



## Aktienrückkäufe sind besser als ihr Ruf

Von Dennis Kremer

Aktienrückkäufe haben in Deutschland einen schlechten Ruf. Dass ausgerechnet die Deutsche Telekom nun zu Jahresbeginn damit begonnen hat, eigene Aktien im Wert von zunächst 550 Millionen Euro zu erwerben, ruft Kritik hervor. Die Telekom ist schließlich jener Konzern, der für die schlechten Internetverbindungen in vielen Regionen verantwortlich gemacht wird. Wäre das Geld nicht dort besser eingesetzt?

Die Argumentation ist naheliegend, übersieht aber einen wichtigen Punkt. Aktienrückkäufe sind heutzutage wichtiger denn je, um Investoren bei Laune zu halten. Und das ist entscheidend, wenn Unternehmen sich auch in Zukunft gute Finanzierungsmöglichkeiten sichern wollen.

Um das zu verstehen, muss man sich genauer anschauen, was beim Kauf eigener Aktien technisch passiert. Obwohl der Vorgang auf den ersten Blick seltsam erscheint, führt ein Aktienrückkauf schon bei der Ankündigung zu einem Kursplus von durchschnittlich ein bis zwei Prozent, wie verschiedene Studien für amerikanische Firmen herausgefunden haben. Der Grund: Durch den Rückkauf verringert sich in der Regel die Zahl der ausstehenden Aktien eines Unternehmens. Da nun weniger Aktien der Firma in Umlauf sind, ist logischerweise das Angebot an Aktien dieses Unternehmens knapper. Das steigert ihren Wert und damit ihren Kurs.

Man kann das als Täuschungsstück abtun, aber den Aktienkurs zu stabilisieren ist wichtig in Zeiten, in denen andere Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmen schwieriger geworden sind. Geld über Anleihen aufzunehmen ist wegen der Zinswende eine teure Angelegenheit, deswegen sind Firmen vermehrt auf die Börse angewiesen, um über sie Kapital einzusammeln. Dass die Telekom diese Möglichkeit nutzt, verdient keine Kritik, sondern ist ziemlich modern.



Ein digitaler Affe („Bored Ape“) auf einem Werbeplakat in New York

Foto Getty

# Was vom Hype um Kryptokunst bleibt

Die Preise für NFT-Kunstwerke sind stark gefallen. Nach dem Ausstieg der Spekulanten geht es jetzt wieder um die Kunst.

Von  
Anna Sophie Kühne

Auch immaterieller Besitz kann ein Statussymbol sein, wenn er nur teuer genug ist. Das funktioniert besonders gut, wenn man ihn bildlich zeigen kann. Und am besten, wenn prominente Personen mitmischen – und dies ihre Gefolgschaft in den sozialen Medien auch wissen lassen. Die Gesetze der Begehrtheit ließen sich zuletzt besonders eindrucksvoll an den digitalen Bildchen der „Bored Apes“ studieren. Der „Bored Apes Yacht Club“ ist eine Kollektion von 10.000 lethargischen Affen, zu unterschiedlichen ihren bunten Mützen, der verschiedenen Bekleidung und Accessoires.

Im Januar 2022 wechselten die Bored Apes für durchschnittlich 344.000 Euro den Besitzer. Unter den bekennenden Fans waren die Rapper Snoop Dogg und Eminem, Stars und Sternchen wie Paris Hilton, Madonna und Justin Bieber. Doch der Hype ist vorbei. Schuld daran sind Spekulanten – und ein Kunstmarkt, der eben doch nicht so innovationsfreudig und progressiv ist, wie viele gehofft hatten. Wer den Moment für den Ausstieg verpasst hat, musste mitunter herbe Verluste hinnehmen. Schaut man heute auf

die Verkäufe, liegt der durchschnittliche bezahlte Preis bei knapp 54.000 Euro. Das ist noch immer viel für einen gelangweilt dreinblickenden Affen mit Motorradhelm und Zigarre. Aber vor zwei Jahren, in der Hochphase des Affenfiebers, wäre das ein Schnäppchen gewesen.

