Handelsblatt
WOCHENENDE 30. MAI BIS 1. JUNI 2014, NR. 103

Wann platzt die Blase auf dem K

Großer Reichtum, geschickte Reklame, Herdentrieb und Autosuggestion treiben die Preise im Spitzensegment zeitgenössischer Arbeiten in astronomische Höhen. Doch wie lange kann der Hype noch gutgehen? Ein Blick hinter die Kulissen der Marktmechanismen.

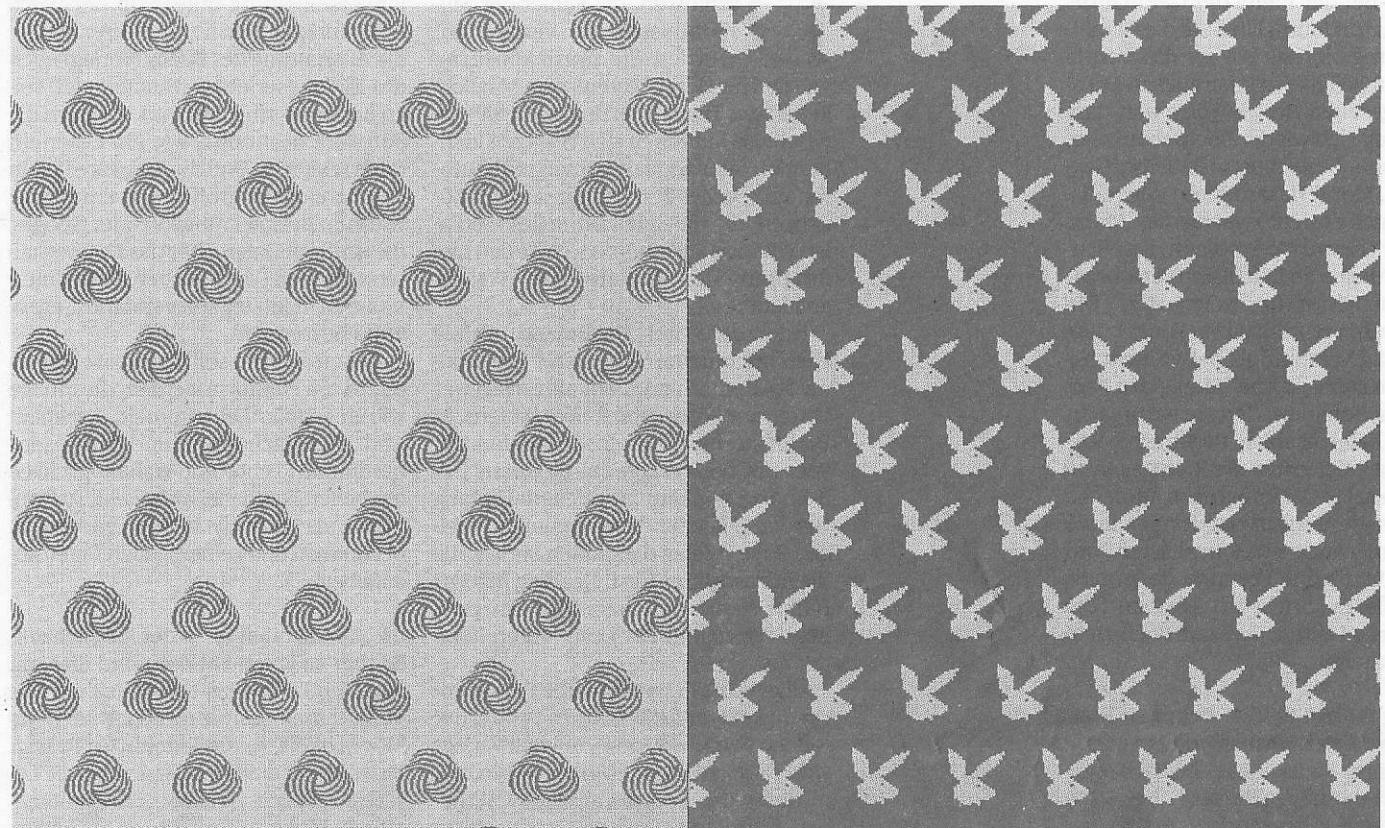


Bild-Kunst / Sotheby's 2014

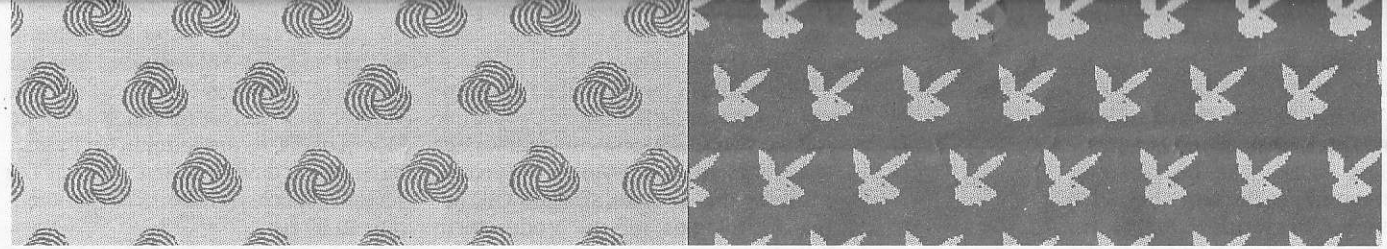
Wenn ein Prozent der Reichsten die Hälfte des Weltvermögens besitzt, wer vermöchte zu sagen, wo die Preisblase endet?

Aber jeder kann sehen, dass der Kunstmarkt nicht nur teurer wird, sondern auch immer schneller läuft. Da sind nicht nur Sammler am Werk, die geliebte Schätze in Privatmuseen hüten, sondern Spekulanten, die dem Fieber des Kaufens und Verkaufens erlegen sind. Diese „Flippers" würden die Kunst am liebsten mit Gewinn verkaufen, bevor sie bezahlt ist. Sie sehen die Branche nicht als abgehobene Variante des Luxuswarenmarktes, sondern wie eine Spielerbörse.

