



Herausgegeben von DIRK BOLL

HELDEN DER KUNSTAUKTION

HATJE
CANTZ

HELDEN DER KUNSTAUKTION

HELDEN DER KUNSTAUKTION

Herausgegeben von DIRK BOLL

Mit Texten von URSULA BODE
DIRK BOLL
BARBARA BONGARTZ
THIS BRUNNER
WALTER FEILCHENFELDT
CELINA FOX
JAMES GOODWIN
ROSE-MARIA GROPP
ALBERT KRIEMLER
DANIELLA LUXEMBOURG
CHRISTOPHER MAXWELL
DAVID NASH
AMIE SIEGEL
STEPHANIE TASCH
JUDD TULLY
BRIGITTE ULMER
WOLFGANG WITTRÖCK

**HATJE
CANTZ**

- DIRK BOLL
6 **Eine Kulturgeschichte der
Kunstauktion in 14 Porträts**
- DIRK BOLL
14 1 **London 1766**
- CELINA FOX
16 1 **James Christie
Die Bedeutung von Standort,
Werbung und Persönlichkeit**
- DIRK BOLL
30 2 **Pompeji 1875**
- DIRK BOLL
32 2 **Lucius Caecilius Iucundus
Botschaften des antiken
Kunstmarkts**
- DIRK BOLL
38 3 **London 1882**
- CHRISTOPHER MAXWELL
40 3 **Die Hamilton-Palace-Auktion
und ein globaler Markt**
- DIRK BOLL
48 4 **Berlin 1916–1932**
- WALTER FEILCHENFELDT
50 4 **Paul Cassirer Berlin
81 Auktionen von 1916 bis 1932**
- DIRK BOLL
58 5 **Luzern 1939**
- STEPHANIE TASCH
60 5 **Der Anti-Held
Theodor Fischer und der
Auktionator im Zeitalter
der Extreme**
- DIRK BOLL
68 6 **Stuttgart 1947–1962**
- URSULA BODE
70 6 **Roman Norbert Ketterer
oder die Rückkehr des
Expressionismus**
- DIRK BOLL
80 7 **Bern 1951**
- WOLFGANG WITTROCK
82 7 **Eberhard Kornfeld
Kennerschaft und Tradition**
- DIRK BOLL
88 8 **London 1957/58 und 1977**
- DAVID NASH
90 8 **Peter C. Wilson**
- DIRK BOLL
96 9 **Basel 1964**

BRIGITTE ULMER
98 9 **Anke Adler-Slottke**
Die Briefmarken der ersten
Auktionatorin

DIRK BOLL
106 10 **New York 1990**

JAMES GOODWIN
108 10 **»Starry starry night«**
Dr. Gachet, Christopher Burge
und Hideto Koyabashi

DIRK BOLL
118 11 **New York, London, Genf**
und Zürich 2000/01

DANIELLA LUXEMBOURG
120 11 **Der Traum vom**
Boutique-Auktionshaus
Phillips de Pury & Luxembourg

DIRK BOLL
128 12 **Paris 2001–2009**

ALBERT KRIEMLER
130 12 **Meeting Yves Saint Laurent**

DIRK BOLL
138 13 **New York 2004**

ROSE-MARIA GROPP
140 13 **Tobias Meyer**
Steigende Preise für amerika-
nische Nachkriegskunst

DIRK BOLL
146 14 **New York 2013**

JUDD TULLY
148 14 **Nachklänge einer**
bahnbrechenden Auktion
Jussi Pykkänen auf dem Rostrum

