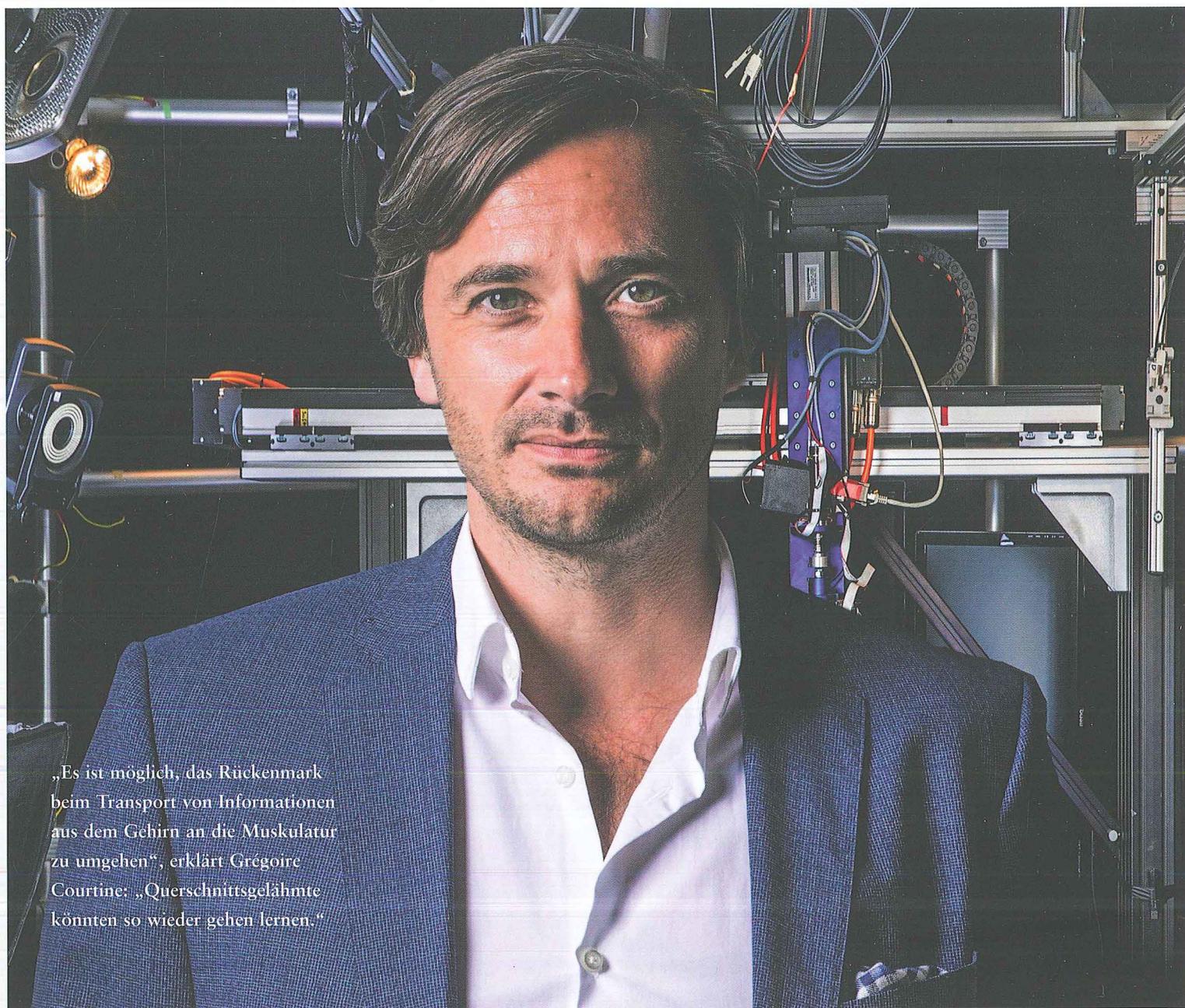




private wealth

VERMÖGEN, WOHLSTAND & WERTE

how to earn it | *how to invest it* | *how to live it*



„Es ist möglich, das Rückenmark beim Transport von Informationen aus dem Gehirn an die Muskulatur zu umgehen“, erklärt Grégoire Courtine: „Querschnittsgelähmte könnten so wieder gehen lernen.“

Der Visionär.

