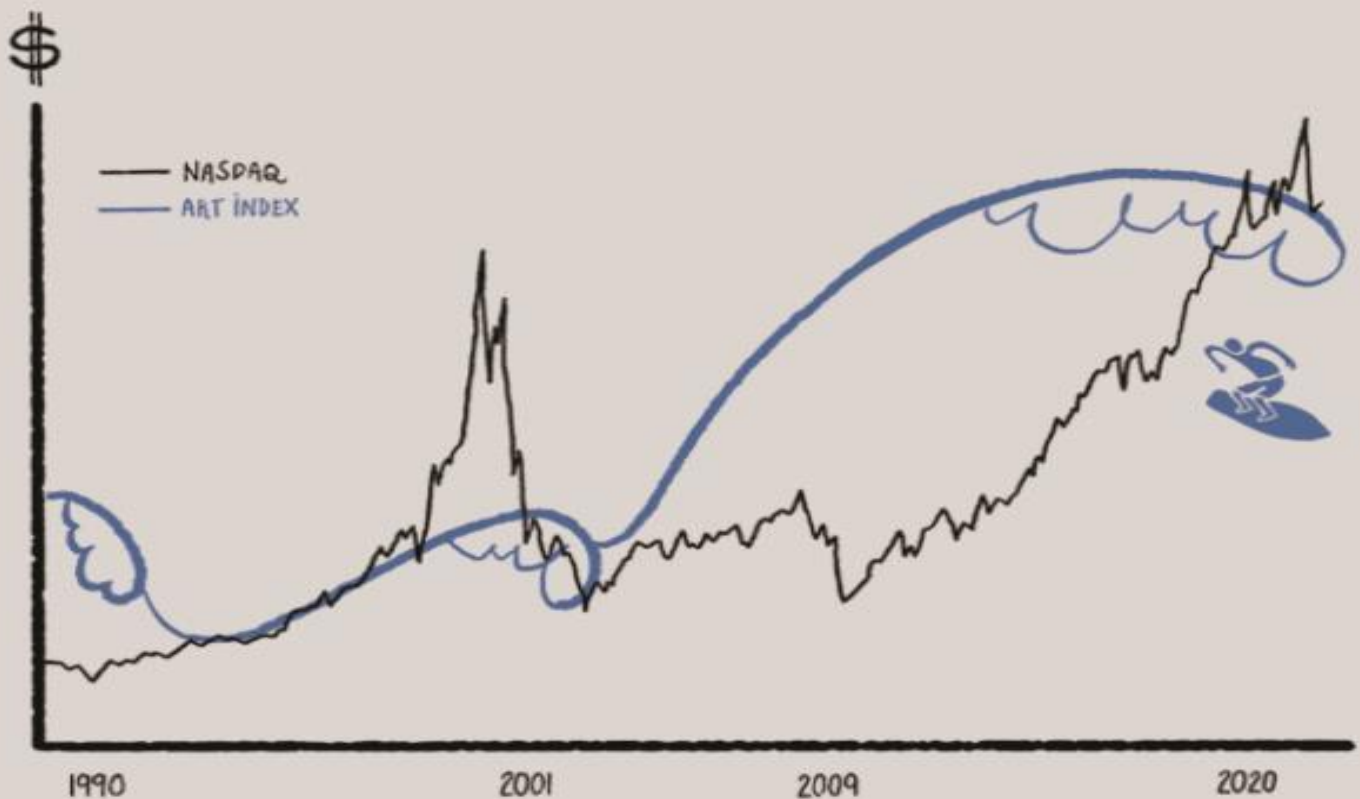
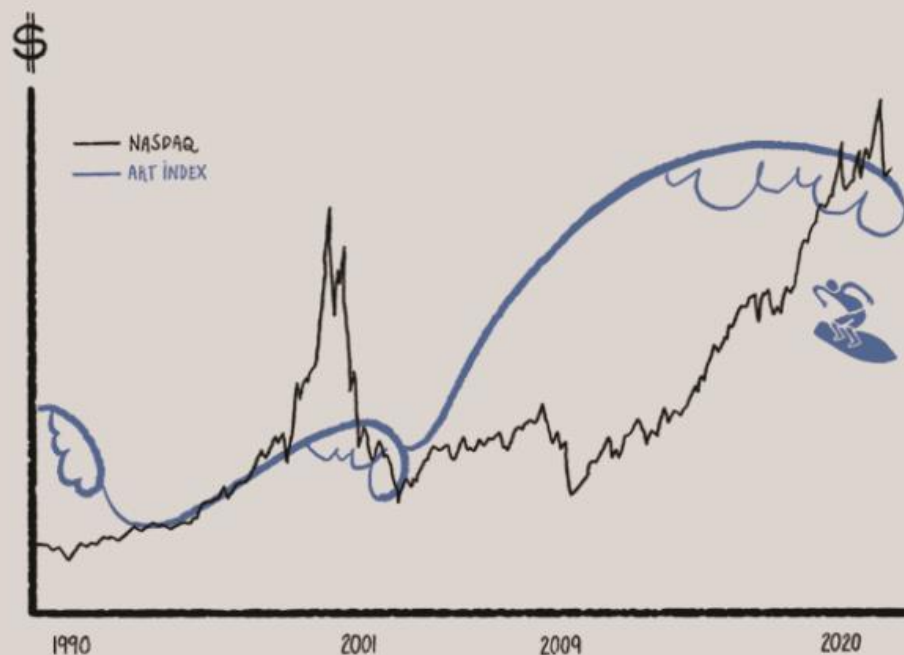


