

Decemberudstillingen i 1870'erne

1

Der var, kort sagt, hvad man i Forretningssproget vilde kalde en ret livlig Omsætning paa Malerier i de Tider.

Holger Drachmann, 1878

Hvor går man hen for at se eller købe kunst? I 1870 ville svaret have været enkelt: Vent til den årlige udstilling på Charlottenborg eller besøg kunstnerne i deres atelierer. Få årtier senere ville svaret være mindre simpelt, idet publikums muligheder for at opsøge kunsten var blevet ufattelig meget større. Det er denne udvikling, som er emnet for nærværende bog, nemlig den ufortalte historie om det radikalt ændrede kunstmarked og den pludselige opblomstring af udstillingslivet, som indledtes i 1800-tallets sidste fjerdedel og kulminerede i løbet af 1910'erne. Og som havde stor betydning for kunstens og kunstneres udfoldelse og muligheder.

Scenen er København, der i slutningen af 1800-tallet for alvor var ved at blive en moderne storby. Sporvognene havde siden 1860'erne gjort befordringen nem, mens gasbelysningen havde gjort byens gader og strøg endnu mere attraktive at promenerer på. Underholdningsindustrien boomed og affødte mastodontiske forlystelsespaladser som National Scala (1882) og Cirkusbygningen (1884). Cafélivet blomstrede med Café à Porta på Kongens Nytorv som et af de foretrukne vandhuller (fig. 1), der i 1880'erne fik konkurrence fra kunstneres favorit, Café Bernina på Vimmelskaftet. Samtidig blev en af middelklassens yndlingsbeskæftigelser sat i system – det, der på nu-dansk kaldes *shopping*. Det var stormagasineres æra. Crome & Goldschmidt voksede fra en ydmyg butik til et moderne stormagasin, og Hotel du Nord, der siden 1871 havde huset Wessel & Vetts veldrevne hvidevareforretning, ekspanderede og blev erstattet af en kæmpemæssig og fashionabel butiksbygning, vor tids Magasin du Nord. Stormagasinerne tilbød et overvældende vareudbud og havde desuden held med at adskille udstilling af varen fra selve salgssituationen. Det kommercielle blev iklædt en dragt af civiliseret underholdning, og også (salgs)udstillinger af billedkunst var en naturlig del af det voksende og stadig mere købedygtige borgerskabs søndagsunderholdning. Her kunne man – lige så vel som på caféen eller Strøget – flanere eller stille sig til skue, ose eller købe.



I det foregående halve århundrede var det blevet reglen snarere end undtagelsen, at kunstnerne producerede værker uden at have en bestemt kunde i tankerne. Men der havde kun været ganske få steder, hvor kunstneren kunne møde sit publikum. Den årlige udstilling på Charlottenborg og de jævnlige udstillinger i Kunstforeningen fortsatte med at være vigtige salgsfora, men fra begyndelsen af 1870'erne mærkedes i stigende grad behovet for yderligere afsætningsplatforme. Første tiltag blev iværksat i 1871, da en gruppe kunstnere fik tilladelse til at leje Charlottenborgs lokaler i hele julemåneden for at afholde en salgsudstilling.¹ For kunstnerne var det en kærkommen ny mulighed, og Decemberudstillingen (eller ”Juleudstillingen” som den døbtes i folkemunde) blev i løbet af 1870'erne stedet, hvor de yngre kunne debutere, og de etablerede kunne afsætte mindre værker og studier. Udstillingens åbenlyse berettigelse lå i dens kommercielle tilsnit i modsætning til forårets større udstilling, så deltagerne uden skam kunne stå ved deres salgsinteresser. Også i Charlottenborgs udstillingskomité fornemmede man den stigende interesse for den slags salgsudstillinger, og efter i seks år at have lejet sig ind blev Decemberudstillingen fra 1877 ophøjet til en officiel, årlig udstilling.

Allerede ved årtiets udgang var Decemberudstillingens succes dog ved at ebbe ud. En anmeldelse af 1879-udstillingen taler sit tydelige sprog:

Den lille Kunstudstilling, der efter Sædvane aabnedes den 1ste December paa Charlottenborg, staar vel som Helhed noget under sine nærmeste Forgjængere; et større Antal af vore dygtigste Malere have iaar holdt sig tilbage, og af de Kunstnere, der have givet Møde, ere adskillige mindre heldig repræsenterede, nogle endog med Arbejder, der i betænkelig Grad nærmer sig Grænsen for, hvad man passende kan stille offentlig frem.²

Den uheldige udvikling fortsatte ind i 1880'erne, hvor kunstkritikeren Karl Madsen vrængende bemærkede, at udstillingen ”jo i Karakteren stærkt nærmer sig til en Basar”.³

Først da Decemberudstillingen i 1883 fik til huse i bedre og lysere lokaler bag Charlottenborg, anedes et opsving i kvaliteten og besøgstallet, men glæden varede kort. I årtiets anden halvdel dalede interessen atter, og der kunne nu undertiden være rigtig langt mellem de gode og vigtige værker såsom Viggo Johansens *Børnene vaskes* (fig. 2). Decemberudstillingen havde tydeligvis mistet sin relevans og eksistensberettigelse. Hvad var der sket i mellemtiden? For samtidens flittige udstillingsgæst har årsagen til Decemberudstillingens succes og undergang været åbenlys: Fra at have redet på en bølge af kunstinteresse, blev udstillingen efterhånden selv offer for den

Fig. 1 Vilhelm Rosenstand: *Uden for à Portas Kafé*. 1882. Olie på lærred. 89×70 cm. Nationalmuseum, Stockholm.

