

# INTERVIEW

Damian Zimmermann im Gespräch mit Simone Klein

## Die Aura des Authentischen

Nach ihrem Kunstgeschichtsstudium hat **Simone Klein** (Jahrgang 1967) in der berühmten Fotogalerie Kicken gearbeitet, leitete die Fotoabteilungen am Kunsthaus Lempertz und bei Sotheby's und war zuletzt zwei Jahre Direktorin der Abteilung Print Sales bei Magnum in Paris bevor sie sich 2018 als Kunstberaterin in Köln selbstständig machte.



Simone Klein, Foto: © Laurence Mary

### ProfiFoto: Auf deiner Webseite steht „Photography & Art Advisory“. Was genau bedeutet das eigentlich?

Simone Klein: Das Berufsfeld eines „Art Advisor“ ist in Deutschland gar nicht so bekannt – und spezialisiert auf Fotografie schon gar nicht. Ich persönlich habe drei Standbeine. Das erste sind Appraisals, also das Verfassen von Wertgutachten. Das kann für eine einzelne Fotografie sein, eine Sammlung oder auch ein ganzes Archiv.

### Ich könnte also mit einem Foto zu dir kommen und du sagst mir, was es wert ist?

Ich würde recherchieren mit den mir zur Verfügung stehenden Mitteln und nach spezifischen Kriterien bewerten, und ich muss mir natürlich das Objekt anschauen, denn der Zustand spielt eine wichtige Rolle. Ein Knick, ein Riss oder eine fehlende Signatur kann den Wert komplett verändern. Das gilt für Vintage-Prints genauso wie für zeitgenössische Fotografie, denn die Probleme der Haltbarkeit speziell von Farbfotografien sind

ja bekannt. Ich schaue mir also jedes einzelne Blatt an, ermittle den aktuellen Wert – das kann je nach Aufgabenstellung der „fair market value“ oder auch der Versicherungswert sein – und schreibe ein Gutachten. Das habe ich ja in 20 Jahren Berufserfahrung jeden Tag gemacht: Ich habe mir die Objekte im Original angeschaut, einen Wert ermittelt und sie dann in die Auktion aufgenommen, wo sie im idealen Fall für einen höheren Wert verkauft wurden.

### Das zeigt, wie relativ der Wert von Kunst ist. Wenn jemand eine Leidenschaft und das nötige Geld hat – was ist dann der Wert einer Fotografie?

Ja. Kunst zu bewerten ist schwierig, denn kein Kunstwerk ist wie das andere und wo sind im Detail die Vergleichskriterien? Dennoch gibt es Mittel und Wege, sich dem zu nähern. Auch Erfahrung spielt dabei eine große Rolle. Allerdings hat eine Auktion immer viel mit Psychologie zu tun. Es müssen ja nur zwei Personen im Raum sitzen, die ein Objekt

haben wollen – dann ist das Rationale oft schon ausgeschaltet. Zumindest bei Privatbietern. Dann ist es fast egal, wie man es vorher eingeschätzt hat. Wobei es eine Regel gibt: Wenn Objekte zu hoch taxiert werden, wird es meist schwieriger, sie zu verkaufen, weil sie dann für potentielle Bieter nicht mehr so attraktiv sind. Denn bei einer Auktion muss man ja aktiv bieten und es ist meistens nicht damit getan, dass man einmal die Hand hebt und damit hat man es. Es kann ja ein Gefecht geben. Da muss man entweder flexibel sein oder sich ein eigenes Limit setzen, das man nicht überschreiten will. So funktioniert das System Auktion. Aber da Kunst ein emotionales Gut ist, sind die guten Vorsätze oft schnell vergessen.