# Was ist diesmal anders? Wirtschaftskrisen und die neuen Kunstmärkte Dirk Boll



# Was ist diesmal anders? Wirtschaftskrisen und die neuen Kunstmärkte

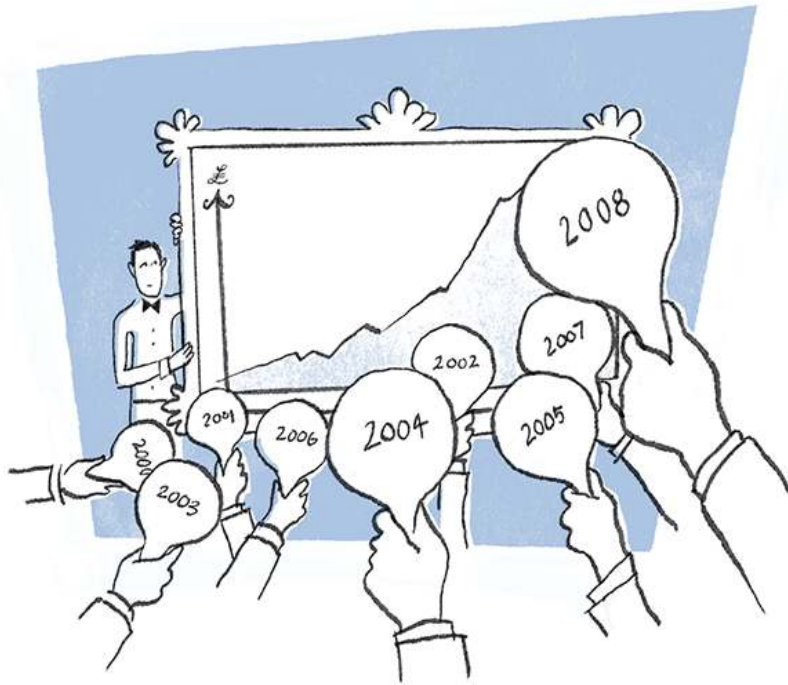
Dirk Boll



HATJE  
CANTZ



Was ist diesmal anders?



# **Was ist diesmal anders?**

Wirtschaftskrisen und die neuen  
Kunstmärkte 1990 2001 2009  
2020

Dirk Boll

**HATJE  
CANTZ**

Impressum

Lektorat  
Richard Viktor Hagemann

Grafische Gestaltung  
Neil Holt

Illustrationen  
Kathrin Jacobsen

Schrift  
Arnhem

Produktion  
Vinzenz Geppert

© 2021 Hatje Cantz Verlag, Berlin, und der Autor  
© 2021 für die Illustrationen: Kathrin Jacobsen

Erschienen im  
Hatje Cantz Verlag GmbH  
Mommsenstraße 27  
10629 Berlin  
[www.hatjecantz.de](http://www.hatjecantz.de)  
Ein Unternehmen der Ganske Verlagsgruppe

ISBN 978-3-7757-4811-7 (Print)  
ISBN 978-3-7757-4812-4 (eBook)  
ISBN 978-3-7757-4905-3 (PDF)

Diese Publikation ist Amelie von Wedel gewidmet, die mir während des Lockdowns ihr Londoner Arbeitszimmer und ihre Handbibliothek zur Verfügung gestellt hat.

Mein Dank gilt  
Edmund Bernard  
Richard Viktor Hagemann  
Astrid Mascher  
Maxi Siegrist  
Stephanie Tasch  
Nicola von Velsen und dem Hatje Cantz Team  
sowie Alexander Farenholtz für Inspiration und Korrektur

Für externe Links können wir keine Haftung übernehmen.  
Die Inhalte der verlinkten Seiten sind ausschließlich von deren Betreiber zu verantworten.



# Inhalt

## **1. Die regionale Ökonomiekrise: Vorböten der Asienkrise und der Markteinbruch im Sommer 1990**

- [1.1 Neue Nachfragegruppen](#)
- [1.2 Investieren in Kunst](#)
- [1.3 Die Japanmode regiert die Kunstmärkte](#)
- [1.4 Fazit](#)

## **2. Die digitale Industriekrise: Das Platzen der Internetblase und die Marktabschwächung 2000/2001**

- [2.1 Digitale Träume: Auktionen im Internet](#)
- [2.2 Facetten einer Krise](#)
- [2.3 Mühevoller Neubeginn](#)
- [2.4 Fazit](#)

## **3. Die globale Finanzkrise: Größenwahn und Kater im Winter 2008/2009**

- [3.1 Immer höher und weiter](#)
- [3.2 Die globale Finanzkrise / 3.2.1 Das vorläufige Ende der Garantien / 3.2.2 Eine Jahrhundertauktion in Paris /](#)
- [3.3 Wiederaufstieg](#)
- [3.4 Fazit](#)

## **4. Die Gesundheits- und Gesellschaftskrise: Corona verändert die Welt in 2020**

- [4.1 Die Krise erreicht alle Winkel der Welt - und die Kunstmärkte](#)
- [4.2 Der »alte« Kunstmarkt / 4.2.1 Ausgabenexplosion und Kostenkontrolle / 4.2.2 Finanzielle Dienstleistungen als »slow disruptors« / 4.2.3 Kunstberatung / 4.2.4 Vorschusszahlungen und Kunstkredite /](#)
- [4.3 Die Kunstwelt im Lockdown / 4.3.1 Galerien / 4.3.2 Messeunternehmen / 4.3.3 Auktionshäuser 4.3.4 Hybride Formate / 4.3.5 Dezentralisierung / 4.3.6 Die Unterstützung der Gemeinschaft](#)
- [4.4 Die Mediatisierung der Kunstwelt / 4.4.1 Online Viewing Rooms / 4.4.2 Online-Messen / 4.4.3 Online-only-Auktionen / 4.4.4 Transparenz](#)
- [4.5 Nach der Wiedereröffnung: Alles bleibt anders / 4.5.1 Regionalisierte Erholung / 4.5.2 Staatliche Hilfen](#)
- [4.6 Fazit](#)

## **5. Die neuen Kunstmärkte der Zwanziger Jahre: Schöne neue digitale Welt**

### 5.1 Gesundheit

5.2 Corona als Katalysator / 5.2.1 Homeoffice / 5.2.2 Rückkehr zum Konsum / 5.2.3 Kunstmarktökonomie und Geschmack

### 5.3 Regionalisierung und Dezentralisierung

5.4 Wird Hongkong das neue New York? / 5.4.1 Politische Rahmenbedingungen / 5.4.2 Wirtschaftliche Realitäten / 5.4.3 Ausblick

5.5 Museen und Kunstmarkt / 5.5.1 Weniger Besucher, weniger Geld / 5.5.2 Nur mehr mediale Institutionen / 5.5.3 Die Krise der Kunstkritik verstärkt die Bedeutung der Museen im Kanonisierungsprozess / 5.5.4 Auch die Museen Europas werden Bestand verkaufen / 5.5.5 Der Wertanstieg stellt die Frage nach der Erlösbeteiligung des Systems

