhausers verkauften, an nicht deutsche Käufer. Unter diesen waren z.B. der in Basel lebende Industrielle und Sammler Rudolf Staechelin, der dänische Sammler Christian Tetzen-Lund und der aus Tschechien stammende Dirigent, Komponist und Kunsthändler Josef Stransky. Heute wird Stranskys Sammlung, in die bedeutende Werke von Cézanne, Gauguin, Manet, Monet, Picasso und van Gogh gehörten, als exemplarisch angesehen. Als Teilhaber der New Yorker Galerie E. Gimpel & Wildenstein (1933 in Wildenstein & Co. umbenannt) war Stransky eine wichtige Figur in der Öffnung des amerikanischen Marktes. 1920 erwarb Stransky das *Porträt von Camille Roulin*, das vorher Meier-Graefe gehört hatte. Obwohl Thannhauser auch Werke aus van Goghs niederländischer und Pariser Zeit im Angebot hatte, schienen sich die Käufer vor allem für van Goghs späteres Werk zu interessieren, das sich einfacher der von Meyer Riefstahl postulierten internationalen Ausrichtung zuordnen ließ, zu der auch Cézanne, Gauguin und Seurat gehörten. Vier der 20 van Gogh-Werke, die Thannhauser erwarb und weiterverkaufte, stammten aus der Pariser Zeit und ganze zwölf aus der Zeit von 1888 bis 1890. Die Moderne Galerie verkaufte außerdem fast ausschließlich Gemälde.

Nach der Eröffnung der Luzerner Dependance 1919 machte es sich die Galerie Thannhauser zur Aufgabe, einen noch besseren Service für ihre internationale Kundschaft anzubieten und organisierte eine ganze Reihe größerer Ausstellungen. Im Juni 1927 eröffnete Justin Thannhauser dann die Dependance in der Bellevuestraße in Berlin. Er präsentierte sich so, wie er es seit 1909 erfolgreich getan hatte. In den weitläufigen Ausstellungsräumen zeigte die Galerie Retrospektiven auf Museumsniveau – zu deutscher, impressionistischer und postimpressionistischer Kunst (1927), zu Monet (1928), zu Gauguin (1928) und zu Matisse (1930).

Wie schwach der Markt in diesen Jahren war, wird aus den Verkaufsbüchern ersichtlich: Bis 1927 konnte die Galerie nur elf van Gogh-Bilder erwerben und sechs verkaufen, darunter das beeindruckende *Porträt von*

*Joseph Roulin*, das 1926 an den Kürschner Bernhard Mayer aus Zürich ging. Die Leicester Galleries hatten das Bild im Januar 1924 von Jo van Gogh-Bonger für die damalige National Gallery (Millbank) gekauft. Noch im selben Monat nahm sie es im Austausch für *Sonnenblumen* (F454) zurück. Im Februar 1924 begann Thannhauser, einen neuen Besitzer für das Bild zu suchen. Bis ins Jahr 1926 hinein verzeichnet die Kundenkartei rund 50 Angebote an Sammler, Händler und Museen weltweit. Im Juni 1925 zum Beispiel wurde notiert, dass Lilly Fischel von der Kunsthalle Karlsruhe höchstbietend war und die Geschäftsbedingungen akzeptierte. Doch das Art Institute of Chicago, das Museum Breslau, das Minneapolis Institute of Art und andere Museen sowie mehrere Kunsthändler und Sammler zeigten ebenfalls ernsthaftes Interesse. Am Ende ging *Porträt von Joseph Roulin* für 46.500 Schweizer Franken an Bernhard Mayer, obwohl es im Mai 1924 für 70.000 Franken dem Art Institute of Chicago angeboten worden war.

Bis zu seiner Vertreibung im Jahr 1937 war Thannhauser an rund 60 Verkäufen beteiligt. Mit einiger Sicherheit wissen wir, dass etwa ein Fünftel der betreffenden Werke an einen deutschen Käufer ging. Immer noch war das Interesse an van Goghs frühesten Werken eher gering. Die meisten seiner Werke, d.h. also vor allem jene der späteren (französischen) Periode, gingen an nicht deutsche Käufer, nämlich nach Australien (2), Argentinien (1), Frankreich (3), Norwegen (1), in die Tschechoslowakei (1), die USA (12) und in die Schweiz (4).

### *Zypressen*

Das aufsehenerregendste Werk, mit dem in dieser Zeit gehandelt wurde, war zweifellos *Zypressen*, das sich heute im Metropolitan Museum of Art in New York befindet. Nachdem Thannhauser es im Oktober 1923 von den Erben seines Klienten Fritz Meyer-Fierz erworben hatte, brauchte es acht Jahre des intensiven Marketings und stetiger neuer Angebote bis zum erfolgreichen Weiterverkauf. Das Bild wurde mindestens 165 Mal verschiedenen Kunden präsentiert. Beinahe jeder Kunde in Thannhausers Kartei – Sammler, Händler oder Museumsdirektor – muss es mindestens einmal gesehen haben. Im Dezember 1923 hätte Bryson Burroughs, der Direktor des Met, es für einen »publikumsgefälligen« Preis von 17.000 US-Dollar kaufen können, doch das Museum musste noch bis 1949 mit der Anschaffung warten – nun, freilich, für einen sehr viel höheren Preis.