### Und dein zweites Standbein?

Mein zweites Standbein ist das, was man als Art Advisor klassischer Weise macht, nämlich Kunst an Sammler oder Institutionen zu vermitteln. Ich habe Kunden mit ganz genauen Vorstellungen und mit einem klar umrissenen Sammlungskonzept, und die beauftra-

gen mich, Stücke zu finden, die in dieses Konzept hineinpassen. Manche sind aber auch ganz konkret auf der Suche nach einem bestimmten Werk und beauftragen mich, es für sie aufzuspüren. Meine Arbeit basiert dann auf meinem Netzwerk und viel Erfahrung. Das kann man nicht lernen. Aber um dieses Netzwerk zu erhalten und auszubauen, muss man auch ständig überall präsent sein. Das kann man nicht vom Schreibtisch aus machen. Der gesamte Kunstmarkt basiert ja auf persönlichen Kontakten.

### Wenn nicht Corona wäre: Wieviele Tage im Jahr bist du unterwegs?

Etwa drei Viertel des Jahres. Anders geht es nicht. Aber es kann alles sein: Eine wichtige Vernissage, ein Symposium, ein Kundenbesuch, eine Messe, eine Auktion und natürlich die ganzen Veranstaltungen drumherum. Das mag ich sehr sehr gerne und das viele Reisen macht mir nichts aus.

### Du lebst seit 2017 wieder fest in Köln und richtest dir gerade einen Showroom ein.

Genau, das ist mein drittes Standbein. Er ist gedacht für Events wie Workshops zum Fotomarkt und ganz speziell zum Sammeln von Fotografie. Außerdem will ich Gastredner einladen und Präsentationen und Ausstellungen zeigen. Ich will das tun, was ich am liebsten mache: Leute und Fotografie zusammenbringen, ganz analog, und Wissen vermitteln.

#### **Wer kauft heute Fotokunst? Gibt es die Gelegenheitskäufer oder sind es Menschen mit richtigen Sammlungskonzepten?**

Ich glaube, dass die Fotografie immer noch ein so spezialisiertes Gebiet ist, dass sie vor allem von Connaissseuren gekauft wird. Das müssen nicht dezidierte Fotosammler sein, aber sie wissen um die Besonderheiten des Mediums. Gerade im Bereich der Vintage-Fotografie ist historisches und kunsthistorisches Wissen und Verständnis des Mediums wichtig – und das würde ich gerne in Zukunft mehr vermitteln.

#### **Zumal der Begriff Vintage sehr unscharf ist, oder?**

Ich habe ihn jetzt etwas allgemein genutzt für die analoge, klassische Fotografie, aber es stimmt, dass er heute unpräzise gebraucht wird. Das war anders, als der Begriff in den 1970er Jahren im Rahmen des entstehenden Fotografiemarktes aufkam. Der Begriff Vintage kommt eigentlich aus der Wein-Sprache und wurde dann auf die Fotografie appliziert. Gemeint war damit ursprünglich der Abzug, der unmittelbar nach der Entstehung des Negativs und vom Original-Negativ vom Fotografen selbst oder von ihm autorisiert geprintet wurde – und eben nicht 20 Jahre später. Dann ist es ein Later Print oder ein Modern Print oder vielleicht sogar ein posthumer Abzug.

#### **Das sagt aber nichts über die Qualität aus.**

Nein, erst einmal nicht, wobei einen Vintage-Print die Aura des Authentischen umgibt. Es gibt aber natürlich auch tausend Gegenbeispiele.

#### **Wenn man Kunst als Kapitalanlage betrachtet, sollte man sich eher einen Vintage-Print kaufen?**

Kunst als Kapitalanlage ist eine vielschichtige Sache – und bei Fotografie noch mehr. Ganz grundsätzlich kann man aber sagen: Vintage hat langfristig mehr Potential, weil es kein Spekulationsobjekt ist. Du wirst einen Vintage-Abzug aus den 1920er bis 1960er Jahren leichter wieder verkaufen können, einfach weil er meist rarer ist und als „authentischer“ gilt als ein Modern Print. Aber das Wert-Verhältnis vom Vintage zum späteren

oder posthumen Abzug ist ein kompliziertes, und unter bestimmten Bedingungen können spätere Abzüge sogar mehr wert sein als der entsprechende Vintage-Print.