5.6 Ethik / 5.6.1 Rassismus / 5.6.2 Gleichberechtigung, Diversität und Inklusion / 5.6.3 Kolonialismus ist out, ebenso Postkolonialismus 5.6.3.1 Die andere Kunstgeschichte / 5.6.3.2 Die Frage nach dem richtigen Ort / 5.6.4 Der Kohlenfußabdruck / 5.6.4.1 Umweltbewusstsein Prä-Corona / 5.6.4.2 Corona und Nachhaltigkeit / 5.6.4.3 Warum Braun das neue Schwarz ist / 5.6.5 Risiken der Institutionen / 5.6.6 Reformmaßnahmen für Kunstmarktunternehmen

5.7 Schöne neue digitale Welt / 5.7.1 Sichtbarkeit im digitalen Raum 5.7.2 Die Intelligenz der Maschine / 5.7.2.1 Der elektronische Experte / 5.7.2.2 Elektronische Kuratoren und Galeristen / 5.7.2.3 Client Relationship Management (CRM) / 5.7.3 Schöne neue digitale Märkte 5.7.3.1 Der Durchbruch der Internetauktion / 5.7.3.2 Galerie, Kunsthandel und Messe / 5.7.4 Marketing / 5.7.4.1 Messe- und Auktionskataloge in Druckauflage / 5.7.4.2 Elektronische Kataloge / 5.7.4.3 Digitale Präsentationsräume / 5.7.5 Direkter Kunstgenuss beim Kauf

5.8 Die nächste Generation der Sammlerschaft / 5.8.1 Der demokratisierte Markt der industriellen Luxusobjekte / 5.8.2 Analoge Reminiszenzen

### 5.9 Versuch eines Fazits

## **Anmerkungen 223**

## Was ist diesmal anders? Wirtschaftskrisen und die neuen Kunstmärkte 1990 2001 2009 2020

Das Jahr 2020 sah eine der größten Herausforderungen der Menschheitsgeschichte. Seit dem Ausbruch des Covid-19- oder Coronavirus konnte man seine erfolgreiche Globalisierung verfolgen, die den Erreger in kurzer Zeit in jeden Winkel der Welt brachte. Niemand war vorbereitet, und ihre selbstverordnete Gefangenschaft hat die Menschheit in ihre tiefste Krise seit dem Ende des zweiten Weltkriegs gestürzt, emotional wie wirtschaftlich.

Jeder Mensch, jeder Ort, jeder Wirtschaftsbereich war betroffen. Wohl denjenigen Zeitgenossen, die sich früh medial verbunden hatten und die Zurückgezogenheit nicht als Einschränkung empfanden, und den Industrien, welche ihre Geschäfte digital erledigen konnten. Der Bereich der Kunst war doppelt betroffen: Traditionell langsam in der Adaption digitaler Praktiken, vor allem in den Bereichen Rezeption und Vertrieb, ist er in allem Tun fokussiert auf die unmittelbare und persönliche Erfahrung, sei es als performatives Erlebnis oder im Umgang mit der vielbesungenen Aura des Originals.

Betroffen waren vor allem die Kulturschaffenden, die ohne Publikum nicht mehr auftreten konnten. Es betraf aber auch die Bildenden Künstlerinnen und Künstler, selbst wenn sie zurückgezogen im Atelier arbeiten. Unterstellt, dass die Rezeption ihrer Werke zum Teil ihres Schaffens zählt, ist die Erschwernis, wenn nicht gar Verhinderung ihres Zuganges ein existenzieller Eingriff. Institutionelle wie kommerzielle Kunstvermittler begannen, ihre Arbeit in den digitalen Raum zu verlagern. Und mag die Betrachtung der Museumssammlung auf dem Bildschirm noch annähernd adäquat erscheinen, so kam der Handel mit Kunstwerken in einer Zeit genereller Ausgangssperren zwangsläufig zum Erliegen.

Betrachtet man die Geschichte der Kunstmärkte des letzten halben Jahrhunderts, kann man den größten Evolutionsschritt im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts sehen. Zuvor waren die Kunstmärkte regional organisiert und dadurch nur begrenzt konjunkturellen Einflüssen ausgesetzt. Die Internationalisierung, und ab der Jahrtausendwende die Globalisierung brachten neue Sammlerinnen und Sammler, und auch die Ansehung von Kunstwerken als Investitionsobjekte. Beides hat die Preise steigen lassen, aber die Kunstmärkte in stärkere Abhängigkeiten zu globalen ökonomischen Entwicklungen gebracht. Dies wurde in immer neuen Rekordpreisen sichtbar, aber auch in Rückkopplungseffekten von Wirtschaftskrisen, die Kunstmarktkrisen wurden.

Im Rückblick muss man feststellen, dass die Kunstmärkte ungefähr alle zehn Jahre von einer größeren Krise erfasst wurden. Diese Publikation betrachtet, wie die Marktsysteme darauf reagiert haben und von der Krise und Reaktion darauf verändert wurden.

**1] Die regionale Ökonomiekrise:** Vorboten der Asienkrise und der Markteinbruch im Sommer 1990. Der Boom der 1980er-Jahre mündete in einen großen Crash. Im Rückblick sind die Effekte und das Zusammenspiel der neuentdeckten Liebe zur Kunst des Impressionismus, regional gebündelter, exorbitanter Nachfrage und deren Zusammenbruch im Sommer 1990 bemerkenswert. Gab es erste Anzeichen einer Beschleunigung des Geschmackswandels, forderte die erste Phase von Art Investment ihren Tribut?

**2] Die digitale Industriekrise:** Das Platzen der Internetblase und die Marktabschwächung 2001. Die ersten Versuche, Kunst im Internet kommerziell zu vermitteln, hatten nicht die Wirkung oder gar disruptive Durchschlagskraft, die in anderen Industrien umgehend sichtbar wurde. Internetauktionen musste man gar als

vorerst gescheitert ansehen. Gleichzeitig wurde im »Neuen Markt« viel Geld verdient, das auf die Kunstmärkte kam und geholfen hat, Kunstinvestment zu professionalisieren. Eine beispiellose Vertrauenskrise folgte auf die Aufdeckung eines illegalen Kartells, das die beiden marktbeherrschenden Unternehmen zum Schutz ihrer Margen gebildet hatten.

