

DE GEBOORTE VAN DE MODERNE VEILING

Specialisering en commercialisering van publieke verkopen in achttiende-eeuws Antwerpen¹

The birth of the modern auction. Specialisation and commercialisation of public sales in eighteenth century Antwerp

In the course of the eighteenth century the city of Antwerp witnessed the first signs of an onrushing consumer society. The growing demand for new and fashionable products and a change in mentality towards their used counterparts had a profound impact on the second-hand markets: collections of books, artwork and jewellery were extracted from the traditional estate sales and sold in separate auctions, often in new salesrooms and accompanied by elaborated auction catalogues. In their creation of a new type of auction and a search for another audience, the endeavours of art and book dealers closely resembled the quest for distinction in the eighteenth-century leisure culture of Antwerp's high society.

Sinds Neil McKendricks spraakmakende artikel over de 'consumer revolution' ruim vijftig jaar geleden het daglicht zag, laaien onder historici de discussies over achttiende-eeuws consumentisme van tijd tot tijd hoog op.² Onderzoek in de afgelopen twee decennia toonde immers aan dat de verbruiks- en bezitspatronen van Europeanen tijdens de achttiende eeuw een opmerkelijke evolutie doormaakten van duurzaam naar modieus consumeren, met een snellere openvolging van steeds kortere modecycli. Een toenemend aantal gespecialiseerde winkels en boetieks *à la mode* voedden de zucht naar nieuwigheden en handelaren met een neus voor zaken en gewapend met een arsenaal aan markttechnieken verlengden deze golf van consumptie over verschillende generaties.³

1. Ik zou graag Bruno Blondé en de twee anonieme referenten willen bedanken voor hun constructieve opmerkingen bij een vorige versie van deze tekst.

2. N. McKendrick, 'The consumer revolution in eighteenth-century England', in: N. McKendrick e.a. (eds.), *The birth of a consumer society. The commercialization of eighteenth-century England* (Londen 1982) 9-33.

3. Over de drijvende kracht van nieuwigheden, lees C. Campbell, 'The desire for the new. Its nature and social location as presented in theories of fashion and modern consumer-

Sommige historici willen de achttiende eeuw maar al te graag bestempen als de eerste moderne ‘age of consumerism’, maar de laatste jaren werden enkele belangrijke kanttekeningen geplaatst bij deze hypothese. Zo wijst een invloedrijke stroming op de continuïteit van traditionele vormen van distributie en nuanceert zo de veronderstelde moderniteit van bepaalde markttechnieken.⁴ Eerder dan het uitvinden van radicaal nieuwe manieren om klanten te lokken, adapterden kleinhandelaars bestaande methodes van verkoop en distributie. Of krantenadvertenties de ‘demand for knick-knacks, curios, and the disposable’ opzweepten, blijft dan ook voor discussie vatbaar.⁵ Andere bijdragen over de achttiende-eeuwse consumptiecultuur benadrukken dan weer het blijvende belang van commerciële hergebruikprocessen voor de vroegmoderne burger, een onderzoeksgebied dat in het verleden al eens werd behandeld, zij het stiefmoederlijk.⁶ Het hergebruiken van oude materialen en producten was echter een vitaal mechanisme voor de Europese samenleving tussen 1500 en 1700 en ook in de achttiende eeuw bleven tweedehands objecten een rol van betekenis spelen.⁷ De nauwe band tussen de productmarkten voor oud en nieuw en de manieren waarop die op elkaar inspeelden, blijven in het historische veld echter sterk onderbelicht. In dit artikel willen we aantonen hoe het toenemende consumentisme na 1750 drastische gevolgen had voor de Antwerpse tweedehandsmarkten, meer in het bijzonder hoe de opkomst van nieuwe veilinghuizen een cruciale rol speelde in dit transformatieproces. Tot slot zal duidelijk worden dat de hedendaagse omgang met antiquarische objecten zijn wortels heeft in de late achttiende eeuw en dat de behoefte aan sociale én ruimtelijke distinctie een drijvende kracht was achter de opkomst van de moderne veiling.

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden, beschikken we over twee interessante bronnencorpora, met name contemporaine krantenadvertenties

ism’, in: D. Miller (ed.), *Consumption. Critical concepts in the social sciences*, vol. 1 (Londen en New York 2001) 246-261.

4. De meest recente bijdrage aan dit debat is I. Van Damme, *Verleiden en verkopen. Antwerpse kleinhandelaars en hun klanten in tijden van crisis (ca. 1648-ca. 1748)* (Amsterdam 2007). Een andere interessante studie is N. Cox, *The complete tradesman. A study of retailing, 1550-1820* (Aldershot 2000).

5. Deze karikaturale uitspraak over de rol van krantenadvertenties in achttiende-eeuws Engeland is van Roy Porter, *English society in the eighteenth century* (Harmondsworth 1982) 206. In een weldra te verschijnen artikel wordt deze bewering weerlegd: D. Lyna en I. Van Damme, ‘A strategy of seduction? The role of commercial advertisements in the eighteenth-century retailing business of Antwerp’, *Business History* (ter perse).

6. Een uitzondering op die regel is D. Woodward, ‘“Swords into ploughshares”: Recycling in pre-industrial England’, *Economic History Review* 38 (1985) 175-191 en het corpus artikelen over de consumptie en distributie van tweedehands kleding, onder andere van de hand van Beverly Lemire.

7. Bijvoorbeeld de recente publicatie L. Fontaine (ed.), *Alternative exchanges. Second-hand circulation from the sixteenth century to today* (Oxford en New York 2008).

en gedrukte veilingcatalogi. Al vanaf de late zeventiende eeuw gebruikten lokale kleinhandelaars de *Gazette van Antwerpen* om hun waren aan te prijzen. Deze *Gazette* verscheen twee keer per week en had enkele honderden abonnees, maar bereikte zonder twijfel een veel groter publiek: kranten werden immers doorgegeven (of voorgelezen) aan familie en vrienden en een enkel exemplaar in het koffiehuis kende al gauw een veel ruimere verspreiding. Parallel met ontwikkelingen in de Republiek, Frankrijk en Engeland zou het aantal aankondigingen in de *Gazette* tijdens de achttiende eeuw een sterke stijging doormaken, van amper één per editie in 1703 tot meer dan vijftien in 1790.⁸ Naast een groeiende concurrentie tussen de kleinhandelaars kunnen nog andere processen deze sterke toename verklaren: zo loopt de versnellingsfase niet toevallig samen met de aanzwengelde Antwerpse economie en een groeiend bevolkingsaantal na 1770.⁹ Dat vooral handelaren in tweedehandse goederen zich in toenemende mate op de advertentiemarkt bewogen, versterkt enkel het nut van de bron voor dit onderzoek. Een kwantitatieve studie van vier steekproefjaren (1730, 1750, 1770 en 1790) of circa 3500 advertenties stellen ons in staat om de macrostructuur van de Antwerpse handel in oude spullen te schetsen, terwijl een dieptelezing toelaat om als het ware in de hoofden van de handelaren te kruipen.

