Orangerie '93

Internationaler
Kunsthandel im
Schloss Charlottenburg

11.–26. September 1993

Veranstalter
Verband der Berliner Kunst- und Antiquitätenhändler e.V.

Vorstand
Udo Arndt, Bernd Seidel, Volker Westphal, Barbara Willemeit, Ernst von Loesch

Künstlerischer Beirat
Prof. Dr. Winfried Baer, Dr. Stefan Bursche Dr. Burkhard Göres, Prof. Dr. Dieter Honisch, Prof. Dr. Willibald Veit, Udo Arndt, Albrecht Neuhaus, Bernd Seidel, Adelbert Stahlmach, Volker Westphal

Organisation und Koordination
Marianne El Hariri
Mitarbeit: Ulrike Barth, Monika Gierich, Manfred Künitz

Ausstellungsgestaltung
Jürg Steiner

Ausstellungsaufbau
Museumstechnik GmbH

Foto des zentralen Pavillons mit Blick in die östliche Galerie

alle Fotos: Hermann Kiessling

Broschüre
steiner.archi, Juni 2021

Orangerie '93

1993 fand die Kunsthandelsmesse ›Orangerie‹ zum letzten Mal in den namensgebenden Räumen des Berliner Schlosses Charlottenburg statt. Bernd Schultz, der Motor der Veranstaltungsreihe, hatte inzwischen sein Amt weitergegeben. Es war auch die letzte Orangerie, die Jürg Steiner gestaltete.

Das Grundprinzip der ORANGERIE umschreibt Dr. Melitta Jonas im Katalog so: ›Auf keiner anderen deutschen Kunsthandels-Veranstaltung arbeiten Museumsfachleute, Kunsthistoriker und Kunsthändler bereits im Vorfeld so intensiv und fruchtbar zusammen wie bei der ORANGERIE‹.* Melitta Jonas' Schluss ihres lesenswerten Beitrags: ›Mögen auch die nächsten zehn Jahre so erfolgreich sein wie die vergangenen!‹** erfüllt sich leider nicht.

Zum ersten Mal wurde 1993 das Prinzip der Kunsthandelsmesse ohne Kojen durchbrochen. Einige Händler erhielten eigens für sie gestaltete Bereiche. Die Aufnahme links zeigt eine hohe, frei einsehbare Vitrine, die für ein ganzes Ensemble konzipiert wurde: Das vollständige Service sollte möglichst originalgetreu auf edlen Tischtüchern präsentiert werden. Vitrinen dieser Art sind des Öfteren konzipiert worden. Ihre Statik beruht auf der räumlichen Anordnung und der Stabilität von Einscheibensicherheitsglas, das an der Ober- und Unterkante von Glasleisten gehalten wird.

Das Bild auf der nächsten Seite oben zeigt den Höhepunkt der Beleuchtungsinszenierung in der Orangerie als Mischung zwischen Tages- und Kunstlicht. An Stromschienen hinter dem Wandabschlussprofil sind leichte Auslegerleuchten befestigt, die praktisch jeden Punkt in näherer Umgebung treffen können. Die vorhandene stimmungshemmende, indirekte Beleuchtung der beiden Flügel und die verflachenden Fluter des Deckenbildes in der zentralen Halle blieben ausgeschaltet.

Wolf Jobst Siedler resümiert im Katalog: ›Die Gründung der ORANGERIE, die Bernd Schultz im Schloss Charlottenburg fast in einem

---

* Orangerie '93 – Internationaler Kunsthandel im Schloss Charlottenburg, 11.–26. September 1993, München 1993, Seite XXI

* *Orangerie '93 – Internationaler Kunsthandel im Schloss Charlottenburg, 11.–26. September 1993, München 1993, Seite XXXIV

Handstreich ins Leben rief, war ein intellektuelles und kommerzielles Wagnis zugleich, und es bleibt fast ein Wunder, dass sich wenigstens auf diesem Gebiet Berlin im Messewesen erst etablierte, dann immer stärker behauptete und schließlich fast triumphierte.‹*** Was sich wie der Höhepunkt eines Erfolgs anhörte, war 1993 bereits im Abstieg begriffen – das Konzept der Orangerie als Museum auf Zeit, das auf Händlerkojen zugunsten einer chronologisch-thematischen Ordnung verzichtete, wurde ohne übermäßige Not aufgeweicht – die Einmaligkeit verspielt –, nur noch eine nicht mehr satisfaktionsfähige Veranstaltung folgte nach 1993 mit dem Namen ORANGERIE.
Der richtungsgebende Vorsitzende des Vereins der Berliner Kunst- und Antiquitätenhändler e.V., Bernd Schultz, hinterließ sein Amt den Totengräbern des Orangerie-Konzepts, die daraus kein nachhaltig Neues zu entwickeln wussten.

