

**Zeitschrift:** Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art  
**Herausgeber:** Visarte Schweiz  
**Band:** 120 (2018)  
**Heft:** -: Marché & pouvoir = Markt & Macht = Market & might = Mercato & potere  
  
**Artikel:** Viel besser als gedacht : der Schweizer Kunstmarkt ist von der Globalisierung tief getroffen : Galerieschliessungen sind nur die sichtbare Spitze schmerzhafter Umschichtungen : gleichwohl gibt es auch zaghaften Optimismus = Bien mieux que prévu = Molto ...  
**Autor:** Mack, Gerhard  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-813129>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 13.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Viel besser als gedacht

Bien mieux que prévu

Molto meglio di quanto si pensasse



Leonardo da Vinci, *Salvator Mundi*, um  
1500, Öl auf Walnussholz, 65.7 × 45.7 cm,  
Louvre Abu Dhabi

Gerhard Mack

# Der Schweizer Kunstmarkt ist von der Globalisierung tief getroffen. Galerieschliessungen sind nur die sichtbare Spitze schmerzhafter Umschichtungen. Gleichwohl gibt es auch zaghafte Optimismus.

## D

Im Dezember 2017 eröffnete der Louvre Abu Dhabi seine Pforten, im selben Monat ersteigerte das Emirat das in Teilen Leonardo da Vinci zugeschriebene Gemälde *Salvator Mundi* bei der New Yorker Auktion von *Christie's* für 450 Millionen Dollar. Knapp drei Jahre zuvor, im Februar 2015, erfuhr die Öffentlichkeit, dass Rudolf Staechelin Paul Gauguins Gemälde *Nafea* in einem Privathandel an das Scheichtum Katar verkauft hatte. Als Kaufpreis wurden 300 Millionen Dollar herumgeboten, im Sommer 2017 wurde dieser im Rahmen eines Rechtsstreits auf 210 Millionen Dollar korrigiert. Das Bild war jahrzehntelang als Dauerleihgabe im Kunstmuseum Basel deponiert. Was haben diese Ereignisse mit dem Schweizer Kunstmarkt der letzten zehn Jahre zu tun? Sie zeigen, dass ihm im globalen Markt von heute allenfalls als Lieferant hochkarätiger Werke Bedeutung zukommt und dass dieser Markt ansonsten aus neuen Regionen seine zentralen Impulse erhält: aus Fernost, aus Lateinamerika und immer wieder aus den Emiraten am Golf, die Kultur und Bildung als Hebel einsetzen, um sich in der entstehenden neuen Weltordnung für eine postfossile Zukunft neu zu positionieren.

Im Rahmen der Globalisierung, die den Kunstmarkt nach dem Mauerfall 1989 mit zunehmender Beschleunigung erfasste, geben diese neuen Märkte auch im Handel mit Kunst zunehmend den Ton an. In den wirtschaftlich aufstrebenden Regionen der ehemaligen Schwellenländer entstehen in kürzester Zeit grosse private Reichtümer, die immer schneller in beträchtlichen Teilen auch in Kunst angelegt werden. Das hat sich seit der Weltfinanzkrise von 2008 weiterhin akzentuiert. Der kürzlich

erschienene *UBS/PwC Billionaires Report 2017* hält für die Entwicklung 2016 fest, dass die Zahl der asiatischen Milliardäre um fast ein Viertel auf 637 angestiegen ist und erstmals die Anzahl der US-Milliardäre (563) übersteigt, wenngleich diese noch immer den Löwenanteil der insgesamt 6 Billionen Dollar der Superreichen besitzen. Europa hinkt mit 342 Milliardären weit hinterher. Viele dieser neuen Reichen, auch die Milliardäre in Asien, bauen eigene Museen für ihre Sammlungen oder unterstützen Institutionen. 2006 befand sich gerade einmal ein asiatischer Milliardär unter den Top-200-Kunstsammlern, 2016 waren es 14. Dabei handelt es sich vor allem um Chinesen, aber in der Region Asien Pazifik werden zunehmend auch Sammler aus Indien, den Philippinen, Südkorea und Japan aktiv. Die Art Basel hat sich mit ihrer Messe in Hongkong zu einem Hub für diesen aufstrebenden Markt gemacht.

Für die Schweiz liegen keine vergleichbaren Zahlen vor, der Kunstmarkt ist von dieser Entwicklung aber stark betroffen. Obwohl das Land ungeachtet seiner Kleinheit unter den ersten sechs Ländern des Kunsthandels rangiert, ist es wie viele andere Länder zunehmend von einer Spaltung des Marktes in einen kleinen Sektor mit globalem Anschluss und in einen grossen Bereich betroffen, der vom weltweiten Markt abgehängt ist, ohne dass das etwas über die Qualität der Werke aussagen würde.

