

**die kunst
und
ihr markt**

**dirk
boll**

UND IHR
MARKT
BOLL

DIE KUNST UND IHR MARKT

Ein Handbuch – BAND 1
Vorwort & Geschichte

DIRK
BOLL

HATJE
CANTZ

Dirk Boll
Die Kunst und ihr Markt
Ein Handbuch

Dirk Boll

**DIE KUNST
UND
IHR MARKT**

Ein Handbuch — BAND 1
Vorwort & Geschichte

**HATJE
CANTZ**

INHALTSVERZEICHNIS

I. Vorwort	8
1. Geschichte	12
1.1 Die Kunstmärkte	15
1.2 Die Geschichte der Kunstmärkte	16
1.2.1 Die Anfänge	16
Antiken – Botschafter einer fernen Vergangenheit	19
1.2.2 Der Markt der frühen Neuzeit	20
Kunstschaffende und ihre Porträts	21
Zum Staunen in die Wunderkammer	22
Alte Meister – die sichere Bank der Kunstmärkte?	24
Tapisseries – mehr als ein Teppich an der Wand	27
Architekturspolien – Steinerne Botschafter der Vergangenheit	28
Grand Tour Objekte – Andacht vor der Größe der Vergangenheit	30
Pompeji unter kaltem Himmel – Neoklassizismus als globaler Trend	32
1.2.3 Frühe Expertise	33
Napoleons Ehrfurcht auf Kaffeetassen – Ägyptomanie	35
1.2.4 Der moderne Kunstmarkt	36
Nicht, oder nicht nur, des Kaisers neue Kleider – Kunst des Empire	37
Neogotik – Mittelalter für Jedermann	38
Kunsthistorische Bedeutung zählt – Renaissance des Impressionismus	40
1.2.5 Nachkriegsentwicklungen	41
Kunst vom Dachjuchhe – Attic Sales erobern den Kontinent	44
1.2.6 Boom und Ernüchterung	45
Wirtschaftskapitäne der Kunstwelt: A. Alfred Taubman	46
1.2.7 Krisen und Kartelle	48
Der Japonismus als Brücke zwischen Europa und Asien	49
Die regionale Ökonomiekrise	51
Wirtschaftskapitäne der Kunstwelt: François Pinault	51
Die digitale Industriekrise	52

1.2.8 Das 21. Jahrhundert	54
Wirtschaftskapitäne der Kunstwelt: Bernard Arnault	56
Die globale Finanzkrise	58
1.2.9 Pandemische Reformen	59
Warholmania: Höhepunkte der klassischen Nachkriegskunst	60
Corona schafft eine globale Gesundheitskrise 2020	64
Cutting Edge – absolut zeitgenössische Kunst	66
Krieg in der Ukraine und im Nahen Osten	69
Anmerkungen	73

DIE KUNST
UND
IHR MARKT

—

I

VORWORT

VORWORT

Möglicherweise spielte Geld schon immer eine Rolle bei der Einordnung von Kunst. Offenkundig wurde dies spätestens in den 1980er-Jahren, als die japanische Sammlerschaft Werke des Impressionismus erwarb, nachdem britische Pensionskassen dort wenige Jahre zuvor investiert hatten. Oder in den 1990er-Jahren, als beinahe jedermann begann, zeitgenössische Werke zu kaufen. Oder seit der Jahrtausendwende, als erstmals der Preis für ein Kunstwerk die magische Schwelle von 100 Millionen Dollar überstieg. Heute gilt der Marktwert von Kunst als Faktor im Kanonisierungsprozess allgemein als gesichert.¹ Man mag das bedauern, aber es wird vermutlich dabei bleiben. Die umfassende Transparenz, die mit dem Internet ins Marktgeschehen Einzug gehalten hat, verschafft dieser Entwicklung eine geradezu basisdemokratische Grundlage und macht ihr Auftreten zudem dauerhaft. Dass nach den Art Market Reports der TEFAF oder der ART Basel seit Jahrzehnten regelmäßig mehr als die Hälfte aller Auktionspreise für Werke der bildenden Kunst weltweit unter 3.000 Euro lagen, zeigt gleichzeitig die wichtige Rolle, die der Markt für die Popularisierung der Künste spielt.²

Vom gestiegenen Interesse an den Kunstmärkten, ihren Rahmenbedingungen und Grundlagen, Strukturen und Geheimnissen hat auch die Nachfrage nach Kunstmarktpublikationen profitiert. Dieses Handbuch soll allen Interessierten einen Einstieg in die Materie ermöglichen und zur Transparenz beitragen – in der Hoffnung, dass sich die Beschäftigung mit den Marktsystemen weiter professionalisiert. Das Werk beleuchtet im Haupttext die Geschichte der Kunstmärkte, im zweiten Kapitel deren Struktur, gefolgt von einer Betrachtung der juristischen und ökonomischen Rahmenbedingungen. Das vierte Kapitel widmet sich den Waren dieser Märkte. Beschaffung und Absatz beschreiben die beiden Schlusskapitel. Schlaglichtartig eingefügt sind ergänzende Hintergrundkapitel, zudem soll eine umfangreiche Quellenliste die Leserschaft zur Vertiefung einladen – denn dies ist ein Handbuch, dessen Aufgabe der Überblick ist.

Meine publizistische Genese ist dem Einfluss von vier starken Frauen zu verdanken, denen ich sehr verbunden bin. *Kunst ist käuflich*, meine erste Buchveröffentlichung, erschien 2009 als gebundene Version bei Rüffer & Rub in Zürich und verdankt ihre Existenz dem unternehmerischen Mut und der mitreißenden Energie von Anne Rüffer, die mich als Autor entdeckt und nachhaltig zum Schreiben

ermutigt hat. 2010 entstand am selben Ort der Sammelband *Marktplatz Museum – Sollen Museen Kunst verkaufen dürfen?*

Die zweite Auflage von *Kunst ist käuflich* verdanke ich Annette Kulenkampff, damals Geschäftsführerin von Hatje Cantz. Mit der Entscheidung, den Text von Rüffer & Rub zu übernehmen, ins Englische übersetzen zu lassen und 2011 als überarbeitetes Taschenbuch zu publizieren, hat sie dem Buch ein neues Leben mit deutlich vergrößertem Leserkreis gegeben. In der Folge hat das Haus zahlreiche weitere Texte von mir veröffentlicht, darunter *Ein gastliches Kunstwerk: Die Zürcher Kronenhalle und ihre Sammlung*.

Ihre Nachfolgerin Cristina Steingraber hat diese Hinterlassenschaft nachdrücklich begrüßt und dauerhaft verwaltet. Sie hat mich für weitere Buchpublikationen bei Hatje Cantz beheimatet: 2013 erschien *Das ABC der Kunstmärkte*, 2014 *Helden der Kunstauktion*, 2017 wurde *Kunst ist käuflich* zu seiner dritten Auflage geführt.

