

# **Betriebssystem Kunst : Strukturen & Perspektiven = L'art et son système d'exploitation : structures et perspectives = Sistema operativo arte : strutture & prospettive**

Autor(en): **Seegers, Ulli**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art**

Band (Jahr): **120 (2018)**

Heft -: **Marché & pouvoir = Markt & Macht = Market & might = Mercato & potere**

PDF erstellt am: **14.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-813132>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Betriebssystem Kunst: Strukturen & Perspektiven



Pieter Bruegel  
d. Ä., *Invidia*, 1558,  
Kupferstich, 22.5 ×  
29.5 cm, Herausgeber:  
Hieronymus Cock, Bibliothèque  
Royale, Cabinet  
Estampes, Brüssel

L'art et son système d'exploitation :  
structures et perspectives

Sistema operativo arte:  
strutture & prospettive

Ulli Seegers

Es war eine Auktion, die Geschichte geschrieben hat. Am 11. Mai 2015, ein sommerlicher Montagabend mitten in New York, wurden bei Christie's innerhalb von zwei Stunden Kunstwerke im Wert von 620 Millionen Euro versteigert. Besondere Beachtung erfuhren dabei *Die Frauen von Algier*, die Pablo Picasso 1955 in einer Weise auf die Leinwand bannte, die kubistische, fauvistische und neo-impressionistische Stilelemente miteinander verbindet. Das Bild geht zurück auf eine Interpretation des gleichnamigen Gemäldes von Eugène Delacroix aus dem Jahre 1834, von denen Picasso insgesamt 15 Versionen geschaffen hat, die mit den Buchstaben A bis O betitelt wurden. Die bei Christie's eingelierte orientalische Haremsszene ist mit *Version O* bezeichnet und zählt zu den berühmtesten der Reihe. Zuletzt war das Gemälde 1997 ebenfalls bei Christie's versteigert worden – zu einem Preis von fast 32 Millionen Dollar. Hier nun – 18 Jahre später – kostete es knapp 180 Millionen Dollar – ein neuer Auktionsrekord! Zuvor galt Francis Bacons *Three Studies of Lucian Freud* (1969) als das teuerste versteigerte Kunstwerk, welches 2013 mehr als 142 Millionen Dollar (Christie's) kostete. Die Intervalle zwischen den immer neuen Rekordmeldungen auf dem internationalen Kunstmarkt werden kürzer, die Liste der Superlative hingegen immer länger und das Preiskarussell dreht sich immer schneller. So liesse sich die Liste der Rekorde erweitern um das nur einen Tag nach dem Francis Bacon bei Sotheby's versteigerte Gemälde von Andy Warhol: *Silver Car Crash* für 105 Millionen Dollar. Oder auch um den orangefarbenen Ballon-Hund von Jeff Koons, der am gleichen Tag bei Christie's als teuerstes Kunstwerk eines lebenden Künstlers für 58 Millionen Dollar unter den Hammer kam. So unterschiedlich diese Werke auch sind, sie haben neben der Tatsache, dass sie zum jeweiligen Zeitpunkt preisliche Rekordhalter sind, eine weitere Gemeinsamkeit: sie datieren alle in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, selbst wenn das aktuellste Ranking seit dem 15.11.2017 mit dem Leonardo da Vinci zugeschriebenen *Salvator Mundi* von einem Alten Meister angeführt wird (450 Millionen Dollar, Christie's).

#### Der internationale Kunstmarkt: Zahlen & Fakten

Tatsächlich bildet die Sparte der «Nachkriegskunst und der Zeitgenössischen Kunst» im internationalen Kunst-

Ce fut une vente aux enchères historique. Le 11 mai 2015, un lundi soir agréable en plein New York, Christie's a vendu des œuvres d'art pour un montant total de 620 millions d'euros en deux heures. *Les Femmes d'Alger*, que Pablo Picasso a peint en 1955 d'une manière qui combine cubisme, fauvisme et néo-impressionnisme, a fait l'objet d'une attention particulière. Le tableau se réfère à une œuvre du même nom réalisée par Eugène Delacroix en 1834, dont Picasso a tiré 15 versions, dont les titres vont de A à O. La scène orientale de harem vendue par Christie's était la *Version O* et est l'une des plus célèbres de la série. En 1997, le tableau avait également été vendu par Christie's à un prix de près de 32 millions de dollars. 18 ans plus tard, il a coûté près de 180 millions de dollars ; un nouveau record pour une vente aux enchères ! Avant cela, *Three Studies of Lucian Freud* de Francis Bacon (1969) était considéré comme l'œuvre d'art la plus chère vendue aux enchères ; le tableau avait été vendu plus de 142 millions de dollars (Christie's). Sur le marché international de l'art, les intervalles entre les annonces de prix records se raccourcissent, la liste des superlatifs, en revanche, s'allonge de plus en plus et le carrousel des prix semble s'emballer. Ainsi, un jour après la vente du Francis Bacon, une œuvre d'Andy Warhol, *Silver Car Crash*, a été vendue par Christie's pour la modique somme de 105 millions de dollars. Le chien-ballon orange de Jeff Koons, a été adjugé pour 58 millions de dollars le même jour chez Christie's ; l'œuvre d'art la plus chère pour un artiste vivant ... Aussi différentes que soient ces œuvres, elles ont un point commun, outre le fait qu'elles détiennent des records de prix : elles datent toutes de la seconde moitié du XXe siècle. Mais, depuis le 15.11.2017, ce constat doit être relativisé ; la toile *Salvator Mundi*, attribuée à Léonard de Vinci, a été adjugée pour 450 millions de dollars (Christie's).

#### Le marché international de l'art : faits et chiffres

De fait, le secteur « art d'après-guerre et art contemporain » est actuellement le secteur le plus lucratif du marché international de l'art. En 2015, 46 % du chiffre d'affaires total des ventes aux enchères internationales provenait du secteur « post-war and contemporary ». <sup>1</sup> Les catégories « modernes » avec 30 %, « (post)impressionnistes » avec 13 % et plus loin avec seulement 9 % les « maîtres anciens » sont nettement distancées. Le fait

## 46

Francine Mury

Avvicinarsi al mercato dell'arte e al commercio, o no? A condizione di obbedire a determinati criteri, come l'età, le tendenze artistiche, se possibile appartenenti al paradigma dell'arte contemporanea, concettuale. Il mio lavoro non è in linea con questi prodotti, è focalizzato su un problema unico e fondamentalmente sperimentale e lento. Quale mercante può senza sfiduciarlo difendere un artista nei confronti di una clientela interessata un lavoro che sola «presenzialista»?

Als Künstlerin sich auf den Kunstmarkt und deren Kommerz einlassen oder nicht? Unter der Bedingung, bestimmte Kriterien zu erfüllen wie etwa Alter, trendige künstlerische Tendenzen, wenn möglich zum Paradigma zeitgenössischer oder konzeptueller Kunst zu gehören. Meine Arbeit steht nicht im Einklang mit dieser Auffassung, die Werke fokussieren auf eine langsame und experimentelle Erfahrung. Welcher Händler würde nicht ohne ein gewisses Misstrauen einer eiligen Kundschaft Werke anbieten, die nicht «augenblicklich» sind?