Grégoire Courtine hat einen Weg gefunden, die Bewegungsfähigkeit querschnittsgelähmter Patienten wiederherzustellen. Faszinierend.

Selektion.

Mehr als 5000 Fondsmanager wetteifern um Kapital. So finden Anleger diejenigen, die zu ihnen und ihrer Strategie passen.

Risiko.

Zinshäuser sollen Sicherheit und stabile Renditen kombinieren. Doch wer jetzt noch Immobilien kauft, spielt mit dem Feuer.

Der Turbo.

Neue Technologien mischen die Welt auf. Wie Familienunternehmen sich die Innovationskraft von Start-ups zunutze machen.

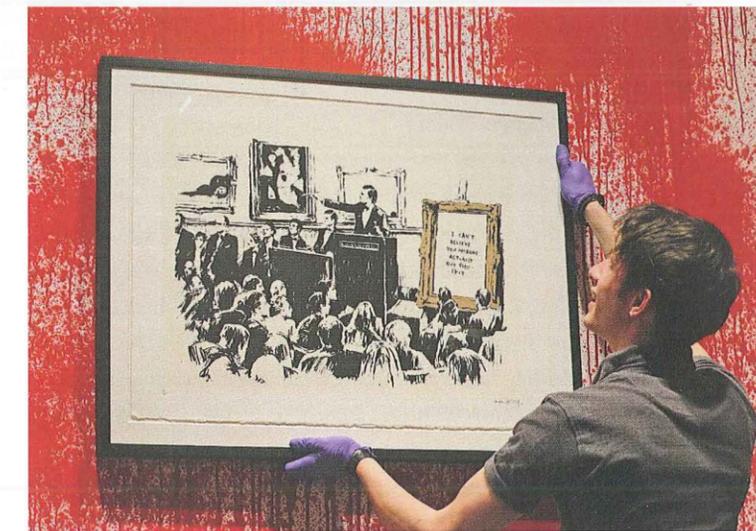
„Welcher Idiot kauft denn so was?“

Kunst. Urban Art wird in der etablierten Kunstszene immer stärker wahrgenommen. In der Illegalität entstanden, findet diese Kunstrichtung nun zunehmend Anerkennung bei Sammlern und Galeristen. Werke der Ikonen dieses Genres – der Name Banksy steht hier häufig stellvertretend für eine ganze Stilrichtung – erzielen in Auktionen mittlerweile Preise in sechsstelliger Höhe.

Das Werk „Morons“ beschreibt wie kaum ein anderes den inneren Widerspruch der Urban-Art-Szene. Der Künstler Banksy zeigt einen Auktionator, der ein Bild mit dem provokativen Inhalt verkauft: „I can't believe you morons buy this shit.“ Die Kommerzialisierung ihrer Werke widerspricht eben der grundlegenden Einstellung der Vertreter dieser aufstrebenden Kunstrichtung. Und doch ist Banksy mittlerweile ein Star – auch der etablierten Kunstszene.

„Wir bemerken ein stark zunehmendes Interesse an Urban Art. Kunstinteressierte aus der ganzen Welt, ob alt oder jung, erfreuen sich regelmäßig an unseren Ausstellungen. Im Gegensatz zu anderen Kunstrichtungen macht es die oftmals humoristische und gleichsam sozialkritische Bildsprache der Street Art dem Betrachter leicht, sich auf diese Kunstform einzulassen“, erläutert Christian Utz, seit 25 Jahren Sammler, Galerist und Gründer des Museum of Urban & Contemporary Art (MUCA) in München. Diese Zugänglichkeit scheint sich auch auf den Kunstmarkt ausgewirkt zu haben, der Käufer aus allen Bereichen anzieht. Junge Kreative suchen einen coolen Street-Art-Print fürs Eigenheim, Agenturchefs verweisen auf „den echten Banksy“ im Besprechungsraum und Kunstsammler mit einem diversifizierten Portfolio wollen zeigen, dass sie in der Lage sind, frühzeitig die „richtigen“ Künstler zu erkennen.

