

Anja Grebe

Krawallkunst und Risikosammler: Charles Saatchi und die Young British Art

Vom Ausstellungskünstler zum Sammlerkünstler

Im Pariser Wochenjournal *Le Monde Illustré* erschien 1861 eine Karikatur des französischen Illustrators Gustave Doré (1832–1883), auf der eine Menschenmenge vor dem Eingang zum Pariser *Palais de l'Exposition* am Tag des Einreichungsschlusses zum *Salon von 1861* zu sehen ist.¹ Viele Männer sind mit riesigen Gemälden beladen, die sich unter dem Torbogen auftürmen. Angetrieben von der Panik, nicht mehr zur wichtigsten französischen Kunstausstellung des Jahres zugelassen zu werden, stürmen die Künstler das Tor. Einige vollenden noch im Laufenden ihre Werke, während die Umstehenden bereits anfangen, die an ihnen vorbeigetragenen Gemälde zu begutachten. Die Menge wird von der klassizistischen Statue eines Mannes überragt, die das wilde Geschehen unter sich scheinbar gelassen betrachtet, als hätte wahre Kunst all den Aufruhr um Aufmerksamkeit nicht nötig, nach der die Salonkünstler streben.

Dorés Holzstich thematisiert in drastischer Übertreibung ein Phänomen, welches das Kunstsystem als besonderes soziales Funktionssystem² seit dem 18. Jahrhundert maßgeblich geprägt hat: die Ausstellung, also die öffentliche Präsentation von Kunstwerken an einem bestimmten Ort für begrenzte Zeitdauer zum Zwecke der Kunstbetrachtung. Kunstwerke eine Zeitlang vorzuführen war zwar nicht grundsätzlich neu, doch als Schlüsselinstitution im Kunstsystem etablierte sich die Ausstellung erst im 18. Jahrhundert. Wie Oskar Bätschmann³ gezeigt hat, wirkten sich Ausstellungen nicht nur auf die Art der Präsentation und Wahrnehmung von Kunst aus. Sie führten auch zu einer grundlegenden Veränderung des Kunstmarkts als jenes Teils des Kunstsystems, bei dem Kunst als Ware zwischen Künstlern als Produzenten wie Verkäufern und Käufern ausgetauscht wird. Hatten die meisten Künstler zuvor entweder als Hofkünstler für einen fürstlichen Auftraggeber oder als freie Unternehmer für einen begrenzten Markt von Käufern und Bestellern aus

städtischen und adeligen Kreisen gearbeitet, so entstand im Laufe des 18. Jahrhunderts die Ausstellung als Forum, in dem die Künstler ihre Werke einem großen Publikum präsentieren konnten. War der Kunstmarkt zuvor in der Frühneuzeit überwiegend vom direkten Kontakt des Künstlers zu seinem Auftraggeber bestimmt gewesen (Unternehmer- und Hofkünstler), so arbeitete der Ausstellungskünstler zunehmend für ein anonymes Ausstellungspublikum. Präsenz und Erfolg bei Ausstellungen wurden laut Bättschmann zum Ziel künstlerischer Aktivität:

Die Umwandlungen der Ausstellungen [...] zum ausschließlichen Medium der Kunstpräsentation, das Auftreten des Publikums und der öffentlichen Kritik ebenso wie die Ausrichtung der Künstler auf die Ausstellung machen die entscheidendste und folgenreichste Veränderung des Kunstbetriebs seit der Renaissance aus. Die Künstlerinnen und Künstler mußten sich durch die Konkurrenz ihrer Werke in der Öffentlichkeit definieren, legitimieren und finanzieren. [...] Für die Berechnung oder Steuerung der Reaktionen des Publikums, die zwischen aggressiver Verhöhnung und enthusiastischer Akklamation schwankten, mußten neue Strategien entwickelt werden. [...] Für seinen Erfolg mußte der Ausstellungskünstler Gegenstand des öffentlichen Gesprächs werden, Zutritt zu den Medien finden und neben seine Werke ein attraktives Bild seiner Person stellen.⁴

Im modernen Kunstsystem ist die Ausstellung allerdings nur eine Zwischenstufe bei der endgültigen Bestimmung eines Kunstwerks, die in den meisten Fällen nach wie vor in deren dauerhafter Aufnahme in eine öffentliche oder private Sammlung besteht. Nicht die Ausstellung, sondern die Sammlung beziehungsweise der Sammler ist der letzte Adressat eines Kunstwerks, zumindest in kommerzieller Hinsicht.⁵ Selbst bei genuiner Ausstellungskunst wie Performances, Installationen oder Erfahrungskunst⁶ werden Möglichkeiten der dauerhaften Dokumentation und Präsentation in einer Sammlung meist von vornherein mitbedacht. Das Künstlerpaar Christo und Jeanne-Claude dokumentiert beispielsweise seine Verhüllungsprojekte in einer Vielzahl von Zeichnungen, Collagen, Modellen und Fotografien, die anschließend als Originale beziehungsweise Graphikeditionen verkauft werden.⁷

Die folgenden Ausführungen verstehen sich als Erweiterung von Bättschmanns Analyse. Sie behandeln die Rolle des Sammlers und die Strategien des »Sammlerkünstlers« im modernen Kunstsystem, die insgesamt noch nicht genügend Beachtung gefunden haben. Ausgangspunkt war die Beschäftigung mit der britischen Avantgarde der 1990er Jahre. Die so genannten *Young British Artists* scheinen mit ihrer radikalen, auf Schockeffekte ausgerichteten Kunst auf den ersten Blick eine ideale Verkörperung von Bättschmanns Ausstellungskünstler zu sein. Der Erfolg der

Künstlergruppe beruht jedoch maßgeblich auf dem Einfluss ihres Hauptsammlers Charles Saatchi. Kunst wie jene der *Young British Artists* wird nicht mehr allein für Ausstellungen, sondern auch direkt für einen Privatsammler gemacht, unter dessen Namen sie dann öffentlich präsentiert und auf dem Markt angeboten wird. Es handelt sich nicht mehr um Ausstellungskunst, sondern um »Sammlerkunst«. Eine Analyse von Sammlerkünstlern und Sammlerkunst ist für ein grundlegendes Verständnis des modernen Kunstmarkts notwendig.

Auftragskünstler und Auftragskunst

Um zu klären, inwieweit der hier postulierte Sammlerkünstler eine Neuerung darstellt, ist zunächst eine Abgrenzung gegenüber dem Auftrags- und dem Ausstellungskünstler notwendig. Bis zum 18. Jahrhundert lassen sich die meisten Künstler Bätschmanns Typ des Auftragskünstlers zuordnen, den jener in die Untertypen Hofkünstler und Unternehmerkünstler differenziert. Gegen diese enge Kategorisierung ist anzuführen, dass bereits Ende des 15. Jahrhunderts immer mehr Arbeiten für den freien Markt hergestellt wurden, nicht nur Druckgraphik und Kleinplastik, sondern auch größere Skulpturen, Gemälde und Kunsthandwerk.⁸

Ein Beispiel für einen frühmodernen, sowohl für Auftraggeber wie für den freien Markt tätigen Künstler-Unternehmer ist Albrecht Dürer (1471–1528).⁹ Nach einer Malerlehre und Gesellenreise betrieb er ab 1495 in seiner Heimatstadt Nürnberg eine kleine Werkstatt mit wenigen, meist nur temporär eingestellten Mitarbeitern, in der er vor allem Gemälde und Druckgraphiken, aber auch Entwürfe für Glasmalereien, Wandgemälde und kunsthandwerkliche Gegenstände fertigte. Während die meisten Gemälde und die Entwürfe für Glas- und Wandmalereien als Auftragsarbeiten entstanden, wurden kleinere Madonnenbilder und die meisten Druckgraphiken für den freien Markt hergestellt. Dürer fertigte nach 1512 auch zahlreiche Aufträge für Kaiser Maximilian I. (etwa die *Ehrenpforte* 1515),¹⁰ von dem er eine jährliche Leibrente erhielt. Er besaß jedoch nicht den Status eines Hofkünstlers. Die Arbeiten wurden Auftrag für Auftrag abgerechnet.¹¹

Dürer entwickelte ausgesprochen innovative Unternehmensstrategien. Mit dem Monogramm »AD« kreierte er eines der ersten europaweit bekannten Markenzeichen in der Kunst, und außerdem schuf er ein neues Vertriebssystem für seine Werke. Neben dem Direktverkauf in Nürnberg boten er und seine Frau Agnes Druckgraphiken auf Märkten und Messen, darunter der Frankfurter Messe, an. Daneben stellte Dürer als einer der ersten Künstler Verkaufsagenten ein, die für ihn ganz Europa bereisten. Möglicherweise machte er sich auch das große Buchhandelsnetz seines Paten Anton Koberger zunutze. Schon früh bemühte sich Dürer selbst

um seinen Ruhm. Seine theoretischen Schriften sollten diesen nicht zuletzt für die Nachwelt erhalten. Er ließ sich von Humanistenfreunden als *Apelles Germaniae* feiern. Seine Reisen nach Italien und in die Niederlande waren gleichzeitig Studien-, Verkaufs- und Werbereisen. Mit Erfolg: Dürers Strategien trugen ihm nicht nur ein ansehnliches Vermögen ein, sie machten ihn bereits zu Lebzeiten zum international bekanntesten deutschen Künstler.

Obwohl Dürer nach eigenen Aussagen einen Großteil seiner Einkünfte nicht aus Bestellungen bezog (vor allem seine Druckgraphiken trugen ihm weitaus größere Gewinne als aufwändige Ölgemälde ein¹²), war er weiterhin als Auftragskünstler tätig. Größere Aufträge von namhaften und einflussreichen Bestellern wie Kaiser Maximilian I. (1450–1519) oder Kurfürst Friedrich dem Weisen (1463–1525) förderten sein Prestige und damit auch den Erfolg auf dem freien Markt. Auch heute noch dienen die Namen der Auftraggeber und Sammler als Empfehlung an den breiten Käuferkreis auf dem freien Markt.

Im Unterschied zu Unternehmerkünstlern wie Dürer waren Hofkünstler vor allem für einen Fürsten und dessen Hof tätig.¹³ Die Verträge, die Status, Aufgabengebiete und Entlohnung regelten, waren dabei höchst unterschiedlich. So verbot der 1507 zwischen Jörg Kölderer (1470/75–1540) und Maximilian I. geschlossene Vertrag dem Maler jede Tätigkeit außerhalb des Hofes.¹⁴ Hingegen betrieb Lucas Cranach d. Ä. (1472–1553), der ab 1504 als Hofmaler der Sächsischen Kurfürsten angestellt war, neben seinem Hofamt eine äußerst erfolgreiche Großwerkstatt, die zahlreiche Gemälde, Graphiken und gedruckte Bücher für den freien Markt fertigte.¹⁵

Die Vorteile einer Hofanstellung waren ein im Prinzip regelmäßiges Einkommen, eine gewissen Zukunftssicherung durch Pensionen, oftmals die Versorgung mit Wohnung, Kleidung und Essen sowie die Steigerung des Ansehens durch Titel und Ämter. Außerdem waren Hofkünstler von den Zunftzwängen befreit. Dem stand eine Reihe von Nachteilen gegenüber. Nicht nur berühmte Künstler wie Raffael (1483–1520) beklagten die Abhängigkeit vom Fürsten, die Unsicherheiten bei Machtwechseln, die mangelnde Freiheit bei der Auftragsbearbeitung sowie die Pflicht zur Verrichtung niederer Bau- und Dekorationsarbeiten.¹⁶ Hofkünstler mussten durch verlässliche Arbeit und wohlgefälliges Verhalten die Gunst ihres Fürsten erlangen und erhalten sowie etwaige Konkurrenten ausschalten.¹⁷

Fürsten waren wohl selten von bloß selbstlosem Interesse getragene Kunstförderer.¹⁸ So wurden etwa Künstler- und Reisestipendien vor allem vergeben, um mit einem gut ausgebildeten Künstler den eigenen Ruhm zu vergrößern.¹⁹ Auch für großzügige Arbeitsbedingungen und Geschenke wurde nach den ungeschriebenen Regeln des »höfischen Tauschverfahrens« stets eine Gegengabe in Form von Kunstwerken oder zumindest Projektvorschlägen erwartet.²⁰

Der Ausstellungskünstler

Im 18. Jahrhundert werden nach Bättschmann der Hof- und Unternehmerkünstler als vorherrschende Typen vom Ausstellungskünstler abgelöst. Statt für bekannte Auftraggeber oder den Verkauf auf dem freien Markt arbeite der Ausstellungskünstler vorwiegend für die Ausstellungsbesucher. Die Künstler müssten sich nun auf dem durch große öffentliche Ausstellungen und Massenpublikum geprägten anonymen Kunstmarkt in gegenseitiger Konkurrenz positionieren.

