

Zeitschrift:	Schweizer Spiegel
Herausgeber:	Guggenbühl und Huber
Band:	28 (1952-1953)
Heft:	4
Artikel:	Warum schreiben die Antiquare die Preise in den Schafenstein nicht an? : Eine Diskussion über ein Thema, das nicht weltbewegende Bedeutung hat, aber zahlreiche Freunde von Antiquitäten interessiert
Autor:	[s.n.]
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-1070817

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



*Eine Diskussion
über ein Thema, das nicht weltbewegende
Bedeutung hat, aber zahlreiche
Freunde von Antiquitäten interessiert*

DER ANTIQUAR:

GENAU diese Frage habe ich vor bald vierzig Jahren, als ich noch Angestellter in einem großen Antiquitätengeschäft war, meinem damaligen Patron gestellt. Ich kann mich heute noch an den entsetzten Ausdruck erinnern, den der alte Herr hatte, als ich mit dieser ungehörigen Frage an ihn herantrat. «Es erstaunt mich», sagte er, «daß ein junger Mann, der seine Lehre bei mir gemacht hat, überhaupt auf so eine Idee kommt. Antiqui-

täten sind nicht gewöhnliche Waren, wie Schuhe oder Hosenträger. Es sind Kunstgegenstände, und Preistäfelchen bei solchen anzubringen wäre ebenso geschmack- wie pietätlos. Kunstwerke sind eigentlich unbezahlbar. Der Antiquar muß, um sein tägliches Brot zu verdienen, diese Dinge zwar für Geld verkaufen, aber die geschäftliche Seite soll sich diskret abwickeln. Ein Händler, der einen Renaissancebecher im Schaufenster mit einem Preiszettel versieht, würde zeigen, daß er ein Barbar ist, und mit Recht die Achtung seiner Kunden verlieren.»

Mein Patron war ein sehr kultivierter und gebildeter Herr. Obschon er nie ein Examen in Kunstgeschichte gemacht hatte, wußte er sicher viel mehr als der durchschnittliche Kunsthistoriker.

Seine Antwort leuchtete mir durchaus ein, und als ich dann später ein eigenes Geschäft begann, führte ich es im gleichen Geiste weiter. Dann aber, als Jahre kamen, wo der Umsatz stark zurückging, begann ich verschiedene Bücher über Verkaufskunst zu lesen, und unter dem Einfluß dieser Literatur entschloß ich mich eines Tages, alle Gegenstände im Schaufenster deutlich sichtbar anzuschreiben.

Diskretion zugesichert

Unter anderem legte ich ein schönes Empire-Armband in die Auslage und schrieb es mit Fr. 240.— an. Ursprünglich hatte ich zwei genau gleiche dieser Armbänder besessen, eines davon war aber die Woche vorher verkauft worden.

Wenige Tage später kam die Käuferin dieses Armbandes, die eine gelegentliche Kundin von mir war, in heller Empörung in meinen Laden. «Was ist Ihnen eingefallen», zischte sie mich an, «das Pendant zu meinem Armband mit Preisangabe ins Schaufenster zu legen? Ich werde nie mehr etwas bei Ihnen kaufen.» Im Verlaufe des Gespräches stellte sich dann heraus, daß die Dame ihren Mann veranlaßt hatte, ihr dieses Armband zu schenken. Da er ein vielbeschäftigter Herr war, nahm er den Kauf nicht selbst vor, sondern eben seine Ehehälften. Besagte Gattin hatte nun ihrem Mann mitgeteilt, das Armband habe Fr. 340.— gekostet, um bei dieser Gelegenheit ein Loch in der Haushaltungskasse zu stopfen. Der generöse Schenkende kam dann aber zufällig an meinem Laden vorbei und infolge des angegeschriebenen Preises dem Schwindel auf die Spur.