Net als die van de krantenadvertentie gaat ook de geschiedenis van de gedrukte veilingcatalogus ver terug: al op het einde van de zestiende eeuw duiken in de Nederlanden de eerste exemplaren op, die aanvankelijk beperkt bleven tot boekverkopen, maar nadien ook de veilingen van andere tweedehandse luxeproducten zouden aankondigen. Deze kleine boekjes werden doorgaans enkele weken voor de publieke verkoop verspreid en informeerden geïnteresseerde kopers over de aangeboden producten, vaak met lange beschrijvingen. Pas vanaf de eerste decennia van de achttiende eeuw, vooral na 1760, zou dit drukwerk ingeschakeld worden in de toenemende commer-

8. Voor vergelijkbare cijfers in het buitenland, zie M. Broersma, *Beschaafde vooruitgang. De wereld van de Leeuwarder Courant 1752-2002* (Leeuwarden 2002) 40; J. Salman, “Om tot presentjes aan kinderen te geven”. Het kinderboek in de achttiende-eeuwse boekhandel, in: B. Dongelmans e.a. (eds.), *Tot volle waschdom. Bijdragen aan de geschiedenis van de kinder- en jeugdliteratuur* (Den Haag 2000) 80; C. Todd, ‘French advertising in the eighteenth century’, *Studies on Voltaire and the eighteenth century* 266 (1989) 513-547; G. Feyel, *L’annonce et la nouvelle: la presse d’information en France sous l’Ancien régime (1630-1788)* (Oxford 2000); P. Retat, *La ‘Gazette d’Amsterdam’. Miroir de l’Europe au XVIIIe siècle* (Oxford 2001); R.B. Walker, ‘Advertising in London newspapers 1650-1750’, *Business History* 15 (1975) 112-130; C.Y. Ferdinand, ‘Selling it to the provinces: News and commerce round eighteenth-century Salisbury’, in: J. Brewer en R. Porter (eds.), *Consumption and the world of goods* (London en New York 1993) 393-411; J. Raven, ‘Serial advertisement in eighteenth-century Britain and Ireland’, in: R. Myers en M. Harris (eds.), *Serials and their readers* (Winchester en Detroit 1993) 103-124.

9. Voor een grondige analyse van de *Gazette van Antwerpen* in de achttiende eeuw, zie Lyna en Van Damme, ‘A strategy of seduction?’.

cialisering van de markten voor oude producten. Deze bron biedt ons een uitzonderlijk beeld van de gang van zaken in de betere publieke verkopen: ons corpus bestaat uit alle 61 bewaard gebleven catalogi van Antwerpse kunstveilingen voor de periode 1741-1794, terwijl een selectie van Brusselse catalogi voor kunstverkopen een comparatieve aanpak ondersteunt. Voor de gespecialiseerde boekveilingen vallen we terug op gepubliceerd bronnenmateriaal dat grote delen van de achttiende eeuw bestrijkt.¹⁰

Uiteraard stelt zich de vraag of deze twee vormen van commercieel drukwerk ons wel een spiegel van de contemporaine werkelijkheid voorhouden, dan wel of ze er eerder een geïdealiseerde weergave van zijn. Het is echter net in dit spanningsveld dat de intrinsieke waarde van deze bronnen verborgen zit: advertenties en catalogi reiken ons unieke informatie aan over de manier waarop lokale handelaren in oude spullen zichzelf én hun winkelwaar presenteren aan toekomstige klanten. Meer in het algemeen informeren ze ons ook over hoe de organisatoren van publieke verkopen in achttiende-eeuws Antwerpen omgingen met de toenemende zucht naar nieuwigheid van de consument.

De tweedehandsmarkten in vroegmodern Antwerpen

Net als in de rest van Europa had de handel in gebruikte objecten ook in de Scheldestad een aanzienlijke invloed op de stedelijke economie in de nieuwe tijd. Al vanaf de late middeleeuwen domineerde de corporatie van de zogenaamde oudekleerkopers deze sector. In tegenstelling tot wat hun naam doet vermoeden, handelden deze middelaars niet enkel in tweedehandse kledij, maar in een waaier van oude gebruiksobjecten.¹¹ Dit ambacht werd gekenmerkt door een sterke sociale differentiatie, met zowel arme colporteurs als relatief welgestelde handelaren in zijn geledingen. Het leeuwendeel van deze rijkere oudekleerkopers behoorde tot de groep van de gezworen roepers, een kleine elite die het exclusieve recht had om een waaier van tweedehands objecten via uitroep te verkopen: van brandhout en vastgoed over oude kledij, potten en pannen tot gebruikte luxeobjecten, zowat alles vond via hun verkoopskanalen een nieuwe eigenaar.¹² De beperkte omvang van deze groep is eenvoudig te

10. J. Remeysen, *Bibliografie van de Antwerpse boekenveilingen, 1652-1947* (Antwerpen 1947); P. Delsaerd en D. Vanysacker, 'Repertorium van Antwerpse boekenveilingen 1750-1800', *De Gulden Passer. Jaarboek van de Vereniging der Antwerpsche Bibliophielen* 75 (1997) 5-119.

11. Over de handel in oude kledij, lees H. Deceulaer, *Pluriforme patronen en een verschillende snit. Sociaal-economische, institutionele en culturele transformaties in de kledingsector in Antwerpen, Brussel en Gent, 1585-1800* (Antwerpen 2001) en B. Panhuysen, *Maatwerk: kleermakers, naaisters, oudkleerkopers en de gilden (1500-1800)* (Amsterdam 2000).

12. Er waren nog enkele andere instituten die het recht hadden om publieke verkopen te organiseren in welbepaalde gevallen, maar hun algemene invloed was eerder marginaal in

verklaren. Bovenop het intredegeld van 50 gulden diende een oudekleerkoper nog eens 50 gulden extra én verschillende jaren ervaring voor te leggen om gezworen roeper te worden, en dan nog moest hij rekenen op de goede wil van de ambachtsdekens. Hun positie binnen de Antwerpse samenleving was dan ook niet gering: gezworen roepers waren simpelweg *incontournable* bij overlijdens waar een erfenis mee gemoeid was.¹³ Zij waren verantwoordelijk voor de verkoop bij opbod van gehele inboedels, waarbij simpele gebruiksvoorwerpen en dure luxeproducten door elkaar aan de man werden gebracht.

Het brandpunt van het commerciële hergebruik in Antwerpen was de Vrijdagmarkt en haar directe omgeving, in de zestiende eeuw aangelegd als de permanente uitvalsbasis voor oudekleerkopers.¹⁴ Gezworen roepers organiseerden er doorgaans hun publieke uitroepen in openlucht; bij gelegenheid greep een veiling plaats in het huis van de overleden of bankroete burger, vooral wanneer de inboedel te groot of kostbaar was om naar de Vrijdagmarkt te verplaatsen. Al vanaf het einde van de zestiende eeuw werden de minder goegede oudekleerkopers stelselmatig geweerd van de Vrijdagmarkt. De weinige huizen rond de markt waren bestemd voor de gezworen roepers en schatters. Hoe verder een oudekleerkoper van de Vrijdagmarkt woonde en werkte, hoe lager zijn of haar socio-economische status. Tijdens de zeventiende eeuw moest de stadsmagistratuur meermaals ingrijpen om ongeregelde heden op de Vrijdagmarkt aan te pakken, zoals met een verbod vanaf 1655 om vodden te verkopen op het plein. Maar vooral de ordeloze uitroepen werden op de korrel genomen: zo werd een welbepaalde volgorde van verkopen vastgelegd om de chaos van parallelle veilingen te vermijden, werd het aan verkopers verboden de klanten te beledigen of agressieve verkoopstactieken te gebruiken en mochten uitroepen niet meer worden voortgezet na middernacht. Blijkbaar maakten enkele oneerlijke roepers gebruik van de invallende duisternis om hun onwetende klanten te bedriegen. De talrijke herhalingen van deze ordonanties wijzen erop dat het in goede banen leiden van de publieke uitroepen allesbehalve een makkelijke opdracht was.¹⁵

vergelijking met de oudekleerkopers. Ambachtslui hadden het recht om hun eigen goederen te veilen, maar enkel als ze die zelf geproduceerd hadden. Voor een overzicht van de Antwerpse markten voor oude objecten, zie Van Damme, *Verleiden*, 63-102.

13. Over de rol van roepers en oudekleerkopers in vroegmodern Antwerpen, lees Van Damme, *Verleiden*, 67-69.

14. Gilbert van Schoonbeke urbaniseerde dit deel van de stad in de jaren 1540. Het ambacht van de oudekleerkopers maakte van de gelegenheid gebruik en vroeg het stadsbestuur om hun handel naar deze nieuwe locatie te mogen verplaatsen, met succes. Daarvoor waren de tweedehands markten verspreid over de invalswegen van de oude stad, wat vaak voor overlast en verkeersproblemen zorgde. H. Soly, *Urbanisme en kapitalisme te Antwerpen in de 16de eeuw. De stedenbouwkundige en industriële ondernemingen van Gilbert van Schoonbeke* (Brussel 1977) 183-184.

