

KUNST UND GELD (3)



»KB 191« von Yves Klein aus dem Jahr 1962. Sein einzigartiges Blau ließ er sich patentieren

Hauptsache, blau

Yves Klein schuf elf gleichfarbige monochrome Bilder und provozierte das Publikum, indem er dafür unterschiedliche Preise verlangte **VON KAROLINE KUHLA-FREITAG**

Yves Klein wagte es. Im Januar 1957 eröffnete in der Mailänder Galleria Apollinaire eine Ausstellung, in der er elf Bilder, elf »monochrome Vorschläge, blaue Epoche« ausstellte. Jedes einzelne war 77,5 mal 56 Zentimeter groß und regelmäßig im selben leuchtenden Blau gestrichen – auf den ersten Blick sahen sie alle gleich aus. Doch einen Unterschied legte Klein fest – in den Preisen: Alle elf Bilder waren unterschiedlich teuer. Ob die Käufer dafür Verständnis hatten?

Der französische Maler, der sich selbst »Yves Le Monochrome« nannte, fertigte in den Fünfziger- und Sechzigerjahren einfarbige Bilder an, indem er mit einer Farbrolle gleichmäßig Leinwände bestrich, in Rot, Orange oder Gelb etwa, meist aber in Blau. Denn der junge Künstler, der in seinem kurzen, nur 34 Jahre dauernden Leben Tausende Bilder schuf, von denen einige zu den Klassikern der Moderne zählen, interessierte sich für Farben. Sie wollte er zum Strahlen bringen und wurde dafür radikaler. Schließlich ließ er alle Farben hinter sich und konzentrierte sich auf eine einzige: Blau.

Auf die Frage, warum er sich freiwillig derart begrenzte, antwortete Klein mit einer alten persischen Geschichte. Ein Flötenspieler habe zwanzig Jahre lang nur einen Ton gespielt. Als seine Frau ihn darauf ansprach, dass andere Flötenspieler Melodien aus unterschiedlichen Tönen zusammenstellten und dass die Musik so doch unterhaltsamer wäre, antwortete ihr Mann, es sei nicht sein Problem, dass er den einen Ton, nach dem die anderen noch suchten, schon gefunden habe.

Für Yves Klein war dieser Ton das Blau. Seit er als junger Mann mit zwei Freunden am Strand von Nizza gegessen hatte, sie in spielerischem Übermut die Welt unter sich aufgeteilt hatten und er sich für den Himmel entschieden hatte, beschäftigte ihn dessen Unendlichkeit. Später behauptete er sogar, den Himmel signiert zu haben und die Vögel dafür zu hassen, dass sie sein »größtes und schönstes Monochrom« immer wieder störten.

Dieses grenzenlose Blau wollte er auch mit seinen einfarbigen Bildern erzeugen und entwickelte ein Ultramarin, das ihn berühmt machte und das er sich 1960 patentieren ließ, bis heute trägt es seinen Namen: International Klein Blue (I.K.B.). Dahinter verbirgt sich eine spezielle Mischung, die den Blauton,

den er so liebte, besonders gut zum Leuchten bringt. Auf der Leinwand bleibt nichts, woran sich das Auge festhalten kann, nichts als die reine Farbe und ihre Wirkung: »Farbe badet in kosmischer Sensibilität. (...) Farbe ist materialisierte Sensibilität. Farbe badet in allem und badet alles«, schrieb er dazu.

Doch Kleins Werke waren für die damalige Zeit zu radikal. Selbst im sonst so aufgeschlossenen Pariser Salon des Réalités Nouvelles, einem Ausstellungsforum für geometrisch-abstrakte Werke, bat man ihn, er solle seine einfarbigen Bilder wenigstens durch eine zweite Farbe, einen Punkt oder Strich ergänzen.

Von dieser Kritik ließ sich Klein jedoch nicht beirren und setzte stattdessen auf seine Ausstellung in der Galleria Apollinaire. Für die Präsentation dort brachte er die elf blauen Leinwände auf Balken an, sodass sie mit einem Abstand von bis zu zwanzig Zentimetern von der Wand entfernt standen und wirkten, als ob sie schwebten. Er spielte mit dem Unverständnis für seine Kunst und forderte seine Besucher heraus, das jeweils Individuelle der Bilder zu entdecken – rief doch jedes eigene Empfindungen hervor. Und auch den Preis der Bilder legte Klein entsprechend individuell fest. Er hinterfragte damit die Vorstellung, dass Bilder sich rational bewerten ließen, etwa aufgrund der Größe, des Motivs oder der Kunstfertigkeit – die Wirkung auf den Betrachter war das, was zählte.