Neuerdings haben diese Kunst-Hochfrequenzhändler sogar ihre eigene Webseite: Artrank.com sortiert Künstlernamen übersichtlich nach „jetzt kaufen", „früher Blue Chip" (wenn die Preise richtig losgehen), „verkaufen" (wenn angeblich das Preishoch erreicht ist) und „liquidieren" (wenn der Trend wieder abwärts geht). Die Bewertungen werden mit geheimen Formeln aus „qualitativ gewichteten Messdaten" erstellt - Nennungen in sozialen Medien, Internetverlinkungen, bei Händlern und Museumspräsentation. Artrank ist die mathematische Aufbereitung des Klatsches, der den Markt treibt.

Denn ohne historische Bewährung, ohne unbestechliche, gesellschaftlich verankerte Geschmackskriterien gibt es für die neueste Kunst keine rationalere Wertmarkierung als die Bewunderung der Insider, das Kaufverhalten der anderen, Hype, Klatsch und Herdentrieb.

„Alles ist Psychologie. Im Kunstmarkt



VG Bild-Kunst / Sotheby's 2014

Wollsiegel und Bunny: Rosemarie Trockels unbetiteltes Strickbild kostete im Mai 4,7 Millionen Dollar. Erst im Oktober hatte die Künstlerin die Millionenschwelle genommen.

Denn ohne historische Bewährung, ohne unbestechliche, gesellschaftlich verankerte Geschmackskriterien gibt es für die neueste Kunst keine rationalere Wertmarkierung als die Bewunderung der Insider, das Kaufverhalten der anderen, Hype, Klatsch und Herdentrieb.