Ich merkte mit der Zeit, daß ähnliche Fälle viel häufiger vorkommen, als man denkt. Es verging nicht ein Monat, so erschien wieder ein entrüsteter Kunde bei mir, diesmal ein Mann. Er hatte seiner Frau zum Geburtstag ein Paar versilberte Louis-XV-Kerzenhalter geschenkt, die mit Fr. 165.— angeschrieben waren. Wie er seiner Gattin das Geschenk überreichte, sagte sie: «Nicht wahr, das sind die beiden Kerzenhalter, die für Fr. 165.— bei X ausgestellt waren?» Sicher eine harmlose Bemerkung, aber sie hat den Ehemann so geärgert, daß er jahrelang nichts mehr bei mir kaufte. Die meisten wünschen nicht, daß der Beschenkte genau weiß, was das Geschenk gekostet hat, und da besonders bei Kunstgegenständen der Wert nicht so leicht zu bestimmen

ist, möchten sie die Illusion erwecken, die Sache sei wesentlich teurer gewesen, als das tatsächlich der Fall war.

Trotz dieser unliebsamen Zwischenfälle fuhr ich unentwegt fort, die Preise im Schaufenster anzugeben, machte aber dann im Laufe der nächsten zwei Jahre noch viele unerfreuliche Erfahrungen anderer Art, so daß ich diese Praxis wieder aufgab.

Das gleiche ist nicht das gleiche

Ein Antiquar, der Qualität führt, erweckt mit Preisangaben im Schaufenster immer den falschen Eindruck, er sei teuer.

Da steht z. B. ein Walliser Stiezenkännli in der Auslage. Solche Kännli sind heute sehr rar. Selbst ich als Fachmann brauche gute Beziehungen, um hin und wieder eines aufzutreiben und muß es deshalb meinerseits hoch bezahlen. Der Laie nun sieht in dem Stiezenkännli einfach ein gewöhnliches Zinnkännli, wie er es anderswo mit Recht billiger erhält, und findet dann, ich sei ein Apotheker. Und selbst wenn er etwas mehr Fachkenntnisse besitzt, so weiß er vielleicht doch nicht, daß es Stiezenkännli und Stiezenkännli gibt, billigere, die viel, und teurere, die wenig Blei enthalten, daß es auf den Stempel des Zinngießers ankommt usw. usw.

Ganz gleich ist es bei den Möbeln. Zwei ähnliche Stücke aus der gleichen Zeit haben ganz verschiedene Preise, je nach dem Erhaltungszustand.

Es gibt viele Händler, die antike Möbel ankaufen und sie einfach wieder so verkaufen, wie sie sind. Es geht ihnen nur darum, einen Zwischengewinn zu machen. Ich aber setze meinen Stolz darein, daß jedes Möbel vollkommen einwandfrei renoviert wird. Der Schreiner, der diese Arbeiten besorgt, ist ein erster Fachmann und infolgedessen nicht billig. Um eine Kommode, die in ordentlichem Zustand ist, tadellos herzurichten, muß ich vielleicht selbst über Fr. 300.— zahlen. Morsche Teile müssen ersetzt, Schlösser und Beschläge gereinigt und ergänzt werden. Infolgedessen wird sie teurer, aber sie ist den Mehrpreis wert; denn sie wird nun mindestens hundert Jahre ohne Reparatur aushalten. Im Schaufenster sieht sie aber genau gleich aus wie ein nur wenig oder unsorgfältig renoviertes Stück. Natürlich sind solche Renovationen Vertrausache, und ich lege Wert darauf, dem Kunden genau anzugeben, was ersetzt ist. Früher habe