### Fehlende Plattformen

Diese Entwicklung zeigt sich deutlich bei der Art Basel. Die Messe war 1970 zwar als internationale Verkaufs-

## 22

Christian Kathriner



Christian Kathriner, *Zirkelschlag*, 2012, Bronze, patiniert, Edition von 3 + 1 AP, Ø ~ 42 cm; verkauft 2017, Foto: Andri Stadler





Paul Gauguin, *Nafea faa ipoipo, Quand te maries-tu?*, 1892, Öl auf Leinwand, 105 × 77,5 cm, Privatsammlung

plattform für die Kunst seit der Moderne etabliert worden, die von Anfang an viel weltoffener war als etwa der Kölner Kunstmarkt, die spätere Art Cologne, die ihr Profil stark im Hinblick auf die deutsche Händlerszene gewann. Gleichwohl hat sich die Art Basel über viele Jahrzehnte auch als ein Schaufenster für Schweizer Galeristen und die von ihnen vertretenen Künstler verstanden. Es gab keine Prozentzahlen, aber einen Heimbonus, der stillschweigend gewährt wurde. Damit war spätestens dann endgültig Schluss (sieht man von ein paar Basler Galeristen ab), als die Messe nach Miami Beach in Florida 2002 im Jahr 2013 in Hongkong ihre dritte Destination eröffnete. Ziel war es, die führende Kunstmesse in einer globalisierten Handelswelt zu sein und möglichst viele der international führenden Galeristen zu versammeln. Dass dabei eine kleine Galerie nach der anderen aus der Teilnehmerliste fiel, war lediglich eine Folge der neuen Orientierung. Anspruch auf globale Leadership und regionale Rücksicht gehen schlecht zusammen, auch wenn die Qualität durchaus den gewünschten Kriterien entspricht. Das betrifft notabene nicht nur die Art Basel, sondern auch andere führende Kunstmesen wie die Frieze London oder die TEFAF in Maastricht. Wo immer mehr Händler aus aller Welt ihre Künstler präsentieren wollen, wird der verfügbare Raum immer enger.

Eine Plattform für kleinere Galeristen fehlt, nicht nur in der Schweiz. Messen für ein mittleres Segment aufzubauen, die seriöse Galeristen mit guter Kunst präsentieren, ist seit Jahrzehnten in schöner Regelmässigkeit gescheitert. Das konnte man in Frankfurt, in Karlsruhe, in Berlin, aber auch in der kleinflächigen Schweiz beobachten. Es gibt unter Investoren und Städten anscheinend kein genügend grosses Interesse, solche Messen zu fördern. Aber auch Galeristen und Sammler sind anscheinend so sehr auf die Top Five der globalen Messewelt fokussiert, dass sie ein mittleres Messe-Segment weniger als Chance für Entdeckungen denn als das zweitklassige Angebot derjenigen betrachten, die es nicht in die vorderste Linie der Aussteller an den Supermessen geschafft haben.

So verfügt der Schweizer Kunstmarkt zwar über die international führende Messe für Kunst seit der frühen Moderne, von den Schweizer Galeristen können aber nur sehr wenige davon profitieren. Dabei wird die Teilnahme an Kunstmesen für die Galeristen immer wichtiger. Denn die Galerie als Ort für Geschäfte verliert zunehmend ihre Bedeutung. Der Zürcher Galerist Peter Kilchmann hat über die Jahre beobachtet: «Meine Generation ist noch in Galerien und Museen gegangen, um sich fortzubilden und sich zu orientieren. Heute gehen viele Kunstinteressierte anders vor. Sie sind mehr im Internet

## 23

Christian Kathriner

Der Markt ist weder gut noch schlecht. Aber die Gesellschaft suggeriert dir, nur dann ein guter Künstler zu sein, wenn du kommerziellen Erfolg hast. Denn sie kennt keine anderen Massstäbe mehr. Es ist nicht von Belang, wer deine Arbeit als Künstler verhindert oder ermöglicht: KuratorIn, KulturpolitikerIn, Kunst-am-Bau-JurorIn, GaleristIn. Diese Subsysteme sind alle gleich fragwürdig oder – bei glücklicher Konstellation – Dinge ermöglichend. Keinen kommerziellen Erfolg als Künstler zu haben scheint demnach hart. Das ist falsch, denn nichts ist bemitleidenswerter, als am Ende einer Künstlerlaufbahn zu erkennen, dass man seine künstlerischen Prinzipien – sei es aus Gier oder aus Existenzangst – als gefügiger Marktzulieferer dem Erfolg geopfert hat.