S'approcher du marché de l'art et du négoce, ou non ? A condition d'obéir à certains critères, tel que l'Age, les tendances artistiques, si possible appartenant au paradigme de l'art contemporain ou conceptuel. Mon propre travail n'entre pas dans la lignée de ces produits, il est focalisé sur un problème foncièrement expérimental et lent. Quel marchand pourrait donc non sans quelque méfiance, défendre auprès d'une clientèle pressée un travail qui n'est pas « présentiste » ?

markt gegenwärtig den lukrativsten Sektor. 2015 nämlich entstammten ganze 46% des Gesamtumsatzes im internationalen Kunstauktionshandel dem Bereich «Post-War und Contemporary».<sup>1</sup> Mit grossem Abstand folgen die Sparten «Moderne» mit 30%, «(Post)Impressionisten» mit 13% und abgeschlagen am Ende des Feldes mit nur 9% die «Alten Meister». Dass man gegenwärtig mehr mit einem zeitgenössischen Werk als mit einem Rembrandt verdienen kann, liegt sicher auch darin begründet, dass kaum mehr bedeutende Werke alter Meister auf dem Markt verfügbar sind. Kunsthistorisch wichtige Werke befinden sich längst in musealen Sammlungen, aus denen selten ein Weg in den Markt zurückführt. Anders formuliert: Der Bestand an Werken alter Meister ist naturgemäss begrenzt, während die zeitgenössische Kunst nachwächst.

Der internationale Kunstmarkt erreicht ungeahnte Höhen, und selbst Jahre der Flaute vermögen nichts an diesem Langzeiteindruck zu ändern. So lag der Umsatz 2015 im weltweiten Kunstmarkt bei 63,8 Milliarden Dollar (2014: USD 68,2 Milliarden). Die mit Abstand grössten Teilmärkte liegen dabei in den USA, in China und in Grossbritannien (2015: US 43%, UK 21% und China 19%). Die Schweiz und Deutschland fallen mit jeweils 2% noch hinter Frankreich (6%) zurück und sind – bezogen auf die prozentualen Umsatzzahlen – nahezu unbedeutend.

Wie aber ist es möglich, dass ein einzelnes Gemälde – und sei es von Picasso – einen Preis von fast 180 Millionen Dollar erzielt? Wer sind die Käufer solcher Werke? Picassos *Frauen von Algier* sind angeblich einem früheren Ministerpräsidenten von Katar zugeschlagen worden und der *Salvator mundi* laut Pressemeldungen offenbar dem neuen Louvre-Ableger in Abu Dhabi. Warum kaufen Menschen Kunst und warum geben sie für eine bemalte Leinwand einen dreistelligen Millionenbetrag aus? Laut einer internationalen Befragung, die das Infas-Institut für angewandte Sozialwissenschaft 2013 im Auftrag der AXA ART Kunstversicherung unter knapp 1000 internationalen Sammlern in den USA, UK, Frankreich, Deutschland und in der Schweiz durchgeführt hat, lassen sich drei Sammlertypen unterscheiden. Typ 1: die Kunstbegeisterten, für die das Sammeln und die Beschäftigung mit Kunst eine Leidenschaft und ein Gegengewicht zum Alltag darstellt; Typ 2: die Bewahrer, die mit ihrer Sammeltätigkeit eine Familientradition

qu'on puisse actuellement gagner davantage avec une œuvre contemporaine qu'avec un Rembrandt est certainement dû en partie au fait qu'il n'existe pratiquement pas d'œuvres significatives de maîtres anciens sur le marché. Les œuvres importantes du point de vue de l'histoire de l'art se trouvent depuis longtemps dans les musées, d'où le retour vers le marché est rarement possible. Formulé différemment : le nombre d'œuvres d'anciens maîtres est naturellement limité, tandis que l'art contemporain est en plein développement.

Le marché international de l'art a atteint des sommets insoupçonnés, et même les périodes de morosité ne changent rien à cette impression durable. En 2015, le chiffre d'affaires du marché mondial de l'art a été de 63,8 milliards de dollars (2014 : USD 68,2 milliards). Les marchés partiels de loin les plus importants sont les États-Unis, la Chine et le Royaume-Uni. (2015 : USA 43 %, GB 21 % et Chine 19 %). Avec 2 % chacune, la Suisse et l'Allemagne sont à la traîne par rapport à la France (6 %) et sont presque insignifiantes en termes de chiffre d'affaires.

Mais comment est-il possible qu'un seul tableau – fût-il de Picasso – coûte près de 180 millions de dollars ? Qui sont les acquéreurs de ces œuvres ? *Les Femmes d'Alger* de Picasso a apparemment été acquis par un ancien Premier ministre du Qatar. Et le *Salvator mundi* aurait été acheté par Le Louvre Abu Dhabi, selon un communiqué de presse. Pourquoi les gens achètent-ils de l'art et pourquoi dépensent-ils des centaines de millions pour une toile peinte ? Selon une enquête internationale menée en 2013 par l'Institut Infas des sciences sociales appliquées, pour le compte d'AXA ART (assurance pour l'art) auprès de près de 1000 collectionneurs internationaux aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et en Suisse, on distingue trois types de collectionneurs ; type 1 : le passionné d'art, pour qui collectionner et travailler avec l'art est une passion et un moyen de s'évader ; type 2 : le conservateur, qui perpétue une tradition familiale ; type 3 : l'investisseur, qui considère sa collection comme faisant partie de son portefeuille d'actifs et qui se concentre principalement sur l'augmentation de la valeur. Le collectionneur d'art typique est un homme, universitaire et âgé de 40 à 69 ans. Sans surprise, l'art contemporain est la forme de collection préférée (82 %).

## 47

Frank und Patrik Riklin



fortführen, und Typ 3: die Investoren, die ihre Sammlung als Bestandteil ihres Vermögens-Portfolios betrachten und primär auf Wertsteigerung setzen. Der typische Kunstsammler ist männlich, Akademiker und zwischen 40 und 69 Jahre alt. Wenig überraschend ist der Umstand, dass bevorzugt zeitgenössische Kunst gesammelt wird (82%).