15. Van Damme, *Verleiden*, 91-92.

Desondanks trok de Vrijdagmarkt in de loop van de zeventiende eeuw inwoners aan van alle slag en soort en zowel rijk als arm bracht regelmatig een bezoekje aan haar winkels en veilingen. Zo frequenteerde de handelaar Mathijs Musson het plein in de jaren 1650 om zichzelf met oude schilderijen en andere kunstwerken te bevoorraden. Zijn collega Willem Forchondt was eveneens actief op de Vrijdagmarkt: in maart 1673 kocht hij een verzameling schilderijen, koperdrukplaten en meubilair om ze meteen naar het buitenland te verschepen.¹⁶ Niet alleen commerçanten, maar ook particulieren handelden op de Vrijdagmarkt: tussen 1665 en 1670 verkocht Elisabeth Moretus, een rijke telg uit de bekende Antwerpse drukkersfamilie, regelmatig gebruikte kledij aan een oudekleerkoper.¹⁷ De meeste klanten op een publieke uitroep waren echter andere leden van het oudekleerkopers-ambacht, die zo hun winkelvoorraad aanvulden.¹⁸ De handel in tweedehands producten maakte klaarblijkelijk een onmiskenbaar deel uit van de Antwerpse samenleving. De consumptie van oude producten werd overigens niet gezien als minderwaardig: zowat alle sociale lagen deden regelmatig inkopen op de Vrijdagmarkt.¹⁹

Tijdens de achttiende eeuw vertoonden de consumptiepatronen van Antwerpse burgers opmerkelijke mutaties, zij het op beperktere schaal dan in de Europese grootsteden Parijs, Londen en Amsterdam.²⁰ Exotische en vreemde producten zoals koffie, chocolade, porselein en Indisch katoen baanden zich geleidelijk aan een weg in de Antwerpse verbruikscultuur. Goedkopere grondstoffen en dalende productiekosten resulteerden bovendien in minder duurzame spullen met een lagere prijs. Steeds meer Antwerpenaars lieten

16. L. Deijnckens, *De kunsthandel in Antwerpen in de zeventiende eeuw* (Licentiaatsverhandeling Katholieke Universiteit Leuven 1988) 43-44.

17. C. De Staelen, *Levenswijze en consumptiepatroon van een Antwerpse weduwe. Het huishoudjournaal van Elisabeth Moretus (1664-1675)* (Licentiaatsverhandeling Universiteit Gent 2002) 139.

18. "Want degene die voorbert houden doen dit van goederen de welcke sij t' sij in publicke vercoopingingen ofte andersins hebben ingekocht." Stadsarchief Antwerp (SAA), Gilden en Ambachten (GA), 4293, Proces van de dekens van het oudekleerkopersambacht tegen Joannes van Lemens (16 september 1744).

19. Antwerpen was geen uitzondering in dat verband: in vroeg-zeventiende-eeuws Amsterdam participeerden alle lagen van de samenleving aan de boedelverkopen van de Weeskamer, alsook bij de *almoneda*-veilingen in zestiende- en zeventiende-eeuws Spanje. M. Montias, *Art at auction in 17th Century Amsterdam* (Amsterdam 2002) en M.-T. Alvarez, 'The Almoneda: The second-hand art market in Spain', in: J. Warren en A. Turpin (eds.), *Auctions, Agents and Dealers. The Mechanisms of the Art Market 1660-1830* (Oxford 2007) 33-39.

20. Zoals uitvoerig beschreven in B. Blondé, 'Tableware and changing consumer patterns. Dynamics of material culture in Antwerp, 17th-18th centuries', in: J. Veeckman (ed.), *Majolica and glass. From Italy to Antwerp and beyond. The transfer of technology in the 16th-early 17th century* (Antwerpen 2002) 295-311; B. Blondé, 'Cities in decline and the dawn of a consumer society: Antwerp in the 17th-18th centuries', in: B. Blondé e.a. (eds.), *Retailers and consumer changes in Early Modern Europe. England, France, Italy and the Low Countries* (Tours 2006) 37-52.

zich opmerken door hun *conspicuous consumption* van deze nieuwe en modieuze goederen en stimuleerden zo versnelde modecycli, productinnovaties en steeds grotere diversiteit aan verbruiksartikelen.

Als een direct gevolg van deze evolutie werden de tweedehands markten geconfronteerd met oude producten van inferieure kwaliteit met een lage hergebruikwaarde.²¹ Indirecte bewijzen versterken deze hypothese: zo daalde de waarde van pandgoederen in de Antwerpse *Berg van Barmhartigheid* van gemiddeld negen à tien gulden in de zeventiende eeuw tot onder zes gulden een eeuw later.²² De gezworen roepers van de Vrijdagmarkt moeten dit vast en zeker gevoeld hebben, aangezien hun loon afhankelijk was van de totale waarde van de geveilde goederen. Tekenen van interne fricties en toenemende concurrentie onder de roepers bevestigen het vermoeden dat het ambacht van de oudekleerkopers te maken had met een sociale en economische terugval in de loop van de achttiende eeuw.²³

TABLE 1 *Krantenadvertenties in de Gazette van Antwerpen voor publieke uitroepen van luxeproducten in achttiende-eeuws Antwerpen (zowel boedel- als gespecialiseerde verkopen, inclusief herhalingen)*

	<i>Aantal geadverteerde verkopen met luxeproducten (boeken, kunst, juwelen, ...)</i>	<i>Totaal aantal advertenties</i>	<i>%</i>
1730	11	247	4,5
1750	19	524	3,6
1770	77	1159	6,6
1790	147	1613	9,1

Tezelfdertijd, schijnbaar paradoxaal, steeg het aantal krantenadvertenties voor publieke (boedel)uitroepen met luxeproducten aanzienlijk: van amper een veiling per maand in 1730 tot bijna drie per week op het einde van de eeuw (tabel 1). De gezworen roepers voelden zich meer genoodzaakt om hun verkopen te adverteren, waarschijnlijk daartoe gedreven door een stijgende onderlinge concurrentie. Deze opmerkelijke groei van geadverteerde publieke verkopen vertelt ons maar een deel van het verhaal en vermoedelijk de meest positieve bladzijde: de hergebruikwaarde van de verkochte producten in het groeiende aantal verkopen zakte aanzienlijk. Meer bewijsmateriaal over de

21. Blondé, 'Tableware', 295-311; B. Blondé en I. Van Damme, 'Een crisis als uitdaging? Kleinhandelsevoluties en verbruiksveranderingen te Antwerpen (ca. 1648-ca. 1748)', *Tijdschrift voor Sociale en Economische Geschiedenis* 4 (2007) 61-88.

22. Van Damme, *Verleiden*, 251.

23. D. Lyna, 'Somewhere between old and new. Selling second-hand artwork in eighteenth-century Antwerp', in: J. Stobart en I. Van Damme (eds.), *At the fringes of modernity? Second-hand as consumer culture and practice in Europe, 1680-1900* (ter perse).

effectieve prijzen van tweedehands goederen is nodig om het lot van de tweedehands markten te kunnen begrijpen. Bovendien mogen we ons niet blind staren op de toename van het aantal geadverteerde uitroepen: achter deze cijfers gingen ingrijpende processen van productdifferentiatie schuil, waarbij de geografische component een doorslaggevende rol zou gaan spelen.

