

Reden wir über Geld

„Kunst ist ein schlechtes Investment“



Kunstmarktexperte Magnus Resch ermuntert Menschen, Kunst zu kaufen, und raubt ihnen gleichzeitig die Hoffnung, dass sie an Wert gewinnt. Wie geht das zusammen?

Von Elisabeth Dostert

22. August 2024 - 9 Min. Lesezeit



Schenken



Teilen

Ein Tag im Juni in der Pinakothek der Moderne in München. Magnus Resch, 40, trägt den Karton mit seinem neuen Buch selbst. Er wird es gleich vorstellen. Es trägt den Titel „Smart Kunst Kaufen“. Das Magazin Forbes und der Sender CNN nannten ihn einen der führenden Kunstmarktexperten. Resch lebt in New York, für ihn das „Heilige Land“ des Kunstmarktes. Er sammelt auch selbst, aber immer unter 20 000 Dollar. Rund 80 Werke umfasst seine Sammlung. Was bei ihm zu Hause nicht reinpasst, hängt bei Freunden.

SZ: Herr Resch, reden wir über Geld. Wie viel haben Sie für Ihr erstes Kunstwerk bezahlt?

Magnus Resch: 400 Mark für einen Druck von Rupprecht Geiger. Die Farben begeisterten mich, eine Variation von Rot auf blauem Hintergrund. Ich war 16. Mein Vater hatte mich mit ins Auktionshaus Sturies in Düsseldorf mitgenommen. Ich kaufte ihn von meinem Erspartem. Er hängt bei meiner Mutter in Düsseldorf.

Was hing denn in Ihrer Kindheit bei Ihnen zu Hause?

Ich komme nicht aus einem Großsammler-Haushalt. Meine Eltern kauften, was ihnen gefiel, jedoch ohne das Ziel, eine Sammlung aufzubauen. Hin und wieder haben sie mich und meinen Bruder ins Museum geschleppt. Aber Kunst stand für sie nicht ganz oben, sondern Bildung, wie in vielen Nachkriegsfamilien. Ein solides Abitur, an guten Unis studieren, das war meinen Eltern wichtig und dafür bin ich ihnen dankbar.

Wie ging es mit der Kunst weiter?

Ich bin in Düsseldorf auf das St.-Ursula-Gymnasium gegangen, das liegt fußläufig zur Kunstakademie – mitten in der Altstadt. Bis zur Ratinger Straße sind es auch nur ein paar Schritte. Die Straße wird die längste Theke der Welt genannt, wegen der vielen Kneipen, Bars und Cafés. Die Toten Hosen haben im Ratinger Hof ihre ersten Konzerte gespielt. Beuys, Richter, Polke, Gursky sind in diesen Läden aus- und eingegangen. Dort habe ich eher zufällig Künstler kennengelernt, die waren zwei, drei Jahre älter als ich. Sie haben mich an die Akademie eingeladen. Ich habe viel Zeit dort verbracht und verstanden, was es heißt, Künstler zu sein.

Künstler zu sein. Künstler zu sein, heißt, wenig Geld zu verdienen und Kunst zu produzieren, ohne dass sie verkauft wird.



Haben Sie denn wenigstens was gekauft?

Ja, eine Arbeit von Chris Succo. Das war vor 20 Jahren. Wir sind immer noch gut befreundet. Er gehört zu dem einen Prozent der Absolventen von Kunsthochschulen, die gut von ihrer Kunst leben können.

Hat es Sie nie gereizt, selbst Kunst zu studieren?

Mich hat die Ökonomie des Systems mehr interessiert. Die Leute um mich herum, meine Freunde, die Freunde meines Bruders wollten Kunst kaufen zu einem Einstiegspreis von unter tausend Euro für ein Original. Ich habe in St. Gallen studiert. Um mein Studium zu finanzieren, arbeitete ich als Praktikant in einer Galerie, die gerade eröffnet hatte. Die beiden Gründer trennten sich aber schnell, und so fragte mich der verbliebene, ob ich einsteigen will. So bin ich in kürzester Zeit vom Praktikanten zum Galeristen aufgestiegen.

Wie hoch war das Gehalt?

