



Millionenzuschlag mit Rodin: Nach mehr als 100 Jahren kam diese »Andromeda« Auguste Rodins aus dem Jahr 1887 marktfrisch in Paris bei Artcurial zum Aufruf und brachte inkl. Aufgeld 3,7 Millionen Euro. Kein Wunder. Fünf Exemplare sind bekannt, drei davon fest in den Händen von Museen. Foto: Arcurial, Paris

Sie sind jung, dynamisch und erfolgreich: Moritz von der Heydte, Direktor Artcurial Germany, und Alexander Kunkel, Inhaber von Kunkel Fine Art, gelten als Shootingstars des deutschen Kunsthandels. Wie die beiden Münchner ihre Leidenschaft für alte Kunst auf eine neue Sammlergeneration übertragen, erzählen sie im Interview mit WERTE. Ein Gespräch über Strategien, Chancen und Entdeckungen.

Kunsthandel – Next Generation



Von magnetischer Wirkung: Franz von Stucks bis dato unbekanntes Pastell »Haupt der Medusa« von 1892 war vor zwei Jahren auf der HIGHLIGHTS Internationale Kunstmesse München die heimliche Sensation und die Eintrittskarte Dr. Alexander Kunkels in die Oberliga des deutschen Kunsthandels. Foto: Kunkel Fine Art

Die Superpreise und die großen Umsätze spielen sich momentan auf dem Markt für zeitgenössische Kunst ab. Sie, Herr Dr. Kunkel und Herr von der Heydte, lassen sich davon nicht beirren und sind weiterhin Feuer und Flamme für die alte Kunst. Ist das eine Marktnische oder Herausforderung?

Alexander Kunkel: Das ist vor allem eine Chance. Es gibt momentan eine Generation von Händlern auf dem Gebiet der alten Kunst, die die Bühne verlässt. Aus Altersgründen oder auch, weil die Veränderungen des Kunstmarktes und ihr Geschäftsmodell aus den 1980er Jahren nicht mehr erfolversprechend sind. Dieser Markt, der vor 30 Jahren sehr umkämpft war, existiert immer noch, aber er muss anders bespielt werden. Man muss das Rad anders vorantreiben.

Moritz von der Heydte: Das Auktionshaus Artcurial, eines der größten in Europa mit Sitz in Paris, ist natürlich breiter aufgestellt. Auch hier wird das ganz große Geld mit Impressionisten, moderner und zeitgenössischer Kunst oder klassischen Automobilen gemacht. Aber mein Herz schlägt für die alte Kunst. Und wenn ich mir beispielsweise den Erlös von knapp 350.000 Euro ansehe, den das im Herbst 2015 versteigerte Stundenbuch aus einer deutschen Schlossbibliothek in Paris erzielte, dann bestärkt mich das in meiner Leidenschaft für die Kunst vergangener Epochen.

Das war die Visitenkarte Ihrer Kompetenz als frisch gekürter Direktor Artcurial Germany ...

Moritz von der Heydte: ...und ein schönes und beglückendes Unterfangen. Ich hatte dieses Stundenbuch im hintersten Bayern in einer Bibliothek aufgetan. Und als es in Paris zur Vorbesichtigung ausgestellt war, hat es Experten und Sammler aus aller Welt begeistert.

Ihnen, Herr Dr. Kunkel, ist ja vor zwei Jahren, als Sie nur drei Jahre nach Geschäftsgründung das erste Mal an der HIGHLIGHTS, Deutschlands hochkarätigster Kunstmesse, teilnahmen, ein Coup mit einer Arbeit Franz von Stucks gelungen. War das Ihr Statementpiece?

