

Die Vermarktungsaktivitäten des A&O und ihre Aktivitäten im Kunstmarkt

Das A&O? Wer oder was ist denn das? Etwas ... existentielles scheinbar.

"Andreas und Oswald Achenbach"? Existentiell? Eher wohl: Nie gehört! Zumindest aus heutiger Sicht. Damals hingegen waren die beiden die Stars der Düsseldorfer Kunstszene. Repräsentative Häuser, rauschende Gesellschaften, eine ganze Stadt, die bei ihrem Tod Trauer trägt - aber wie kam es zu dem kometenhaften Aufstieg und schließlich zum kompletten Vergessen der beiden später zerstrittenen Brüder?

Eigentlich kann man diese Frage mit drei Worten beantworten:

Zeit der Veränderungen.

In diese fällt ihre Karriere nämlich, und die drei wichtigsten Stichpunkte lauten: aufkommender Kunstmarkt, vereinfachtes Reisen und neue Reproduktionstechniken.

Andreas Achenbach wird 1827 Schüler an der Düsseldorfer Malerschule - wie später auch sein jüngerer Bruder Oswald. Die 1830er und 1840er Jahre sollen für ihn zu einer einzigen Erfolgsgeschichte werden, erste Aufmerksamkeit bekommt er 1831 durch sein Gemälde der Akademie. Durch die Reisen mit seinem Vater erfolgsorientiert, sprich, mit dem Wissen, dass sich mit seinem Bildern Geld verdienen lässt und dass er dieses auch muss, geht es von da an steil bergauf.

1834 verkauft er eine seiner "Norwegischen Landschaften" an Athanasius Graf Raczynski. 1835 geht die "Große Marine mit Leuchtturm" auf der Allgemeinen deutschen Kunstausstellung in Friedrich von Preußens Besitz über. 1836 erhält der bayrische König Ludwig I. den "Seesturm an der schwedischen Küste". 1837 geht eine große Marine an das Ständelsche Kunstinstitut, an welchen Andreas Achenbach zeitweise ein eigenes Atelier zuteil wird. Schließlich erhält er 1842 den Auftrag des Großherzogs von Baden, ein riesiges Gemälde zum Untergang des Passagierschiffes "The President" anzufertigen. Durch das Format und die naturgetreue Darstellung wird dieses Gemälde ein "Sensationsbild" - Andreas Achenbach fällt auf. Er fällt auf, weil er eine illustre Kundensicht sein Eigen nennt, weil er großformatig arbeitet und weil er den Nerv der Zeit trifft.

Seine Marine-Darstellungen und Küstenbilder schlagen ein, und so kauft der Kunstverein

für die Rheinlande und Westfalen 1843 seinen "Hardanger Fjord" an, welches zwei Jahre später, also 1845, als zweites Bild für die künftige Städtische Sammlung Düsseldorfs auserwählt wird. Auch die Königliche Sammlung in Hannover kann nicht mehr ohne Andreas Achenbachs "Winterfreuden" und die bleibende Sammlung des Badischen Kunstvereins Karlsruhe erwirbt 1844 eine seiner "Norwegischen Landschaften".

Wer von dieser Reihe an Jahreszahlen noch nicht erschlagen ist, dem ist nun klar: Andreas Achenbach war gefragt. Sehr gefragt. Weil er das lieferte, was seine Käufer wünschten. Und ein bisschen wird auch schon klar, warum er heute keine so große Nummer mehr ist: Seine Bilder wirken aus heutiger Sicht - bei allem rauhen Charme der nordischen Landschaften - ein bisschen bieder und wenig innovativ.