Le marché n'est ni bon ni mauvais. Mais la société tend à vous faire croire que vous êtes un bon artiste seulement si vous avez du succès commercial. Parce que la rentabilité est devenue la seule unité de mesure. Peu importe qui empêche ou rend possible votre travail en tant qu'artiste : commissaire d'exposition, politicien-ne du domaine de la culture, jury art et bâtiment, galeriste ... Ces sous-systèmes sont tous discutables ou, en cas de constellation heureuse, permettent aux choses de se réaliser. Un artiste qui ne rencontre pas de succès commercial semble placé dans une situation difficile. C'est une vision faussée, car rien n'est plus pitoyable que de réaliser à la fin d'une carrière artistique que l'on a sacrifié ses principes artistiques – que ce soit par cupidité ou par peur existentielle – pour devenir un fournisseur du marché soumis au succès.

Il mercato non è né buono né cattivo. Ma la società ti suggerisce che sei un buon artista solo se hai successo a livello commerciale. La società infatti non conosce più altri criteri. Non è importante chi ti impedisce o ti permette di lavorare come artista: curatori, responsabili delle politiche culturali, giurie che decidono degli interventi artistici sulle nuove opere pubbliche, galleristi. Questi sottosistemi sono tutti discutibili oppure – in caso di felici combinazioni – rendono possibile realizzare cose. Non avere successo commerciale sembra terribile per un artista. Sbagliato. Perché niente è più triste che riconoscere alla fine di una carriera artistica di aver sacrificato al successo i propri principi – non importa se per avidità o per angoscia esistenziale – diventando mansueti fornitori che alimentano il mercato.



und auf Messen unterwegs. Dort ist es für sie leichter, mit einem begrenzten Zeitbudget in kurzer Zeit viel zu sehen. Dann geben sie vielleicht ihr ganzes Jahresbudget auf einer Messe aus.» Der Basler Galerist Nicolas Krupp macht während der Art Basel einen «substantiellen Teil meines Jahresumsatzes». Wie wichtig die Teilnahme an zentralen Messen geworden ist, zeigt alleine die Anzahl der Messeteilnahmen. So hat etwa Peter Kilchmann 2014 laut Galeriewebsite an neun, im Jahr darauf an acht Messen teilgenommen. Die beiden letzten Jahre sind nicht exakt nachgeführt. Ähnlich ist es bei der Galerie Mai 36. Victor Gisler hat 2017 von Genf bis Miami neun Messen bestritten.

### Spagat für Programmgalerien

Das muss man mit einem Team von vielleicht einem Dutzend Mitarbeitern rein physisch und logistisch erst einmal stemmen. Von den Kosten ganz zu schweigen. Messen verlangen die Gebühren vorab. Ihre Dienstleistungen werden immer teurer. Was das für eine kleine Galerie bedeutet, hat ein Galerist, der nicht genannt sein will, einmal so gesagt: «Ich muss die Teilnahmegebühren für die Art Basel überweisen, wenn ich an der Art Basel Hong Kong noch keinen einzigen Verkauf gemacht habe.» Woher soll das Geld kommen, wenn ein Händler Spitz auf Knopf kalkulieren muss und keine Rücklagen bilden kann? Beat Raeber hat nach der Schliessung der Galerie RaebervonStenglin in einem Gespräch im Sommer 2017 denn auch von «der Last der Messen gesprochen». Man müsse an Messen teilnehmen, könne aber nur schwer über eine schwarze Null hinauskommen. «Junge Kunst ist und soll nicht teuer sein, damit kann man die Standmieten oft nicht einspielen.» Victor Gisler schlägt deshalb vor, für den jungen Bereich, etwa bei der Art Basel, weitere Vergünstigungen einzuführen, notfalls auch über eine Stiftung: «Wenn man Preise zwischen 10'000 und 25'000 \$ hat, kann man keine Messeteilnahme in Übersee finanzieren, die vielleicht 50'000 \$ kostet. Dazu müsste man 10 Arbeiten verkaufen, das ist kaum möglich.»

Die Situation der kleinen und jungen Galerien hat sich seit der Finanzkrise 2008 aber nicht nur wegen der zunehmenden Bedeutung der Kunstmessen und der Unmöglichkeit, die Kosten zu decken, verschärft. Sie müssen mehr als früher einen Spagat hinbekommen, der leicht zur Überdehnungsstarre führt. Sie können nämlich

auf die teuren Galerieräume gleichwohl nicht verzichten. Diese sind für Künstler – und auch für ihre Galeristen – immer noch ein Ort, an dem sie eine Werkgruppe testen und oft auch erstmals der Öffentlichkeit präsentieren können. Victor Gisler von Mai 36 erlebt den Ausstellungsraum als Chance, «die Aussage eines Künstlers besser zu erfassen als bei einer Kunstmesse», und sieht beide zusammen mit dem Internet in einem Dreiklang der Informationsvermittlung verbunden: «Das Internet erleichtert es Sammlern, ihre Hausaufgaben zu machen und sich über eine Position und die Preissituation ein umfassendes Bild zu verschaffen, bevor sie Künstler und Werk dann bei einer Messe oder in der Galerie sehen.» Informationen und Erfahrungen, unmittelbare eigene Eindrücke und die Recherche zur allgemeinen Einschätzung eines Werks können sich ergänzen.