DIRK BOLL
156 15 **Auktionieren als Alltagsjob**

AMIE SIEGEL
168 16 **Kreislauf: *Provenance***

BARBARA BONGARTZ
176 17 **Ein Liebeslos. *The Heir***
von Vita Sackville-West

THIS BRUNNER
184 18 **Auktionshausszenen**
im Spielfilm
TOP 12 – The Best Offers

200 **Endnoten**

214 **Appropriationsliste rund**
ums Auktionieren

218 **Autorenbiografien**

223 **Dank und Fotonachweis**

Eine Kulturgeschichte der Kunstauktion in 14 Porträts

Möglicherweise spielte Geld bei der Einordnung von Kunst schon immer eine Rolle. Offenkundig wurde dies spätestens in den 1980er-Jahren, als Sammler in Japan Werke des Impressionismus erwarben, nachdem britische Pensionskassen dort wenige Jahre zuvor investiert hatten. Oder in den 1990er-Jahren, als beinahe jedermann begann, zeitgenössische Werke zu kaufen. Heute gilt der Marktwert von Kunst als Faktor im Kanonisierungsprozess allgemein als gesichert. Man mag das bedauern, aber dabei wird es vermutlich bleiben. Die umfassende Transparenz, die mit dem Internet Einzug ins Marktgeschehen gehalten hat, verschafft dieser Entwicklung eine geradezu basisdemokratische Grundlage und macht ihr Auftreten zudem dauerhaft. Dass mehr als die Hälfte aller Auktionspreise für Werke der bildenden Kunst 2013 weltweit unter 3 000 Euro lag, zeigt gleichzeitig die wichtige Rolle, die der Markt für die Popularisierung der Künste spielt.¹

Ogleich die Kunstmärkte in ihrer Form tradierten Regeln und Gesetzen folgen, haben sie sich seit der letzten Jahrtausendwende so stark verändert wie nie zuvor. Den Auktionshäusern ist es endgültig gelungen, sich von Großhändlern zu Einzelhändlern zu entwickeln. Dies war nur möglich, weil sie sich aus Sicht des Käufers als dritte Distributionsform neben den Kunstmessen einerseits, dem Galeriesystem und den Kunsthandlungen andererseits etablieren konnten. Die neuen Käufer auf Auktionen sind vor allem Endkunden, die höhere Preise zahlen als Händler sowie für Maßnahmen zur Gewinnung und Pflege von Kun-



Christian Jankowski, *Strip the Auctioneer*, 2009, C-print, 41 × 50,8 cm,
Edition von 10, II

denkontakten offener sind. Es zeigt sich, dass die Kunstwelt, zumindest der Teil der kommerziellen Kunstvermittlung, im Zuge dieser Entwicklung zur Kunstindustrie geworden ist und sich industriell verhält. Beschaffungsanalyse, Absatzplanung, Kundendienst, Kommunikation, Markenpflege – die Hinweise sind zahlreich. Gemäß der öffentlichen Natur der Versteigerung werden sie vor allem bei den Auktionsunternehmen sichtbar, die offenkundig, je größer sie sind, desto stärker industrielle Züge aufweisen.

Aber was für eine Industrie ist das eigentlich? Zwei Großunternehmen, Christie's und Sotheby's, mit Geschäftsplan. Man denke an Starbucks oder Nespresso. Prinzipiell kommt der Umsetzung des Plans



Parker Brothers Inc., Salem (Mass.), *Masterpiece – The Art Auction Game*, 1970

entgegen, dass der Kunsthandel, die direkte Konkurrenz, zu allen Zeiten ein gewisses unternehmerisches Interesse am Erfolg des Auktionsmodells hatte, lässt sich doch die öffentliche Validierung von Kunst vortrefflich für die eigenen Geschäfte nutzen. Denn der Zuschlag auf einer Auktion schafft eine Wahrheit – einen Preis, der für alle sichtbar zustande gekommen ist. Viele Menschen neigen dazu, für diese Wahrheit Erklärungen, ja geradezu Entschuldigungen zu finden: Kunstwerke würden als Investmentvehikel missbraucht; der Markt werde durch seine Teilnehmer manipuliert. Aber sogar die Anerkennung, dass die Qualität der teuer verkauften Kunstwerke außerordentlich hoch war, ist nichts anderes als eine Entschuldigung, die eine Erklärung sein möchte. Denn die ökonomische Wahrheit ist schlicht: Ein angebotenes Gut hat einen Nachfrager gefunden, der bereit ist, einen öffentlich gesetzten Preis zu bezahlen. Dieser Preis wird für alle Zeiten in den Annalen stehen, und für kommende Verkäufe ein Referenzpunkt sein. In diesem Zusammenhang kommt verstärkend hinzu, dass die starke Saisonalität des Auktionsgeschehens einen unerhörten Spannungsbogen zur Folge hat. Wie beim olympischen 100-Meter-Lauf erhält man

erst bei der nächsten Durchführung der Spiele die Möglichkeit, den erreichten Rekord zu brechen. Für die Zeit, die dazwischen liegt, wird der historische Erfolg Orientierungspunkt und Sehnsuchtsziel.

