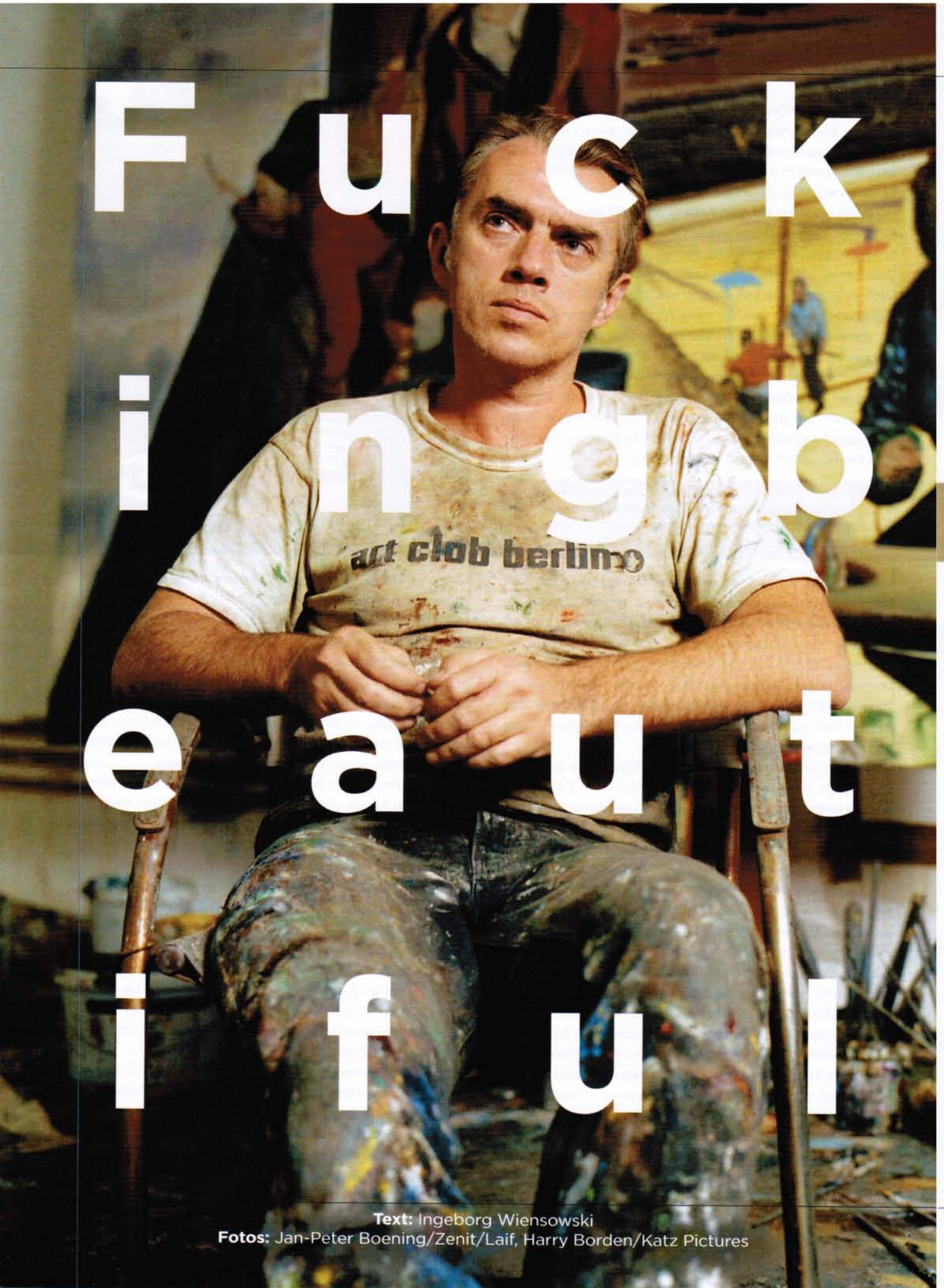
Wirtschaftswoche - fivetonine, Düsseldorf/D, 2005/No. 02, pp. 107 - 113.

Fucking beautiful



Text: Ingeborg Wiensowski
Fotos: Jan-Peter Boening/Zenit/Laif, Harry Borden/Katz Pictures

te in feinsinniger Ordnung hineingestellt, morgen wieder einpackbar, weil ja morgen das Leben wieder anders aussehen könnte. Natalia Vodianova weiß das, sie hat noch vorgestern ein Leben geführt, in dem sie „an manchen Tagen nicht wusste, ob es etwas zu Essen gibt".