ich viel nach Amerika geliefert. Im Gegensatz zur allgemeinen Ansicht zwingt der Amerika-Export zu äußerster Seriosität. In den USA ist es nämlich Vorschrift, daß jedes ersetzte Stück rot bezeichnet werden muß. Das ermöglicht den Zollbehörden, zu beurteilen, ob eine Fälschung vorliegt oder nicht. Ist mehr als die Hälfte ersetzt, so gilt der Artikel nicht mehr als Antiquität und muß infolgedessen hoch verzollt werden. Echte Antiquitäten hingegen, d. h. Gegenstände, die über hundert Jahre alt sind, dürfen zollfrei eingeführt werden. Das ist eine kulturpolitische Maßnahme, die sich sicher ausgezeichnet ausgewirkt hat. Sie bedeutete einen großen Schutz gegen Einfuhr mehr oder weniger wertloser Imitationen. Nun, sobald einer in den Laden kommt, kann man ihm das alles erklären, warum der oder jener Gegenstand scheinbar teurer ist als beim Kollegen, und er begreift es. Sieht er die Sache aber nur im Ladenfenster, so begreift er es nicht.

Der Kunde als Schlaumeier

Das Anschreiben hat aber noch andere Nachteile. Es verlockt die Kunden zum Markten. Sehr vielen ist es einfach nicht wohl, wenn sie nicht markten können. Während sie bei einem Anzug oder einem Paar Schuhe anstandslos



den geforderten Preis bezahlen, so wird es ihnen zur fixen Idee, bei Antiquitäten müsse man handeln. Wenn nun etwas für Fr. 100.— im Schaufenster angeschrieben ist, so nehmen sie sich eisern vor, auf keinen Fall mehr als Fr. 90.— zu bezahlen. Sie kommen mit dieser unerschütterlichen Absicht in den Laden, und wenn man fest bleibt, verlassen sie das Geschäft, ohne gekauft zu haben. Erfahren sie den Preis erst, wenn sie im Laden drin sind, so sind sie weniger stur.

Dazu kommt noch der andere, ganz merkwürdige Umstand, daß ein großer Teil der Antiquitätenkäufer zur Kategorie der Raritätenjäger gehört. Viele von ihnen sind ständig auf der Jagd nach dem großen Fund. All diesen

gefällt ein sauberer Antiquitätenladen, wo jedes Stück seinen Platz und seinen ange- schriebenen Preis hat, durchaus nicht. Nur jene Gegenstände ziehen sie an, die sich im Verfall befinden, modrig riechen, geschwärzt und staubig sind. Alles, was fein säuberlich im Vordergrund oder gar im Schaufenster steht, beachten sie nicht. Sie stürzen sich sofort in die Ecken und suchen nach Gegenständen, die irgendwo hinten halb vergessen und verstaubt liegen.

Vor einigen Tagen beispielsweise kamen einige Engländer zu mir und durchstöberten den ganzen Laden während einer Stunde. Sie waren sichtlich enttäuscht, daß alles so sauber war. Da, sie wollten gerade wieder gehen, entdeckte einer auf meinem Schreibtisch, halb von Papierblättern verdeckt, einen alten Schlüssel, dessen Bart defekt war. Das schien dem Engländer mysteriös genug. Den Schlüssel mußte er haben. Ich verkauft ihn für ein paar Franken, aber ich hätte den doppelten Preis erhalten können, wenn ich skrupellos genug gewesen wäre.

Auf diese Art von Kunden haben sich im Welschland viele Antiquare eingerichtet. Die Antiquitäten werden auf eine ganz bestimmte Art und Weise gestellt. Man verstaut, wenn möglich, einige plumpen Fälschungen in irgend eine Ecke, dem Blick des Kunden scheinbar entzogen. Darauf stürzen sich nun diese Goldgräber, um ihre Schätze auszugraben. Sie haben dann das Gefühl, das Stück liege dort schon viele hundert Jahre, es stamme wenn möglich noch vom Vorgänger und der einfältige Antiquar wisse gar nicht, was ihm da abgekauft werde.