All diese Klienten bedient die Urban Art. Denn sie ist jung, hip und steht für die aktuelle (digitale) Generation. Sie profitiert wie keine andere Kunstrichtung vorher vom Wandel der Kommunikationsmittel, von Facebook, Twitter und Instagram. Früher fristete ein Wandbild von Banksy, Shepard Fairey, Swoon oder Ben Eine ein einsames Leben und wartete stoisch



Der provokative Druck „Morons“ von Banksy.

und oft nur von einer Handvoll Menschen beachtet auf seiner Witterung oder den städtischen Reinigungskräften geschuldetes Ableben. Heute werden neue Werke der Stars der Szene in Stunden hunderttausendfach auf den einschlägig bekannten Social-Media-Plattformen geteilt.

So mobilisierte Banksy mit seinem Projekt „Better Out than In“ Tausende von Fans. Sie alle beteiligten sich im Oktober 2013 an einer noch nie da gewesenen Schnitzeljagd durch die Häuserschluchten New Yorks, als der Künstler jeden Tag ein neues Werk auf New Yorks Straßen erschuf – und generierten zudem Millionen von Posts. Aber auch Projekte von JR – wie zuletzt seine Arbeit am Louvre in Paris – und Shepard Fairey >



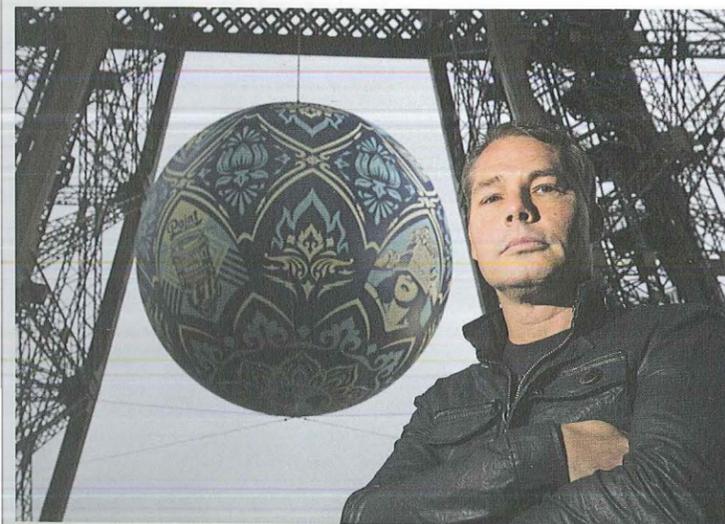


Der französische Street-Art-Künstler JR (für Jean-René) ließ im Sommer 2016 die Louvre-Pyramide verschwinden.

am Eiffelturm in Paris werden von einer riesigen Fangemeinde im Netz gefeiert. Der Hype der Urban Art ist also auch eine weitere Erfolgsgeschichte der neuen Medien.

Urban Art ist keine klar definierte Kunstrichtung, sondern eher ein Oberbegriff. Die ursprüngliche Graffiti-Szene fällt darunter, die „Post-Graffiti“-Bewegung und natürlich die daraus entstandene Street Art. Einzelne Künstler, vor allem aus der HipHop und Punk-Szene, schufen ab den frühen 1990er-Jahren eine Art Subkultur – unangepasst, anonym, meist illegal. Heute hat Street Art allerdings längst nichts mehr mit Schmierereien auf Wahlplakaten oder U-Bahn-Stationen zu tun. Sie ist zur Popkultur und damit durchaus Teil der Kulturindustrie geworden. Durch die Verwendung des Stilmittels der

Shepard Fairey vor seinem Werk „Earth Crisis“, angebracht am Eiffelturm anlässlich der Weltklimakonferenz 2015.



Collage wird der formbare, synthetische Charakter von Kunst dargelegt. Dabei bedienen sich die Künstler verschiedener Mittel und Techniken der visuell gestaltenden Kunst wie Sprühschablonen, Aufkleber und vorgefertigte Papierarbeiten – sogenannte Paste-ups –, die in wenigen Minuten an Wände geklebt werden. Denn was alle Spielarten der Street Art verbindet, ist, dass es schnell gehen muss, denn vor dem Eintreffen der Staatsgewalt gilt es, über alle Berge zu sein.