Doch erzählen wir von Anfang an. 1982 bekommt eine 17-jährige Larissa Vodianova im Krankenhaus von Nischni Nowgorod, früher Gorki, eine Tochter und nennt sie Natalia. Zusammen mit dem Vater leben die drei in einer kleinen Wohnung nahe des Industrieviertels, die Luft ist grau, und manche Männer trinken hier mehr Wodka als Wasser. Der Vater kommt eines Tages – Natalia ist zwei – einfach nicht wieder nach Hause. Die Mutter sucht sich eine Arbeit in der Fabrik, lernt wieder einen Mann kennen, wird schwanger und bringt ein behindertes Kind zur Welt. „Meine Mutter konnte nicht mehr den ganzen Tag arbeiten, also machte sie Gelegenheitsjobs – Putzen, Kellnern und solche Sachen", sagt Natalia heute, „unser Alltag war Überleben."

Unten vor der Tür, in einem der exklusivsten Viertel Manhattans, tobt der Verkehr. Doch wenn sie mit ihrem Sohn spielt, merkt Natalia Vodianova davon überhaupt nichts

Es sind nicht viele Tage im Jahr, an denen Natalia mit Justin in New York vor einem Schachbrett meditiert. Justin ist ein Schachliebhaber, „aber kein sehr guter Spieler", sagt er. Die Ruhe eines Schachbrettes und das Gedankenspiel aus Strategie und Taktik ist ein Luxus in ihrem Leben. Natalia lebt im Flug. Neulich, sagt sie, „waren wir in acht Ländern in einer Woche". Wir, das ist die kleine Familie. Justin Portman hat seine Arbeit als Künstler beiseite gelegt und begleitet seine Frau und kümmert sich um das Kind.

Natalia Vodianova gehört zu den Topmodels der Welt, sie zeigt ihr Gesicht exklusiv für Calvin Klein und für L'Oréal, was sie in der „finanzielle Stratosphäre katapultiert hat", wie das US-Blatt „Vanity Fair" befand. Vor ihren millionenschweren Verträgen lief Natalia auf den Schauen aller großen Designer, bei Yves Saint Laurent als Erste und als Letzte, was unter Models eine Art Krönung ist. Grace Coddington, Creative Director der amerikanischen „Vogue" sagt heute über die Supernova: „Von Anfang an war sie kein Allerweltsmodel. Es ist ihr Background, der ihrem Gesicht eine sichtbare Intelligenz gibt. Sie ist gleichzeitig eine Schauspielerin und ein Model, sie posiert nicht vor der Kamera, sondern sie lebt."

In Vodianovas Gesicht lebt die Intelligenz der Straßen, auf denen sie mit 14 sich durchzukämpfen lernt. „Ich fuhr jeden Tag zu einem Obstgroßhandel, feilschte um die Preise, klaute so viele Früchte wie möglich und verkaufte sie bei uns auf der Straße", sagt sie. 1999 kommt ein Modelagent aus Paris in die Stadt, etliche durchfischen in der Zeit schon alle Winkel Osteuropas nach neuen Gesichtern. Ostmädchen, so denken die Scouts, sind schön, hungrig und dumm. Vodianovas Freund scheucht sie aus der Wohnung, zu den Castings. „Du musst da hingehen", schreit er herum. Ein paar Monate später ist Natalia in Paris. Wer ihre Sedcard sieht, will mit ihr arbeiten, ihre Karriere wird immer steiler. Den Freund in der Heimat war sie schnell los. „Ich veränderte mich, und er blieb am selben Ort, das konnte nicht gut gehen."

Und hier wird aus dem Märchen einer kleinen Obstverkäuferin mit einem magischen Gesicht, die Geschichte einer jungen Russin, die sich illusionslos und kaltschnäuzig auf den Markt der Schönheiten und Eitelkeiten begibt. Und sich dort nimmt, was sie haben will. Justin Portman. Die beiden treffen sich auf einem Dinner im Georges, dem Restaurant im obersten Stock des Centre Pompidou. Portman setzt sich neben die schöne Russin, die nach einem Jahr Paris fast fließend Englisch spricht. Portman ist reich, hat viel Zeit und arbeitet ein wenig als Künstler, ein Bohemien mit blauem Blut. Er sagt, er habe sich noch am selben Abend in Natalia verliebt.