Die genauen Reaktionen der Ausstellungsbesucher sind nicht bekannt. Unter den Aufgeschlossenen von ihnen ging Kleins Rechnung aber wohl auf: Sie waren bereit, unterschiedliche Preise für seine Werke zu zahlen. So kaufte beispielsweise der berühmte italienische Maler und Bildhauer Lucio Fontana eines der Werke. Heute werden Yves Kleins Monochromen weltweit für Preise im niedrigen zweistelligen Millionenbereich versteigert.

Für Klein selbst zählte nach der Ausstellung in Mailand nur die Entscheidung der Käufer als Erfolg: »Diese Tatsache beweist zum einen, dass die malerische Qualität jedes einzelnen Bildes durch etwas anderes als seine materielle und physische Erscheinung wahrnehmbar war, und zum anderen natürlich, dass diejenigen, die eine Wahl trafen, jenen Zustand anerkannten, den ich »malerische Sensibilität« nenne.«

Karoline Kuhla-Freitag stellt hier in unregelmäßigen Abständen Werke zum Thema Wirtschaft und Finanzen vor

Das Ende des toten Raums

Viele Berliner Galerieszene verändern ihre Konzepte, weil das klassische Geschäftsmodell nicht mehr aufgeht **VON LORINA SPEDER**

Der Gründer der Galerie Neumeister Bar-Am (kurz: NBA Gallery), Barak Bar-Am, hat ein turbulentes Jahr hinter sich. Nach fünf Jahren mit einem ambitionierten Programm in Berlin-Charlottenburg, das den Fokus auf internet-basierte Kunst und Fotografie legte, verließ ihn sein Geschäftspartner. Die Kosten für die Galerie waren ihm zu hoch geworden. Obwohl Bar-Am gut verkaufte und Künstler seines Programms – wie der 38-jährige Niederländer Harm van den Dorpel – durchaus erfolgreich sind, konnte er die Galerie nicht halten. Das zwang den Galeristen, sich grundlegend mit jenem System des Kunsthandels auseinanderzusetzen, an dem er sich bislang orientierte. Sein Fazit: »Man braucht einen neuen Ansatz. Die strategisch rein kommerzielle Galerie ist ein Format, an das ich nicht mehr glaube.«

Wenn man die anhaltenden Schließungen und Umzüge von Berliner Galerien betrachtet, stellt man fest, dass Bar-Am nicht der einzige desillusionierte Galerist ist. So verließ im vergangenen Jahr die Exile Gallery Berlin Richtung Wien. Andere wie Arratia Beer in der Potsdamer Straße oder das Galeristinnen-Duo Verena Gillmeier und Claudia Rech schlossen ihre Räume jeweils nach mehreren Geschäftsjahren – obwohl sie auf wichtigen internationalen Kunstmessen präsent waren. Das Galeriemodell, das Künstler der eigenen Generation langsam bekannt und sukzessive teurer macht, ist offenbar in einer Krise.

Doch warum kämpfen Galeristen, die sich erst in den vergangenen zwölf Jahren in Berlin niedergelassen haben, mit erschwerten Marktbedingungen? Alexander Duve, ein Berliner Kollege von Bar-Am, erklärt die Situation anhand seiner Beobachtungen des Kunstmarkts durch die letzten elf Jahre. Wie Bar-Am strukturiert Duve sein Geschäft gerade neu: Statt in teuren ebenerdigen Räumen plant er Kunst demnächst in seiner Kreuzberger Wohnung zu zeigen und zu verkaufen.

Seine Galerie Duve Berlin hatte er nach längerer Vorbereitung ausgerechnet zu Beginn der Finanzkrise im November 2007 eröffnet. »Damals ging nichts mehr«, sagt er. Duve biss sich dennoch durch und beobachtete in den ersten Jahren, wie sich der Fokus für Investitionen von Immobilien auf Kunst verlagerte. »Ab 2013 drängte eine neue Klientel auf den Kunstmarkt. Es war auf einmal hip, Kunst zu kaufen, und die Preise junger Künstler stiegen in kürzester Zeit. Plötzlich waren neben den echten Sammlern viele Spekulanten am Markt, die versuchten, schnell Profit zu machen.« Die Spekulanten erzeugten eine Blase. »Der Markt richtete sich danach, es gab immer mehr Galerien und Künstler«, fährt Duve fort. »Aber die Leute, die einfach nur Geld mit junger Kunst machen wollten, haben sich inzwischen wieder abgewendet.«

Der Markt für junge Kunst bewegt sich seiner Meinung nach deshalb wieder auf dem Niveau der Zeit vor den Spekulationen. An diese Veränderung

passt er nun sein Konzept an. Öffnungszeiten am neuen Standort soll es nur nach Vereinbarung geben. Auch die Vernissagen werden im kleineren Rahmen stattfinden, und die Künstler werden nicht mehr offiziell vertreten. Duves Erfahrungen gleichen in dieser Hinsicht denen von Bar-Am. »Du baust die Künstler auf, und die großen Galerien nehmen sie dir weg«, sagt er.