Die Entstehung des modernen Kunstsystems setzt Bättschmann in Frankreich mit der Institutionalisierung der *Salons* an. Sie waren die ersten staatlich verordneten, regelmäßig stattfindenden temporären Kunstschauen. Zunächst konnten an den *Salons* nur die Mitglieder der *Académie* teilnehmen.²¹ Die neue Form der Präsentation von Werken in dichtgedrängter Konkurrenz führte zur Entwicklung des »Ausstellungsbildes«, das sich durch ein »aktuelles und patriotisches Thema, anspruchsvolles Format, einfache, verständliche Komposition des hohen Stils, ostentative Verwendung von Mustern der christlichen Ikonographie und Einbindung von zahlreichen Porträts der Prominenz« auszeichnet.²² Die Geburtsstunde des Ausstellungskünstlers ist nach Bättschmann zugleich die Geburtsstunde des Kritikers, dessen Urteil maßgeblichen Anteil am Erfolg oder Misserfolg von Werken und Künstlern hat. Dabei war eine vernichtende Ausstellungskritik nicht unbedingt gleichbedeutend mit einem Misserfolg des Künstlers, konnte doch gerade ein Verriß das besondere Interesse des Publikums wecken.

Besonders die bewusst provozierten Skandale zeigen, dass die öffentliche Aufmerksamkeit eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg eines Künstlers war. Dies ließ sich am besten mit einem Tabubruch erreichen. Der irische Maler Nathaniel Hone (1718–1784) etwa ließ fälschlich verbreiten, dass auf seinem Gemälde *The Conjuror* (1775) die Malerin Angelika Kauffmann nackt dargestellt wäre. Nachdem das Bild erwartungsgemäß von der Jahresausstellung der *Royal Academy* 1775 ausgeschlossen worden war, zeigte es Hone gegen Eintritt in einer selbst organisierten Einzelausstellung. Dies trug kaum zur Verbesserung seines künstlerischen Rufes bei, steigerte seine Bekanntheit jedoch enorm.²³

Die Geschichte der modernen Kunst ist zu weiten Teilen eine Geschichte des Tabubruchs und Skandals. Mit Gesellschaft und Kunstestablishment in Konflikt zu stehen gehört bis heute zu Mythos und Legitimation des modernen Künstlers.²⁴ Ausgestaltet wurde dieser Mythos von den Literaten des 19. Jahrhunderts. Künstlerromane wie Honoré de Balzacs *Le chef-d'oeuvre inconnu* (1831) oder Emile Zolas *L'Oeuvre* (1886) prägten die Vorstellung vom missverstandenen und scheiternden Genie. Der Mythos des modernen Künstlers ist eng mit der Idee der Avantgarde verbunden.²⁵ Mit diesem aus dem Militärvokabular übernommenen Begriff, der

eine Vorhut oder einen Spähtrupp meint, charakterisierten Literaten Anfang des 19. Jahrhunderts den geniebegabten Künstler, der als ›Seher‹ in zu erobernde Sphären des Kunstschaffens vordringt und damit auch der Gesellschaft neue Wege weist.²⁶ Die Idee der Avantgarde wurde zur Legitimation des freien Künstlers, der sein Schaffen nicht mehr auf die Aufträge eines kirchlichen oder weltlichen Bestellers, sondern allein auf die Kunst zurückführt.

Je mehr sich die Kunst im 19. Jahrhundert zur Ausstellungskunst entwickelte und von den Zwängen der Auftragskunst befreite, umso wichtiger wurde die Vermittlung durch Literaten und Kunstkritiker. Doch die Selbstständigkeit vieler Vermittler und Kritiker machte diese auch zu Konkurrenten der Künstler, sobald es um öffentliche Aufmerksamkeit ging. Ein Beispiel für diese Interessenvermischung ist die Beziehung von Egon Schiele (1890–1918) und Arthur Roessler (1877–1955).²⁷ Roessler war in Wien ein bereits anerkannter Kunstschriftsteller und -händler, als er 1909 auf den 19jährigen Schiele aufmerksam wurde. Er nahm den noch unbekanntem Maler unter seine Fittiche, machte ihn in der österreichischen und deutschen Kunstwelt durch Beiträge in Zeitungen und Zeitschriften bekannt, bemühte sich um Händler- und Käuferkontakte und beriet ihn bei der Organisation von Ausstellungen.

Die Personalunion von Vertrauensperson, Sammler, Berater, Förderer und Agent hatte, wie neuere Forschungen ergeben haben, auch eigennützigen Effekte, was schließlich auch dazu beitrug, dass die Freundschaft nach wenigen Jahren zerbrach.²⁸ Zum einen ließ sich Roessler die Karriereförderung in ›Naturalien‹ bezahlen und kam so vergleichsweise billig zu einer umfangreichen Schiele-Sammlung. Zum anderen bemühte sich der im Kunsthandel tätige Roessler auch um einen direkten finanziellen Gewinn und handelte bei der Vermittlung von Galeriekontakten auch im eigenen Interesse.²⁹ Schließlich versuchte er direkten Einfluss auf Schieles Arbeiten zu nehmen, indem er ihm jene Gestaltungen und Formate für die Werke nahe legte, die er auf die von ihm anvisierten Käufer zugeschnitten glaubte.³⁰

Das Zerwürfnis von Künstler und Förderer nach 1913 hinderte Roessler nicht daran, bald nach Schieles frühem Tod 1918 drei Schiele-Monographien zu veröffentlichen und damit den Grundstein für den Nachruhm des Künstlers zu legen.³¹ Die Bücher prägten erst das Bild von Schiele als verkanntes Genie und Skandal-künstler. Zugleich präsentierten sie Roessler allein als Entdecker, Freund und Förderer des Künstlers. Mit der posthumen Stilisierung und Mythisierung etablierte Roessler den Maler als einen Helden in der Geschichte der modernen Kunst. Dies hatte maßgeblichen Anteil an Schieles wachsender Popularität und am steigenden Marktpreis seiner Werke – von dem Roessler nach dem Zweiten Weltkrieg nicht zuletzt selbst profitierte.³²

Der Sammlerkünstler

Auch wenn Arthur Roesslers Vermögen zu gering war, um über die Anfangsjahre des Künstlers hinaus eine umfassende Schiele-Sammlung zu erwerben, so waren sein Vorbild und Wirken als Sammler, Publizist und Förderer sowie seine Verbindungen zum Kunsthandel entscheidend für den frühen Erfolg des Künstlers bei den Avantgardesammlern.³³ Auf einen Rat Roesslers geht auch der Kontakt zum Gastronom und Kunstsammler Franz Hauer (1867–1914) zurück, den Schiele im Juli 1912 zur Atelierbesichtigung einlud.³⁴ Hauer kaufte spontan drei Gemälde und sicherte sich im Juli 1913 sogar ein »Vorbesichtigungsrecht« auf die Bilder der nächsten Monate, von denen er sechs weitere erwarb. Der überraschende Tod des Sammlers 1914 verhinderte weitere Ankäufe.³⁵

Roessler hatte erkannt, wie wichtig neben dem Ausstellungserfolg das Interesse der Privatsammler war. Er stellte nicht nur die Kontakte zu potentiellen Kunden her, sondern beriet Schiele auch in der Wahl der Themen und Formate. Ankäufe von Sammlern, zumal Großankäufe wie im Falle von Hauer, waren für den längerfristigen Erfolg eines Künstlers letztlich wichtiger als kurzfristige Ausstellungserfolge.

Das Beispiel von Schiele und anderen Wiener Avantgardenkünstlern wie Gustav Klimt (1862–1918) und Oskar Kokoschka (1886–1980) zeigt die gestiegene Bedeutung des Privatsammlers im modernen Kunstsystem. Die temporäre Ausstellung ist zwar der Ort, der im Zentrum aller Beziehungen steht, die das moderne Kunstsystem ausmachen. Kunstrichtungen wie *Performance Art*, Installationen oder Erfahrungskunst, welche die Ausstellung in der künstlerischen Arbeit direkt thematisieren, wurden speziell für sie entwickelt. Doch auch bei so genannter Ausstellungskunst ist die temporäre Ausstellung nur eine Zwischenstation auf dem Weg zum eigentlichen Ziel, der dauerhaften Aufnahme der Werke in eine Sammlung, sei sie öffentlich (Museen, Behörden, Kunst im öffentlichen Raum), sozietär (Kunstvereine), korporativ (Firmen) oder privat.

Neben den öffentlichen und korporativen Sammlungen spielt im zeitgenössischen Kunstsystem ein neuer Typ Privatsammler eine zunehmend wichtige Rolle. Diese »Supersammler« teilen mit den Großsammlern Besessenheit und Unersättlichkeit.³⁶ Während jedoch die meisten bedeutenden Sammler der Vergangenheit ihre Passion als Privatvergnügen betrieben und allenfalls bestimmten, dass ihre Schätze nach ihrem Tod in eine öffentliche Stiftung überführt werden sollten,³⁷ streben viele moderne Supersammler nach einer Veröffentlichung und musealen Institutionalisierung ihrer Besitztümer zu Lebzeiten.