In New York kann Natalia zu Fuß aus ihrer Wohnung zu den Modenschauen gehen. Überall sonst auf der Welt lebt sie in Hotels. Ab und zu gibt das Paar eine Party. 20 oder 30 Leute kommen dann, eine Mischung der neuesten Zeit – englische Adelskinder, reiche Amerikaner und russische Mädchen, die vor ein paar Jahre nicht wussten, wovon sie ihr Essen bezahlen sollten. Ein bisschen staunen sie dann immer noch über die terrakottaverkleideten Wände und die Mobiles von Alexander Calder im Bad.

Im vergangenen Jahr luden Natalia und Justin zu einer Zwanzigerjahre-Party ein und bestellten ein historisches Catering, lauter Sachen, die in den Zwanzigerjahren en vogue waren. Der Koch brachte plattenweise kalte Salate, „weil in den Zwanzigern Eisschränke ultraschick waren und alles gekühlt serviert wurde", wie er sagte. Das kannten Natalia und ihre Freundinnen noch aus den Achtzigerjahren in Russland.

Neo Rauch (l.) in seinem Leipziger Atelier, untergebracht in einer ehemaligen Spinnerei; Damien Hirst, Enfant Terrible der internationalen Kunstszene, mit Schweineherz

Warum Kunst jetzt so verdammt sexy ist.

Fünf Fuß hoch, in knalligem Rot, intensiv leuchtend: Das Neonherz, das Tim Noble und Sue Webster im vergangenen Oktober zur offiziellen Eröffnung des neuen Salzburger Museums der Moderne zeigen, ist eine Hommage an Las Vegas. Und Leitbild der ersten Ausstellung am Mönchsberg. Es soll, so die Absicht des englischen Künstlerpaars, auf naiv-verspielte Art, auch ein wenig provozieren. Der Titel des Werks, der den Betrachter in geschwungenen Lettern als Umrandung der Skulptur anstrahlt: „Fucking Beautiful".

Genau das ist sie, die neue Kunstszene: Verdammt schön. Verdammt cool. Verdammt sexy. Mit Euphorie und Preisrekorden, mit ausverkauften Galerien und Wartelisten, mit Glamour und Styling, neuer Romantik und recyceltem Pop. Und mit amüsanten Partys, exklusiven Champagner-Empfängen, eleganten Gala-Dinners, Skandälchen, Dramen, vielen Reisen und spannenden Leuten. Wer sammelt, gehört schnell dazu. Kunst zu kaufen ist in!

Wer sich mit Gemälden und Skulpturen umgibt, gilt als modern, gebildet, aufgeschlossen. Kunst vermittelt das positive Image intellektueller Fähigkeiten, Sensibilität und Offenheit, manchmal auch ungezügelter Leidenschaft und Begeisterungsfähigkeit. Wer über seine Bilder sprechen kann, gilt als feinsinnig und demonstriert geistige Dynamik. Anders als Auszüge aus dem Wertpapierdepot, kann, wer sein Geld in Kunst steckt, seine Anlage herzeigen. Und damit Lebensart beweisen. Im Gegensatz zu Käufern von Luxuskarossen oder glitzerndem Brillantschmuck gelten sie als dezente Repräsentanten ihres Reichtums. Selbst wer mit seinen Bildern nur erfolgreich spekuliert, gilt als Kapazität. Und seit es spektakuläre Ergebnisse auf Auktionen sogar in die Nachrichten schaffen, signalisiert Kunstbesitz Reichtum und Überfluss.

„Wäre ich bloß Unternehmer", sagt etwa Baulöwe Marty Margulies, „käme ich mir verdammt langweilig vor." Ein typischer Sinnsucher unter den Sammlern, mit der Sehnsucht nach einer Gegenwelt zur profanen Realität. Die hofft er in Arbeiten von Jackson Pollock oder Joan Miró zu finden, bei zeitgenössischen Künstlern wie Ernesto Neto und Takashi Murakami. Über 2000 Werke besitzt er, und während der „Art Basel Miami Beach" ist jeder in seine Sammlung im Wynwood Design District eingeladen. Seinen Freundeskreis bewirtet er in seinem luxuriösen Penthouse im feinen Key Biscayne, mit Blick über Miami und viel Kunst an den Wänden.