Im Welschland gibt es besonders viele Fälschungen, weil die Welschschweizer Möbel reicher sind als die ostschweizerischen und es sich deshalb rentiert, Arbeit und Sorgfalt in eine Fälschung zu legen. Bei den einfacheren Ostschweizer Möbeln ist die Angst vor Fälschungen, die das Publikum hat, ganz unbegründet, denn im allgemeinen sind diese Stücke immer noch so billig, daß Kopien mehr kosten würden.

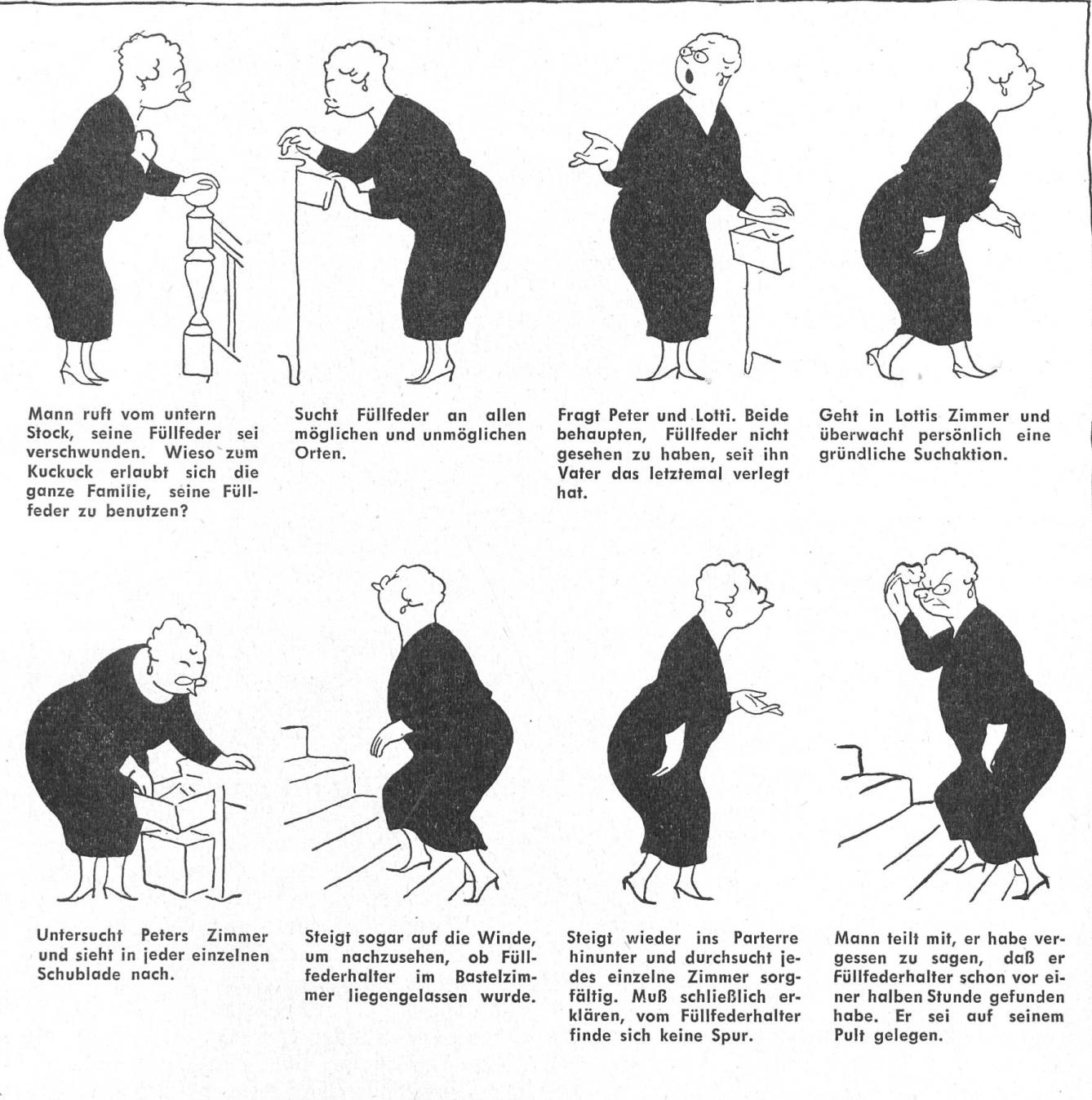
Richtige Occasionen gibt es sehr, sehr selten im Antiquitätenhandel, und die Idee, daß der Laie den Fachmann übertölpeln kann, ist unglaublich naiv. Natürlich kann ein Antiquar gelegentlich das eine oder andere Stück billig kaufen, aber das passiert viel seltener als früher.