### Preisbildende Faktoren

Gemeinhin werden fünf Faktoren bei der Preisbildung im Kunstmarkt genannt: Provenienz, Zustand, Echtheit, öffentliche Präsentationen und Qualität.<sup>2</sup> Zudem bestimmen Angebot und Nachfrage den Preis, heisst es zumeist. Ein rares oder gar einmaliges Stück könne daher schon durch nur zwei konkurrierende Nachfrager in die Höhe getrieben werden. Andererseits bildet das ökonomische Kapital nach Pierre Bourdieu aber nur eine der vier Kapitalsorten, weshalb im Kunstfeld vor allem auch das symbolische Kapital bei der Preisbildung berücksichtigt werden muss. Hier zielt der Kunstkauf auf die Mehrung von sozialem Prestige und gesellschaftlichem Ansehen. Ähnlich gelagert ist der sogenannte Snob-Effekt, der nach dem amerikanischen Ökonomen Thorstein Veblen den Geltungskonsum markiert. Ein Phänomen, das entgegen dem landläufigen Prinzip der Preisbildung ein ganz erstaunliches Käuferverhalten im Kunstmarkt erklärt: Die Nachfrage nach sogenannten Veblen-Gütern sinkt nicht bei steigendem Preis, sondern sie nimmt ganz im Gegenteil sogar noch zu. Hintergrund ist der Wunsch nach sozialer Abgrenzung durch den Erwerb von teuren Gütern, um den eigenen Status gegenüber anderen Individuen zu unterstreichen. «Die gesamte Geschichte des demonstrativen Verbrauchs – handle es sich nun um den Verbrauch von Gütern, Dienstleistungen oder menschlichem Leben – wird natürlich von einer Bedingung beherrscht, nämlich der, dass die Ausgaben, sollen sie das Ansehen des Konsumenten auch wirklich erhöhen, überflüssig sein müssen. Nur Verschwendung bringt Prestige.»<sup>3</sup> Picassos *Frauen von Algier* ermöglichten dem letzten Einlieferer bei Christie's nicht nur einen gewaltigen und schwer einholbaren Abstand im Bereich der sozialen Distinktion, sondern bescherten ihm innerhalb von 18 Jahren auch die unglaubliche Rendite von 560%. In welcher Branche liessen sich ähnliche Profite erzielen?

### Facteurs constitutifs du prix

Cinq facteurs sont généralement mentionnés pour l'établissement des prix sur le marché de l'art : provenance, état, authenticité, présentations publiques et qualité.<sup>2</sup> En outre, il est communément admis que l'offre et la demande déterminent le prix. Une pièce unique ou rare pourrait donc être poussée vers le haut par seulement deux demandeurs concurrents. Il convient de tenir compte du fait que, selon Pierre Bourdieu, le capital économique n'est qu'un des quatre types de capital ; le capital symbolique en particulier doit également être pris en compte. Souvent, l'achat d'œuvres d'art vise à accroître le prestige social. Cela correspond à l'effet « snob » de la consommation ostentatoire, selon l'analyse de l'économiste américain Thorstein Veblen. Un phénomène qui, contrairement au principe commun de formation des prix, explique un comportement d'achat assez étonnant sur le marché de l'art : la demande de biens dits « Veblen » ne diminue pas avec la hausse des prix ; au contraire, elle a tendance à augmenter ! En arrière-plan, il y a le désir de différenciation sociale par l'achat de biens coûteux afin de souligner son propre statut par rapport aux autres individus. « Toute l'histoire de la consommation ostentatoire – qu'il s'agisse de la consommation de biens, de services ou de la vie humaine – est bien sûr dominée par une condition : pour être véritablement dans l'amélioration de la visibilité ou du prestige du consommateur, elle doit être superflue. Seul le gaspillage apporte du prestige. »<sup>3</sup> *Les Femmes d'Alger* de Picasso a permis au dernier « fournisseur » de Christie's non seulement une avancée énorme et difficile à rattraper en termes de distinction sociale, mais lui a également permis un rendement incroyable de 560 % sur 18 ans. Dans quelle branche peut-on réaliser de tels profits ?

Dans le contexte de ces records de prix sur le marché de l'art, il n'est pas surprenant que de plus en plus d'observateurs et d'acteurs du marché fassent la moue en considérant l'économicisation croissante du monde de l'art. « Cet afflux d'argent ruine tout, l'avidité n'a pas de fin », estime le galeriste Volker Diehl, qui tient une galerie à Berlin depuis 1983 : « Il n'est plus question d'art, mais de marketing et de branding ». <sup>4</sup> L'avidité humaine serait donc la cause de tous les maux ? Et cela dans le beau monde de l'art ? Sigmar Polke avait déjà traité artistiquement le thème de la cupidité. Souvenons-nous de son grand tableau de 1985 *Neid und Habgier II*. Son

## 48

### Frank und Patrik Riklin

Der Kunstmarkt spielt für uns keine Rolle. Seit längerem agieren wir ausserhalb des ordentlichen Kunstbetriebs und suchen die unübliche Kooperation z.B. mit der Wirtschaft. Dadurch haben wir ein neues Handlungsfeld entdeckt: Die Artonomie – eine Art Verschmelzung zwischen Kunst und Wirtschaft, ohne dass sich die Kunst verbiegt oder Kompromisse eingeht. Die Kunst regiert. Durch die Artonomie finanzieren und verkaufen wir unsere Kunst unabhängig und jenseits vom klassischen Kunstmarkt.

Le marché de l'art ne joue aucun rôle pour nous. Depuis quelque temps déjà, nous travaillons en dehors du monde ordinaire de l'art et recherchons des coopérations inhabituelles, par exemple avec le monde de l'économie. Dans ce contexte, nous avons découvert un nouveau champ d'action : l'artonomie – une sorte de fusion entre l'art et l'économie, sans que l'art fasse des compromis. L'art est aux commandes. Par le biais de l'artonomie, nous finançons et vendons notre art indépendamment et au-delà du marché de l'art classique.

Il mercato dell'arte per noi non riveste alcun ruolo. Da tempo operiamo fuori dal perimetro dell'industria culturale tradizionale cercando l'inusuale collaborazione, per esempio, con l'economia. Abbiamo così scoperto un nuovo campo d'azione: l'artonomia – una sorta di fusione fra arte ed economia, senza che l'arte si pieghi o accetti compromessi. È l'arte a governare. Attraverso l'artonomia finanziamo e vendiamo la nostra arte indipendentemente e oltre i confini del mercato dell'arte tradizionale.