Dass ich mich auch nach den Verwerfungen der Pandemie bei Hatje Cantz wiederfinden und meine Beobachtungen dieser Zeit Ende 2020 unter dem Titel *Was ist diesmal anders? Wirtschaftskrisen und die neuen Kunstmärkte* veröffentlichen konnte, verdanke ich der heutigen Verlegerin Nicola von Velsen. Von ihr stammt auch die Idee, Untersuchungsgegenstände und Reportagebereiche in vorliegendem Handbuch zusammenzuführen und mit aktuellen Darstellungen der einzelnen Sammelgebiete anzureichern. Lesbarkeit und Optik profitieren von der Gestaltung durch Rutger Fuchs, die Inhalte von Betreuung durch Richard Hagemann und das Lektorat durch Frauke Berchtig. Ihnen allen bin ich zu großem Dank verpflichtet.

London im März 2024

Dirk Boll

**DIE KUNST
UND
IHR MARKT**

—

1

GESCHICHTE

EINFÜHRUNG

Die Kunst und ihre Rezeption erfreuen sich einer gestiegenen Aufmerksamkeit, die sich in den Besucherzahlen von Museen, Galerien, Messen, Auktionen und denen entsprechender Websites niederschlägt. Dies geht einher mit öffentlichen Debatten über den gesellschaftlichen Stellenwert des Museums, seiner klassischen Aufgaben, nämlich des Sammelns, Bewahrens und Erforschens von Kunst. Der Diskurs gewinnt zudem angesichts der Preise für Meisterwerke, immer kleinerer Etats öffentlicher Haushalte und der skeptischen Bewertung der Eventkultur an politischer Brisanz, die in den Medien reichen Nachhall findet.

Denn Kunst ist käuflich. Der Kunstmarkt wird von vielen Betrachtern als expandierendes System wahrgenommen, das eine umfassende Kontrolle über die Rezeption der Kunst gewinnt und schrittweise die Hegemonie musealer oder akademischer Expertise außer Kraft setzt. Als Schaufenster dieser Prozesse fungieren die großen Messen und Auktionen sowie deren mediale Besprechung auf allen digitalen Kanälen, was zugleich auf die Veränderungen der Kräfteverhältnisse innerhalb dieses Marktes aufmerksam macht – zwischen den konkurrierenden Distributionssystemen Galerie-/Kunsthandel und Kunstauktion einerseits, aber seit der Digitalisierung der Marktsysteme auch zunehmend zwischen etablierten Marktstrukturen und künstlerischer Eigenvermarktung mittels sozialer Medien andererseits.³

In anderen Wirtschaftsbereichen hat die technologische Entwicklung des Internets bereits im letzten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts für eine große Transparenz gesorgt, generell durch die schnellere Datenübermittlung, vor allem aber durch den erheblich vereinfachten Zugriff auf Informationen. Auf dem Kunstmarkt ist ebenfalls eine Beschleunigung zu beobachten, gefolgt von einer Erhöhung der Anzahl der Ereignisse. Das System Kunstmarkt hat es jedoch lange verstanden, die Herrschaft über den Informationsfluss weitgehend zu behalten. Erst die von der Pandemie erzwungene Digitalisierung der Distributionssysteme für Kunst hat auch diese Märkte transparenter und damit zugänglicher gemacht – und dadurch auch klassische Rollenzuweisungen infrage gestellt. Die vorliegende Publikation setzt hier an mit einer Darstellung der Strukturen, der Teilnehmer, der Rahmenbedingungen und deren Entwicklungen der letzten 20 Jahre: freie Sicht auf den Kunstmarkt.

Obleich die Kunstmärkte in ihrer Form tradierten Regeln und Gesetzen folgen, haben sie sich seit der letzten Jahrtausendwende so stark verändert wie nie zuvor.

Den Auktionshäusern ist es endgültig gelungen, sich von Großhändlern zu Einzelhändlern zu entwickeln. Dies war nur möglich, weil sie sich aus Sicht des Käufers als dritte Distributionsform neben den Kunstmessen einerseits, dem Galeriesystem und den Kunsthandlungen andererseits etablieren konnten. Es zeigt sich, dass die Kunstwelt, zumindest der Teil der kommerziellen Kunstvermittlung, im Zuge dieser Entwicklung zur Kunstindustrie geworden ist und sich industriell verhält. Beschaffungsanalyse, Absatzplanung, Kundendienst, Kommunikation, Markenpflege – die Hinweise sind zahlreich.⁴ Gemäß der öffentlichen Natur der Versteigerung werden sie vor allem bei den Auktionsunternehmen sichtbar, die offenkundig, je größer sie sind, desto stärker industrielle Züge aufweisen – dies gilt aber gleichermaßen für Großgalerien.

Hierbei wird deutlich, dass die Veränderungen von Rahmenbedingungen im Kunstmarkt hergebrachte Funktionszuweisungen grundsätzlich infrage gestellt haben. Denn ursprünglich waren Kunstauktionen vor allem Zwischenhandel und bildeten die wichtigste Einkaufsquelle für den Kunsthandel. Noch vor dem Zweiten Weltkrieg waren direkte Käuferinnen und Käufer auf Auktionen in der klaren Minderheit.

Dies hat sich dramatisch verändert. Die limitierte Zahl von Kunstwerken behindert moderne Beschaffungs- und Absatzplanungen. Da die Umsatzsteigerung nicht durch eine Erhöhung der Zahl der vermittelten Objekte zu erzielen ist, kann sie nur durch Ausweitung der Nachfrage und der damit verbundenen Erhöhung des Preisniveaus erreicht werden. Wachstum ist somit unmittelbar von der Zunahme der Direktkundschaft abhängig: Die verstärkte Konkurrenz der Bieterschaft steigert das Preisniveau; zudem sind die Direktkunden bei der Erfüllung ihres Kaufwunsches nicht an die Voraussetzung gebunden, durch einen marktgerechten Zuschlagpreis auch einen Weiterverkauf mit Gewinn sicherzustellen. Diese Entwicklung hat die Distributionssysteme in direkte Konkurrenz gebracht, bereits seit der Mitte der 1980er-Jahre musste man die Situation zwischen Auktionswesen und Kunsthandel als Verdrängungswettbewerb bezeichnen. Die Kunstmarktkrisen 1990/91, 2001, 2008/09 sowie 2020 haben die Situation verschärft; die Digitalisierung der frühen 2020er-Jahre hat schließlich diese Entwicklung nachhaltig verstärkt. Besonders die großen, kapitalstarken Auktionshäuser suchten auf dem Markt nach Nischen, die sie durch ein eigenes Waren- oder Dienstleistungsangebot ausfüllen können. Der in diesen Nischen ansässige Kunsthandel sieht seine Geschäftsgrundlage mehr und mehr bedroht. Gleichzeitig entwickelt sich das Galeriesystem nach dem Vorbild der Auktionsindustrie; einige marktbeherrschende Ketten stehen einer großen Zahl vergleichsweise kleiner Einzelunternehmen gegenüber.

Werden die Veränderungen der Rahmenbedingungen und die Grundlagen des Kunstmarktes wie auch die Ausweitung der multinationalen Großunternehmen in der Galerie- und Auktionswelt die kleineren Firmen und den alteingesessenen Kunsthandel in Nischen des Marktes abdrängen? Das könnten solche auf höchstem Niveau und in Marktbereichen sein, die aufgrund des zunehmenden Materialmangels keine andere Vermittlungsform mehr zulassen; andererseits solche auf niedrigem Qualitätsniveau, wo der Durchschnitt der Preise die Durchführung von Auktionen betriebswirtschaftlich verbietet und die Vermittlung über Internetplattformen

die Konkurrenz der Versteigerungsunternehmen extrem verschärft. Oder sehen wir eine die Grenzen zwischen Auktion und Handel überschreitende Verbindung zwischen Großunternehmen, die mit vereinten Kräften die Kleinen weiter zurückdrängen?