In der zeitgenössischen Fotografie gelten andere Regeln. Da geht es um die Inhalte, die Entwicklung des Künstlers, seine Verkaufsstrategie und seine Vertretung auf dem Primärmarkt, seine Platzierung in privaten und institutionellen Sammlungen sowie seine Teilnahme an Ausstellungen, die letztendlich zu seiner Präsenz auf dem Sekundärmarkt und zu steigenden Preisen führen.

#### **Wie unterscheidet man heute überhaupt noch zwischen Kunst und Fotografie? Bereiche aus der angewandten Fotografie wie Reportage oder Modofotografie waren nie als Kunst gedacht, findet man aber immer häufiger in Ausstellungen und auf dem Kunstmarkt. Wer entscheidet, dass ein Magazinfotograf auf einmal auch für den Kunstmarkt interessant ist?**

Das ist eine sehr gute Frage. Das entscheidet derjenige, der die Initiative ergreift, die Arbeit auf dem Kunstmarkt anzubieten und sie auszustellen, also der Galerist und der Museumskurator. Die Modofotografie ist ein sehr gutes Beispiel. In den 1990er Jahren gab es die ersten Auktionen nur für Modofotografie, das waren Privatsammlungen, und sie hat sich seitdem auf dem Kunstmarkt total etabliert. Zum Beispiel Helmut Newton. Er hat es als Modofotograf in den Kunstmarkt geschafft, weil er schon frühzeitig von namhaften Galeristen vertreten wurde, die mit ihm eine Verkaufsstrategie entwickelt und seine Arbeiten an Sammler verkauft haben.

#### **Letztendlich geht es also nicht um das Genre, sondern um Einzelpersonen und -positionen und wie sie platziert werden?**

Ich würde sagen, ja. Angewandte Fotografie landet ja nicht automatisch auf dem Kunstmarkt. Dafür muss es erst einmal eine bestimmte Qualität haben, auch eine bestimmte „Kunst“-Qualität.

#### **Wenn jemand Produktfotograf für Werbespots ist, ist die Wahrscheinlichkeit gering, dass er mit den Bildern von Kekspackungen und Tomaten auf dem Kunstmarkt landet. Aber ausgeschlossen ist das nicht?**

Nein, ausgeschlossen ist das nicht. Es gibt genug Produktfotografien, die auch im Ausstellungskontext gezeigt werden. Aber selbst deshalb ist es noch nicht im Kunstmarkt angekommen. Dafür müsste es jemand dort anbieten, ein Preisschild dran

machen und es auch verkaufen. Und wiederverkaufen. Einem breiten Interessenten- und Sammlerkreis zugänglich machen. Dann erst ist ein Markt vorhanden.

#### **Was muss man als Fotograf, aber auch als Käufer beachten, wenn man Fotografie verkauft bzw. kauft?**

Die Qualität des Objektes ist wichtig. Es muss gewährleistet sein, dass es ein Abzug auf haltbarem Material ist und dass es möglich ist, dass ich das Objekt ein paar Jahre an meiner Wand hängen habe. Dabei ist es letztlich egal, ob es analog oder digital ist. Das einzige Material, bei dem man wirklich aufpassen muss, sind chromogene Abzüge aus den 1990er Jahren. Diese frühen C-Prints haben sich als leider nicht farbbeständig erwiesen. Seit einigen Jahren wurde diese Print-Technik verbessert und gilt nun als extrem haltbar.

#### **Was ist mit der Auflage?**

Das ist ganz wichtig. Als Künstler solltest du eine ganz klare Strategie fahren. Die Qualität des Abzugs muss sehr gut sein, aber auch die Strategie der Auflage muss klar und transparent sein. Am besten sollte die Auflage so klein wie möglich sein.

