

# INHALT

Vorwort von Bénédicte Savoy 7

Einleitung 11

## I. Der Markt bestimmt das Geschäft: Graupes Weg vom Buchhändler zum Kunstauktionator in Berlin 1907–1933

I.1 Beginn als Antiquar 15

I.2 Etappen des Aufstiegs als Buchkunst- und Graphikauktionator zwischen 1916 und 1927 19

I.3 Die Zeit der Zusammenarbeit mit Hermann Ball bis 1933 – erweitertes Terrain 36

I.4 Cassirer, Plietzsch und Haberstock – Graupe im prosopographischen Vergleich 60

## II. Persönliche Präsenz als Marketingstrategie bis Mitte der 1930er Jahre

II.1 Geschäftsadresse(n) 63

II.2 Öffentlichkeitsarbeit 71

II.3 Netzwerk- und Kundenpflege 75

II.4 Die blauen Kataloge 84

## III. Als jüdischer Kunsthändler im nationalsozialistischen Deutschland 1933–1937

III.1 Ein wachsender Markt mit neuen Kunden 92

III.2 Bedrohter oder Profiteur? Graupe im Kontext der Auflösung jüdischer Kunsthandlungen 1935/36 106

III.3 Kunst gegen Devisen – Graupes Sondersituation 1936/37 121

III.4 Graupe verlässt Berlin: Emigration und Geschäftsaufgabe 1937 127

## IV. Auf der Suche nach einem neuen Markt – Paris 1937–1939

IV.1 Neuanfang mit der Gesellschaft *Paul Graupe & Cie* 134

IV.2 Zwischen deutschen Museen und internationalen Kunden: konkrete Geschäfte 149

## V. Schweiz und USA 1939–1945

V.1 Graupe in der Schweiz, Frankreich im Krieg, Flucht aus Europa – das Ende von *Paul Graupe & Cie* im Kontext nationalsozialistischer Kunsthandelsinteressen 162

VI. Rückgaben und Entschädigungen nach 1945 – der Kampf um ein verlorenes Geschäft 183

Anmerkungen 198

Quellen- und Literaturverzeichnis

1. Archivalien 250
2. Gedruckte Quellen 256
  - 2.1 Einzelveröffentlichungen bis 1945 256
  - 2.2 Zeitungen und Periodika 257
  - 2.3 Auktions- und Bestandskataloge 258
3. Literatur und Publikationen nach 1945 267

Abbildungsverzeichnis 276

Namensregister 294