Die zentrale Figur in dieser Geschichte ist die Person des Auktionators. Auch wenn nicht er – oder sie! – allein Wert schaffen kann, so beeinflusst sein Auftritt den Preis des Kunstwerks in nicht unerheblichem Maße. Sein Streben, die Zuschauer zu Bietern, zu Wettstreitern zu machen, nutzt die sinnliche Faszination, die von der Auktion seit Jahrhunderten ausgeht. Die rituelle Dramaturgie dieses im Grunde archaischen Wettstreits hält immer wieder Momente bereit, die den Mitwirkenden den Atem stocken lassen und auch den Unbeteiligten in ihren Bann schlagen – nicht umsonst wird (gerade während dieses Büchlein entsteht) das Geschehen auf der Auktionsbühne als Hintergrund für die Werbung eines Herzmedikaments genutzt.² In dieser aufgeladenen Atmosphäre verhält sich der Auktionator wie ein Fußballtrainer, der vor seiner Mannschaft steht und ihr klarmacht, dass sie das Spiel gewinnen wird, einfach weil sie besser spielen kann. Ist der Trainer ein guter Anführer, dann werden seine Spieler ihm glauben, möglicherweise sogar unabhängig von ihrer physischen Konstitution. Und dieser Glaube wird ihnen helfen, sich im Konkurrenzkampf durchzusetzen. Der einzige Unterschied der Spielfelder ist, dass es im Auktionsaal so viele Mannschaften wie Bieter gibt und sie trotzdem alle auf denselben Trainer hören.

Dieser Band erzählt anhand von 14 Einzelporträts die Kulturgeschichte der Kunstauktion. Vorgestellt werden eine Auktionatorin und 13 Auktionatoren jeweils zu einem bestimmten Zeitpunkt, der einen maßgeblichen Entwicklungsschritt im Auktionsgeschehen markiert. Die Auswahl ist repräsentativ, aber auch der Quellenlage geschuldet; viele Höhepunkte der Auktionsgeschichte müssen unberücksichtigt bleiben. Der deutsche Leser mag Heinrich Georg Gutekunst vermissen

oder die Auktion von G. C. Börner, der französische die Attraktionen des Hôtel Drouot, der New Yorker Leser Hiram Parke von Parke-Bernet oder die Auktion der Sammlung Scull bei Sotheby's 1973, wo erstmalig bedeutende Werke amerikanischer Zeitgenossen wie Andy Warhol, Willem de Kooning oder Robert Rauschenberg öffentlich versteigert wurden und die unerhörte Gesamtsumme von 2,2 Millionen Dollar einspielten.

Erschwert wird die Darstellung der Auktionsgeschichte dadurch, dass über einige historische Auktionatoren nur wenig bekannt ist. Zwar werden Innovationskraft und Charisma von James Christie seit 250 Jahren gerühmt, aber seine Nachfolger sind vor allem gesichts- und zuweilen sogar namenlose Dienstleister. Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts verändert sich der Blick auf den Auktionator. Die Definition von Markenwerten sowie die Image- und Referenzpolitik der internationalen Auktionshäuser stellen seit den 1970er-Jahren erstmals Individuen ins Rampenlicht, die noch wenige Jahre zuvor hinter der Institution verborgen geblieben wären. Höhepunkt dieser Entwicklung waren die späten 1980er-Jahre, als Kunst und Lifestyle, also das autonome Werk und die populäre Werbe- und Warenästhetik, zusammenflossen: Kunst wurde in Boulevardzeitungen behandelt, und Kunstmarktakteure errangen zuweilen den Status von Popstars. Wir wissen also vergleichsweise wenig über die Riege der Auktionatoren, die 1882 in langwierigen Sitzungen tagelang Tausende Werke aus den Sammlungen Hamilton und Beckford versteigerten, aber wir können aus der einschlägigen Presse über das Leben eines Tobias Meyer detailreiches Wissen beziehen, das nicht immer mit seiner Fähigkeit zu tun hat, in den 90 Minuten einer New Yorker Abendauktion Hunderte von Millionen Dollar umzusetzen. Im Zeitalter der Internetkommunikation und der Kunstmarktblogs hat sich diese Entwicklung noch beschleunigt. Nicht umsonst spricht man seit einigen Jahren von