Alexander Kunkel: Dieses Medusenhaupt von Franz von Stuck hat mir sehr viel Aufmerksamkeit eingebracht. Solche Show-Stücke sind das Aushängeschild eines Kunsthändlers. Beste Qualität, marktfrisch, faszinierend. Es handelte sich um ein bislang unbekanntes Pastell aus den frühen 1890er Jahren. Es war an meinem Stand etwa genauso teuer wie das Stundenbuch, aber der Markt hat diesen Preis ja schon längst wieder überholt... Ich habe es angeboten bekommen, weil ich mich mit dem Vorbesitzer lange über Symbolismus unterhalten hatte. Anwärter hätte es dafür genauso in den USA und Großbritannien gegeben. Stuck ist heute eine internationale Größe. Aber ein Kunsthändler muss sowohl als Einkäufer als auch als Verkäufer für eine gewisse Art von Kunst stehen. Und wenn man etwas Herausragendes angeboten bekommt, muss man sehr entschlossen sein.

Sie sagten vorhin, man muss im Bereich der alten Kunst das Rad anders vortreiben als vor 30 Jahren. Was hat sich geändert?

Alexander Kunkel: Wir leben in einer Zeit, in der das Besondere gesucht wird. Man braucht ein viel höheres Qualitätsbewusstsein. Ein anderer Punkt ist: Die allerbesten Altmeistergemälde sind vom Markt gefischt oder stehen, wenn überhaupt, nur noch zu astronomischen Preisen zur Verfügung. Die Zeit um 1900, mit der ich mich beschäftige, öffnet da eher Chancen. Es gibt viele Künstler, die noch nicht richtig gewürdigt sind, aber beste Qualität produziert haben. Diese auf dem Kunstmarkt richtig zu platzieren und an Sammler heranzuführen, ist meine Aufgabe als Kunsthändler. Dazu muss ich die zehn, zwanzig Prozent an Spitzenwerken eines Oeuvres genau kennen, um einen Künstler richtig einordnen zu können. Es ist eine Frage der Bewertung, zuallererst durch die Händler. >>

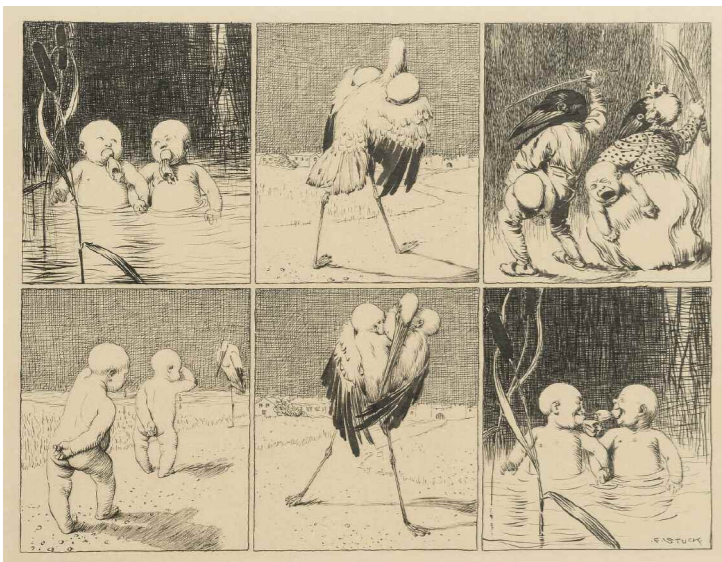


Blitzkarriere im Kunsthandel: Moritz von der Heydte, Direktor Artcurial Germany, und Dr. Alexander Kunkel, Inhaber und Gründer von Kunkel Fine Art. Foto: Julia Schambeck

