

Pressemitteilung

Die Geburt des Kunstmarktes

Rembrandt, Ruisdael, van Goyen und die Künstler des Goldenen Zeitalters

23. September 2017 bis 7. Januar 2018

Pressegespräch: Donnerstag, 21. September 2017, 11 Uhr

Das Bucerius Kunst Forum präsentiert vom 23. September 2017 bis zum 7. Januar 2018 die erste umfassende Themenausstellung zur Geburt des Kunstmarktes im Goldenen Zeitalter der Niederlande. Auf den Spuren von Künstlern wie Rembrandt, Ruisdael, van Goyen und vielen anderen erforscht die Ausstellung, wie gesellschaftliche Veränderungen in den Niederlanden des 17. Jahrhunderts einen neuen Kunstmarkt und eine ganz eigene Kunst hervorgebracht haben. Sie illustriert, wie sich Künstler, Kunsthändler und ihre Werkstätten auf die neue Marktsituation einstellten und warum die Preise auf dem Kunstmarkt von wenigen Gulden bis hin zu Höchstsummen reichten. Die Ausstellung *Die Geburt des Kunstmarktes. Rembrandt, Ruisdael, van Goyen und die Künstler des Goldenen Zeitalters* ist die erste Schau von Prof. Dr. Franz Wilhelm Kaiser in seiner Funktion als Direktor und künstlerischer Leiter des Bucerius Kunst Forums.

Der Handel mit Kunst ist eine Form der gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit dieser und somit eine wesentliche Voraussetzung ihres Bestehens. Lange bevor es Museen gab, begann die Diskussion über Kunst auf dem Kunstmarkt und der Geburtsort des Handels mit Kunst waren die Niederlande des sogenannten Goldenen Zeitalters. Kunst wurde zwar auch schon im 16. Jahrhundert, etwa auf dem Antwerpener Markt für Luxusgüter verhandelt, doch wurde dort noch kaum ein Unterschied zwischen freier Kunst und Handwerk gemacht. Die Sonderstellung der Malerei und die Unterscheidung der freien Kunst vom Handwerk sind charakteristische Merkmale des modernen Kunstbegriffs, dessen Ursprünge bis in die Renaissance zurückreichen, der sich jedoch erst im 18. Jahrhundert voll herauskristallisieren sollte. Dennoch spielten diese Merkmale schon eine zentrale Rolle im Goldenen Zeitalter der Niederlande, auch wenn die meisten Maler dem Statusniveau der Handwerker verhaftet blieben: Viele waren in Gilden organisiert, die keinen Unterschied machten zwischen Malern und Anstreichern, da beide mit dem Pinsel arbeiteten.

Im 17. Jahrhundert verlor der Adel an Bedeutung und die calvinistisch reformierte Kirche der Niederlande forderte schmucklose Kirchenbauten. Während die traditionellen Hauptauftraggeber also weitestgehend wegfielen, konnte sich ein erstarkendes Bürgertum erstmals Ölbilder leisten. Ein außerordentlich hohes und breit verteiltes Bildungs- und Wohlstandsniveau bot den Nährboden für einen Kunstmarkt, dessen Kommerzialisierung einen größeren Einfluss auf Techniken, Darstellungsformen und Themen der Gemälde haben sollte als die ursprünglichen adeligen und klerikalen Auftraggeber. Die Künstler begannen sich neu zu orientieren und ihre Bilder für einen anonymen Markt zu malen, ohne vorab ihre Käufer und deren Wünsche zu kennen.

Weitere Presse-Informationen und Bildmaterial:

Lara Schuh, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bucerius Kunst Forum,
Telefon: +49 (0)40/36 09 96 78, Telefax: +49 (0)40/36 09 96 71, presse@buceriuskunstforum.de

Eine typische Neuerung war die Ton-in-Ton-Malerei: Sie verkürzte den Malprozess ohne qualitative Einbußen, und der Maler konnte seine Bilder somit günstiger anbieten. Während der Marinemaler Jan Porcellis als ihr Erfinder vermutet wird, war es der Vielmaler Jan Josephsz. van Goyen, der die Technik zu seinem Markenzeichen machte. Darüber hinaus begannen Künstler, ihre Werke in kleineren, flexibleren Formaten anzubieten. Ein Vorteil, der nicht nur eine schnellere Arbeit und damit günstigere Preise, sondern auch bessere Transportmöglichkeiten mit sich brachte.