William Hogarth, *The Toilette*, Detail, Bild 4 der Serie *Marriage à-la-mode*, 1743–1745, Öl auf Leinwand, 70,5 × 90,8 cm, National Gallery, London

Starauktionatoren. Einige werden hier vorgestellt. Aber auch die unbekannteren Auktionatoren vergangener Jahrhunderte waren »Helden der Kunstauktion«. Denn zwar sind Auktionatoren als Meister ihres Handwerks zunächst einmal nüchterne Kaufleute. Aber ihr Handwerk besteht unter anderem darin, eine emotionale Temperatur zu erzeugen, in der sie selbst dem Publikum als Identifikations- und Projektionsfiguren der eigenen Leidenschaft, als Helden, dienen.

Und so zeigt diese kleine Kulturgeschichte der Kunstauktion eine beispiellose Entwicklung: Ursprünglich ein Distributionssystem für Erbstücke, falls der Nachlass überschuldet oder kein Erbe zu finden war, oder für Sicherungsgüter, die von Gläubigern nach einem Bankrott verkauft werden mussten, waren Auktionen und alle Menschen, die mit ihnen in Berührung kamen, nicht gut beleumundet. Noch Mitte des 18. Jahrhunderts zeigt William Hogarth in seiner Gemäldeserie *Marriage à-la-mode* mit Nummern beschriftete Lots samt Auktionska-



Daniel Cherbuin, *Moronica*, 2013, Fotografie, HD-Video

talog im Haushalt der Countess Squanderfield: Das Kaufen auf Auktionen wird als Zeitvertreib einer gedankenlosen und leichtfertigen Klasse dargestellt, schlimmer noch, der Hinweis auf die Einkaufsquelle soll hier einen zwielichtigen und unehrenhaften Charakter illustrieren. Nicht umsonst spricht man heute noch despektierlich von Objekten, die das gar nicht wünschenswerte Schicksal ereilt hat, gezwungenermaßen »unter den Hammer zu kommen«. Erst im Zeitalter von James Christie wurde die Wandlung der Versteigerung von einer Veranstaltung zum Tausch Geld gegen Ware in ein gesellschaftliches Ereignis vollzogen, deren Unterhaltungswert geschätzt wird, das aber auch dem Kunstgenuss und der intellektuellen Erbauung dient. Mit Christie und seinen Nachfolgern wurde der Auktionator vom akribischen und neutralen Vermittler zur charismatischen gesellschaftlichen Projektionsfigur und damit schließlich selbst zum Gegenstand künstlerischer Reflexion. Am 20. Mai 2009 ließ der Künstler Christian

Jankowski in einer öffentlichen Auktion den renommierten Christie's-Auktionator Arno Verkade seine eigenen Kleider – vom Körper weg! – versteigern. Die Auktion endete mit der Versteigerung des Auktionatorenhammers (*Strip the auctioneer*). Das Ausstellungsprojekt *The Auction Room*, kuratiert von Mariana Pestana und Designersblock, fokussierte die Gestaltung der Objekte: Im Jahr 2011 hat auf dem London Design Festival eine Gruppe junger Kreativer ein komplettes Setting eines Auktionsgeschehens gestaltet und versteigern lassen – von den Auktionsobjekten bis zu den Sitzmöglichkeiten für die Bieter, Auktionatorenpult und -hammer.

Auch in die Populärkultur hat der Auktionator Eingang gefunden: Die Bandbreite reicht von Vitrinenfigürchen aus Porzellan (*The Auctioneer* von Royal Doulton) und Spielzeugpuppen, die immerhin dem real existierenden Auktionator Simon de Pury nachgebildet sind (*Action Auctioneer*, gestaltet vom Künstler The Sucklord) bis hin zu Comics, wie Walt Disney's *Donald Duck* (*Ducktales Retrospective*, Episode 61: »Dr. Jekyll & Mr. McDuck«) oder »Auctioneer« und »Auctioneer II« der Serie *New Earth* bei DC World of Comics. Auch der interaktive Bereich ist vertreten, mit Computerspielen wie *Gadgetzan Auctioneer* von Matt Dixon, *Auction Wars. Storage King* von GameDigits Ltd und den zahllosen Auktionatoren (und einer Auktionatorin) der *World of Warcraft*. Wahre Enthusiasten werden vielleicht noch ein Exemplar von *Masterpiece – The Art Auction Game* aufstöbern, um Spannung und Glamour der Auktionswelt in die eigenen vier Wänden zu holen.