Specialisatie en de opkomst van nieuwe verkoopsruimten

Commercieel hergebruik was altijd al een integraal deel geweest van de vroegmoderne maatschappij, maar gebruikte objecten zouden tijdens de achttiende eeuw in toenemende mate als minderwaardig bestempeld worden tegenover nieuwe producten. De term 'oud' kreeg een negatieve connotatie, terwijl zijn antipoden 'nieuw' en vooral 'modern' cruciale adjectieven zouden worden in het commerciële discours: hun plotse verschijning in talrijke Antwerpse krantenadvertenties na 1750 spreekt boekdelen. Zelfs gezworen roepers bevalen hun gebruikte handelswaar paradoxaal genoeg aan met deze trendy taal.²⁴

De creatie van een artificiële kloof tussen oud en nieuw had ongewone gevolgen voor de tweedehands markten: in de groeiende massa van minderwaardig meubilair werden sommige productcategorieën voortaan anders benaderd. Het concept 'oud', in termen van 'gebruikt' en 'versleten', was immers niet van toepassing op objecten als schilderijen, boeken en juwelen. Deze behielden hun intrinsieke en monetaire waarde meer dan tweedehands kledij en keukengerei. Het semantische stigma 'oud', fataal voor andere consumptiegoederen, bleek juist van vitaal belang voor het overleven van deze meer luxueuze objecten: hun ouderdom en herkomst droegen immers sterk bij tot hun ingeschatte waarde. In de loop van de achttiende eeuw zouden meer en meer collecties van luxeproducten verhandeld worden op aparte verkoopsdagen, eerder dan deel uit te maken van integrale boedelverkoppen zoals voorheen.²⁵ Het groeiende aantal krantenadvertenties en veilingcatalogi voor dergelijke gespecialiseerde veilingen bevestigt deze trend (tabel 2).²⁶

24. Lyna en Van Damme, 'A strategy of seduction?'

25. Tussen 1730 en 1790 steeg het aantal advertenties voor gespecialiseerde veilingen (boeken, kunst, juwelen,...) in de *Gazette van Antwerpen* van 7 tot 35 per jaar. Aankondigingen voor verkopen van boeken (zowel in boedel- als gespecialiseerde verkopen) in dezelfde krant verdubbelden in slechts enkele decennia tijd: 44 in de periode 1755-64 en 89 in 1775-84. Delsaerd en Vansacker, 'Repertorium'.

26. Deze cijfers zeggen natuurlijk ook iets over de toegenomen verzamelwaarde van de catalogi zelf, wat indirect echter weer een indicatie is van de populariteit van gespecialiseerde verkopen. Voor een overzicht van de opkomst van kunstveilingen in Antwerpse context, zie D. Lyna en F. Vermeylen, 'The appearance of art auctions in the Southern Netherlands during the seventeenth and eighteenth centuries', in: F. Vermeylen, H. Vlieghe en

TABLE 2 *Bewaarde catalogi voor gespecialiseerde kunst- en boekverkoppen in achttiende-eeuws Antwerpen*²⁷

	Catalogi kunst	Catalogi boek
1715-24	0	0
1725-34	0	2
1735-44	3	2
1745-54	2	1
1755-64	6	3
1765-74	21	8
1775-84	16	32
1785-94	17	60

Deze voortgezette marktsegmentatie ging gepaard met een belangrijke ruimtelijke verschuiving (tabel 3). Naarmate de achttiende eeuw vorderde, moesten de traditionele locaties voor tweedehands verkopen, namelijk de Vrijdagmarkt en de sterfhuizen, in toenemende mate andere en nieuwe verkoopszalen naast zich dulden. De Schilderskamer van de Sint-Lucasgilde op de eerste verdieping van de Antwerpse Beurs, in de late zeventiende en vroege achttiende eeuw een populaire locatie voor kunstveilingen, verdween net als de Gilde zelf volledig van het toneel.²⁸

Toch bleven de verkopen in de sterfhuizen een rol van betekenis spelen, wat op zich niet mag verwonderen: bij de verkopen van grote en dure inboedels was het nu eenmaal goedkoper om de uitroep *in situ* te organiseren. Ook de Vrijdagmarkt behield haar plaats binnen de Antwerpse handel in

D. Lyna (eds.), *Art auctions and dealers. The dissemination of Netherlandish painting during the Ancien Régime* (ter perse).

27. De cijfers voor de catalogi van boekveilingen werden berekend op basis van Remeysen, *Bibliografie van de Antwerpse boekenveilingen*. Wat betreft de Antwerpse kunstveilingen baseren we ons op een eigen databank, waarin alle bewaarde veilingcatalogi van de achttiende eeuw werden opgenomen. De bronnen zelf liggen verspreid over wetenschappelijke bibliotheken in binnen- en buitenland, met voorop de Koninklijk Musea voor Schone Kunsten Antwerpen en Brussel, het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie in Den Haag en The Getty Research Institute in Los Angeles.

28. Het hoge aantal gespecialiseerde verkopen op de Meir en de 'Rest'-categorie in tabel 3 kan verklaard worden door twee specifieke veilingtypes die daar doorgaans plaatsvonden. Het pandjeshuis van de *Berg van Bermhertigheid* zou enkel in 1790 zijn maandelijkse verkopen van niet-afgeloste panden adverteren, wat meteen ook de groei van de 'Rest'-categorie in de laatste steekproef verklaart. Koetsen en paarden, geliefde vormen van *conspicuous consumption* in achttiende-eeuws Antwerpen, werden dan weer vaak verkocht op de Meir. Over de opmerkelijke rol van paarden en koetsen in achttiende-eeuws Antwerpen, lees B. Blondé, 'Indicatoren van het luxegebruik? Paardenbezit en conspicuous consumption te Antwerpen (zeventiende-achttiende eeuw)', *Bijdragen tot de geschiedenis* 84 (2001) 497-512.

gebruikte objecten: de groei van geadverteerde verkopen op de Vrijdagmarkt moet echter begrepen worden in termen van een toenemende druk bij roepers om hun veilingen aan te kondigen. Dat het leeuwendeel van deze advertenties, doorgaans voor gewone boedelverkopen, geen melding maakt van een gedrukte catalogus is een indicatie voor de lagere status. De Vrijdagmarkt zou echter waardevolle objecten aan haar klanten blijven aanbieden, zij het als onderdeel van boedelverkopen. De betere luxeverkopen met veilingcatalogus verhuisden naar andere plaatsen en de Vrijdagmarkt zou, net als haar protagonisten de oudekleerkopers, haar geprivilegieerde positie binnen de Antwerpse handel in tweedehands objecten moeten afstaan.

TABLE 3 *Advertenties in de Gazette van Antwerpen voor publieke verkopen van luxeproducten in achttiende-eeuws Antwerpen, met aandacht voor de ruimtelijke differentiatie (zowel boedel- als gespecialiseerde verkopen, inclusief herhalingen)*

	Sterfhuizen	Vrijdagmarkt	Beurs	Meir	JVB	ovb	KOL	Rest	Onbekend	Totaal
1730	6	1	3	1	0	0	0	0	0	11
1750	7	1	4	0	1	2	0	4	0	19
1770	24	15	1	3	0	17	13	4	0	77
1790	61	25	0	11	10	18	2	18	2	147

JVB: Jonge Voetboghof, oVB: Oude Voetboghof, KOL: Kolveniershof.

Het waren niet zozeer de boedeluitroepen met een enkel luxueus object die naar andere verkoopszalen verhuisden, maar vooral het nieuwe type van de gespecialiseerde veiling. De traditionele verkoopsruimten (sterfhuizen, Vrijdagmarkt en Schilderskamer op de Beurs) verloren duidelijk terrein na 1750, terwijl de sterk toegenomen kunst- en boekveilingen in dezelfde periode meer en meer hun weg vonden naar voorheen onbekende locaties (tabellen 4 en 5).