Sigmar Polke, *Neid und Habgier II*, 1985, Dispersion und Pigmente auf Dekorationsstoffen, 230 × 407 cm, Kunsthau Zürich, 1988, © The Estate of Sigmar Polke, Cologne / 2018, ProLitteris, Zurich, Foto: Kunsthau Zürich

Vor dem Hintergrund dieser Preisrekorde im Kunstmarkt verwundert es nicht, dass immer mehr Marktbeobachter wie auch Akteure über die zunehmende Ökonomisierung der Kunstwelt die Nase rümpfen. «Das viele Geld macht alles kaputt, die Gier kennt kein Ende», meint der Galerist Volker Diehl, der seit 1983 in Berlin eine Galerie betreibt: «Es geht schon lange nicht mehr um die Kunst, sondern um Marketing und Branding».<sup>4</sup> Die menschliche Gier ist also schuld. Und all das in der schönen Welt der Kunst? Bereits Sigmar Polke hat sich künstlerisch mit dem Thema Gier beschäftigt. 1985 malte er sein grossformatiges Rasterbild *Neid und Habgier II*. Der Untertitel lautet: *Zwei Hunde und ein Knochen kommen nicht leicht zu einer Einigung*. Sollte er dabei etwa an zwei Sammler oder Galeristen gedacht haben, die sich um ein Kunstwerk oder eine Künstlervertretung streiten? Polke hat sich bei dem gerasterten Motiv der beiden Hunde einer berühmten Bildvorlage bedient. Pieter Brueghel d.Ä hat die *Invidia*, den personifizierten «Neid», 1557 in seiner Folge der *Sieben Todsünden* gezeichnet. Als Kupferstiche erlangten die Blätter mit ihrem deutlichen moralischen Anspruch rasch Berühmtheit. Brueghel platzierte die weibliche Allegorie des Neides in die Mitte des Sinnbildes. «Invidia» thront unter einem Baum und verschlingt gierig ihr eigenes Herz. Ein Truthahn als Attribut und Symboltier steht rechts neben ihr. Ihr zu Füssen am unteren Bildrand sind die beiden Hunde erkennbar, die sich unerbittlich um einen

sous-titre est : *Deux chiens et un os, difficile entente*. Peut-être a-t-il pensé à deux collectionneurs ou deux galéristes se battant pour une œuvre d'art, ou la représentation d'un artiste ? Pour le motif des deux chiens, Polke s'est inspiré d'une œuvre célèbre. Pieter Brueghel l'An cien a dessiné *Invidia* (L'Envie) en 1557, dans la série des *Sept péchés capitaux*. En partie grâce à la technique de la gravure sur cuivre, les dessins et leurs visées moralisatrices devinrent rapidement célèbres. Brueghel a placé l'allégorie féminine de l'envie au centre de l'image symbolique. « Invidia » trône sous un arbre et dévore avidement son propre cœur. Une dinde en tant qu'attribut et symbole animal est visible un peu plus à droite. A ses pieds, on aperçoit deux chiens se battant pour un os, scène qui a manifestement fasciné Polke. Derrière la figure de la cupidité, il y a les émissaires de l'enfer : dans un langage pictural ressemblant à celui de Jérôme Bosch, ils semblent inciter au péché. Tous ces motifs étaient bien connus au XVI<sup>e</sup> siècle et pouvaient aisément être lus comme un avertissement : l'envie et l'avidité – c'était clair – conduisent tout droit en enfer. Quittons les péchés capitaux médiévaux et revenons au marché de l'art d'aujourd'hui pour se demander qui dévore son propre cœur aujourd'hui. Qui penserait immédiatement à la série de cœurs *Hanging hearts* de Jeff Koons, en acier inoxydable poli et brillant, cœurs réalisés entre 1994 et 2006 en différentes tailles et couleurs, et qui s'arrachent ?

## 49

Gabriela Gerber und  
Lukas Bardill



Knochen streiten und offenbar auch Polke faszinierten. Hinter der Figur der Habgier treten die Abgesandten der Hölle in Erscheinung: In einer Hieronymus Bosch ähnlichen Bildsprache sollen sie die Menschen zur Sünde verführen. All diese Motive waren dem Publikum des 16. Jahrhunderts bestens geläufig und konnten leicht als Warnung gelesen werden: Neid und Gier – soviel war klar – führten schnurstracks in die Hölle. Kommen wir von den mittelalterlichen Todsünden und Höllenvorstellungen zurück zum Kunstmarkt der Gegenwart und prüfen, wer heute sein Herz verschlingt. Wer nur würde dabei gleich an Jeff Koons' Serie der hochglanzpolierten *Hanging hearts* aus rostfreiem Edelstahl denken, die er von 1994–2006 fertigte und in unterschiedlichen Größen und Farben hochpreisig anbot?

### Der Kunstmarkt gestern & heute

Was kennzeichnet den Kunstmarkt von heute, was unterscheidet ihn von früher? In der unmittelbaren Nachkriegszeit konzentrierte sich der Kunsthandel auf den Verkauf von Werken der klassischen Moderne. Damit stand häufig zunächst der Anschluss an die im Nationalsozialismus verfemte, verbotene und zerstörte Kunst der Moderne im Vordergrund. Die Neu- und Umverteilung von Tausenden von teils aus öffentlichen Sammlungen beschlagnahmten, teils aus überwiegend jüdischen Privatsammlungen verfolgungsbedingt entzogenen Bildwerken kurbelte den Markt an. Fragen der Herkunft und des Eigentums stellten sich dabei selten. Schnelle Preissteigerungen der unterbewerteten modernen Kunst waren Ausdruck des wiedererwachten Interesses, so dass es bereits Ende der 1940er Jahre, vor allem aber in den 1950er Jahren zu einer Reihe von Galeriegründungen kam. War der deutsche Kunsthandel bis 1933 sehr auf Berlin zentriert, zeigt sich ab 1945 eine starke Drift ins Rheinland. Und eine weitere Veränderung wird zusehends erkennbar: Während die Kunst Händler und Galeristen der Nachkriegszeit wichtige Pionierarbeit als Vermittler moderner Kunst und beim Wiederaufbau der Infrastruktur des Kunstbetriebs leisteten, konzentriert sich die Galeriearbeit mit den offenen Werkbegriffen der Postmoderne auf die unmittelbar zeitgenössische Kunst. Mit dem Niedergang des Informel und der École de Paris sowie dem kontinuierlichen Aufstieg der New York School und der Pop Art nach der zweiten *documenta* 1959 in Kassel entwickelte sich die Galerie vom blossen Ausstellungs- und Verkaufsraum hin zu einem

### Le marché de l'art hier et aujourd'hui

Qu'est-ce qui caractérise le marché de l'art d'aujourd'hui, qu'est-ce qui le distingue de ce qui existait par le passé ? Dans l'immédiat après-guerre, le commerce de l'art se concentrait sur la vente d'œuvres du modernisme classique. Le lien avec l'art moderne interdit, détruit et ostracisé sous le national-socialisme se trouvait souvent au premier plan. La redistribution de milliers d'œuvres, dont beaucoup provenaient du pillage de collections publiques ou privées (souvent de familles juives persécutées), a stimulé le marché. Les questions relatives à l'origine et à la propriété étaient rarement posées dans ce contexte. L'augmentation rapide des prix de l'art moderne sous-évalué a été l'expression d'un intérêt renouvelé, de sorte que beaucoup de galeries ont été fondées dès la fin des années 40 mais surtout dans les années 50. Jusqu'en 1933, le commerce de l'art allemand était très centré sur Berlin, mais à partir de 1945, il y eut un fort déplacement vers la Rhénanie. Et un autre changement s'est fait de plus en plus sentir : alors que les marchands d'art et les galeristes de l'après-guerre ont fourni un important travail de pionnier pour faire connaître l'art moderne et reconstruire l'infrastructure du commerce de l'art, le travail ultérieur des galeristes, autour des concepts plus ouverts de l'ère postmoderne, se concentre plutôt sur l'art contemporain. Avec le déclin de l'informalisme et de l'École de Paris et l'essor continu de la New York School et du Pop Art après la deuxième *documenta* à Kassel en 1959, la galerie a évolué, passant d'une simple salle d'exposition et de vente à un espace d'événements artistiques.<sup>5</sup> Dès lors, les artistes ont reconnu que l'espace des galeries faisait partie intégrante de leur démarche artistique. Le changement des méthodes de production des artistes contemporains avec en même temps l'absence d'une communauté de collectionneurs pour ce genre d'art « avancé » ont poussé les galeristes à une toute nouvelle forme de commercialisation de l'art : ce fut la fondation de la première foire d'art contemporain en 1967 à Cologne, qui fut suivie en 1970 par la foire de Bâle, avec une offre internationale dès le début. Cependant, l'idée de présenter l'art comme des fruits au marché et de le vendre sur de petits stands d'une manière serrée a été rejetée avec véhémence par certains marchands d'art traditionnels établis, comme Daniel-Henry Kahnweiler. L'accord tacite du commerce de l'art classique concernant la préservation de l'aura de l'œuvre individuelle ainsi que la discrétion à