Alle diese Beispiele verweisen auf die Beiträge dieses Bandes, die die Abfolge biografischer Texte abrunden und die Behandlung des Auktionators im Alltag, in der bildenden wie der Filmkunst sowie in der Literatur zum Gegenstand haben.

1 London 1766

Um 1700 entstand in London ein hochspezialisierter und leistungsfähiger Kunstmarkt. Voraussetzung hierfür war die Aufhebung von Oliver Cromwells puritanischen Gesetzen, die jeden Kunstimport aus dem Ausland untersagt hatten.³ In der Folge begaben sich britische Adlige wieder verstärkt auf Bildungsreisen auf den Kontinent, deren Eindrücke oft nicht zuletzt die Grundlage für eine eigene Sammlertätigkeit waren. Schon bald war es für das gesellschaftliche Prestige unabdingbar, eine Kunstsammlung sein Eigen zu nennen. Durch die beginnende Vormachtstellung des britischen Staates im europäischen Handel flossen große Finanzmittel in das Land; während der italienische Adel verarmte und verkaufen musste, etablierte sich der englische Adel auf der Käuferseite.⁴

Nicht zuletzt, weil neben dem Bedarf der Höfe in London und in Paris vor allem die extrem gestiegene Nachfrage des vermögenden Bürgertums befriedigt werden musste, liefen diese beiden Hauptstädte allen anderen europäischen Kulturzentren den Rang ab.⁵ Führten die Bildungsreisen Kunstliebhaber zu den Stätten der klassischen Antike, so reiste der Kunstkäufer ab Beginn des 18. Jahrhunderts nach London und Paris. Der Kunsthandel stellte sich mit neuer Offenheit darauf ein: Geschäftslokale luden zum Kunstgenuss und damit zum Verweilen ein und wurden verstärkt zum Ort des geistigen Austausches, der gemeinsamen und schichtenübergreifenden Intellektualisierung.⁶

So wurden die 1760er-Jahre zu einem Wendepunkt in England. Die Gründung der Royal Academy, die ersten *Annual Exhibitions* etablierten Kunstgenuss und -konsum. Die Rivalität der Londoner und Pariser Kunstmärkte blieb nicht ohne Einfluss auf die Preise für Kunstwerke,⁷ mit entsprechenden Folgen für das europäische Auktionsgeschäft. 1674 war mit Auktionsverket in Stockholm das erste der heute noch bestehenden Auktionshäuser gegründet worden, 1707 folgte das Wiener Dorotheum, zunächst als staatliche Pfandleihe. Auch das 1744 gegründete Londoner Haus Sotheby's sah damals noch anders aus, versteigerte es doch bis ins 20. Jahrhundert ausschließlich Bücher.⁸ Londoner Versteigerungen fanden nur von September bis Mai statt, also während der Stadtsaison. Fuhr die Gesellschaft über den Sommer aufs Land, ruhte auch der Auktionsbetrieb: »Kirschen rot, Handel tot«, hieß es nicht nur im Geschäft mit der Kunst. Diese Zeiteinteilung hat sich im Übrigen auf dem Auktionsmarkt bis heute erhalten.

Die Französische Revolution und die napoleonischen Kriege stärkten den Auktionsplatz London erheblich, verkauften doch hier die emigrierten Adligen ihren einzigen beweglichen Besitz: ihre Kunstwerke und ihre Juwelen. Wichtige kontinentale Sammlungen wurden zwischen 1790 und 1820 in London verkauft: Die Sammlungen Calonne, Conti, Lafitte, Orléans und als Höhepunkt die Juwelen der Gräfin du Barry bei Christie's, die Sammlung Talleyrand bei Phillips.⁹ Gleichzeitig entstanden zahlreiche Kunsthandlungen wie die Altmeisterhändler Colnaghi und Sulley oder 1817 die Galerie Agnew, die ebenfalls vor der Revolution gerettete Kunstwerke an britische Sammler vermittelten.¹⁰

