

BAROMETERS VAN DE KUNSTMARKT

Hoe verhouden belangrijke tentoonstellingen als de Biënnale van Venetië en de kunstmarkt zich tot elkaar? Op de Biënnale wordt niet verkocht, maar die heeft wel degelijk invloed op de markt. TEKST: JEANNETTE TEN KATE FOTO'S: MONIQUE KOOLJANS

Hét jaarlijkse hoogtepunt voor de hedendaagse kunst is Art Basel, dat in juni in Zwitserland plaatsvindt. Aan de verkopen in Basel is goed af te lezen hoe de kunstmarkt ervoor staat. Art Basel wordt een week later gevolgd door de veilingen Postwar- and Contemporary Art in Londen en om het jaar voorafgegaan door de opening van de Biënnale in Venetië in mei. Zo ook dit jaar. De vraag is dan, hoe verhouden deze mega kunstblockbusters zich tot elkaar? Op de Biënnale kan niet worden gekocht, maar wel gekeken. Maar op de beurs worden werken van de kunstenaars, die in Venetië te zien zijn, wel aangeboden door de galeries. Sterker nog, veel galeriehouders sponsoren de expositie van hun kunstenaars in Venetië. De prijs van kunst wordt immers voor een groot deel bepaald door de naam van de kunstenaar en waar hij exposeert.

Kortom, in naam heeft de Biënnale geen commerciële focus, maar op de beurs en ook op de veilingen in Londen blijkt dat er wel degelijk een verbinding is. Niet zo gek natuurlijk, omdat zowel de landenpaviljoens als de centrale tentoonstelling in Venetië worden gecureerd door professionals die

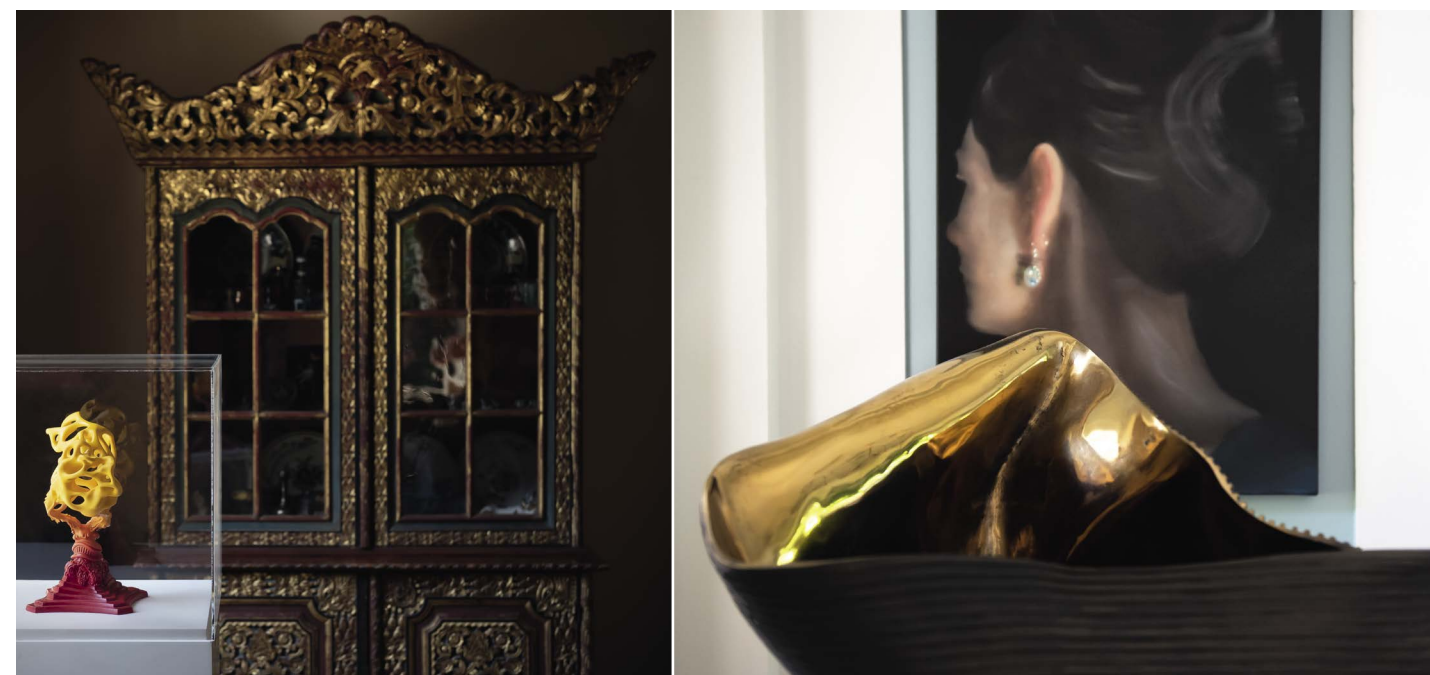
zorgvuldig zijn geselecteerd en die ook weer heel zorgvuldig hun kunstenaars uitzoeken. Dat zegt wat over de kwaliteit van laatstgenoemden. En sinds hedendaagse kunst een mondiaal platform heeft en het door de hoeveelheid en diversiteit lastig is keuzes te maken, heeft een dergelijke leidraad zeker invloed.