## 50

### Gabriela Gerber und Lukas Bardill

Eine eindeutige Relation zwischen der Selbsteinschätzung, was eine besonders gelungene Arbeit ist, und deren Verkäuflichkeit haben wir für uns bis heute noch nicht dingfest machen können. So kommen wir zum tröstlichen Schluss, dass etwas auch gut sein kann, wenn es keine Käuferin / keinen Käufer findet. Die Idealkonstellation auf die wir bis heute warten, ergäbe sich aus dem Tetraeder: gut gedacht – gut gelungen – gut beachtet – gut verkauft. Als Impuls für unsere Kunstproduktion reichen bereits zwei der vier Bedingungen. In der Regel sind es die ersten beiden.

Una relazione univoca fra l'autovalutazione di un'opera particolarmente riuscita e la sua vendibilità, fino a oggi non siamo ancora riusciti a stabilirla. Perciò siamo giunti alla consolante conclusione che un'opera può essere buona anche se non trova un acquirente. La costellazione ideale che ancora oggi aspettiamo di trovare, risulterebbe dal tetraedro concepita bene – riuscita bene – valutata bene – venduta bene. Per dare impulso alla nostra produzione artistica, due di queste condizioni sono già sufficienti. Di norma sono le prime due.

Nous n'avons pas encore pu établir une relation claire entre l'auto-évaluation de ce qui est un travail particulièrement réussi et sa valeur marchande potentielle. Nous arrivons donc à la conclusion réconfortante que quelque chose peut aussi être bon s'il ne trouve pas d'acheteur. La constellation idéale que nous attendons encore aujourd'hui résulterait du tétraèdre suivant : bien pensé – bien fait – bien remarqué – bien vendu. Deux des quatre conditions sont déjà suffisantes pour stimuler notre production artistique. En règle générale, il s'agit des deux premières.

künstlerischen Ereignisraum.<sup>5</sup> Künstler erkannten im Galerieraum fortan einen integralen Bestandteil ihrer Kunst. Die veränderten Produktionsweisen zeitgenössischer Künstler bei gleichzeitigem Fehlen einer Sammlerschaft für die avancierte Kunst der Gegenwart motivierten die Galeristen zu einer völlig neuen Vermarktungsform für Kunst: zur Gründung der ersten Messe für zeitgenössische Kunst 1967 in Köln, der bereits 1970 die Messe in Basel mit einem von Anfang an internationalen Angebot folgte. Die Idee jedoch, Kunst wie Obst auf den Markt zu tragen und auf kleinen Ständen dicht gedrängt feilzubieten, musste bei den arrivierten, traditionsreichen Kunsthändlern wie Daniel-Henry Kahnweiler auf vehemente Ablehnung stossen. Das stille Einvernehmen des klassischen Kunsthandels bezüglich der Wahrung der Aura des Einzelwerks sowie der Diskretion hinsichtlich der Kunden schien durch die Galeristen der zweiten Generation jäh aufgekündigt. Die Erkenntnis, dass Kunst Ware sei und auch als solche präsentiert werden könne, führte auf diese Weise bei manchem zu einem Schock. Die Galeristen hingegen fühlten sich nicht zuletzt durch die neue Ästhetik der künstlerischen Avantgarde bestätigt (vgl. Andy Warhols Konsumästhetik).

Seit den 1960er Jahren hat der Kunstmarkt eine enorme Vergrößerung, Beschleunigung und Globalisierung erfahren. Immer mehr Akteure agieren auf einem sich weiter dezentralisierenden Markt. Mehr Wettbewerber mit mehr Werken konkurrieren immer schneller um die Gunst von mehr Sammlern in mehr Ländern. Der Handel mit Gegenwartskunst birgt grosse Chancen, weshalb auch diejenigen Sammler zugenommen haben, die spekulativ kaufen und Kunst als Investitionsgut sehen, das bis zur erhofften Wertsteigerung verwaltet und gemagt wird. Dabei ist eine starke Konzentration auf wenige bekannte Künstler zu erkennen, während weniger bekannte kaum nachgefragt werden. Auf einem Markt, der das Kunstwerk primär als Investitionsobjekt betrachtet, haben sich die Preise stark auseinander entwickelt. Neue Sammler aus China, Russland und den arabischen Emiraten unterstützen diese Spekulationsspirale. Wenngleich der Kunstmarkt insgesamt durch seine immense Erweiterung unübersichtlicher geworden ist, zeigen sich die Sammler durch im Internet jederzeit abrufbare Preisdatenbanken besser informiert. Die erhöhte (Preis-)Transparenz ist damit ein weiteres Merkmal einer stark veränderten Marktsituation, die viele traditio-

l'égard des clients semble avoir été brusquement cassé par les galeristes de la deuxième génération. La prise de conscience que l'art était une marchandise et pouvait également être présenté comme tel a été un choc pour certains. Les galeristes, en revanche, se sont sentis confirmés par la nouvelle esthétique de l'avant-garde artistique. (cf. esthétique « consumatore » d'Andy Warhol).

