

CHEYENNE WESTPHAL

„Shootingstars bringen nicht das meiste Geld“

Die Sotheby's-Managerin über neue Sammler, Strategien und die Rolle sozialer Netzwerke im Kunstmarkt.

Cheyenne Westphal ist Sotheby's Nummer eins, wenn es um zeitgenössische Kunst geht. Für die polyglotte Baden-Baderin sind Auktionserfolge eine Mischung aus ökonomischem Geschick, Kunstwissen und Psychologie.

Frau Westphal, Sie haben kürzlich telefonisch ein weißes Falten-Bild „Achrome“ von Piero Manzoni für den Weltrekordpreis von 20 Millionen Dollar verkauft. Was war das für ein Gefühl?

Ich habe mich unheimlich gefreut. Ich kenne den Kunden sehr gut und er wollte das Bild wirklich haben. Trotzdem gerät man als Sammler dann immer in ein Wechselbad von Emotionen. Habe ich das richtig gemacht? Wer hat da noch alles darauf geboten? Wie viele andere wollten das Bild auch?

Der intensivere Austausch findet vor der Auktion statt. Was passiert da?

Wir beraten potenzielle Käufer so gut wir können. Wir wissen ja vorher schon, wer wirkliches Interesse an dem Bild gezeigt hat. Bei dem Manzoni war klar, dass es viele Sammler gibt, zehn haben dann auch mitgeboten. Am Ende blieben drei.

Vor dem Verkaufen steht das Einwerben, der wichtigste Teil Ihrer Arbeit. Von Ihrem Vorgänger, Tobias Meyer, wird gesagt, er sei bei Sammlern auf Knopfdruck in Tränen ausgebrochen, wenn er ein Bild wirklich wollte. Können Sie das auch? Auf Knopfdruck? Nein. Ich denke ich habe eine gute Mischung aus Intuition und Wissen und wenn ich vor einem wirklich großen Bild stehe, dann spüre ich, wie ich mit dem Kunden reden muss.

Was ist wichtiger: Die Psychologie, die Kunstgeschichte oder die Ökonomie? Alles ist wichtig. Man muss mit dem Sammler eine Vertrauensbasis haben. Sie entsteht mal durch das Menschliche, mal durch Wissen. Bei dem Manzoni haben wir von Anfang an gesagt: Sie müssen daran denken, dass das wahrscheinlich ein neuer Weltrekordpreis sein wird. Und Geld spielt immer auch eine Rolle. Wenn man etwas verkauft, will man ja auch einen sehr guten Preis.

Sie jagen hinter sehr guten Kunstwerken her. Um so ein alles überstrahlendes Highlight zu bekommen, verzichtet Sotheby's da schon mal auf die Einlieferer-Kommission?

Wir sind in diesem Geschäft, um Geld zu verdienen, das ist ganz klar. Bei gewissen Werken sind wir aber schon flexibler mit unseren Verhandlungen.

Der Kunstmarkt hat sich in den vergangenen Jahren sehr verändert. Leiden-

schaft war mal, heute kaufen viele jüngere Sammler per Empfehlung aus den sozialen Netzen. Welche Auswirkung hat das auf Ihr Geschäft?

Ganz massive. Vor 15 Jahren musste ein Künstler einige der wenigen etablierten zeitgenössischen Galerien finden, die ihn vertritt und gut platziert. Und über Biennalen, Documentas hat er seinen Bekanntheitsgrad erhöht. Diese Werke kamen nach ein paar Jahren wieder zurück in den Kunstmarkt. Heute können Künstler über klitzekleine Pop-up-Galerien, zum Teil direkt oder über Vermittler durch das Internet verkaufen. Zudem wird die Kunst durch verschiedene Social-Media-Apps auch sehr schnell überall gesehen. In jeder Saison gibt es deshalb Künstler, die neu ins Programm kommen und die auch recht schnell sehr hohe Preise erzielen können.

Zum Beispiel?

David Ostrowski ist ein Künstler, der ganz neu dabei war in unserer Abendauktion in London. Die ersten zehn bis fünfzehn Lose in der Tagesauktion waren alles Auktions-Neuzugänge.

Checken Sie auf digitalen Kanälen, wie viele Aufrufe dieser oder jener junge Künstler im Netz hat?

Ich habe eine Menge junger Kollegen, für die das ganz normal ist, sich so einen Einblick über Künstler zu verschaffen und die haben mittlerweile natürlich auch eine Stimme bei uns in der Abteilung.