Wir zerstören nicht, wir erhalten

Früher existierte die Gilde der Auftreiber. Diese gingen übers Land, um Stücke aufzutreiben und uns Antiquaren zu vermitteln. Im Bahnlager kamen früher jeden Tag ein paar gute Sachen an, welche die Auftreiber gefunden hatten und die sie uns signalisierten. Das

hat fast ganz aufgehört. Jetzt z. B. ist schon seit Wochen gar nichts mehr gekommen. Die Auftreiber finden einfach keine Ware mehr. Es hat mir kürzlich einer erzählt, wie er zwei Wochen lang das ganze Schächental abgeklopft habe ohne irgendeine wesentliche Ausbeute.

Der kleine Familienfilm



Die Bauern haben nichts mehr oder sie geben es nicht mehr her. Wir Antiquare sind die letzten, die ihnen das verargen. Der seriöse Antiquar geht ja nicht darauf aus, Leuten, die Altertümer schätzen, solche abzuluchsen. Wenn früher auf dem Lande viel zusammen-

Stimmt die Behauptung?



Statistische Vorurteile

Von Dr. A. Schwarz

Die durchschnittliche Stimmteilnahme bei eidgenössischen Abstimmungen ist von Jahrzehnt zu Jahrzehnt gesunken.

Richtig? Falsch?

Bei der Abstimmung über die Verfassung im Jahre 1848 war die Zahl der Stimmen den 55% der Stimmberechtigten. Bis zu den eidgenössischen Abstimmungen der späteren Jahre wurde diese Verhältniszahl nicht mehr erreicht. Bei den eidgenössischen Abstimmungen im folgenden Jahrzehnt von 1881–1890 war sie 59%. Stimmengegen von 1881–1890 war sie 59%. Im folgenden Jahrzehnt 57%. Vom Tieftstand im ersten Jahrzehnt nach der Jahrhundertwende von 54% stieg sie in allen folgenden Jahrzehnten, und zwar auf 55%, 56 und 57%. Erst in den Kriegs- und Nachkriegsjahren, von 1941–1950, ging sie wieder etwas, auf 58%, zurück.

gekauft wurde, so waren das fast immer Fälle, wo die Besitzer selbst die Sachen nicht estinierten und im Stall oder auf dem Estrich zugrunde gehen ließen. Wenn deshalb der Heimatsschutz den Bauerntöchtern, wenn sie heiraten, rät, die alten Erbstücke herzurichten, so ist das ganz in Ordnung, und es ist heute schon so weit, daß wohlhabende Bauern in die Stadt kommen, um antike Bauernmöbel zu kaufen. Sie sind nämlich hier billiger. Vor allem Bündner Möbel sind in St. Gallen oder Zürich meist preiswerter zu erwerben als im Ursprungskanton bei den Bauern oder Schreinern, die daneben mit Antiquitäten handeln.