1.1 DIE KUNSTMÄRKTE

Der Kunstmarkt, der hier behandelt werden soll, beschäftigt sich mit den Bereichen der bildenden Kunst und der angewandten Kunst. Zwischen der Künstlerschaft als Produzierende der Ware und der Öffentlichkeit steht auf dem Kunstmarkt die Kunstvermittlung. Die kommerzielle Vermittlung der Ware Kunst – durch (Galerie-) Handel und Auktion – hat ihre Entsprechung in der inhaltlichen Kunstvermittlung. Im Sinne der Tradierung kultureller Werte und der Schaffung gesellschaftlicher Identität ist dies das Museum. In dem Maß, in dem sich Kunst und Kultur über den gesellschaftlichen Diskurs definieren, erfolgt die Vermittlung durch die Medien, die Kunstkritik und -wissenschaft. Da dieser Diskurs auch und vor allem auf digitalen Kanälen passiert, gehört die interessierte Öffentlichkeit, die »Community«, heute ebenfalls dazu.

Der Kunstmarkt lässt sich in einen Primär- und einen Sekundärmarkt aufteilen. Während auf dem Primärmarkt die Kunstschaffenden und deren Galerien Werke erstmalig verkaufen, wird auf dem Sekundärmarkt diese Ware durch eine Galerie, eine Kunsthandlung oder ein Auktionshaus weiterverkauft.

In den vergangenen Jahren und Jahrzehnten hat sich der Kunstmarkt nicht nur generell stark gewandelt, die Geschwindigkeit des Wandels nimmt darüber hinaus ständig zu. Für Prognosen des Kunstmarktes fehlt ein Modell, es gibt kein Instrument der Analyse. Der Grund hierfür liegt in der verbreiteten Wahrnehmung von Handel und Strukturen über die Parameter der Kunst, nicht über diejenigen der Ökonomie. Ein Zusammenhang zwischen Inhalt und Wert eines Kunstwerkes lässt sich in einer wirtschaftswissenschaftlichen Analyse nicht darstellen. Im Unterschied zu den meisten anderen Branchen gibt es nur wenige verlässliche empirische Daten über den Gesamtumsatz des Kunstmarktes. Öffentliches Zahlenmaterial über den Kunstmarkt ist spärlich; er wird weder bei nationalen statistischen Ämtern noch bei der Europäischen Union spezifisch erfasst.

So lassen sich Entwicklungen des Kunstmarktes allein an Indizes, anhand von Teilnehmerbefragungen und an Umsatzzahlen der einzelnen Unternehmen festmachen. Bei Letzteren können lediglich die Umsatzzahlen der Auktionshäuser als aussagekräftig herangezogen werden, da die Umsätze des Handels zumeist nur die jeweiligen Mikrostrukturen beschreiben und in aller Regel nicht öffentlich zugänglich sind – die Wissenschaft spricht von »Scheingenauigkeit«.⁵ Trotzdem haben wissenschaftliche Untersuchungen mehr als nur deskriptiven Charakter. The European Fine Art Foundation/TEFAF (bis 2017), Art Basel/UBS, Deloitte, Artnet oder Hiscox: Von diversen Anbietern erstellt, ist den Reports gemein, dass sie mit vergleichsweise schmaler Datenbasis operieren müssen und damit in ihrer Aussagekraft limitiert sind.⁶ Trotzdem gewähren sie Einblick und zeigen Zusammenhänge auf, die auf neue Konstellationen hindeuten. Verwendet man Zahlenmaterial dieser Reports der letzten Jahre und erstellt ein Kunstmarkt-Diagramm, so erscheint eine

erstaunliche Sicht der Welt. Christie's und Sotheby's, die auch dank ihrer Medienpräsenz dominant erscheinen, teilen sich untereinander weniger als 20 Prozent der internationalen Märkte auf. Der Anteil von Gruppierungen wie aller chinesischen Auktionshäuser einerseits oder der regionalen und lokalen Versteigerungsunternehmen andererseits liegt jeweils darüber. Hier zeigt sich, wie die Fragmentierung in diesem Bereich die öffentliche Wahrnehmung beeinflusst. Zusammen mit Internetversteigerungen bestreiten alle Auktionsunternehmen nur rund die Hälfte der Kunstmärkte. Verglichen mit der »gefühlten« Situation und den Befürchtungen des Handels sind dies überraschende Zahlen.

Zudem muss man konstatieren, dass der Kunstmarkt mit seinem Umsatz von 65 Milliarden Dollar im Jahr 2023 überhaupt nur der kleinste Teilmarkt der Kulturbranche ist. Der Anteil des gesamten Kunstmarktes am Weltbruttosozialprodukt liegt bei rund 1,5 Promille – Karl Marx nannte ihn in seinen *Theorien über den Mehrwert* eine *Quantité Négligeable*. Gleichwohl ist Kunst als Ware nicht unbedingt ein Luxusgut, sondern hat eine Schlüsselstellung in der Popularisierung der Künste: Über die Hälfte aller Transaktionen in Europa bewegt sich in Regionen unter 3.000 Euro; die Unternehmen beschäftigten im Jahr 2022 weltweit rund 2,9 Millionen Menschen.⁷

Es gibt einen weiteren Grund dafür, dass Prognosen zur Kunstmarktentwicklung diffus und nur begrenzt aussagefähig sind: De Facto handelt es sich bei diesem Markt um die Summe von Mikromärkten, die jeweils eigenen Gesetzen unterliegen. Sicherlich gibt es Rahmenbedingungen, die gleichermaßen für den Markt der zeitgenössischen Kunst, den des Porzellans, der antiken Möbel und der Druckgrafik gelten, um nur einige wenige Teilmärkte zu nennen. Gleichzeitig unterliegt jeder dieser Mikromärkte eigenen Einflüssen und Moden. Vorhersagen über die Entwicklung des Kunstmarktes, das heißt der Gesamtheit der Teilmärkte, können deshalb nicht präzise sein. Dies ist umso bedauerlicher, als Kunstmarktgeschichte immer auch Ökonomiegeschichte ist, denn der Strom der Kunstwerke folgt traditionell ökonomischen Veränderungen. Die englische Sammlerschaft kaufte im 17. Jahrhundert die Kunstwerke des verarmten italienischen Adels, nach der Französischen Revolution fanden die Kunstwerke, die von der republikanischen Regierung verkauft wurden, Aufnahme im europäischen Ausland, so wie die US-amerikanischen Großindustriellen sich in den 1920er-Jahren um die Zarenschätze bewarben, die das Sowjet-Regime zur Devisengewinnung ins westliche Ausland verkaufte. Die amerikanische Sammlerschaft war auch Hauptabnehmer der Werke, von denen sich der englische Adel gegen Ende des 19. Jahrhunderts wieder trennen musste und verkaufte sie rund 100 Jahre später an russische Oligarchen, die die Nachfrage der Jahrtausendwende stellten, um in der Folge ihrerseits von der Geldelite aus Mainland China oder der Golfregion überholt zu werden: *ars longa!*⁸

1.2 DIE GESCHICHTE DER KUNSTMÄRKTE

1.2.1 Die Anfänge

Die Anfänge der Kunstmärkte liegen im Dunkeln der Geschichte. Die Wurzeln sind ägyptische und phönizische Handelsbeziehungen mit einer Vielzahl von Nachbarvölkern: Schon um 1500 v. Chr. brachten ägyptische Händler ihre Waren nach Kreta.