VITA CHEYENNE WESTPHAL

Ausbildung

Ihren Vornamen verdankt Cheyenne Westphal (*1967 in Baden-Baden) der Karl-May-Begeisterung ihrer Eltern. Nach einem Studium im schottischen St. Andrews und an der University of California in Berkeley kam sie mit 22 Jahren als Trainee zu Sotheby's. Seit 1999 leitet sie die Abteilung zeitgenössische Kunst und gehört seit 2002 dem Vorstand an. Seit 2006 ist sie Chairman of Contemporary Art Europe, seit 2014 leitet sie weltweit die Zeitgenossen-Abteilung zusammen mit Alexander Rotter.

Erfolge

2008 konnte Westphal für Sotheby's einen Umsatz von 200 Millionen Dollar einfahren mit Werken von Damien Hirst, die eigens für diese Auktion gemacht worden waren. Die Krefelder Sammlung von Helga und Walther Lauffs schrieb im selben Jahr mit einem Total von 140 Millionen Dollar Kunstmarktgeschichte. Nicht minder die bis dato völlig unbekannte Duerckheim Collection, die 97 Millionen Dollar im Jahr 2011 erlöste.

Auf welche Künstler haben Ihre jüngeren Kollegen Sie aufmerksam gemacht? Nehmen wir die Londoner Auktion: Da war zum Beispiel Nick Darmstaedter, ein deutscher Künstler, der mit oxidierten Münzen arbeitet. Dazu Tony Lewis, er ist 1986 geboren.

Könnten Sie uns das Phänomen Art Flipping erklären?

Sie können heute das Werk von einem jungen Künstler für nur wenige Tausend Dollar kaufen, wenn Sie Glück haben und zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort sind. Oscar Murillo war da ein wunderbares Beispiel. Ich glaube, auf der ersten Messe waren seine Arbeiten für 4 000 Dollar zu haben und seine Werke waren sofort ausverkauft. In der zweiten Messe waren wir dann schon eher bei 40 000 Dollar und dann ging es in der Auktion gleich auf 200 000 Dollar. Wer bei 4 000 Dollar eingestiegen ist, mag bei einem Auktionsergebnis von 200 000 Dollar, das ist viel Geld, vielleicht schon verkaufen. Da agieren Menschen, die sich für das Investment interessieren, nicht für eine Sammlung.

Is es nicht verlockend für viele Menschen, wenn man so schnell Geld verdienen kann?

Bestimmt. Versuchen es manche? Bestimmt. Sind sie erfolgreich? Ich weiß es nicht. Manchmal. Auf lange Sicht wohl nicht. Auf lange Sicht brauchen sie den Zugang zu tollen Werken. Und den verbauen sie sich sehr schnell, wenn sie im Markt einen Ruf als Zocker oder harter Investor haben. Das meiste Geld wird in Auktionen nicht mit schnell wechselnden Shootingstars gemacht, sondern mit etablierten Künstlern, wie zum Beispiel Andy Warhol. Warhol hat einen globalen Markt und ist ein Künstler, der immer neue Sammler anzieht.

Sie beschreiben die Nachfrage. Wir interessieren uns für die Marktmacht der Händlerfamilie Mugarbi, die angeblich 800 Warhols besitzt. Die Journalistin Georgina Adam hat gerade in ihrem Buch „Big Bucks“ veröffentlicht, dass es

Cheyenne Westphal vor dem Bild „Flowers“ von Andy Warhol: „Genug Raum für alle.“

2009 Preisabsprachen gegeben haben soll zwischen Sotheby's-Mitarbeitern, dem Großgaleristen Larry Gagosian und Alberto Mugarbi.

Ja, ich kenne das Buch und kann Ihnen versichern, dass solche Praktiken nie stattgefunden haben.

So wie Adam das darstellt, ist es eine kartellähnliche Manipulation. Gibt es da irgendwelche Ermittlungen?

Sotheby's erfüllt die höchsten Standards auf dem Markt und als ein öffentliches Unternehmen sind unsere Geschäftsvorgänge sorgfältig reguliert.

Dennoch, Georgina Adam beschreibt auch wie Alberto Mugarbi selbst auf einen Warhol bietet und gleichzeitig ein Sotheby's-Mitarbeiter in seinem Auftrag auf dasselbe Bild geboten hat. Das hat den Preis nach oben getrieben.

Bestimmt nicht. Unsere Richtlinien sind diesbezüglich eindeutig, so dass dies ausgeschlossen werden kann.