„Junge Erben, Spekulanten, Industrielle haben bitter erfahren müssen, dass Aktienmärkte instabil sind, für Anlagen sind die Zinsen zu niedrig", sagt Michael Neff, Galerist aus Frankfurt. Da bleibt, neben Immobilien, vor allem Kunst. „Es gibt einfach viel mehr Menschen, die zu Geld gekommen sind", sagt auch Matthias Arndt, Galerist aus Zürich und Berlin. Hinter den großen Sammlungen in Süd- und Mittelamerika stehen „vermögende Erben, die nicht nur ihr Geschäft betreiben wollen". Angesichts eines diffusen Gefühls der Bedrohung umgebe man sich mit Dingen, die Freude bereiten und, nebenbei, gesellschaftliches Standing vermitteln. „Der Wunsch, zu einer kultivierten und globalen Gesellschaft zu gehören, ist Ansporn zum Sammeln." Sagt Arndt, der nach eigener Aussage selbst „aus sehr kleinen Verhältnissen" kommt. Und sich, dank seiner Arbeit als Galerist, „in Kreisen bewegen kann, zu denen ich sonst keinen Zugang hätte".

Den haben inzwischen auch andere gefunden. In China, wo es zurzeit zwar nur eine Hand voll Sammler gibt, soll in den nächsten drei Jahren das größte Museum der Welt entstehen. Und abgesehen von den weltweit schätzungsweise 300 Topsammlern sind auch Konzerne in den Kunstmarkt eingestiegen. Es gibt Kunst-Investment-Fonds, und ein großer, zu Geld gekommener Mittelstand aus aller Welt interessiert sich für Kunst. Das treibt mitunter skurrile Blüten: Stars wie Jeff Koons, Luc Tuymans oder Maurizio Catellan sind auf Jahre ausverkauft, wer an Gemälden des Deutschen Neo Rauch interessiert ist, muss sich bis 2008 gedulden. Judy Lybke, gewiefter Berliner Galerist mit Dependance in seiner Heimatstadt Leipzig, kam mit acht Bildern von Martin Eder auf die Messe nach Miami. Er verkaufte sie alle. Innerhalb von 28 Minuten. Für 36 000 Dollar. Pro Bild. „Und das", da ist sich Lybke sicher, „wird jetzt noch teurer."

Galerist Arndt, bei dem die Newcomer Sophie Call und Thomas Hirschhorn unter Vertrag sind, hat mittlerweile sogar Werke seiner beiden Schützlinge zurückgekauft – weil er fest davon ausgeht, sie ein zweites Mal verkaufen zu können, mit noch mehr Gewinn, versteht sich. Eine Strategie, die sich auch bei Werken von Daniel Richter auszahlen könnte. Mit rund 100 000 Euro werden seine Bilder derzeit gehandelt – Tendenz steigend. Denn Richter setzt auf die Kunst der Verknappung, seine Warteliste geht bis 2007. Eine Ausstellung in New York im vergangenen Jahr war ausverkauft – schon Wochen, bevor die Bilder in der Galerie gezeigt wurden. 200 Anfragen für ein Bild sind keine Seltenheit mehr. Auch für Bilder von Künstlern aus dem Osten Deutschlands. Kann die Frage „Is it from Leibzisch?" bejaht werden, ist die Antwort klar. „Okay, let's buy it."

Da kann es kaum mehr verwundern, dass der Markt für zeitgenössische Kunst inzwischen auf ein Volumen von fünf Milliarden Dollar taxiert wird. Und damit dem Niveau vor dem Crash vor 15 Jahren wieder recht nahe kommt. Allein 2004 soll er nach Berechnungen des Branchendienstes artprice.com um rund 30 Prozent zugelegt haben. Nicht zuletzt dank spektakulärer Versteigerungen bei Christie's oder Sotheby's. Die haben sich längst von der eisernen Regel verabschiedet, keine Kunst zu versteigern, die jünger als zehn Jahre ist. Was Rekordsummen geradezu provoziert. Etwa die 20 Millionen Dollar, die für die Einzelteile von Damien Hirsts Installation Pharmacy Restaurant bezahlt wurden. Darunter ein Eierbecher für 8000 Dollar. Hirst hatte ihn bei Ikea erworben – für 30 Pence. Was Hirst angeblich diebisch freute, folgt nur den Gesetzen des Marktes. „Kunst ist Kommerz", sagt Gérard Goodrow, Direktor der Art Cologne. „Privates Sammeln liegt im Trend."

