

Wolfgang Ullrich

Von der Ware zur Währung

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1725>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ullrich, Wolfgang: Von der Ware zur Währung. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 6 (2017), Nr. 1, S. 28–33. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1725>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2017-21015>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

VON DER WARE ZUR WÄHRUNG

Wolfgang Ullrich



28

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

Vor rund fünfzehn Jahren spielte ich eine Zeitlang mit dem Gedanken, ein Buch über zwei große Bilderserien zu schreiben, die beide gegen Ende des 19. Jahrhunderts entstanden, aber noch nie aufeinander bezogen wurden. Wie wäre es, die ungefähr achtzig Versionen, die Paul Cézanne zwischen 1885 und 1906 vom Montagne Sainte-Victoire gemalt hat, mit den genauso vielen Otto von Bismarck-Porträts Franz von Lenbachs zu vergleichen, die zwischen 1879 und 1897 entstanden sind? An einem solchen Vergleich hätte mich gerade gereizt, die übliche Wertung infragezustellen: Vielleicht war Cézanne im Alter ja etwas bequem und stur geworden und deshalb froh, mit dem Mont St. Victoire ein zuverlässiges, gut eingeübtes Motiv zur Verfügung zu haben, sich also ganz auf Faktur, Farbgebung und den eigenen Stil konzentrieren zu können. Und wollte Lenbach umgekehrt nicht mit jeder weiteren Variante und Replik eines Bismarck-Porträts das Charakteristische des Jahrhundertpolitiklers noch klarer zum Vorschein bringen, Abbrüchigkeiten finden, um mit weniger Strichen mehr auszudrücken, ja einem Zen-Meister ähnlich ein Ritual verinnerlichen?

Heute kommt mir die Paarung von Cézanne und Lenbach zu plakativ vor. Selbst wenn sich die vermeintlich gegensätzlichen Positionen im Vergleich relativieren ließen, ginge es doch immer wieder nur darum, einen inneren Drang von einem nachfrageorientierten, also äußerlich motivierten, kommerziellen Interesse abzuheben und eher über konträre Künstlertypen als über Methoden des Wiederholens zu diskutieren. Diese aber würden mich heute mehr interessieren – und weitergehend finde ich die Frage wichtig, warum es in der bildenden Kunst so oft eine Tendenz zu Varianten, Fassungen, Repliken – also zu sehr Ähnlichem in größerem Plural – gegeben hat. Die Gründe dafür mögen vielfältig sein, doch existiert bisher noch keine systematische Untersuchung, in der die Wellen-Gemälde Gustave Courbets genauso wie Arnold Böcklins Toteninseln, Giorgio de Chiricos beunruhigte Musen, Francis Picabias Pin-ups oder Francis Bacons Papstbilder behandelt werden. Dabei liegt das Thema allein deshalb in der Luft, weil Spielarten des Variierens in der aktuellen Kunst erneut große Konjunktur haben.

Als ich im November 2016 bei einer Podiumsdiskussion in den Hamburger Deichtorhallen anmerkte, dass eigentlich alle zeitgenössischen Künstler mit globalem Markterfolg Werkformen entwickelt hätten, die so standardisiert seien, dass sie sich mühelos – auch von Dritten – seriell produzieren ließen, widersprach mir der Galerist Thaddaeus Ropac auffallend heftig. Er kapierte sofort, wie es diesen Siegerkünstlern (wie ich sie gerne nenne) und ihren Galeristen zum Vorwurf gemacht werden kann, allein der Dynamik des Marktes zu folgen und jede noch so große Nachfrage zu bedienen. Wo aber bleibt die Autonomie der Kunst, wenn man die Anzahl der abstrakten Gemälde Gerhard Richters, der Streifen- und Folienbilder Anselm Reyles, der Superflat-Bilder von Takashi Murakami oder der besprühten Wände Katharina Grosses aus der

Menge an Sammlern, Investoren und Spekulanten ableitet, die im Spitzenpreissegment des Kunstmarkts aktiv sind?

Ropac brachte Claude Monets Heuhaufen-Serie ins Spiel, suggerierte also, im 19. Jahrhundert hätten Künstler schon dasselbe gemacht wie heute, und letztlich gehe es mehr um künstlerisch-wissenschaftliche Experimente als um den Markt. Damit blieb er jener polaren Gegenüberstellung von inneren und äußeren Motiven verhaftet, tat den zeitgenössischen Künstlern aber nicht unbedingt einen Gefallen, wenn er sie zu Nerds stilisierte: Zu offensichtlich sind die Unterschiede zwischen einem impressionistischen Maler, der jeden Strich eigenhändig auf die Leinwand setzte, und dem Manufakturbetrieb eines »global artist«, der Dutzende oder mehr Mitarbeiter hat, die in seinem Namen seriell produzieren.