Zurück zum Erfolg. Jede Auktion hat eine Dramaturgie. Es gibt einen lebhaften Einstieg, ein oder zwei Höhepunkte und dann folgt oft ein zähes Ende, und nicht, wie in der Musik, ein strahlendes Finale. Woher kommt das?

Man will natürlich eine Auktion mit Arbeiten beginnen, von denen man von Anfang an das Gefühl hat, das wird gut laufen. Entweder weil sie gut angesetzt sind oder weil sie besonders selten sind oder weil gewisse junge Künstler gerade sehr viel Anfragen haben. Dann kommt es zum ersten Höhepunkt, auf den man zuarbeitet. Man will natürlich vor einem wichtigen Werk auch eine gute Atmosphäre im Raum schaffen. Dafür kreieren wir ein gewisses Momentum. Man verkauft nach einem ganz wichtigen Werk nicht sofort die nächste bedeutende Arbeit, weil man vielen Sammlern auch einen Moment geben muss, um zu pausieren und dann noch einmal zu kaufen.

Sotheby's war lange fokussiert auf den Hochpreismarkt. Und kooperiert nun mit Ebay - wie passt das zusammen?

Die Idee ist, dass 270 Jahre Expertise von Sotheby's mit 145 Millionen Ebay.com-Nutzern zusammentreffen. Wir erreichen so ein sehr großes Potenzial an kunstinteressierten Menschen.

Ebay hat in puncto Kunst eher einen schlechten Ruf. Da bekommt man gern Fälschungen angedreht.

Sotheby's kontrolliert den Inhalt beim Zugang über Ebay.com. Wer bieten möchte, muss sich wie gehabt und wie bei Sotheby's üblich registrieren lassen und eine Bankbürgschaft hinterlegen.

Sotheby's hat inzwischen auch die kommerzielle Galerie S|2 gegründet. Warum drängt das Auktionshaus in das Galeriegeschäft?

Die Idee ist, dass wir Kunst an 365 Tagen im Jahr verkaufen. Wir vertreten keine Künstler, sind somit nicht direkt im Primärmarkt tätig. Sotheby's hat vor etwas über drei Jahren zuerst in New York S|2, den Galeriezweig der Abteilung zeitgenössische Kunst, lanciert. Danach folgten Hongkong und London. Grundsätzlich organisieren wir verschiedene thematische Verkaufsausstellungen, gelegentlich zusammen mit Kuratoren.

Und die ausgestellten Werke sind Kommissionsware?

Zum Teil ja. Ab und zu sind es Leihgaben.

Auf diese Weise macht Sotheby's jedoch dem traditionellen Primärmarkt, den Galerien, mächtig Konkurrenz. Zusätzlich zu den Auktionen, in denen bereits atelierfrische Kunst versteigert wird.

Wie gesagt, wir sind nicht direkt im Primärmarkt tätig. Doch momentan verschwimmen die alten Grenzen. Es gibt Galerien, die Museumsausstellungen aufziehen, Galerien, die ein globales Netzwerk aufbauen, was früher nur den Auktionshäusern möglich war. Sicher, S|2 könnte als Konkurrenz gesehen werden, doch der Markt bietet genug Raum für alle.

Sie sammeln privat auch zeitgenössische Kunst. Gerhard Richter ist mit einer Fotoübermalung dabei, und natürlich Damien Hirst. Welchen Künstler würden Sie sich gönnen, wenn Sie 2014 einen Extrabonus bekämen?

Gönnen würde ich mir unheimlich gerne etwas von Cy Twombly, aber das wird wahrscheinlich nicht passieren. Deswegen suche ich den neuen Twombly in der jüngeren Kunst. Die Abstraktion zieht mich immer wieder an. Bei mir ist es genau das Gleiche wie mit jedem Sammler, man muss zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Platz sein.

Im November konnte Erzrivale Christie's mit zeitgenössischer Kunst 853 Millionen Dollar an einem einzigen Abend einnehmen. Ist das ein gutes Ergebnis oder ein enttäuschendes? Es lag ja die Eine-Milliarde-Dollar-Umsatz-Hoffnung in der Luft.

Es war ein tolles Ergebnis. Die Käufer auf dem globalen Markt sind bereit, für großartige Kunst gute Preise zu zahlen. Sotheby's hat mit seinen New Yorker Herbstauktionen Contemporary Art, Impressionist & Modern Art sowie Mellon Masterworks insgesamt über eine Milliarde Dollar umgesetzt. Derzeit befinden wir uns auf einem Verkäufermarkt.

Frau Westphal, vielen Dank für das Interview.

Das Interview führten **Susanne Schreiber** und **Wolfgang Reuter**.