Het Jonge en Oude Voetboghof (JVB en oVB), beide belangrijke voorbeelden in dat verband, waren de vergaderzalen van de gelijknamige gilden. Ze waren gelegen aan de open gronden aan de stadsrand waar deze verenigingen hun schietoefeningen hielden. Hoewel de terreinen pal naast elkaar lagen, hadden de gebouwen elk een aparte ingang. Het Oude Voetboghof was als locatie voor veilingen veel populairder dan zijn jongere tegenhanger, zeker wat betreft de handel in oude boeken: zowat een derde van alle boekverkopen in de periode 1750-1800 vond er plaats.²⁹ Het stelselmatig verdwijnen van gilden-paraferalia uit deze zaal in de tweede helft van de achttiende eeuw onderstreept de toenemende toegankelijkheid.³⁰ Niet enkel veilingen,

29. Delsaerd en Vanysacker, 'Repertorium'.

30. Het verwijderen van de stichtingsakte en belangrijke ordonnanties uit het hof en het overbrengen van schilderijen en beelden van ondermeer de patroonheilige Sint-Joris in 1775 naar de gildenkamer op de Grote Markt wijzen op een groeiend neutraal karakter van

maar ook andere sociale activiteiten zoals theatervoorstellingen, concerten en vastenavondfeesten vonden plaats in dit gebouw.³¹

De verkoopszaal in het Kolveniershof (κοι) was van oorsprong een ontvangstzaal, door de Kolveniersgilde in de jaren 1630 gebouwd naast haar oefenterreinen. Met een monumentale schouw, marmeren kolommen, een enorme kroonluchter en talrijke schilderijen en beeldhouwwerken was dit een ideale ruimte om veilingen te organiseren. In 1738 vernielde een brand het houten dak en de voorgevel, maar de hal werd op miraculeuze wijze gespaard door de vlammen.³² Na de herstellingswerken was het Kolveniershof vanaf 1744 een populaire locatie voor tal van culturele evenementen, gaande van muziekconcerten, poppentheaters, optredens van koorddansers tot tentoonstellingen van wassen beelden.³³ In het begin van de jaren 1760 werd deze zaal ook een geliefde ruimte voor publieke verkopen, vaak van kunstwerken.³⁴ In de laatste twee decennia van de achttiende eeuw vonden hier talrijke *redoutes* plaats: op deze bals kon de lokale *high society* elkaar ontmoeten, wat dansen en zich aan de goktafels wagen.³⁵ Het Oude Voetbogen- en het Kolveniershof positioneerden zich na 1750 dus duidelijk binnen de Antwerpse cultuurscène; enkel het vermaarde theater in het nabije Tapissierspand had een grotere invloed.³⁶

het Oude Voetbogenhof, dat zo toegankelijker werd voor activiteiten van buitenstaanders. SAA, GA, 4628, Inventarissen van alle der vs. gulde meubelen, boecken, brieven. stucken ende munimenten in de kamer, in de kerk en in de hoff.

31. SAA, GA, 4632, Ouden Voetboog. Resolutie Boeck 1661-1792, 1770-1772.

32. N. De Poorter en P. Huvenne, 'Het kolveniershof te Antwerpen', in: *Feestbundel bij de opening van het Kolveniershof en het Rubenianum* (Antwerpen 1981) 25-45.

33. In de rekeningen voor het jaar 1743-1744 wordt er voor het eerst melding gemaakt van een openbare verkoop in het Kolveniershof, met name de verkoop van juwelen uit het sterfhuis Vermaut. SAA, ga, 4669, Kolveniers. Rekeningen 1718-1764.

34. Tussen 1762 en 1788 vonden minstens 34 gespecialiseerde kunstveilingen mét bewaarde catalogus plaats in het Kolveniershof; het totaal aantal publieke verkopen in deze zaal zal waarschijnlijk een veelvoud van dit cijfer zijn. Dat veilingen als evenement een belangrijke bron van inkomsten waren voor het Kolveniershof, blijkt uit het feit dat er in een huurcontract van 1782 naast gemaskerde bals, maaltijden en concerten een aparte verhuurcategorie 'coopdaeger' stond aangegeven. SAA, GA, 4661, Kolveniers. Losse stukken 1524-1794.

35. Vanaf 1686 waren organisatoren van culturele evenementen in Antwerpen verplicht om een belasting te betalen aan de aalmoezeniers, die deze inkomsten in hun rekeningen noteerden onder 'Vremde spektakels'. Hoewel deze rekeningen allesbehalve volledig zijn en talrijke evenementen waarschijnlijk aan de stedelijke controle wisten te ontsnappen, bieden deze documenten ons niettemin een interessant beeld van het bloeiende culturele leven in achttiende-eeuws Antwerpen. Een combinatie met het bronnenmateriaal van de gilden in het Stadsarchief is echter onontbeerlijk om een totaalbeeld te schetsen. ocmw Antwerpen, Oud Archief, *Kamer der Huisarmen*, 967 en 968.

36. Over de opkomst van het Tapissierspand als cultureel centrum, lees C. Luypaers, 'Le goût pour les spectacles est tellement devenu à la mode'. Spektakelcultuur in het achttiende-eeuwse Antwerpen (Licentiaatsverhandeling Katholieke Universiteit Leuven 2001).

TABLE 4 *Advertenties in de Gazette van Antwerpen voor gespecialiseerde verkopen van luxe-producten in Antwerpen (1730 en 1750 bij elkaar opgeteld), met aandacht voor ruimtelijke en productmatige differentiatie (exclusief herhalingen)*

	Sterf- huizen	Vrijdag- markt	Beurs	JVB	ovb	KOL	Meir	Rest	Totaal
Boeken	4							1	5
Beeldende kunst*	1	1	5	1				1	9
Muziekinstrumenten en partituren		1							1
Meubilair			2						2
Totaal	5	2	7	1	0	0	0	2	17

JVB: Jonge Voetbogenhof, oVB: Oude Voetbogenhof, KOL: Kolveniershof.

* Onder de verzamelterm 'Beeldende kunst' bevinden zich schilderijen, prenten, tekeningen, beeldhouwwerken en wandtapijten.

TABLE 5 *Advertenties in de Gazette van Antwerpen voor gespecialiseerde verkopen van luxe-producten in Antwerpen (1770 en 1790 bij elkaar opgeteld), met aandacht voor ruimtelijke en productmatige differentiatie (exclusief herhalingen)*

	Sterf- huizen	Vrijdag- markt	Beurs	JVB	OVb	KOL	Meir	Rest	Totaal
Boeken	5	2		1	14	1		1	24
Beeldende kunst	3	4			2	3		1	13
Muziekinstrumenten en partituren		3							3
Meubilair		1			1			1	3
Juwelen, munten en zilverwerk	3	2			1	1		1	8
Koetsen							11		11
Totaal	11	12	0	1	18	5	11	4	62

JVB: Jonge Voetbogenhof, oVB: Oude Voetbogenhof, KOL: Kolveniershof.

De professionalisering van de tweedehands handel

De achttiende-eeuwse mentaliteitswijziging ten opzichte van oude objecten bracht dus opvallende veranderingen met zich mee voor de traditionele handel in tweedehandse producten. Een toenemende marktsegmentatie en een ruimtelijke afsplitsing van luxeverkopen kunnen de meest zichtbare, maar bezwaarlijk de enige resultaten genoemd worden. Verschillende andere en op elkaar ingrijpende gebeurtenissen zouden de Antwerpse uitroepen van oude verbruiksgoederen voor altijd veranderen.