30 Tatsächlich aber ging es mir gar nicht darum, Künstlern eine zu große Marktnähe vorzuhalten. Vielmehr finde ich überlegenswert, ob die heute üblichen Formen seriellen Arbeitens nicht auch viel über Motivationen und Typen von Kunstkäufern verraten. Während etliche Sammler vermutlich nach wie vor etwas haben wollen, das einzigartig ist, besteht bei Investoren und Spekulanten eher das Bedürfnis, ihr Geld für etwas aufzuwenden, das nicht zu sehr für sich steht, sondern jederzeit vergleichbar ist. Sie wollen wissen, wie viel Geld sie im Falle eines Verkaufs jeweils zu erwarten haben, und das ist nur möglich, wenn ähnliche Werke möglichst oft auf dem Markt auftauchen. Aber auch Sammler finden zunehmend Gefallen an Werken, die es in vielen gut vergleichbaren Exemplaren gibt (und die dennoch zugleich Unikate sind), denn auf diese Weise können sie die Konkurrenz mit anderen Sammlern besser ausleben. Das Wissen, fast dasselbe zu besitzen wie ein namhafterer Sammler, lässt sich dann ebenso genießen wie das Gefühl, Teil einer exklusiven Gemeinschaft zu sein, zu der alle gehören, die etwas aus derselben Werkserie haben. Sich von anderen Mitgliedern einer solchen Gemeinschaft abzuheben, ist dann sogar objektiver möglich als mit Werken von solitärem Status. So ist man vielleicht im Besitz der größten, der frühesten, der teuersten Variante einer Serie oder besitzt ein Exemplar mit besonders interessanter Provenienz.

Künstler reagieren mit großen Serien also nicht einfach nur auf eine große Nachfrage, sondern passen sich spezifischen Käuferinteressen an, verändern umgekehrt aber auch den Erwartungshorizont derer, die sich aktiv auf den Kunstmarkt begeben. Dieser nähert sich nämlich Märkten wie dem der Mode oder von Luxusbranchen an, bei denen von vornherein klar ist, dass der Reiz gerade darin besteht, an einer klar definierten Marke partizipieren zu können. Ein Stück davon gekauft zu haben, stellt nicht zuletzt ein eindeutig identifizierbares Signal gegenüber Dritten dar. Die Kunst fungiert dann unmissverständlich als Statussymbol, während man befürchten muss, dass ein Werk, das keinem bekannten Typ oder »Brand« angehört, zu Zwecken der Repräsentation ungeeignet ist.

Ich hätte Thaddaeus Ropac mit Aussagen eines anderen großen Galeristen konfrontieren können, nämlich mit Thesen von Rudolf Zwirner, der 2012 in einem Interview mit der »Zeit« erstaunlich offen über die Logik des heutigen Kunstmarkts sprach – so offen, wie es wohl nur jemand tut, der sich vom aktiven Geschäft verabschiedet hat. Gegenüber Tobias Timm, der das Interview führte, behauptete er am Beispiel von Werken Andy Warhols, ihr hoher Preis »resultiert absurderweise daraus, dass es jeweils viele Exemplare von einem Motiv gibt«. Deshalb nämlich könne sich »der Preis erst so richtig entwickeln«, ja »mit dem Verkauf von vergleichbaren Werken [...] hochschraub[en]«. Hätte Warhol hingegen nur einmal etwas mit Marilyn oder Elvis oder Blumen gemacht und wäre das Einzelstück »in einem Museum gelandet [...] und so dem Markt entzogen worden [...], hätte sich der Preis nicht mehr weiterentwickeln können.«

Zwirner geht im weiteren auch auf die Globalisierung des Kunstmarkts ein, die dazu geführt habe, dass »ein Großteil der neuen Kunstkäufer [...] keinen blassen Schimmer von der Kunstgeschichte« besitze, weshalb Akteure aus einer asiatischen oder arabischen Kultur sich erst dann sicher fühlen, wenn sie Markenartikel kaufen können. Einzelstücke sind von dieser Klientel gar nicht angemessen zu beurteilen, was die Nachfrage nach Stücken aus Serien entsprechend anheizt, was wiederum die Preise steigen lässt, was wiederum den Luxuscharakter dieser Art von Kunst verstärkt. »Für viele der neuen Kunstkäufer aus dem Fernen und Nahen Osten« – so nochmals Zwirner – »scheint schon der hohe Preis dieses Markenartikels [wie z.B. eines Stücks aus einer Warhol-Serie] ein Qualitätsmerkmal zu sein«.