Es muß einmal mit aller Deutlichkeit gesagt sein, daß es die verschrienen Antiquare waren, welche das alte Kulturgut vor dem Untergang retteten. Man liest z. B. öfters Polemiken, die sich mit dem Verkauf von kirchlichen Altertümern befassen. Es ist wahr, früher gab es im ganzen Lande herum alte, wertvolle Skulpturen. Diese befinden sich heute größtenteils in schweizerischen Museen, und zwar sind sie durch Vermittlung von Antiquaren dorthin gelangt. Wenn man aber diesen Umstand beklagt, so vergißt man, daß sie nur auf diese Weise erhalten blieben. Diese Kunstwerke wurden von Händlern und Aufkäufern an den unmöglichsten Orten entdeckt und dadurch gerettet. Manche seltene romanische Figur befand sich vergessen und verwahrlöst in einem Kirchturm oder in irgendeinem Schopf beim Brennholz.

Die große Abwanderung von gutem schweizerischen Kunstmateriel geschah aber nicht erst in neuerer Zeit. Die eigentlichen Verschleppungen, die nicht rückgängig gemacht werden können, weil sie ins Ausland gingen, erfolgten hauptsächlich im 19. Jahrhundert, nach der Aufhebung der Zünfte und nach der Säkularisierung der Klöster. Damals existierten noch keine schweizerischen Museen, und niemand kümmerte sich um unser Kunstmateriel. Alte Stadtmauern und -tore wurde rücksichtslos abgebrochen, die schönsten getäferten Stuben, wertvolles Zunftsilber usw. wurden von Behörden und Privaten zu lächerlich geringen Preisen ins Ausland verkauft, und zwar ohne Vermittlung von Händlern. Damals erhob sich keine Stimme des Bedauerns oder des Protestes. Heute jedoch, wo alles im eigenen Lande bleibt und nur den Besitzer wechselt, wird

• • •

wegen jedes veräußerten Kupferkessels ein Lamento losgelassen.

Auch als bei der Entrümpelung manches gute Stück verschwand und als anläßlich der Buntmetallsammlung während des Krieges Tausende von alten Bronze-, Kupfer- und Zinngegenständen gesammelt und eingeschmolzen wurden, erhob sich von keiner Seite Einspruch. Den verschrienen Händlern hingegen hat man es zu verdanken, daß im Gegenteil manches schöne, alte Stück wieder in unser Land zurückgebracht wurde. Es sei dabei nur an das Chorgestühl vom Kloster St. Urban, das Fürstabtzimmer von St. Gallen, große Sammlungen von Glasmalereien und schönem altem Zunftsilber erinnert. Diese Rückwanderung geschah in aller Stille, ohne daß jemand großes Wesen daraus mache.

Der Kunde hat nicht immer recht

Es gibt auch Antiquare, welche die Preise nicht anschreiben wegen der Konkurrenz. Dieser Grund ist aber, wie mir scheint, nicht ernst zu nehmen. Ein Konkurrent, der erfahren will, was man für ein bestimmtes Stück verlangt, kann das ja auch durch einen Mittelsmann erfahren, der sich als Käufer ausgibt.

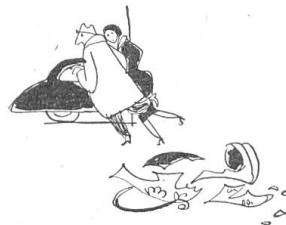
Es ist übrigens nur der kleinste Teil der Händler, der sich dieser harmlosen Spionage bedient. Der gute Händler gibt sich als solcher zu erkennen, wenn er zu einem Kollegen kommt. Es geschieht ja hin und wieder, daß man einen guten Kunden nicht bedienen kann, weil man das verlangte Stück zurzeit nicht besitzt. Dann versucht man, es bei einem Kollegen günstig zu kaufen. Hat dieser gerade flauen Geschäftsgang, wird er gerne bereit sein, es auch ohne großen Gewinn abzustoßen. So ist dann beiden geholfen. Der Antiquar sollte ja immer verkaufen und kaufen können. Ich bediene einen Kunden lieber auf diese Weise, auch wenn ich fast nichts daran verdienen, als daß ich ihm meine Dienste versagen muß. Die Kunden kommen dann für andere Käufe wieder, und so macht es sich bezahlt. Sehr viele geben sich allerdings als Händler aus, die es nicht sind. Da heißt es: «Ich bin Dekorateur», oder «ich bin Kollege usw.», «geben Sie mir dieses und jenes mit fünfzig Prozent!»