So ideal, wie das klingen mag, ist die Realität für die kleineren Player nicht. «Die Galerie bleibt ein sehr wichtiges Modell, aber eher international als lokal, weil alles miteinander verbunden ist. Der Nachbar ist heute vielleicht eine Galerie in Los Angeles oder London, nicht im Quartier oder in Basel. Man steht in Konkurrenz mit allen Galerien auf der Welt», sagt Fredy Fischli, der als freier Kurator viele Seiten der Kunstszene kennengelernt hat. Viele dieser kleinen, oft von Einzelnen oder Paaren geführten Galerien waren diesem Druck nicht gewachsen und sind in den letzten Jahren verschwunden. Entdeckergalerien wie Wilma Lock in St. Gallen, Susanna Kulli in Zürich oder die Friedrichs in Bern, später Basel, wären heute nicht mehr möglich. Die mittleren Städte verlieren mit ihnen ihren Kunst-Humus, selbst Basel ist als Galerienstandort marginal geworden. Und auch in Zürich deuten die Schliessungen von Programmgalerien auf ein grundsätzliches Dilemma ihres Modells.

Sie geraten häufig zwischen die Skylla der grossen, global tätigen Galerien und die Charybdis der Auktionshäuser. Der Basler Nicolas Krupp vergleicht die Situation mit dem Fussball: «Wenn ein Spieler in der Schweiz viele Tore schießt, wird er ins Ausland an einen grossen Club verkauft.» Die grossen Galerien agieren immer mehr als Staubsauger, die viel versprechende Talente schnell an sich binden. Und die Auktionshäuser wenden sich immer jüngeren Künstlern zu, sodass Wiederverkäufe seltener über Galerien und vermehrt durch Auktionen getätigt werden. Das traditionelle Geschäftsmodell von

## 24

Clarina Bezzola



Clarina Bezzola, *Nicht bei der Sache\_Meersicht*, 2008, 33 × 45.7 cm, aus der Serie: *Nicht bei der Sache (Werkgruppe Lärm im Kopf)*, Kollaboration mit Ji Lee, Edition: 1/5 + 2AP; verkauft November 2017





Art Basel Hongkong 2017, © Art Basel

Galerien ist immer weniger durchführbar. «Früher eröffnete man mit 30, 35 Jahren eine Galerie, zeigte junge Künstler der eigenen Generation und wuchs mit ihnen. Das war wie eine Familie. Wenn die Positionen bekannter wurden, in Kunsthallen und Museen gezeigt wurden, zogen die Preise an und die Galerie konnte davon profitieren und wieder in junge Künstler investieren», erzählt Krupp. Mit der Zeit hatte man ein Depot, aus dem heraus man zu gestiegenen Preisen verkaufen konnte.

Seit ein paar Jahren wechseln Künstler nach erfolgreicher Aufbauarbeit schneller zu den Grossgalerien. Dort erhalten sie eine intensivere Betreuung, oft einen eigenen Assistenten, Produktionskosten können übernommen werden, und grosse Sammler sehen ihre Arbeiten früher. Denn die Arnaults und Pinaults gehen lieber zu den zehn, zwanzig Grossgalerien und kaufen sozusagen bei Brands, als sich bei kleinen umzuschauen und selbst auf Entdeckungsreise zu gehen. Ohne Friedrich Christian Flick hätte es das Zürcher Kunstwunder und den Boom einer ganzen Galeristengeneration um Hauser & Wirth und Eva Presenhuber so kaum gegeben. Und natürlich zahlen grosse Sammler auch höhere Preise. Seit Albert Oehlen – um ein hierzulande unverfängliches Beispiel zu nennen – bei Gagosian Galleries im Programm ist, kostet kaum ein Bild mehr unter einer Million Dollar. Von seinen früheren Galerien hat ihn nur noch Max Hetzler im Programm, der ihn entdeckt hat, alle anderen musste er aufgeben. Die Grossgalerien vermitteln ihre Künstler überdies seit geraumer Zeit auch da an Käufer, wo ihre

Sammlerklientel sich zur Entspannung trifft. Im Engadin und im Berner Oberland haben viele von ihnen Dependancen eröffnet. Zum Après-Ski gibt's jetzt auch noch Kunst.

Natürlich kann man sich gegen die Marktmacht der Grossen wehren. Victor Gisler bringt die besondere Betreuung als Asset ins Spiel: «Ich bin eine Art Privatbank. Wenn Sammler zu mir kommen, bekommen sie den Chef zur Beratung und müssen nicht wie bei einer Grossbank in der fünften Reihe warten.» Nicolas Krupp verweist auf die eigene Entdeckerfreude. Den Vorsprung, den sich die grossen Galerien mit Dutzenden von Mitarbeitern erarbeiten, muss er wettzumachen versuchen: «Ich muss beweglich sein und Nischen finden, die die Grossen übersehen», sagt er. Gute Aufbauarbeit ist zentral, damit kann man sich den Ruf einer Entdeckergalerie erarbeiten, die immer wieder auch gestandene Künstler zu halten vermag.