Die Vorlieben der bürgerlichen Käufer der nördlichen Niederlande wichen von dem in Europa vorherrschenden höfischen Geschmack des Barocks ab. Sie bevorzugten Sujets, die sie verstehen und bezahlen konnten. Bilder mit mythologischen Themen oder teure Historienbilder wurden durch alltäglichere Motive verdrängt. Zusammen mit den *Landschaften* und *Stilleben* gelten *Genrebilder*, realistisch wirkende Darstellungen aus dem Alltag mit anonymen Figuren, als die charakteristischsten Beiträge der Niederländer zur Geschichte der Malerei. Mehr als alle anderen Bildgattungen waren *Seestücke* mit der Geschichte des Goldenen Zeitalters verbunden, da die Kriegs- und Handelsflotte als entscheidender Machtfaktor der politischen Position der Niederlande galten. Die Jagd als Motiv und Zeitvertreib war dagegen ursprünglich der Aristokratie vorbehalten. Ein *Jagdstillleben* im bürgerlichen Wohnzimmer war somit sowohl Ersatz als auch Zeichen der Distinktion. Willem van Aelst und Jan Weenix waren erfolgreiche Protagonisten der Spezialisierung zweier Generationen, deren Überschneidung für eine Belebung der Konkurrenz und schärfere Abgrenzung in ihren Motiven sorgte.

Durch die Spezialisierung auf einzelne Bildmotive konnten Künstler schneller produzieren und doch ein hohes Qualitätsniveau erreichen. Sie konzentrierten sich auf Nischen im Markt und so wurden bestimmte Themen zu ihrem Markenzeichen, was wiederum den Verkauf beförderte. Bis heute ist der Künstler Jacob van Ruisdael für seine reißenden Bergbäche berühmt, die es in den Niederlanden gar nicht gab. Man erkennt eine Landschaft mit Kühen als Werk des Malers Paulus Potters oder denkt bei Reiterszenen oder Landschaften mit Pferden an die Kunst Philips Wouwermann.

Auch wenn die Historienmalerei in der breiten Bevölkerung weniger Anklang fand, außer bei leicht zu verstehenden alttestamentarischen Darstellungen, behielt sie an der Spitze des Marktes ihre Bedeutung. Wer sich nicht nur lokal sondern auch international einen Namen machen und hohe Preise erzielen wollte, musste sich am höchsten angesehenen Genre profilieren. Amsterdam galt in den Niederlanden als Zentrum der Historienmalerei.

So zeichnet sich das Bild von einem Kunstmarkt mit drei Segmenten ab: einem unteren, in welchem Historienbilder als Massenware mit vorzugsweise alttestamentlichen Geschichten vorherrschten und einem mittleren, in welchem sich die für uns charakteristische holländische Malerei unter den Marktzwängen des sehr besonderen gesellschaftlichen Kontextes einer Mittelschicht herauskristallisierte. An der Spitze des Marktes stand wiederum die Historienmalerei im Zentrum des Interesses, hier jedoch als Unterscheidungsmerkmal im Konkurrenzkampf um Reputation. An dieser Spitze standen Künstler wie Rembrandt, Flinck, Bol, Lievens, Backer, die miteinander konkurrierten

Weitere Presse-Informationen und Bildmaterial:

Lara Schuh, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bucerius Kunst Forum,
Telefon: +49 (0)40/36 09 96 78, Telefax: +49 (0)40/36 09 96 71, presse@buceriuskunstforum.de

und mit Kunsthändlern wie Hendrik Uylenburgh oder Johannes de Renialme zusammenarbeiteten, die hohe Preise für ihre Ware verlangten. Der Name Uylenburgh ist vor allem bekannt, weil Rembrandts erste Frau, Saskia, eine geborene Uylenburgh war. Den anderen Händler an der Spitze des Amsterdamer Marktes, Johannes de Renialme, kennt man dagegen noch weniger. Hierzu wird die Ausstellung neue Forschungsergebnisse präsentieren. In einer Zeit, da die meisten Kunsthändler selbst auch Maler waren, scheint de Renialme einer der ersten reinen Kunsthändler gewesen zu sein.