Besonders die Amerikaner praktizieren diesen Trick. Meistens handelt es sich allerdings gar nicht um waschechte Yankees, sondern um

ehemalige deutsche Emigranten. Sie reden dann gebrochen Deutsch, wie wenn sie ihre Muttersprache bereits verlernt hätten, oder aber sie reden Englisch mit einem ausgesprochen deutschen Akzent.

«Ich bin Amerikaner, Händler aus Chicago», stellen sie sich gewöhnlich vor und versuchen dann, alles um die Hälfte zu erwerben.

Die wirklichen wie die falschen Amerikaner sind eine nicht ungefährliche Gesellschaft, nicht etwa deshalb, weil sie Wildwestmethoden anwenden, aber weil sie merkwürdig viel zusammenschlagen. Nicht aus Absicht, sondern aus Rücksichtslosigkeit. Gerade vor vierzehn



Tagen wurde mir eine Vase durch ein Ehepaar aus New York zugrunde gerichtet. Der Mann, der dicke Autohandschuhe trug, nahm sie in die Hände und ließ sie fallen. Sofort liefen beide wortlos aus dem Laden, stiegen in ihr Auto und fuhren davon. Ich war so perplex, daß ich überhaupt nicht den Mund auftun konnte, und als ich erkannt hatte, was vorgegangen war, waren die beiden schon über alle Berge. Die Vase war Fr. 300.— wert.

Wo auch Theologen nicht die Wahrheit sagen

Ein weiterer Grund, warum man die Preise nicht im Schaufenster anschreiben kann, ist der Ankauf.

Da hat man z. B. ein Kupferkesseli mit Fr. 50.— angeschrieben. Nun kommt einer und sagt: «Ich habe genau das gleiche Stück zu Hause und kann es Ihnen zu Fr. 50.— abgeben.» Abgesehen davon, daß es sich wahrscheinlich nicht um ein gleichwertiges Stück handelt, daß z. B. das angebotene Objekt beschädigt ist, bedeutet es doch geradezu eine Ungeheuerlichkeit, dem Antiquar zuzumuten, auf jede Marge zu verzichten.

Ein Händler, der bereits vor langem das Zeitliche gesegnet hat, wandte deshalb folgenden Trick an: Er legte in sein Schaufenster haupt-

sächlich gute Nachahmungen erstklassiger Antiquitäten. Es ist nun eine alte Tatsache, daß Private, die etwas zu verkaufen haben, ihre Ware lieber in exklusiven Geschäften anbieten, weil sie zu Unrecht glauben, dort die höchsten Preise zu erhalten.

Nun, dieser Antiquar kannte seine Pappenheimer, seine verkaufenden Kunden. Diese sahen somit ähnliche Gegenstände wie jene, die sie zu verkaufen hatten, im Schaufenster samt Preisangabe. Sie traten dann in den Laden und sagten: «Ich habe das gleiche Schiffsmodell zu Hause und bin bereit, es zu dem angeschriebenen Preise abzustoßen. Der Antiquar mußte dann nur den Preis der Imitation zahlen, besaß dafür aber das selbstverständlich wertvollere, echte Stück.