Allerdings steigen dabei die Preise. Und das müssen Sammler erst einmal bezahlen können. So stellt Fabian Walter, ein Basler in Zürich fest, dass Kunst einfach viel zu teuer geworden ist. «Anfang 2000 konnte man von renommierten Künstlern noch Werke um 15'000 Franken kaufen. Zwischen 2002 und 2008 stiegen viele Preise jedes Jahr um 100 Prozent. Miete, Transport, alles wurde teurer. Heute sind die Sachkosten so hoch, dass man keine preiswerte Kunst mehr verkaufen kann. Damit verliert man viele potenzielle Sammler und Kunstin-

## 25

### Clarina Bezzola

The art market should not be relevant to an artist during the process of creation. Only once the artwork is finished, might it be brought into a commercial context. Looking outward for inspiration in the attempt to influence marketability of one's creations, often results in regurgitate expressions which tend to bring less transformative insight. In a world focused on mass media and immediate reward the temptation to reduce our view of the environment to digestible formulas is great.

Le marché de l'art ne devrait pas avoir d'influence sur le processus de création artistique. Ce n'est qu'après l'achèvement d'une œuvre qu'il est temps de la placer dans un contexte commercial. Si l'on tient compte de facteurs extérieurs durant le processus créatif afin d'influencer les possibilités de commercialisation de son propre art, il en résulte souvent une sorte d'expression « prédigérée », qui tend à brider la créativité. Dans un monde centré sur les médias de masse et la récompense immédiate, la tentation est grande de réduire notre vision de l'environnement à des formules bien digestes.

Der Kunstmarkt sollte den künstlerischen Schaffensprozess nicht beeinflussen. Erst nach der Fertigstellung eines Werkes, ist es Zeit das Werk in einen kommerziellen Kontext zu bringen. Wenn man sich während des Schaffensprozesses nach Aussen orientiert um die Vermarktbarkeit der eigenen Kunst zu beeinflussen, resultiert das oft in einer Art wiedergekäutem Ausdruck, welcher tendenziell einen weniger transformativen Einblick verschafft. In einer Welt, fokussiert auf Massenmedien und sofortiger Belohnung, ist die Versuchung gross, die Sicht auf unsere Umwelt auf verdauliche Formeln zu reduzieren.



teressierte aus dem Mittelstand. Nur wenige können sich Bilder für 20'000 Franken leisten.» Da hilft vielleicht ein Modell aus vielen Standbeinen mit Consulting, Sekundärmarkt und Unterricht. Oder eine Kombination aus Brotberuf und Galerie wie sie der junge Galerist Florian Helmke-Becker in Zürich probiert.

#### Sammler gehen anders vor

Vielleicht geht es heute aber nicht nur um eine finanzielle Frage, sondern um eine Umorientierung im Lebenswandel. Von vielen Seiten ist zu hören, dass die alten, bildungsbürgerlich geprägten Sammler, die fast manisch ihre Vision verfolgten und Werk um Werk nachjagten, um sie zu einer Sammlung zusammenzusetzen, zur aussterbenden Spezies werden. Entweder hören sie auf zu sammeln, weil sie ein Alter erreicht haben, in dem man sich eher überlegt, was man mit dem ein Leben lang Erworbenen macht, ob Erben vorhanden sind, die dazu Sorge tragen möchten, ob man es verkauft oder an ein Museum übergibt. Oder sie haben nicht mehr die Mittel, mit den Preisen mitzuhalten, die ihre Künstler inzwischen kosten. Victor Gisler konstatiert, dass die grossen Sammler in der Generation der 50- bis 60-Jährigen in der Schweiz weitgehend fehlen, die ihre Jugendsünden hinter sich gelassen und ein eigenes Profil gefunden haben. Und die noch jüngeren Sammler richten ihre Ankäufe ohnehin anders aus. Lebenslange Fokussierung auf eine künstlerische Entwicklung oder auf einen intellektuellen Zusammenhang aus mehreren Positionen ist da kaum noch zu beobachten. Sie sammeln im Rhythmus der Zeit: Schnell, wechselhaft, stets neuen Entwicklungen und Preissituationen entlang. Trendsetter wollen sie vor allem sein, das Neue aufgreifen und bei seinem Wechsel wieder beim nächsten Tagesgespräch mitsprechen. Hinzu kommt, dass die beliebten Lofts wenige Wände und viele Glasfassaden haben, und der heutige Urbanit lieber reist, als sich mit Objekten zu beschweren. Da ist es für eine Galerie fast unmöglich, Kosten zu kalkulieren und ein konsistentes Programm zu entwickeln. Denn der Kranz aus treuen Sammlern hat lange Zeit die Basiskosten finanziert, die gedeckt sein müssen, um Experimente zu wagen.