Wenn möglich, gründen diese Sammler nicht nur ein Museum, sondern mehrere Häuser unter eigenem Namen. Gemäß dem »Guggenheim-Prinzip«³⁸ stellt der Sammler beziehungsweise seine Stiftung die Kunstwerke und das Konzept zur Ver-

fügung, während die jeweiligen Nutznießer, ob Stadt, Region oder Korporation (wie etwa die *Deutsche Bank* in Berlin) für Immobilie und Unterhalt sorgt.³⁹ Es gehört zur Strategie der *Guggenheim Foundation*, ausgehend von ihrem Stammhaus, dem 1959 eröffneten New Yorker Museum, Kultur und Kunst als Ware unter dem Markennamen Guggenheim weltweit anzubieten und damit selbst Investitionsoption für Sponsoren und Marketingstrategien zu werden.⁴⁰

Im Gegensatz zur primär gewinnorientierten Strategie des Guggenheim-Imperiums scheint die ›Firmenphilosophie‹ des hinsichtlich der Anzahl der ›Filialen‹ größten Konkurrenten, der Stiftung Irene und Peter Ludwig, ideeller orientiert zu sein.⁴¹ Der Schokoladenfabrikant und studierte Kunsthistoriker Peter Ludwig (1925–1996) sammelte ähnlich expansiv wie er sein Süßwarenimperium verwaltete: Neben sakraler Kunst des Mittelalters erwarb er auch Antiken, präkolumbianische Kunst, Fliesen, Fayencen und Porzellane, amerikanische *Pop Art*, zeitgenössische Kunst, klassische Moderne, besonders Picasso, russische Avantgarde sowie zeitgenössische Ostkunst.⁴² Peter Ludwig gehörte zu jenen Großsammlern, die zumeist mehrere Stücke auf einmal kauften.⁴³ Nur ein geringer Teil der Sammlung befand sich in den Privathäusern und den Unternehmensgebäuden der Familie, der größte Teil war über Museen in ganz Europa verteilt, denn nach dem fast missionarischen Ludwig-Prinzip sollen möglichst viele Menschen in den Genuss von Peter Ludwigs Sammlung kommen.⁴⁴

Das Prinzip dient scheinbar beiden Seiten. Die Ludwigs wissen ihre Werke sicher aufbewahrt, wissenschaftlich erforscht und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, während die Museen auf scheinbar einfache und zunächst kostenlose Weise zu publikumswirksamen Ausstellungsstücken und Ergänzungen ihrer Bestände kommen. Den Unterhalt muss allerdings die öffentliche Hand finanzieren. Außerdem haben die Museen bei Stiftung größerer Sammlungskomplexe fortan als eine Art Filiale den Namen Ludwig zu führen, auch wenn die Trägerschaft weiterhin in öffentlicher Hand lag.⁴⁵

Wie machtlos die Museen gegen Entscheidungen der Supersammler sind, zeigt der plötzliche Verkauf von Ludwigs bedeutender Handschriftensammlung zum Rekordpreis von fast 100 Millionen Mark an das *Getty-Museum*, obwohl die Sammlung dem Kölner *Schnütgen-Museum* zugesagt und dort bereits in einem mehrbändigen Katalog auf Kosten der Stadt wissenschaftlich bearbeitet worden war.⁴⁶ Dies blieb allerdings der einzige größere Verkauf des Sammlers, der sich stets gegen Veräußerungen seiner Besitztümer ausgesprochen hatte. Ob der Verkauf als Rache an der deutschen Kulturpolitik geplant oder eher Finanzprobleme des Ludwigschen Unternehmens bereinigen sollte, lässt sich nicht klären.⁴⁷

Die Affäre weist auf den Einfluss der Supersammler, aber auch auf dessen Grenzen hin. Dieser erstreckt sich auf alle Bereiche des Kunstsystems, angefangen von

der Preisgestaltung auf dem Kunstmarkt über die Museums- und Kulturpolitik bis hin zu den Künstlern und deren Werken:

An der Schwelle zwischen Kunstmarkt und Museum haben Privatsammler wie Peter Ludwig eine Schlüsselfunktion. Als öffentliche Sammler, halb selbsternannt und halb berufen, setzen sie mit ihren Neuerwerbungen Signale. Wenn sie diese Novitäten dann noch unverzüglich und massiv in die Museen befördern, führt das wie an jeder Börse zu höheren Notierungen. [...] Daß Ludwigs Großeinkäufe dazu beigetragen haben, den Marktwert vieler Künstler und ganzer Richtungen erheblich zu steigern – er wäre kein Unternehmer, wenn er dies nicht wüßte.⁴⁸

Der Sammler Charles Saatchi und die *Young British Art*

Im Vergleich zum Ludwig-Imperium nehmen sich die Sammlung des Briten Charles Saatchi (geb. 1943) und dessen 1985 gegründeter Galerie eher bescheiden aus. Der »Supercollector«⁴⁹ gilt jedoch als einer der mächtigsten zeitgenössischen Kunstsammler, der nicht nur auf dem Kunstmarkt, sondern auf das Kunstsystem insgesamt besonderen Einfluss nehmen kann. Saatchi steht für einen neuen Typ von Privatsammlern, die Werke vornehmlich junger, weitgehend unbekannter Künstler in großen Stückzahlen erwerben, unter eigenem Namen in Ausstellungen der Öffentlichkeit präsentieren und, sobald ihr Marktwert gestiegen ist, wieder verkaufen. Die schnellen An- und Verkäufe widersprechen dem traditionellen »Jagen und Horten« etwa des Ehepaars Ludwig. Inwieweit Saatchi »Spekulationssammler« ist, der primär Verkaufserfolge sammelt, soll im Folgenden untersucht werden.

Das Saatchi-Prinzip ist maßgeblich verantwortlich für die Ausbildung eines neuen Künstlertyps, des Sammlerkünstlers, der sich in einigen grundlegenden Punkten vom Ausstellungskünstler unterscheidet, auch wenn beide mit ähnlichen Strategien arbeiten. Der wichtigste Unterschied besteht darin, dass Sammlerkünstler ihre Werke nicht mehr allein für Ausstellungen, sondern direkt für bestimmte Privatsammlungen schaffen und – dies ist entscheidend – dass die Werke erst unter dem Markennamen des Sammlers öffentlich präsentiert werden. Das prägnanteste Beispiel sind die *Young British Artists*, kurz *yBas*.

Auf den ersten Blick scheinen die *Young Brits* Bättschmanns modernem Ausstellungskünstler genau zu entsprechen. Sie beherrschen die entsprechenden Strategien perfekt: Sie erregen Aufsehen bei Publikum, Kunstkritik und in den Massenmedien, sie inszenieren medienwirksam die eigene Person und sie schaffen sich ein öffentliches Image durch rekordverdächtige Aneinanderreihungen von Skandalen. Zer-

teilte Kühe, aufgespießte Leichenteile, kopulierende Kinder-Mutanten neben Porträts von Kindermörderinnen und Arbeiterelend in Großaufnahme – eine harte Kost, die in Ausstellungen mit bezeichnenden Titeln wie *Sensation* (London 1997, Berlin 1998, New York 1999), *Brilliant!* (Minneapolis 1995, Houston 1996) oder *Emotion* (Hamburg 1998) den Besuchern vorgeführt wird.⁵⁰ In den Ausstellungen finden sich auch ganz konventionelle Werke – abstrakte Gemälde, fotorealistische Arbeiten, Installationen –, welche die »Krawallkunst« noch deutlicher hervortreten lassen und dadurch selbst beunruhigend wirken. Seit ihrer ersten, selbst organisierten Ausstellung *Freeze*, die 1988 in einem leerstehenden Lagergebäude in den Londoner Docklands stattfand,⁵¹ sorgen die *yBas* mit einer Mischung aus Banalität und Horror für Kontroversen bei Kritikern und Publikum und für Schlagzeilen in den Massenblättern. Zwischen Faszination, Schaulust, Ekel und Achselzucken taucht immer wieder die Frage auf: (Was) Ist das (für eine) Kunst?

Kunsthistorisch betrachtet, haben Ausstellungen wie *Sensation* wenig Neues zu bieten. Die *yBas* stellen keine neue Richtung in der modernen Kunst dar, sondern bedienen sich aus dem bunten Stiltopf der Kunstgeschichte, besonders der *Pop Art* und Konzeptkunst. Spätestens seit den *Readymades* des Franzosen Marcel Duchamp (1887–1968) kann jedes beliebige Objekt zum Kunstwerk werden, vorausgesetzt, es ist entsprechend etikettiert und präsentiert.⁵² Tierpräparate wie Damien Hirsts (geb. 1965) *Der Ausreißer*⁵³ standen schon in Kunstkammern und Naturalienkabinetten früherer Jahrhunderte.⁵⁴ Die von den Brüdern Jake (geb. 1966) und Dinos (geb. 1962) Chapman unter dem Titel *Große Taten gegen die Toten* präsentierten zerfetzten Leiber zitieren explizit Francesco de Goyas *Desastres de la guerra* (um 1808–1814).⁵⁵ Laboratorien sind heute in der Lage, weitaus grauenerregendere Klone zu produzieren als Chapmans *Tragische Anatomien*.⁵⁶ Auch soziales Elend, Kriegsgräuel und Vergewaltigungen werden wesentlich härter in Horrorfilmen, Fernsehen und Internet präsentiert. Der Kommentar der Chapman-Brüder anlässlich der Präsentation ihrer Horrorserie *Hell* in den Berliner *Kunst-Werken*, Fotos eines mit 5.000 kleinen Plastikfiguren nachgestellten Gemetzels in Form eines Hakenkreuzes, ist bewusst abgebrüht: »Wer das schockierend findet, braucht eine Therapie.«⁵⁷

Nicht alle Besucher von *yBas* Ausstellungen teilen diese Meinung. Im Oktober 1999 kam es kurz vor der Eröffnung von *Sensation* im *Brooklyn Museum of Art* zum Eklat, als der damalige New Yorker Bürgermeister Rudolph Giuliani die Absage der Ausstellung verlangte und dem Museum die finanzielle Unterstützung strich, und zwar mit der Begründung, dass einige Exponate gegen die Sittlichkeit verstößen würden. Die Aufregung konzentrierte sich auf Werke des Künstlers Chris Ofili (geb. 1968), der seine *Jungfrau Maria* (1996) unter anderem mit Elefantendung hergestellt hatte.⁵⁸ Tatsächlich gab es neben Protesten christlicher Gemeinden während der Laufzeit der Ausstellung einen Anschlag auf das Gemälde, das von einem fanati-

schen Christen mit weißer Farbe bespritzt wurde. Während der Londoner *Sensation* Ausstellung hatte bereits Marcus Harveys (geb. 1963) Gemälde *Myra* (1995), ein Porträt der 1966 verurteilten Kindsmörderin Myra Hindley, für Kontroversen und zwei Anschläge mit Farben und Eiern gesorgt.⁵⁹ Wie bei den Ausstellungsskandalen vergangener Jahrhunderte, trug der Eklat maßgeblich zum Erfolg der Ausstellung bei. Insgesamt wurden 180.000 Besucher gezählt, und die Zahl der Museumsmitgliedschaften stieg um zwanzig Prozent.⁶⁰

Auch wenn einzelne Werke immer wieder umstritten sind – und im *Hamburger Bahnhof* in Berlin Hinweisschilder vor einem *Sensation*-Besuch mit Kindern warnten –, so präsentieren die Ausstellungen vor allem die scheinbar spielerische Unbekümmertheit, mit der sich die *Baby Brits* aus dem visuellen Erfahrungstopf bedienen und das Gefundene in Werken zusammenfügen, die zum Teil »entlegene präparatorische Kenntnisse und den Magen eines Naturkundlers oder Anatomiezeichners aus dem 19. Jahrhundert erfordern.«⁶¹

Die Mittel der Umsetzung und die Materialien sind dabei äußerst heterogen. Sie reichen von echten Tieren in den Schaukästen von Damien Hirst oder Blut bei Marc Quinn (*Self*, 1991) bis zu Leibern aus Silikon, Fiberglas oder Wachs bei den Chapman Brüdern, Abigail Lane (*Misfit*, 1994) und Ron Mueck (*Dead Dad*, 1996–97).⁶²

Durch die Banalisierung des Ekels präsentieren sich die *yBas* als Erben der Pop-Kultur und Kommerzkunst eines Jeff Koons (geb. 1955). Beliebiger und ohne direkte inhaltliche Bezüge kontrastieren und verknüpfen sie Extreme aus dem visuellen Zitatenfundus:

Ian Davenport, Gary Hume und Fiona Rae gingen »cool« an die Malerei heran. Ihr Werk mag minimalistisch, modernistisch oder abstrakt-expressionistisch wirken, doch von der Mentalität ist es Pop. [...] Lustvoll bei der Vergangenheit borgend, verwendeten sie Zitat und Dekonstruktion, beseitigten den Unterschied zwischen »high« und »low«. Das intellektuelle Klima bestärkte die Vorstellung, daß Künstler von anderen Künstlern borgen, ja sogar kopieren können und sollen, also taten sie es. Seite an Seite mit Künstlern wie Michael Landy und Damien Hirst arbeitend, die Fundstücke und Readymades verwendeten, lernten diese Maler, wie man mit minimaler Erfindung die größtmögliche Wirkung erzielt.⁶³

Gemeinsam ist diesen Künstlern, dass sie wie viele andere auch das Lebensgefühl ihrer Zeit und Generation einfangen wollen. Im Unterschied zu anderen Künstlergruppen äußert sich die Suche jedoch nicht in einem bestimmten Stil oder verbindenden Themen und Inhalten, sondern eher in einer bestimmten Haltung gegenüber dem Leben und der Kunst. Ähnlich wie in den Stücken der jungen Londoner

Theaterszene, etwa Mark Ravenhills *Shoppen & Ficken* (1996), scheint Lebendigkeit im Zeitalter der Virtual Reality nur im Extrem, in der direkten Konfrontation mit dem »Leben« – ein Synonym für Körper, (Sehn)Süchte, Spaß, aber auch Gewalt, Tod, Lärm, Aggression, Angst und Leere – möglich und erfahrbar.⁶⁴ Dementsprechend arbeiten die Künstler weniger mit neuen Medien,⁶⁵ sondern formulieren ihren »Kitchen-sink-Realismus«⁶⁶ bevorzugt anhand von – im Gegensatz zur virtuellen Kunst – archaisch-anarchischen Materialien wie Elefantendung, Zigarettenkippen, Blut, Formaldehyd und Haushaltslack.