***Orangerie '93 – Internationaler Kunsthandel im Schloss Charlottenburg, 11.–26. September 1993, München 1993, Seite XIV

Aufwand wurde nicht gescheut, um ›Röbbig München, Frühe Porzellane, Kunsthandel‹ gemeinsam mit ›Antiquitäten C. Bednarczyk, Inh. Elisabeth Bednarczyk‹ aus Wien nach Berlin zu locken. Ob die emblematische Vitrine der Koje vor der Mittelhalle noch existiert?

Alle Welt schwärmt von Berlins vitaler Künstler- und Galerienszene. Aber was ist mit dem Kunst- und Antiquitätenhandel? Anlaß zur Freude ist hier kaum gegeben. Ein Lagebericht

Absturz in die Bedeutungslosigkeit

VON RONALD BERG

„Die Lage war noch nie so schlecht wie heute." So klingt es aus dem Berliner Kunst- und Antiquitätenhandel. Ulrich Gronert, Kunsthändler in der Giesebrechtstraße, kann für sein Urteil immerhin drei Dekaden zum Vergleich heranziehen, auch wenn er sich selbst selbstverständlich von der Krise seiner Branche ausnimmt. Anfang Dezember feierte er das dreißigjährige Jubiläum seines Unternehmens. Damals, 1968, konnte man in Westberlin noch mit 3000 Mark einen Kunsthandel aufmachen. Heute geht das nicht mehr. Dies ist wohl auch ein Grund dafür, daß es den Kunst- und Antiquitätenhändlern an Newcomern fehlt. Der Kunsthandel ist ein kapitalintensives Geschäft und wird in der Regel als Familienbetrieb geführt. Während in Sachen fine arts die Berliner Szene boomt und jede Woche eine neue Galerie rund um die Auguststraße aufmacht, ist der Kunst- und Antiquitätenhandel weit davon entfernt, an die große Zeit der berühmten Antiquitätenstadt anzuknüpfen, die Berlin nach der Jahrhundertwende einmal war.

Sicher hängt dies zum Teil auch mit der noch mangelnden Kaufkraft in Berlin zusammen. Auch die Erfahrung mit dem „art forum", der Messe für zeitgenössische Kunst, hat gezeigt, daß das rege Interesse an Kunst noch lange nicht mit zufriedenstellenden Umsätzen einhergehen muß. Ohne die Ausfallbürgschaft der Bankgesellschaft Berlin für das „art forum" hätte die Messe vielleicht niemals stattfinden können.

Die moderne Kunst aber scheint eine Lobby zu haben. Ohne privates Sponsoring und öffentliche Unterstützung – wie beispielsweise auch bei der Berlin Biennale – kann es in Berlin nicht gehen. Die alte Kunst hat diese Lobby nicht. Vorbei die Zeiten, da Berlin in den Jahren 1982 bis 1994 mit der „Orangerie"-Messe für die alte Kunst und deren Freunde eine feste Größe war. 1991, auf dem Höhepunkt der Veranstaltung, nahmen an der „Orangerie" 181 internationale Kunsthandlungen und Galerien teil.

Die „Orangerie" war eine Messe für Kunst und Antiquitäten, veranstaltet vom Verband der Berliner Kunst- und Antiquitätenhändler unter Federführung ihres Initiators Bernd Schultz, damals erster Vorsitzender des Verbands, bis heute Chef des Auktionshauses Villa Grisebach. Die „Orangerie" hatte ein besonderes Konzept: In Vitrinen und einheitlicher Architektur wurde entlang einer Zeitachse ein „Museum auf Zeit" geboten. Um die Qualität des Angebots der Händler zu sichern, fungierte eine hochkarätig besetzte Jury aus Kunstwissenschaftlern.