Die unsichere Situation der Galeristen hat Folgen für Künstler. Die Generation der Mid-Career-Artists zwischen 40 und 65 ist davon besonders betroffen, wenn Stipendien und Ausstellungen wegfallen, weil sie zwar

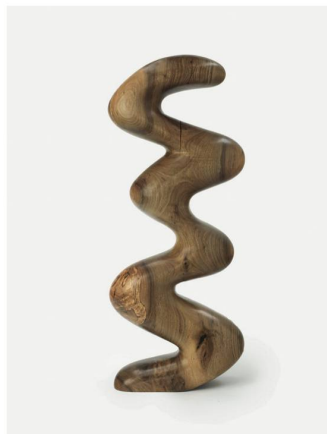
bekannt sind, aber alle nur junge Positionen zeigen wollen. Christoph Rütimann, Ian Anüll und manche andere müssen wie ihre internationalen Kollegen auf eine zweite Welle der Aufmerksamkeit warten. Wenn ihre Galeristen sie nicht in den globalen Markt einschleusen können, wird das schwer, auch wenn ihre Werke künstlerisch höchst relevant und aktuell sind. Was passiert, wenn das nicht gelingt, oder wenn man eine international vernetzte Galerie verliert, macht Hanspeter Hofmann in einer Offenheit deutlich, die die allermeisten Künstler hierzulande vermeiden. Die wenigsten geben Auskunft, niemand will eine Geschichte von Kämpfen, kleinen Aufstiegen und grösseren Abrutschern erzählen. Hofmann, Jahrgang 1960, hat sich international als experimenteller Maler einen Namen gemacht. Seine Werke wurden von der Galerie Jamileh Weber in grosse Sammlungen in London, Kalifornien und Südfrankreich vermittelt. Als die Galerie ihre Pforten schloss, kamen diese Kontakte zum Erliegen. Hofmann konnte nicht ins Programm einer anderen Galerie mit vergleichbaren Beziehungen wechseln. Dadurch ging nicht nur allgemein der Verkauf von Werken zurück, der Verlust grosser Sammler hatte auch zur Folge, dass sich grossformatige Werke überhaupt nicht mehr verkaufen lassen. Für diese ist der Markt in der Schweiz aber aus vielen Gründen weitgehend tot: Firmen fusionieren, Sammlungen werden zusammengelegt, Empfangsbereiche verkleinert. Wo Kunden früher durch weite Schalterhallen wandelten, die mit Kunst bestückt waren, warten heute Boutiquen und Coiffeusen auf Kundschaft.

#### Atomisierung der Kunstszene

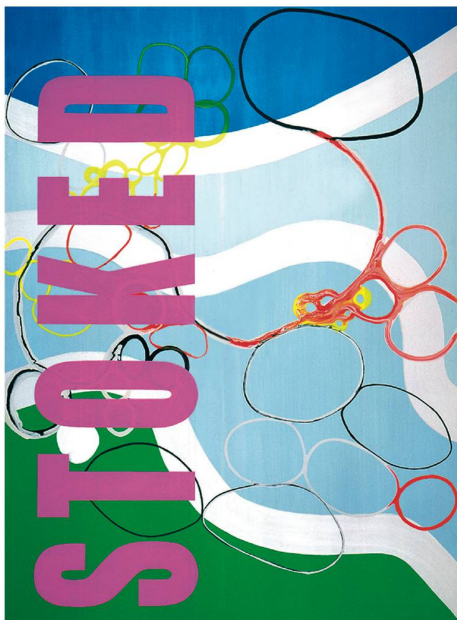
Zuletzt sei auch ein Blick vor die eigene Türe erlaubt. Der Kunstmarkt in der Schweiz kämpft nicht nur mit den Folgen der Globalisierung, er ist auch von einem Niedergang der Kritik betroffen. Eva Presenhuber hat in einem Telefonat wenige Stunden vor der Eröffnung ihrer New Yorker Galerie im Sommer 2017 den Schwarzen Peter für die Situation in der Schweiz den Medien zugeschoben: Sie schreiben fast nicht mehr über Ausstellungen. Und es ist niemand da, der für den nötigen gesellschaftlichen Druck sorgt, dass sie es wieder tun, weder die Stadt, noch die Honoratioren, noch die ökonomisch Einflussreichen. Selbst wenn international hochrenommierte Künstler Ausstellungen in Zürcher Galerien zeigen, kommen sie in den Medien nicht mehr vor. Das sorgt nicht nur für Kopfschütteln seitens der

## 26

Claudia Comte



Claudia Comte, *The Mighty Sneaky Snake*, 2017, Walnut, 90 × 45 × 20 cm; sold December 2017, Foto: Roman März