Zur selben Zeit etablierte sich über die Seidenstraße der Güteraustausch zwischen Europa und Asien. Kunstwerke waren zu dieser Zeit kein privates Eigentum, sie schmückten die Tempel und Altäre und gehörten der Gemeinschaft. Säkulare private Sammlungstätigkeit ist nicht überliefert. Allerdings wurden an den Kultstätten des klassischen Griechenlands Nachbildungen von Götterbildern an die Gläubigen verkauft. Die Künstlerschaft selbst hatte in der Gemeinschaft nur einen geringen Rang; war man schöpferisch tätig, so agierte man lediglich als Werkzeug der Götter.⁹

Erste bedeutende Sammlungen gab es im Kulturgebiet des Hellenismus und im antiken Rom. Sowohl die Könige von Pergamon als auch die ägyptischen Pharaonen führten erworbene, geschenkte oder geraubte Kunstwerke in Sammlungen und Kunstkammern zusammen. Eine private Sammlerschaft gab es jedoch erst in der herrschenden Schicht von Rom. Kunstwerke waren Kriegsbeute und wurden schon aus diesem Grund zu Repräsentationszwecken ausgestellt, in der Folge auch verkauft. Durch die hohe Wertschätzung vor allem der griechischen Kunst entstand jedoch bald eine Sammelkultur, die sich von der Darstellung militärischer Erfolge gelöst hatte: Spätestens ab der Kaiserzeit gehörte eine eigene Kunstsammlung zu den Attributen der römischen Oberschicht.¹⁰

Zur Bedienung dieser Nachfrage etablierte sich bald ein begrenzter Kunstmarkt. So gab es in Rom eine Straße, die für die hohe Dichte an Kunsthandlungen bekannt war, die Via Iulia. Berühmt wurde der römische Kunsthändler Iunius Damasippus, jedoch weniger wegen der von ihm angebotenen griechischen Antiken, sondern aufgrund seines aufsehenerregenden Bankrotts.¹¹ Auch Fälschungen derartiger Antiken sind aus dieser Zeit überliefert.¹² Kunsthandel war häufig nur ein »Beigeschäft« zu anderen kaufmännischen Tätigkeiten – »spezialisiert« im Verkauf von Kunst war vor allem die Künstlerschaft selbst, welche eigene Werke anbot.¹³ Trotzdem scheint insgesamt der Markt in Nischen hochspezialisiert gewesen zu sein. Das Sammeln von Kunstgegenständen war auch nach heutigen Vorstellungen ausgesprochen exklusiv: Die von Cicero überlieferten Preise für Skulpturen oder Werke der angewandten Kunst müssen den Vergleich mit den Beträgen nicht scheuen, die auf dem Höhepunkt der Begeisterung für französische Ebenistenkunst im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts auf Auktionen gezahlt wurden.¹⁴

Der Begriff selbst, vom lateinischen »auctio« = Vermehrung abgeleitet, lässt auf ein Auktionsmodell mit aufsteigenden Geboten schließen. Die Details derartiger Auktionen kennt man jedoch erst seit einem aufsehenerregenden Fund aus dem Jahr 1875 in Pompeji: Die Urkunden des römischen Bankiers und Auktionators Lucius Caecilius Iucundus. Dieser hatte seine Geschäfte nicht nur genauestens dokumentiert, sondern diese Akten auch sicher verwahrt. Seine 153 Wachstäfelchen waren in einem Holzkasten gelagert, dessen großflächiger Metallbeschlag die Hitze des Ascheregens weitgehend abgehalten hat. Wie im römischen Kaiserreich üblich, handelt es sich bei den Urkunden um Tafeln aus Buchsbaumholz, die einseitig mit Wachs überzogen waren, in das mit Griffeln geschrieben wurde. War der Platz auf der Wachsfläche erschöpft, wurde regelmäßig auch auf dem Rand oder der Rückseite der Holztafel weitergeschrieben, und zwar mit Tinte. Erwartungsgemäß ist das Wachs in der Hitze des Vulkanausbruchs geschmolzen, sodass heute vor allem die Tinteninschriften Auskunft über einzelne Geschäftsvorgänge geben.¹⁵

Sie ermöglichen einen tiefen Einblick in die Struktur eines solchen Geschäfts, das überraschende Parallelen zum modernen Auktionswesen aufweist. Von antiken Autoren wie Plinius, Cicero oder Cato dem Älteren wissen wir, dass Gegenstände versteigert wurden, wenn ein Nachlass aufgelöst wurde oder der Eigentümer Schulden nicht begleichen konnte.¹⁶ Diese Auktionen wurden seit den Zeiten des Kaiser Augustus mit einer Auktionssteuer von 1 Prozent belegt. Schon damals wurde der Verkäufer in einer solchen Transaktion von einem gewerbsmäßigen Vermittler, dem »coactor«, repräsentiert. Diese Vermittlungstätigkeit entlohnte wiederum die Erwerbspartei mit »merces«, einer Gebühr in Höhe von einem weiteren Prozent. Aus anderen römischen Quellen weiß man, dass es durchaus eine Staffe- lung gab: Für Geschäfte unterhalb einer gewissen Wertschwelle wurden 2 Prozent, darüber dann nur noch 1 Prozent Aufgeld verlangt. Für Objekte, deren Verkauf in Relation zum zu erzielenden Preis einen unverhältnismäßig großen Aufwand bedeutete, gab es feststehende Sockelbeträge.¹⁷ Alle diese Kosten zog der »coactor«, wie auch die Auktionssteuer, vom Kaufpreis ab und zahlte den Restbetrag an die Verkäuferschaft aus.

Neben dem »coactor« übte ein Bankier als »argentarius« die finanzielle Gesamt- übersicht und Kontrolle über die Auktion aus; diese beiden Ämter wurden auch in Personalunion ausgeübt. Die Kontrollfunktion lässt sich am ehesten mit dem heu- tigen »Ammann« oder »Huissier« vergleichen, die in der Schweiz und in Frank- reich nach wie vor die Auktionen überwachen. Der »argentarius« konnte aber auch Interessenten den Kaufpreis vorschießen und wäre somit auch mit einem heutigen Garantor im Konzept der »Third Party Guarantee«¹⁸ vergleichbar. Der Bankier Lucius Caecilius Iucundus wird als ein solcher »coactor argentarius« bezeichnet.¹⁹ Ausgerufen wurden die Güter jedoch vom »praeco«, der auch Meistbietenden den Zuschlag erteilte.²⁰ Das bedeutet, dass die Aufgaben des Auktionators – einerseits neutrale Instanz, die zwischen den Vertragsparteien vermittelt, andererseits Zere- monienmeister des Verkaufsvorgangs – hier offenbar noch auf zwei Personen auf- geteilt waren.²¹

Diese Details aus Iucundus Akten zeigen, dass Auktionen ein zentraler Teil des römischen Wirtschaftslebens waren und alltäglich genutzt wurden, um zügig Güter umzuschlagen. Obgleich einzelne Arbeitsschritte des Auktionierens noch auf meh- rere Akteure verteilt sind, ist im ersten nachchristlichen Jahrhundert bereits eines der zentraler Distributionssysteme der modernen Kunstmärkte in seinen Grund- zügen festgelegt. Auch wenn sich das Aussehen und der Spezialisierungsgrad von Auktionen stark verändert haben, so ist doch die Struktur des Verkaufsvorgangs im Grunde geblieben, wie sie war. Das geflügelte Wort vom »archaischen Wettstreit« im Auktionsaal ist nicht nur Metapher.