Was man heute nur noch aus Briefwechseln schließen kann, seinem Erfolg damals aber zuträglich gewesen sein wird: Andreas Achenbach pflegte einen intensiven, persönlichen Kontakt zu seinen Käufern. Die Besichtigung, die Kaufentscheidung, die finanzielle Abwicklung - all das fand in den ersten Jahren seines Erfolges bei ihm im Atelier statt, er selbst kümmerte sich um den Versand und gab per Brief Tipps zur optimalen Hängung.¹ Gleichzeitig beteiligte er sich an Künstleralben, die beispielsweise König Ludwig als "Kunstbeschützer" huldigten.

Künstleralben - das bedeutet Kooperation. Und wie alle Schüler der Düsseldorfer Malerschule nutzte auch Andreas Achenbach die enge Vernetzung mit seinen Malerkollegen, so ließ er sich bei dem Marinebild für Friedrich von Preußen von Alfred Rethel bei den Staffagefiguren helfen.²

Apropos Kooperation und Malerkollegen: Was ist eigentlich mit seinem Bruder, Oswald Achenbach?

Oswald Achenbach hatte sich auf die Darstellung italienischer Landschaften konzentriert, und das erfolgreich. So erfolgreich, dass er von 1862 - 1872 eine Landschaftsprofessur an der Düsseldorfer Akademie wahrnimmt, in der Hoffnung, dass sie als Nebeneffekt dem Verkauf seiner Bilder neuen Schwung verleiht, ihn schlussendlich jedoch eher in seinem

¹ Brief an A. Wanstrat vom 11.07.1846

² Deiters, H.: Festrede zum Künstlerjubiläum von Andreas Achenbach am 29. September 1885 in der Kunsthalle zu Düsseldorf, Düsseldorf 1885

Schaffen lähmt. Aber wieder zurück ins Jahr 1845.

In diesem Jahr kehrt nämlich Andreas Achenbach aus Italien zurück und malt, wie sein Bruder Oswald, farbgewaltige italienische Landschaftsszenarien. Das Echo in der Kunstszene ist geteilt, die Verwechslungsgefahr groß und die Brüder treffen eine wichtige Marketing-Entscheidung: Andreas kehrt zurück zu seinen Wasserfällen und nordischen Strandansichten, die Bilder italienischer Küsten verkauft er in die USA.

Genauso wichtig wie dieser Entschluss ist folgendes Datum: Der 17.03.1848. Denn das ist der Tag, an dem Eduard Schulte in Düsseldorf seine "Permanente Kunstaustellung" eröffnet, wo er neue Bilder möglichst schnell zeigen möchte, ohne auf die Ausstellungen des Kunstvereins warten zu müssen. Nicht nur, dass hier der Kunstmarkt beschleunigt wird, nein, Schulte hat noch ein ganz anderes Ziel. Er möchte, dass seine Ausstellung die "Vermittlung des Handels zwischen den Künstlern und Käufern übernimmt und gegen eine sehr mäßige Provision die Letzteren der denselben oft peinlichen unmittelbaren Verhandlungen mit den Ersteren überhebt."³ Sprich: Der Kunsthandel, wie wir ihn heute kennen, war geboren. Zudem wurde der Verkauf durch die Ausstellung von graphisch reproduzierten Werken in anderen Kunsthandlungen angekurbelt. Und Andreas Achenbach nutzte diese neuartige Vertriebsmöglichkeit auch prompt, seit 1848 liefen seine Verkäufe über die Galerie Schulte. Sein Bruder Oswald ließ sich ein bisschen mehr Zeit: Ab 1854 kooperierte er ebenfalls mit Schulte, ab 1861 arbeitete er zusätzlich mit Rudolf Lepke in Berlin.