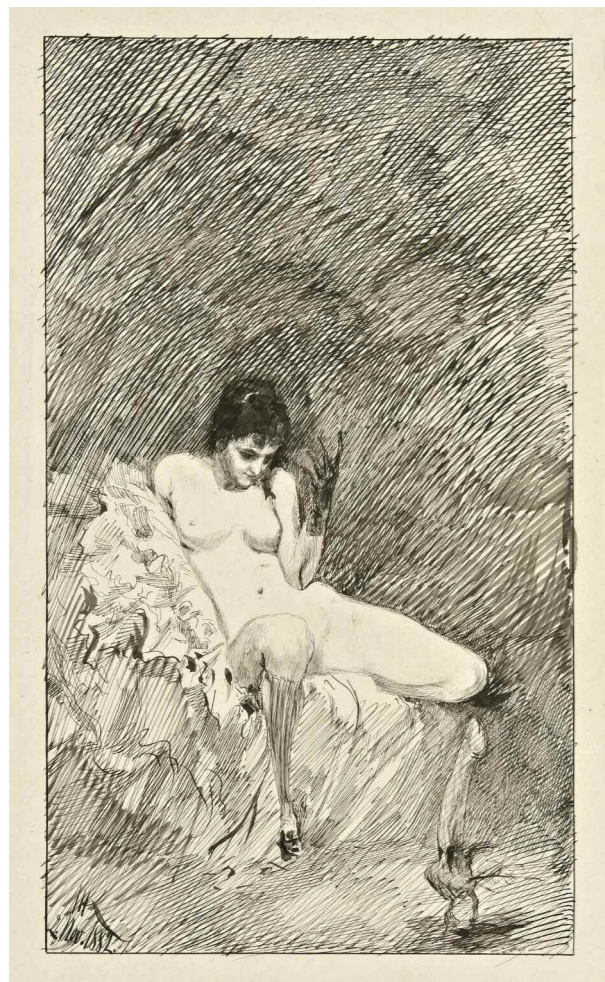
ALEXANDER KUNKEL gründete 2012 seinen Kunsthandel Kunkel Fine Art. Der promovierte Kunsthistoriker konzentriert sich auf Malerei, Zeichnung und Plastik von der zweiten Hälfte des 19. bis zum frühen 20. Jahrhundert. Die besondere Leidenschaft des heute 38-Jährigen gehört der Kunst zwischen Salon und Secession mit Künstlern wie Max Klinger, Franz von Stuck oder Ludwig von Hofmann. Künstler, deren Arbeiten vom mediterranen Flair Italiens beeinflusst sind, wie beispielsweise Oswald Achenbach oder Ludwig Passini, bilden einen weiteren Schwerpunkt. Für jüngere Sammler gibt es eine Auswahl von Originalzeichnungen der Zeitschriften Simplicissimus und Jugend in einem günstigeren Preissegment. Seit verganginem Jahr ist er Co-Geschäftsführer der hochkarätigen HIGHLIGHTS Internationale Kunstmesse München.

MORITZ FREIHERR VON DER HEYDTE ist seit 2015 Direktor von Artcurial Germany, der Deutschlandrepräsentanz eines der größten europäischen Auktionshäuser mit Hauptsitz in Paris. Der studierte Jurist begann seine Kunstmarkt-Karriere bei Sotheby's in London. Dort hat er als Deputy Director der Abteilung Möbel & Kunstobjekte die Auflösung zahlreicher bedeutender Sammlungen vorbereitet. Weitere Erfahrungen sammelte er im Kunsthandel Röbbig, dem international renommiertesten Spezialisten für frühe Porzellane des 18. Jahrhunderts. Der heute 35-Jährige gilt in der Branche als Kenner der internationalen Markt- und Sammlerszene.

Franz von Stuck (1863-1928) Die Raben-Eltern, 1888 Tusche und Bleistift auf Karton, 32 x 46 cm, Rechts unten signiert, Veröffentlicht: Fliegende Blätter. Jahrgang 1888, Band 89, Heft 2248, Seite 75



Pikanter Symbolismus: Max Klingers Zeichnung »Sitzende nackte Frau mit tanzendem Phallus« von 1882 führt in die Abgründe der Seele. Foto: Kunkel Fine Art