VIP treatment

Ieder jaar reis ik af naar Basel om me met een groep kunstkopers te begeven in het hedendaagse kunst circus. Naast de hoofdbeurs zijn er talloze andere beurzen, tentoonstellingen, events en niet te vergeten de feesten en diners, die worden georganiseerd op verschillende plekken in de stad. Maar uiteindelijk draait het natuurlijk om Art Basel zelf. Het is allereerst zaak om de juiste VIPcard in je bezit te hebben. Want behalve dat je eerder naar binnen kan, zegt het in de hiërarchie van de kunstwereld ook iets over jouw plaats daarin. De eerste twee dagen kun je alleen naar binnen op uitnodiging. En dan zijn er ook nog verschillende time-slots. De laatste vier dagen mag

Johan Tahon, *Tirade*, 2014, keramiek, 165 x 40 x 45 cm

Joep van Lieshout, *Vetnippel*, 2014, glasvezel en polythyleen, 110 x 145 x 50 cm



IN HET TOPSEGMENT WAREN OP ART BASEL TIEN GALERIES VERANTWOORDELIJK VOOR 75 PROCENT VAN DE TOTALE VERKOPEN

Nick Ervinck, *LUIINIRPS*, 2013-2014, SLS 3D-print, 26 x 19 x 17 cm

Katinka Lampe, *4660171*, 2017, olieverf op doek, 60 x 40 cm. Ervoor een detail van een bronzen beeld door Andrew Rodgers

iedereen naar binnen. De veelgestelde vraag: 'Wanneer ga jij?' kan dus zomaar een andere betekenis hebben dan het daadwerkelijk aanwezig zijn. Eenmaal binnen is het van belang om in de enorme hoeveelheid op een systematische manier je weg te vinden. Het is zeker verstandig en voor mij een must om voorafgaand aan het bezoek onderzoek te doen naar de kunst binnen jouw interessegebied. Het gebeurt vaak dat als werk is verkocht, dit direct wordt weggehaald en een ander wordt opgehangen; het zijn tenslotte dure muren. Met als gevolg dat een stand soms een dag later volledig veranderd is. Dat geeft dan tevens aan hoe goed er verkocht is.

Een goed jaar

Er werd heel goed verkocht dit jaar. Er heerste een sfeer, zoals we die voelden in de topjaren voorafgaand aan de crisis, 2007 en 2008. Op de eerste dag van de beurs was een groot deel van vooral bekende namen al verkocht. Even een paar voorbeelden: een zwart-wit doek van Gerhard Richter uit 1966, *Versammlung*, werd bij David Zwirner verkocht voor twintig miljoen dollar. Het was 50 jaar lang in de privéverzameling geweest van een Italiaans echtpaar dat met de opbrengst hun Palazzo Butera in Palermo wilde renoveren. Ook introduceerde Zwirner dit jaar iets nieuws, een online stand naast hun fysieke stand: Basel Online.

Het verkopen van kunst online is niets nieuws. Vier jaar geleden werd voor het eerst 6 procent van de verkopen wereld-

wijd online gedaan en dit percentage groeit gestaag tot inmiddels 9 procent in 2018, blijkt uit het jaarlijkse rapport over de mondiale kunstmarkt door Clare McAndrew in opdracht van Art Basel. Maar bij nader onderzoek blijkt dat een online platform alleen werkt als de betrouwbaarheid gegarandeerd is door degene die het beheert. Zoals een Sotheby's, Christie's, Artnet, Artsy of in dit geval Zwirner, een van de belangrijkste galeries ter wereld. Online wordt vooral werk in oplage verkocht, zoals foto's of grafiek. En als het gaat om unieke werken, dan vooral de sleutelwerken van bekende kunstenaars. De verkoopprijzen gaan over het algemeen niet boven de vier à vijf ton. Maar dit jaar was het anders. Een dag na de lancering van Basel Online werd een roestvrijstalen sculptuur van een pompoen door Yayoi Kusama voor \$1.800.000,- verkocht tezamen met een wandsculptuur van Donald Judd voor \$900.000,-. Aan een verzamelaar uit San Francisco, die geen tijd had om naar Basel af te reizen.