### **3] Die globale Finanzkrise: Größenwahn und Kater im Herbst 2009**

Die Märkte des frühen 21. Jahrhunderts waren durch Globalisierungseffekte massiv gewachsen. Hier lagen die Auktionsunternehmen vorn, da sie auf Basis tragfähiger Marken früh Netzwerke aus Niederlassungen gebildet hatten und nun der Sammlerschaft der aufstrebenden Regionen vor Ort zu Diensten sein konnten. Um den Nachschub im teuersten Marktsegment zu organisieren, verließ sich die Industrie zunehmend auf Mindestpreisgarantien zur Absicherung in der Auktionsarena. Als die Finanzkrise eintraf, waren Millionenverluste vorprogrammiert. Im Rückblick kann wohl die »Phoenix aus der Asche«-Auktion des Yves Saint Laurent Nachlasses in Paris im Februar 2009 als Rettung des Marktsystems angesehen werden.

### **4] Die Gesundheits- und Gesellschaftskrise: Corona verändert die Welt im Frühjahr 2020**

Die Einordnung und Funktion von Kunstwerken als mobile Wertspeicher hatten nach 2009 die Märkte zügig wieder auf Wachstumskurs gebracht. Wenig überraschend, dass Anleger auch das Portfolio bewirtschaften wollten und verstärkt auf Art-Lending-Angebote zurückgriffen. Galerien und Messen hatten durch eigene Kettenbildung Marktanteile von den Auktionsunternehmen zurückgewonnen, ab Ende der 2010er-Jahre wurde jede Woche irgendwo eine Messe eröffnet. Im Frühjahr 2020 betrat das Corona Virus die Weltbühne, und plötzlich durfte niemand mehr all diese eleganten Convention Center besuchen. Hatte man nicht ohnehin schon vorher an »Fairtigue« gelitten? Während der

Lockdowns war die Rezeption von Kunst an Originalen unmöglich geworden, die Kunstwelt auf digitale Präsentationen in Viewing Rooms zurückgeworfen. Der Kunstkonsum war über Nacht im digitalen Zeitalter angekommen.

### **5] Die neuen Kunstmärkte der Zwanziger Jahre:**

Schöne neue digitale Welt?

Der Versuch eines Ausblicks, wie die Coronakrise die internationalen Kunstmärkte wohl beeinflussen wird. Man hat gesehen, wie die historischen Krisen die Strukturen der Märkte verändert haben, und was die großen Konstanten sind: Spielt es eine Rolle, dass mit der Art Basel und Sotheby's jetzt zwei Spieler mehrheitlich im Eigentum von Medienunternehmern stehen? Werden tatsächliche, physische Ausstellungen, Auktionen und Messen bald der Vergangenheit angehören? Vielleicht sogar das Werk als körperliches Objekt? Waren es bislang Krisen, die als Brandbeschleuniger vermeintlich hausgemachte Probleme der Kunstmarktsysteme offensichtlich machten und die Distribution zum Kollabieren brachten, so erscheint die Coronakrise der Zwanziger Jahre als fundamentaler Umbruch etablierter Verhältnisse in der Kunstwelt. Dies ist nicht mehr die »verdiente Strafe für übertriebene Gier der Marktteilnehmer«, dies ist eine neue Welt. Für alle, die sich mit Kunst befassen.

London, im Herbst 2020

Dirk Boll

# Kapitel 1: Die regionale Ökonomiekrise: Vorboten der Asienkrise und der Markteinbruch im Sommer 1990



*Die 1980er-Jahre sehen die Effekte und das Zusammenspiel von der neuentdeckten Liebe zur Kunst des Impressionismus, regional gebündelter, exorbitanter*



*Nachfrage und deren Zusammenbruch im Sommer 1990, sowie die erste Welle von Art Investment.*

Die Strukturen der internationalen Kunstmärkte haben sich über Jahrhunderte herausgebildet, von den Trophäenauktionen der Antike und den Kunsthändlern feudalistischer Residenzstädte über die adeligen Grand-Tour-Einkäufe und die Absatzstrategien der Impressionisten bis hin zum Galeriesystem und den Kunstmessen der Nachkriegszeit.<sup>1</sup> Nachdem seit den 1960er-Jahren Kunsthandels- und Auktionsunternehmen Niederlassungen in den Wirtschaftszentren der westlichen Welt gegründet hatten, um eine dortige Klientel zu erreichen, war in den 1980er-Jahren eine – zumindest für die westlichen Industrienationen – vollständige Internationalisierung erreicht.

#### **Wirtschaftskapitäne der Kunstwelt: A. Alfred Taubman**

Die kommerzielle Kunstwelt ist von einer vielfältigen Landschaft von Unternehmen geprägt, die zunächst durch ihre geringe Größe auffallen. Ausnahmen sind die Auktionsunternehmen mit ihren internationalen Niederlassungen und Hunderten, wenn nicht Tausenden von Mitarbeitern. Seit dem 18. Jahrhundert hatten sich diese Firmen von Familienbetrieben in Gesellschaften verwandelt, in denen traditionell die Direktoren die Teilhaber waren.

Mit fortschreitender Professionalisierung in Beschaffungsanalyse, Absatzplanung, Kundendienst, Markenpflege oder Kommunikation zeigte sich in den 1970er- und 1980er-Jahren die Industrialisierung des Geschäfts. Diese Entwicklung wurde auch in der Veränderung von Eigentumsstrukturen erkennbar: Als A. Alfred Taubman 1983 die Anteile der Firmendirektoren des Auktionshauses Sotheby's erwarb, wurde er zum ersten Alleineigentümer eines solchen Unternehmens seit dem 18. Jahrhundert. Taubman war Immobilienhändler und Bauunternehmer und galt als der Erfinder der Shopping Mall. Er konnte das überschuldete Unternehmen für den als günstig angesehenen Preis von 87 Millionen Pfund erwerben, die er mittels der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft nach US-amerikanischem Recht teilweise refinanzierte. Marktbeobachter freuten sich über den Zugewinn an Transparenz, denn Sotheby's folgte fortan den detaillierten Vorgaben für Rechenschaftsberichte. Der neue Eigentümer freute sich, dass er nun über das eigene Unternehmen seine Kunstsammlung aufbauen konnte, aber auch über die gesellschaftliche Türöffnerfunktion des Unternehmens: »It's like buying the throne!«<sup>2</sup>

## 1.1 Neue Nachfragegruppen

Mit dem Auftreten einer neuen Generation von Nachfragern wurde zunächst ein gestiegenes Interesse an der Kunst des Impressionismus sichtbar. Dies entsprang in den Jahren der Nachkriegszeit durchaus einer gesamtgesellschaftlichen Haltung – so wie man im 19. Jahrhundert begeistert Renaissance-Kunst sammelte, waren es im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts die fröhlichen, sonnenerfüllten und paradiesähnlichen Bilder der Impressionisten.