Daraus ließe sich allgemeiner ableiten, dass es gerade im Fall rasch wachsender Märkte mit neuen Teilnehmern, deren Verhalten sich (mangels eigener Expertise) stark an dem bereits etablierter Teilnehmer orientiert, von Vorteil ist, wenn neue Waren möglichst gut mit früher gehandelten vergleichbar sind. Etwas Ähnliches wie die »alten Hasen« kaufen zu können, gibt den Novizen Sicherheit, führt sie gleichsam in den Markt ein. Das kommt letztlich allen gelegen, werden so doch die Preise, die die arrivierten Käufer für die ersten Stücke desselben Typs gezahlt haben, stabilisiert, oft sogar weiter gesteigert.

Damit ist klar, warum aktuell die Künstler am erfolgreichsten sind, die beliebig oft variierbare Werkformate entwickelt haben. Sie profitieren nicht nur von der Globalisierung, sondern sie fördern diese auch ausdrücklich, weil sie neuen Marktteilnehmern anderer Kulturkreise beim Einstieg helfen, wenn sie ihnen dasselbe anbieten, was sie davor schon an andere verkauft haben. Der Boom des in den letzten zwanzig, dreißig Jahren global wachsenden Kunstmarkts wäre also geringer ausgefallen, hätten all die Künstler von Damien Hirst bis Tobias Rehberger, von Anish Kapoor bis Jorinde Voigt ihre Werktypen schneller gewechselt oder die Zahl der Varianten von vorherein limitiert. Dann wären neue Interessenten nicht nur leer ausgegangen, sondern vom

Kunstmarkt vielleicht sogar so stark abgeschreckt worden, dass sie ihr Geld lieber für Schmuck, alte Autos oder andere Luxusgüter ausgegeben hätten.

So viel Einsicht in die Mechanismen des Marktes, ja so große Professionalität zahlreiche Künstler also beweisen, so wenig ist dennoch zu erwarten, dass der Boom immer weitergeht. Allmählich gibt es keine weiteren Kontinente mehr, aus denen neue Interessenten kommen könnten, und selbst wenn die Nachfrage an Kunst mancherorts noch steigen dürfte, sind die Wachstumschancen irgendwann ausgereizt. Im Fall stagnierender oder schrumpfender Märkte werden sich aber auch die Motive von Sammlern ändern. Auf einmal könnte es wieder mehr zählen, etwas wirklich Einzigartiges – Unvergleichliches – zu besitzen. Da Spekulanten dann ohnehin das Terrain wechseln und neue Marktteilnehmer kaum noch auftauchen, besteht sogar die Gefahr, dass Vergleichbares nach unten durchgereicht wird und stark an Wert einbüßt. Künstler werden dann vermutlich die Zahl an Werkvarianten reduzieren oder sogar nur noch Einzelstücke machen.

Dass sich verschiedene Phasen auf dem Kunstmarkt auch früher schon in der Werkpraxis niedergeschlagen haben, in Expansionszeiten also öfter variiert wurde als zu Krisenzeiten, könnte im Vergleich der »Catalogues Raisonnées« von Künstlern unterschiedlicher Zeiten genauer untersucht werden. Künstler ganz ohne Dubletten dürften allerdings ähnlich selten sein wie Künstler, die so umfangreiche Werkgruppen produziert haben wie einige der heutigen Markt-Stars.

32

Den bisher besten Einblick in das, was es heißt, heutzutage als »global player« zu arbeiten, lieferte Damien Hirst, als er »The Complete Spot Paintings« – alle seine zwischen 1986 und 2011 entstandenen Punkte-Bilder – im Jahr 2012 in einem Buch publizierte. Anlass war eine im selben Jahr veranstaltete Ausstellungsreihe der »Spot Paintings«, die zeitgleich in den elf Niederlassungen der Gagosian Gallery stattfand. In dieser einem »Catalogue Raisonné« ähnlichen Publikation sind rund 1400 Gemälde abgebildet und beschrieben, die alle nichts anderes zeigen als Punkte, welche sich von Werk zu Werk lediglich in Anzahl, Größe und Farbkombination voneinander unterscheiden. Bei den Angaben zu den Eigentümern findet sich fast immer der Vermerk »Private Collection«; nur manchmal handelt es sich um öffentliche Institutionen, in einigen Fällen ist der Künstler noch selbst im Besitz der Bilder.