*Zypressen* war Thannhausers Ass im Ärmel, wenn es darum ging, van Goghs außerordentlichen Beitrag zur modernen Kunst zu beweisen. Es war Teil von Thannhausers erster Berliner Ausstellung am Berliner Künstlerhaus im Januar und Februar 1927; es war das zentrale der 263 Werke, die bei der Eröffnung der Berliner Dependence gezeigt wurden; es wurde im Schaufenster der Berliner Filiale präsentiert; es wurde im Juni und Juli 1927 bei Bernheim-Jeune gezeigt und es war 1929 Teil der allerersten (Leihgaben-)Ausstellung des Museum of Modern Art. Die Verkaufshistorie dieses Bildes gibt faszinierende Einblicke in die Vorgehensweisen der Galerie. Bis zum Frühjahr 1925 wurde es für 85.000 bis 125.000 Schweizer Franken angeboten. In den Jahren 1925 und 1926 stieg sein Preis nach und nach auf 200.000 Franken, fast das Doppelte. Im Februar 1929 wurde es Ludwig Justi, dem Direktor der Nationalgalerie in Berlin von 1909 bis 1933, für 250.000 Franken angeboten. Einige Monate später wurde es für die New Yorker Ausstellung für 120.000 US-Dollar versichert – für das Siebenfache der Summe also, für die man es fünf Jahre zuvor Bryson Burroughs vom Met angeboten hatte.

Nach dem Börsencrash im Oktober 1929 fiel der Preis von *Zypressen* aufgrund der schwierigen ökonomischen Lage und der galoppierenden Inflation rapide. Im August und September 1931 wurde es dem bekannten Sammler Harry Bakwin, Rodolphe Baron Meyer de Schauensee und dem Industriellen und Sammler Otto Krebs für rund 50.000 US-Dollar angeboten – also für etwa 60 % unter der Versicherungssumme von 1929. »*Zypressen* in den letzten 4 oder 5 Jahren nicht zum Verkauf gestanden. Jetzt womöglich wieder zu haben wegen Geldmangels«, können wir in der Kundenkartei lesen.

Am Ende kaufte im Dezember 1931 dann Salman Schocken, der Verleger und Besitzer der Einzelhandelskette Kaufhaus Schocken, das Bild für rund 50.000 US-Dollar. Schocken war für seine Bibliothek jüdischer Werke, jedoch nicht als Kunstsammler bekannt – »er sammelt kleine Statuen und Bronzefiguren, kauft aber nur ab und an, gerade so viel wie er braucht, um sein Haus zu dekorieren. Offenbar hat seine Frau bald Geburtstag«. Er muss den Kauf des Bildes in Anbetracht der Inflation und Kreditkrise als lohnende Investition angesehen haben.

## Die späten Jahre

Die Krise traf die Galerien Thannhauser mit voller Wucht. Kapital wurde aus Deutschland abgezogen, Investitionen aus dem Ausland blockiert. Die Galerie gab praktisch jede Art von Investment auf. Für die Zeit zwi-

schen 1930 und 1937, dem Jahr, in dem Thannhauser Berlin in Richtung Paris verließ, lassen sich in den Dokumenten Hinweise auf lediglich vier van Gogh-Bilder finden, die die Galerie offenbar erwarb. Verkauft wurden 14 van Goghs, vier davon Zeichnungen.

Nach dem Ausbruch des Zweiten Weltkrieges erreichte Justin Thannhauser 1941 New York. Einige der Objekte aus der ehemaligen Galerie Thannhauser waren bereits über die Schweiz, Südamerika u.a. in sein neues Zuhause verschifft worden. In New York stellte er sich als Privathändler neu auf. Aus seinen Notizbüchern geht hervor, dass er bis zum Ende der 1950er-Jahre an über 40 van Gogh-Verkäufen beteiligt war. Mehr als die Hälfte dieser Bilder verkaufte Thannhauser auf Kommission: Er hatte bereits ein gewisses Alter erreicht und Klienten – oder ihre Erben –, mit denen er früher schon Geschäfte gemacht hatte, kamen teilweise wieder auf ihn zu und baten ihn um Rat und Hilfe. Unter ihnen war auch Salman Schocken, für den er *Zypressen* an das Metropolitan Museum of Art verkaufte.

Von Anfang an präsentierten die Galerien Thannhauser van Gogh als Vertreter einer internationalen Bewegung moderner Kunst. Die Geschäfte mit seinen Bildern geben auch Aufschluss über die Entwicklung, die die Reputation eines Künstlers durchläuft. Indem sie die Bilder in luxuriös eingerichteten Ausstellungsräumen präsentierten und indem sie ein ambitioniertes Ausstellungsprogramm umsetzten, das beeindruckende Präsentationen moderner Kunst beinhaltete und von illustrierten Katalogen mit ausführlichen kunsthistorischen Aufsätzen begleitet wurde, erreichte die Galerie Thannhauser eine internationale Klientel und trug maßgeblich zur Etablierung von van Goghs Status als einem der Pioniere der modernen Kunst bei.

Das Thannhauser-Archiv macht es möglich, den Umgang dieses wichtigen Kunsthändlerunternehmens mit den Kunstwerken nachzuvollziehen, genauer: Provenienzen zu rekonstruieren, Preis- und Marketingstrategien offenzulegen und das weitverzweigte internationale Netzwerk von Händlern und Sammlern aufzuzeigen, in dem die Thannhausers operierten. Es ist eine unschätzbare wertvolle Quellensammlung.

[\*Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Textverlauf auf die durchgängige Verwendung aller Genera verzichtet. Jeweilige Personenbezeichnungen schließen stets alle Geschlechter mit ein.]