(Rechts) Franz von Stuck (1863-1928) Anerkennung, 1890 Tusche in Pinsel und Feder sowie Farbstift auf Karton, 48 x 32 cm, Rechts unten signiert, Veröffentlicht: Fliegende Blätter. Jahrgang 1890, Band 93, Heft 2363, Seite 168, Text: »Schneidiges Bild!.. Nummer 213!.. Genau die Nummer meines Regiments!!«



(Oben) Gefragter Menzel: Die unvergleichliche Zeichenkunst Adolph Menzels – hier das 1890 entstandene und signierte Blatt »Bärtiger Mann in Frontalan-sicht« – begeistert Sammler heute mehr denn je und gehört fest zum Portfolio von Kunkel Fine Art. Foto: Kunkel Fine Art



Die Verschiebung des Kunstkanons ist doch eigentlich Sache der Museen?

Alexander Kunkel: Nicht nur Neubewertungen finden seit jeher statt. Auch die Museen schauen sich momentan die – nennen wir sie mal – Künstler der zweiten Reihe genauer an. Dazu zählen in meinem Fall die Deutschrömer Otto Greiner, Adolf Hirémy-Hirschl und Sigmund Lipinsky. Ich fühle mich da manchmal ein bisschen wie ein Galerist, der einen Künstler entdeckt und dann sein Werk – in diesem Fall posthum – begleitet und ihn bekannt macht, so dass er seinen Weg ins öffentliche Bewusstsein nehmen kann.

Aber die Kunst der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, die Salonmalerei, auf die sich Kunkel Fine Art konzentriert, hat ja im Verhältnis zur klassischen Moderne ein konservatives Image und gilt als pathosbeladen.

Moritz von der Heydte: Aus der Perspektive des Expressionismus-Sammlers ganz gewiss. Aber wir können nicht übersehen, dass es Moden und einen Geschmackswandel gibt. Das Fin de Siècle spielte vor dreißig Jahren eine eher marginale Rolle. Orientalisten wie Rudolf Ernst oder Jacques Majorelle spielen heute sechsstellige Eurosummen ein. Die Salonmalerei, die Symbolisten, die Secessionskunst – das hat enormen Aufwind bekommen.

Alexander Kunkel: Das wieder wachsende Interesse an dieser Malerei, zu der ich mich hingezogen fühle, hat für meine Begriffe mit gewissen Korrelationen zu tun. Die Zeit von 1880 bis zum Ersten Weltkrieg war geprägt von großen politischen Spannungen und sozialen Verwerfungen, von Weltflucht- und Erneuerungsgedanken. Diese Stimmung, die schon einmal von der Kunst reflektiert wurde, lässt sich wieder übertragen. Das Kino führt uns doch heute auch dauernd sehr emotional inszenierte Welten vor. Einer meiner jüngsten Kunden zum Beispiel ist ein in London lebender Künstler, der die Sets von Game of Thrones mitgestaltet hat und der von der handwerklichen Perfektion und der Fantasie der Kunst um 1900 begeistert ist. Ich biete Werke an, deren Bildideen uns noch heute packen. Themen wie Erotik, Transzendenz, Schmerz oder Angst sind überzeitlich, das verstehen junge wie alte Menschen.

Den Pointillisten näher als den Sezessionisten: Johann Charles Palmiès Gemälde »Sommerliche Landschaft bei Giverny« aus dem Jahre 1906. Foto: Kunkel Fine Art