Nicht nur, dass sich der Kunstmarkt in Deutschland veränderte, nein, die "Achenbachs" erschlossen sich mit Hilfe des Remscheider Weinhändlers Johann Gottfried Böcker, genannt J. Boker, eine ganz andere Kundenschicht: Amerika. Der preußische Handelsbeauftragte und Generalkonsul eröffnet am 18.04.1849 die Düsseldorf Gallery am Broadway. Als Übersee-Agent und Vertriebsleiter der Art Union vermarktet er die Düsseldorfer Akademie in den USA als eine geschlossenen Bewegung und die Bilder von Andreas und Oswald verkaufen sich gut. 1859 gründet Wilhelm Aufermann die International Art Institution - ebenfalls am Broadway. Es gibt ein Komitee, welches über die Bilderauswahl und Preisgestaltung entscheidet - und als Vertreter Düsseldorfs fungiert Andreas Achenbach. So sorgen die beiden Brüder dafür, dass ihre Bilder bis in die 1890er

³ Correspondenzblatt KfDRhW, Jg. V, Nr. 2, April 1850, S. 17

in allen wichtigen Privatsammlungen Amerikas vertreten sind.

Aber auch eben nur bis in die 1890er. Ab da wird nicht nur in Amerika der Einfluss der Impressionisten immer stärker, sodass Andreas und Oswald sich nur noch schwerlich am Markt behaupten können, sondern auch in Deutschland.

Andreas hatte sich an den nordischen Szenerien sattgesehen und Oswald bereute die strikte Marktteilung der Brüder ebenfalls, verspürte hinter dem Zwang, italienische Landschaften abliefern zu müssen, eine Sehnsucht nach dem Norden, sah aber keine Möglichkeit, die malerische Schwerpunktverteilung rückgängig zu machen. Gleichzeitig brach er mit seinem Prinzip, draußen zu skizzieren und nach dem Naturstudium direkt ins Atelier zu eilen, um alles möglichst originalgetreu abzubilden: Sein Publikum forderte Gemälde mit verschiedenen Motiven aus der Umgebung Neapels und Oswald gab sie ihnen - mit der Einschränkung, dass die aus Skizzen komponierten Bilder kaum noch den Gegebenheiten der realen Orte und Plätze entsprachen. Er malte auf Vorrat, stellte Bilder auf Abruf mit den gewünschten Motiven fertig.

Dabei unterdrückte er seit den frühen 1860ern auf Wunsch der Händler und Bankiers den fortschrittlichen Impuls, der ihm länger andauernden Ruhm hätte beschereen können: Den Wunsch danach, Farben über Motive zu stellen, die Reduzierung der Details und die Betonung des Gesamteindrucks. Oswald Achenbach nannte dieses Prinzip "Untermalung". Und obwohl er diese großformatigen Farbflächen selbst als fertige Gemälde ansah, beugte er sich dem Druck des Marktes, der zu dieser Zeit noch nach naturgetreuen Detailabbildungen schrie und degradierte - aus heutiger Sicht - seine "Untermalungen" zur Grundlage der zu verkaufenden Bilder.

Woran sind die beiden also letztendlich gescheitert? Haben sie sich doch nicht genug an die Bedürfnisse des Kunstmarktes angepasst? Oder vielleicht sogar zu sehr? Haben sie sich durch die kurzfristigen Forderungen des Marktes zu sehr eingeschränkt, zu sehr festgelegt?

Ja. Denn auch wenn Andreas und Oswald zunächst die Gunst der Stunde für sich zu nutzen wussten, so bedachten sie nicht, dass die neue Verfügbarkeit von Kunst auch die Notwendigkeit mit sich bringen würde, innovativ und anders zu sein. Beziehungsweise

fehlte Oswald der Mut, sich gegen seine Händler zu stellen und Kunst um der Kunst willen auf den Markt zu bringen - und so wird man nie wissen, ob aus dem Kleineren der beiden nicht ein ganz, ganz Großer hätte werden können.

Weitere Quellen:

Sitt, Martina (Hrsg.): Andreas und Oswald Achenbach, "Das A und O der Landschaft", Köln 1997

Potthoff, Mechthild: Oswald Achenbach. Sein künstlerisches Wirken zur Hochzeit des Bürgertums. Studien zu Leben und Werk, Köln 1995