„Alles ist Psychologie. Im Kunstmarkt wie an der Börse", sagt Arno Verkade,

Matthias Thibaut
London

Hinter den ewig schönen Werken in Museen und Sammlungen, hinter der Geschichte der Kunst, schlummert, vergessen in Archiven, die Geschichte ihrer Preise; eine Geschichte, die statt von ökonomischer Vernunft von Überschwang geschrieben wurde, von Unvernunft und Besitzgier - und von einer simplen Wahrheit: Für die unersetzbaren Originale gibt es keine quantifizierbaren Preiskriterien. Ein Kunstwerk ist wert, was jemand im Moment seiner Weitergabe dafür zu zahlen bereit ist.

Gerade deshalb fasziniert diese verborgene Geldgeschichte der Kunst uns so sehr, eine Abfolge von Geldverlust und Nepperei, verrückten Preisen, die bewundert, „gehypt" - und dann vergessen werden. Vergessen sind die 25 000 Scudi, mit denen August III. Raffaels „Sixtinische Madonna" nach Dresden holte - ein irrsinniger Preis, der Sachsens Kurfürsten zum Klatsch von Europas Fürstenhöfen machte.

Heute ist der Kunstmarkt wieder Partythema: Geldaristokraten, Hedgefonds-Gründer und chinesische Superunternehmer bezahlen für zeitgenössische Kunst so exorbitante Preise wie amerikanische Eisenbahnmilliardäre einst für fadenscheinige Tapisserien des 17. Jahrhunderts, mit denen sie sich wie kleine Sonnenkönige einrichteten. Entsprechend wächst die Angst davor, dass die große Spekulationsblase platzen könnte. Aber ist diese Angst auch gerechtfertigt?

Mitte Mai bezahlte eine chinesische Restaurantketten-Besitzerin namens Zhang Lan bei Christie's in New York für ein Selbstporträt Martin Kippenbergers nach dem Fotovorbild von Picasso in Unterhosen 19 Millionen Dollar. Das war dreimal so viel wie Kippenbergers erst ein paar Monate zuvor erzielter Rekordpreis.

Dieser Auktionskauf war Teil einer der verrücktesten Wochen in der Geschichte des Kunstmarkts. In wenigen Tagen wurde in New York zeitgenössische Kunst für insgesamt 1,5 Milliarden Dollar verkauft - 18 Lose über 20 Millionen Dollar. Ein Gerhard-Richter-Gemälde, das vor 18 Monaten noch 17,4 Millionen Dollar kostete, wurde nun für 29,3 Millionen weitergereicht - 70 Prozent in 18 Monaten. Ein zweiteiliges Strickbild der deutschen Künstlerin Rosemarie Trockel brachte 4,7 Millionen Dollar. Dabei hatte Trockel erst im Oktober in London zum ersten Mal die Millionengrenze übersprungen.

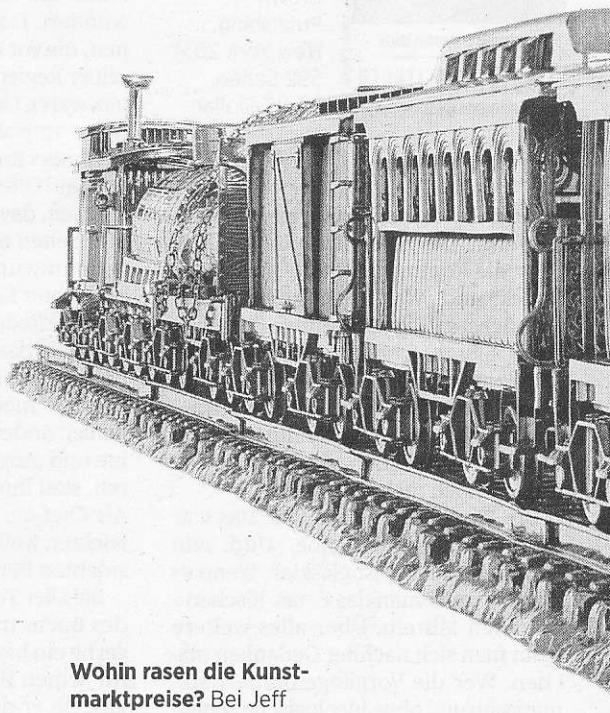
Extreme Sprünge heizen die Debatte an über die Kunstpreisblase, die angeblich demnächst platzt. Neu ist sie nicht. Sie wurde schon 1987 geführt, als ein Australier 53 Millionen Dollar für einen van Gogh bezahlte; 2004, als ein Picasso als erstes Gemälde die 100-Millionen-Dollar-Hürde schaffte; 2007, als Andy Warhols grausiger „Green Car Crash" mit 72 Millionen Dollar einen Rekord für Nachkriegskunst brachte - kurz bevor der Markt tatsächlich crashte. Aber es war nur eine Atempause.

