

TRAUMSTÜCK

Geklebt und ausgemalt

Eine Collage von Jean Metzinger
VON ANNA VON MÜNCHHAUSEN

Wetten, dass dieses Traumstück ein passender Sommerabend entstanden ist? So verspielt, so spontan kommt es daher. Vermutlich wusste dieser Jean Metzinger aber ziemlich genau, was und wie er's tat. Der Franzose hat diverse Stilepochen miterfunden, vom Neo-Impressionisten mutierte er zum Fauvisten und schließlich zum Kubisten und experimentierte später mit der Abstraktion.

In unserem Fall reflektiert Metzinger über Komposition und Farbe. Sieben Rechtecke und Quadrate unterschiedlicher Größe hat er auf dem Blatt (13,4 mal 16 Zentimeter) untergebracht. Drei der Flächen sind offenbar als Papierform ausgeschnitten und übereinanderlappend aufgeklebt worden, an einigen Ecken löst sich das Papier von der Unterlage. Mit Farbstift und Aquarellpinsel wurden die Flächen einzeln coloriert – und dieses Sonnengelb, der orangefarbene Rahmen in der Mitte, das kräftige Signalrot rechts unten, dazu die drei kleineren Flächen in Eisblau, die sind es, die dem Blatt sommerliche Leichtigkeit verleihen. Mit schwarzer Feder sind die einzelnen Flächen eingefasst, als habe der Künstler Flecken mit grobem Stich aufgenäht. So verschränkt sich die Fläche mit der Dreidimensionalität.

Wer war Jean Metzinger? Geboren 1883 in Nantes, gestorben 1956 in Paris. Pablo Picasso, Georges Braque, Juan Gris – er



Jean Metzingers »Flickens« (um 1930/35) kosten 5800 Euro

kannte sie alle. Frühe Porträtaufnahmen zeigen einen Mann mit sensiblen Mund und auffallend großen Händen. Berühmt wurde er durch seinen (gemeinsam mit Albert Gleizes verfassten) Essay *Du Cubisme* (1910). Arbeiten aus dieser Periode hängen im Centre Pompidou und im Guggenheim-Museum in New York.

Dort ist übrigens gerade eine Ausstellung zu sehen, in die unser Traumstück perfekt passen würde: »New Harmony: Abstraction between the Wars, 1919–1939«. Die »Flickens« stammen von circa 1930/35. Für 5800 Euro sind sie zu haben beim Kunsthändler Martin Moeller-Pisani (moellerart.net).

WEITKUNST ZAHL DER WOCHE

19,7

... Millionen Pfund zahlte ein anonymer Käufer bei Sotheby's in London für Claude Monets blau flimmerndes Gemälde *Le Palais Contarini* aus dem Jahr 1908. Für die Kunsthändlerfamilie Nahmad, die das Bild eingeliert hat, ein lohnendes Geschäft: Sie hatte es 1996 bei Christie's in New York für 4,2 Millionen Dollar ersteigert.

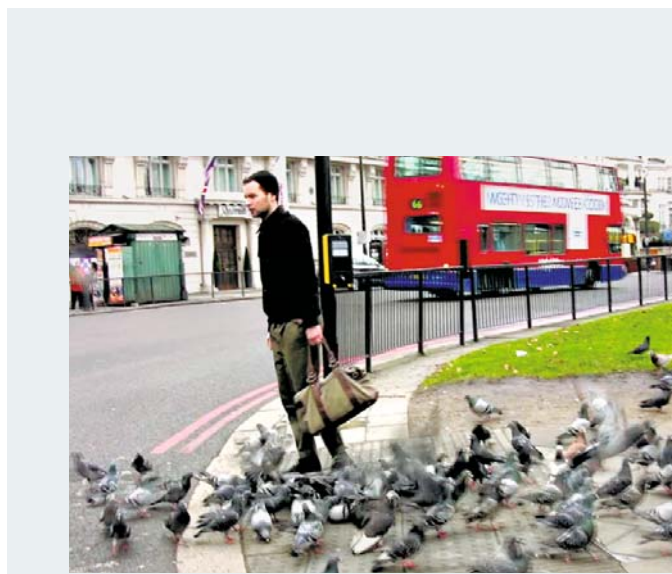


Abb.: M. Moeller-Pisani; Filmstills: Jaroslav Kyša aus »The Barrier«

Eine flüchtige Form der Kunst: Jaroslav Kyša hat Tauben so angefütert, dass sie an Londoner Orten lebendige Barrieren bildeten

Wie verkauft man eine Performance?