Hanspeter Hofmann, *Ohne Titel*, 2002, Acrylic on canvas, 220 × 160 cm, © Hanspeter Hofmann, Foto: Martin Buehler

Künstlerinnen und Künstler, die es gewohnt sind, in den USA, in London und anderen Metropolen der Welt mit kritischen Texten in den führenden Printmedien beachtet zu werden. Das verursacht vor allem ein Aufmerksamkeitsdefizit vor Ort: Wenn über Ausstellungen nichts zu lesen ist, erhalten Kunstinteressierte nicht die nötigen Informationen, um sich über das aktuelle Geschehen zu orientieren, und kommen nicht vorbei. Die Galerien (und Kunsthallen und Museen) bleiben leer. Einsame Galeristennachmittage lassen den Entscheid reifen, die Galerie zu schliessen. Weniger Galerien heisst aber auch, weniger Plattformen für Künstler, ihre Werke zu zeigen und ihre Positionen einem öffentlichen Diskurs auszusetzen. Noch weniger Sammler sehen ihre Erfindungen und überlegen sich einen Kauf.

Man sieht schnell: Das ganze Kunstsystem ist ein Kreislauf. Die Kunstszenen war der erste Bereich der Gesellschaft, der vielschichtig vernetzt war. Die Idee des Rhizoms der französischen Modephilosophen der siebziger und achtziger Jahre fand hier ihre ersten Anschauungsbeispiele. Seit geraumer Zeit erleben wir – nicht nur in der Schweiz, aber hier besonders deutlich – wie dieses Wurzelwerk austrocknet, wie diese Netze zerreißen. Nicht weil Akteure Lust hätten, sie kaputt zu machen, sondern weil das Bewusstsein für die Notwendigkeit zur

Vernetzung rapide schwindet. Alle sind Einzelkämpfer geworden: die Künstler, die Ausstellungshallen und Museen, die Galeristen, die Auktionshäuser und auch die Medien. Und alle müssen sie dabei die Erfahrung machen, dass sie für sich viel weniger sind als ein Ganzes. Dass es für diese Entwicklung Gründe gibt, Globalisierung, neue Medien, Internet, neue Märkte, hilft nicht wirklich.

Doch ganz so düster soll der Artikel nicht enden. Wo Bewährtes auseinanderfällt, wo Strukturen zerbrechen, entsteht auch Raum für Neues. Ausgerechnet Markus Schöb, der mit dem Auktionshaus Widmer in St. Gallen im globalen Markt sicherlich nicht von Aufmerksamkeit verwöhnt ist, hält fest: «Wir erleben gerade den Beginn eines Generationenwechsels. Das hat es schon immer gegeben, und es war jedesmal eine spannende Zeit. Vor zehn Jahren wollte niemand Werke der Zero-Künstler kaufen, jetzt erzielen sie hohe Preise. Es gibt junge Sammler, die haben aber einfach ein anderes Portefeuille, und wir freuen uns, ihnen beim Aufbau ihrer Sammlungen zu helfen.» Und dann sagt er noch einen Hammersatz, den man sich als Muntermacher über den Schreibtisch nageln darf: «Es wird Paradigmenwechsel geben, aber insgesamt kam es immer viel besser als wir dachten.»

## 27

### Claudia Comte

From growing up in the Swiss countryside to working and living between Berlin and Grancy (CH), the art market has played an important role in my artistic development. The art school I visited in Lausanne, ECAL, the international residencies and Swiss funding organs that support us from early on, are also part of the market. Berlin, so affordable to live and work in a few years ago, galleries, who always want to show emerging talent; all this is pivotal long before a work is sold or goes into the 'right' collection. It's all so very relativ and simultaneously connected. One thing is certain though: I couldn't do my work, on the scale that I want to, if I didn't have constant support (not talking here only about financial) from the different players in the market, either from the private or public sector.

Le marché de l'art a été et reste déterminant pour mon développement artistique, aussi bien dans la campagne suisse où j'ai grandi que dans mon environnement professionnel et de vie actuel, entre Berlin et Grancy (CH). L'École d'art ECAL, que j'ai fréquentée à Lausanne, les résidences internationales et les fondations et institutions suisses qui nous encouragent depuis le début, font elles aussi partie du marché de l'art. Berlin, avec son faible coût de la vie et ses galeries désireuses de faire connaître de nouveaux talents – tout cela joue un rôle décisif bien avant qu'une œuvre ne soit vendue ou ne se retrouve dans la collection d'art à laquelle elle était peut-être destinée. Tout est incroyablement relatif et en même temps entrelacé. Cependant, une chose est certaine : mon travail ne serait pas envisageable dans l'ampleur que je souhaite sans le soutien continu (et pas seulement financier) de diverses personnes actives sur le marché de l'art, tant dans le secteur privé que dans le secteur public.