Denn klar ist, was diesen Markt antreibt: Kunst ist mobil, sie wird mit den großen Geldströmen der Geschichte in Superzyklen bewegt.

Italienische Renaissance-Banker verbreiteten Kunst in Italien, dann schleppten sie englische Aristokraten nach England. Als die liquiditätsarmen noblen Grundbesitzer von Industriellen und Handelsbaronen mit dicken Scheckbüchern als Käufer abgelöst wurden, ging es erst richtig los.

Europas Kunst wurde nach Amerika verfrachtet. Dann mischten sich nach 70-jähriger Zwangsabstinenz Russen mit ihren vagabundierenden Oligarchengeldern ein und nun, wo die Chinesen bald so viele Milliardäre haben wie der Rest der Welt zusammen, haben wir einen globalen Kunstmarkt mit einer Liquidität, wie es sie noch nie in der Geschichte gab.

> Der Auktionsmarkt ist auf Absprachen und Betrug gebaut, um die Preise hochzutreiben. Das initiiert einen Massenwahn, und die Raserei nährt sich selbst.
>
> **Graham Arader**
> Antiquar und Blogger



Wohin rasen die Kunstmarktpreise? Bei Jeff Koons halten sie sich weit oben. 34 Millionen Dollar hat „Jim Beam J. B. Turner Train" gebracht.

unstmarkt?

Christie's-Deutschlandchef. „Jeder folgt dem anderen, wir sind alle nur Menschen. In einem globalen Markt müssen Sie als Versteigerer das Vertrauen solcher High-End-Sammler gewinnen. Solche Eliten wird es immer geben. Kunst folgt dem Geld."

Der aufschlussreichste Beitrag zur „Bubble"-Diskussion nach der New Yorker Auktionswoche lieferte Christie's-Chef Steve Murphy. Ausgerechnet der Amerikaner, der das Londoner Auktionshaus an die Spitze der Branche steuerte, mahnte: „Die gegenwärtige Kommentierung des Kunstmarkts ignoriert, dass er in Wahrheit vom Kunstwerk angetrieben wird."

Wenn die Spitzensammler Schlange stünden, gehe es nicht „um das Versprechen finanziellen Gewinns", sondern die Begeisterung von immer mehr Menschen für die Kunst. Das enorme Wachstum im globalen Publikum der Kunst „macht die wenigen, individuellen, wahren Meisterwerke wertvoller denn je".

Natürlich legte die Pressestelle, als sie diesen Kommentar verbreitete, wieder jene Preislisten bei, mit denen die Auktionshäuser seit Jahren die Euphorie über immer neue Rekordpreise schüren. Ausgerechnet Murphy will jetzt diesen Jubeldiskurs korrigiert sehen?

Steve Murphy hält, was viele bereits als Kunstpreisblase beschreiben, für einen „außergewöhnlichen kulturellen Moment". Wenn die unzertrennlichen Brüder, die gute Kunst und das böse Geld, sich schon gegenseitig nach oben treiben, sollen wir wenigstens etwas vornehmer sein und mehr von der Kunst reden.