In einem Katalogbeitrag betont Hirst, wie wichtig es für ihn von Anfang an gewesen sei, dass die Serie der Punkte-Bilder unlimitiert (»endless«) ist. Mit dem Erscheinen des Katalogs ist auch kein Schlusspunkt gesetzt, vielmehr setzt Hirst die Serie fort, plant unter anderem sogar ein Gemälde mit einer Million Punkten, dessen Produktion rund neun Jahre benötigt. Doch weniger dieser Superlativ als das auf maximale Quantität angelegte Projekt im Ganzen vermittelt den Eindruck, dass Hirst es, reflektierter und gezielter als jeder seiner seriell arbeitenden Kollegen, darauf anlegt, mit seiner Kunst ein neues

ontologisches Level zu erreichen. Gelingt es ihm, dass alle Interessenten weltweit sich mit »Spot Paintings« eindecken, auf sie spekulieren, sie rege verkaufen und genauso rege kaufen, dann gibt es nicht nur jeweils Vergleichspreise, sondern geradezu einen Tageskurs. Bestenfalls ließe dieser sich sogar in einzelne Punkte, nach deren Größe gestaffelt, umrechnen. Dann aber wäre es Hirst gelungen, eine Art von paralleler Währung zu etablieren. Seine Werke wären nicht mehr bloß eine Ware auf dem Markt, sie würden, wie Gold oder Öl, Anlegern Stabilität verheißen und als Referenz für anderes, vor allem für andere Kunst gelten.

In einem im Oktober 2016 in der Ausgabe Nr. 76 des Journals »e-flux« publizierten Essay geht die Künstlerin und Theoretikerin Hito Steyerl ihrerseits der Frage nach, ob Kunst eine Währung sein könne. Sie zitiert den US-amerikanischen Sammler und Investor Stefan Simchowitz, der nach der Brexit-Entscheidung die Überzeugung äußerte, künftig werde verstärkt Kunst als Alternativwährung fungieren, die vor Verlusten durch Inflation und Abwertungen schütze (»art will effectively continue its structural function as an alternative currency that hedges against inflation and currency depreciation«). Doch während sowohl er als auch Steyerl für Kunst im Allgemeinen einen währungsähnlichen Status erwägen (und unterschiedlich bewerten), übersehen sie, dass mit Damien Hirst ein einzelner Künstler mit einer einzigen Werkserie dieses Ziel vielleicht schon so gut wie erreicht hat. Dass er mit den »Spot Paintings« etwas geschaffen hat, das sich immer auf demselben Niveau weiterführen lässt und damit Transparenz und Sicherheit verheißt, könnte letztlich mehr Bedeutung haben als die Vielfalt stark schwankender, schwerer vergleichbarer künstlerischer Positionen, mit denen man es zu tun hat, wollte man den gesamten Kunstmarkt als Konkurrenzwährung etablieren.

Stünde ich heute vor der Entscheidung, ein Buchprojekt zu beginnen, das dem von vor fünfzehn Jahren analog wäre, nähme ich auf jeden Fall Damien Hirsts »Spot Paintings« als den einen Pol eines Vergleichs. Ihnen aber stellte ich eine Serie gegenüber, die zur Zeit ihrer Entstehung auf ähnliche Weise zu einer gewaltigen institutionellen Umwälzung beigetragen hat. Dabei handelt es sich um die Porträts von Martin Luther, die in der Werkstatt Lucas Cranachs zwischen 1517 und 1546 entstanden sind. Auf dem seit 2010 von der Universität Heidelberg federführend betreuten Forschungs-Wiki cranach.net sind mittlerweile allein 177 Luther-Porträts Cranachs verzeichnet, ursprünglich gab es wohl deutlich mehr. Sie prägten das Bild Luthers und damit das Image der Reformation mehr als alles andere. Sie waren, wie Hirsts »Spot Paintings«, Ausdruck großer Geschäftstüchtigkeit, aber eben nicht nur das. In diesen beiden Serien erweist sich, dass Quantität tatsächlich in Qualität umschlagen kann. ◆