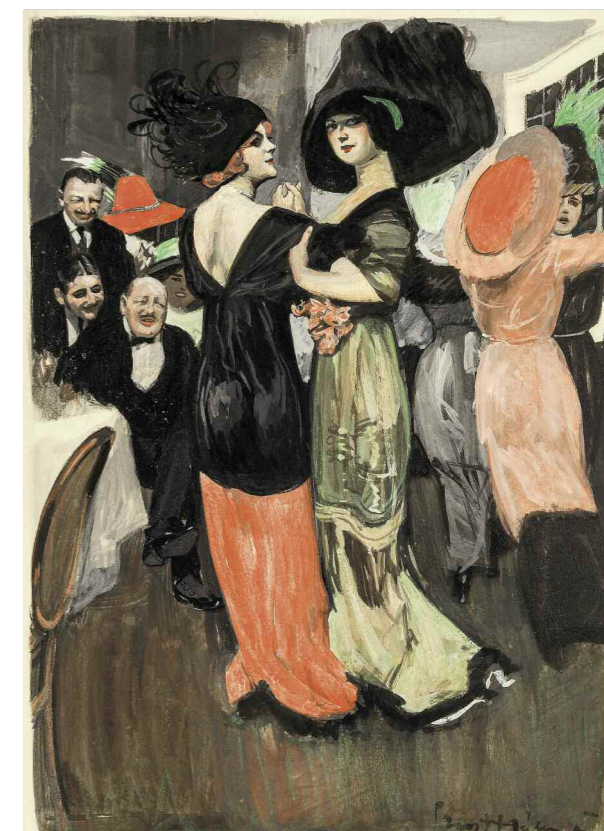


Aber hat der Kunstmarkt nicht das Problem, dass er das Markenbewusstsein der Luxusindustrie übernommen hat und nur noch große Namen funktionieren?

Alexander Kunkel: Ja, aber es kann sich nicht alles im Millionenbereich abspielen. So viel Ware existiert nicht und es wäre ein Armutszeugnis für den Kunsthandel, wenn er nur allein diesen Markt bedienen wollte. Man muss die großen Namen immer wieder in Beziehung setzen zu den noch eher Unterbewerteten. Zu meinen Strategien zählt: Ich schaue mir an, welche wichtigen Zirkel und Schulen es in einer Zeit gab, wer ihre Protagonisten und wer ihre begabtesten Schüler waren. Diese Leistung muss ich als Händler erbringen, ich muss wie ein Kurator denken und agieren. Ich mache zwei, drei Sonderausstellungen im Jahr. Da bringt es nichts, wenn ich die immer gleichen Objekte unter anderem Titel vereinen würde. Ich kaufe oft sehr vorausschauend, um ein gewisses Thema zu bespielen. Man muss seine Interessenten ja auch inspirieren, ihnen Erkenntnisse vermitteln.

Wie gelingt das?

Alexander Kunkel: Zum Beispiel durch die Gegenüberstellung von verschiedenen Künstlern, die aber alle einen thematischen oder ästhetischen Bezug zueinander haben, versuche ich den Blick zu schärfen für das Besondere dieser Kunst. Da kann zum Beispiel eine Zeichnung von Adolph von Menzel neben einer von Richard



Satire um 1900: Originalvorlagen für den Simplicissimus wie das Aquarell »Berlin s'amuse« von Ernst Heilemann sind ein Schwerpunkt von Kunkel Fine Art. Die Karikatur, die vom Dialog »Is das 'n Infanterist oder 'n Kavallerist?« – »Taxiere, Lagerist.« begleitet wurde, erschien im Heft 7 des Jahres 1911. Foto: Kunkel Fine Art

Müller, einem Dresdner Künstler um die Jahrhundertwende, hängen. Er steht in der Zeichnungstradition eines Menzel, unterscheidet sich aber in seinen Themen und Sujets erheblich. Auch preislich. Da hängt dann ein 50.000-Euro-Objekt neben einem in Höhe von 5000 Euro und die Leute merken, dass es handwerklich kein Gefälle gibt. Das funktioniert natürlich nur, wenn auch bei dem nicht ganz so hoch angesiedelten Künstler die sonstige Qualität stimmt.

Können Auktionshäuser ebenso Trends setzen?