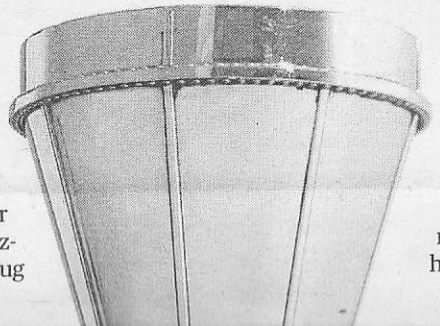
Auch dass sich Kunsthändler von Investitionsspekulationen im Kunstmarkt distanzieren, ist nicht neu. Die Geschäftsphilosophie des Markts lautet: Man kauft aus Leidenschaft und Freude. Wenn finanziell etwas herauskommt, umso besser. Noch nie hörte man von einem Auktionsexperten, der einem Kunden einen sicheren Geldgewinn in die Hand versprochen hätte.

Aber warum hielt Murphy seine „Richtigstellung" unmittelbar nach der New Yorker Rekordauktion für nötig? Wird auch ihm bei diesen astronomischen Preisen mulmig?

Der Christie's-Chef wird am besten wissen, wie fragil der Spitzenmarkt ist. Offenkundig ist, dass er immer mehr abgesichert werden muss. Nie hatten so viele Kunstwerke „Preisgarantien"; in Christie's Abendauktion war es über die Hälfte der 72 Lose.

Solche „Garantien" mehrten sich schon in der letzten heißen Hochpreisphase im Jahr 2007. Sie verhindern Auktionsflops, die das Vertrauen des Markts unweigerlich erschüttern würden. In den Markt wird ein Boden eingezogen. Die Preise können nur nach oben, über den vereinbarten Garantiepreis hinaus, aber nie darunter gehen.

Aber die Auktion, die eigentlich eine nach oben und unten offene Preisfindung im Moment des Hammerschlags sein soll, wird zu einer von langer Hand eingefädelten Finanztransaktionen, deren Vollzug nur noch als Auktionstheater zur Schau gestellt wird.



Mit diesem Geld-Entertainment, mit den Preislisten, den Klatschberichten, der Zurschaustellung des globalen Kunstfiebers schaffen Auktionen erst das Vertrauen, das die Preise stützt und antreibt. Insofern sind Auktionen heute autosuggestive Gruppensitzungen der Marktteilnehmer.

Von Transparenz kann - oder muss angesichts der schlechten Regulierung des Gewerbes - keine Rede sein. Auktionshäuser achten peinlich genau darauf, dass nur „rising stars" und sichere „blue chips" in der öffentlichen Arena der Prestigeauktionen antreten dürfen.

Und niemand hindert die Bruderschaft der Flipper, „Consultants" und Händler daran, ihrerseits den Preisen ihrer Waren durch Stützgebote oder Scheingefechte Sicherungsnetze einzuziehen. Seit Frau Zhangs teurem Kauf sind alle Kippenbergers etwas wertvoller geworden.

Händler im zurückbleibenden Gebiet der Alten Kunst sehen diesen Hochpreismarkt für Contemporary Art voller Misstrauen. Einer der wenigen, die damit öffentlich herausrückten, war der New Yorker Antiquar Graham Arader. In einem Blog schrieb er jüngst unverblümt von einem Markt, der „auf Absprachen und Betrug gebaut ist, um die Preise bei öffentlichen Auktionen in New York und London hochzutreiben. Nach diesem Initialfunken übernimmt der Massenwahn, und die Raserei nährt sich selbst".

Bedeutet dies, dass der ganze Kunstmarkt eine Blase ist, die demnächst platzt? Einiges spricht dagegen. Erstens geht es nur um den kleinen Bereich modischer Contemporary Art. Dahinter stehen viele andere Teilmärkte, an denen es, wie bei Altmeistern, mehr und mehr auch Moderne und Impressionisten, gemächlicher zugeht. Alle teilen sich in einen jeweils winzigen Spitzenmarkt und den großen Rest.

Was die 141 Spitzensammler tun, die im Adressbuch von Christie's-Spezialist Brett Gorvy stehen, weil sie die einzigen in der Welt sind, die sich ein Bild über 50 Millionen Dollar leisten können oder wollen, hat mit der Realwirtschaft wenig zu tun. Sie kaufen mit ihrem Taschengeld, ihre Motive sind, anders als bei den Spekulanten, diffus. Niemand kauft Kunst, ohne ans Geld zu denken, aber nur die „Flippers" denken ausschließlich daran.