Zwar schockiert die Erbarmungslosigkeit und die ungeschminkte Sprache, mit der der »Blick in die Gosse«⁶⁷ etwa in den Fotografien von Richard Billingham (*Ohne Titel*, 1993–1995) oder den Lichtkästen Mat Collishaws (*Kopfschuss*, 1988–1993) in Großaufnahme und grellen Farben präsentiert wird, doch das Grauen soll keine Botschaft vermitteln. Die junge britische Kunst ist *cool* – man soll/kann sich zwar ekeln, sprich lebendig sein, doch der erhobene Zeigefinger fehlt. Es handelt sich nicht um politisch engagierte Kunst. Die Auseinandersetzung mit der Gesellschaft ruft nicht zu deren Veränderung auf.⁶⁸

Im Gegensatz zu früheren Avantgarde-Bewegungen sind die *Young Brits* trotz ihrer Angriffe auf den guten Geschmack nicht in grundsätzlicher Opposition zum Establishment. Die Krawallkunst gilt als »erfolgreiche und wirtschaftlich rentable« Mode, deren Aufstieg von cleveren Galeristen und einer für jeden Skandal dankbaren Presse unterstützt wird.⁶⁹ Die Zusammengehörigkeit in der Gruppe wird primär über gemeinsame Charaktereigenschaften definiert: »Die yBas sind selbstbewußt, ehrgeizig, verantwortungslos, umgänglich und heterogen.«⁷⁰ Hinzu kommen für die meisten die künstlerische Lehrzeit am *Goldsmith College*, gemeinsame Ausstellungstätigkeit und vor allem Charles Saatchi.

Die *Young British Artists* haben sich von Beginn an bewusst selbst als Mythos und Markenzeichen inszeniert und dies auch in ihren Produkten thematisiert.⁷¹ Vermarktung wurde am *Goldsmith College* gelehrt.⁷² Die Anfänge der Gruppe entsprechen damit Bättschmanns Typ des Ausstellungskünstlers: Startpunkt war die von Damien Hirst initiierte, »legendäre« Ausstellung *Freeze*⁷³ und – ihre »Entdeckung« durch Norman Rosenthal, den Direktor der *Royal Academy*. Binnen kurzer Zeit wurde die Gruppe zum Titelthema von Zeitungen und Zeitschriften. Ihre Werke schafften den Sprung von den Lagerräumen der Docklands in die renommierten Galerien im Zentrum Londons. Doch Hirst hatte erkannt, dass selbst Schockkunst ein offensives Marketing braucht, um öffentlich wahrgenommen zu werden:

Als die dreiteilige Ausstellung [*Freeze*, AG] schloß, war sie in Insiderkreisen bereits Legende. Ich selbst bekam sie durch die Beharrlichkeit des jungen Hirst zu sehen, der mich frühmorgens in einem klapprigen alten Wagen

abholte und in die Docklands chauffierte, damit ich rechtzeitig um halb elf wieder in der Royal Academy wäre. In der Kunst geht es nicht nur darum, eine Vision zu erzeugen; es geht auch darum, diese Vision anderen aufzudrängen. Hirst war als Promoter seiner Kunst und der seiner Altersgenossen so gut und geschickt wie in seinem Kunstschaffen selbst.⁷⁴

Allen Erfolgen von *Freeze* zum Trotz⁷⁵ machte erst das »einflußreiche Interesse« des Kunstsammlers Charles Saatchi aus dem lockeren Studentenverbund einen Markennamen und verhalf ihm zu nachhaltiger öffentlicher Aufmerksamkeit. Maßgeblich dazu beigetragen hat eine Serie von vier Ausstellungen, die 1992 in der *Saatchi Gallery* veranstaltet wurden und das Label *yBas* erstmals im Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit verankerten.⁷⁶ Mit dabei waren auch zahlreiche Künstler, die nicht in *Freeze* vertreten waren, während einige *Freeze*-Künstler, die nicht von Saatchi gesammelt wurden, fehlten.

Die 1963 geborene Rachel Whiteread etwa gehörte nicht zur *Freeze*-Generation und war mit ihren Negativabgüssen von Objekten bereits eine in der Londoner Kunstszene anerkannte Künstlerin, als Saatchi mehrere ihrer Arbeiten erwarb und mit Werken des Hirst Kreises zusammen ausstellte. Auch wenn Whiteread weder skandalträchtige noch banale, also für die *Young British Art* eher untypische Arbeiten macht, so verhalf ihr die Aufmerksamkeit, die den Saatchi Ausstellungen geschenkt wurde, sicher schneller zu weitaus mehr Bekanntheit, als dies auf dem normalen Weg der Ausstellungskünstlerin möglich gewesen wäre.⁷⁷

Die Malerin Jenny Saville (geb. 1970) gehört hingegen zu den Künstlern, die schon zu Collegezeiten viele Werke an Saatchi, ihren »Entdecker«, verkauften und von ihm als *Young British Artist* aufgebaut wurden:

Once Saatchi began to focus on young British art he became conscious of the new talent graduating from Britain's art colleges every year. Jenny Saville (b. 1970), a student at Glasgow School of Art from 1988 to 1992 [...] was one of his protégés. After seeing one of her degree-show paintings in a London »critic's choice« exhibition, he commissioned 15 new paintings for the Saatchi Collection. They were exhibited as part of the »Young British Artists III« show held in February/July 1994. [...] Saville acknowledged that her future plans changed as a result of the patron's intervention.⁷⁸

Saatchi hatte Ende der 1960er Jahre zu sammeln begonnen, und die *yBas* waren nicht die erste Künstlergruppe, für deren Werke er sich interessierte.⁷⁹ Doch kamen sie in besonderem Maße seiner »Neigung für schnelle Kunst mit unmittelbarer Wirkung«⁸⁰ entgegen, eine Vorliebe, die er während seiner Werbekarriere entwickelt

hatte. Zusammen mit seinem Bruder Maurice (geb. 1946) hatte Charles Saatchi zwischen 1970 und 1986 die Agentur *Saatchi & Saatchi* zum größten Werbekonzern der Welt ausgebaut. Ihr Erfolg beruhte vor allem auf schneller Adaption an aktuelle Trends, forschem Auftreten sowie Rücksichtslosigkeit gegenüber konkurrierenden Firmen. Diese Strategien machte sie zu den bevorzugten Werbeleuten und Wahlkampfstrategen der konservativen Thatcher-Regierung und sicherte der Agentur Großaufträge in der Londoner Geschäftswelt.⁸¹ Der 1989 erfolgte Zusammenbruch von *Saatchi & Saatchi* und der Rückzug von Charles aus dem aktiven Geschäftsleben war nicht das Ende seiner Sammleraktivitäten. Seither scheint er sich mit besonderer Energie dem Ausbau der *Saatchi Collection* zu widmen. 1990 ließ Charles Saatchi sich von seiner ersten Frau Doris, einer Kunstkritikerin, scheiden und verkaufte zahlreiche Werke der *Minimal Art* und Konzeptkunst, die beide gesammelt hatten.⁸² Bei der Suche nach einer neuen Kunstrichtung stieß Saatchi auf die *Young Brits*, deren medienwirksame Kunst sich gut mit dem von ihm gepflegten Image vereinbaren ließ.⁸³ Die ›Saatchigarde‹⁸⁴ ließ sich gern für seine Zwecke einspannen:

Nichts lockt mehr als das magische Etikett: The Saatchi Collection, London. Wer dieses Gütesiegel hat, ist ein Fünf-Sterne-Künstler. ›To be Saatchied‹ nennt man das, wenn die Saatchis jemanden sammeln. Von Stund an ist das, was man malt, nicht unbedingt besser, aber sicher teurer.⁸⁵

Charles Saatchi hat vielen jungen Künstlern durch Großankäufe die Existenz gesichert und sie durch sein Engagement bekannt gemacht. Er unterscheidet sich in dieser Hinsicht nicht von anderen Supersammlern. Bereits Peter Ludwig hatte sich in ähnlicher Weise um zeitgenössische Ostkunst bemüht.⁸⁶ Doch ein Trend- und Spekulationssammler wie Saatchi sammelt auf Zeit, immer bereit, Werke möglichst gewinnbringend abzustoßen, wenn er ihnen durch Ausstellungspräsenz zum nötigen Marktwert verholfen hat.⁸⁷ Die Verbindung von Sammler und Unternehmer ist zwar nicht grundsätzlich neu. Bei Saatchi jedoch wurde sie mit einem deutlichen Akzent auf dem Handel zum Grundprinzip all seiner Kunstaktivitäten.

Einer der ersten, der die Auswirkungen dieser Sammelstrategie zu spüren bekam, war der amerikanische Künstler Julian Schnabel (geb. 1951). Das Ehepaar Saatchi kaufte zwischen 1978 und 1982 insgesamt elf Werke des Malers, die es unter anderen 1982 der *Tate Gallery* als Leihgaben für eine Schnabel Ausstellung zur Verfügung stellte.⁸⁸ In dieser Zeit stieg der Preis für ein Schnabel-Gemälde von 2.000 auf 50.000 USD. Im Mai 1992 erzielte Saatchi mit Schnabels *Bob's World* (1980) bei *Sotheby's* in New York den Rekordpreis von 319.000 USD, nachdem er sich 1991 bereits von anderen Schnabel-Werken gewinnbringend getrennt hatte. Der angesichts dieser ›Entsorgung‹ enttäuschte Künstler warf Saatchi vor, dass seine Ausstellungsbande

keine Museumspublikationen sondern »mail-order catalogues« wären.⁸⁹ Zu einer öffentlichen Affäre wurden Saatchis Verkäufe, als der in New York lebende italienische Künstler Sandro Chia 1985 in mehreren offenen Briefen in den Zeitschriften *Art News* und *Art in America* gegen den »Ausverkauf« seiner Werke in der Saatchi-Sammlung protestierte und auf die imageschädigende Wirkung solcher Großverkäufe hinwies.⁹⁰

Derartige Reaktionen wurden aus dem Kreis der *Young British Artists* bislang nicht bekannt. Wie sehr sich die Sammlungs- und Ausstellungsaktivitäten Saatchis auf den Erfolg eines Künstlers auswirken, zeigt sich nirgends besser als an der steilen Karriere Damien Hirsts, dessen Arbeiten weniger einem ästhetischen als einem geschäftlichen Programm zu folgen scheinen. Niemand hat das Saatchi-Prinzip besser verstanden als Hirst. Mit seinen auf den Schockeffekt zielenden, kontroversen Kunstwerken und seinem medienwirksamen Auftreten ist er zum Inbegriff des Saatchi-Künstlers geworden. Der kalkulierte Skandal, den seine zerteilten Kühe, Haie und Schafe in den Medien hervorrufen, ist zum Teil seines Werkes geworden, *Press cuttings* und *Headlines* von Artikeln über Hirst sind integraler Bestandteil seiner Ausstellungskataloge und Künstlerbücher.⁹¹ Kaum ein anderer zeitgenössischer Künstler hat die journalistische Kreativität und die spitze Feder von Karikaturisten auf eine ähnliche Weise herausgefordert wie Hirst, wobei seriöse Zeitungen den Boulevardblättern in keiner Hinsicht nachstehen.⁹² Er stellt seine teuren Tierpräparate neben seinen bunten *Spinners* (»schöne Leck-mich-am-Arsch-Bilder«⁹³) aus, in seinem West-Londoner Design-Restaurant *Pharmacy* konnten die Gäste an Tabletten-Tischen speisen, und Touristen fahren auf seinem exklusiv designten *Tate Boat* auf der Themse. Jeder Kunde erhält soviel Kunst, wie er sich leisten will.