#### **Einige Künstler bringen nach ein paar Jahren dann das gleiche Motiv in einer anderen Auflage noch einmal heraus, weil Käufer fragen, ob es das auch kleiner oder größer gibt. Geht das?**

Aus Sicht der Sammler ist eine solche Strategie nicht ideal, aber sie existiert. Es ist ratsam, sich als Künstler von Beginn an einen klaren und nachvollziehbaren Umgang mit der jeweiligen Auflage zu erarbeiten. Es gibt die Option, innerhalb einer von vornherein festgelegten Auflage verschiedene Formate anzubieten. Außerdem üblich sind zwei Auflagen desselben Motives in zwei unterschiedlichen Formaten, wobei das größere Format meist die kleinere Auflage hat und das kleinere Format die höhere Auflage. Man sollte sich darüber im Klaren sein, dass weniger immer besser ist, und sich definitiv von hohen Auflagen oder auch von unlimitierten Auflagen verabschieden. Das darf bzw. durfte nur Sebastiao Salgado und Henri Cartier-Bresson!

#### **Seit Corona fallen fast alle Vernissagen aus, es gibt keine Messen und keine Festivals. Die Orte der Begegnung, die für den Kunstmarkt so wichtig sind, gibt es aktuell nicht. Welche Auswirkungen hat Corona auf den Kunstmarkt?**

Das stimmt, die Küsschen-Küsschen-Social-Events finden gerade sehr reduziert statt – und ohne Küsschen!

Vieles ist ins Virtuelle gewandert. Ich habe mir zu Beginn des Social Distancing alle virtuellen Workshops, Diskussionen, Galerie-, Messe- und Ausstellungenrundgänge angeschaut und mich gefragt, warum mir vieles davon nicht schon früher so gemacht haben. Jetzt nach ein paar Monaten tritt jedoch bei mir eine gewisse Online-Müdigkeit ein. Ich möchte jetzt wieder Face-to-Face-Situationen haben.

#### **Und wie sieht es mit den Auswirkungen auf den Primärmarkt aus, also auf Künstler und Galerien?**

Einige Galerien, mit denen ich gesprochen habe, berichteten, dass sie trotz Corona ganz gut verkauft haben und es ihnen besser gehe als sie gedacht hätten. Das sind meist die Galerien, die eine sehr gute Internetpräsenz haben und diese nun ausbauen, vielleicht sogar mit einem Shop oder einem starken Social Media-Auftritt und regelmäßigen Newslettern mit gezielten Angeboten. Auf der anderen Seite habe ich aber auch gehört, dass gerne nach größeren Discounts gefragt wird. Das finde ich wirklich frech.

Da Messen ausgefallen sind, erschweren sich für viele Galerien die internationalen Verkaufsmöglichkeiten. Die Photo London – die zunächst von Mai auf Oktober verschoben wurde und nun für 2020 physisch ganz abgesagt wurde – bietet nun über die Plattform ARTSY eine digitale Messe und damit Verkaufsoptionen an. Momentan ist die große Hoffnung auf eine internationale Präsenzmesse ja noch die Paris Photo im November.

#### **Als Nicht-Sammler erfährt man meist nur etwas über Auktionen, wenn es Rekordergebnisse zu vermelden gibt wie beispielsweise bei Andreas Gursky oder zuletzt bei Richard Avedon, wo für einen großen Abzug von „Dovima with Elephants“ 1,8 Millionen Dollar gezahlt wurden. Seit wann sind solche Summen für Fotografie überhaupt zu erzielen?**

Ungefähr seit der Jahrtausendwende. Der Markt für Fotografie ist ja immer noch relativ jung. Ikonische Fotografien von Man Ray, Edward Steichen, Edward Weston, Helmut Newton oder Richard Avedon haben seitdem die Millionengrenze geknackt. Für Fotografien zeitgenössischer Künstler wie Andreas Gursky, Cindy Sherman oder Richard Prince trifft dies häufiger zu.

Das hängt damit zusammen, dass zeitgenössische Fotografien gar nicht in Fotoauktionen angeboten werden, sondern in Auktionen für zeitgenössische Kunst, die ja in den letzten Jahren zum schwindelerregenden Spekulationsobjekt geworden ist.