Damals schien Berlin als Kunsthandelsmetropole eine Chance zu haben. Doch der Absturz kam bald. Letztlich sei der Hut für die Berliner Händler doch ein paar Nummern zu groß gewesen, wie Gronert heute meint. Nachdem sich Schultz zurückgezogen hatte, der mit seinem Engagement und mit einer persönlichen Bürgschaft bei seiner Bank die „Orangerie" sicherte, hieß es, das Ganze rechne sich nicht. Es folgten Massenaustritte der Kunsthändler aus dem Berliner Verband. Auch der gemeinsame Versuch der Berliner Kunsthändler, mit einer eigenen Galerie in der Schöneberger Kalckreuthstraße zu reüssieren, dem einstigen Berliner Kunsthandelsviertel, scheiterten. Heute spielt der verbliebene Rumpfverband so gut wie keine Rolle mehr.

Händler wie etwa Jürgen Czubaszek setzen stattdessen auf Privatinitiative. Zusammen mit einigen anderen Kollegen installierte er 1996 einen Showroom im Quartier 206 an der Friedrichstraße. Heute findet sich das „2. Kunstquartier" mit etwa 160 Quadratmetern in der Markgrafenstraße 35, nahe dem Gendarmenmarkt, vor allem aber in der Nähe der großen Hotels mit der potentiellen Klientel, die Berlin nach dem Krieg weitgehend abhandengekommen ist. Offenbar geht das Konzept für die 14 Händler des „Kunstquartier" inzwischen auf. Das jetzt ablaufende Jahr sei bisher das beste gewesen, meint Udo Arndt von „Alterna – Kontor für antike Öfen".

BILD AUS BESSEREN TAGEN: Blick in die Orangerie des Charlottenburger Schlosses während der „Orangerie"-Messe 1984. Foto: Katalog

Der Wunsch nach einem Kunsthandelsviertel, in dem wie in Paris, London oder Rom in unmittelbarer Nachbarschaft alle führenden Adressen zu finden sind, hegt so mancher Berliner Kunst- und Antiquitätenhändler. Da die Stadt dies aber, jedenfalls kaum im großen Maßstab, nicht zu bieten hat, kommt man bei der nationalen und erst recht bei der internationalen Konkurrenz ins Hintertreffen. München, Hamburg, Köln haben Berlin längst überholt.

Ulrich Gronert spricht wie die meisten Händler auch von strukturellen Defiziten in Berlin. Der Kunsthandel stehe ja am Ende einer langen Kette von Ursachen, die dazu führten, daß man bei Berlin nicht von einer Kunststadt sprechen könne. Das fange, so Gronert, schon mit der Schule an, wo die Kinder nichts über die Wurzeln unsere Kultur lernten, und auch die deutschen Universitäten böten – anders als etwa in England – keine spezialisierten Studiengänge für Kunsthandwerk an. Die Kritik der Händler schließt auch die Tagespresse mit ein, die über jeden mediokren modernen Maler berichte, den Schätzen der *decorative arts* des Kunsthandels aber die kalte Schulter zeige. Über die fehlende Kaufkraft hinaus sieht der Handel einen Schwund der Kennerschaft besonders beim jüngeren Publikum.

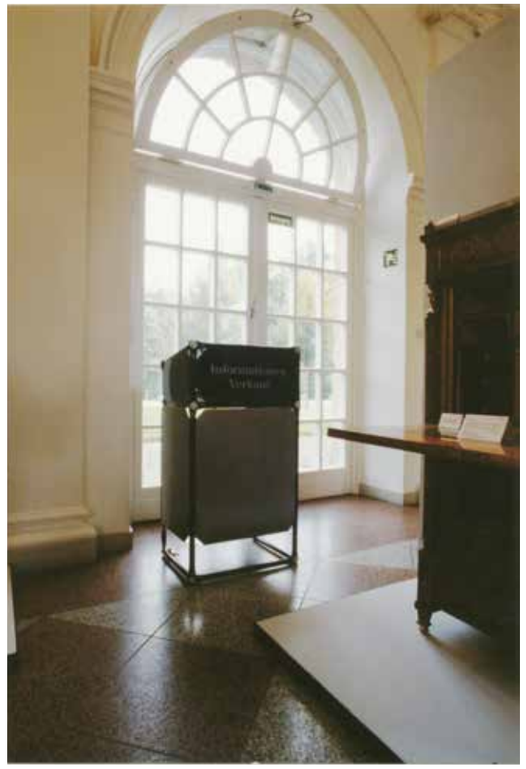
Was aber können die Händler tun, um die Mißstände zu beseitigen oder doch die Verhältnisse zu bessern, wo sie sich doch selbst um ihre Lobby gebracht haben? Der Berliner Verband ist so schwach, daß Bernd Seidel von „Seidel und Sohn" schon überlegt hat, in den Verband eines anderen Bundeslandes zu wechseln. Die Verbandsarbeit laufe immer noch ehrenamtlich, Lobbyarbeit oder professionelles Marketing sei so gar nicht möglich. Eine Wiedereintritt der einst ausgetretenen Mitglieder wird durch die Forderung nach Beitragsnachzahlungen während deren Abwesenheit sabotiert. „Eine Posse", meint Verbandsmitglied Seidel, „schreiben Sie das ruhig."