De beschreven evoluties waren een indicatie van de professionalisering van de tweedehands handel en het verlaten van de oude Antwerpse verkoops-

locaties ging gepaard met een langzame maar zekere machtsverschuiving.³⁷ Inzake de luxeverkopen verloren de gezworen roepers van het oudekleerkopersambacht stelselmatig terrein op professionele kunst- en boekhandelaars, met het onvermogen om zich te specialiseren als belangrijkste handicap op lange termijn. Hun jarenlange ervaring in het verkopen van de meest uiteenlopende producten was cruciaal geweest voor het zeventiende-eeuwse succes van de roepers en de Vrijdagmarkt, maar zou hun spreekwoordelijke glazen plafond worden in de veranderende samenleving van de achttiende eeuw. Handelaren die op dagelijkse basis (semi-)luxueuze goederen als boeken en kunstwerken verkochten, hadden duidelijke voordelen op de roepers, niet in het minst wat betreft informatie en toegang tot commerciële netwerken. Hun functie liet hen ook beter toe om de vinger aan de pols te houden van de veranderende tweedehands handel. Op termijn zou dit leiden tot een nieuwe structuur van publieke luxeverkopen, waarbij de rol van de corporatieve roepers beperkt bleef tot het effectieve veilen van de loten: alle andere aspecten van de moderne veiling kwamen in handen van gespecialiseerde handelaren. Het discours van krantenadvertenties en verkoopscatalogi uit de late achttiende eeuw onderstreept dit groeiende onderscheid: een anonieme Brusselse catalogus uit 1793 geeft onomwonden aan dat de geplande kunstverkoop gehouden zou worden door de gezworen roepers Suys en Anoul, maar wel onder het toezicht van de handelaar J.A. Rombaut.³⁸ In Antwerpse kranten kondigde een aantal gezworen roepers vanaf 1783 toekomstige boekverkopen aan onder hun ‘supervisie’, waarmee ze een duidelijk onderscheid wilden maken tussen hun traditionele rol als roeper en de nieuwe functie als verkoopdirecteur.³⁹

Dit laatste voorbeeld maakt echter meteen duidelijk dat de machtsoverdracht van corporatieve roepers naar gespecialiseerde handelaren allerminst snel en rechtlijnig verliep, maar eerder gekenmerkt werd door een lange transitieperiode vol hybride oplossingen. Een opvallende intermediair in dat verband was de Antwerpse drukker en boekhandelaar Guilielmus Josephus Bincken (?-1815), de zoon van de invloedrijke drukker Hubertus. De jonge Bincken had aanvankelijk niet de intentie om in zijn vaders voetsporen te treden en als gezworen roeper van de oudekleerkopers adverteerde hij zijn eerste

37. Voor een diepte-analyse van deze machtsovername, lees Lyna, ‘Somewhere between old and new’.

38. De titelpagina vermeldt “crieurs-jurés Suys et Anoul, sous la Direction de J.A. Rombaut, près du Manneken-Pisse, N°. 9” (Bibliotheek van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Brussel (KMSKB), Bruxelles 63, Anonymous sale, Brussel, 11/11/1793).

39. Minstens twintig boekveilingen werden op deze manier aangekondigd, wat een duidelijke indicatie is van de nieuwe hiërarchieën en veranderende functies. Zie de lijst in Delsaerd en Vansacker, ‘Repertorium’.

publieke verkoop in 1778.⁴⁰ Al snel legde hij zich echter toe op boekverkopen en hoewel de ambachtsreglementen het ten strengste verboden, wist hij een tweede meestertitel te bemachtigen in 1787, die van drukker en boekverkooper. Nog in datzelfde jaar verkreeg hij een drukkersoctrooi.⁴¹ De reputatie van zijn vader, deken van de Sint-Lucasgilde in 1782, had waarschijnlijk een invloed op deze buitengewone situatie, aangezien de inschrijvingslijsten van de Gilde geen melding maken van enige leertijd van Guilielmus Josephus. Het sprekende gemak waarmee hij een ander meesterschap opnam en het uitblijven van een corporatieve reactie hierop onderschrijven de hypothese dat de Antwerpse oudekleerkopers geconfronteerd werden met aanzienlijk controleverlies.⁴² Bincken trok er zich weinig van aan, aangezien deze unieke combinatie van professies hem toeliet om alle aspecten van zijn boekveilingen te controleren: voortaan zou hij de catalogus opstellen en verkopen, de advertenties plaatsen, de boeken veilen en de financiële zaken na verkoop afhandelen. Zo adverteerde hij bijvoorbeeld in 1790 zeven publieke verkopen in de lokale krant; zes daarvan waren gespecialiseerde boekveilingen, allemaal met een gedrukte catalogus die enkel in Binckens boekhandel te verkrijgen was. Vijf van deze verkopen vonden bovendien plaats in het Oude Voetboghof, wat zijn rol als nieuwe centrum voor de Antwerpse handel in oude boeken wederom bevestigt.⁴³ Bincken getuigde bovendien van zijn commerciële creativiteit door een verkoopsadvertentie te gebruiken om andere literatuur uit zijn winkel aan te prijzen, wat destijds een hoogst ongewone methode was in de *Gazette van Antwerpen*.⁴⁴

Een andere opvallende tussenfiguur was de boekhandelaar Jean-Francois de Bock, die een ietwat tegengesteld parcours aflegde: in 1775 begonnen als drukker van catalogi voor boekveilingen, adverteerde hij vanaf 1779 verkopen onder zijn eigen supervisie. Hoewel De Bock talrijke boekverkopen organiseerde in het laatachtste eeuwse Antwerpen, leek hij zich minder dan Bincken te specialiseren in een welbepaalde productcategorie, verbonden met

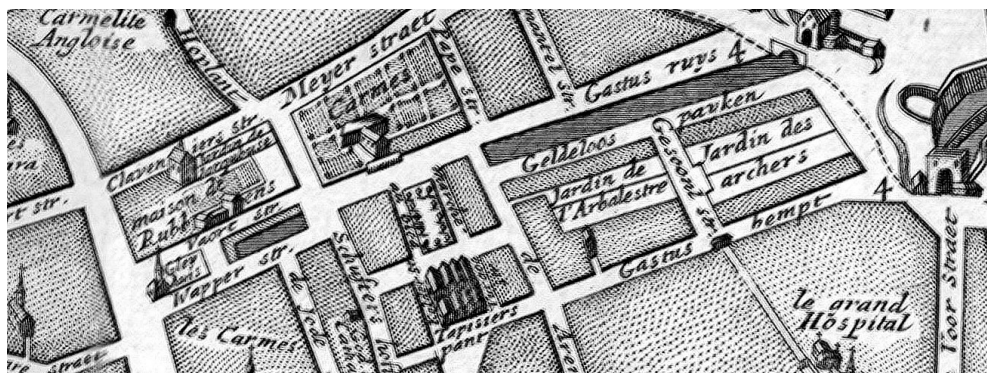
40. Een vroege vermelding van dezelfde naam in 1766 verwijst waarschijnlijk naar een andere persoon, aangezien de volgende (boek)veiling op die naam pas twaalf jaar later zou verschijnen, om nadien frequent op te duiken in de lokale krant. Delsaerd en Vanysacker, 'Repertorium', 33.

41. L. Voet, 'Boeken en drukkers', in: *Antwerpen in de xviii de eeuw. Instellingen-economie-cultuur* (Antwerpen 1952) 341.

42. Het feit dat de roeper J.B. Laudaens zichzelf in 1790 presenteerde als 'gezworen roeper en makelaer' in plaats van de gebruikelijke definitie 'gezworen roeper' is een andere indicatie in dat verband (Erfgoedbibliotheek Antwerpen (EA), *Gazette van Antwerpen* (GvA), 14/5 en 17/10/1790).

43. In een welbepaald geval (16/7) gebruikte Bincken een zelfde advertentie om twee aparte verkopen aan te kondigen (EA, GvA, 19/2, 4/5, 11/5, 4/6, 22/6 en 16/7/1790).

44. "by wie ook nieuwelings gedrukt is [...] woordenboek om 'volmaektelyk' Frans te leren" (EA, GvA, 4/5/1790).