Wer weiß, was Frau Zhang Lan an dem bierbäuchigen Maler in Unterhose fasziniert. Vielleicht glaubt sie, dass der Erwerb sich als Schnäppchen herausstellt, wie das Francis-Bacon-Triptychon, das 2001 für 4,5 Millionen Dollar gekauft und nun für 80 Millionen Dollar weiterverkauft wurde. Vielleicht rechnet sie mit dem Kollaps der chinesischen Wirtschaft und will Geld in Westkunst in Sicherheit bringen; vielleicht ist der Anschluss an die neue, globale Sammlerelite ein unverzichtbares Statussymbol für sie als chinesische Erfolgsunternehmerin. Und warum sollte sie nicht wirklich ein leidenschaftlicher Fan von Kippenbergers bitter-kritischen Reflexionen auf die Posi-

gerechnet Murphy will jetzt diesen Jubeldiskurs korrigiert sehen?

Steve Murphy hält, was viele bereits als Kunstpreisblase beschreiben, für einen „außergewöhnlichen kulturellen Moment". Wenn die unzertrennlichen Brüder, die gute Kunst und das böse Geld, sich schon gegenseitig nach oben treiben, sollen wir wenigstens etwas vorneh-

aber nie darunter gehen.

Aber die Auktion, die eigentlich eine nach oben und unten offene Preisfindung im Moment des Hammerschlags sein soll, wird zu einer von langer Hand eingefädelten Finanztransaktionen, deren Vollzug

herausrückten, war der New Yorker Antiquar Graham Arader. In einem Blog schrieb er jüngst unverblümt von einem Markt, der „auf Absprachen und Betrug gebaut ist, um die Preise bei öffentlichen Auktionen in New York und London hochzutreiben. Nach diesem Initi-