„Was der Street Art aber lange fehlte, war eine Form der Verwertung. Schließlich ist sie doch völlig wertfrei an das Medium gebunden, auf dem sie im öffentlichen Raum angebracht war – der Hauswand, der Mauer oder einer Plakatwand. Dort sollte sie verbleiben und ihre Aussage treffen. Diese musste dabei überhaupt nicht politisch sein. Auch zweck- und aussagefreie Werke fanden sich so an öffentlichen Plätzen wieder“, erläutert Ulrich Blanché, wissenschaftlicher Assistent für Neuere und Neueste Kunstgeschichte an der Universität Heidelberg. Doch die Street-Art-Künstler müssen eben auch Miete bezahlen und ihren Lebensunterhalt bestreiten. Mit zunehmendem Lebensalter folgte deshalb oftmals die Verbürgerlichung des Lebensstils. Dabei stellte sich die Frage nach Möglichkeiten der Kommerzialisierung ihrer Kunst. Einige produzierten nun Drucke ihrer Werke in größerer Auflage, um damit die finanzielle Freiheit ihres Kunstschaffens zu ermöglichen. Banksy selbst nennt diese ironisch „Souvenirs“.

Am Beispiel des Briten lässt sich exemplarisch zeigen, wie der Prozess der Umformung von Street-Art-Künstler zu Szenestars und dann zu Ikonen des Kunstmarkts gelingt. „Um sich im Kunstmarkt positionieren zu können, muss eine unverwechselbare Identität her“, erklärt Blanché.

Banksy schafft dies, indem er konsequent in der Anonymität lebt. Er spielt so mit der klassischen Vorgehensweise eines Street-Art-Künstlers, der immer auch irgendwie im Illegalen sein Betätigungsfeld hat. Später beauftragt er eine Presseagentur für die Kommunikation mit der Außenwelt. Auch heute gibt Banksy noch keine Interviews und erklärt seine Aktionen auch nicht. Dies und das Rätselraten um seine Person ist Teil der Corporate Identity von Banksy. Der Künstler wird zum Star, sein Name zum Logo.

Bemalt ein Shepard Fairey dann – wie letztes Jahr in München im Beisein des stellvertretenden Oberbürgermeisters Joseph Schmidt von der CSU – eine ganze Hauswand, so dient dies natürlich auch der Markenbildung. Genauso wichtig ist dann aber auch, dass derselbe Künstler kurz darauf in Boston verhaftet wird, weil er ein illegales Werk in den öffentlichen Raum sprüht. „Die Street-Credibility ist für die Preisbildung auf dem Kunstmarkt ebenso wichtig“, erläutert Blanché, „erst

die Kombination beider Elemente schafft eine in Markt und Szene glaubwürdige Marke.“

Für die Street-Art-Künstler der ersten Generation und ihre Sammler war das noch ein (zu) großer Spagat. Nur wer aus der Illegalität kommt, seine Werke nachts ohne kommerzielle Verwertungsabsicht schafft, ist glaubwürdig. Fortwährende Sachbeschädigung ist Teil des Schaffens. Eine finanzielle Verwertung der Werke darf nie intendiert sein, sondern ist eigentlich verpönt. Die Künstler der ersten Stunde unterwerfen sich einem entsprechenden Manifest der Nichtvermarktung. Mittlerweile haben sich jedoch einige weitere, vielschichtige Wege der Vermarktung etabliert. Manchmal scheint sogar die Vermarktung selbst Bestandteil der Kunst zu sein. Vor allem Verkaufsveranstaltungen von Banksy sind legendär und meist nur einer sehr kleinen Gemeinde von langjährigen Sammlern vorbehalten. Oder auch einfach glücklichen Käufern, die per Zufall einen Banksy erwerben. Im Rahmen der „Better Out than In“-Tour durch New York konnten an einem schönen Herbsttag an einem Pop-up-Stand im Central Park für 60 Dollar originale Banksy-Schablonenarbeiten gekauft werden. Eine davon wurde zwei Jahre später für über 50 000 Euro bei einem führenden Auktionshaus verkauft. Und war dabei aus heutiger Sicht fast noch ein Schnäppchen.

Auch wenn diese Verkaufsaktion wohl eher als Satire auf den Kunstmarkt zu sehen sein dürfte, und erst in zweiter Linie als Marketingaktion, so ist doch typisch, dass der Erstverkauf bei vielen Urban-Art-Künstlern auch heute noch ohne die Galerien stattfindet. Diese gelangen oft erst im Sekundärhandel an Werke. Dennoch gibt es mittlerweile weltweit eine Vielzahl von Galerien, die sich auf die speziellen Spielregeln der Urban Art einlassen. Oft kommen sie aus der Szene, betrachten sich selbst nicht als Teil des etablierten Kunsthandels und sind auch eher als Agenten und Netzwerker zu sehen.