Moritz von der Heydte: Nicht in dem Sinne, wir können mit der Akquise natürlich Trends bedienen, indem wir gezielt nach Werken bestimmter Strömungen, die gerade en vogue sind, suchen. Wenn gute Preise erzielt werden, hat das dann gegenseitige Wechselwirkung und kann den Markt wieder befeuern. Als Auktionshaus kann man auf andere Weise Trends setzen. Wir hatten zum Beispiel im Frühjahr bei Artcurial Germany in München eine Urban-Art-Ausstellung, die für viele die erste Berührung mit dieser Kunst war. Artcurial gibt dieser Richtung schon seit Jahren eine Plattform, indem das Haus den Markt für diese Kunstgattung kontinuierlich aufbaut, weiterentwickelt und höchst erfolgreiche Auktionen durchführt.

Sie organisieren Ausstellungen, Sie laden beide zu Vorträgen und Art Talks ein. Wie viel Kulturmanagement braucht ein erfolgreicher Kunsthandel heute?

Alexander Kunkel: In Zeiten, in denen im Kunsthandel mehr gemurmelt als gejubelt wird, sollte man sich überlegen, wie man Lust an der Sache erzeugt. Kunst und Kultur ist doch Teil unseres Lebensstils. Und wenn man einen Kunsthandel betreibt oder ein Auktionshaus, versucht man eben einen Ort zu schaffen, wo diese zwei Komponenten gelebt werden können. Moritz von der Heydte macht das mit seinen wunderbaren Previews zur Vorbesichtigung und mit kleinen Vorträgen von Experten. Ich versuche es mit Salongesprächen während meiner Ausstellungen. Es geht um den Gedankenaustausch, um die gemeinsamen Interessen und auch um die gemeinsame Freude an der Kunst. Das ist keine oberflächliche Event-Ebene. ...

Moritz von der Heydte: ...das ist eine sehr langfristig angelegte Profession. Nur wenn wir miteinander kommunizieren, kann man die Bedürfnisse und Leidenschaften teilen. Das ist ein Teil unseres Berufes.

Wenn Sie bedeutende Werke aus den Untiefen des Vergessens wieder in den Kreislauf der Wahrnehmung heben, verstehen Sie das auch als eine Art von Kulturarbeit?



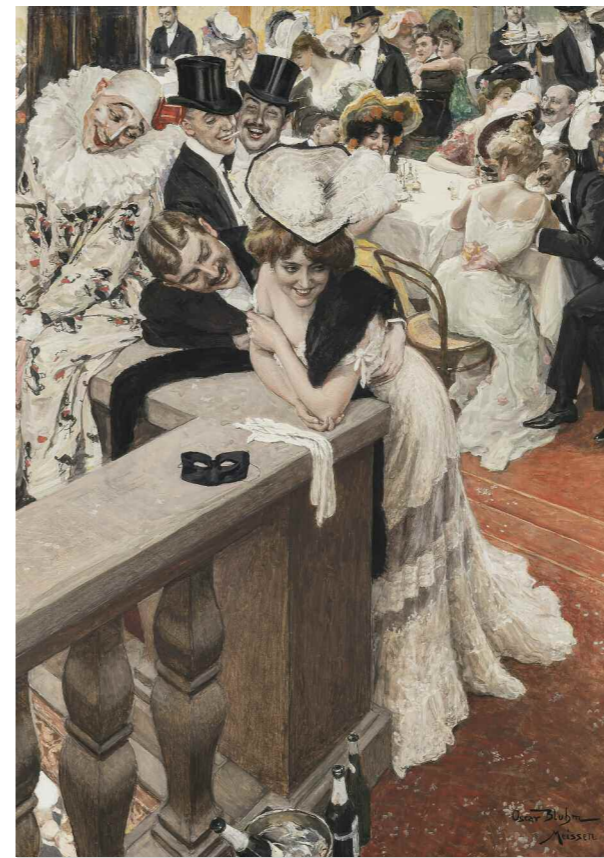
Franz von Lenbach (1836-1904)
Portrait Lydia Feez, 1901
Öl auf Malkarton (im Oval gemalt), 74 x 67 cm,
Rechts unten signiert und datiert:
»Lenbach / 1901«