Die ersten Käufer, welche diese Hinwendung zur Kunst des ausgehenden 19. Jahrhunderts vollzogen, waren die amerikanischen Sammler, die regelmäßig von der Vorstellung des gegen die Gesellschaft rebellierenden Künstlers fasziniert sind. Sie finden höfische Kunst gegenüber dem Mythos der Bohème weniger interessant; sie bevorzugten die Werke des *Salon des Refusés* vor denen eines »snobistischen« Akademismus. Die Entscheidung privater amerikanischer Käufer für impressionistische Kunst war vielleicht auch eine Rebellion gegen fünf Jahrhunderte elitärer europäischer Kunst. Der Marktdurchbruch selbst kann an einem Ereignis festgemacht werden: Die Versteigerung der Sammlung Weinberg durch Sotheby's in London 1957. Wilhelm – später William – Weinberg war ein deutscher Bankier, der seine Gemäldesammlung nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten nach Amerika hatte verbringen lassen, wohin er bei Kriegsbeginn folgte. Fachkundig beraten, hatte er eine hochbedeutende Sammlung zusammengetragen, die allein 10 Gemälde von van Gogh enthielt. So wurde 1957 »that year, in which the Impressionist mania was born«, so Peter Watson, der Chronist der Kunstmärkte. Erstmals wurde eine Auktion professionell als Event vermarktet – sogar die Queen wurde geladen und erschien unter großer Anteilnahme der Medien zur Vorbesichtigung.<sup>3</sup> Ein Jahr später verkaufte dasselbe

Unternehmen elf impressionistische Gemälde aus der Sammlung von Jakob Goldschmidt in der ersten Abendauktion der Geschichte. Das in Abendgarderobe erschienene Publikum wurde beim Bieten durch den ersten in Farbe gedruckten Katalog unterstützt.<sup>4</sup>

## 1.2 Investieren in Kunst

Dies war der Beginn der Entwicklung, die in den folgenden Jahren althergebrachte Kunstmarktgesetze außer Kraft setzen sollte: Hatte zuvor der künstlerische Wert den Großteil des Handelswerts bestimmt, und damit Fragen der kunsthistorischen Legitimierung und der Seltenheit des Werkes den Preis, so wurde die Bandbreite von Kriterien durch Provenienz, Marktgeschichte, Wiedererkennungswert, Wertentwicklung und Breitenwirkung erweitert. In der Folge entstand eine Spirale der Wertentwicklung: Steigende Preise bewegten immer mehr Eigentümer von Kunst zum Verkauf, was existierende Nachfrage bediente und neue schuf, oft von nachhaltigem Investmentinteresse bestimmt. Spätestens seit den 1970er-Jahren führte der große Wertzuwachs für Kunstwerke zu deren Ansehung als Investitionsgüter.

### **Kunstwerke als Investitionsgüter**

Kunstinvestitionen kann man wie sonstige Investmentfonds und systematisch aufgebaute Portfolios beurteilen. Im Vergleich zu Wertpapieren ist bei Kunst allerdings nur schlecht eine Entwicklungsprognose erstellbar - es gibt keinen objektiven, wissenschaftlichen Maßstab zur Feststellung künstlerischer Qualität einerseits und deren Einfluss auf die Wertentwicklung andererseits. Denn die Faktoren, die diese Entwicklungen determinieren, entstehen vor allem aus der Vergangenheitsbeobachtung und sind nicht in die Zukunft transponierbar. Im Falle einer professionellen Anlageverwaltung wird das Angebot auf dem Kunstmarkt wie auf dem traditionellen Börsenparkett in sichere (»Blue Chips«) und unsichere Investitionen eingeteilt. Sichere sind hierbei Werke von Künstlern, deren Gesamtwerk in Quantität, vor allem aber in Qualität bereits weitreichend festgelegt ist. Eine »prognostizierte« Wertsteigerung rechtfertigt selbst einen

exorbitanten Marktpreis, da auch dieser in der Zukunft wieder überboten werden wird: Eine US-amerikanische Untersuchung hat ergeben, dass mit dem Wert des Werkes die Wahrscheinlichkeit steigt, dass es wieder auf den Markt gebracht wird.<sup>5</sup>

Wird eine Sammlung wie ein Aktienportfolio professionell verwaltet, stellen auch im Kunstbereich Spontankäufe die für den Erfolg des Investments größte Gefahr dar. Diese irrationale Einwirkung einer Sammlerpersönlichkeit ist in einem Kunstfonds gänzlich ausgeschaltet; um den Preis, dass ein einzelner Sammler im Krisenfall möglicherweise rascher reagieren kann. Wie ein Kunsthändler kaufen Berater für den Fonds Werke, die sie für unterbewertet halten, und bringen sie wieder auf den Markt, sobald die Rahmenbedingungen dies empfehlen.