Damien Hirst ist mit Abstand der international bekannteste und auch wirtschaftlich erfolgreichste *Young British Artist*. 2003 wurde sein Vermögen auf rund 35 Millionen GBP geschätzt. Als ein Erfolgsbarometer gilt das jährliche »Kunstranking« des Wirtschaftsmagazins *Capital*, eine inoffizielle, aber einflussreiche internationale Bestenliste, in der lebende Künstler nach Kriterien wie Ausstellungspräsenz und Medienbeachtung bewertet werden. Das Kunstranking dient als Leitfaden für Kunsthandel und Investoren.⁹⁴ Hirst stand im Jahr 2000 noch auf Platz 93, 2005 hingegen rangierte er schon auf Platz 47, erstmals vor der ebenfalls in *Sensation* vertretenen Mona Hatoum (Platz 49).⁹⁵ Im Vergleich zu den Spitzenreitern Gerhard Richter (geb. 1932), Sigmar Polke und Bruce Nauman (beide geb. 1941) wirkt dies immer noch bescheiden. Bei den Preisen kann Hirst jedoch mit dieser Spitzengruppe gleichziehen. Der Durchschnittspreis eines mittelgroßen Werks beträgt zwischen 240.000 und 400.000 Euro – ein Preisniveau zwischen Polke und Nauman. Die Preise für Hirsts Werke sind nicht nur hoch, sondern auch enorm schnell

gestiegen: Saatchi hatte 1991 für die erste Arbeit, die er vom Künstler erwarb – das Hai-Präparat *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* –, 50.000 GBP gezahlt. Er verkaufte sie im Dezember 2004 um 6,250.000 GBP an einen amerikanischen Privatsammler weiter.⁹⁶

Wenige Jahre nach dem Aufstieg der *Young British Artists* hat Saatchi versucht, einen weiteren Kunsterfolg zu lancieren. Unter dem Label *New Neurotic Realism* (NNR) wurde in einem Katalog und einer zweigeteilten Ausstellung der *Saatchi Gallery* von Januar bis Dezember 1999 neuerlich eine heterogene Zusammenstellung von Künstlern und Positionen präsentiert. Werke von Ron Mueck, Peter Davies und Martin Maloney waren dabei zur gleichen Zeit in den *Sensation* Ausstellungen in Berlin und Brooklyn zu sehen.⁹⁷ Dies verdeutlicht das Abgrenzungsproblem des *New Neurotic Realism*. Im Gegensatz zur *Young British Art* handelt es sich nicht mehr um einen von Künstlern entwickelten Trend, der dann unter dem Sammlernamen Furore machte, sondern um eine allein von einem Sammler postulierte Kunstrichtung, die daher am meisten den Namen ›Saatchigarde‹ verdient. Sie definiert sich letztlich nur darüber, den *Young British Artists* nachzufolgen:

The art of the last two or three years poses a different look and preoccupation to the concerns of artists at the beginning of the decade. London in the early 90s championed a youthful success; what started as ›alternative‹ quickly became establishment. But a group of artists working in the slipstream became excited by the media attention and wanted a ›piece of the action‹. Inevitably, the YBA cult of personality became tired. New artists and curators began looking elsewhere. Artists wanted to make art without anyone peering over their shoulders. They became enthusiastic about making things again. Art started to look like it was having more fun while artists remained serious in how they reflected their concerns. These new artists started putting themselves into the picture through low-key, improvised shows at artist-run spaces. Cynicism was finally passé and the art star a bore.⁹⁸

Der *NNR* wurde jedoch nicht annähernd so erfolgreich wie zuvor die *Young British Artists*, von denen mehrere mit dem *Turner-Prize* ausgezeichnet oder zumindest für ihn nominiert worden waren oder die als Teilnehmer an der *Biennale* von Venedig den Status eines Nationalkünstlers erreicht hatten. Während die *yBas* auch nach *Sensation* immer wieder auf dem Ausstellungsplan der *Saatchi Gallery* sowie zahlreicher anderer Galerien und Museen stehen, sucht man die Künstler des *New Neurotic Realism* hier weitgehend vergeblich.

Fehlkäufe pflegt Charles Saatchi schnell, aber möglichst gewinnbringend wieder abzustoßen. Ihm wird vorgeworfen, »second rate art«, die er nicht in seiner

Sammlung behalten will, als Stiftung in öffentlichen Institutionen unterzubringen und auf diese Weise imagefördernd zu ›entsorgen‹.⁹⁹ Vor diesem Hintergrund wird verständlich, dass man ihn sogar verdächtigte, im Mai 2004 die Halle der Kunstspedition *Momart*, in der Teile seiner Sammlung eingelagert waren, selbst angezündet zu haben. Der Verdacht auf Versicherungsbetrug konnte nicht erhärtet werden, zeigt jedoch, welches öffentliche Image der Spekulationssammler Saatchi hat.¹⁰⁰

Es wird bis heute viel über Charles Saatchis Sammelinteresse und Sammlungs-politik gerätselt. Linke Kritiker unterstellen ihm ein rein kapitalistisches Interesse an Kunst, das allein auf finanzielle Bereicherung und den Gewinn von Macht am Kunstmarkt und in der Kulturpolitik abzielt.¹⁰¹ Andere sehen ihn als Idealbild des neuen Mäzens, der sowohl junge Künstler mit Ankäufen und Ausstellungen als auch den Staat durch Stiftungen unterstützt. Saatchi steht in Zeiten öffentlicher Haushaltsengpässe und gekürzter Kulturetats beispielhaft für die Reprivatisierung der Kulturförderung, eine Entwicklung, für die die Standorte der Galerie bezeichnend sind.

Im Jahre 2003 eröffnete die *Saatchi Gallery*, die zuvor in einer eher unscheinbaren ehemaligen Fabrikhalle im Londoner Vorort *St. John's Wood* untergebracht war,¹⁰² ihren Hauptsitz direkt im Herzen von London in einem Flügel der renommierten *County Hall* schräg gegenüber von Westminster. Die Entscheidung löste in der britischen Presse und Öffentlichkeit Erstaunen aus: »County Hall was once the pride of leftwing London. How did it end up in the hands of an arch-capitalist?«, fragte stellvertretend Jonathan Glancey in der Tageszeitung *The Guardian*.¹⁰³ Doch nicht nur in politischer, auch in ästhetischer Hinsicht könnte der Gegensatz kaum größer sein. Nur schwer passen die klassizistisch monströsen Räume als architektonischer Rahmen zur zeitgenössischen Krawallkunst.¹⁰⁴

Seit der Eröffnungsausstellung mit seinem Markenkünstler Damien Hirst im Jahre 2003 scheint sich Saatchi mehr der ehrwürdigen Architektur und Geschichte des Ortes anzupassen. In seiner jüngsten, im Januar 2005 gestarteten Ausstellungsserie *The Triumph of Painting*¹⁰⁵ werden vornehmlich etablierte Starkünstler der führenden Positionen des Kunstrankings gezeigt, etwa Martin Kippenberger, Jörg Immendorff, Luc Tuymans oder Marlene Dumas. Seither rätselt die internationale Presse, ob der Sammler an Biss verloren oder seine Strategie geändert hat: »The really shocking thing about the new show at the Saatchi Gallery is the apparent lack of shock value.«¹⁰⁶ Die Kombination ästhetisch heterogener Positionen, bekannter und unbekannter Künstler ist jedenfalls eine Strategie, die Saatchi seit den *Young British Artists*-Schauen mit Erfolg angewandt hat.

Die Zukunft der *Saatchi Gallery* ist ungewiss. Nach einem verlorenen Gerichtsverfahren gegen die japanischen Eigentümer der *County Hall* im Oktober 2005 ist für 2007 der Umzug in die 1801 errichtete ehemalige *Duke of York's Kaserne* im

Londoner Stadtteil Chelsea geplant. Das geringere Prestige des Ortes würde durch einen Zugewinn an Platz und die imposante Architektur wettgemacht. Das Ausstellungsprogramm soll laut einem Statement der Galerie fortgeführt werden.¹⁰⁷

Saatchis Strategien ähneln nicht den Strategien anderer Supersammler oder Sammler der *Young British Art*, etwa der Münchnerin Ingvild Goetz.¹⁰⁸ Sein Interesse, seine »Besessenheit«, um mit Peter Sager zu sprechen, ist auf den ersten Blick viel weniger auf Werke, Künstler oder das Sammeln selbst gerichtet als auf das Bemühen, Geschäfte mit Gewinn zu machen.¹⁰⁹ Damit ist Saatchi erfolgreich, da er seine Werke in der Regel über dem Einkaufspreis verkauft, wobei es über deren Größenordnung, abgesehen von den Auktionen, oft keine offiziellen Angaben gibt.¹¹⁰ Dieses finanzielle Interesse an Kunst ist jedoch nicht alles. Saatchi gehört ja eben nicht zu den klassischen Investitionssammlern, die sich mit ihren An- und Verkäufen vor allem nach dem aktuellen Kunstranking richten und in ähnlicher Weise in Aktienfonds oder Gebäudewerte investieren.¹¹¹

Der Risikosammler Saatchi hat erkannt, dass Kunstwerke ein finanziell weniger lukratives, aber weitaus medienträchtigeres Investitionsgut darstellen als Grundstücke oder Firmenbeteiligungen. Dieser Teil des Gewinns lässt sich am ehesten an der Medienpräsenz bemessen, die Saatchis mit seinen Aktivitäten erreicht. Doch geht es nicht einfach um Popularität und Starrium. Der Sammler tritt selbst nur selten in der Öffentlichkeit auf.¹¹²

I never think too much about the market. I don't mind paying three or four times the market value of a work that I really want. [...] As far as taste is concerned, as I stated earlier, I primarily buy art in order to show it off. So it's important for me that the public respond to it and contemporary art in general.¹¹³

Bei Saatchis Art, Kunst zu sammeln, zählt vor allem anderen der Ehrgeiz, Trends zu initiieren und Kunstproduktion wie -zirkulation mit den eigenen Vorstellungen zu beeinflussen. So stellt Saatchi in Interviews zunehmend den erzieherischen Nutzen seiner Kunstaktivitäten in den Vordergrund, breite Bevölkerungsschichten an die zeitgenössische Kunst heranzuführen. Auch die Wahl der *County Hall* als Galeriestandort hat den Ehrgeiz des Medienmannes Saatchi unterstrichen, wenn schon nicht der reichste, größte und bedeutendste, so doch der am meisten beachtete Sammler Großbritanniens und Kunsttrendsetter zugleich zu sein.