Es ist nicht einfach, diesen Markt als ökonomisches System in Zahlen darzustellen. Der Preis, den August der Starke 1754 für die *Sixtinische Madonna* zahlte, scheint eine Art »Weltrekord« dieser Epoche gewesen zu sein – zumindest wenn man zeitgenössischen Kommentatoren glauben schenkt, die diese 8 500 Pfund für extraordinär hielten.¹¹

1 James Christie. Die Bedeutung von Standort, Werbung und Persönlichkeit

In einer zur Geheimhaltung neigenden Branche mit einem Hang zur Übertreibung lassen sich Mythos und Realität kaum trennen, und umso schwerer lässt sich der Erfolg eines Auktionshauses erklären. Geht es noch dazu um Christie's, ist die Situation zusätzlich kompliziert, da die historischen Archive im April 1941 durch eine Bombe auf das Firmengebäude in der King Street zerstört wurden. Lediglich ein Satz von Auktionskatalogen mit Anmerkungen blieb erhalten. Außerdem liegen die Anfänge des Gründers James Christie derart im Dunkel, dass man glauben könnte, er habe diese absichtlich verschleiert. Eines ist jedoch klar: Er war der richtige Mann zur richtigen Zeit am richtigen Ort, und er hatte bis zu seinem Tod am 8. November 1803 dem Auktionsgeschäft zu einer neuen Bedeutung verholfen.¹²

Laut einem kurzen Nachruf im *Gentleman's Magazine* wurde er 1730 geboren. Die früheste überlieferte Christie's-Auktion fand 1760 statt, und Mortimers Verzeichnis *Universal Director* von 1763 führt unter 22 Auktionatoren »Christie« in der Londoner Oxford Road [heute Street] auf.¹³ Die erfolgreichsten unter denen, die Kunst auktionierten, waren Abraham Langford, der sein Geschäft in der Great Piazza in Covent Garden hatte, und John Prestage, der Bilder in einem »Great Room« in der Savile Row versteigerte. Der Tod von Prestage 1767, von Langford 1776 und der des führenden Kunsthändlers Dr. Robert Bragge im folgenden Jahr trug dazu bei, Christie den Weg zu ebnen.¹⁴



Thomas Gainsborough, *James Christie*, 1778, Öl auf Leinwand,
126 × 102 cm, The J. Paul Getty Museum, Los Angeles

Obwohl Christie sein Geschäft immer in der Oxford Street hatte, fand die Versteigerung der Besitztümer einer »Noblen Person (verstorben)« vom 5. bis 9. Dezember 1766 in einem Auktionsraum an der Pall Mall statt. Dass er im folgenden Jahr seine Wohnung und sein Geschäft ganz in die Pall Mall verlegte, ist ein klarer Hinweis auf seine Ambitionen. Diese Straße verband den Haymarket mit der St James's Street, und damit lag sie in der gesellschaftlichen Geografie der Metropole äußerst günstig. Auf der Südseite befanden sich drei königliche Residenzen: am westlichen Ende der St. James's Palace, am östlichen das Carlton House und in der Mitte das neuerbaute Cumberland House. Im Haus Nummer

49–50 an der Nordseite hielten in den Räumen von William Almack anfangs die elegantesten Londoner Klubs ihre Treffen ab. Um den Markt zu testen, bevor er seine eigenen Geschäftsräume bezog, richtete Christie seine erste Auktion in einem »Great Room« im Haus Nummer 125 am östlichen Ende nahe dem Haymarket aus. Das Haus war 1765 vom Bibliothekar König Georgs III., Richard Dalton, als Lagerhaus für Druckgrafik gepachtet worden.¹⁵ Christie selbst pachtete 1768 Nummer 83–84 zwischen Schomberg House im Westen und Cumberland House im Osten, näher an Almack's, aber noch immer auf der Südseite.¹⁶ Er gab 1000 Pfund für Renovierungsarbeiten aus und errichtete im hinteren Garten einen »geräumigen und luftigen« Auktionssaal, der Ende 1768 fertig war.¹⁷ Das Prestige der Pall Mall stieg 1783 erneut, als der Prince of Wales zur Volljährigkeit Carlton House als Geschenk erhielt. Nach einer umfangreichen Renovierung wurde diese Residenz zum Mittelpunkt der feinsten Gesellschaft.¹⁸