Folgerichtig entstand auf der Nachfragerseite bald ein wachsendes Informationsbedürfnis bezüglich der Eigenschaften, Marktsituation und -entwicklungen. Als ersten unabhängigen Index etablierte sich 1975 der Art-Sales-Index. Zu dessen Erstellung werden in verschiedenen Kategorien fixe Warenkörbe mit 30 bis 40 Kunstwerken gebildet und zweimal pro Jahr von Kunstmarkt-Experten geschätzt. Die Zusammenstellung der Warenkörbe ist bis heute geheim, um eine Manipulation auszuschließen; veröffentlicht wird nur die aktuelle Schätzung. Der Mei/Moses-Fine-Art-Index, entwickelt von Professoren der Stern School of Business in New York, widmet sich dem Sekundärmarkt und erstellt auf Basis von Auktionsergebnissen und weiteren Wirtschaftsdaten eine generalisierte Renditebetrachtung von Kunstwerken, die seit 1875 mehr als einmal versteigert wurden.<sup>6</sup> Aber auch die Sicht der Marktteilnehmer auf ihre Arbeit wurde strukturiert: Im November 1989 veröffentlichte Sotheby's erstmals eine Auflistung aller Auktionszuschläge des Monats, die als »The Million-Dollar-List« in die Geschichte eingegangen ist. Nach dieser Liste wurden allein im November 1989 58 Kunstwerke für mehr als 5 Millionen Dollar, 305 für mehr als eine Millionen Dollar und außerdem Werke von Picasso für insgesamt 377 Millionen Dollar verkauft.<sup>7</sup>

Beispielhaft für frühes professionelles Kunstinvestment war die Sammeltätigkeit des British Railway Pension Fund. Er begann 1974, einen Teil seines Cash-Flows in Kunst anzulegen. Hierzu kaufte ein Komitee Kunstwerke aller Sammelgebiete, die langfristig wieder verkauft werden sollten (und teilweise während des Booms Ende der 1980er-Jahre vorzeitig wieder abgestoßen wurden). Einige spektakuläre Impressionisten-Verkäufe machten das Engagement rasch über die Kunstwelt hinaus bekannt und untermauerten die Vorstellung von Kunst als hochkarätigem Investment. Eine spätere, breit angelegte Untersuchung des Fonds ergab allerdings, dass die Rendite zwar höher lag als bei Regierungsanleihen, aber niedriger als bei Aktieninvestitionen: Als der Fond im Juli 1996 die letzte Gruppe von (Altmeister-)Gemälden verkaufte, wurde annonciert, man habe über die gesamte Haltedauer einen Investitionsgewinn von insgesamt 13,11% p.a. (inflationbereinigt 5,33% p.a.) erwirtschaftet.<sup>8</sup>

### **Strukturbedingungen von Kunstinvestment**

Eine Erfassung der von Marktzyklen unabhängigen Strukturbedingungen, die die Eignung von Kunst als Investment bestimmen, zeigt mannigfaltige Risikobereiche. Professionelle Investmentplanung und Fondsgestaltung haben Rekordpreise als Augenblickseffekte entlarvt. Renditeberechnungen bergen unabhängig von der Ertragshöhe, die sie versprechen, eine immanente Gefahr: Liegt ihnen ein Mischindex zu Grunde, so kann der Indikator richtig sein, im Einzelfall aber möglicherweise nicht zutreffend – selbst bei großen Künstlern ist die Qualität der Werke durchaus schwankend.<sup>9</sup> Nicht nur für Käufer in »unmodischen« Gebieten, ganz generell stellt sich das Investieren in Kunst stärker denn je als Langzeitengagement dar; erfolgreiche Investoren sehen das Kunstwerk vor allem als Wertspeicher.<sup>10</sup> Denn aufgrund der zyklischen Bewegungen im Kunstmarkt ermöglicht eine langfristige Geldanlage das Abwarten gegenläufiger Strömungen.

Nicht umsonst lautet ein amerikanisches Sprichwort: »You sell art to make money, you keep art to make wealth«. <sup>11</sup>

## **1.3 Die Japanmode regiert die Kunstmärkte**

In den 1980er-Jahren erlebten die internationalen Kunstmärkte den größten Boom der Nachkriegszeit. Die Marktentwicklung dieses Jahrzehnts wurde definiert durch die zunehmende Verflechtung mit den Finanzmärkten, der damit verbundenen Einschätzung von Kunst als Investment und dem Auftreten japanischer Käufer auf den westlichen Marktplätzen.<sup>12</sup> Das steigende Interesse japanischer Sammler an impressionistischer Kunst, welche sich mit der fernöstlichen Ideenwelt beschäftigte, ist zentral für die Marktentwicklung dieser Jahre. Der Grund dafür liegt in den herausragenden ökonomischen Rahmenbedingungen Japans und der Entwicklung seiner Währungsnotierungen in dieser Phase. Zwischen 1945 und 1980 hatte sich das internationale Handelsvolumen aller Märkte verzwanzigfacht. Von dieser Entwicklung profitierten einzelne Staaten in besonders starkem Masse. 100 Jahre nach dem Höhepunkt der Japanbegeisterung in Europa führten die erstarkte japanische Ökonomie und diese historische künstlerische Verbindung dazu, dass japanische Millionäre auf westlichen Märkten »japonesque« Kunst kauften, vor allem eben Werke des französischen Impressionismus.<sup>13</sup>

### **Der Japonismus als Brücke zwischen Europa und Asien**

Freier Handel ist die Basis nicht nur von nationalem Wohlstand, sondern auch von Verständigung zwischen den Kulturen. Strategisches Vorgehen zur Etablierung und Sicherung von Handel wie auch die Wertschätzung ausländischer Produkte haben oft die Befassung mit einer fremden Welt zur Folge, deren Auswirkungen auf die eigene Kultur gar nicht unterschätzt werden können. Trotzdem sind diese kulturellen Effekte in aller Regel schwierig zu erfassen oder gar zu definieren.

Eines der wenigen erfahrbaren Beispiele bietet die europäische Japan-Mode in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Japan war ein gegen die westliche Welt abgeschottetes Land und öffnete unter US-amerikanischem Druck erst 1858 seine Häfen für ausländische Schiffe. In der Folge kam es rasch zu Handelsverbindungen mit Europa und Amerika, die sich zunächst auf die offensichtlichen Handelsgüter wie Tee, Lack oder Seide konzentrierten. Die Kunde von dieser exotischen Welt, die sich so sehr von anderen, bekannteren asiatischen Kulturen unterschied, führte zu einer starken Nachfrage nach japanischen Produkten. Vor allem der Wunsch, diesen Bedarf auch mit

heimischer Produktion im japanischen Stil zu stillen, führte zu Gebrauchsgegenständen, deren stilistische Entwicklung eine wichtige Quelle für den späteren Jugendstil wurde.