Zusammenfassung

Die *Young British Artists* gehören zu den interessantesten Phänomenen der zeitgenössischen Kunst, weniger in kunsthistorischer Perspektive, da sie keinen neuen Stil geschaffen haben, als durch ihre Rolle im Kunstsystem. Was die stilistisch heterogenen Arbeiten der einzelnen Künstler vor allem eint, ist ihr Hauptsammler Charles Saatchi. Der Werbeunternehmer kreierte 1992 mit einer Ausstellungsserie in seiner Galerie erst eigentlich das Label *Young British Artists* und verankerte es im Bewusstsein der Öffentlichkeit. Mit der Marke *yBA* landete der Trendmacher Saatchi seinen bislang größten Erfolg, was sich nicht nur in Ehrungen und renommierten Kunstpreisen für die Mitglieder der Gruppe, sondern vor allem in gestiegenen Preisen für die Kunstwerke äußert.

Die *Young British Art* allein als eine Erscheinung des Kunstmarkts zu betrachten, griffe jedoch zu kurz. Um das ganze Phänomen zu behandeln, muss das Kunstsystem als Rahmen gewählt werden. Nach Luhmann wird das Kunstsystem als besonderes soziales System verstanden, das den Kunstmarkt als wirtschaftliches Subsystem umfasst. Mit diesem Betrachtungsmodell war es möglich, die Verbindung Künstler (Produzent), Kunstwerk (Ware) und Sammler (Käufer) um die Ebene der Öffentlichkeit mit den eng zusammenhängenden Teilbereichen Ausstellung, Publikum und Kritik (Medien) zu erweitern.

Dabei wurde der Rolle der Ausstellung besondere Aufmerksamkeit geschenkt und gefragt, inwieweit die *Young British Artists* den Typ des Ausstellungskünstlers verkörpern, der nach Bätschmanns historisch ausgerichteter Analyse den frühmodernen Typ des Auftragskünstlers im modernen Kunstsystem abgelöst hat. Die Untersuchung ergab, dass die *Baby Brits* zwar mit vielen Strategien der Ausstellungskünstler arbeiten, die Bedeutung der Ausstellung insgesamt aber hinter die Bedeutung des Sammlers zurücktritt. Daher wurde für die *Young British Artists* die Bezeichnung Sammlerkünstler vorgeschlagen. Dieser Typ ist in der Geschichte des Kunstsystems nicht grundsätzlich neu – viele frühmoderne Hofkünstler standen in der Gunst eines einzigen Sammlers. Er besitzt in Verbindung mit dem modernen Ausstellungskunstsystem und Charles Saatchi jedoch eine neue Qualität. Denn in Saatchi vereinen sich die Aktivitäten des Sammlers, des Ausstellungsmachers und des Verkäufers von Kunst. Diese Personalunion widerspricht dem bislang vorherrschenden Typ des Privatsammlers, dessen Aktivitäten auf Sammeln und Stiften angelegt waren.

Die auf den kurzen Schockeffekt in einer Ausstellung ausgerichtete Krawallkunst der *yBAs* stellt eine spezielle Art von Sammlerkunst dar, die den Bestrebungen von Spekulations- und Risikosammlern wie Saatchi entgegenkommt. Maßstab für den Erfolg eines Kunstwerks sind nicht dessen ästhetische Wirkung oder ein gesell-

schaftlicher Nutzen, sondern Medienpräsenz und Marktwert. Den Erfolg erzielen der Künstler als ursprünglicher Produzenten und der Sammler als Kunst-Macher. Der Fall Charles Saatchi und die *Young British Art* zeigen, dass die immer noch vorherrschende Idee des Künstlers als Produzenten einer zweckfreien Kunst im Sinne des *L'art pour l'art* auf dieses moderne Kunstsystem nicht (mehr) anwendbar ist. Inwieweit Risikosammler die Beziehungssysteme innerhalb von Kunstmarkt und Kunstsystem nicht nur verschieben, sondern grundlegend verändern, wird allerdings erst die Zukunft zeigen.

Anmerkungen

- 1 Der kolorierte Holzstich erschien unter dem Titel *Entrée du Palais de l'Exposition* in: *Le Monde illustré. Journal hebdomadaire* 8 (Premier semestre 1861), 237; vgl. Annie Renonciat, *La vie et l'œuvre de Gustave Doré*, Paris 1983, 103.
- 2 Vgl. Niklas Luhmann, *Die Ausdifferenzierung des Kunstsystems*, Bern 1994.
- 3 Vgl. Oskar Bätschmann, *Ausstellungskünstler. Kult und Karriere im modernen Kunstsystem*, Köln 1997.
- 4 Ebd., 9 f.
- 5 Bätschmann merkt dies bereits für die *Salons* des 18. Jahrhunderts an; vgl. ebd., 16.
- 6 Diese Kunstrichtungen sind für Bätschmann Ausstellungskunst im eigentlichen Sinne, während er das einzelne Werk als »Ausstellungsbild« bezeichnet. Die begriffliche Trennung wird jedoch nicht immer deutlich. Zur Erfahrungskunst vgl. auch Oskar Bätschmann, *Der Künstler als Erfahrungsgestalter*, in: Jürgen Stöhr, Hg., *Ästhetische Erfahrung heute*, Köln 1996, 248–281.
- 7 Vgl. Jacob Baal-Teshuva, Hg., Christo und Jeanne-Claude. *Der Reichstag und urbane Projekte*, München 1995.
- 8 Der freie Kunstmarkt vor 1800 wurde von Bätschmann insgesamt zu wenig berücksichtigt. Wie neuere Untersuchungen etwa zum Antwerpener Kunstmarkt im 16. Jahrhundert gezeigt haben, wurden dort neben kleinen Andachtsbildern u. a. auch komplette Altäre angeboten; vgl. Filip Vermeulen, *Marketing paintings in sixteenth-century Antwerp: Demand for art and the role of the ›Panden‹*, in: Peter Stabel, Bruno Blondé u. Anke Greve, Hg., *International trade and the Low Countries (14th–16th centuries). Merchants, organization and communication*, Leuven/Apeldoorn 1999, 193–212.
- 9 Vgl. Wolfgang Schmid, *Dürer als Unternehmer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Untersuchungen*, Trier 2001.
- 10 Vgl. Thomas Ulrich Schauerte, *Die Ehrenpforte für Kaiser Maximilian I. Dürer und Altdorfer im Dienst des Herrschers*, München u. Berlin 2001.
- 11 Zu Dürer und seinem Verhältnis zu Maximilian vgl. Martin Warnke, *Hofkünstler. Zur Vorgeschichte des modernen Künstlers*, Köln 1985, 94 ff. Warnke behandelt Dürer unter der Kategorie »Hoflieferant«.
- 12 So in einem Brief Dürers an Jakob Heller vom 26. August 1509, vgl. Hans Rupprich, Hg., *Dürer. Schriftlicher Nachlass, Band 1*, Berlin 1956, 72 f.
- 13 Martin Warnke untersucht solche Hofkünstler für die Zeit ab ca. 1400, vgl. Warnke, *Hofkünstler* 1985.
- 14 Vgl. Andrea Scheichl, Jörg Kölderer, *Innsbrucker Hofmaler und Baumeister in Tirol zur Zeit Maximilians I. und Ferdinands I.*, unveröffent. Dipl.Arb., Wien 1992, 5 f.
- 15 Vgl. Claus Grimm, Johannes Erichsen u. Evamaria Brockhoff, Hg., *Lucas Cranach. Ein Maler-Unternehmer aus Franken, Regensburg* 1994.
- 16 Vgl. Warnke, *Hofkünstler* 1985, 308–328, mit weiteren Beispielen.
- 17 Zur Wettbewerbssituation unter den Künstlern am Hof Philipps IV. von Spanien und die Rolle von Diego de Velázquez vgl. Steven N. Orso, *Velázquez, ›Los Borrachos‹, and Painting at the Court of Philip IV*, Cambridge Mass. 1993.

- 18 Vgl. Arne Korte, *Künstler und Kardinäle. Vom Mäzenatentum römischer Kardinalnepoten im 17. Jahrhundert*, Köln, Weimar u. Wien 2003.
- 19 Zu den Stipendien vgl. Warnke, *Hofkünstler* 1985, 137 ff. Dass diese Regeln noch auf die Professoren der königlichen Akademie in Berlin angewendet wurden, zeigt das Beispiel des Malers Asmus Jakob Carstens, der einen zweijährigen Studienaufenthalt in Rom ausdehnen wollte, was trotz erfolgreicher Arbeit zu seiner Entlassung, Gehaltsrückzahlungsforderungen und Klageandrohungen führte; vgl. Bättschmann, *Ausstellungskünstler* 1997, 64 ff.
- 20 Vgl. Warnke, *Hofkünstler* 1985, 191 ff.
- 21 Vgl. Bättschmann, *Ausstellungskünstler* 1997, 12 ff. Von Jean-Baptiste Colbert, dem Finanzminister Ludwigs XIV. und Vize-Prorektor der *Académie royale de Peinture et de Sculpture* 1663 ins Leben gerufen, wurden die *Salons* jedoch erst mit ihrer regelmäßigeren Ausrichtung im namensgebenden *Salon Carré des Louvre* ab 1725 zu einer bestimmenden Einrichtung im Kunstsystem.
- 22 Ebd., 29.
- 23 Vgl. ebd., 30.
- 24 Vgl. Hans Belting, *Das unsichtbare Meisterwerk. Die modernen Mythen der Kunst*, München 1998.
- 25 Vgl. Peter Bürger, *Theorie der Avantgarde*, Frankfurt am Main 1974; Winfried Wehle, *Avantgarde: ein historisch-systematisches Paradigma ›moderner‹ Literatur und Kunst*, in: Rainer Warning u. d. ers., Hg., *Lyrik und Malerei der Avantgarde*, München 1982, 9–40.
- 26 Die Rolle des Avantgardekünstlers als ›Seher‹ drückt sich in der programmatischen Namensgebung der Pariser Künstlergruppe um Maurice Denis und Pierre Bonnard aus, die sich bei ihrem Zusammenschluss 1889 selbst nach dem hebräischen Wort für Prophet den Namen *Nabis* gaben, vgl. Ursula Perucchi-Petri, *Einführung*, in: Claire Frèches-Thory u. d. ers., Hg., *Die Nabis. Propheten der Moderne*, Ausst.Kat. Kunsthau Zürich, München 1993, 17–22. Zum Verhältnis von Künstler und Gesellschaft vgl. Bürger, *Theorie* 1974.
- 27 Vgl. Tobias G. Natter, ›Nichts und niemand half mir!‹ Egon Schiele und sein Promoter Arthur Roessler, in: d. ers. u. Ursula Storch, Hg., *Schiele & Roessler. Der Künstler und sein Förderer. Kunst und Networking im frühen 20. Jahrhundert*, Ausst.Kat. Wien Museum, Ostfildern-Ruit u. Wien 2004, 9–19.
- 28 Vgl. ebd., 16 ff.
- 29 Der Wechsel vom Promotor zum Agenten wird 1912 offenkundig, als Roessler über die Münchner Galerie Goltz Schiele auch auf dem deutschen Kunstmarkt platzieren will. Er lässt sich vom Künstler vertraglich die alleinige Verhandlungsvollmacht und das Recht über die Preisgestaltung zusichern. Zu den unterschiedlichen Positionen in diesem Streit vgl. das Dementi Roesslers, zit. in: ebd., 16. Dagegen die Dokumente, zit. in: ebd., 14, mit Verweis auf Christian M. Nebehay, *Egon Schiele 1890–1918, Leben, Briefe, Gedichte*, Salzburg u. Wien 1979, Nr. 256, 258.
- 30 ›Er rät Schiele, kleinformatige Ölbilder auf Holz zu malen, die sich angeblich besser verkaufen lassen, und drängt ihn auf die Fertigstellung der Bilder, die er zusammen mit Zeichnungen in Berlin unter anderem in der Galerie Cassirer zeigen möchte.‹ Natter, Schiele 2004, 14.
- 31 Vgl. Ursula Storch, ›Wer war es, wie war er?‹. Zur Konstruktion des Schiele-Bilds bei Arthur Roessler, in: Natter u. d. ers., Schiele & Roessler 2004, 20–28, bes. 23 ff.
- 32 Rekordpreise erzielten etwa das Ölgemälde *Krummauer Landschaft* (1916), das 2003 bei Sotheby's in London um 11,300.000 GBP versteigert wurde. Das Aquarell *Liebespaar* (1913) kam im selben Auktionshaus im Jahre 2004 auf 1,700.000 GBP. Eine gemalte Postkarte von Schiele wurde auf einer Wiener Auktion 2003 für immerhin 18.000 Euro versteigert. Auch Arthur Roessler selbst profitierte von den rasch gestiegenen Preisen für Schiele-Werke als er nach dem Zweiten Weltkrieg aus finanziellen Gründen Teile seiner Sammlung verkaufen musste; vgl. Ursula Storch, ›Gewiss kein schlechtes Geschäft‹. Über den Nachlass Arthur Roesslers, in: Natter u. d. ers., Schiele & Roessler 2004, 52–59; zu Roesslers Verkaufsverhalten vgl. auch Tobias G. Natter, *Erinnerungen an Arthur Roessler. Ein Interview mit Rudolf Leopold*, in: ebd., 60–63.
- 33 Vgl. die Sammlerporträts in ebd., 118–127.
- 34 ›Sehr geehrter Herr Hauer! Ich habe gehört, daß Sie einer von den wenigen sind, die Bilder von den Jüngsten erwerben, möchten Sie mich nicht besuchen, oder die Ausstellung des Hagenbundes, anseh'n, wo von mir einige Arbeiten zu sehen sind.‹ Egon Schiele, Karte an Franz Hauer vom 12. Juli 1912, zit. n. ebd., 126.