Jahrzehntlang galt, dass Ausstellungen und die daraus resultierenden Verkäufe weitere Projekte mit den Künstlern, etwa Messeteilnahmen, finanzieren. Entwickelten sich die Preise der Kunstwerke aber nicht schnell genug, gerät dieses Modell ins Wanken – etwa weil junge Künstler mühsam etabliert werden müssen. Schaut man allerdings weiter zurück, zeigt die Kunstgeschichte, dass Galeristen aufgrund der Marktdynamik schon immer alternative Wege finden mussten, um Künstler zu unterstützen und ihre Kunst zu zeigen.

Ein Beispiel dafür ist Herwarth Walden, der von 1912 an Inhaber der Berliner Sturm-Galerie und wichtigster Händler für die Bilder des Blauen Reiters war. Walden war chronisch insolvent. Obwohl die meisten seiner Künstler eine Zusammenarbeit mit Waldens Konkurrenten, dem Berliner Kunstsalon-Besitzer Paul Cassirer, ablehnten, buhlten beide im-

mer wieder um die Maler und vermarkteten abwechselnd Künstler wie den Expressionisten Oskar Koschka. Als Galerist exklusiv vom Verkauf der Kunst zu leben – dieses Modell funktionierte schon in der Frühzeit der Galerien für die wenigsten.

Vielmehr mussten Galeristen schon vor hundert Jahren andere Möglichkeiten zur Sicherung ihrer ökonomischen Existenz finden. So kurbelten Cassirer und Walden ihre Geschäfte mit der Herausgabe von Kunstzeitschriften an. Cassirer wurde neben seiner Galeriarbeit und Vorstandsaktivität für die Künstlergruppe der Berliner Secession auch zum Buchverleger.

Heute entwickelt Barak Bar-Am für seine Räume bei NBA andere Ideen, um die Fixkosten zu decken. Seit Oktober 2018 vermietet er Arbeitsplätze in einem Raum, der früher als Lager für Bilder und Skulpturen diente. Sein Motto lautet: »Kunst für Kunst und Geschäft für Geschäft«. Deshalb trennt Bar-Am mittlerweile seine Tätigkeit als Ausstellungsplaner vom Kunstverkauf. Kontakte, die er sich über Jahre aufgebaut hat, nutzt er nun zur Finanzierung von Projekten im ehemaligen Galerieraum. Das können Ausstellungen, Veranstaltungen oder auch Diskussionen im Kunstkontext sein. Die Zeit von NBA als kommerzielle Galerie ist endgültig vorbei –



Die NBA in Berlin vermietet Künstlern jetzt Arbeitsplätze

ANZEIGE

KUNSTMARKT

AUKTIONEN

GESUCHE

Kunst & Auktionshaus Yves Siebers
Auf Nachlässe und Sammlungen spezialisiert.
Wir suchen für unsere große Frühjahrs-Auktion noch
Moderne Kunst & Design
www.siebers-auktionen.de
Stuttgart, Telefon (0711) 38 08 481
Yves Siebers, öffentlich bestellter u. vereidigter Auktionator

Militaria 1813 bis 1960, Suche z.B. Orden, Urkunden, Fotos, Säbel, Uniformen, Helme, Große Entfernung kein Problem. Alexander von Renz, ☎ (06146) 6017845, info@vonRenz.de

UHRMACHERMEISTER BUSE
KAUFE, rep. ALTE ROLEX - PATEK - UROFA 59
D-55116 Mainz - Heidelbergerfaßgasse 8
www.fliegeruhren-buse.de • ☎ 06131-234015

KUNST UND AUKTIONEN KOSTENLOS TESTEN!

Die Kunstmarktzeitung aus dem Haus der ZEIT bietet News und Hintergründe zum internationalen Marktgeschehen, umfangreiche Expertenanalysen und ausführliche Orientierungshilfe zu Sammelgebieten von der Antike bis zur Gegenwart.

2X
GRATIS
TESTEN

Testen Sie zwei Ausgaben kostenlos: www.kunstundauktionen.de/dz3 abo@kunstundauktionen.de +49 40/5555 7868

Bitte Bestell-Nr. 1833665 angeben.

Kontakt für Anzeigenkunden
☎ 040/32 80 4645

Beratung und Verkauf anika.hoeber@zeit.de ☎ 040/3280472

DIE ZEIT