Depuis les années 60, le marché de l'art a connu une croissance, une accélération et une mondialisation énormes. De plus en plus d'acteurs opèrent sur un marché de plus en plus décentralisé. Des personnes en plus grand nombre, avec un plus grand nombre d'œuvres, sont en concurrence pour la faveur d'un plus grand nombre de collectionneurs dans un plus grand nombre de pays. Le commerce de l'art contemporain offre de grandes opportunités, ce qui explique pourquoi le nombre d'un certain type de collectionneurs a augmenté : ceux qui achètent spéculativement et considèrent l'art comme un investissement qui est géré jusqu'à ce que la valeur espérée soit atteinte. Dans ce contexte, on constate une forte concentration sur quelques artistes connus, alors que les artistes moins en vue sont très peu demandés. Dans un marché qui considère l'œuvre d'art avant tout comme un objet d'investissement, les prix ont connu une évolution élatée. De nouveaux collectionneurs de Chine, de Russie et des Emirats Arabes Unis soutiennent la spirale spéculative. Bien que le marché de l'art soit devenu plus complexe en raison de son immense expansion, les collectionneurs sont mieux informés grâce à des bases de données de prix accessibles à tout moment (Internet). L'augmentation de la transparence (des prix) constitue ainsi une autre caractéristique d'une situation de marché fortement modifiée qui exerce une pression croissante sur de nombreuses galeries traditionnelles. Compte tenu de la concurrence croissante des ventes aux enchères sur le marché primaire, traditionnellement dominé par le secteur des galeries, de nombreux galeristes craignent une perte d'importance. Sous la forme de *private sales* indépendantes de la vente aux enchères ou à la suite de celle-ci, les maisons de ventes aux enchères assument de plus en plus de tâches qui sont ou étaient traditionnellement dans le domaine de compétence des galeries. Alors que la fixation des prix était du ressort des galeristes, elle est aujourd'hui de plus en plus dictée par les maisons de ventes aux enchères. En outre, le système de la vente aux enchères poursuit un modèle d'affaires beaucoup plus rentable, en s'abstenant de collaborer avec les artistes

## 51

Haus am Gern



Haus am Gern, *Friends*, 2017, Aluplatten (Dibond) 3 mm, beidseitig bedruckt und in Form geschnitten, 310 × 260 mm, 100 Exemplare, für Arte Albigna, Installation im Alpenraum; Edition de tête, nummeriert, mit Zertifikat, 10 + 1 E.A.; Ex. 6/10 verkauft am 14.12.2017 an eine Künstlerin





Jeff Koons, *Hanging Heart (Red/Gold)*, 1994–2006, mirror-polished stainless steel with transparent color coating, 291 × 280 × 101.5 cm, height of ribbon varies, 1 of 5 unique versions, © Jeff Koons

nelle Gallerie zusehends unter Druck setzt. In Anbetracht einer zunehmenden Konkurrenz durch den Auktionshandel im Primärmarkt, der traditionellerweise durch den Galeriesektor geprägt ist, fürchten nicht wenige Galeristen den Bedeutungsverlust. In Form von sogenannten *Private sales* unabhängig von oder im Nachgang der Auktion übernehmen Auktionshäuser immer mehr Aufgabengebiete der Gallerien. Oblag die Preisgestaltung traditionell den Galeristen, wird sie heute zunehmend von Auktionshäusern diktiert. Zudem verfolgt der Auktionshandel durch den Verzicht auf die Zusammenarbeit mit den Künstlern oder auf inhaltliche Vermittlung der Werke ein viel kostengünstigeres Geschäftsmodell, mit dem Galeristen naturgemäß nicht konkurrieren können. Die Ausweitung des Auktionsgeschäfts auf den Bereich der zeitgenössischen Kunst seit Mitte der 1970er Jahre (vgl. die wegweisende Versteigerung der Pop Art-Sammlung von Robert C. Scull 1973 bei Sotheby's, New York) und zunehmend auch auf den Primärmarkt stellt für viele Gallerien daher ein substantielles Problem dar.

### Überlebensstrategien in Zeiten des Strukturwandels

Den nachhaltigen Strukturwandel im Kunstmarkt hat der Schweizer Galerist Jean-Claude Freymond-Guth unlängst mit dem Gefühl wachsender «Entfremdung»

ou de communiquer sur le contenu des œuvres ; de par leur nature, les galeries ne peuvent pas rivaliser. L'expansion des enchères dans le domaine de l'art contemporain depuis le milieu des années 70 (cf. la mise aux enchères historique de la collection pop art de Robert C. Scull en 1973 chez Sotheby's, New York) et une présence de plus en plus aussi sur le marché primaire représente un problème substantiel pour de nombreuses galeries.

### Stratégies de survie en période de changement structurel

Le galeriste suisse Jean-Claude Freymond-Guth a récemment décrit le changement structurel durable du marché de l'art en utilisant le terme d'aliénation. « Alienation in all relationships between all participants. Alienation in a climate where space and time for reflection, discussion and personal identification with form and content of contemporary art have become incompatible with the ever growing demand in constant, global participation, production and competition. »<sup>6</sup> Après neuf ans d'activité, Jean-Claude Freymond-Guth a fermé sa galerie en août 2017. Fondée à Zurich en 2008 et basée à Bâle ces dernières années, elle était très appréciée pour son engagement sans compromis pour les artistes de la relève. Comme lui, de nombreuses galeries sont, dans la situation de bouleversement actuelle, confrontées au choix entre expansion, fermeture ou survie dans le piège

## 52

### Haus am Gern

Im Fokus unseres Werks stehen vorab gesellschaftspolitische und ortsspezifische Themen, die wir im Dialog mit der Kunstgeschichte verhandeln. Wir arbeiten unabhängig vom Kunstmarkt, trotzdem genießen wir vom *Haus am Gern* aus die Aussicht auf den Kunstmarkt, genauso wie auf die ferne und (bei besonderen Verhältnissen) doch so nahe Alpenkette: mit all der betörenden Farbigkeit, den Schatten und Peaks. Wenn der Horizont im Dunst verschwindet, arbeiten wir in aller Ruhe weiter.

Notre travail se concentre principalement sur des thèmes sociopolitiques et spécifiques aux sites, que nous traitons en dialogue avec l'histoire de l'art. Nous travaillons indépendamment du marché de l'art ; cependant, depuis notre maison baptisée *Haus am Gern*, nous jouissons d'une vue imprenable sur le marché de l'art, et sur la chaîne des Alpes (en cas de beau temps) : couleurs séduisantes, ombres et lumières autour des pics. Quand l'horizon disparaît derrière la brume, nous nous remettons tranquillement au travail.

La nostra opera è incentrata su temi di carattere socio-politico e locale, che trattiamo in dialogo con la storia dell'arte. Siamo indipendenti dal mercato dell'arte del quale tuttavia abbiamo un'ampia visuale dalla *Haus am Gern*, come dalla lontana eppure (in determinate condizioni) così prossima catena alpina: nell'incanto di tutti i suoi colori, delle ombre e i dei picchi. Quando l'orizzonte scompare nella nebbia, noi continuiamo a lavorare nella pace assoluta.

beschrieben. «Alienation in all relationships between all participants. Alienation in a climate where space and time for reflection, discussion and personal identification with form and content of contemporary art have become incompatible with the ever growing demand in constant, global participation, production and competition.»<sup>6</sup> Nach neun Jahren Tätigkeit hat Freymond-Guth seine 2008 in Zürich gegründete und in den letzten Jahren in Basel ansässige Galerie, vielbeachtet für ihren kompromisslosen Einsatz für aufstrebende Künstlerinnen und Künstler, im August 2017 geschlossen. Wie er sehen sich viele Galerien in der aktuellen Umbruchsituation vor die Wahl gestellt zu expandieren, zu schliessen oder zu überleben in der Selbstausbeutungsfalle. «Why are we all supporting a system built in an entirely different market that today works only for a tiny amount of artists and galleries and for the rest is based on self-exploitation or privilege?»<sup>7</sup>

