

# UnArtiges

Um es vorwegzunehmen: Schön gibt es die Art Basel. Dass Kunstmessen, dass Kunstausstellungen und Galerien, dass insbesondere Museen eine Bereicherung und Freude darstellen – das alles ist für mich überhaupt keine Frage. Ich muss dafür allerdings nicht dorthin rennen, wo alle hinwollen und sich vor allem die Smartphones vor die Augen bzw. vors Gesicht halten.

Ich habe vor ein paar Wochen (endlich) das Soulages-Museum in Rodez (F) besucht – das Gebäude allein ist ein grossartiger architektonischer Traum und die Werke von Pierre Soulages – was für ein Erlebnis. Und wenig Menschen – genau das, was es für eine ruhige Bildbetrachtung braucht. Dieses Blockbuster-Getue (gemäss KI: Eine Blockbuster-Ausstellung ist eine gross angelegte, publikums-

wirksame Kunst- oder Thementausstellung, die durch intensives Marketing hohe Besucherzahlen anlockt) stösst mich ab.

Dass Jeffrey Epsteins wichtigste (bekannte) Einnahmequelle die Arbeit als Fixer für den sehr reichen Kunstsammler Leon Black war, ist nun allgemein bekannt. Allerdings scheint dies niemanden gross zu stören: Werke aus der Sammlung Leon Black werden als Leihgaben in renommiertesten Museen ausgestellt – ungeachtet der engsten Verbindung Black-Epstein. Das nenne ich selektives Moralverständnis. Ebenso ist offensichtlich, dass Epstein sich im Dreieck Kunst – Macht – Geld bestens auskannte (nicht nur dort). Er ist ein Beispiel dafür, dass Kunst ein Asset bildet und ein Eintrittsticket ist, um in gewisse Kreise zu kommen (friends in high places). Kunst

ist auch Teil einer gigantischen Kulissenschieberei – und hinter diese Kulissen sollte man nicht nur in Filmen oder Thrillern blicken. Es ist ernüchternd und es gibt wenig Regeln. Der Kunstmarkt ist so verstanden ein *offshore marketplace*.

Letzten Herbst hat die Zeitschrift «The New Yorker» – auf die ich mich seit Jahrzehnten jede Woche freue – in einem Beitrag mit dem Titel «UNDER THE HAMMER» über einen Vorfall berichtet, der zeigt, dass es sich lohnt, nicht alles zu glauben, was so schön als Fassade aufgebaut ist. Hohe Preise und Superresultate bei Auktionen führen im Kunstmarkt zu breitgeschlagenen «Ahhs» und «Ohhs», die meist nicht hinterfragt werden. Denn der Kunstmarkt ist diskret und – das ist die ungeliebte Schlussfolgerung – ein teurer Ort für billige Spielchen.

Darum will man beispielsweise nicht wahrhaben, dass Bietergefechte noch heute bei Auktionen zum Teil reine Erfindung bilden. «Air Bids», «Chandelier bids» werden sie chic und cool genannt, die Vortäuschung von Geboten, wofür es – angeblich – vonseiten des Auktionators «stamina» brauche, also Stehvermögen und Ausdauer. Es gäbe noch andere Ausdrücke, die einem dazu einfallen könnten zu dieser Kultur, die etwa im Wertschriftenhandel verboten ist. Das Wort Auktion kommt vom lateinischen Begriff «augere» – was vermehren und vergrössern heisst – aber wohl nicht mit zweifelhaftem Gehabe. Mit den vorgespielten Geboten will der Auktionator den Eindruck erwecken, dass ein Wettbewerb um ein besonderes Objekt ausgefochten wird – während in Tat und Wahrheit eben Desinteresse herrscht. Das nennt sich dann freier Markt, oder?

Am 29. Juni 2020 führte Sotheby's (Covid regierte damals die Welt) den ersten «White Glove Sale» während der Pandemie durch (so heisst eine Versteigerung, bei der alle oder fast alle angebotenen Lose verkauft werden. Der Begriff rührt von den weissen Handschuhen her, die Angestellte eines Auktionshauses häufig tragen, wenn sie die Objekte zeigen). Die Auktion fand erstmals auch online statt – der Not gehorchend. Der Besitzer des Auktionshauses (er ist es seit 2019), Patrick Drahi, bot beim Top-Los, einem Werk von Francis Bacon, selber mit. Das wusste aber ausserhalb seines Unternehmens niemand. Das Bild wurde schliesslich für 84,6 Millionen US-Dollar zugeschlagen. Der Auktionator kommentierte, man habe hiermit die Grenze dessen, was möglich sei, neu definiert. Das war ein Versuch von Re-

putationsmanagement – kläglich, wie sich noch zeigen würde. Denn was man damals nicht wusste, war, dass der Besitzer von Sotheby's das Bacon-Triptychon selber ersteigert hatte, um aus dem ersten Online-Evening-Sale während der Pandemie einen grossen Erfolg zu machen. Das wurde erst aufgrund der sogenannten DrahiLeaks (2022) bekannt. Das zum Thema UnArtiges und Kulissenschieberei.



**Monika Roth**

.....  
**Hinweis**  
 Monika Roth ist Professorin und selbstständige Rechtsanwältin.