Het Kolveniershof of Jardin de l'Arqubuse (links) en de Jonge & Oude Voetboghof of Jardin de l'Arbalestre (centraal rechts). Detail uit Plan de la Ville et Citadelle d'Anvers van J.C. Deur, gepubliceerd door P. Mortier, Amsterdam, 1706 (Privécollectie).

een specifieke verkoopslocatie.⁴⁵ Niettemin beheersten Bincken en De Bock samen de Antwerpse markt voor oude boeken: tussen 1778 en 1795 waren ze betrokken bij niet minder dan een derde van alle boekverkopen.⁴⁶

Voor kunstveilingen is de situatie minder duidelijk, maar er zijn sterke indicaties dat zogenaamde *connaisseurs-marchands* de handel in oude kunst gingen domineren naarmate de eeuw vorderde. In tegenstelling tot hun collega's bij de boekveilingen waren kunsthandelaars minder geneigd om meteen voor het voetlicht te treden, om voorlopig onduidelijke redenen. Promotioneel drukwerk voor de betere kunstverkopen weerspiegelt deze aarzeling: advertenties en catalogi puilen werkelijk uit van informatie over de veiling, maar missen het essentiële element van de verkopersnaam.⁴⁷ Nagenoeg alle andere aankondigingen van publieke verkopen verwijzen naar de gezworen roeper die verantwoordelijk was voor de organisatie en ook bij advertenties van de doorsnee Antwerpse handelaar lijkt de naam, vaak gedrukt in cursief of kapitalen, een essentieel onderdeel van het commerciële discours. Vanaf 1770 vertonen enkele geadverteerde Antwerpse boekveilingen een soortgelijk gebrek aan verkopersnamen, opvallend vaak wanneer de veiling in een

45. Tussen 1775 en 1779 drukte hij vier catalogi: dat deze veilingen stuk voor stuk zonder verkopersnaam bleken en bovendien allemaal in het Oude Voetboghof plaatsvonden, doet vermoeden dat De Bock al de leiding had over deze veilingen. In 1790 organiseerde hij in totaal zes verkopen, vaak samen met andere roepers; slechts een daarvan was een gespecialiseerde boekveiling, met name in het Kolveniershof.

46. Om exact te zijn: zij waren betrokken in 116 (32 procent) van de 362 geadverteerde verkopen van ondermeer boeken die tussen 1778 en 1795 binnen de Antwerpse stadsmuren georganiseerd werden.

47. Van de 61 bewaarde veilingcatalogi voor Antwerpse kunstveilingen vermelden slechts drie een organisator, allemaal gezworen roepers. Brusselse kunsthandelaars waren minder schuw om onder hun eigen naam te adverteren. Lyna, 'Somewhere between old and new'.

nieuwe zaal als het Oude Voetbogen- of Kolveniershof werd gehouden. Verschillende hypotheses kunnen naar voren worden geschoven, maar voor dit artikel lijkt er één uitermate waardevol: als de naam van de organisator afwezig was in promotioneel drukwerk gericht aan potentiële klanten, kan dit enkel betekenen dat andere karakteristieken vertrouwen inboezemden en reputatie onderstreepten. De producten zelf lijken die rol niet waar te maken: het aanbod van luxegoederen varieerde van verkoop tot verkoop en advertenties moesten zich door plaatsgebrek doorgaans beperken tot een droge en korte opsomming, zonder persuasief taalgebruik. Het enige constante element was de zaal waarin de veiling plaatsvond, vaak een van de nieuwere locaties. Dit suggereert dat de verkoopsruimte op zichzelf functioneerde als een soort kwaliteitsgarantie. De ruimtelijke beweging van luxe verkopen uit de oude stadskern naar de rand lijkt dus een ander soort reputatie te hebben voortgebracht, niet langer uitsluitend verbonden met de naam van de veilingmeester, maar ook aan die van de ruimte waarin de verkoopstransactie plaatsvond. Dit roept natuurlijk associaties op met laatachtttiende-eeuwse parallellen in Londen en Parijs, waar zowel Christie's en Sotheby's als de nieuwe veilingzalen van Paillet en Lebrun uitgroeiden tot echte merknamen.⁴⁸

De geboorte van de moderne veiling

Welke individuen de bakens ook verzet hebben op de veranderende tweedehandsmarkten in Antwerpen, de algemene conclusie is duidelijk: de geografische reallocatie en productmatige specialisatie brachten een nieuw type van openbare verkoop met zich mee. Samen met de verhuizing naar het Kolveniers- en het Oude Voetboghof in de jaren 1760 en 1770 kwamen andere commerciële praktijken in gebruik: stuk voor stuk propageerden zij een specifieke veilingcultuur, met de catalogus als belangrijkste instrument van de vernieuwing, zeker voor kunstverkopen. Vanaf de jaren 1760 vertoonden deze catalogi een markante ontwikkeling van eenvoudige informatieve lijsten naar uitgewerkte *ekphraseis* of kunstige beschrijvingen. Deze kleine boekjes excelleerden in het beschrijven van de kleur, de expressie, de compositie en de tekening van een schilderij, vaak met een poging tot toeschrijving aan een kunstenaar. De constructie van een dergelijk retorisch repertoire en de ontwikkeling van attributieve vaardigheden waren een voorafspiegeling van

48. C. Wall, 'The English auction: Narratives of dismantlings', *Eighteenth-Century Studies* 31 (1997) 1-25; C. Guichard, 'From social event to urban spectacle: Auctions in late eighteenth-century Paris', in: B. Blondé e.a. (eds.), *Fashioning old and new: Changing consumer patterns in Western Europe (1650-1900)* (ter perse).

de geboorte van de kunstgeschiedenis als wetenschappelijke discipline, bijna een eeuw later.⁴⁹

Naast de pure economische dimensie van de herverkoop van oude objecten ontwikkelden de Antwerpse kunstveilingen een cultureel tintje: in navolging van eerdere Franse en Hollandse voorbeelden begonnen de catalogi een aparte verkoopscultuur te verkondigen, met een eigen etiquette.⁵⁰ Het mercantiele taalgebruik van de Vrijdagmarkt werd verlaten voor een meer verheven discours met duidelijke aristocratische invloeden.⁵¹ Niet toevallig werden de Antwerpse catalogi in toenemende mate in het Frans opgesteld, dé *lingua franca* van het achttiende-eeuwse cultuurleven en distinctieve taal bij uitstek.⁵² Beleefdheid en eerlijkheid waren essentieel in de nieuwe commerciële communicatie: de auteurs van de kunstcatalogi wilden de lezers overtuigen van de aangeboden kwaliteit, maar ze deden dat nooit op een directe of opdringerige manier. Het beoordelen van de uitzonderlijke producten was het privilege van de klant, niet dat van de veilingmeester. Hoewel tijdgenoten de overdreven retoriek meermaals op de korrel namen, mag de centrale rol van dit discours in de vorming van een nieuwe veilingcultuur niet onderschat worden.⁵³ Vanuit dit perspectief kan het niet verbazen dat net het Kolveniershof, een culturele kweekvijver *par excellence* in laatachttiende-eeuws Antwerpen, zo sterk opkwam als verkoopsarena voor dit nieuwe veilingtype.

49. Over deze opmerkelijke evolutie, lees K. Pomian, 'Marchands, connaisseurs, curieux a Paris au xviii siecle', *Revue de l'art* 43 (1979) 23-36. Over de rol van de catalogus in de latere canonvorming, zie T. Von Stockhausen, 'Formen des Ordens: Auktionskataloge des 18. Jahrhunderts als Beginn der modernen Kunstgeschichte', in: M. Bertsch en J. Grave (eds.), *Räume der Kunst. Blicke auf Goethes Sammlungen* (Göttingen 2005) 89-101.


50. De Parijse kunsthandelaar Francois-Edme Gersaint (1694-1750) wordt beschouwd als de vader van de moderne veiling. Hijzelf zou zijn mosterd gehaald hebben bij Hollandse veilingen uit de eerste decennia van de achttiende eeuw. A. McClellan, 'Watteau's dealer: Gersaint and the marketing of art', *Art Bulletin* 78 (1996) 439-453; N. De Marchi en H. Van Miegroet, 'Transforming the Paris art market, 1718-1750', in: N. De Marchi en H. Van Miegroet (eds.), *Mapping markets for paintings in Europe and the New World, 1450-1750* (Turnhout 2006) 391-402.

51. Guichard ontdekte een vergelijkbare evolutie in Parijs tijdens de jaren 1770, alhoewel de rol van de pers hierbij aanzienlijk groter was dan in Antwerpen. Guichard, 'From social event'.