Im Rom des 15. Jahrhunderts kommt es zu einer beispiellosen Herrschaftsgeste, die das Sammeln von Antiken gleichermaßen befeuern wie nobilitieren sollte. 1471 »schenkt« Papst Sixtus IV. der Bürgerschaft antike Bronzen, die sich zuvor auf dem Platz vor St. Lateran befunden hatten und zu diesem Zweck auf den Kapitolinischen Hügel verbracht werden.

In der Inschrift, die diese Stiftung feiert, würdigt er nicht nur die herausragen- de Qualität der Skulpturen, sondern dediziert sie dem Volk von Rom, aus dessen

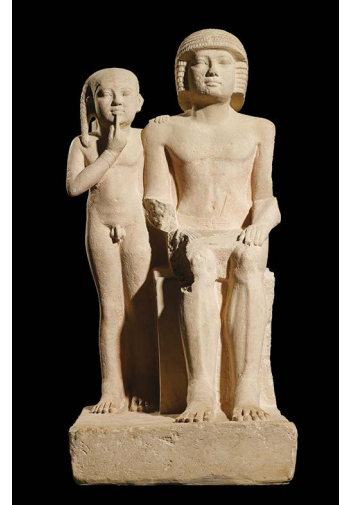
Antiken – Botschafter einer fernen Vergangenheit

Die Wertschätzung antiker Bildnisse erwachte wieder im Zuge der neuzeitlichen Rückbesinnung auf die Vergangenheit. Seit der Renaissance erneut begehrt, gelangten Antiken bislang eher auf einen Nischenmarkt für eine vorherrschend westliche Kundschaft. Obgleich die Kenntnisse von Latein oder Altgriechisch konstant abnehmen, steigt aufgrund aktueller, eklektizistischer Sammeltendenzen seit der Jahrtausendwende das Interesse an der Kunst der Antike. Mix & Match: Die archaische Form kykladischer Figuren spricht durchaus auch die Sammlerschaft von Kunst der Klassischen Moderne an, eine römische oder ägyptische Büste passt hervorragend in eine von zeitgenössischer Kunst geprägte Umgebung. Der große Preisunterschied, der immer noch zwischen Antiken und Werken der bildenden Kunst späterer Jahrhunderte herrscht, hat bei Spitzenobjekten in den letzten Jahren einen zügigen Ausgleich gefunden.²² Die neue Nachfrage kommt regelmäßig aus den Kreisen etablierter Sammlerschaft und diese hat vor allem die Qualitäten antiker Skulpturen erkannt. Für antike Bildhauerarbeiten gilt neben der Qualität des Entwurfes und der Feinheit von Material wie Ausführung auch die Zuordnung als preisbildend: Ist die dargestellte Gottheit oder Person zu identifizieren? Bei Skulpturen kommt dann schließlich noch die »Room Power« hinzu, die in der Kommentierung auch gern als »Sexyness« umschrieben wird. Bei aller Liebe zu Terrakotten oder Mosaiken steht für die Sammlerschaft von Antiken nach wie vor die römische Skulptur im Mittelpunkt des Interesses.²³



Attische, zweihenklige Hydria, sog. *Eastnor Castle Bilingual Hydria*, dem Töpfer der Hypsis Hydria zugeschrieben, um 520–510 v. Chr., verkauft für 906.000 Pfund (2022)

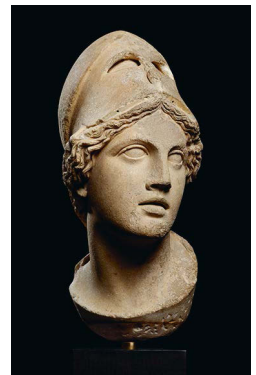
Es versteht sich, dass seriöse Akteure nur legal ausgeführte Objekte anbieten. Für den Kunstmarkt relevant sind diese Gesetze vor allem durch ihre Ausfuhrkontrolle von Kulturgütern inklusive Genehmigungsverfahren sowie durch die Regelungen von Rückführungsansprüchen von illegal aus den Ursprungsländern exportierten Kulturgütern. Im Ergebnis heißt dies, dass ein Objekt das Ursprungsland entweder vor 1970 (dem Jahr des UNESCO Übereinkommens) oder mit einer Ausfuhrgenehmigung verlassen haben muss, anderenfalls gilt es als illegales Ausgrabungsstück.²⁴



Ägyptische Skulpturengruppe *Mehernefer und sein Sohn*, Kalkstein, altes Reich, mittlere bis späte 5. Dynastie, um 2.300–2.400 v. Chr., verkauft für 6 Millionen Pfund (2022)



Büste des Antinoos, Römisch, zwischen 130 und 138 n. Chr., verkauft für 24 Millionen Dollar (2010)



Kopf der Athene, Typus *Athene Vescovali*, Römisch, 2. Jahrhundert n. Chr., verkauft für 819.000 Pfund (2022)

Mitte sie einst (nämlich in der Antike) gekommen waren. Abgesehen von der offensiv zur Schau gestellten »Großzügigkeit« eines Souveräns erkennt der Papst damit die zeitgenössische Bürgerschaft als die Nachkommenschaft der Antike an, und er legitimiert gleichzeitig die Sammlungen antiker Artefakte und Spolien, die sich bereits zu diesem Zeitpunkt in zahlreichen römischen Haushalten befanden, als Instrumente beziehungsweise Akte der kulturellen Aneignung. In der Folge kam es zu kompetitiver Sammeltätigkeit von Vertretern alter Familien wie des neueren Adels, und Antiken wurden zum zwingenden Ausstattungsbestandteil der Paläste der Colonna, Orsini, Savelli, Borghese, Medici, D'Este, Farnese oder della Rovere.²⁵

1.2.2 Der Markt der frühen Neuzeit

Nach dem Verfall des Römischen Reiches und dem Aufstieg der christlichen Kirche zur kulturbestimmenden Autorität in Europa wurde die künstlerische Produktion in einem Maße von der Kirche beeinflusst, dass man kaum von einem Kunstmarkt sprechen kann.²⁶ Die enge Beziehung zwischen kirchlichen Auftraggebern und Künstlerschaft benötigte in aller Regel keine weiteren Vermittlungsinstanzen. Erst im Zuge der Reformation entstand ein weitergehendes Informationsbedürfnis, welches eine steigende Nachfrage nach bildnerischen Werken nach sich zog; dieser Bedarf wurde vor allem von Kaufleuten gedeckt, die nicht nur Kunstobjekte vermittelten, sondern sogar eigene Werkstätten unterhielten. Die Erfindung des Buchdrucks schuf ein erstes Massenmedium, denn neben Handschriften und Tafelbildern wurden plötzlich Bücher und Flugblätter zu wichtigen Kommunikationsmitteln.²⁷ Zu dieser Zeit entsteht eine Berufskünstlerschaft, die sich von kirchlichen Auftraggebern oder Zunftvorschriften zunehmend löst und deren fortschreitendes Selbstbewusstsein sich in den Schriften von Albrecht Dürer und Leonardo da Vinci abbildet.²⁸