Galerien, die nicht „dazugehören“, bleibt nur der Weg, die Ware Kunst über Auktionen oder von Privatsammlern zu erwerben – oftmals zu deutlich erhöhten Preisen. Angesichts grotesker Veranstaltungen, auf denen zu Banksy und Shepard Fairey Lachshäppchen und Champagner gereicht werden und Klavierspieler Hotel-Lobby-Songs zum Besten geben, hagelt es regelmäßig Häme aus der Szene.

Beinahe entsteht der Eindruck, dass die rebellierende Szene der Street Art so einen perfekt ausgeheckten Plan verfolgt. Für wichtige Deals bleibt sie gern unter sich. Werden Werke an „Outsider-Galerien“ verkauft, muss „Schmerzengeld“ bezahlt werden. Unschön für ahnungslose Kunden, die auf solchen Veranstaltungen Werke für den oftmals doppelten Preis verkauft bekommen. Denn dieses Investment wird sich auch bei bester Preisent-



Christian Utz diskutiert im MUCA Street Art als Kunstform.

MUCA – Museum für Urban Art.

„Street Art als Kunstform des 21. Jahrhunderts gilt zwar zu Recht als global gefeiertes Phänomen. Sie ist jedoch noch immer zu wenig im Kunstdiskurs angekommen“, erläutert Christian Utz. Während des Münchner Kulturherbstes wird das derzeit neu entstehende Museum of Urban and Contemporary Art (MUCA) deshalb Street Art in die Kunstgeschichte einschreiben und eine Brücke zwischen dem internationalen Fachpublikum, Künstlern und der Öffentlichkeit schlagen.

Im Rahmen von verschiedenen Veranstaltungen werden vor der offiziellen Eröffnung zunächst Konzept und Programmatik des Museums mit Fokus auf zeitgenössische und urbane Kunst vorgestellt. Die junge Kunstform Street und Urban Art wird in intelligenten Ausstellungsformaten und mit einem abwechslungsreichen Bildungsangebot durch Vorträge, Filmvorführungen und Kunstführungen gezeigt. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Kunstvermittlung. Die Ausstellungen werden durch ein umfangreiches Programm mit Künstler- und Expertengesprächen, Lesungen und Führungen begleitet.

Bei der Konzeption des Museums ging es dem Gründer Christian Utz und seinem Team aus Kuratoren und kreativen Köpfen darum, Kunst und München in einem ganz besonderen Umfeld zu zeigen. „Wir glauben daran, dass Kunst das Potenzial hat, die Wahrnehmung auf die Welt zu verändern. Es ist unser Ziel, für eine junge und zugleich vergängliche Kunstform Räume zu schaffen, in denen Street und Urban Art im Dialog mit anderen Genres der zeitgenössischen Kunst steht, sich gegenseitig befruchtet und zu neuen Erkenntnissen führt“, erläutert Utz.

Weitere Informationen und den Programmplan finden Kunstliebhaber unter www.urbanartmuseum.org

Street Art sammeln.

„Grundsätzlich müssen Sammler zunächst entscheiden, ob sie Teil der Szene sein wollen oder sich nur eine Position Urban Art in das Sammlungsportfolio legen möchten“, erklärt Christian Utz.

Im ersten Fall sei ein Besuch der immer größer werdenden Festivals angeraten. „Viele dieser Veranstaltungen dürfen aber eher – und das soll jetzt nicht despektierlich klingen – als lokale Veranstaltungen von Jugendkunstvereinen oder eines Städtemarketings verstanden werden, die um Anerkennung bei der jungen Bevölkerung buhlen. Qualität findet sich hier eher selten.“

Wer sich Urban Art ins Portfolio legen möchte, findet Rat in einer spezialisierten Galerie. Wichtigste Auswahlkriterien dabei sind, wie lange die Galerie schon Urban Art anbietet und ob bei den jeweiligen Vernissagen auch die Künstler selbst vor Ort sind. Besteht keine nachweisliche Bindung zu den Künstlern, sind auch die angebotenen Werke in der Regel von minderer Qualität oder oftmals einfach hoffnungslos überteuert.