Kein Wunder, sagt der Philosoph Peter Sloterdijk in seinem Essay „Sphären III", denn trotz Rezessionsangst befinde sich unsere „Komfortgesellschaft jenseits der Not", und „die aktuelle Verwöhnkultur betrifft nicht mehr eine winzige Adelsgruppe, sondern den größten Teil der Population". Was ein großes Potenzial eröffne, sagt Marianne El Hariri von der Art Frankfurt. Denn sie meint nicht die Superreichen, wenn sie sagt: „Meine Konkurrenz ist ein Porsche."

Doch auch andere Kriterien im Kunstbetrieb haben sich geändert. Kunst muss nicht mehr verrätselt sein, sondern darf bunt, lustig, schön, sogar kitschig sein. Sie soll den Ernst der Welt anmahnen und tut das ohne erhobenen Zeigefinger. Junge Künstler sind ernsthaft, aber nicht verbissen, politisch, ironisch, chaotisch, komisch und intelligent. Sie sind ziemlich selbstbewusst, weil sie schwer umworben werden und sogar in ganz anderen Ligen als Trendsetter ernst genommen werden. Sogar auf dem Immobilienmarkt. Sind es doch immer wieder junge Künstler, die auf der Suche nach großen billigen Ateliers aus heruntergekommenen Vierteln angesagte Zentren gemacht haben – so geschehen in Meat Market District in New York und am Hoxton Square im Londoner East End.

Dorthin folgten ihnen die Galeristen, ein Volk von risikobereiten Entdeckern, die ihre Künstler bemuttern und motivieren, geschickte Vermarkter, ausgefuchste Strippenzieher und begnadete Strategen. Zum Betrieb gehören junge Kuratoren, die durch die Welt düsen, Mäzene und Sponsoren, die manchem Künstler unter die Arme greifen, für Sammler die VIP-Dienste organisieren und sensationelle Partys schmeißen. Dahin strömt dann viel Jungvolk im coolen Outfit, mit exquisitem Musikgeschmack und den besten Kenntnissen über die angesagten Clubs. Wo wiederum die Künstler auch schon mal selbst als DJ auftreten. Oder, zu anderen Gelegenheiten, als Koch, oder Modedesigner agieren.

Gerade zwischen Kunst und Mode findet dieses viel zitierte „Crossover" wirklich statt. Längst tummeln sich auf Vernissagen und Messen mehr gut gekleidete Menschen als in den Luxusboutiquen. Ohne Prada geht hier gar nichts. Aber nicht, weil Miuccia Prada Kunst sammelt – das tun viele ihrer Kollegen. Sondern weil das Markenimage passt, genauso wie das von Dolce & Gabbana, Yves Saint Laurent, Gucci, Dior. Mode goes Kunst, und umgekehrt. Die Grenzen sind fließend, die Symbiose ist überall sichtbar. Für Modedesigner Marc Jacobs, der unter der weiblichen Avantgarde seine Anhängerinnen hat, wirbt Künstlerlegende Cindy Sherman. Der Japaner Takashi Murakami entwirft Taschen in kleinen Auflagen – für Louis Vuitton. Bernhard Wilhelm stellt im Kunstverein Frankfurt aus, weil seine Mode „zeitgenössischer und kritischer ist als manche Kunst", sagt Direktor Nicolaus Schafhausen. Der Modedesigner Hussein Chalayan hat gerade eine „Retrospektive" seiner Kleider im Museum Groningen, und Hedi Slimane, der Männermode-Star bei Dior, wohnte eine Zeit lang in den Berliner KunstWerken und kauft seitdem Werke junger Künstler. Tracey Emin, die mit ihrem zerwühlten Bett auf der Turner-Preis-Schau für Empörung sorgte, entwirft Taschen für Longchamp. Und seit die Künstlerin Sam Taylor-Wood während eines Umbaus auf der Fassade des Kaufhauses Selfridges Elton John in einem Kunstwerk verewigte und für ihn Musikvideos drehte, ist sie fast so prominent wie er. Vorlage ihrer Arbeit: das eigene Leben.