Dabei bildet gerade die Galerie als zentrale Vermittlungsstätte zwischen Künstler und Sammler den entscheidenden Faktor für die Künstlerkarriere.<sup>8</sup> Es sind die Galerien, die eine Öffentlichkeit und damit einen Markt für die Kunst erst generieren und damit kulturelle Aufbauarbeit leisten. Manchmal ist es auch die Produzentengalerie, die von Künstlern für Künstler tätig ist und internationale Karrieren bereitet. Ein alternatives Modell ist zweifellos der Künstler-Club, bei dem sich mehrere Künstler zusammentun und einen Raum anmieten, in dem abwechselnd Ausstellungen mit Werken der Beteiligten gezeigt werden. Statt Konkurrenz zu bekämpfen, heisst es Synergien zu nutzen und Interessensgemeinschaften zu gründen.

Welche Strategien können darüber hinaus helfen, um am Markt zu bestehen?<sup>9</sup> Im digitalen Zeitalter erhöht eine eigene Website die Sichtbarkeit und schafft weitere Kontakt- und Kommunikationsmöglichkeiten. Die Nutzung von Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest u.a.) ist für die Internet-Präsenz und Verkaufsanbahnung im virtuellen Raum kaum mehr verzichtbar. Ein weiterer künstlerischer (Überlebens-)Zweig in Zeiten des Umbruchs besteht in Stipendien, Preisen und Kunst-am-Bau-Ausschreibungen. Im internationalen wie im regionalen Kontext gibt es meist mehr Aufrufe als man denkt, so dass hier eine gezielte Recherche lohnt.

de l'auto-exploitation. « Why are we all supporting a system built in an entirely different market that today works only for a tiny amount of artists and galleries and for the rest is based on self-exploitation or privilege? »<sup>7</sup>

La galerie constitue pourtant, en tant que lieu central de médiation entre l'artiste et le collectionneur, un élément décisif pour la carrière de l'artiste.<sup>8</sup> Ce sont les galeries qui génèrent en premier lieu une présence publique et donc un marché de l'art et réalisent ainsi un travail de développement culturel. Parfois, une galerie de producteurs (travail pour les artistes par des artistes) peut préparer des carrières internationales. Le modèle du club d'artistes est certainement intéressant ; plusieurs artistes se réunissent et louent un espace dans lequel les expositions d'œuvres des participants sont présentées en alternance. Au lieu de lutter contre la concurrence, il convient d'utiliser des synergies et de créer des communautés d'intérêts.

Quelles autres stratégies peuvent aider à exister sur le marché ?<sup>9</sup> A l'ère du numérique, l'existence d'un site web augmente la visibilité et crée de nouvelles possibilités de contact et de communication. L'utilisation des médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, etc.) devient indispensable pour une bonne présence sur Internet et pour susciter des ventes. Bourses, concours et participation à des appels d'offres dans le domaine « art et bâtiment » constituent d'autres moyens de développement ou de survie en période de bouleversements. Il y a généralement plus d'appels qu'on ne le pense, aussi bien dans la région qu'à l'échelon international, de sorte qu'il vaut la peine d'effectuer une recherche ciblée.

#### En bref

Au XXI<sup>e</sup> siècle, le marché de l'art a changé, passant d'un marché de niche local pour quelques connaisseurs à une industrie mondiale de l'art ouverte aux investisseurs. Ce qui ressemblait à un commerce de détail s'est déplacé vers des foires internationales (il y en a maintenant plus de 200 dans le monde entier) et vers les ventes aux enchères. D'une part, l'activité s'est mondialisée du fait de nouvelles couches de collectionneurs riches agissant sur presque tous les continents ; d'autre part, du fait d'une concentration sur quelques acteurs donnant le ton, ce secteur s'est uniformisé. Moyen de communica-

53

Hektor Mamet



## Fazit

Der Kunstmarkt im 21. Jahrhundert hat sich vom lokalen Nischenmarkt für einige wenige Kenner in eine global operierende Kunstindustrie für Investoren verwandelt. Das vormalige Einzelhändlergeschäft hat sich auf internationale Messeplätze (von denen es mittlerweile weltweit über 200 gibt) und auf Auktionen verlagert. Durch neue superreiche Sammlerschichten auf nahezu allen Kontinenten ist das Geschäft einerseits globaler geworden, durch die Konzentration auf wenige tonangebende Akteure aber auch gleichförmiger. Das Internet als schnelles Kommunikationsmedium hat zu einer gesteigerten Sichtbarkeit, zu einer beschleunigten Distribution sowie zu einer weltweiten Preistransparenz beigetragen. Kunstkauf ist zum Ereignis geworden, in dem sich neben dem ökonomischen auch das soziale Kapital superb pflegen lässt. Die Kunst als Investment ist zum Motor eines weltweit expandierenden Marktes geworden, in dem immer mehr Geld angelegt wird. Der Kunstmarkt ist kein homogenes Feld, sondern eine äußerst amorphe Branche mit höchst volatilen Entwicklungen und Schwankungen, die sich gegenwärtig spürbar im Umbruch befindet. Damit sind neue Chancen, aber auch neue Risiken verbunden. Aber es ist wohl an der Zeit, aufzuhören, von «dem» Kunstmarkt zu sprechen. Es gibt die vielen kleinen, höchst heterogenen Kunsthandelsplätze und es gibt die globale Kunstindustrie, wo internationale Konzerne Kapital und Macht anhäufen wie in der Film- und Musikindustrie. Den «einen» Kunstmarkt gibt es damit schon lange nicht mehr.

- 1 Alle wirtschaftlichen Zahlen und Fakten zum internationalen Kunstmarkt entnehme ich hier und im Folgenden: *TEFAF Art Market Report 2016*, prepared by Dr. Clare McAndrew / Art Economics, 2016.
- 2 Vgl. Michael Findlay, *Vom Wert der Kunst*, München / London / New York 2012, S. 38–49.
- 3 Thorstein Veblen, *Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen* (1899), Frankfurt/M. 2007, S. 103.
- 4 Volker Diehl, zit. nach Kolja Reichert, *Das fiese Geld*, in: *DIE ZEIT*, 28.11.2013, S. 61.
- 5 Vgl. hier und im Folgenden: Rudolf Zwirner, *Ausverkauf der Moderne. Die Entwicklung des Kunsthandels nach 1945*, in: *Das Ende des XX. Jahrhunderts. Standpunkte zur Kunst in Deutschland*, hg.v. Joachim Jäger und Peter-Klaus Schuster, Köln 2000, S. 47–68.
- 6 Freymond-Guth Gallery announces sudden closure in emotional letter about the art market's 'alienation': <https://news.artnet.com/market/read-closing-letter-freymond-guth-1067177> (letzter Zugriff: 15.01.18).
- 7 Ebd.
- 8 Vgl. Ulli Seegers, *Galerien und ihre Bedeutung im Kunstmarkt*, in: *Handbuch Kunstmarkt. Akteure, Management und Vermittlung*, Bielefeld 2014, S. 135–150.
- 9 Vgl. auch: Ina Ross, *Wie überlebe ich als Künstler? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen*, Bielefeld 2013.