Es gab kein Gehalt. Es war wie in jedem Start-up. Niemand hat anfangs etwas ausgezahlt. Es lief nicht schlecht. Wir waren eine Gamma-Galerie. Sie hat zehn Jahre überlebt, immerhin drei Jahre länger als der Durchschnitt.

Was ist denn eine Gamma-Galerie?

Mittelmaß, keine Top-Künstler und keine Top-Sammler. Und das war der Antrieb für meine wissenschaftlichen Studien. Ich wollte in meiner Doktorarbeit herausfinden, was eine Top-Galerie anders macht, um dem Mittelmaß zu entsteigen. Viele Jahre später habe ich zusammen mit anderen Wissenschaftlern die Lebensläufe von rund einer halben Million Künstlern angesehen. Die Ergebnisse wurden 2018 im Wissenschaftsmagazin Science veröffentlicht. Wir konnten feststellen, dass nur ein paar wenige Galerien

Süddeutsche Zeitung

Was ist das Erfolgsgeheimnis?

Erfolgreiche Galeristen sehen ihr Geschäft nicht als künstlerische Aktivität oder Hobby, sondern als knallhartes Business.

Mit der Haltung könnten Sie auch teure Autos oder Häuser verkaufen?

Richtig. Beispielhaft ist der Lebenslauf von Larry Gagosian, dem wichtigsten Galeristen der Welt. Bevor er in den 1970er-Jahren seine erste Galerie in San Francisco eröffnete, hat er Poster verkauft. Mit Originalen hatte der nichts am Hut. Larry ist ein extremes Verkaufstalents, und er weiß, wie man den Zugang zu Künstlern und Sammlern findet.

Ein Galerist muss nicht zwischen guter und schlechter Kunst unterscheiden können?

Gute und schlechte Kunst gibt es so nicht, denn es gibt keine objektiven Kriterien, die definieren, was gute Kunst ist. Gute Kunst ist, was du als gut empfindest, also total subjektiv. Wenn die Top-Galeristen einen Künstler aufnehmen, macht der nach ihrem Empfinden gute Kunst. Und da sie weltweit so viel Macht und Einfluss haben, wird das, was sie als gut ansehen, auch global als gut betrachtet und findet den Weg in die Museen. Was wir als gute Kunst verstehen, ist das Resultat von gutem Marketing und geschlossenen Netzwerken.

Kann eine Alpha-Galerie aus jedem, der sich Künstler nennt, das ist ja auch kein geschützter Begriff, einen Superstar machen?

Ja. Ein Beispiel:



Larry Gagosians Freundin ist die Künstlerin Anna Weyant. Noch vor ein paar Jahren verkaufte sie ihre Arbeiten für weniger als 10 000 Dollar in einer kleinen Galerie in der Lower East Side in New York. Dann fingen die beiden an zu daten, sie wechselte zu Gagosian, und jetzt kosten ihre Arbeiten mehrere Hunderttausend Dollar.



Und das innerhalb weniger Jahre. Die Künstlerin hat sich nicht geändert, ihre Kunst hat sich nicht geändert, es gab auch keine großen Ausstellungen in Museen – nur ihr Beziehungsstatus hat sich geändert.

Trotz Ihrer Begeisterung für den Kunstmarkt haben Sie sich 2011 vom Berliner Inkubator Springstar einstellen lassen.

Während meines Studiums habe ich immer weiter Kunst verkauft. Einer, dem ich Kunst verkaufen wollte, hat dann zu mir gesagt, „lass doch den Quatsch mit der Kunst, komm nach Berlin, und wir machen Start-ups“. Für

den Moment war das reizvoller. Aber anfänglich auch ein großer Reinfall, denn aus keinem der Start-ups in dem Inkubator ist was geworden. Nach zwei Jahren bin ich schließlich gegangen und habe mein eigenes Start-up gegründet, die Fitness-Plattform Gymondo. Das Timing war gut: Wir launchten die Website im Frühjahr, als alle ihren Weihnachtsspeck loswerden wollen. Und als wir dann noch Werbung rund um „Germany’s Next Topmodel“ schalteten, waren wir rasch profitabel. Nach einem knappen Jahr habe ich Gymondo an Pro Sieben Sat 1 verkauft. Das war super.