Spezialisierter Kunsthandel tauchte in der Geschichtsschreibung erst wieder in der Renaissance auf. Im Italien des ausgehenden 15. und des 16. Jahrhunderts wird die Sammelleidenschaft herrschender Familien durch ein Netz von (Kunst-) Agenten bedient. Die zeitgenössischen Kunstschaffenden waren in aller Regel ausschließlich für die Höfe tätig; nur die gefragtesten konnten es sich erlauben, unabhängig und damit für eine Bandbreite von Auftraggebern zu arbeiten.³¹ Das Auktionswesen wurde in dieser Epoche zunehmend staatlich reglementiert, am stärksten in Frankreich: Ein Edikt Heinrichs II. schuf im Jahre 1552 mit den Huissiers-Priseurs (Gerichtsvollziehung und Versteigerung in einer Hand) den einzigen Berufsstand, dem die Übertragung von Eigentum durch Auktionen erlaubt war.³² Die Ausnahmestellung dieses französischen Berufsstandes hat erst die Harmonisierung des EU-Rechts im Jahr 2001 beendet.³³

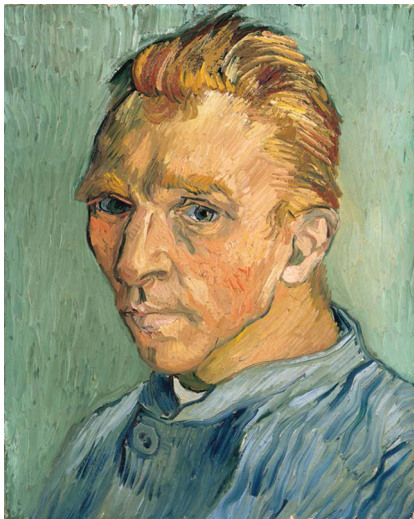
In den Niederlanden existierte im 16. und frühen 17. Jahrhundert ein florierender professioneller Kunstmarkt – begünstigt durch den vorherrschenden Calvinismus, da mit dem kultischen Bilderverbot der Calvinisten die Kirche als Auftraggeberin entfiel und die Künstlerschaft sich um andere Absatzmöglichkeiten bemühen musste. In der Folge entstanden nicht nur (Kunst-) Handelsbeziehungen in alle europäischen Länder, sondern auch eine Künstlerschaft, die nicht mehr ausschließlich nach

Kunstschaffende und ihre Porträts

Zu Beginn der Kunstgeschichte waren die Kunstschaffenden unsichtbar, in der Antike hatten sie einen ausgesprochen niedrigen Rang – jedenfalls keinen, der es gerechtfertigt hätte, sie (oder sich selbst) zu porträtieren. Erst in der Renaissance folgte auf die Ausprägung einer Berufskünstlerschaft die Idee, ein Kunstwerk auch aufgrund der Reputation des Malers, extrem selten der Malerin, zu erwerben. In der Folge



Andy Warhol (1928–1987), *Self Portrait*, 1966/67, verkauft für 8,2 Millionen Dollar (2007)



Vincent van Gogh (1853–1890), *Portrait de l'artiste sans barbe*, 1889, verkauft für 71,5 Millionen Dollar (1998)



Francis Bacon (1909–1992), *Self Portrait*, 1969, verkauft für 34,6 Millionen Dollar (2023)



Rembrandt Harmensz. van Rijn (1606–1669), *Selbstporträt mit Saskia*, 1636, verkauft für 52.500 Pfund (2021)

wurden Gemälde prinzipiell berühmten Malern zugeschrieben. In Zeiten des langsamen Informationsflusses, der für private Recherchen nicht zugänglichen Archive und fehlenden Vervielfältigungsmöglichkeiten für Abbildungen war diese Usance ein risikoarmes Unterfangen.

Albrecht Dürer war mit Selbst-, Alltags- und Fauna-Darstellungen eine fortschrittliche Ausnahme; die meisten Kunstschaffenden arbeiteten auftragsgebunden. Dies änderte sich erst mit den Impressionisten, deren Bewegung zunächst nur geringen Markterfolg zeigte. Diese Ablehnung hatte zur Folge, dass die Kunstschaffenden sich vom Geschmack potenzieller Auftraggeber unabhängig machen konnten und sich verstärkt als autonome Meister, und einige Meisterinnen, empfanden.²⁹

Diese Haltung trug die Idee des künstlerischen Genies in die interessierte Öffentlichkeit, und diese Vielschichtigkeit macht Selbstporträts heute zu gefragten Objekten der Kunstmärkte: Als zeitgeschichtliche Dokumentation des Menschen hinter dem Kunstschaffenden und damit nicht nur künstlerisches Produkt, sondern kulturhistorisches Dokument. Es ist sicher auch die persönliche Begegnung zwischen Sammlerschaft und Kunstschaffenden, die – vermittelt durch ein Selbstporträt – dessen besondere Faszination ausmacht. Künstler von Rembrandt bis Picasso sollten im Laufe der Jahrhunderte dem Selbstporträt eine weitere, sehr persönliche Note beifügen: Es war vielen Instrument auf dem Weg, ihre Arbeit und ihre Namen gleichsam als Marke zu etablieren.³⁰

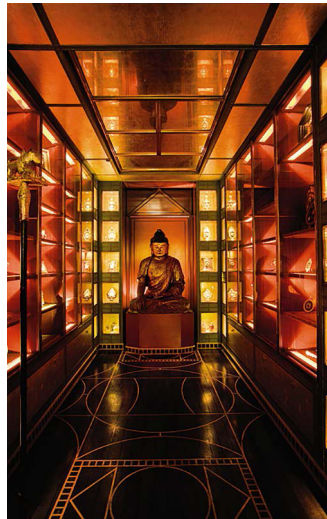
Zum Staunen in die Wunderkammer

Im 16. Jahrhundert bildete sich die Tradition heraus, Kunstwerke in einem eigens dafür gestalteten Raum zu präsentieren, der sogenannten Kunstkammer. Dieses kulturhistorische Phänomen markiert den Beginn moderner Sammeltätigkeit. Nachdem zahlreiche Päpste des 15. und frühen 16. Jahrhunderts bereits Antiken gesammelt hatten, ernannte Papst Leo X. (1475–1521, regierte ab 1513) seinen Hofarchitekten Raffaello Sanzio (»Raffaël«, 1483–1520) zum Aufseher über die römischen Antiken und beauftragte ihn mit einer Ausstellungskonzeption der Sammlung in der ab 1518 errichteten Villa Madama. Es entstand ein erstes Museion, ein »Sitz der Musen«.³⁴ Der Aufbewahrung und privaten Rezeption von vor allem Kleinbronzen, Münzen oder Gemmen diente in dieser Zeit das sogenannte Studiolo, ein Kabinett einer Fürstin oder eines Fürsten, in deren Appartement. Familienarchiv und Schatzkammer, war dieser Raum auch Lagerort von Preziosen und persönlicher Rückzugsbereich. Erst das Studiolo von Isabella d'Este (1474–1539) war auch Empfangsraum, dementsprechend künstlerisch ausgestaltet und mit Objekten ausgestattet, die in einem Sammlungszusammenhang standen: Es wird als erste feudale Kunstkammer gesehen. In der Folge dienten Kunstkammern nicht nur der Ausstellung von Kunstwerken, sondern auch von raren Fundstücken und Naturalien, was den Begriff Wunderkammer entstehen ließ. In ihr fand man ausgestopfte oder in Formalin eingelegte Tiere; Trinkhörner und Pokale aus silbermontierten Muscheln sowie aus Hörnern von Nashorn oder Steinbock; Schnitz- und Drechselarbeiten aus Bernstein, Koralle oder Elfenbein; komplizierte Uhren und astronomische Instrumente. All dies formte ein bizarres und fremdartiges Zusammenspiel von Artefakten, das den Eintretenden intellektuelle Neugier und Wohlstand signalisierte.³⁵