Nun, das sind üble Praktiken, die jeder seriöse Händler verurteilt. Aber man kann das Vorgehen als eine Art Notwehr begreifen. Der allgemein anerkannte Grundsatz «Leben und leben lassen» wird auf Antiquare selten angewendet. Daß irgendein Detaillist für etwas, das er für Fr. 100.— verkauft, nicht mehr als Fr. 70.— zahlen kann, findet man mit Recht in Ordnung. Beim Antiquar aber betrachtet man merkwürdigerweise die Handelsmarge als wucherischen Reingewinn. Dabei haben wir selbstverständlich Spesen wie jeder andere Ladenbesitzer. Die Differenz zwischen Ankauf und Verkauf ist ja nicht unser Reingewinn. Auch wir haben wie jeder Ladenbesitzer allgemeine Unkosten für Miete, Reinigung, Licht, Zins des angelegten Kapitals usw. Während ein Lebensmittelgeschäft sein Lager x-mal im Jahr umschlägt, bleibt beim Antiquar die Ware oft jahrelang liegen. Ich besitze immer noch einzelne Gegenstände, die ich vor mehr als zwanzig Jahren kaufte. In andern Fällen erleidet man sogar Verluste. Ich habe jetzt z. B. ein prachtvolles Bündner Buffet, das ich vor sechs Jahren für Fr. 1800.— erworb. Heute wäre ich froh, es für Fr. 1500.— abstoßen zu können.

Und dann, nicht wahr, müssen auch wir gelebt haben. Es ist jedenfalls noch kein Antiquar mit seinem Beruf reich geworden. Ohne Liebe und Idealismus kann man diesen Beruf überhaupt nicht betreiben. Während aber jedermann zugibt, daß z. B. ein Buchhändler eine kulturelle Mission erfüllt, steht man dem Antiquar, der auch Vermittler von Kulturgütern ist, mit dem größten Mißtrauen gegenüber, und man glaubt, beim Einkauf wie beim

Verkauf sei ihm gegenüber alles erlaubt. Auch durchaus ehrenwerte Leute, die Erbschaften oder einzelne Gegenstände privat liquidieren, sind frei von allen Hemmungen. Theologieprofessoren, Richter, kurz, Menschen, die sicher in ihrem Berufs- und Privatleben die Ehrlichkeit selbst sind, genieren sich nicht, dem Antiquar gegenüber die schlimmsten Tricks anzuwenden. Wenn sie z. B. einen Barockkasten zu verkaufen haben, lassen sie einige Händler kommen. Bietet nun der erste Fr. 900.—, so wird dem zweiten, ohne mit der Wimper zu zucken, gesagt, ein Kollege habe bereits Fr. 1000.— offeriert, unter Fr. 1050.— könne man aber das alte Familienstück nicht abgeben. Wenn man dann das Möbel schließlich für Fr. 1000.— erwirbt, und es steht nachher für Fr. 1300.— im Schaufenster, so muß man riskieren, daß der gleiche Verkäufer in den Laden kommt und reklamiert, man habe ihn übers Ohr gehauen.

Das ist auch ein Grund, warum wir die Preise im Schaufenster nicht anschreiben.

DER ANTIQUITÄTEN- LIEBHABER:

Das ist sicher alles wahr. Alle die Argumente sind sehr einleuchtend, und trotzdem sind die Antiquare schlecht beraten, wenn sie die Preise in den Schaufenstern nicht anschreiben. Trotz allem wären die Vorteile größer als die Nachteile.

Für alle Freunde von Altertümern gibt es kein größeres Vergnügen, als von einem Antiquar zum andern zu wandern, um deren Auslagen zu betrachten. Von Zeit zu Zeit möchte man aber sich nicht nur schauend ergötzen, sondern ein Stück, das einem besonders gut gefällt, erwerben. Die Mittel sind aber beschränkt, und der Preis spielt deshalb eine wichtige Rolle. Man betritt nun nicht gern zum vierten-, fünften- oder sechstenmal den Laden eines Antiquars — der einen kennt —, um zu fragen, was der oder jener Gegenstand kostet. Es ist unangenehm, immer wieder den Laden zu verlassen, ohne zu kaufen.

Der Artikel von Herrn X beweist wieder einmal, daß es im Antiquariatshandel wie in den übrigen Branchen ist; die Fachleute kennen die Einzelheiten so gut, daß sie das Wichtigste nicht mehr erkennen.