Wer kaufen möchte und dabei Teil der Szene sein will, ist alljährlich Anfang Dezember in Miami gut aufgehoben. Neben den unzähligen Kunstmessen rund um die Art Basel Miami feiert die Street-Art-Szene in einem eigenen Stadtviertel ihre Feste. So stehen in Wynwood nicht nur die monumentalsten Street Pieces. „Dort bucht sich auch verstärkt eine Galerieszene für Urban Art in die angrenzenden Blocks ein. Für Ersteinsteiger im Segment Urban Art ein wahres Eldorado“, informiert Utz.

Bei der Antwort auf die Frage, wen oder was es zu sammeln gilt, haben Interessenten dann zwei Möglichkeiten: „Entweder Sie konzentrieren sich auf Künstler oder auf Stile“, erklärt Ulrich Blanché. Wer Künstler sammle, lande schnell bei den Namen, die bereits Eingang in die Galerieszene gefunden haben – neben Banksy sind das Shepard Fairey, Ben Eine, Space Invader, Swoon, FAILE oder auch Brad Downey und JR. Diese meist angelsächsischen Künstler gelten als die „Bluechips“ der Szene. Doch mittlerweile haben sich auch deutsche, teils sehr junge Künstler vor allem in Hamburg, München, Frankfurt und Berlin mittlerweile einen Namen gemacht. „Dazu gehören Herakut, Evol, Max Zorn, DAIM, L.E.T., CASE, Maclaim, um nur einige zu nennen“, zählt Christian Utz auf.

Sich auf einzelne Stile zu konzentrieren, ist deutlich komplizierter. In diesem Fall entscheiden sich Sammler ja für bestimmte Materialien oder Gegenstände und nicht für Künstlernamen. Sie erwerben künstlerisch gestaltete Mauerstücke, Fenster, Autotüren oder sogar Flugzeugflügel. Manchmal zählt auch das Mittel der Erstellung als Kriterium: Spray, Rost, Farbspritzer oder sogar Paketband, wie es zum Beispiel Max Zorn verwendet.



Christian Utz anlässlich Banksys „Better Out Than In“-Show in New York.

wicklung wohl erst in der nächsten Generation auszahlen. Mit der Urban Art ist es eben wie mit jeder jungen, aufstrebenden Kunstrichtung. Erfolgreich sammeln wird vor allem derjenige, der sich wirklich damit beschäftigt, also Auktionsergebnisse und Informationen sammelt, das Netz nach Ausstellungen und Festivals durchforstet und sich während Kunstreisen einen authentischen Eindruck von der Szene verschafft. Und dann – vielleicht – ein erstes solides Werk dieser noch jungen Kunst erwirbt.

Wer sich frühzeitig informierte und eigene Expertise aufbaute, konnte in den letzten Jahren zwar schon traumhafte Renditen erzielen. Doch der Markt ist immer noch jung, entwickelt sich erst. Neue Protagonisten wie Vhils, Conor Harrington, Dal East, Slinkachu, Jeremy Geddes, Antony Micallef tauchen auf. Und manchmal wieder ab.

Mittlerweile gelten für die Urban-Art-Künstler dieselben Regeln wie am zeitgenössischen Kunstmarkt. Es entscheidet die Markenbildung. Der Künstler, der sich darüber hinaus – im Sinne der Szene und des Markts – glaubwürdig positioniert, hat die besten Karten. Er sollte dann aber auch regelmäßig seine Street Credibility durch Aktionen stärken, ob illegal oder legal spielt mittlerweile nicht mehr die übergeordnete Rolle. Banksys Popularität hat zum Beispiel nach dem „Stunt“ im Central Park deutlich angezogen. Schöner sind aber natürlich die Storys der Illegalität. Auch Shepard Faireys Beliebtheit steigt mit jeder Verhaftung.

Der Kunstmarkt selbst hat dann auch längst die Antwort auf Banksys provokante Frage zur Versteigerung seiner „Morons“ gegeben. Erst kürzlich übertraf der Galerieverkauf einer Leinwandarbeit im größeren Format die Rekordmarke von einer Million Pfund. Selbst nach der Brexit-Entscheidung sind das noch 1,17 Millionen Euro. Ach, wird sich mancher denken: Wäre ich doch ein Idiot gewesen. □

Autor: Dr. Florian Mercker