

INHALT

EINLEITUNG

Der Preis des Unbezahlbaren

9

Kapitel 1

DER KUNSTMARKT

Hype und Herdentrieb

13

Rembrandt Inc. Mit Kunst auf die Zukunft wetten 13 *Rochade vom Mäzen zum Markt. Die Entstehung des Kunstmarkts* 19 *Doppelspiel. Das Tabu des Geldes* 22 *Optionen auf »Semper Augustus«.* Boom und Crash 29 *Jackpot Kunst. Kollektive Wette* 32 *Bilder auf der hohen Kante. Kunst als Kapital* 35 *What goes up. Massaker im Auktionssaal* 36 *Ponzi ist überall. Die Dynamik des Kunstmarktes* 40 *Empty Rooms. Der Markt und seine Kunst* 46

Kapitel 2

DER SAMMLER

Das Objekt der Begierde

52

Koffer voller Dollars. Die Rolle des Geldes 52 *Von Kopffägern und Kunstsammlern. Sammeln als Universalie* 54 *Urszene mit Teddybär. Die Liebe zum Objekt* 56 *Land of Desire. Die evokative Kraft von Dingen* 58 *Der Diderot-Effekt. Die Dynamik des Sammelns* 62 *Warum alle dasselbe wollen. Der Reiz des Neuen* 64 *Haifisch mit Zähnen. Charles Saatchi* 67 *Das fehlende Stück. Triebkraft Gier* 70 *Bilder unterm Bett. Stéphane Breit-*

wieser 71 *Augenlust. Steve Wynn* 74 *Im Nirvana der Kunst. Ingvild Goetz* 76 *Philanthropie und Machiavellismus. Die Macht der Sammler* 79 *Weihestätte. Der Status des Museums* 83 *Der Midaseffekt. Macht, Geld und Kunst* 86 *Gegengeschäfte. Geldgeber und Nutznießer* 88 *Teufelskreis. Insiderhandel* 93 *Kippen und Kunst. Manövriermasse* 95 *Von Wölfen und Schafen. Markt im Museum* 98

Kapitel 3

DER HÄNDLER

Promoter und Parasiten

103

Vom Bildermakler zum Kunstexperten. Der Aufstieg des Händlers 103 *Alte Kunst und neues Geld. Joseph Duveen* 108 *Total global. Geldströme und Netzwerke* 110 *Das Fell des Bären. Spekulation* 113 *Die Welt als Kunstmarkt. Globalisierung* 116 *Inseln des Reichtums. Hegemonie von Orten* 119 *Aldi oder Eyestorm. Kunst für alle* 121 *Doppelspiel. Kampf um Kunst und Geld* 122 *Strategygetarts. Die Expansion der Auktionshäuser* 124 *Phase 1. Das Auktionshaus als Schweizer Bank* 126 *Phase 2. Die Eroberung des Endverbrauchers* 127 *Phase 3. Der Griff nach der Gegenwart* 129 *Wundersame Geldvermehrung. Geheime Preisabsprachen* 132 *Preistreiber. Garantien und Kredite* 133 *Die Gunst des Augenblicks. Bieterwettkampf* 135 *Was Mei und Moses noch entdeckten. Die Wirkung von Schätzpreisen* 137 *Marktsignale. Die Wirkung von Auktionspreisen* 138

Kapitel 4

DER KÜNSTLER

Vom Mythos zur Marke

142

Die Magie des Erfolgs. Der Künstlermythos 142 *Die Macht des Mythos. Vincent van Gogh* 145 *Vom Mythos zur Marke. Pablo Picasso* 150 *Heros und Heroin. Jean-Michel Basquiat* 155 *Vom Handwerker zum Genie. Ursprung des Künstlermythos* 157 *Das Ideal der Freiheit. Europa* 161 *Himmelfahrt. Vom Beruf zur Berufung* 163 *Neue Zwänge. Die Freiheit des*

Marktes 165 Das Bekenntnis zum Geld. USA 166 Don't give up your day job. Die Kehrseite des Mythos 169 Die Motivation von Künstlern. Aus der eigenen Mitte 172 Künstlerarmut. An der Pforte zum Paradies 173 Der Sieger nimmt alles. Starökonomie 177 Der Schneeballeffekt. Reputation und Ranking 181 Revolution mit Kunst. Die Wiederentdeckung Vermeers 184 Landeplatz von Sehnsüchten. Die Funktion des Mythos 188

Kapitel 5

DAS KUNSTWERK

Die Aura des Originals

191

Der Geist in der Maschine. Die Aura des Kunstwerks 191 Provokationen. Marcel Duchamp 195 Die Qualitätsfrage. Alles kann Kunst sein 196 Eulenspiegeleien. Jeff Koons 200 Experimente. Yves Klein 203 Die Preisfrage. Teures Objekt der Begierde 204 Mona Lisa Femme fatale. Karriere eines Kunstwerks 208 Der Fixstern des Kunstmarkts. Das Original 212 Mussons Lektion. Der Preis der Innovation 214 Patentiertes Wunder. Der Stellenwert der Authentizität 218 Die Wahrheit der Fälschung. Die Kehrseite des Originals 220 Die Fiktion des Originals. Die Dematerialisierung der Kunst 224 Chronos frisst seine Kinder. Das unverkäufliche Original 230

SCHLUSS

Vom Wert der Kunst

232

Anhang

237

Anmerkungen 237 Register 253