Über Gattung, Präsentationsform und Größe eines Kunstwerks entscheidet auch der Markt VON TINA KLOPP

Kunst besteht aus zwei Dingen, schreibt die amerikanische Kunstkennnerin Molly Barnes in ihrem Buch *How to get hung* (auf Deutsch in etwa: »Wie man es schafft, gehängt zu werden«): aus einer Liebesaffäre und einem Business. Schon der Titel von Barnes Ratgeber für angehende Künstlerstars zeugt indes von einem Denkfehler. Denn nicht alles, was sich Kunst nennt, lässt sich auch an Wände hängen. Und da fangen die Verkaufsprobleme doch erst richtig an.

Unter kaufmännischen Gesichtspunkten halten viele Galeristen zum Beispiel wenig von Happenings oder Performances, und vor großen Installationen graust es ihnen kaum weniger. Laut einer bundesweiten Umfrage durch das Berliner Institut für Strategieentwicklung (IFSE) setzt die große Mehrheit von ihnen auf klassische Malerei, wenn es ums Verkaufen geht. 62 Prozent sagen, diese Kunstgattung sei am wichtigsten für ihre Galerie. Immerhin noch 11 Prozent nennen Skulpturen, erst dann folgen Fotografie und Zeichnung mit jeweils 8 Prozent, Druckgrafiken, Medienkunst und Installationen bringen es zusammen noch mal auf 6 Prozent. Performance und reine Konzeptkunst spielen gar keine Rolle.

Auch für immaterielle Kunstformen entwickeln die Galeristen einen Markt

Was nicht heißt, dass Letztere in den Galerien gar nicht zu sehen sind. Die Galerien weisen den Verdacht, es ginge in ihrer Branche nur ums Geldverdienen, bekanntlich gern von sich. »Die immateriellen Kunstformen sind beliebt als Marketingaktionen und demonstrieren zugleich die vermeintliche Unabhängigkeit vom Kunstmarkt«, sagt IFSE-Geschäftsführer Hergen Wöbken. Und natürlich gibt es längst Verfahren dafür, auch sie zu verkäuflichen Werken zu machen.

»Wir haben in den siebziger Jahren damit angefangen, sehr sorgsam das eine Bild herauszusuchen, das ihre Performance am besten repräsentiert«, erzählt etwa der Galerist Sean Kelly in dem Film *The Artist is present* über seine Arbeit mit Marina Abramovic. Kelly war der Erste, der von Abramovic Performancekunst Fotos in kleinen Editionen für 2000 bis 5000 Dollar verkaufte. Heute wären diese Fotos wohl das Zehnfache wert. »Das Modell, mit dem wir für Marina einen Markt geschaffen haben, wurde von allen anderen Galeristen übernommen«, sagt Kelly stolz.

Doch bleiben allen Werkcharakter-Diskussionen zum Trotz selbst die schönsten Dokumentationen, Fotoeditionen oder auch Lizenzmodelle von Performances, wie sie etwa Tino Sehgal anbietet, für viele Sammler doch nur Krücken auf dem Weg zum Eigentum am eigentlichen Werk. Jedenfalls sieht es nicht so aus, als könnte demnächst anstatt eines Gemäldes von Picasso oder Munch die Dokumentation eines Happenings alle Auktionsrekorde brechen. »Der Markt ruft derzeit wie schon lange nicht mehr nach dem einen singulären, sicheren Gemälde von einem großen Künstlergenie«, sagt Cai Wagner, seit dreizehn Jahren Galerist in Berlin. Er bedauert die konservative Wende auf dem Kunstmarkt, die durch die Finanzkrise noch verstärkt worden sei. »Dabei würden spielerische, mutigere Formate viel besser in unsere Zeit passen.«