Med til den moderne storby hørte ikke kun gadebelysning og sporvogne, varietéer og stormagasiner, men også caféliv og kunstudstillinger. I takt med at bylivet blev emne for kunsten, indtog kunsthåndlen også byens butikstrøg, mens kunstauktioner rykkede ind på caféerne.

1. Oplysningerne om Decemberudstillingen stammer fra den eneste samlede redegørelse over udstillingens historie, nemlig Meldahl 1906, s. 224f.

2. ”Kunst og Kunstnere ude og hjemme” i *Ude og Hjemme*, 7. december 1879.

3. Karl Madsen: ”Juleudstillingen paa Charlottenborg” i *Dagsavisen*, 21. december 1881.



rivende udvikling på det københavnske kunstmarked. Decemberudstillingen, der var affødt af et behov for flere og mere alsidige udstillingssteder, var efter et par årtier endt med at drukne i mængden af salgsudstillinger.

Champagneårene handler netop om denne udvikling, der affødte – og gravlagde – utallige initiativer i stil med Decemberudstillingen. Der er tale om kunsthandlens ”champagneår”, en næsten overstadig opgangstid, hvor en branche blev grundlagt og formuer skabt, og hvor der blev tænkt stort i en blanding af idealisme og købmandskab. Såvel forretningsmæssigt som kunstnerisk er det en periode præget af et vågnende internationalt udblik og en vilje til nytænkning, og champagnen flød der, hvor kunst, marked og idealer blev forenet.

Bogens andet kapitel beskriver, hvordan man fra slutningen af 1870'erne og op gennem 1880'erne begynder at ane en organiseret og specialiseret kunsthandel i København, med folk som bog- og kunsthändler J.C. Stochholm og glarmester Valdemar Kleis som hovedpersoner. På samme tid var Kunstforeningen – byens ældste og hidtil eneste private udstillingssted – ved at geare op til igen at blive et af de vigtigste steder at opsøge den nyeste malerkunst. Foreningens udstillinger var dog som hovedregel ikke fuldt tilgængelige for offentligheden, og da de kun er sparsomt dokumenterede, har de heller ikke fået særlig stor opmærksomhed af senere tiders kunsthistorikere. Dette forsøger tredje kapitel at råde bod på.

Kunsthåndlen gik i midten af 1880'erne ind i sin egentlige storhedstid. Inden for kort tid åbnede byens kunsthändler en række nye udstillingslokaler, som i praksis blev de første rigtige gallerier på dansk jord, herom i bogens fjerde kapitel. Denne opblomstring af kunstmarkedet skabte en række nye muligheder for afsætning af samtidskunst, og såvel kunstnere som samlere var hurtige til at ændre deres vaner. Et af resultaterne var en eksplosion i antallet af kunstauktioner – også auktioner over den nyeste kunst – hvilket er emnet for femte kapitel. Auktionerne havde ofte karakter af udstillinger og opfattedes som sådan af pressen og publikum, navnlig når auktionen omfattede en enkelt kunstners værker. Kunstnerdrevne auktioner blev snart et almindeligt alternativ til kunsthändlerens udstillingslokaler. Et andet alternativ var, at kunstnerne markedsførte sig fra deres egne atelierer, og undertiden blev disse åbne atelierer scene for egentlige udstillinger, omend kortvarigt og i det små. I et enkelt tilfælde blev resultatet dog en udstilling af historisk betydning, nemlig De Afvistes Udstilling i 1888, som for første gang rekonstrueres i sjette kapitel.

Mens de fleste udstillingssteder og kunsthändler opkrævede entré til deres udstillinger, var der andre handlende, der alene støttede sig til det købende publikum. For dem var det afgørende at knytte et miljø af kunstsamlere til sig – og helst personer, der kunne støtte op om nye initiativer. Syvende kapitel ser nærmere på en gruppe af disse kunstsamlere og på den nye kunsthandel, i hvis lokaler de samledes fra midten af 1880'erne. Ved indgangen til 1890'erne havde kunsthändlerne i almindelighed cementeret deres position som byens vigtigste udstillingssteder, og årtiet dannede scene for et voksende virvar af opfindsomme udstillingsinitiativer. Dette er emnet for ottende kapitel, mens niende kapitel tjener til at gøre status over tilstanden ved indgangen til det nye århundrede.