Moritz von der Heydte: Auf jeden Fall. Wenn ein Kunsthändler oder ein Mitarbeiter eines Auktionshauses auf ein Werk stößt, das ihm bedeutend erscheint, beginnt er zu recherchieren. Da wird auch ein Gewinn an Wissen generiert, das auch für die Allgemeinheit interessant ist. Da werden oft Lücken geschlossen. Wir hatten bei Artcurial gerade ein Werk von Auguste Rodin. Die Skulptur »Andromède« von 1887 war seit ihrer Entstehung in Privatbesitz und nirgends öffentlich zu sehen. Es war der Kennerschaft unserer Experten zu verdanken, dass dieses Werk ans Tageslicht befördert wurde und anschließend kunsthistorisch erforscht und eingeordnet wurde.

Das das Interesse dann groß ist, liegt auf der Hand, der Erlös betrug 3,6 Millionen Euro. Allein der Zufall beschert einem Auktionshaus oder einem Händler solche Entdeckungen nicht. Dafür muss man auch mit etwas Jagdinstinkt ausgestattet sein und Dinge erkennen. Als ich kürzlich zur Begutachtung in ein eher unspektakuläres Reihenhaus gebeten wurde, konnte ich ein wunderbares Gemälde von Giovanni Domenico Tiepolo ausfindig machen, das jetzt im November bei Artcurial in Paris zur Taxe von 60.000 bis 80.000 Euro aufgerufen wird. Diese Lust am Aufspüren muss übrigens auch der Sammler alter Kunst besitzen. Anders als bei zeitgenössischen Werken, die man auf unzähligen Messen aussuchen und mitnehmen kann, braucht man bei der alten Kunst Geduld und Ehrgeiz, um an ein bestimmtes Objekt heranzukommen.

Alexander Kunkel: Ich sehe die »Kulturarbeit« noch unter einem anderen Aspekt. Wir Kunsthändler halten das Bewusstsein bei einer bestimmten Zahl von kunstaffinen Menschen für eine gewisse Art von Kunst am Leben. Wir befreien diese Kunst aus dem musealen Kontext. Wir bringen sie in den Alltag zurück und machen sie zum Teil eines modernen Lebensstils. Im Zusammenhang mit dem Kunsthandel wird mir momentan zu viel von Kunst als Anlage bzw. als Renditeobjekt geredet. Es geht doch in den seltensten Fällen um sechsstellige oder siebenstelligen Summen nach dem Motto »Die Kunst ist die neue Yacht, je teurer, desto wirkungsvoller«. Das ist eine andere Kategorie, die auch einen spekulativen Aspekt hat. Die Breite des Kunsthandels spielt sich in Deutschland darunter ab. Nehmen wir ein Ehepaar, das für eine Reise nach Mauritius 10.000 Euro ausgibt. Es stellt sich wohl kaum die Frage nach der Nachhaltigkeit. Da ist der Mehrwert die seelische Bereicherung. Bei der Kunst wird zu oft vergessen, dass sie einen hohen emotionalen Wert besitzt und täglich sinnliches wie intellektuelles Vergnügen bereitet. Was ich erstaunlich finde, dass der Anteil einer wirtschaftlich starken Nation wie Deutschland am europäischen Gesamtumsatz der Kunst- und Antiquitätenbranche 2016 nur fünf Prozent beträgt. Frankreich liegt bei 20 Prozent.