Dieser neue Einfluss erschöpfte sich nicht in der Gestaltung von industriell gefertigten Gütern oder Kunsthandwerk, sondern führte auch in der Bildenden Kunst zu einer grundlegenden Auseinandersetzung mit der japanischen Formensprache. Botschafter dieser Gestaltungsprinzipien waren japanische Farbholzschnitte, die zur Verpackung von Handelsgütern eingesetzt wurden und in Europa rasch Verbreitung fanden. Künstler wie Vincent van Gogh, Camille Pissarro, Edgar Degas oder Paul Gauguin wurden von diesen kulturellen Zeugnissen stark beeinflusst und trugen mit ihrer Arbeit zur Schaffung des Japonismus bei.<sup>14</sup>

Die große Finanzmacht der japanischen Nachkriegsgesellschaft in den 1980er-Jahren wurde ab September 1985 zudem durch die staatlich kontrollierte Devaluation des Dollars unterstützt: Bis 1987 hatte der Dollar gegenüber dem japanischen Yen 51% seines Wertes eingebüßt. Im Frühjahr 1987 wurde die Situation durch einen neuen Weltrekord zusätzlich angeheizt: Christie's versteigerte van Goghs *Sonnenblumen* für 24,75 Millionen Pfund. Dass es sich hierbei um den ersten Zuschlag handelte, der einem Telefonbieter erteilt wurde, zeigt die Internationalisierung, die die Kunstmarktstrukturen zu diesem Zeitpunkt erreicht hatten. Es war der erste Weltrekord, der nicht durch ein Altmeistergemälde erzielt wurde, und diese Botschaft verfehlte ihre Wirkung auf die Märkte nicht.<sup>15</sup>

Der Zuschlag hatte eine Lawine von hochkarätigen Gemäldeauktionen zur Folge, die die Weltrekorde immer rascher brachen, ungeachtet des sogenannten »Schwarzen Montags«: Als der Aktienmarkt am 19. Oktober 1987 zusammenbrach, blieb der erwartete Folgecrash auf den Kunstmärkten zunächst aus, obgleich der Dow Jones einen historisch maximalen Kursverlust (Maximum Drawdown) innerhalb von lediglich 38 Tagen auswies – dieser Rekord wurde erst im Frühjahr 2020 gebrochen. Stattdessen etablierte Sotheby's schon im November 1987 einen neuen

Preisrekord für das Œuvre des Malers, als van Goghs *Schwertlilien* für 53,9 Millionen Dollar verkauft werden konnten. Kunst war als Assetklasse akzeptiert worden, nachdem der Markt substanziell gewachsen war und damit die für eine gewisse Datendichte notwendige Zahl von Transaktionen aufwies. Damit wurden die Kunstmärkte zum Ziel der anderweitig abgezogenen Gelder. Regelmäßige Rekordmeldungen sorgten für Nachschub in Angebot und Nachfrage, denn die Entwicklung traf auf eine wachsende Zahl vermögender Abnehmer. 1987 hatte das Forbes Magazine erstmals zusätzlich zur sogenannten »Rich List« auch eine »Billionaires List« publiziert, die in jenem Jahr 140 Individuen verzeichnete.<sup>16</sup>

Der Schwarze Montag 1987 zeigte Parallelen zu der Börsensituation im Frühjahr 2020. Ausgangspunkt war in beiden Fällen ein als recht sicher empfundener, langandauernder Bullenmarkt; sinkendes Wachstum traf auf anziehende Inflationsraten. Schon 1987 reagierte das Federal Reserve Board (FED) der USA mit einer restriktiven Geldpolitik. Die Teilnehmer der Finanzmärkte waren durch die neu eingeführte Portfolioabsicherung weitgehend sorglos, ein langanhaltendes Wachstum wurde für nachgerade selbstverständlich hingenommen. Nach dem Crash am Schwarzen Montag wurden erstmals automatische Handelsunterbrechungen eingeführt, und die Kurse erholten sich vergleichsweise zügig: Bereits im Juli 1989, nach weniger als zwei Jahren, überschritt der S&P500 seinen vormaligen Höchststand wieder.<sup>17</sup>

Die Flucht des Geldes in Richtung Kunstmärkte erfasste zwischen 1987 und 1989 zunehmend auch Werke der Bildenden Kunst, die nach 1945 entstanden waren (und in Auktionen als »zeitgenössische Kunst« kategorisiert wurden), deren Markt nun ebenfalls erste Anzeichen einer Überhitzung zeigte: Ganz öffentlich war die hohe Frequenz der Rekordpreise. Eher ein Indikator für Marktinsider



hingegen die rapide ansteigende Zahl von aktiven Tradern, also Kunsthändlern, die ganz ohne Räume, Bestand, Ausstellungen oder Publikationen schlicht Werke kommerziell vermittelten, schnell und gegen Kommission. Trotzdem schien niemand eine Abkühlung oder gar eine Krise vorausgesehen zu haben, weder bei den impressionistischen noch bei den zeitgenössischen Werken. Die Marktteilnehmer investierten weiter in ihre Infrastruktur. Noch gegen Ende 1989 unternahm Galerist Larry Gagosian eine signifikante Expansion, als er in den großzügigen früheren Räumlichkeiten von Sotheby's an der Madison Avenue seine zweite New Yorker Galerie eröffnete. Auch die Pace Gallery investierte in New York noch im Frühjahr 1990 in neue, von Leo Castelli übernommene Räume.<sup>18</sup>

Höhepunkt dieser rasanten Entwicklung war zweifellos diejenige Woche im Mai 1990, in der der japanische Papierproduzent Ryoei Saito in New York bei Christie's das *Portrait des Dr. Gachet* von Vincent van Gogh für 82,5 Millionen Dollar und bei Sotheby's Auguste Renoirs Gemälde *Au Moulin de la Galette* für 78,1 Millionen Dollar ersteigerte. Die Transaktionen waren beispielhaft für den Boom: Er wurde getragen von impressionistischer Kunst und vielfach bezahlt mit japanischem Geld.<sup>19</sup>