Tien galeries bepalen de markt

Toch is het belangrijk om de relativiteit te blijven zien van deze bedragen met een hoog monopoly-gehalte. Het gaat hier namelijk om het topje van de piramide. Slechts tien galeries van de 290 op de beurs waren samen goed voor circa 75 procent van de verkoopopbrengsten! Zwirner en Hauser & Wirth zetten bij elkaar een kleine honderd miljoen dollar om. En dat allemaal met maar enkele tientallen kopers. Het midden- en »



laagste segment kennen een heel andere marktontwikkeling. Zo werd er in die segmenten met heel wisselend succes verkocht. Tevens werd duidelijk dat door de politieke en sociale onrust in de wereld de galeriehouders niet zeker waren hoe de verkopen zouden verlopen en met de hoge kosten van hun stand derhalve geen risico's durfden te nemen. Zo werd vooral 'veilige' kunst aangeboden van al bekende kunstenaars met een makkelijk verkoopbare uitstraling.

Wel werden een aantal trends duidelijk: zo is de kunst van 'nog niet ontdekte' dan wel herontdekte vrouwelijke kunstenaars op leeftijd veelvuldig te zien, alsook van Afrikaans-Amerikaanse kunstenaars en als die dan ook tentoonstellen op de Biënnale, dan gaan de verkopen snel. Zo verkocht de Zuid-Afrikaanse galerie Stevenson binnen de eerste uren na de opening 24 foto's van Zanele Muholi, die uitgebreid te zien is in Venetië en overigens ook een solo-expositie had in het Stedelijk Museum twee jaar geleden.

De rol van de verzamelaar

Op Art Basel is de stand van zaken op de mondiale markt goed te zien. Maar hoe gaan de individuele kopers hiermee om? Een goed voorbeeld is een verzamelaar met een prachtige eclectische kunstcollectie, Louisa van Beuningen, die regelmatig met mij meereist naar internationale beurzen en die ik begeleid op haar pad binnen de kunstmarkt. Deze telg uit het bekende geslacht van kunstliefhebbers woont in een prachtig landhuis tussen glooiende weilanden, gevuld met kunst. Van kinds af aan groeide Louisa op tussen de kunst die haar vader in de jaren dertig kocht, tijdens zijn verblijf in Parijs. Hij kende veel van de kunstenaars waarvan hij kocht. Van Francis Picabia tot Auguste Herbin, maar ook Belgische kunstenaars als Gustave De Smet en William Degouve de Nuncques. Louisa nam deze gewoonte over en koopt zowel van jonge kunstenaars naast al gevestigde namen.

De creatieve uitdaging die ontstaat bij de zoektocht naar de uiteindelijke aanschaf is een andere dan alleen het kijken naar kunst. De ervaring van Louisa is dat deze actieve interesse maakt dat je dichter bij het creatieve proces komt te staan en zo ook meegroeit in je kennis en oog voor kwaliteit. Ze ziet hoe kunstenaars gebruik maken van de beeldtaal uit de kunstgeschiedenis. Om die reden is het voor haar vanzelfsprekend dat haar collectie bestaat uit kunst van alle tijden. En zo hangen en staan werken van kunstenaars als Joep van Lieshout, Marina Abramovic, Sarah van Sonsbeeck, Johan Tahon, Bas



de Wit, Matthew Monahan, Letha Wilson, Michael Wolf en de broers Quistrebert bij haar thuis broederlijk naast Maris, Jo Bauer, Picabia en De Smet. En dit zijn maar een paar voorbeelden. Voor Louisa geeft het volgen van de hedendaagse kunst ook een meerwaarde om de tijdsgeest te ervaren. Kunst hoeft voor haar dan ook niet alleen maar esthetisch te zijn. De boodschap is minstens zo belangrijk. Om bij de tijd te blijven is het niet alleen noodzakelijk, maar ook leuk om de internationale beurzen te bezoeken. Niet alleen vanwege de kennis die ze opdoet, maar ook om een onderdeel te zijn van dit mondiale systeem. De ontmoetingen met medestanders en kunstenaars en de verrassende gesprekken die daarbij kunnen ontstaan zijn voor haar een belangrijk onderdeel van wat de kunstwereld je geeft.

Een onderdeel zijn van de kunstwereld kan op vele manieren worden ingevuld. Afhankelijk van wat je er zelf uit wilt halen. Om je pad te vinden in het enorme aanbod is het goed onderscheid te maken in de diverse segmenten waaruit de kunstmarkt bestaat en vervolgens te kiezen wat voor jou belangrijk is en bij je past. De mogelijkheden zijn legio. «

Jeannette ten Kate is kunstadviseur op de mondiale kunstmarkt, oprichter van The Art Connector en directeur van The Arts Club en The International Arts Club. Na haar studie kunstgeschiedenis was zij elf jaar werkzaam bij veilinghuizen Sotheby's en Glerum Auctioneers. Sinds twintig jaar is zij werkzaam bij haar eigen bedrijf. www.artconnector.nl



Bas de Wit, *Grow with the Flow #7*, 2018, polyester en pigment, 256 x 80 x 40 cm