Dazu gehört auch David Beckham. Taylor-Wood filmte ihn eine Stunde und sieben Minuten lang in Echtzeit beim Schlafen in einem Hotelzimmer in Madrid. „David" heißt das Video, das vor einem Jahr Publikumsliebling in der National Portrait Gallery in London war. Nun stehen bei den Vernissagen des Galeristen Jay Jopling noch mehr Leute in Trauben vor der Tür. Nicht nur wegen seiner Bilder. Auch, weil er mit der Künstlerin Sam Taylor-Wood liiert ist. Das war vor ein paar Jahren noch ganz anders. Damals war Jopling der Supergalerist, dem die Kunstszene einen großen Teil ihrer Medienpräsenz und ihres Glamours verdankt, den sie heute hat.

|1| Schauspieler Gavin Rossdale und Sängerin Gwen Stefani auf der Eröffnung der Saatchi Gallery |2| Schauspielerin Gwyneth Paltrow (r.) mit Elizabeth Saltzman, Fashion Director von „Vanity Fair", in der Galerie Gagosian |3| Kunst macht hungrig: Party People auf der Art Basel |4| Sammlerin Francesca von Habsburg mit Galerist Thaddaeus Ropac |5| Schauspielerin Liz Hurley auf einer Gala der Grosvenor House Art & Antiques Fair in London

Fotos: Getty Images, Sipa, Rex Features, Martin Parr/Magnum Photos/ Agentur Focus

Begonnen hat diese Geschichte am 23. Mai 1991 bei einer Eröffnung in London, als der junge, stürmische Künstler Damien Hirst auf den jungen, distinguierten Eton-Absolventen Jay Jopling traf. Die beiden schlossen sich zusammen, entdeckten und förderten außergewöhnliche junge Künstler und machten sie zur Marke: YBA, die Young British Artists zum Markenzeichen. Eine rasante Erfolgsstory mit Skandalen und dem dazugehörigen Medienhype, nicht zuletzt dank der Mitwirkung von Charles Saatchi. Der Werbemogul verkaufte 1990 seine erste große Sammlung minimalistischer Kunst und stellte dann auf die jungen Briten um. Ihm gehörte nicht nur der legendäre, in Formaldehyd eingelegte Hai von Damien Hirst, sondern alle Schlüsselwerke von Tracey Emin, Chris Ofili, den Chapman Brüdern und Rachel Whiteread. „Sensation" nannte er seine Schau, die in London, Berlin und New York gezeigt wurde und sogar den Bürgermeister von Big Apple zur Weißglut brachte. „Sick stuff" nannte er die Kunst. Danach war Saatchis Sammlung weltberühmt

Inzwischen hat er fast alles abgestoßen – mit Riesengewinnen natürlich. Der Hirst-Hai etwa, den er einst für weniger als 100 000 Euro gekauft hatte, ging vor Kurzem in die USA. Für zehn Millionen Euro – der höchste Preis, der jemals für die Arbeit eines lebenden Künstlers bezahlt wurde. Larry Gagosian, New Yorker Kunsthändler und Nummer eins auf der „Names that count in art"-Liste des „Guardian", soll den Deal eingefädelt haben.

Saatchi sammelt mittlerweile Malerei und treibt auf Auktionen die Preise für Bilder von Luc Tuymans oder Marlene Dumas in schwindelnde Höhen. Derlei Aktivitäten sorgen für Medienrummel, und so ist es kein Wunder, dass seine neuen Räume mitten in der Stadt zur Riesen-Touristenattraktion geworden sind. „Ich kaufe Kunst, die mir gefällt, und zeige sie in Ausstellungen", sagt Saatchi. „Und wenn ich Lust habe, verkaufe ich sie wieder."

Eine Mischung aus Faszination und Pragmatismus, die sich jüngst auch auf den Messen beobachten ließ. Besonders im vergangenen Dezember, auf der dritten Art Basel Miami Beach, kurz ABMB, wo man barfuß durch den Sand zur jungen Kunst laufen konnte. Oder in den kühlen Hallen des Convention Centers, zwei Blocks vom Strand entfernt, wo die Sammler bei 210 ausgewählten Galeristen Kunst kauften – am besten in den ersten drei Stunden, da läuft das Geschäft. Jeder ist dann in Hochstimmung, dafür sorgen das Wetter, die Video Lounges, Club-Events, Partys und Empfänge. In fünf Tagen strömten rund 33 000 Besucher nach Miami, wo Megasammler und Superreiche ihr Zuhause haben. Keine Leute, die mit dem goldenen Löffel im Mund aufgewachsen sind, sondern Selfmademen. Leute, die ihr Geld mit dem Abfüllen von Coca-Cola und dem Vertrieb von Bier gemacht haben wie Rosa und Carlos de la Cruz, mit dem Handel luxuriöser Autos wie Irma und Norman Braman oder am Immobilienmarkt wie die Rubells, Debra und Dennis Scholl, Craig Robins und Martin Margulies. Leute, die Zeit haben, die liberal, kosmopolitisch und neugierig sind, vielleicht nach dem Sinn im Leben suchen oder einfach ihr Geld in Kunst investieren, weil es Spaß macht und obendrein Gewinn und Image bringt. Und die stolz ihre Sammlungen vorzeigen.

