

Esther Schipper und Michael Krome vor der Installation „Surveillance Bed III“ der Künstlerin Julia Scher. Das Berliner Galeristen-Tandem hat vielen Kreativen zum Durchbruch verholfen

Esther Schipper and Michael Krome in front of *Surveillance Bed III*, an installation by Julia Scher. The Berlin-based art-dealer duo has helped many artists to fame

Wer zur ersten Liga der rund 500 deutschen Galeristen gehören will, muss ausdauernd und stressresistent sein, international agieren und knallhart verhandeln können. Ein Kunststück, das nur wenigen gelingt

To make it among the country's top 500, German art dealers need nerves and stamina, international contacts and negotiating skills. Not everyone has what it takes

Text: Claudia Herstatt Fotos: Hartmut Nägele

Nach allen Regeln der Kunst

The business of art



Rudolf und Anette Kicken sind mit ihrer Berliner Galerie eine erste Adresse für Foto-Kunst. Im Hintergrund Werke des amerikanischen Künstlers Stephen Shore

Rudolf and Anette Kicken at their Berlin gallery – a number-one address for photo art. In the background: works by the American artist Stephen Shore

Bei der letzten Art Cologne, der wichtigsten deutschen Kunstmesse, klatschten Händler und Käufer vor allem über einen Szene-Promi: Dem Kölner Galeristen Karsten Greve, 55, war gleich nach der Eröffnung ein großer Coup gelungen. Wie geschnitten Brot verkaufte er Arbeiten der Avantgarde-Maler Cy Twombly, Carl Andre und Jannis Kounellis – Gesamtwert: rund zwei Millionen Mark.

Dass dem studierten Rechtswissenschaftler und Kunsthistoriker dieser außergewöhnliche Handel gelang, kommt nicht von ungefähr. „Seit 25 Jahren", erzählt Greve, „bin ich jährlich sieben bis acht Monate unterwegs, suche Künstler und knüpfe Kontakte." Exporte in alle Welt sind die Grundlage seiner Existenz. Vier von zehn Werken der internationalen Avantgardisten, auf die sich Greve spezialisiert hat, vermittelt der erfolgreiche Galerist an Museen in den USA, in Japan, Australien und Korea.

Viel Geld lässt sich in dieser feinen Branche verdienen. Weltweit werden jährlich schätzungsweise 15 Milliarden Dollar umgesetzt, davon rund 2,7 Milliarden in Deutschland. Wer im Wettlauf der rund 500 deutschen Galeristen um die gefragtesten Künstler und die besten Provisionen vorne dabei sein will, muss Kraft, Nerven und Ausdauer haben.

Fast genauso lang wie Greve ist Rudolf Kicken in vorderster Reihe im Kunstgeschäft – allerdings auf einem anderen Feld. Kenner schätzen Kickens edel bestückte Messestände, auf denen er vor allem hochwertige Abzüge, sogenannte Vintage-Prints, von Aufnahmen der Fotopioniere des 19. und 20. Jahrhunderts zeigt. Auch Kicken, mittlerweile in der neuen Kunstmetropole Berlin ansässig, sagt: „Kunsthandel kann man heute nur international betreiben."

Kunst ist eine besondere Ware. Der Handel

At the last Art Cologne, dealers and buyers gave art-world celebrity Karsten Greve, 55, a huge ovation for his coup. Right after the opening of Germany's most significant art fair, the Cologne gallery owner's works by avant-garde painters Cy Twombly, Carl Andre and Jannis Kounellis had sold like hot cakes. Total value: around one million dollars.

It is hardly a coincidence that the gallerist with degrees in art history and law succeeded in landing this extraordinary deal. "In the last 25 years," he says, "I've spent seven to eight months each year on the road, finding artists and making contacts." Greve makes a living by exporting art around the world. He successfully sells four out of ten works by the international avantgarde, his specialty field, to museums in the United States, Japan, Australia and Korea.

There's plenty of money to be earned in this sophisticated segment. Every year, sales total an estimated 15 billion dollars worldwide, 2.7 billion of which are made in Germany. If you want to join Germany's 500 or so art dealers in competing for the most popular artists and highest commissions, you need energy, stamina and good nerves.

Rudolf Kicken has been at the forefront of the art business since 1974 – almost as long as Greve but in a very different field. Connoisseurs appreciate Kicken's exquisitely stocked art-fair stands on which he primarily displays vintage prints of works by photo pioneers of the 19th and 20th century. Now located in the new art metropolis, Berlin, he, too, confirms: "The art trade only works on an international scale."

Art is a special commodity. Dealing in paintings and sculptures, video and photographic art, installations and collages ennobles the most mundane procedure, makes it transcendent. Yet as elegant as the art trade may appear, the activities involved are much like those taking place in a shark pool. "The business is becoming faster and more ruthless," says a Hamburg gallery owner who knows the international scene well.