tion rapide, Internet a contribué à accroître la visibilité, à accélérer la distribution et à assurer la transparence des prix à l'échelle mondiale. L'acquisition d'une œuvre d'art est devenue un événement qui permet non seulement d'augmenter le capital économique de l'acheteur, mais également d'accumuler du capital social. L'art en tant qu'investissement est devenu le moteur d'un marché mondial en expansion dans lequel des montants de plus en plus élevés sont placés. Le marché de l'art n'est pas un domaine homogène, mais un champ extrêmement mouvant avec des développements et des fluctuations très volatiles, qui subit actuellement des changements notables. Cela implique de nouvelles opportunités, mais aussi de nouveaux risques. Mais il est probablement temps d'arrêter de parler du marché de l'art au singulier. Il existe de nombreux petits lieux de commerce de l'art, très hétérogènes, et il y a l'industrie mondiale de l'art, où des groupes internationaux accumulent du capital et du pouvoir, comme dans l'industrie du film ou celle de la musique. Il n'y a donc depuis longtemps plus « un » marché de l'art.

- 1 Tous les faits et chiffres économiques sur le marché international de l'art proviennent de la source suivante : *TEFAF Art Market Report 2016*, prepared by Dr. Clare McAndrew / Art Economics, 2016.
- 2 Cf. Michael Findlay, *Vom Wert der Kunst*, München / London / New York 2012, p. 38–49.
- 3 Thorstein Veblen, *Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen* (1899), Frankfurt/M. 2007, p. 103.
- 4 Volker Diehl, cité d'après Kolja Reichert, *Das fiese Geld*, dans : *DIE ZEIT*, 28.11.2013, p. 61.
- 5 Cf. Rudolf Zwirner, *Ausverkauf der Moderne. Die Entwicklung des Kunsthandels nach 1945*, dans : *Das Ende des XX. Jahrhunderts. Standpunkte zur Kunst in Deutschland*, éd. Joachim Jäger und Peter-Klaus Schuster, Köln 2000, p. 47–68.
- 6 Freymond-Guth Gallery announces sudden closure in emotional letter about the art market's 'alienation' : <https://news.artnet.com/market/read-closing-letter-freymond-guth-1067177> (dernier accès : 15.01.18).
- 7 ibid.
- 8 Cf. Ulli Seegers, *Galerien und ihre Bedeutung im Kunstmarkt*, dans : *Handbuch Kunstmarkt. Akteure, Management und Vermittlung*, Bielefeld 2014, p. 135–150.
- 9 Cf. aussi : Ina Ross, *Wie überlebe ich als Künstler? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen*, Bielefeld 2013.

## 54

### Hektor Mamat

Gli artisti in generale collaborano tra di loro, con ricercatori di varie discipline, il pubblico, galleristi, curatori, direttori di musei, tecnici, editori. Tutte queste figure creano un corpo di relazioni e influenze. Esistono vari programmi di ricerca, residenze d'artista, biennali e workshop. Io penso che come artisti facciamo qualcosa che amiamo e per cui diamo valore, questo «corpo» che si presenta ai diversi appuntamenti del mondo dell'arte contemporanea è composto da amorosi dell'arte. Perché faccio arte? È semplicemente perché amo l'arte!

Les artistes en général travaillent ensemble, avec des chercheurs de différentes disciplines, les publics, des galeristes, des commissaires d'expositions, des directeurs de musées, des techniciens et des éditeurs. Toutes ces figures créent un corps de relation et d'influence. Il y a différents programmes de recherche, résidence d'artiste, biennal et workshop. Je pense qu'en tant qu'artiste on fait quelque chose qu'on aime et à quoi on donne de la valeur, ce « corps » qui se présente à nous aux différents rendez-vous du monde de l'art contemporain est modelé par les Amoureux de l'art. Pourquoi je fais de l'art ? Tout simplement parce-que je suis amoureux de l'art.

Artists in general work with each other, with researchers from various disciplines, the public, gallerists, curators museum directors, technicians, editors. All these figures create a body of relations and of influences. There are artistic research programs, artist residencies, biennials, workshops. I think that as artist we do something we love and care for, this body of people that shows up at different art events in the world are art lovers. Why I do art? Is simply because I LOVE ART.

# Sistema operativo arte: strutture & prospettive

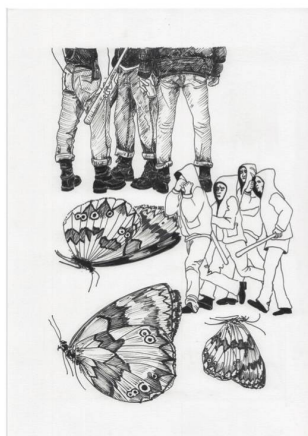
## I

Nel XXI secolo il mercato dell'arte si è trasformato da locale mercato di nicchia riservato a pochi conoscitori in un'industria globale dell'arte al servizio degli investitori. Quello che una volta era il mercato al dettaglio si è trasferito nelle fiere internazionali (nel mondo ne esistono attualmente oltre 200) e nelle case d'asta. Grazie a nuove categorie di collezionisti straricchi sparpagliati su quasi tutti i continenti, il mercato si è globalizzato e, insieme, si è uniformato per effetto della concentrazione su pochi soggetti che fanno il buono e il cattivo tempo. Internet, da rapido mezzo di comunicazione qual è, ha contribuito a dare maggiore visibilità, ad accelerare la distribuzione e a mettere in chiaro le quotazioni a livello internazionale. Comprare opere d'arte è diventato un evento per il quale è possibile gestire in modo eccellente

non solo il capitale economico, ma anche quello sociale. L'arte come forma d'investimento è diventata il motore di un mercato internazionale in espansione, nel quale s'investe sempre più denaro. Il mercato dell'arte non è un campo omogeneo, ma una branca estremamente amorfa con oscillazioni e sviluppi volatili, attraversata oggi da un sensibile rivolgimento. Il che comporta nuove opportunità e, insieme, nuovi rischi. Comunque sia è ora di smetterla di parlare «del» mercato dell'arte. Esistono piuttosto tante piccole piazze eterogenee dove si commercia l'arte, ed esiste l'industria globale dell'arte, dove grandi gruppi internazionali accumulano capitali e potere, proprio come nell'industria cinematografica e musicale. «Il» mercato dell'arte ormai non esiste più da molto tempo.

55

Isabel Rohner



Isabel Rohner, *Tellerhund*, 2017, 21 × 29 cm; verkauft 2017