- 35 Zu Schiele und Hauer vgl. Tobias G. Natter, *Die Welt von Klimt, Schiele und Kokoschka. Sammler und Mäzene*, Köln 2003, 263–273.
- 36 Vgl. Werner Muensterberger, *Sammeln. Eine unbändige Leidenschaft. Psychologische Perspektiven*, Berlin 1995; vgl. die verschiedenen Sammlerporträts in Peter Sager, *Die Besessenen – Begegnungen mit Kunstsammlern zwischen Aachen und Tokio*, Köln 1992.
- 37 Frühe Beispiele sind das *Ashmolean Museum* in Oxford (1675), das auf die Sammlung des Elias Ashmole zurückgeht, das 1734 gegründete *Museo Capitolino* in Rom als päpstliche Stiftung und die 1743 erfolgte Schenkung der Kunstsammlungen der Medici an den Toskanischen Staat durch Anna Maria Luisa de Medici; vgl. Krzysztof Pomian, *Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln*, Berlin 1998, bes. 55 ff.
- 38 Hilmar Hoffmann, *Das Prinzip Guggenheim*, in: ders., Hg., *Das Guggenheim-Prinzip*, Köln 1999, 11–31.
- 39 »Der Guggenheim-Imperialismus etabliert Guggenheim-Filialen weltweit mit einem verwegenen ›all-inclusive‹-Konzept. [...] Das Gravitationszentrum der Künste läßt in Ländern und Kontinenten fern von den USA von anderer Leute Geld Museen bauen, um die Wände dann aus Guggenheim-Sammlungen mit Kunstwerken zu bestücken. Die ästhetischen Preziosen werden so rund um den Globus profitabel geparkt. Bei solch modernen Methoden der kulturellen Kolonialisierung kassiert Guggenheim einen Teil Einnahmen aus Eintrittskarten und Nebenrechten, während sich die örtlichen Betreiber vorwiegend mit den Einnahmen aus den Umwegrentabilitäten des Besuchertourismus begnügen müssen.« Ebd., 14.
- 40 Vgl. Walter Grasskamp, *Werbemutanten*, in: Hoffmann, *Guggenheim-Prinzip* 1999, 151–159.
- 41 Vgl. das Porträt des Sammlerpaars in: Sager, *Besessenen* 1992, 175–207; Reiner Speck, *Peter Ludwig. Sammler*, Frankfurt am Main 1986; Gerhard Bott, Hg., *LudwigsLust. Die Sammlung Irene und Peter Ludwig*, Aust.Kat. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg 1993.
- 42 Einen Überblick über die verschiedenen Sammlungskomplexe in Bott, *LudwigsLust* 1993.
- 43 So der Kölner Galerist Rudolf Zwirner: »Gleich beim zweiten Besuch kaufte Ludwig mehrere Warhols und Lichtensteins, praktisch alle Bilder.« Zit. n. Sager, *Besessenen* 1992, 185.
- 44 »Von 1957 an hat es uns angespornt, in Museen durch unsere Erwerbungen Akzente zu setzen, und vollends nach 1968 wurde uns bewußt, was uns vorantrieb: Mit unseren Taten wollten wir Informationslücken schließen. Wir wollten in die Öffentlichkeit bringen, was Bewegung auslöste und den Blick erweiterte. [...] So ist die Sammlung Ludwig ihrer Konzeption nach nicht auf Schatz-Anhäufung angelegt, sondern auf Blickerweiterung. Wir kaufen abseits der breiten Straße des unbestritten Etablierten und bevorzugen Nebenwege, die in Neuland führen.« Peter Ludwig, *Eine wunderbare Geschichte ...*, in: Bott, *LudwigsLust* 1993, 14–19, hier 17.
- 45 Es handelt sich um das *Suermondt-Ludwig-Museum* und das *Ludwig-Forum* in Aachen, die *Sammlung Ludwig* im *Alten Brückenrathaus* in Bamberg, das *Antikenmuseum und Sammlung Ludwig* Basel, das *Ludwig Museum Budapest Museum of Modern Art*, das *Ludwig Museum im Deutschherrenhaus* in Koblenz, das *Museum Ludwig* in Köln, die *Ludwig Galerie Schloss Oberhausen*, das *Ludwig Museum für Internationale Kunst* in Peking, das *Haus Ludwig für Kunstausstellungen* Saarouis, das *Museum Ludwig im Russischen Museum* in Sankt Petersburg und das *Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig* in Wien. Daneben gibt es Ludwig-Stiftungen in Budapest, Havanna und Wien.
- 46 Zu der Affäre vgl. Sager, *Besessenen* 1992, 199 f. Der Getty-Verkauf hatte ein gerichtliches Nachspiel. 1989 wurde Ludwig wegen Steuerhinterziehung von 3,5 Millionen Mark angeklagt, das Verfahren jedoch eingestellt.
- 47 Vgl. ebd.; Speck, *Ludwig* 1986, 91–94.
- 48 Sager, *Besessenen* 1992, 187.
- 49 Rita Hatton u. John A. Walker, *Supercollector. A critique of Charles Saatchi*, 2. erweiterte Auflage, London 2003.
- 50 Vgl. Peter-Klaus Schuster, Hg., *Sensation. Young British Artists from the Saatchi Collection*, Ostfildern-Ruit 1998; Douglas Fogle, *Brilliant! New Art from London*, Minneapolis 1995; Zdenek Felix, Hg., *Emotion. Junge britische und amerikanische Kunst aus der Sammlung Goetz*, Hamburg u. Ostfildern-Ruit 1998.
- 51 Zu dieser maßgeblich von Damien Hirst organisierten und kuratierten Ausstellung, die in drei Teilen vom 6. August bis zum 29. September 1988 stattfand, vgl. Richard Stone, *Von ›Freeze‹ bis House:*

- 1988–1994, in: Schuster, *Sensation 1998*, 12–25. Zur Ausstellung erschien der Katalog Damien Hirst, Hg., Freeze, London 1988.
- 52 Vgl. Dieter Daniels, Duchamp und die anderen. Der Modellfall einer künstlerischen Wirkungsgeschichte in der Moderne, Köln 1992.
- 53 Damien Hirst, *Away From the Flock* (1994), Materialien: Stahl, Glas, Lamm, Formaldehydlösung, Maße: 96 x 149 x 51 cm, Abb. in: Damien Hirst, *Pictures from The Saatchi Gallery*, London 2001, 17.
- 54 Vgl. Dorothee H. Fehrking, Damien Hirsts ›Away from the Flock‹. Präparate in der modernen Kunst, unveröffent. Dipl.Arb. Hamburg 1996.
- 55 Jake & Dinos Chapman, *Great deeds against the dead* (1994), verschiedene Materialien, Maße: 277 x 244 x 152 cm (mit Sockel), Abb. in: Schuster, *Sensation 1998*, 65; vgl. Ian Farr, Hg., Chapmanworld. Dinos and Jake Chapman, London 1996. Zu Goyas Radierzyklus vgl. Werner Hofmann, *Goya. Vom Himmel durch die Welt zur Hölle*, München 2003, bes. 206–231.
- 56 Jake & Dinos Chapman, *Tragic Anatomies* (1996), Materialien: Fiberglas, Kunstharz, Farbe, Rauchmaschinen, Maße: variabel, Abb. in: Schuster, *Sensation 1998*, 68 f.
- 57 Zit. n. Elfi Kreis, Schock um jeden Preis. Die Kunsthalle als Leichenhaus, in: *Kunstzeitung* 49 (September 2000), 1. Es handelt sich um die großformatigen Fotoarbeiten *What the Hell I-IX*, die Detailaufnahmen eines aus 5.000 Plastikfigürchen auf einer Fläche von 8,5 Quadratmetern zusammengestellten Nazi-Kriegsinfernos zeigt. Die Fotografien, die nicht von den Chapman-Brüdern, sondern von dem von ihnen beauftragten Fotografen Norbert Schöner stammen, wurden vom 16. Juli bis zum 10. September 2000 in der *Galerie Kunst-Werke* Berlin neben der Radierungsreihe *Disasters of War* (1999) der Chapman-Brüder und ihrem direkten Vorbild, Goyas *Desastres de la Guerra*, gezeigt. Die ›Kriegspielwiese‹ selbst, eine Hauptattraktion der im Herbst 1999 gezeigten Ausstellung *Apocalypse* in der Londoner *Royal Academy of the Arts*, erwarb Charles Saatchi 1999 für 500.000 Pfund für seine Sammlung. Vgl. die Pressemitteilung der Kunst-Werke, Berlin, vom Juli 2000; Jörg von Uthmann, Massenmord in der Puppenstube. Schönheit und Horror: die Ausstellung ›Apocalypse‹ in der Royal Academy London, in: *Der Tagesspiegel* vom 10. November 2000, 29.
- 58 »He [Giuliani, AG] believed Chris Ofili's painting ›The Virgin Mary‹ with its elephant dung additions was offensive to Catholics, a religion shared by artist and complainant. He called for the exhibition to be cancelled and for financial subsidy provided by the city [...] to be cut off. [...] Groups of animal rights activists and Christians protested outside the museum but others supported the show and criticised the Mayor's attempt to suppress it.« Hatton u. Walker, *Supercollector* 2003, 179.
- 59 Zu den beiden Anschlägen vom 18. September 1997 vgl. <http://www.renewal.org.au/artcrime/pages/harvey.html> (gesehen am 27. September 2006).
- 60 Vgl. Hatton u. Walker, *Supercollector* 2003, 180–184.
- 61 Brooks Adams, *Thinking of You: Aus der Sicht eines Amerikaners*, in: Schuster, *Sensation 1998*, 35–39, hier 38.
- 62 Vgl. die Abbildungen in Schuster, *Sensation 1998*.
- 63 Martin Maloney, *Everyone a Winner! Ausgewählte New British Art aus der Saatchi Collection 1987–1997*, in: ebd., 26–34, hier 26 f.
- 64 Vgl. die Interviews in Nils Tabert, Hg., *Playspotting. Die Londoner Theaterszene der 90er*. Marina Carr, Martin Crimp, Sarah Kane, Mark Ravenhill, Reinbek bei Hamburg 1998.
- 65 Zu den wenigen Videokünstlern gehören Sam Taylor-Wood und Gillian Wearing.
- 66 »Eine Zeit lang setzte sich die rohe, rüde Haltung eines ›Kitchen-sink‹-Realismus durch. Mit Richard Billingham, der die Kamera direkt auf seine proletarischen Verwandten hielt, wurde das Leben der Unterschicht, ohne den Umweg über die Boulevardpresse, zum ersten Mal ungeschminkt von innen gezeigt. [...] Zahlreiche Künstler suchten verzweifelt nach einem Raum, um der Welt zu erzählen, wie das Leben in England wirklich war.« Maloney, *Everyone* 1998, 33.
- 67 Ebd., 27, im Zusammenhang mit der Malerei Gary Humes.
- 68 Vgl. Lucius Grisebach, Hg., *Engagierte Kunst, 70/90*, Nürnberg 2004.
- 69 Vgl. die ›Press cuttings‹ in Damien Hirst, *I want to spend the rest of my life everywhere, with everyone, one to one, always, forever, now*, London 1997.
- 70 Simon Ford, *Der Mythos vom ›young British artist‹*, in: *Texte zur Kunst* 22 (1996), 127–134, hier 128.