So wie Don und Mera Rubell, die ihre Sammlung für die Besucher der Art Basel Miami Beach geöffnet haben: Darunter eine Thomas-Schütte-Skulptur, natürlich die namhaften Düsseldorfer Fotografen von Thomas Ruff bis Andreas Gursky, ein Raum mit Neo-Rauch-Gemälden, jeweils einer mit Tim Eitel und David Schnell, natürlich Eberhard Havekost und Matthias Weischer – alles Leipziger Schule.

Schön anzusehen – und perfekte Kulisse für rauschende Feste. Jay Jopling etwa schmeißt eine Wodka-Party im „Raleigh Hotel", die Galeristen-Größen Barbara Gladstone, David Zwirner und Shaun Caley Regen laden in die Versace Villa. Auch Bulgari, der die Messe sponsert, feiert im Versace Mansion. Thaddaeus Ropac lädt ins Hotel Shore Club. Alle kommen. Und wer nicht dabei ist, amüsiert sich am Hotel-Pool und geht danach zum sensationellen Konzert von Scissor Sisters an den Strand. Die sind neben Björk (verheiratet mit dem amerikanischen Starkünstler Matthew Barney) derzeit die Lieblinge der Kunstszene. Weil sie in ihrer Performance so schön exhibitionistisch und aggressiv vorführen, wie man sich die eigene Identität neu erschafft.

Wenn Rosa de la Cruz in ihr palastartiges Haus zum Empfang lädt, werden es schon mal 1000 Gäste. Irma und Norman Braman, die auch mal einen Football-Club besaßen, lagern einen Teil ihrer Schätze auf ihrer Jacht. Aber natürlich zeigen sie – dann in ihrem Wohnhaus – ernsthaft Interessierten gern ihre Calder-Mobiles, die Andy-Warhol- und Anselm-Kiefer-Bilder. Wie die Scholls, die jedes Jahr einen bekannten Kurator zur Neueinrichtung ihrer Sammlung einladen. Craig Robins' Unternehmen hat den heruntergekommenen Design District erneuern lassen, er zeigt seine Schätze in Schaufenstern leer stehender Läden und – natürlich – in einer Halle. Auch ein Pariser Galerist hat sich dort niedergelassen. Emmanuel Perrotin hat im vergangenen November eine Dependance in Wynwood eröffnet. Die Geschichte vom Verkauf eines spektakulären Werkes trägt zur Attraktivität seiner Galerie bei: 1999 ging Maurizio Cattelans „La Nona Ora", der von einem Meteoriten niedergeschmetterte Papst, bei Perrotin für 80 000 Dollar an einen französischen Sammler, der zwei Jahre später für die Installation bei Christie's in New York die zehnfache Summe bekam. Und im vergangenen Herbst erbrachte sie bei Phillips drei Millionen Dollar.

Auch der Düssedorfer Axel Haubrok hat in Miami gekauft – eine riesige Holzskulptur von Carol Bove. Haubrok sucht nach einem großen Gedanken in der Kunst, nach Künstlern, „die wegweisend sind, die mich weiterbringen". Etwa Martin Creed, Florian Slotawa, Jeppe Hein, Olafur Eliasson, Gregor Schneider und Tino Sehgal. Seit knapp zehn Jahren sammelt er „Positionen an der Grenze der Kunst". Ein „zweites Leben" bedeutet ihm seine Sammlung. Trotzdem, sagt Haubrok, entscheide er rational. Kunst sei für ihn „auch eine Form der Kapitalanlage" . Dafür muss man gut informiert sein. „Wer früh dabei sein will, muss viel wissen, viel vergleichen."

Deshalb macht auch er den Messemarathon vieler Sammler und Galerien mit: Im Februar geht er zur Arco nach Madrid, Anfang März zur Armory Show nach New York, wo diesmal gleichzeitig die 150-Künstler-Schau „Greater New York" zu sehen war und die großen wichtigen Frühjahrs-Auktionen zeitgenössischer Kunst bei Christie's, Sotheby's und Phillips stattfinden. Haubrok wird im Juni die Art Basel besuchen und im September zum Art Forum Berlin gehen, das dieses Jahr vom „Preis der Nationalgalerie für junge Kunst" flankiert wird. Vielleicht fährt er auch zur FIAC nach Paris, unbedingt aber zur Frieze nach London. Und im Oktober zur 39. Art Cologne, erstmals in neuen Hallen. Das wird „nicht bloß ein wunderbarer Kunstmarkt", verspricht Direktor Gérard Goodrow, Direktor der Art Cologne, „sondern ein ebenso wunderbares Kunsterlebnis".