Formate, wie sie etwa die Street Art entwickelte: Der Künstler Banksy hat seine Bilder bekanntlich auf Hauswände gesprüht. Oder in einer Guerilla-Aktion die knallorangefarbene Puppe eines Guantanamo-Häftlings in den Disney Park geschmuggelt. Geld dafür gab es nicht, aber Aufmerksamkeit. Erst als Banksy seine Kunst auch auf Leinwände sprühte, erzielte sie Traumerlöse von bis zu 1,9 Millionen Dollar auf Auktionen. Wobei dann wiederum nicht wenige seiner Ideen an Witz verloren.

Gerade in den politischen sechziger und siebziger Jahren verweigerten sich viele Künstler konsequent der Vermarktung. So etwa jene Künstler, die damals die schwer handelbare Land Art schufen. In ihrer Studie *Land Artist and Art Market* haben Victor Ginsburgh und Anne-Françoise Penders Auktionsergebnisse von 1972 bis 1992 analysiert. Ergebnis: Der Markt für diese Kunstform ist winzig. Das haben wohl auch die Künstler realisiert. Denn die Analysen ihrer Werkgeschichte ergaben, dass sie sich, von wenigen Ausnahmen abgesehen, später marktgängigeren Formen zuwandten. Und zwar sowohl hinsichtlich der Größe als auch der Techniken und Materialien, schreiben die Autoren.

Je bekannter ein Künstler wird, desto größer geraten seine Werke

Bei der Wahl der passenden Größe und des Mediums ginge es den Künstlern nicht nur um den Verkauf, sagt Henry Keazor, sondern auch um Verbreitung und Sichtbarkeit. »Hier zeichnet sich eine Dichotomie zwischen Kunstmarkt- und Galeriebeziehungswise Museumskunst ab«, glaubt der Professor für Europäische Kunstgeschichte von der Universität Heidelberg. Ein Künstler möchte auch in den großen Institutionen landen. Und Abbildungen, die sogenannte Flachware, könnten in einer ständigen Sammlung nun einmal viel leichter gezeigt werden als komplizierte Installationen. Möglicherweise wären Künstlerinnen wie Jenny Holzer auch deshalb irgendwann zur Malerei gewechselt. In einem Interview mit der *Brigitte* im Jahr 2005 hatte sich die amerikanische Installationskünstlerin noch zitieren lassen: »Für die Malerei war ich nicht begabt genug.«

Miriam Schoofs, die anlässlich der Verleihung des Edwin-Scharff-Preises die Ausstellung mit Preisträger Peter Piller in der Sammlung Falckenberg ausgerichtet hat, erzählt indes von dem umgekehrten Problem: Es sei sehr kompliziert gewe-

sen, die riesigen Hallen und langen Flure in der Harburger Sammlung mit Pillers Fotografien zu füllen. Pillers Kunst fühlte sich traditionell eher in intimen Kabinetsituationen zu Hause. In Harburg entschied man sich dann dafür, eine Diaprojektion deutlich größer zu zeigen, als sie ursprünglich geplant war. »Das war nicht unbedingt zwingend«, gibt die engagierte Kuratorin zu. Aber es habe gut funktioniert. Und auch Pillers neue Galerie, Capitain Petzel in Berlin, präsentiert die Künstler neuerdings in größeren Formaten, hat Schoofs beobachtet.

Und so kann man mitunter am Größenwachstum der Werke wohl auch den wachsenden Erfolg des Künstlers ablesen. Ein geradezu perfektes diversifiziertes Größenmanagement war unlängst auf der Kunstmesse Frieze in New York zu bewundern. Paul McCarthy platzierte eine bei Jeff Koons abgeschauten Version eines Luftballonhundes direkt vor dem großen Zelt der Messe (Preis nur auf Anfrage). Zugleich ließ er 40 kleine, wohnzimmer-taugliche Kopien der Skulptur, das Stück zu 25 000 Euro, anfertigen. Sie waren im Handumdrehen ausverkauft.