Die Mode klang im 18. Jahrhundert aus, obgleich der Leipziger Kunsthändler C.F. Neickel 1727 mit seiner *Museographia* die erste Niederschrift zu Klassifikation und Konservierung von Sammlungsgegenständen publiziert hatte – vielleicht nahm die zunehmende Systematisierung der Einrichtung ihre Aura.³⁶ Spätformen der Kunstkammer sind das Grüne Gewölbe des sächsischen Kurfürsten August des Starken in Dresden oder das »Theatre of Wisdom« der englischen Königin Charlotte in London; ein Sonderfall ist die Anfang des 18. Jahrhunderts rein zu Lehrzwecken angelegte Wunderkammer der Francke'schen Stiftungen in Halle/Saale.³⁷

Seit der Wende zum 21. Jahrhundert kann man erkennen, dass die Beschäftigung mit Wunderkammerobjekten neues Interesse findet. Solche Moden wurden und werden nicht aus sich selbst geboren, sondern reflektieren mehr oder weniger komplexe geistige Strömungen und gesamtgesellschaftliche

Interessen. War es im 16. Jahrhundert der Umbruch des ptolemäischen Weltbildes und Nikolaus Kopernikus' Entdeckung, dass die Erde keineswegs das Zentrum des Universums ist, so fand sich die heutige Gesellschaft durch die Globalisierung von Information und Produktion mit ähnlich bahnbrechenden Veränderungen konfrontiert. Gemeinsam ist beiden Epochen, dass neue wissenschaftliche Erkenntnisse und politische Umbrüche neue Unsicherheiten brachten. Hieraus resultiert ein neues Interesse für die wissenschaftlichen, namentlich physikalischen Hintergründe und Zusammenhänge der Welt. Darauf besinnt man sich gerne, was die gestiegene Nachfrage nach Kunst-kammerobjekten zeigt. Die Einbindung von Wunderkammer-Artefakten in moderne Interieurs gibt den Räumen nicht nur einen fremdartigen und intellektuellen Touch, sondern reflektiert auch das neuerwachte Interesse an einer verstärkt eklektischen Art des Sammelns. Nicht umsonst gehören Kunstwerke mit der Darstellung des menschlichen Schädels wieder zu den gefragtesten, vor allem als elfenbeinernes Memento mori, vielleicht aber auch als diamantenüberkrustete, zeitgenössische Interpretation durch Damien Hirst. Die Aufnahme naturhistorischer Gegenstände in Auktionen von Werken bildender Kunst – erstmals bei Christie's New York mit einem Tyrannosaurus Rex-Skelett in der Abendauktion für Werke des 20. und 21. Jahrhunderts im Jahr 2020 – zeigt, wie sich heutige Märkte den Praktiken der Wunderkammer annähern und das Objekt um seiner Rarität Willen anbieten.³⁸



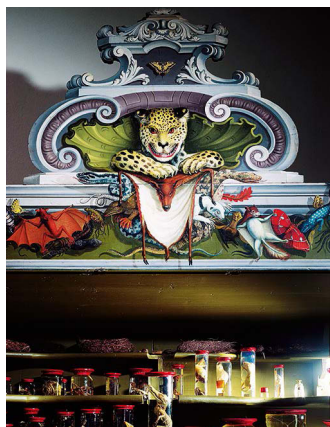
Schatzkammer von Yves Saint Laurent, Design Jacques Grange (*1944), Paris, 1980er-Jahre



Kunstammerregal, Design Axel Vervoordt (*1947),
s'Gravenwezel, 1990er-Jahre



Renaissance-Automat in Form eines Elefanten, vergoldete
Bronze und Silber, Augsburg, um 1600/10, verkauft für
2,6 Millionen Dollar (2021)



Animalienschrank, Kunst- und Wunder-
kammer der Francke'schen Stiftungen,
Halle/S., 18. Jahrhundert



Tash Perrin versteigert einen Tyrannosaurus Rex als Lot einer
Kunstauktion, Christie's New York, 2020

Alte Meister – die sichere Bank der Kunstmärkte?

Die Furcht vor großer Volatilität – sei es in der Beschreibung von Autorenschaft oder Marktwert – lässt Altmeistergemälde heute als vergleichsweise »sicheres« Sammelgebiet, womöglich gar Investment, erscheinen. Auf dem Markt des 21. Jahrhunderts kommt neue Nachfrage regelmäßig sogar aus den Kreisen der Sammlerschaft von zeitgenössischer Kunst. Sie empfindet diese zuweilen als überbewertet und entscheidet sich auf dem Altmeistermarkt für museums-erprobte Qualität.⁴²

Für die interessierte Öffentlichkeit ist die Nachfrage nach alter Kunst erstaunlich, zeigen doch derartige Bilder oft unpopuläre, lehrhafte Themen. Die wichtigsten Bereiche des Altmeistermarktes sind allerdings nach wie vor niederländische Landschaften des 17. Jahrhunderts und italienische Ansichten, da für die meisten Menschen ein Leben unter einer venezianischen Vedute angenehmer zu sein scheint als unter einem heiligen Sebastian. Auch hier wirken die großen Namen als »Brands«, eine Ansicht von Breughel oder Canaletto stößt auf größeres Interesse, wie nicht zuletzt die Canaletto-Preise in der Paul Allen Nachlassauktion im November 2022 nachdrücklich unterstrichen haben. In diesem Zusammenhang ist auch die Nachfrage für Werke der italienischen Hochrenaissance zu erklären, die durch den Weltrekordverkauf für die Leonardo da Vinci zugeschriebene Tafel des Salvator Mundi angestachelt wurde, auch wenn sie sich aufgrund des Nachschub-Mangels zum Beispiel auf Luini statt Leonardo auswirkt (Bernardo Luini, um 1480–1532).

Erst seit wenigen Jahren gibt es für religiöse Themen eine größere Offenheit und auch eine zunehmende private Nachfrage. Kurator Thierry Morel kann ohnehin nicht verstehen, dass Teile der Sammlerschaft zuweilen immer noch Berührungsängste bei religiösen Themen zeigen: »The church was hugely wealthy and patronised many artists. For this reason, the best work by an artist is likely to have a religious subject matter.«⁴³ Gleichzeitig ist heute ein gestiegenes Interesse an frühen Porträts zu verzeichnen. Zudem ist auch bei Altmeistergemälden die Hinwendung zum Minimalismus erkennbar, die zum Beispiel die Selektion von Stillleben beeinflusst.