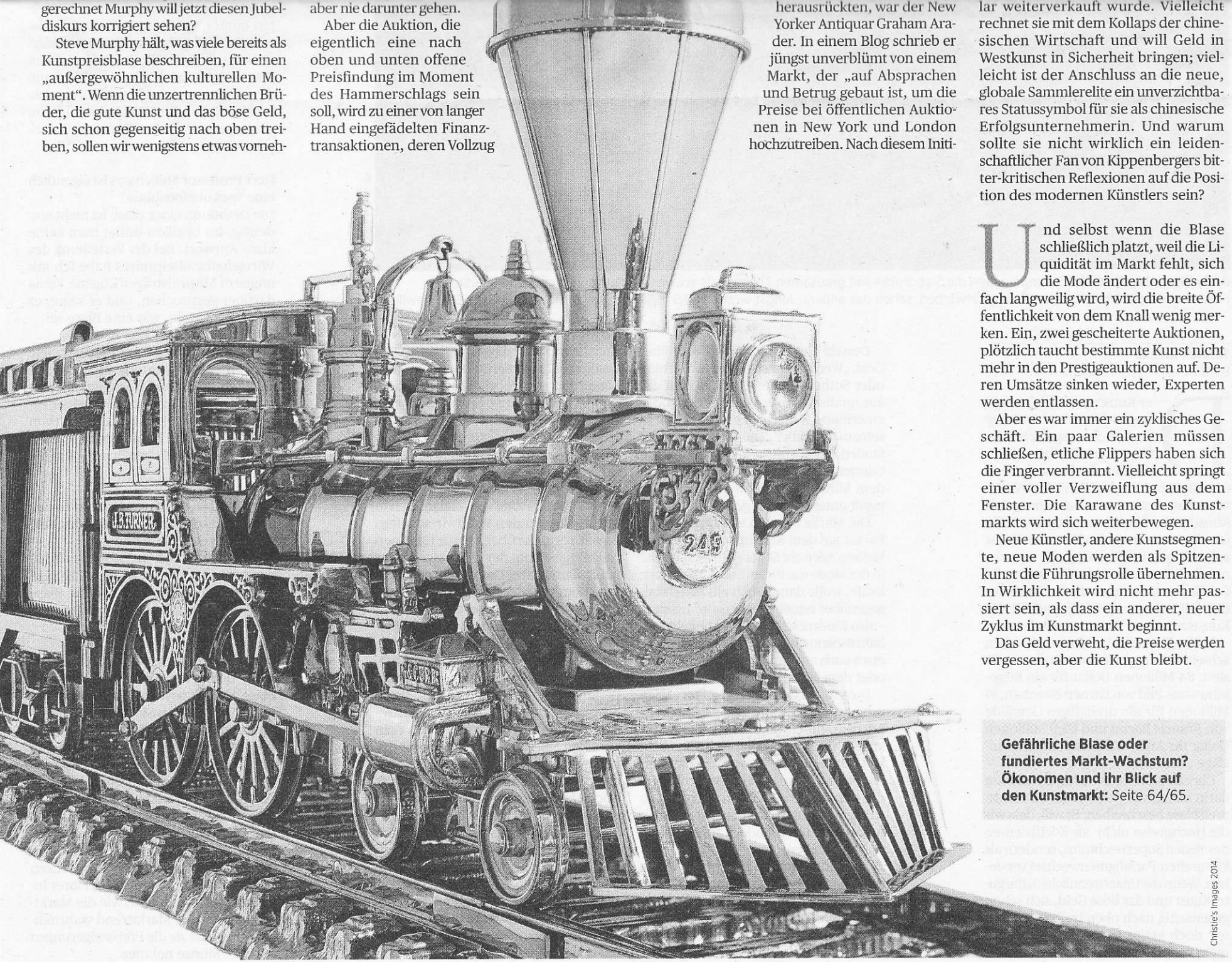
lar weiterverkauft wurde. Vielleicht rechnet sie mit dem Kollaps der chinesischen Wirtschaft und will Geld in Westkunst in Sicherheit bringen; vielleicht ist der Anschluss an die neue, globale Sammlerelite ein unverzichtbares Statussymbol für sie als chinesische Erfolgsunternehmerin. Und warum sollte sie nicht wirklich ein leidenschaftlicher Fan von Kippenbergers bitter-kritischen Reflexionen auf die Position des modernen Künstlers sein?

Und selbst wenn die Blase schließlich platzt, weil die Liquidität im Markt fehlt, sich die Mode ändert oder es einfach langweilig wird, wird die breite Öffentlichkeit von dem Knall wenig merken. Ein, zwei gescheiterte Auktionen, plötzlich taucht bestimmte Kunst nicht mehr in den Prestigeauktionen auf. Deren Umsätze sinken wieder, Experten werden entlassen.

Aber es war immer ein zyklisches Geschäft. Ein paar Galerien müssen schließen, etliche Flippers haben sich die Finger verbrannt. Vielleicht springt einer voller Verzweiflung aus dem Fenster. Die Karawane des Kunstmarkts wird sich weiterbewegen.

Neue Künstler, andere Kunstsegmente, neue Moden werden als Spitzenkunst die Führungsrolle übernehmen. In Wirklichkeit wird nicht mehr passiert sein, als dass ein anderer, neuer Zyklus im Kunstmarkt beginnt.

Das Geld verweht, die Preise werden vergessen, aber die Kunst bleibt.



Christie's Images 2014

Gefährliche Blase oder fundiertes Markt-Wachstum? Ökonomen und ihr Blick auf den Kunstmarkt: Seite 64/65.

Torsten Riecke
Berlin

Der Kunstmarkt gehörte bislang nicht zu den bevorzugten Forschungsgebieten der Ökonomen. Erscheint ihnen die Welt der Kunst doch zu unbedeutend für das Wohl einer Volkswirtschaft. Andererseits betrachten viele Künstler die Ökonomen als Erbsenzähler, die versuchen, den Wert der Kunst auf Angebot und Nachfrage zu reduzieren. Geändert hat sich das erst, seit so viel Geld in den Kunstmarkt fließt, dass er für die Volkswirte zu wichtig und für die Kunstszene zum Thema geworden ist.