52. Voor de periode 1741-1758 waren 17 procent (1 van de 6) van de onderzochte Antwerpse catalogi in het Frans opgesteld, voor 1759-1776 46 procent (11 van de 24) en voor de laatste tijdvak 1777-1794 niet minder dan 79 procent (30 van de 38).

53. Een anonieme handelaar schreef achterin een Antwerpse catalogus uit 1752: "Cette vente n'était pas si belle que le catalogue l'annonçait" (Bibliothèque Nationale Parijs, Cabinet des Estampes, Pierre Snijers-verkoop, Antwerpen, 22/8/1752). In 1794 gaf een andere anonieme toeschouwer van een Brusselse veiling aan: "Men kan met kennisse wel sien aen de prijse [in de catalogus] wat voor dinge het waeren: al sleight ende als het noch iets van beteeken was, soo was het beschaedigt ofte uytgeweke, gebroken" (Bibliothèque Nationale Parijs, Cabinet des Estampes, Wouters-verkoop, Brussel, 1/4/1794).

CATALOGUE
 D'UN TRES-BEAU
CABINET
 DE
TABLEAUX
 CHOISIS,
 Des plus fameux Maîtres, tant des Pais-bas,
 que de l'Italie & autres,
 Tous bien conditionnés, & la plus-part
 en Quadres modernes & dorés,
 DELAISSE'S PAR FEU MONSIEUR
N. L. DE WAEL
 Ancien Echevin & Ancien Aumônier
 de cette Ville,
 Qui se vendront en Argent de Change le 9 de
May 1769., à la Sale des Arquebustiers
 chez le Sr. CAUDRON.



Ce Catalogue se distribue
 (moïennant deux liards pour les Pauvres)
 A ANVERS,
 Chez HUBERT BINCKEN Imprimeur-Libraire,
 rue dite Katte-vest, derriere les Peres Jesuites.

72 3.

Voorbeeld van een Antwerpse veilingcatalogus (Titelpagina van de De Wael-verkoop, Kolveniershof, 9 mei 1769).

De aanstormende kunst- en in mindere mate ook boekhandelaren wilden duidelijk *tabula rasa* maken met de traditionele verkoopscultuur en hadden hierbij een nieuw publiek voor ogen. Hun gecombineerde inspanningen verdragen veel over de verwachte clientèle: aparte verkopen van verzamelobjecten, met een voornaam karakter in semiculturele ontmoetingsruimten zouden vooral de betere verzamelaars en handelaren aantrekken, die luxeproducten wilden verhandelen op verfijnde wijze. Een eerste analyse van Antwerpse catalogi voor *high-end* kunstveilingen geeft aan dat de pogingen van de gespecialiseerde handelaren snelle resultaten opleverden. Het contrast met de laatzeventiende-eeuwse smeltkroes op de Vrijdagmarkt kon niet groter zijn, met het volledig verdwijnen van klanten als oudekleerkopers, straatventers en andere vertegenwoordigers van de stedelijke lagere en middenklasse. De beperkte kopersinformatie duidt op een eerder gelimiteerde kerngroep van welgestelde liefhebbers en handelaren, aangevuld met een toevallige buitenlandse verzamelaar. Het veilingstelsel als marktform en de opkomst van de gedrukte veilingcatalogus begeleidden dan ook de groeiende internationalisering van de kunsthandel. In de laatste decennia van de achttiende eeuw zouden Antwerpse veilingmeesters zelfs specifieke maatregelen treffen om de deelname van 'vreemdelingen' te vergemakkelijken en buitenlandse aankopen via lokale agenten te ondersteunen.⁵⁴

In de creatie van een nieuw veilingtype en hun zoektocht naar een ander publiek vertoont de ijver van de kunst- en boekhandelaren opvallende parallellen met de contemporaine ontspanningscultuur van de Antwerpse *high society*. De drijvende kracht achter deze transformaties was de groeiende behoefte van de lokale elite om zich te onderscheiden van de lagere sociale strata, niet enkel in socio-economische, maar evenzeer in geografische termen. In de late zeventiende eeuw, maar vooral tijdens de achttiende eeuw, zochten de Antwerpse welgestelden in toenemende mate naar ruimtelijke segregatie in hun dagelijkse leven en hun ontspanningscultuur: zo verlieten ze het oude stadscentrum om weelderige herenhuizen aan de stadsrand te betrekken, lieten ze de drukke marktpleinen achter zich om te winkelen in intieme boetieks en keerden ze hun rug naar het volkse vermaak op de Grote Markt om te genieten van het Franse theater in het Tapissierspand. Deze zoektocht naar distinctie had een sterk ruimtelijk karakter, weg van de oude

54. De volgende Antwerpse catalogi kondigden maatregelen aan om 'étrangers' aan te trekken: de Delvigne-verkoop, (24/7/1780), Knijff-verkoop (18/7/1785), Proli-verkoop (18/7/1785), M.J.F. Beschey-verkoop (21/8/1787) en een anonieme verkoop (30/8/1788). Deze catalogi zijn allemaal terug te vinden in de bibliotheek van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen en de Erfgoedbibliotheek Antwerpen. Wat betreft het kopen op afstand en het gebruik van lokale agenten: "Du moins qu'ils daigneront y envoyer leurs Commissionnaires afin d'y effectuer leurs ordres" (EA, Anonieme verkoop, Antwerpen, 30/8/1788) en "les Amateurs qui ne pourront se trouver en personne à cette vente" (KMSKB, Bruxelles 63, Anonieme verkoop, Brussel, 11/11/1793).

kernstad naar de invalswegen en de periferie.⁵⁵ De nieuwe veilingmeesters propageerden dezelfde idee van differentiatie door het overhevelen van de handel in luxueuze tweedehands objecten van de traditionele Vrijdagmarkt naar het Kolveniers- of Oude Voetboghof en, belangrijker nog, door de verkopen tezelfdertijd om te vormen van een louter geldelijke transactie tot een waardig cultureel evenement op Franse leest geschoeid. Hun aanpak bleek uitermate succesvol. Een kleine groep van verzamelaars voelde zich aangesproken door het verheven taalgebruik en de aristocratische sfeer van een plek waar ze van gedachten konden wisselen en luxeproducten verhandelen met verwante geesten. Hoewel officiële restricties de deelname aan deze veilingen niet beletten, waren er talrijke informele drempels om toevallige passanten ervan te weerhouden om mee te bieden.⁵⁶ In tegenstelling tot de publieke uitroepen op de Vrijdagmarkt hadden deze nieuwe veilingen dus een eerder privaat karakter. En ook al was hun invloed op de veranderende Antwerpse maatschappij na 1750 op zich eerder beperkt, de toenemende informatiestromen en transportrevoluties verzekerden een constante toevoer van nieuwsgierige consumenten uit nabije en minder nabije steden. Ontstaan uit gemarginaliseerde tweedehands markten, zag de moderne internationale veiling het daglicht.

Over der auteur

Dries Lyna (1983) studeerde Geschiedenis aan de Universiteit Antwerpen, waar hij in 2005 werkzaam was als wetenschappelijk medewerker aan het Departement Geschiedenis. Sinds oktober 2006 is hij als Aspirant van het Fonds voor Wetenschappelijk Onderzoek verbonden aan het Centrum voor Stadsgeschiedenis (Universiteit Antwerpen). Daar bereidt hij momenteel een doctoraat voor over *Kunstveilingen op het snijpunt van cultuur en economie. Schilderijenconsumptie en -distributie in Antwerpen en Brussel tijdens de achttiende eeuw*.

E-mail: dries.lyna@ua.ac.be

55. B. Blondé, Cultural transfers in European cities. The social importance of changing consumption patterns, urban manners and the use of space in Antwerp, 16th-18th centuries (paper European Science Foundation, Gent, 10 en 11 mei 2001); Blondé, 'Indicatoren', 510.

56. Voor de eerste decennia van de 19e eeuw zijn er indicaties dat de toegang tot Antwerpse kunstveilingen beperkt was (entreegelden voor kijkdagen en de veiling of aangekochte catalogi als toegangsbewijs).