Kurz vor diesen Rekordmeldungen gab es dann erste Anzeichen, dass der Markt seinen Höhepunkt überschritten hatte. Zahlreiche Einzelfaktoren, vor allem stagnierende Wirtschaftsdaten in Japan als Vorboten der Asienkrise der 1990er-Jahre, steuerpolizeiliche Untersuchungen von Kunstkäufen und steigende Rücklaufquoten auf den Londoner Sommerauktionen hatten zur Folge, dass spekulative Investoren sukzessive ihre Gelder vom Kunstmarkt abzogen. Zuvor nur vereinzelt wahrnehmbare Aspekte erhielten mit der irakischen Invasion Kuwaits am 2. August 1990 und dem sich daraus entwickelnden ersten

Golfkrieg ein medienwirksames Symbol, gleichzeitig Krisensignal und -ursache.<sup>20</sup>

Zwischen Frühjahrs- und Herbstsaison des Jahres 1990 kam der Markt zu einem kompletten Stillstand, auf den Novemberauktionen ging über die Hälfte der angebotenen Werke unverkauft zurück. Durch Panikverkäufe verloren viele Anleger ihre Einsätze, Kunst war als Spekulationsgut vorerst diskreditiert. Die Investoren der ersten Stunde mussten schmerzhaft erfahren, dass steigende Wertnotierungen von vergleichbaren Werken sich nicht immer durch die Verkäufe der eigenen realisieren lassen. Zudem wurde vielen deutlich, dass auf den Kunstmärkten ein Wertzuwachs (auch im Falle eines erfolgreichen Wiederverkaufs) nicht mit einer hohen Rendite gleichgesetzt werden kann. So mancher hatte die Transaktionskosten unterschätzt, sowie die Kosten während der Haltedauer: Die Kehrseite der durch Preissteigerungen suggerierten Wertzuwächse war nämlich erstmals ein direkter Anstieg der Folgekosten, denn der Aufwand für Sicherheitsvorrichtungen, Klimatisierung, Versicherung, Mehrwert-, Erbschafts- und Schenkungssteuer steigt proportional zum Wert des Kunstwerks. Um überhaupt einen Gewinn zu erwirtschaften, muss ein Kunstwerk alle fünf Jahre seinen Wert um 50 Prozent steigern – im Hochpreisbereich konnte nicht einmal der Boom der späten 1980er-Jahre derartige Performances liefern.

Und so verließen in der zweiten Jahreshälfte 1990 die Investoren die Kunstmärkte in Scharen. Das erfasste auch die Galerien, denn ohne positive Wertprognose wurde die jüngere Kunst nicht länger als Pipeline für Handelsobjekte zur Erzielung künftiger Profite angesehen. »The telephone literally didn't ring...«, erinnerte sich Larry Gagosian an den gespenstischen Winter 1990/91 zurück. Besonders stark hatte der Einbruch die den Wachstumsbereich Impressionismus getroffen: David Nash, der damalige

Abteilungsleiter, erinnert sich, dass seine Abendauktion bei Sotheby's, die im Mai 1990 noch ein Umsatzpotential von 350 Millionen Dollar aufgewiesen hatte, im Herbst auf 35 Millionen Dollar geschrumpft war. Dieser Umsatzrückgang war weniger sinkenden Preisen zuzuschreiben als dem Fehlen bedeutender Werke, deren Eigentümer der Nachfrage nicht ausreichend vertrauten, um die Bilder auf den Markt zu bringen.<sup>21</sup>

Die Krise wurde ab 1992, spätestens 1993 als überwunden angesehen, zumindest auf den Primärmärkten, die positive Signale aussandten: Manuela und Ivan Wirth expandierten und eröffneten eine New Yorker Niederlassung; auch David Zwirner schien neue Chancen auszumachen, denn er eröffnete eine Galerie in SoHo. Die Sekundärmärkte hingegen zeigten erst ab 1994 wieder steigende Umsatzzahlen, weiß David Nash. Umsatztreiber waren dann aber nicht länger Werke des Impressionismus, sondern der Klassischen Moderne und der Nachkriegskunst.<sup>22</sup>

## **1.4 Fazit**

Die 1980er-Jahre sahen eine beispiellose Dynamik auf den Kunstmärkten. Auf sich international vernetzenden Märkten bewirkte dieser Zuwachs auf der Nachfragerseite einen enormen Sprung in den Bewertungen. Hohe Preise wurden plötzlich nicht mehr nur für Altkunst bewilligt, sondern generell für Werke, die kanonisiert waren, beinahe unabhängig von Alter oder Epoche. Vor allem der Geschmack der wichtigsten Käufergruppe schlug durch, vor allem japanische Sammler und Museen trieben die Preise für Werke des Impressionismus und Postimpressionismus in den zehn Jahren zwischen 1980 und 1990 um 940%. Die Krise war zunächst eine regionale Wirtschaftskrise, die Japan erfasste, und sich nach dem Ausbruch des Golfkrieges im

Sommer 1990 weltweit ausdehnte. Hinzu kam die hohe Zahl der Investoren, die durch Panikverkäufe die Abwärtsspirale befeuerten. Weil der Markt nicht tief genug war, um Nachfrageschwankungen abzubilden, brachte die Krise eine totale Neukalibrierung der Preise. Für 1989, das letzte volle Jahr des Booms, lag der Gesamtumsatz von Primär- und Sekundärmarkt bei geschätzten 15 Milliarden Dollar. Nach dem Einbruch fehlte dem Kunstmarkt die Liquidität der Boomjahre: 1989/1990 waren über 2,5 Milliarden Dollar mehr im Kunstmarkt gebunden als in der Saison 1999/2000. Entsprechend dauerte es rund eine Dekade, bis die Preisnotierungen an der Marktspitze wieder auf Vorkrisenniveau waren, und 14 Jahre, bis ein neuer Weltrekord etabliert werden konnte.<sup>23</sup>

Die Krise 1990 hat wohl erstmals allen Beteiligten des Kunstmarkts die Hybridität der Kunst- und Finanzmärkte bewusst gemacht. Der Kunstmarkt spiegelt seither immer stärker internationale wirtschaftliche und politische Bewegungen wieder – der unabhängige Nationalmarkt ist Geschichte. Jedoch wurde die Krise des Jahres 1990 auch als Beweis für die Robustheit der Systeme gesehen: Der Boom war vorbei, der Markt korrigiert, aber nicht kollabiert.<sup>24</sup>

Kapitel 2: Die digitale Industriekrise: Das Platzen  
der Internetblase und die Marktabschwächung  
2000/2001