- 71 Ebd.
- 72 Vgl. Shone, Freeze 1998, bes. 18 f.
- 73 Norman Rosenthal, Das Blut muß weiterfließen, in: Schuster, Sensation 1998, 8–11, hier 8.
- 74 Ebd., 9.
- 75 Als einer der ersten kommentierte 1990 der englische Kunstkritiker Adrian Searle in einem Artikel in der Zeitschrift *Artscribe* den Erfolg der Künstlergruppe: »Kunsthändler und Kritiker springen sofort darauf an, wenn sie einer überaus selbstbewußt und professionell auftretenden, ehrgeizigen Gruppe junger Künstler begegnen, deren Arbeit weitgehend mit dem bereits anerkannten ›radical taste‹ und anderen Konventionen konform geht, die es aber trotzdem schaffen, sie mit einigen kontroversen Ecken und Kanten und einer Art bockigen, stupiden Perversität auszustatten.« Zit. n. Ford, Mythos 1996, 128.
- 76 Einen Überblick über die Sammlungsbestände gibt Sarah Kent, Shark Infested Waters. The Saatchi Collection of British Art in the 90s, London 1994.
- 77 Vgl. Rosalind Krauss u.a., Rachel Whiteread. Shedding Life, Ausst.Kat. Tate Gallery, Liverpool 1997. 1993 erhielt Whiteread den *Turner Prize* und vertrat 1997 als erste Frau mit einer eigenen Ausstellung Großbritannien auf der *Biennale* von Venedig.
- 78 Hatton u. Walker, Supercollector 2003, 134.
- 79 Zu den Anfängen der Saatchi Collection vgl. ebd., 68–93 (»The Saatchi Collection«); vgl. auch das Kapitel zu Charles Saatchi in: Sager, Besessenen 1992, 257–273.
- 80 Carl Freedman, Space/Raum, in: Felix, Emotion 1998, 56–65, hier 63.
- 81 Zur Firmengeschichte vor dem Zusammenbruch vgl. Philip Kleinman, The Saatchi & Saatchi Story, London 1987; Ivan Fallon, The Brothers. The Rise and Rise of Saatchi & Saatchi, London 1988. Zu einem Überblick über die Zeit nach 1990 vgl. Hatton u. Walker, Supercollector 2003, 62–67.
- 82 Saatchi hatte sich schon 1987 von seiner Frau Doris getrennt. Ihr wird eine entscheidende Rolle als Kunstberaterin ihres Mannes und treibende Kraft beim Aufbau der Saatchi Gallery zugewiesen. Vgl. Hatton u. Walker, Supercollector 2003, 74–82.
- 83 »The acceptance of ›a commodity status and market-orientation‹ by the Goldsmiths generation was made less difficult as the kind of art being made was already suited to commodification. It was art with a strong object based aesthetics and formally self-contained, and communicated with speed and directness. It was the sort of art that could be picked up and shipped around, that photographed well and looked good in newspapers and magazines. [...] It's a taste which derives from Saatchi's strategy of using art to advertise his name and promote himself as an artist-like phenomenon in his own right. He doesn't just collect art, he appropriates it. Once a work is in his possession, it is as if its authorship is reassigned to himself.« Freedman, Space 1998, 76 f.
- 84 Zit. n. Sager, Besessenen 1992, 266.
- 85 Ebd. 1992, 267.
- 86 Vgl. die Angaben zu Peter Ludwig in ebd., 190 ff.; u. Bott, LudwigsLust 1993, 454–469.
- 87 »In der Regel sind bis zu 200 Leihgaben der Saatchi Collection ständig auf Ausstellungen zwischen New York, Berlin und Tokio unterwegs. Generosität der Leihgeber? Gewiß, aber auch Wertsteigerung ihrer Werke. Denn Ruhm und Rendite sind gleichermaßen davon abhängig, daß die Werke im Umlauf bleiben, auf wichtigen Ausstellungen vertreten, von wichtigen Kritikern besprochen.« Sager, Besessenen 1992, 268. Eine Aufstellung der wichtigsten Kunstverkäufe und Versteigerungen aus der Saatchi Collection zwischen 1978 und 1998 findet sich in Hatton u. Walker, Supercollector 2003, 118 f.
- 88 Zu diesem in der britischen Presse heftig diskutierten Interessenkonflikt vgl. Hatton u. Walker, Supercollector 2003, 90–93.
- 89 Zit. n. ebd., 120.
- 90 Zu der Affäre vgl. ebd., 120 f.
- 91 Vgl. die »Press-Cuttings« und »Press-Headlines 1989–2001« in: Hirst, I 1997; Damien Hirst, Pictures from the Saatchi Gallery, London 2001.
- 92 Besonders heftig war das Presseecho zu Hirsts Tierpräparaten erwartungsgemäß zur Zeiten der BSE-Krise und Maul-und-Klauenseuche in Europa um 1998–2001.
- 93 Schuster, Sensation 1998, 99.
- 94 Zur Bedeutung und den Kriterien des »Kunstrankings« vgl. Bättschmann, Ausstellungskünstler 1997, 228–232.

- 95 Vgl. Linde Lohr-Bongard, *Kunstkompass*, in: *Capital* 23 (November 2005). Als weitere *yBa* ist nur noch Gillian Wearing (Platz 86) unter den Top 100 vertreten.
- 96 Zu Saatchis Kunstverkäufen vgl. Charlotte Higgins, Saatchi sells Britart classic for £ 1.5m, in: *The Guardian* vom 21. April 2005.
- 97 Vgl. *The New Neurotic Realism*, Ausst.Kat. The Saatchi Gallery, London 1998.
- 98 Dick Price, Don't stop 'til you get enough, in: ebd. (o.S.).
- 99 Zu Saatchis Stiftungen u. a. an die *Arts Council Collection*, vgl. Hatton u. Walker, *Supercollector* 2003, 206–209.
- 100 Vgl. die Stellungnahme von Saatchi in einem Interview im Magazin *The Art Newspaper*, die über Homepage der Saatchi Gallery abrufbar ist: <http://www.saatchi-gallery.co.uk/charlesqa/qa.htm> (gesehen am 27. September 2006).
- 101 Vgl. Hatton u. Walker, *Supercollector* 2003.
- 102 »St. John's Wood ist eines der diskreteren Viertel des Wohlstandes im Nordwesten Londons. [...] Ein paar kleine Läden, Jack's Café, an der Ecke die Victoria-Kneipe. Dazwischen ein graues Tor mit einer grauen Security-Kamera. Kein Name über dem Eingang, kein Schaukasten, keine Showfassade. 98 A Boundary Road: Hinter dieser unscheinbaren Adresse verbirgt sich die spektakulärste Privatsammlung zeitgenössischer Kunst, nicht nur in London: The Saatchi Collection.« Sager, *Besessenen* 1992, 258.
- 103 Jonathan Glancey, We'll keep the dead cow flying here, in: *The Guardian* vom 4. April 2003.
- 104 »It does seem an odd choice: hip, flip Britart hangs out like a gang of sneering teenagers in grand, wood-panelled corridors, offices and chambers that still speak of a trilby-hatted London, capital of the world's largest empire. If, though, there is meant to be a tension between architecture and art in these quietly refined halls, this never quite comes off. Knott's interiors – imposing, vaulted, polished, refined things of parquet floors and tunnel-like corridors – will not be bullied, even by the most two-fingers-up young British art.« Ebd.
- 105 Vgl. *The Triumph of Painting*, Ausst.Kat. The Saatchi Gallery, London 2005.
- 106 Richard Jinman, Saatchi and the shock of the traditional, in: *The Guardian* vom 25. Januar 2005.
- 107 Vgl. http://www.saatchi-gallery.co.uk/new_gallery_home.htm (gesehen am 27. September 2006).
- 108 Zur *Young British Art* in der Sammlung Goetz vgl. Felix, *Emotion* 1998.
- 109 In dem Interview des Magazins *The Art Newspaper* gibt Charles Saatchi folgende Auskunft zu seinen Sammelaktivitäten: »I buy art that I like. I buy it to show it off in exhibitions. Then, if I feel like it, I sell it and buy more art. [...] It doesn't mean I've changed my mind about the art that I end up selling. It just means that I don't want to hoard everything forever. [...] I don't buy art to ingratiate myself with artists, or as an entrée to a social circle. Of course, some artists get upset if you sell their work. But it doesn't help them whimpering about it, and telling anyone who will listen.« <http://www.saatchi-gallery.co.uk/charlesqa/qa.htm> (gesehen am 27. September 2006).
- 110 Vgl. das Kapitel *Art as investment, sales and gifts* in Hatton u. Walker, *Supercollector* 2003, 113–131.
- 111 »Nobody can give you advice after you've been collecting for a while. If you don't enjoy making your own decisions, you're never going to be much of a collector anyway. But that hasn't stopped the growing army of art advisers building ›portfolio‹ collections for their clients.« <http://www.saatchi-gallery.co.uk/charlesqa/qa.htm> (gesehen am 27. September 2006).
- 112 Es gehört zum Mythos Saatchis, das er als äußerst medienscheu und zurückhalten gilt, selbst seine eigenen Ausstellungseröffnungen nicht besucht und kaum Interviews gibt. Vgl. Sager, *Besessenen* 1992, 262.
- 113 Interview, in: *The Art Newspaper*, zit n. <http://www.saatchi-gallery.co.uk/charlesqa/qa.htm> (gesehen am 27. September 2006).