Der Versuch, den Verband mit einer Galerie in der Kalckreuthstraße als GmbH und mit hauptamtlichen Mitarbeitern professioneller zu machen, scheiterte nicht zuletzt an der Zerstrittenheit der Händler. Synergetische Effekte bleiben – anders als in der Galerieszene – aus. Der Wunsch ist da, allein die Individualisten können nicht zueinander kommen. Man scheint sich damit abgefunden zu haben.

Die Kritik (etwa von Gronert) an der Beamtenschaft in den Museen, sie zeige wenig Initiative zur Beförderung der *decorative arts*, mag da berechtigt sein, klingt aber wohlfeil. Sicher, das Kunstgewerbemuseum am Kulturforum schreckt schon durch seine bunkerähnliche Gestalt die Besucher ab. Während sich in den modernen Sammlungen und in der neuen Gemäldegalerie die Gäste drängeln, präsentieren sich die Räume hier menschenleer. Dabei hätte Berlin mit den Beständen der Stiftung Preußischer Kulturbesitz ein Pfund, mit dem es wuchern könnte. Das Interesse der öffentlichen Hand wie der Sponsoren aber richtet sich heute zunehmend auf die moderne und die zeitgenössische Kunst.

Vielleicht könnte die wiederbelebte „Antiqua" ein erster Schritt sein, das Kunstgewerbe wieder mehr ins Rahmenlicht zu stellen. Im November 1999 soll in den Messehallen eine Mischung aus Vitrinenschau wie bei der „Orangerie" und traditioneller Kojenmesse stattfinden. Der erste Versuch einiger Berliner Händler, nach der „Orangerie" wieder eine Messe für Antiquitäten auf die Beinen zu stellen, scheiterte schon einmal vor zwei Jahren an der landeseigenen Messe Berlin GmbH, die die geplante Veranstaltung zunächst nur einmalig beherbergen wollte. Offenbar glaubte man nicht an die Wirtschaftlichkeit eines solchen Unternehmens. Nun, mit der Unterstützung von vier Bundesverbänden der Kunsthändler, soll sich die Sache doch noch rechnen.

Ob dann schon die Neu-Berliner im Gefolge des Regierungsumzugs neue Kaufkraft in die Stadt bringen werden, bleibt abzuwarten. Die Hoffnung bei den Berliner Händlern ist da. Weniger die Regierungsbeamten als die Lobbyisten aus Wirtschaft und Verbänden könnten als neue Kunden in Frage kommen, meint Ulrich Gronert. Dann dürfe ein herausragendes Porzellanservice auch schon mal über 100 000 Mark kosten. Aber – und das ist der Unterschied zur modernen Kunst – auch mit einer KPM-Tasse für 5000 Mark habe man schon ein Stück von Weltgeltung.



◂ ◂ Das bittere Resümee der Bemühungen des Verbands der Berliner Kunst- und Antiquitätenhändler e.V. zieht der Tagesspiegel am 24. Dezember 1998.

▲ Saal zwischen dem östlichen Orangerie-Flügel und der Eosander-Kapelle als Empfangsraum mit Tresen, Büchertischen und -regalen aus *System 180*, beleuchtet von Museumsspots, die in den Ecken über dem Stuckprofil in kurzen Stromschienen befestigt sind.

◂ Informationspult am Anfang des Rundgangs im östlichen Orangerie-Flügel aus *System 180*