Wie hoch war der Kaufpreis?

Es hat gereicht, um nach New York zu ziehen und zwei neue Start-ups aufzubauen. New York ist das Heilige Land des Kunstmarktes. Da sind alle Top-Galerien, Sammler und Museen. Ich wollte zurück in den Kunstmarkt. Ich war mir bewusst, dass nur wenige Gründer Kenntnis vom Kunstmarkt, aber auch vom Aufbau von Start-ups hatten. Ich habe dann zwei Firmen gegründet: Larrys List, einen Instagram-Account, auf dem wir wöchentlich Sammler porträtieren, und die Magnus App. Damit macht man ein Foto von einem Kunstwerk, und die App sagt einem dann, wer der Künstler ist und zu welchen Preisen er gehandelt wird. Wir hatten fast eine Million Downloads, aber als die Corona-Pandemie begann, haben wir sie aus dem App-Store genommen, weil niemand mehr in Museen und Galerien gehen durfte.

Ganz schön eitel, so eine App nach sich selbst zu nennen?

Eine typische deutsche Frage. Viele internationale Galerien und Museen tragen den Namen ihres Gründers: Gagosian, Hauser + Wirth, David Zwirner, das Guggenheim, das Whitney. Im Kunstmarkt ist das gängig. Und meine Investoren, zu denen auch Leo DiCaprio gehört, fanden den Namen gut.

Sie beraten Sammler, Galeristen und Künstler. Wie werden Sie denn bezahlt – pro Tag, pro Stunde, kriegen Sie einen prozentualen Anteil vom Verkaufspreis der Arbeit?

Eine Stunde Beratung für einen Künstler kostet rund 400 Dollar. Mit Galerien arbeite ich meistens über einen längeren Zeitraum, da bewegen sich die Projektkosten zwischen 5000 und 250 000 Dollar, je nach Dauer der Zusammenarbeit. Meine zahlenmäßig größte Gruppe sind Künstler, den meisten Ertrag liefern die Sammler. Während ich bei Künstlern sehr breit aufgestellt bin, bin ich sehr selektiv bei Sammlern. Ich arbeite nur mit Sammlern, die bereit sind, über mehrere Jahre hinweg 100 000 Dollar pro Jahr für Kunst auszugeben.

Macht Kunstberatung reich, zumindest Menschen wie Sie, die solche Leistungen anbieten?

Ja, aber der Fokus ist sehr wichtig. Es gibt weltweit 300 000 Kunstberater, aber nur 6000 Sammler, die viel ausgeben. Wer sich als Kunstberater auf Erstkäufer im unteren Preissegment fokussiert, hat es extrem schwer. Denn es ist meist genauso viel Arbeit, ein 5000-Dollar-Werk zu verkaufen wie eine 500 000-Dollar-Arbeit.

Wie viele Künstler rufen täglich an und bitten um Hilfe?

40 bis 50 pro Woche. Viele Künstler leben am absoluten Existenzminimum. Die arbeiten wahnsinnig viel, opfern alles für die Kunst, aber sehen keinen Ertrag. Sie denken, es liegt an ihrer Kunst, aber es liegt an allem anderen. Ich will sie davor bewahren, an sich selbst zu zweifeln, und möchte Wege aufzeichnen, die sie erfolgreich machen. Der Kunstmarkt ist brutal. Das Angebot ist zu groß, es gibt zu viele Künstler, und die Nachfrage ist zu gering.

Was ist denn „alles andere“?

Meine Studien und Interviews mit den wichtigsten Künstlern der Welt zeigen: Künstler müssen Unternehmer sein. Um heute als Künstler erfolgreich zu sein, kommt es vor allem auf die Vermarktung und das Netzwerk an Galerien an. In einer Studie konnten wir zeigen, dass sich aus den ersten fünf Ausstellungen eines Künstlers Schlüsse über den Erfolg seiner weiteren Karriere ziehen lassen.

Nach Ihren Algorithmen hätte Vincent van Gogh keine Chance gehabt?