In der Pall Mall hatte Christie gleichzeitig seinen Finger am Puls der zeitgenössischen Kunstszene. Das erste Treffen der neugegründeten Royal Academy fand im Dezember 1768 dort in Daltons Räumlichkeiten in Nummer 125 statt, ebenfalls die erste Ausstellung im darauffolgenden Sommer. Dalton konnte jedoch die finanzielle Tragfähigkeit des Unternehmens garantieren und verpachtete das Haus 1771 an Christie weiter, mit der vertraglichen Bedingung, dass die jährlichen Ausstellungen der Akademie dort weiterhin stattfinden, was bis 1779 der Fall war. Über 30 Jahre lang nutzte Christie den einen oder den anderen seiner »Great Rooms« an der Pall Mall für Auktionen, so teilte er im März 1795 den Verkauf der Bilder von Sir Joshua Reynolds auf beide Säle auf.¹⁹ Zuweilen vermietete er Nummer 125. Auch die Free Society of Artists, die Konkurrenz der Royal Academy, hielt bis 1774 ihre Jahresausstellungen bei Christie in Nummer 83–84 ab. Des Weiteren lebten einige berühmte Künstler in der Gegend, etwa Gainsborough, der von 1774 bis zu seinem

Tod 1788 im Westflügel von Schomberg House wohnte. Da Künstler nicht nur Kunst produzieren, sondern damit auch handeln und sammeln, war es von entscheidender Bedeutung, im Mittelpunkt der Kunstszene zu sein. Man glaubt, dass Christie 32 Künstlersammlungen zwischen 1766 und 1803 versteigert hat.²⁰ Künstlern traute man ein besseres Urteil zu, wenn es um die Qualität der zu versteigernden Bilder ging.

Christie reihte sich ein in den ständig zunehmenden Reigen der Attraktionen, die die elegante Gesellschaft des Londoner West End unterhalten wollten. Nach den Siegen im Siebenjährigen Krieg strotzte London vor nie dagewesener Zuversicht. Außer den Theatern, Clubs, Vergnügungsparks und ab 1772 dem neuen Pantheon in der Oxford Street bot die Stadt mehr denn je attraktive Einkaufsmöglichkeiten für Luxusgüter. Kaufmännisch gesinnte Unternehmer wetteiferten darum, den hohen und niedrigen Adel und die aufstrebende Mittelschicht um ihre Geldmittel zu erleichtern, sei es in eigenen Ausstellungsräumen oder in denen der Auktionatoren, zuweilen auch beides. Zu einer Zeit, in der der Einzelhandel mit Luxusgütern noch neu war, Bestandskontrollen in den Kinderschuhen steckten, Liquidität ungewiss und der Bankrott stets nah, erfüllte Christie eine wertvolle Funktion. Seine »Great Rooms« übernahmen die Rolle eines gehobenen Einkaufsoutlets, in dem man Waren erwerben konnte, die nicht mehr auf dem Höhepunkt der Mode waren, aber auch noch nicht vom Hersteller zurückgerufen wurden. Ab 1767 versteigerte er zum Beispiel den Lagerüberschuss verschiedener Porzellanhersteller, darunter Nicholas Sprimonts Chelsea-Porzellan sowie die Chelsea- und Derby-Porzellane seines Nachfolgers William Duesbury, dann 1770, 1771 und 1778 Boultons und Fothergills Vasen mit vergoldeter Bronzemontierung, Kerzenleuchter und Parfümbrenner, »in exquisiter Handwerkskunst und im antiken Stil gefertigt«. Er auktionierte juwelenbesetzte Automaten aus James Cox'

Museum, nachdem dieser 1779 Bankrott gegangen war, 1781 Jasperware und Basaltbüsten von Josiah Wedgwood, nachdem dessen Geschäftspartner Thomas Bentley verstorben war. Neben solch führenden »Marken« versteigerte Christie aber auch das Inventar aus Firmen, die geschlossen wurden: Gartenornamente aus Steinguss, Schmuck, Geschirr, modische Accessoires, Glas, Hüte und Putzmacherartikel, Tuchwaren, Spitzen und Seide aus Spitalfields.