Die Transaktionen lassen sich dank Opensea nachvollziehen, einer Handelsplattform für NFTs. Jeder Affe ist ein sogenanntes Non-Fungible Token, zu Deutsch etwa nichtaustauschbare Wertmarke. Gehandelt werden sie in der Kryptowährung Ether. Das digitale Besitzertifikat wird vererbt auf der Ethereum-Blockchain und garantiert, dass jedes Tierchen nur einen Eigentümer hat, auch wenn das Abbild des Affen beliebig oft gezeigt werden kann. Die Technologie der Blockchain ermöglicht somit auch digitalen Werken, einzigartig zu sein – wie die Unterschrift eines Malers unten rechts auf der Leinwand, die das Bild erst zu einem Original macht.

Für manche macht diese Eigenschaft die Affen zu Kunstwerken. Für andere sind sie nur „Collectibles“, die Panini-Bildchen der Reichen und Kryptofans, mit echter digitaler Kunst aber nicht ver-

gleichbar. Für Kunstmarktfremde sind das Spitzfindigkeiten. Die Frage, was Kunst ist, langweilt. Interessant ist für die meisten vor allem, dass sich mit NFTs sehr viel Geld verdienen lässt. Rund 22 Millionen Beobachter schalteten sich online zu, als das renommierte Auktionshaus Christie's am 11. März 2021 zum ersten Mal ein NFT eines digitalen Kunstwerks versteigerte: Es handelte sich dabei um die Collage „Everydays: The first 5000 days“ des amerikanischen Künstlers Mike Winkelmann, bekannt unter dem Namen Beeple. Das Werk erzielte 69,3 Millionen Dollar, bezahlt in der Kryptowährung Ether. Ein kunsthistorischer Ritterschlag für NFT-Jünger auf der ganzen Welt.

„Es herrschte damals eine richtige Goldgräberstimmung“, sagt Magnus Resch, Unternehmer und Kunstkenner. Der Aufstieg der NFT-Kunstwerke war eng geknüpft an die Rally der Kryptowährungen. „Kunst-NFTs sind eine Möglichkeit für Besitzer von Kryptowährungen gewesen, ihr Geld auszugeben und anzulegen.“ Es sei plausibel erschienen, dass eine digitale Gesellschaft früher oder später auch digitale Kunst nachfragt – „eine verlockende Idee“. Während im traditionellen Kunstmarkt Ästhetik eine große Rolle spielt, habe bei vielen NFT-Käufern das Investment im Vordergrund gestanden, sagt Resch. Diese Leute hatten ein großes Interesse an medienwirksamen Millionendeals mit gelangweilten Affen oder Rekordversteigerungen in renommierten Auktionshäusern – und sie trieben die Preise in immer absurdere Höhen.

Der Handel mit den digitalen Kunstwerken war dabei eine Wette in doppelter Hinsicht: Nicht nur erwarteten die Sammler ein zunehmendes Interesse an NFTs, sie rechneten auch mit einem dauerhaft höheren Kursniveau der Kryptowährungen, in denen sie gehandelt werden. Beides aber ist nicht eingetreten. Vom Frühjahr 2022 an ist der Wert von Bitcoin, Ether und Co. stark gefallen, was die Euphorie für NFTs empfindlich dämpfte. Der Umsatz mit NFTs betrug im Jahr 2021 fast 2,9 Milliarden Dollar, im Jahr 2022 waren es noch 1,5 Milliarden. So steht es im jährlichen Kunstmarktbericht der Art Basel und UBS. Eine Trendumkehr ist nicht in Sicht: Laut DappGamb, einer Firma, die sich auf Werten auf Kryptowährungen spezialisiert hat, sind 95 Prozent der NFT-Sammlungen heute praktisch wertlos. Weniger als ein Prozent der 73.000 NFT-Kunstwerksammlungen, die das Unternehmen sich angeschaut hat, haben einen Wert von mehr als 6000 Dollar.