Eine Definition, die mühelos Grenzen überschreitet. Zum Bespiel nach Österreich. Gab es nicht vergangenes Jahr gleich zwei Eröffnungen des Messe-Neubaus in Salzburg? Die eine zur Festspielzeit mit drei Pro-Opening-Events und eine zweite von der Glamour-Truppe von Louis Vuitton ausgerichtet? Es kamen Gäste, die nur Francesca von Habsburg zusammenkriegt. Natürlich lud auch Thaddaeus Ropac in seine Villa Emslieb ein, zu der seit zwei Sommern ein Swimmingpool von Sylvie Fleury gehört. 20. Galerienjubiläum feierte der als „Society-Galerist" bekannte Ropac mit Gästen, die man aus den bunten Blättern kennt. Zu seinem Portfolio zählen junge Künstler wie Lisa Ruyter, Tom Sachs oder der Maler Bernhard Martin. Auf den hat ihn Francesca von Habsburg aufmerksam gemacht, die unter den 200 Arbeiten ihrer T-B A21, die Thyssen-Bornemisza Art Contemporary Stiftung für zeitgenössische Kunst, selbst einige Martins hat.

Wer, wie Martin, von Francesca von Habsburg gesammelt wird, kann über Urlaubspläne nachdenken. Sie will ihre Künstler in ihr Domizil auf Jamaika einladen, auch nach Dalmatien, wo sie gerade mehrere Häuser restaurieren lässt. Der Grieche Dakis Joannou lädt auf seine Yacht ein, Flick nach Ibiza. Er hat sich dort ein so großes Haus gekauft, heißt es in Sammlerkreisen, dass er allein darin verloren wäre.

Sein Freund und Berater Iwan Wirth wird für Gesellschaft sorgen. Der 34-jährige Schweizer ist mit seiner Galerie Hauser & Wirth einer der wichtigsten Händler für Gegenwartskunst in Zürich, New York (Zwirner & Wirth) und London. Seine eigene Sammlung zeigt er in St. Gallen. Seine erste Kundin Ursula Hauser wurde gleich seine Schwiegermutter. Andere berühmte Schweizer Kunsthändler haben mit Freundschaften zu Picasso und Giacometti Geschichte gemacht, wie Ernst Beyerler, der sich bei Basel von Renzo Piano ein Haus für seine Kunst bauen ließ.

Ein Luxus, den sich immer mehr Sammler leisten: In München ließ sich Ingvild Goetz ein eigenes Museum von Herzog & de Meuron in den Garten setzen. Roche-Erbin Maja Oeri eröffnete ihre Emanuel-Hoffmann-Stiftung zur Art Basel 2003 ebenfalls in einem Haus der Schweizer Architekten. Frieder Burda weihte im vergangenen Oktober in Baden-Baden seinen Richard-Meier-Neubau ein- und in Paris hat der französische Luxusgüter-Milliardär und Sammler François Pinault Tadao Ando mit dem Bau eines privaten Museums mit 32 000 Quadratmeter Ausstellungsfläche beauftragt. Seit vergangenem Sommer ist auch der Neubau für die Kollektion von Viktor und Marianne Langen auf der Insel Hombroich bei Düsseldorf fertig. Ein Kubus, aus Beton. Sieht verdammt cool aus. Einfach fucking beautiful. ■

|1| Video-Künstlerin Sam Taylor-Wood und Filmemacher David Furnish |2| „Hallo Schatz, die Bilder von Bernhard Martin waren leider schon weg" |3| Hauptsache auffallen: Schauspieler-Kolleginnen Thandie Newton (l.) und Minnie Driver mit Nacktmodel bei Saatchi |4| Künstler Damien Hirst und Model Elle MacPherson |5| Stargalerist Larry Gagosian mit Sammler Elton John |6| Model Kate Moss und Topgalerist Jay Jopling

Fotos: Thomas & Thomas, Rex Features, Martin Parr/Magnum Photos/Agentur Focus