Zahlreiche Rekordpreise für Altmeister haben seit der Jahrtausendwende das große Marktpotenzial beleuchtet und zumindest an der Qualitätsspitze die oft von Sammlern beklagte Missrelation zwischen Zeitgenossen- und Altmeisterpreisen verkleinert, auch wenn die Zahl der angebotenen Spitzenwerke im Vergleich naturgemäß gering bleibt.⁴⁴ Gleichzeitig schafft die kunsthistorische Forschung eine gewisse Dynamik, wenn Werke wiederentdeckt oder neu zugeschrieben werden. Als Antwort auf die Frage, warum hochkarätige Werke auf den Markt gebracht werden, kommt im

Altmeisterbereich die Restitution von Museumsbildern zur Liste von Gründen, die ansonsten im Privatbereich der Eigentümerschaft liegen. Deswegen werden »Death, Divorce and Disaster« durch »Rediscovery, Restitution and Reattribution« ergänzt. Wiederentdeckungen und Restititionen passieren regelmäßig im Bereich der sogenannten Meisterwerke, die für das Sammelgebiet von herausragender Bedeutung sind. Neuzuschreibungen sind Teil der kunsthistorischen Auseinandersetzung mit einem Bestand, der zum größten Teil unsigniert ist.⁴⁵

Die Zunahme des Interesses gilt auch Altmeisterzeichnungen und -grafik. Diese werden oft von denjenigen gekauft, denen die Ölgemälde zu teuer geworden sind. Gleichwohl zeichnet sich der Großteil des Angebots durch erschwingliche Preise aus; in wenigen Sammelgebieten ist die Lücke zwischen umkämpftem Meisterwerk und dem Werk des unbekanntem Kleinmeisters so sichtbar wie hier.⁴⁶ Diese Situation bedeutet, dass sich Interessierte im 21. Jahrhundert auf einem Käufermarkt befinden. »We also discovered that Old Master paintings were not necessarily expensive. That you can buy paintings without being extremely rich.«, erinnert sich der Pariser Sammler Edwin Milgrom an die Anfänge seiner Sammelleidenschaft.⁴⁷

Der größte Nachteil Alter Meister ist vielleicht, dass sie sich langsamer erschließen und so die schnelle Wiedererkennung und Einordnung wie bei zeitgenössischen Werken nur begrenzt möglich erscheint. Kunstkritiker Scott Reyburn jedoch findet, dass eine Gesellschaft, die die Lust an der Langsamkeit zum Beispiel in der Kulinarik entdeckt hat, dieses Muster auch auf die Kunst übertragen sollte: »There's a Slow Food movement. How about Slow Art?«⁴⁸



Römische Schule, *Der Raub des Ganymed*, um 1630/40, verkauft für 252.000 Franken (2008)



Lucas Cranach d. Ä. (1472–1553), *Die Nymphe des Frühlings*, um 1540–1545, verkauft für 9,4 Millionen Pfund (2022)



Leonardo da Vinci (1452–1519), *Salvator Mundi*, um 1500, verkauft für 450,3 Millionen Dollar (2017)



Franz Christoph Janneck (attr., 1703–1761), *Immaculata*, verkauft für 5.000 Euro (2009)



Alessandro Filipepi, gen. Sandro Botticelli (1444/5–1510), *Madonna Magnifikat*, erste Hälfte 1480er-Jahre, verkauft für 48,5 Millionen Dollar (2022)

Auftrag, sondern auch »auf Vorrat« arbeitete. Die Werke wurden in den Ateliers und Kunsthandlungen, einem Kunstmarkt in den Räumen der Antwerpener Börse mit mehr als 100 Ständen, aber auch auf Märkten und Auktionen sowie im Rahmen von Lotterien angeboten.³⁹

Neu sind auch die bildnerischen Antworten auf diese Nachfrage: Nicht traditionelle und biblische Themen, sondern beliebte Genredarstellungen oder Landschaften bildeten nun den Schwerpunkt der Produktion – und waren zudem effizienter und damit kostengünstiger herzustellen als Porträts oder Stillleben.⁴⁰ Dies umzusetzen fiel den Kunstschaaffenden dieses Kulturkreises auch deswegen leichter, weil Formideen der nördlichen Renaissance die Darstellung von Alltagsdingen eher erlaubten, wohingegen die südlichen Kunstvorstellungen jede dargestellte Person, jeden Gegenstand in das höhere mythologische oder anderweitig moralische Thema des Werkes einbanden.⁴¹

Diese neue Art der inhaltlichen wie kommerziellen Kunstvermittlung hatte in den Niederlanden eine künstlerische und (kunst-) wirtschaftliche Blüte zur Folge. Erstmals wurde der Kunstmarkt von einer expandierenden Nachfrage bestimmt, die von einem (zugegebenermaßen vor allem männlichen) Massenpublikum ausging – es sollen in diesen rund 150 Jahren des »Goldenen Zeitalters« von einer dreistelligen Zahl von Kunstschaaffenden zehn Millionen Bilder geschaffen worden sein.⁴⁹

Neben der religiösen Freiheit war eine Sonderökonomie der Region für diesen Boom verantwortlich. Grund der gesellschaftlichen und sozialen Situation war ein auf internationalem Handel beruhender Reichtum, der wegen der geringen Größe des Landes nicht in Grundbesitz angelegt werden konnte. Stattdessen wurde in Mobilien investiert. Das waren die Textilien des täglichen Lebens oder aber dauerhafte, mobile Investitionsgüter wie Schmuck, Tafelsilber oder Tapisserien. Letztere waren, zusammen mit den Werken der bildenden Kunst, über Jahrhunderte die kostspieligsten Ausstattungsstücke eines Haushalts.⁵⁰

Dieser Kunstmarkt war in Europa eine Ausnahmeerscheinung und erlangte rasch über die Landes- oder Handelsgrenzen hinaus Berühmtheit, sodass der Besuch im Atelier eines niederländischen Künstlers zum festen Bestandteil von Kavaliersreisen, der »Grand Tour«, wurde.

Derartige Reisen dienten der Bildung, aber auch dem Luxuskonsum und dem »coming of age« vor allem der Erben großer Ländereien. Sehnsuchtsziel des 17. und 18. Jahrhunderts war Italien, zunächst Rom, nach der aufsehenerregenden Entdeckung von Pompeji 1748 zunehmend auch Neapel. Obgleich der Zugang zu den Ausgrabungsstätten zunächst vom Königshaus aufs Strengste kontrolliert wurde, breitete sich die Kunde – auch dank zwar kostspieliger, aber käuflich zu erwerbender Kupferstichsammlungen – in Windeseile aus: Aus ganz Europa traten die Altertumsforscher wie auch die »Dilettanti«, die Privatgelehrten, die Reise an, um diese versunkene Welt zu studieren und ihre Erlebnisse und Forschungsergebnisse zu verbreiten.⁵⁴ Überhaupt wurde die zeitgenössische Idee des Kunstsammelns, -bewahrens und -erforschens und damit die Quintessenz des modernen Museums maßgeblich von dieser Epoche und diesen Vorgängen geprägt. Nicht umsonst waren die ersten Antiken, die das British Museum nach seiner Gründung erwarb,