Ein Problem ist laut Magnus Resch zudem, dass die NFT-Kunstwerke im traditionellen Kunstmarkt eine Nische geblieben sind. In den international bedeutsamen Museen sind die Arbeiten nach wie vor die Ausnahme, viele Galerien schrecken vor NFT-Kunstwerken zurück, weil die Stammkundschaft eher zurückhaltend gegenüber der neuen Gattung ist. „Ein Kunstwerk gewinnt aber vor allem dadurch an Wert, dass es in bestimmten Museen oder Galerien gezeigt wurde“, erklärt Resch. „Diese Ausstellungshistorie ist immens wichtig.“ Die NFT-Werke kauft man überwiegend im Internet, sie werden entwe-

der direkt beim Künstler oder anonym bei den einschlägigen Plattformen erworben. Der persönliche Kontakt zwischen Künstler und Sammler ist im Fall von digitaler Kunst deutlich relevanter.

Einige Künstler haben es aber doch geschafft, sich zu etablieren. Beeple etwa hat sich seinen Platz in der Kunstwelt gesichert, auch andere große Namen dürften bleiben. Für bereits bekannte Größen wie Damien Hirst waren NFTs eine willkommene und lukrative Möglichkeit, das eigene Portfolio um die neue Gattung zu erweitern – ein grundsätzliches Interesse an den digitalen Werken bleibt bislang bestehen. Der Künstler Refik Anadol hat im Museum of Modern Art in New York Werke gezeigt, die eine Künstliche Intelligenz generiert hat. Diese Leuchttürme ändern laut Resch aber nichts an dem grundsätzlichen Problem: Es dauert schlicht sehr lange, bis sich NFT-Künstler das alles entscheidende Netzwerk aufgebaut haben. „Digitale Kunst wird der Malerei nicht den Rang ablaufen.“

Diese Einschätzung teilt der Frankfurter Galerist Andreas Greulich. Auch er sagt: „Der Kunstmarkt ist konservativ.“ Aber er rät, den Markt abseits der traditionellen Vertriebswege nicht zu unterschätzen. „Onlinegalerien und Plattformen wie Opensea zeigen, dass die Leute unabhängig von der klassischen Galerie Kunst kaufen.“ Chancen bietet die Blockchain-Technologie vor allem auch für Fotos und Videos, die so ein digitales Echtheitszertifikat erhielten. „Die Menschen wollen den Besitznachweis, das ist eine emotionale Geschichte“, sagt er.

Greulich hat seine erste NFT-Ausstellung bereits im Juli 2021 organisiert. Titel: „What hot shit“, was die Stimmung zu der Zeit wohl ziemlich gut beschreibt. In den Räumlichkeiten haben unter anderem die Künstler Cryptohamster, Luluxx oder Estelle Flores ihre Arbeiten gezeigt. Einige Künstler haben ihr Schaffen um NFTs erweitert, andere sind erst durch die neue Technologie zu Künstlern geworden, erzählt Greulich. Die gezeigten Werke sind bunt, surreal, abstrakt. Sie wurden gezeichnet und digital animiert, mithilfe von Avataren gemalt, von Algorithmen generiert. Greulich hat sie auf Monitoren präsentiert, die er oft gleich mitverkauft hat. „Für viele Sammler war es das erste Mal, dass sie ein NFT-Kunstwerk gekauft haben“, erzählt er.

Insgesamt sei die Kundschaft für digitale Kunst jünger und technikaffiner. „Viele Sammler sind in der digitalen Welt groß geworden, haben früher zum Beispiel Videospiele gekauft“, sagt er. Greulich sieht NFTs als Chance, Leute zu Sammlern zu machen, die mit dem traditionellen Kunstmarkt weniger anfangen können. Bei seinen Ausstellungen sei die Hälfte der verkauften Arbeiten an Stammkunden gegangen, die andere Hälfte an Neukunden. Der Galerist hat seitdem zwei weitere NFT-Ausstellungen organisiert, im Sommer dieses Jahres will er für die digitale Kunst abermals Raum in seiner Galerie schaffen. Er bleibt den NFTs treu – auch wenn das große Geld im Kunstmarkt wieder mit anderen Dingen verdient wird.