Moritz von der Heydte: Frankreich ist eine Nation der Sammler. Die Kultur des Sammelns und die Selbstverständlichkeit, sich mit



Oscar Bluhm (1867-1912) Kokett, 1907 Gouache auf Papier, 44 x 32, Rechts unten signiert: »Oscar Bluhm Meissen«



Barockes Meisterwerk mit internationaler Marktpotenz: Giovanni Domenico Tiepolos Gemälde »Der heilige Joseph mit dem Jesuskind« kommt Anfang November zum Schätzwert von 60.000 bis 80.000 Euro bei Artcurial in Paris zum Aufruf. Foto: Artcurial, Paris

schönen Dingen zu umgeben, haben dort einen anderen Stellenwert als hierzulande. Aber wenn wir vom dortigen Kunstmarkt sprechen, dann ist natürlich Paris gemeint, die Stadt ist wie ein Brennglas mit ihren vielen hochkarätigen Galerien und Kunsthandlungen. In Deutschland verteilt sich der Handel über das gesamte Land. Außerdem bietet Paris eine ganze Reihe wichtiger Messen vom Salon du Dessin, wo jeder bedeutende Zeichnungshändler ausstellt, bis hin zu Paris Foto. Viele amerikanische Sammler reisen mindestens einmal im Jahr nach Paris und unterhalten dort Wohnsitze.

Frankreich besaß Meister-Ebenisten wie André-Charles Boulle oder Jean-Henri Riesener oder später im Art Déco Jacques-Emile Ruhlmann. Maler wie Watteau, Monet, Cézanne – das sind alles Franzosen. Ist Deutschland trotzdem ein interessantes Schatzkästchen für einen Global Player wie Artcurial?

Moritz von der Heydte: Die Kunstwelt ist sehr global geworden und ab einer bestimmten Qualität spielt es keine Rolle mehr, ob es französische, italienische oder deutsche Kunst ist und wo diese angeboten wird. Artcurial hat vor kurzem beispielsweise ein deutsches Rokokotischchen mit einer Bayreuther Fayenceplatte für XX.XXX Euro sehr gut abgesetzt. Top-Stücke wie diese werden von einer internationalen Sammlerschaft gesucht. Außerdem darf man nicht vergessen, in Deutschland wurde sowohl im 18. Jahrhundert, um 1900 als auch nach dem Zweiten Weltkrieg französische Kunst gesammelt. Moderne Künstler wie Serge Poliakoff, Hans Hartung oder Pierre Soulages wurden von führenden deutschen Galerien gehandelt. Zudem ist Deutschland eine Autofahrernation, da gibt es enormes Potenzial, was Oldtimer betrifft. Vor einiger Zeit haben wir eine Skulptur von Alberto Giacometti für 140.000 Euro versteigert. Sie kam wie das erwähnte Stundenbuch aus Deutschland. Es gibt viele Schätze zu heben.

Zum Schluss bitte noch ein persönliches Wort: Sie sind beide keine 40 Jahre alt und stehen in der vordersten Reihe der Kunsthandelsakteure Deutschlands. Spielte bei Ihrer Blitzkarriere Zufall, Glück oder professionelle Stringenz eine Rolle?

Alexander Kunkel: Von allem ein wenig. Ich habe schon als Schüler meine ersten Zeichnungen erworben und kam vom Sammeln zum Handeln. Denn wenn man etwas haben möchte und das Budget nicht reicht, muss man anderes abgeben. Während meines Studiums der Kunstgeschichte habe ich für eine in München und Londoner ansässige Galerie auf Kunstmessen gearbeitet. Dass ich 2012 Kunkel Fine Art gründete, ist nicht aus dem Stand gekommen.

Moritz von der Heydte: Bei mir war es ähnlich. Die Freude an der Kunst war mein Motor. Museumsbesuche oder das Silberputzen im Hause meiner Eltern war eher Vergnügen als Strafe. Als ich dann noch während meines Jurastudiums bei Sotheby's ein Praktikum machte und bei der Katalogisierung eingebunden war, gab es kein Zurück mehr. Es haben sich immer Türen geöffnet. Und die Möglichkeiten, die sich ergaben, habe ich am Schopf gepackt.

Das Gespräch führte Sabine Spindler.