Für meine künstlerische Entwicklung war der Kunstmarkt entscheidend, ebenso in der Schweizer Landschaft, wo ich aufgewachsen bin, wie in meiner gegenwärtigen Arbeits- und Lebenswelt zwischen Berlin und Grancy (CH). Denn auch die Kunsthochschule ECAL, die ich in Lausanne besuchte, die internationalen Residenzen und die Schweizer Stiftungen und Institutionen, die uns von Beginn weg fördern, sind ein Teil des Kunstmarkts. Berlin mit seinen niedrigen Lebenshaltungskosten und seinen Galerien, begierig darauf, neue Talente vorzustellen – all das spielt massgeblich mit, lange bevor ein Werk verkauft ist oder seinen Weg in die «richtige» Kunstsammlung findet. Es ist alles unglaublich relativ und gleichzeitig ineinander verschrankt. Eines allerdings ist sicher: Meine Arbeit wäre in der Grössenordnung, wie ich sie mir vorstelle, nicht zu leisten ohne die kontinuierliche Unterstützung (damit meine ich nicht nur die finanzielle) von unterschiedlichen Personen im Kunstmarkt, sowohl im privaten wie im öffentlichen Bereich.



# Bien mieux que prévu

## F

Le marché suisse de l'art reste l'une des plus importantes zones de commerce de l'art dans le monde. Cependant, en raison de sa taille, il est particulièrement touché par la mondialisation du monde de l'art. A l'heure de la recherche rapide sur Internet et des grandes foires commerciales, les galeristes, les marchands et les maisons de vente aux enchères sont de plus en plus exposés à la concurrence internationale. L'équilibre mondial se déplace vers des régions qui connaissent une croissance rapide des nouvelles fortunes. Cela concerne particulièrement les galeries petites et moyennes qui ont traditionnellement constitué une base d'artistes sur une longue période et ont pu fidéliser ces artistes, gardant leur confiance même lorsqu'ils se sont établis sur le marché et ont atteint des prix attrayants. Au cours de la décennie qui a suivi la grande crise financière de 2008, elles ont été de plus en plus exposées à la pression des grandes galeries et des maisons de vente aux enchères. Souvent, elles perdent tôt certains artistes importants. En outre, les collectionneurs traditionnels, dont les acquisitions constantes ont porté les galeries et rendu possible l'expérimentation, ont tendance à s'en aller. La génération la plus âgée est occupée à transmettre les collections à la génération suivante ; la jeune génération collectionne selon des schémas différents. Cela vaut également pour les artistes eux-mêmes : ils perdent des plates-formes d'exposition pour montrer leurs œuvres. Celle ou celui qui ne parvient pas à s'établir à l'échelle internationale dans un laps de temps qui devient de plus en plus court et à intéresser les grands collectionneurs perd des opportunités de vente et de travail. L'issue semble être dans la capacité à bien déceler les évolutions en cours, dans l'endurance et un travail soigné.

# Molto meglio di quanto si pensasse

## I

Il mercato dell'arte in Svizzera è da sempre nel novero delle più importanti piazze del mondo. Date le sue dimensioni, tuttavia, risente in misura considerevole della globalizzazione del mondo artistico. Nell'epoca del web e delle grandi fiere, galleristi, mercanti e case d'asta sono sempre più esposti alla concorrenza internazionale. A livello globale i centri nevralgici si sono spostati sulle aree interessate da un impressionante incremento di nuova ricchezza. A subirne le conseguenze sono soprattutto le gallerie piccole e medie che per tradizione hanno tirato su, nel lungo termine, una scuderia di artisti, e hanno mantenuto il loro impegno anche dopo, quando questi artisti avevano ormai conquistato una loro posizione sul mercato e raggiunto quotazioni consone. Nel decennio trascorso dalla grande crisi finanziaria del 2008, queste gallerie sono state sempre più soggette alle pressioni esercitate della grandi galeries e dalle case d'asta. Spesso hanno perso ben presto artisti importanti. In più, sono venuti a mancare i collezionisti tradizionali che, con le loro acquisizioni costanti, avevano sostenuto le gallerie e incoraggiato la sperimentazione. La vecchia guardia oggi è impegnata a consegnare le collezioni alle nuove generazioni, che seguono modelli diversi. Questo processo si ripercuote anche sugli artisti, che finiscono così per perdere le loro piattaforme in cui esporre le opere. Chi non riesce ad affermarsi sul mercato internazionale in una finestra temporale che si restringe ogni giorno di più, richiamando così l'interesse dei grandi collezionisti, perde opportunità di lavoro e di vendita. L'unica via d'uscita è nella capacità di fiutare i cambiamenti, nella tenacia e nel lavoro accurato.

28

Colin Guillemet



Colin Guillemet, *The blueprint (anger)*, 2016, Cyanotype on paper on plywood, 115 × 80 cm; *The blueprint (majestic)*, 2016, Cyanotype on paper on plywood, 115 × 80 cm; sold March 2017