Works, values and names have to gain public attention, be hyped and be placed in museums or collections – and collectors want to be wooed. There are only a few gallerists who can achieve this on a grand scale, and it hardly matters whether it's a former nude model (Judy Lybke) or a trained musician (Rolf Ricke) who is in the right place at the right time, finds the artists ▶

mit Gemälden und Skulpturen, Video- und Fotoarbeiten, Installationen und Collagen adelt noch den profansten Geschäftsvorgang mit der Aura des schönen Scheins. Doch ganz so elegant, wie es an der Oberfläche scheint, geht es auch im Kunsthandel nicht zu. Eher wie im Haifischbecken: „Immer schneller und immer gnadenloser wird das Geschäft", urteilt eine Hamburger Galeristin, die auf dem internationalen Parkett versiert ist.

Werke, Werte und Namen wollen ins Bewußtsein gerückt, gepusht und in Museen oder Sammlungen platziert werden, Sammler wollen umgarnt sein. Das schaffen nur wenige Galeristen im ganz großen Stil. Dabei ist es unerheblich, ob in der Branche ein Ex-Aktmodell (Judy Lybke) oder ein studierter Musiker (Rolf Ricke) zur rechten Zeit gefragte Künstler auftut und es schafft, ihre Werke in klingende Münze umzusetzen.

Kunsthändler im Haifischbecken
Art dealers in a shark pool

Auch die Branchengrößen haben mal klein angefangen: Michael Werner etwa gründete 1963 seine erste Galerie in Berlin, ging dann nach Köln und übernahm im April 2000 die New Yorker Räume des legendären New Yorker Galeristen Leo Castelli. Im Einsatz für viele seiner Künstler wie die Maler Georg Baselitz, A.R. Penck, Jörg Immendorf und Markus Lüpertz ist ihm nie der Atem ausgegangen. In einem Interview spricht Werner Klartext über die schlichte Maxime seines Geschäfts: „Ich kaufe Kunst billig ein und verkaufe sie, wenn möglich, teuer weiter."

Dranbleiben, pausenlos unterwegs und erreichbar sein, das Extra-Handy schrillend in der Tasche haben, mit einem Lächeln und einem schicken Prada-Outfit den Jetlag kaschieren, immer noch eine Spur mehr Charme versprühen als die Konkurrenz – das ist auch der Alltag für die Newcomer auf dem Markt der Eitelkeiten. Die Münchner Galeristin Philomene Magers, 36, konzentrierte sich auf Künstler, die der Handel schon weitgehend abgeschrieben hatte – Minimalisten wie Donald Judd oder den fotorealistisch malenden Ed Ruscha. Mit Erfolg. Ihr Mut brachte ihr nicht nur internationales Renommee, sondern auch einen intensiven Dialog mit Künstlern ihrer eigenen und der noch jüngeren Generation ein. Mit der Kölner Galeristin Monika Sprüth hat Philomene Magers zunächst gemeinsame Messestände bestückt, dann eine Firma gegründet: Wer sich gut ergänzt, ist im Team eben schlagkräftiger.

Diesem Prinzip folgen auch andere Formationen. Das Tandem Esther Schipper und Michael Krome hat sich 1997 von Köln nach Berlin aufgemacht. Das Ergebnis ihrer gemeinsamen Strategie ist eine Künstlerliste vom Feinsten. Früh schon hatten sie Künstler wie Vanessa Beecroft, Carsten Höller oder Liam Gillick gefördert, die Jahre später zu documenta- und Biennale-Ehren in Kassel und Venedig kamen. Zur Berlin-Biennale im April dieses Jahres bezieht das Team größere Räume in Berlin Mitte – getreu dem Krome-Motto: „Nah am Leben, nah an der Kunst." Und selbstredend auch nah am Profit.

▶ and manages to turn their work into hard cash.

Even the big shots of the business started out small: Michael Werner, for instance, founded his first gallery in Berlin in 1963 before moving to Cologne and then on to New York where, in April 2000, he took over the space of the legendary New York gallery owner Leo Castelli. He has never tired of working for many of his artists, among them the painters Georg Baselitz, A. R. Penck, Jörg Immendorf and Markus Lüpertz. In an interview, Werner spilled the beans about the business: "I buy art cheaply and sell it, if possible, for a very good price."

On the ball, travelling continuously, always available, jet lag hidden behind a smile and a Prada outfit, radiating just that little bit more charm than your competitors – that is the daily routine for newcomers to this vanity fair. Gallerist Philomene Magers, 36, concentrates on artists whom the business has largely written off – minimalists like Donald Judd or the photorealist painter Ed Ruschka. With success. The young art dealer's courage has not only gained her international acclaim but helped her strike up a dialog with artists of her own and the younger generation. She and Cologne gallerist Monika Sprüth began by supplying fair stands, then started their own company: After all, if partners complement each other, they're almost unbeatable as a team.

Others in the art market have followed suit. Esther Schipper and Michael Krome left Cologne for Berlin in 1997, and now boast a sumptuous list of artists. Early on, they represented Vanessa Beecroft, Carsten Höller and Liam Gillick, artists who later reaped honors at documenta and the Venice Biennale. For the Berlin art festival this April, the duo will be moving into a larger space – right in line with Krome's motto: In reach of life, in reach of art. And, naturally, in reach of profits. ◀