Auf der Suche nach völlig flüchtigem, auf Dauer formatloser Kunst ist der von einer Gruppe Künstler organisierte Szpilmaw Award, der jährlich einen Künstler mit dem sogenannten Jackpot Stipendium fördert. 2011 gewann der Künstler Jaroslav Kyša den Preis mit der Arbeit *The Barrier*. Er fütterte Tauben mit ihrem Lieblingessen an und brachte sie dann dazu, sich vor Geschäften oder Straßeneinkreuzungen wie eine lebendige Mauer einzurichten. Im vergangenen Jahr siegte dann der Künstler Miná Minov mit der Arbeit *Eine Jury bestechen*. Das Werk bestand einzig aus einem Anschreiben, in dem er der Jury vorschlug, ihm den Preis zu geben und dafür das Preisgeld zu behalten. Das war in der Tat ein flüchtiges, ephemeres Kunstwerk. Aber doch von bleibender Aussagekraft: Wir sind alle käuflich. Nicht nur die Künstler.

KUNSTMARKT

AUKTIONEN

Bonhams 1793

Chinesische Kunst

Expertentage
Montag, 1. Juli in Köln
Dienstag, 2. Juli in Stuttgart
Mittwoch, 3. Juli in München

Unser Londoner Experte steht Ihnen an diesen Tagen zur kostenlosen und diskreten Einschätzung Ihrer Objekte zur Verfügung. Wir bitten um Terminvereinbarung.

Köln
0221 277 996 50
cologne@bonhams.com

München
089 242 058 12
munich@bonhams.com

Sehr seltene blau-weiße Knoblauchkopf-Vase, Qianlong Siegelmarke
Verkauft für 795.930 €

Bonhams Köln
Albertusstraße 26
50667 Cologne

Bonhams München
Maximilianstraße 52
80538 München

International Auctioneers and Valuers - bonhams.com

GESUCHE

Nobeluhren | Brillanten | Schmuck | Altgold | Juwelier Fine ART
Mehr als 20 x in Ihrer Nähe - Ankauf zu fairen Preisen - seit 20 Jahren
40215 DÜSSELDORF 47441 MOERS
Königsallee 98a | 0211-16828080 Steinstraße 24 | 02841-144661 www.juwelier-fineart.com

Kontakt für Anzeigenkunden
040 / 32 80 472

Beratung und Verkauf
Ursula.Boekels@weltkunst.de
040 / 32 80 1633

Juliane.Lang@weltkunst.de
040 / 32 80 1633

Militaria 1813 bis 1960. Suche z.B. Orden, Uniformen, Helme, Große Entferrung kein Problem. Alexander von Renz, 06146) 6017845, info@vonRenz.de

www.fliegeruhren-buse.de
Uhrmachermeister Buse · Heidelbergerfaßgasse 8
D-55116 Mainz · 00 49 (0) 61 31/23 40 15

KUNSTHANDEL & ANTIQUITÄTEN

Wilhelm Körs
Galerie an der Börse
Gemälde der Düsseldorfer Malerschule
Ankauf - Verkauf
Klosterstr. 40, 40211 Düsseldorf
02 11/35 1575, Fax: 02 11/36 26 10
Seit über 50 Jahren in Düsseldorf

KUNST DER ANTIKE
Ausgrabungsstücke aus verschiedenen Epochen der Antike mit Echtheitsgarantie
Farbkatalog Schutzgebühr € 10,-
Galerie Günter Puhze GmbH, Stadtstraße 28
79104 Freiburg, Tel. 0761/25476
e-mail: office@galerie-puhze.de
www.galerie-puhze.de

Zum ersten, zum zweiten, zur Sonne!

Jetzt letzte Schnäppchen sichern.
Urlaubsangebote ab 50 % unter Listenpreis.
Steigern Sie mit:

www.zeit.de/reiseauktion

Nur noch 4 Tage

DIE ZEIT