Rembrandt sticht heraus, weil er sich gegen gängige Marktmechanismen stellte und schon früh weigerte, den finanziellen Wert seiner Gemälde von seiner Arbeitszeit abhängig zu machen. Er verlangte nicht nur damalige Spitzenpreise für seine Werke, sondern investierte eine große Summe in den Kunsthandel Uylenburgh, dessen erster Werkstatteleiter er wurde, als er sich im Amsterdamer Sammlermilieu etablieren wollte. Zusammen mit der angeschlossenen Werkstatt konnten Rembrandt und Uylenburgh das oberste Segment des Marktes bedienen und gleichzeitig den Arbeitsprozess rationalisieren. Prinzipiell war diese Kombination von Kunsthandel und Werkstatt nicht viel anders als am unteren Ende des Marktes, nur ging es hier nicht um die Massenproduktion günstiger Historienbilder, sondern um Porträts reicher Bürger. Dazu benötigte Uylenburgh einen Künstler, der zwar schon einen Namen hatte, aber noch nicht zu teuer war. In den knapp vier Jahren seiner Zusammenarbeit mit Uylenburgh malte Rembrandt fast die Hälfte seiner gesamten Porträts.

Am unteren Ende des Marktes hingegen engagierten Kunsthändler unbekannte Maler, kauften die Materialien ein und gaben Themen vor. Dank der Kontrolle aller Preisvektoren konnten sie schnell auf veränderte Nachfragen bei anvisierten Käufergruppen reagieren. Doch verkauften anerkannte Künstler ihre Werke auch selbst und zwar dort, wo sie Auftraggeber und Motive finden konnten – auf Märkten der Gilden, in Kneipen und auf der Straße. Um die enorme Produktion zu kanalisieren und die Nachfrage zu stimulieren, mussten neue Absatzkanäle gefunden werden. Lotterien, Würfelspiele und Schießwettbewerbe spielten eine entscheidende Rolle bei der Popularisierung von Kunst und boten, insbesondere für viel produzierende Künstler wie Cornelis, Weenix oder auch van Goyen, attraktive Absatzmöglichkeiten. Auch Kunsthändler experimentierten mit diesen Vermarktungsmethoden, wobei sie ihre Kunst in Kombination mit Musik, Spielen, Getränken, Essen und Tabak als Pauschalangebot vertrieben. Demgegenüber drehte sich der Wettbewerb am oberen Ende der Skala um die Reputation von Künstlern – eine Reputation allerdings, die nicht mit allgemeiner Bekanntheit verwechselt werden darf: Entscheidend war die Bekanntheit bei Kennern.

Hochkarätige Leihgaben kommen aus international bekannten Museen und Sammlungen, darunter Rijksmuseum Amsterdam; Museum Boijmans Van Beuningen; National Portrait Gallery London; Staatliche Kunstsammlungen Dresden, Gemäldegalerie Alte Meister; Staatliche Museen zu Berlin, Gemäldegalerie; Hamburger Kunsthalle; Bayerische Staatsgemäldesammlungen, Alte Pinakothek; Staatliches Museum Schwerin/Ludwigslust/Güstrow; Museumslandschaft Hessen Kassel, Gemäldegalerie Alte Meister; The Kremer Collection, Museum der bildenden Künste Leipzig; SØR

Weitere Presse-Informationen und Bildmaterial:

Lara Schuh, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bucerius Kunst Forum,
Telefon: +49 (0)40/36 09 96 78, Telefax: +49 (0)40/36 09 96 71, presse@buceriuskunstforum.de



BUCERIUS
KUNST
FORUM

Das Bucerius Kunst Forum
ist eine Einrichtung
der ZEIT-Stiftung
Ebelin und Gerd Bucerius

Rusche Sammlung Oelde / Berlin; National Museum in Warsaw; Liechtenstein. The Princely Collections. Vaduz / Wien und weiteren Museen und Privatsammlungen.

Der Katalog zur Ausstellung mit Beiträgen von den Historikern Michael North, Friso Lammerts und Jaap van der Veen gibt neue aufschlussreiche Einblicke in den Kunstmarkt des Goldenen Zeitalters. Hrsg. von Kathrin Baumstark und Franz Wilhelm Kaiser, ca. 200 Seiten mit farbigen Abbildungen aller ausgestellten Werke, Hirmer Verlag, München, Preis in der Ausstellung € 29,-, Buchhandelsausgabe ca. € 39,90.

Die Ausstellung steht unter der Schirmherrschaft der Botschaft des Königreichs der Niederlande.



Königreich der Niederlande

Die Ausstellung wird gefördert von

LATHAM & WATKINS LLP



Weitere Presse-Informationen und Bildmaterial:

Lara Schuh, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bucerius Kunst Forum,
Telefon: +49 (0)40/36 09 96 78, Telefax: +49 (0)40/36 09 96 71, presse@buceriuskunstforum.de