In New York wurden vor zwei Wochen schwindelerregend hohe Preise realisiert: 84 Millionen Dollar für ein beigeschwarzes Bild von Barnett Newman, 81 Millionen für ein dreiteiliges Gemälde von Francis Bacon und 62,9 Millionen Dollar für Andy Warhols politische Anklage „Race Riot".

Christie's-Chef Steve Murphy erkennt darin nicht, was viele bereits als Kunstpreisblase beschreiben. Er will, dass wir die Hochpreise nicht als Koeffizienten des neuen Superreichtums, sondern als kulturellen Paradigmenwechsel verstehen. Wenn die Unzertrennlichen, die gute Kunst und das böse Geld, sich schon gegenseitig nach oben treiben, sollten wir doch etwas vornehmer sein und mehr von der Kunst reden, fordert er.

Donald Thompson redet lieber über Geld. „Werden Kunstwerke bei Christie's oder Sotheby's versteigert, erhöht das automatisch ihren Wert", erklärt der emeritierte Wirtschaftsprofessor, der in seinem Bestseller „The 12 Million Dollar Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art" den Kunstmarkt mit dem kühlen Blick ökonomischer Vernunft unter die Lupe genommen hat.

Die Marke sei zum entscheidenden Faktor auf dem Kunstmarkt geworden. Marken seien ein Statussymbol, das gelte in der Mode wie in der Kunst. Wer Kunst kaufe, wolle damit auch ein Statement gegenüber seiner „peer group" machen - also Eindruck schinden. Ähnliche verhaltensökonomische Erklärungen gibt es etwa auch auf den Immobilienmärkten oder dem Markt für Jachten.

Dass so viel Geld in Luxusgüter - dazu gehören auch Kunstwerke - fließt, hat viel mit der Geldschwemme seit der Finanzkrise 2008 zu tun. Die großen Notenbanken haben enorme Liquidität in die internationalen Finanzmärkte gepumpt, um die taumelnden Volkswirtschaften zu stützen. Dadurch sind die Zinsen in den meisten Industrieländern auf neue Tiefpunkte gefallen.

Zwar erlitt auch der Kunstmarkt durch die Finanzkrise einen Dämpfer. Er hat sich aber schneller erholt als andere Märkte und nach Angaben von Thompson bereits 90 Prozent seines Vorkrisenniveaus wieder erreicht. „Der globale Kunstmarkt wird davon getrieben, dass bestimmte Leute viel Geld zur Verfügung haben und nach Möglichkeiten suchen, es anzulegen", sagte Suzanne Gyorgy, Chefin der Kunstberatung bei der amerikanischen Großbank Citigroup. Wer in Kunst investiere, wolle zudem sein Geld in einem „sicheren Hafen" gegen Inflation und andere Bedrohungen schützen. Die wachsende Zahl von Milliardären in den aufstrebenden Volkswirtschaften Asiens sorgt darüber hinaus für einen Nachfrageschub, der die Preise weiter nach oben treibt. Das wiederum lockt Kunstfonds großer Banken oder Hedgefonds an. Ein klassischer Herdentrieb.

Profitiert davon haben vor allem Werke zeitgenössischer Künstler, die es geschafft haben, eine eigene Marke zu kreieren und Berühmtheit genießen. In anderen Segmenten stagnierte der Markt oder war sogar leicht rückläufig. „Astronomische Preise werden nur von dem obersten Segment, einem Prozent der Künstler, erzielt", sagt Thompson. „Bei den nächsten zehn Prozent gibt es zwar noch einen spürbaren Zuwachs, aber der Rest des Kunstmarkts hat es schwer."

Ein erster Stresstest könnte dem Kunstmarkt nächstes Jahr bevorstehen, wenn die amerikanische Notenbank wie angekündigt die Zinswende einläutet. Wenn dann andere Anlagen wieder attraktiver werden, könnte sich zeigen, ob es es auf dem Kunstmarkt mehr Liebhaber oder Renditejäger gibt.