Es gibt diese Aschenputtel-Geschichten, dass jemand erst spät in seiner Karriere erkannt wird oder sogar erst nach seinem Tod, aber das sind Ausreißer.

Ist es Künstlern unangenehm, über Geld zu reden?

Über Geld im Kunstmarkt zu sprechen, gilt oft als schmutzig. Diese Hemmungen will ich lösen. Wir müssen über Geld sprechen. Geld ist das Transaktionsmittel, das den Markt am Laufen hält. Künstler sollten an Akademien mehr über Marketing und Branding erfahren. Wir müssen ehrlicher und transparenter werden. Warum steht in den Galerien der Preis nicht gleich neben dem Kunstwerk wie im Uhren- oder Autogeschäft. Die Aura, dass Kunst etwas Exklusives und Elitäres ist, baut Hindernisse auf und führt dazu, dass viel weniger Menschen Kunst kaufen. Kunst ist für alle. Der Kunstmarkt hat ein Conversion-Problem.

.... es gibt viele Interessenten, die dann am Ende nicht kaufen ...

So eine Conversion-Rate wäre der Ruin jedes Online-Händlers. Nie zuvor haben so viele Menschen Kunstmessen, Galerien und Museen besucht, aber gleichzeitig so wenig Kunst gekauft. Die Schere zwischen Kunstgenießer und Kunstkäufer war noch nie größer. Der Markt steckt seit zehn Jahren in einer Rezession, gleichzeitig steigt die Zahl der Millionäre. Der

Kunstmarkt hat einen schlechten Job gemacht, neue Leute als Käufer zu gewinnen.

Vielleicht ist ein Tesla oder ein tolles Haus mittlerweile das bessere Statussymbol?

Kunst ist mehr als ein Statussymbol. Denn mit Kunst zu leben, ändert alles. Es erlaubt uns, Perspektiven zu hinterfragen, Inspiration zu finden, Brücken zu anderen zu bauen. Genau daran möchte ich andere teilhaben lassen. Deswegen ist es meine Mission, mehr Leute zu Kunstkäufern zu konvertieren. Davon profitieren alle, die Galerien, die Künstler und wir als Gesellschaft.

Sehen die meisten Menschen Kunst nicht eher als Investment, sie hoffen, dass der Wert steigt?

Die Leute stellen mir drei Fragen: Was für Kunst soll ich kaufen? Wir sind ja überladen mit Kunst, das Angebot ist riesig. Jeder Käufer muss viel Kunst sehen, lange bevor er Sammler wird. Dafür muss man nicht am Wochenende nach New York fliegen. Es gibt tolle Instagram-Accounts. Zweite Frage: Was kostet das, und ist der Preis fair? Dafür gab es meine App. Dritte Frage: Ist das ein gutes Investment? Kunst ist kein gutes Investment. 99 Prozent der Werke können nicht wieder verkauft werden, und die meisten können den Einkaufswert nicht mal halten, geschweige denn steigern.

Welche Künstler sind denn ein gutes Investment?

Die, die durch Alpha-Galerien vertreten werden. Da gibt es aber nichts für 5000 Euro. Natürlich gibt es die Geschichten über Leute, die einen Basquiat für 1000 Euro gekauft und für zehn Millionen Euro verkauft haben, aber das ist wie Lottospielen.

Text: Elisabeth Dostert; **Digitales Storytelling:** Elisabeth Dostert; **Bildredaktion:** Christine Kokot;
Schlussredaktion: Cosima Kopfinger

© SZ - Rechte am Artikel können Sie [hier](#) erwerben.

Diese Geschichte teilen



Schenken



Teilen

Süddeutsche Zeitung



SZ Plus-Abonnement:

[AGB](#)

[Datenschutz](#)

[Datenschutz-Einstellungen](#)

[Abo kündigen](#)

Vertrag mit Werbung:

[Vertragsbedingungen](#)

[Datenschutz](#)

[Cookie Policy](#)

[Vertrag mit Werbung kündigen](#)

[Widerruf nach Fernabsatzgesetz](#)

[Widerspruch](#)

[Utiq verwalten](#)

[Kontakt und Impressum](#)