Christie konnte sich nicht erlauben, bei der Auswahl seiner Kundenschaft wählerisch zu sein, und nahm Fahrten zu Auktionen in Vororten und auf dem Land in Kauf, wie zum Beispiel zu der Auktion von lebendem und totem Inventar eines Bauernhofs in Hampshire. Londoner Haushaltsauflösungen fanden meist im West End statt, also in Mayfair, St. James's, Marylebone und Soho. Wann immer es ihm möglich war, nannte er den Namen eines adeligen Einlieferers. Wohl die größte Versteigerung war eine zwölf Tage dauernde Auktion im Dezember 1775, in der nach dem Tode von Henry Fox, 1. Baron Holland, das Inventar von Holland House in Kensington verkauft wurde. Horace Walpole war von dem Tod so erschüttert, dass er sich nicht in der Lage sah, an der Auktion teilzunehmen.²¹ Versteigerungen vor Ort von Möbeln, Tafelgeschirr, Porzellan, Weißwäsche, Weinen und dergleichen sind bei Weitem die umfangreichste Kategorie der Kataloge in den Archiven und waren offensichtlich sein Leben lang Christies Tagesgeschäft.

Christie war zwar nur einer von vielen Auktionatoren, die Haushaltsinventare und Lagerbestände verkauften, aber er schien sich bereits Ende der 1770er-Jahre eine marktführende Stellung für Bildverkäufe zu erarbeiten. Nach dem Frieden von Paris stieg die Anzahl der Gemälde, die vor allem aus Italien eingeführt wurden, auf über 1000 im Jahr.²² Robert Ansell (um 1732–1789) und Robert Strange (1725–1792) gehörten zu den Importeuren, die wiederum Christie mit Ware versorgten. Zum einen belieferte Ansell die Aristokratie mit Bilderrahmen und Möbeln,

zum anderen hielt er zwischen 1768 und 1772 jeden Februar bei Christie eine Auktion von Gemälden ab, deren Inhalt als »Einlieferungen aus dem Ausland« beschrieben wurde. Diese Auktionen brachten auch erstmals adelige Käufer zu Christie's. Ansell war eventuell mit James Ansell verwandt, der 1772 als Trauzeuge bei Christies Heirat auftrat und von Januar 1777 bis Oktober 1784 sein Geschäftspartner war.

Robert Strange war der führende Kupferstecher seiner Zeit. Er veröffentlichte 1769 einen beschreibenden Katalog der Bilder, die er auf seinen Reisen durch Italien und Frankreich erworben hatte und die 1771 und 1773 bei Christie's versteigert wurden. In der zweiten Auktion wurde Poussins *Landschaft mit einem Mann, der von einer Schlange getötet wird* für 650 Pfund an Sir Watkin Williams-Wynn zugeschlagen.²³ Das letzte Los der Auktion, Claude Lorrains *Landschaft mit dem pilgernden Jakob*, wurde für 400 Guineen vom Kammerdiener des Earl of Chesterfield, der zu diesem Zeitpunkt im Sterben lag, in dessen Auftrag ersteigert.²⁴ In einem Brief vom 1. Mai 1774 beschrieb Horace Walpole sein Erstaunen angesichts der hohen Auktionspreise: »Einmal abgesehen vom Glücksspiel, das aufgrund Materialmangels ein wenig zurückgeht, sind Bilder die größte Torheit – man verzeihe mir, dass ich sie mit dem Glücksspiel in einem Atemzug erwähne. Letzte Woche wurden die Bilder von Sir George Colebrooke, ein ehrbarer Bürger und Opfer dessen, was man *Spekulation* nennt, versteigert.«²⁵

Der Erfolg der Anstell- und Strange-Auktionen führte zu einer Reihe von Verkäufen aus dem Nachlass verstorbener ausländischer Granden. Außerdem befanden die Botschafter am Londoner Hof von St. James Christie's für geeignet, um sich vor der Heimreise ihres Tafelgeschirrs, Porzellans und ihrer Weinkeller zu entledigen. Von 1776 bis 1794 versteigerte die Firma den Besitz von Botschaftern aus Hannover, Spanien, Neapel, Frankreich, Holland (zweimal), Dänemark, Preußen und Schweden.