År 1900 betegner på ingen måde et skel i kunstlivet, i hvert fald fortsatte udviklingen på kunstmarkedet i uformindsket tempo med en konstant til-

Fig. 2 Viggo Johansen: *Børnene vaskes*. 1888. Olie på lærred. 85×111,5 cm. Ordrupgaard. Forsvindende lidt af den kunst, der blev skabt i anden halvdel af 1800-tallet, var på forhånd tiltænkt en bestemt køber eller bestiller. Det dannede grundlag for salgsudstillinger af vekslende lodighed, og navnlig Decemberudstillingen, hvor Viggo Johansen første gang viste *Børnene vaskes*, var et vigtigt led i kunstmarkedets udvikling.

vækst af nye kunsthandlere og udstillingssteder. De efterfølgende fire kapitler skildrer situationen i tiden frem til Første Verdenskrig. Det første af disse, kapitel ti, omhandler de utallige nye kunsthandlere, der etablerede sig i København i årene 1900-1914, og som var med til at skabe en ny geografi i hovedstadens kulturliv. Hvis der på nogen måde kan spores en *fin de siècle*-tendens blandt det danske kunstpublikum, så var det i form af en pludseligt voksende interesse for den kunstneriske storhedstid i det forgangne århundrede. Resultatet blev et varmt marked for det, der med en smart marketingsformulering nu kaldtes ”dansk malerkunsts guldalder”, hvilket er emnet for bogens ellefte kapitel. Det tolvte kapitel skildrer udstillingslivets mange nye fællesskaber, nemlig de kunstneriske sammenslutninger og foreninger, der i begyndelsen af århundredet kappedes med de etablerede udstillingssteder. Trettende kapitel behandler tilgængeligheden af udenlandsk kunst i København før krigen, og dermed de stadig vigtigere impulser, som kunsthivet modtog gennem tyske, franske og skandinaviske udstillinger.

Kapitlerne fjorten, femten og seksten fører os gennem Første Verdenskrig, hvor opsvinget for en kort tid satte overtryk på kunsthandlens og udstillingslivets kedler. Bogens længste kapitel, det fjortende, behandler den nærmest eksplosive tilvækst af nye aktører og amatører på kunstmarkedet. År for år åbnede nye private kunstsaler, mens byen myldrede af auktioner og andre markedsføringsinitiativer. Særlig opsigtsvækkende er opblomstringen af en interesse for fransk malerkunst under krigen, hvilket – som skildret i femtende kapitel – affødte nogle af dansk kunsthandels største kommercielle satsninger. Andre forsøgte at promovere konkurrerende kunstsoler, dels gennem germanske propagandaudstillinger, dels gennem talrige svenske og norske udstillinger. Disse initiativer behandles i kapitel seksten, mens kapitel sytten skildrer kunstmarkedets kollaps, da freden atter indfandt sig.

Bogens overordnede formål er at give et indblik i den alliance mellem kunstnere, kunsthandlere, kritikere og publikum (herunder det mindretal af publikum, der ligefrem købte kunsten og derved forlængede oplevelsen i eget hjem), som sørgede for kunstens cirkulation og værditilskrivning. Bogens emne er et stort og ukendt afsnit i dansk kunsthistorie, og selv de vigtigste hovedpersoner er som regel ikke biograferet før. Læseren vil derfor forhåbentlig bære over med det mangfoldige persongalleri, da det ikke på anden måde er muligt at tegne et kort over tidens næsten kaotiske udstillingslandskab. Da det ukendte stof er så omfattende, er det nødvendigt at gå let over det mere velkendte, såsom periodens store udstillingsforetagender i form af de nordiske udstillinger i 1883 og 1888 og Carl Jacobsens internationale udstillinger i 1888 og 1897. Til gengæld er det håbet at give et nogenlunde

retvisende billede af de mange mindre initiativer til salg og udstilling af kunst, omend kilderne til disse desværre er temmelig tilfældige og spredte. Man leder forgæves efter sigende kilder til aktørernes strategiske overvejelser, forretningsplaner og økonomiske grundlag eller til udformningen og indretningen af selv de vigtigste udstillingsrum. Lagerbøger med opgørelser over købte og solgte værker er næsten uden undtagelser gået tabt; korrespondancen med kunstnere i ind- og udland er for længst gået op i røg. Det er derfor langt fra alle spørgsmål, som kan besvares, og dele af forretningernes og udstillingsstedernes aktiviteter ligger fortsat hen i mørke. Det gælder nok især den lavere ende af markedet, hvor kunstværker i hobetal hver dag solgtes uden om spektakulære udstillinger. De følgende kapitler bygger derfor i hovedsagen på et utal af samtidige udstillingskataloger, avisartikler, anmeldelser og annoncer samt hist og her på bevarede breve og håndskrifter. Det er altså for en stor del kilder, der betoner succeshistorierne og den opreklamerede begivenhed, og som derfor skal benyttes med varsomhed, hvis de ikke blot skal stå til troende. Men kun ved at lægge de mange forskellige, fragmentariske oplysninger sammen kan man danne sig et omtrentligt billede af kunstlivets modningsår.