

APPENDIX: METHODE, EXPERTISE, KENNZAHLEN UND RATING

Aufmerksamkeit - Standing - Ruhm - Reputation

Den Versuch, die Aufmerksamkeit, die Reputation, das Standing oder den Ruhm eines Künstlers oder einer Künstlerin in Zahlen zu messen und darauf ein Ranking aufzubauen, hat zum ersten Mal der Journalist Willi Bongard mit seinem Kunstkompass in den 70er Jahren unternommen, erntete dafür zuerst viel Spott, dann aber vermehrt internationale Anerkennung. Der Kunstkompass wird auch heute noch von der Zeitschrift „Capital“ veröffentlicht und von Bongards Witwe Linde Bongard-Rohr ermittelt. Inzwischen gibt es mehrere solcher Rankings, die auf mehr oder weniger objektiven Daten und wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen, insbesondere auf Georg Franck's „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, Carl Hanser Verlag, München, 1998: „Die Resource Aufmerksamkeit ist knapp geworden, knapper als das Geld“. Darauf stützt sich das Art-Report-Ranking, das sich nicht auf die Zulieferung von Institutionen und Galerien verlässt, sondern die Präsenz Künstler für Künstler recherchiert und erfasst. In der Datenbank derzeit erfasst sind ca. 31.000 KünstlerInnen, 5.000 Veranstalter und 35.000 Ausstellungen.

Expertise, Wertgutachten

Auf den Daten von Art-Report aufbauend hat ArtLogistics GmbH & Co. KG ein neues Verfahren entwickelt, den Marktwert eines Kunstwerks zu schätzen. Ausgangspunkt ist dabei der sog. **Preisfaktor** (Preis/(Höhe+Breite+Tiefe in cm), den ArtLogistics aus möglichst aktuellen Auktionsergebnissen für repräsentative Werke berechnet. Sind keine oder nicht ausreichend viele Auktionsergebnisse vorhanden, werden aktuelle Galeriepreise zugrundegelegt. Der so ermittelte durchschnittliche Preisfaktor für repräsentative Werke wird multipliziert mit den Maßen des zu schätzenden Kunstwerks und ergibt den sog. ...

Rechnerischen Wiederbeschaffungspreis oder Versicherungswert (WP)

Dies ist der Preis, den ein Kunstinteressent voraussichtlich in einer Auktion inkl. Auktionsgebühren und evtl. Steuern zahlen müsste, würde er das Kunstwerk heute erwerben wollen und können. Das entspricht dem Wert, der auch für eine Versicherung herangezogen wird.

Faktor für Seltenheit, bzw. Gewicht im Oeuvre

Für die Ermittlung des Marktwertes, bzw. dem Preis, den der aktuelle Besitzer des Kunstwerks bei Verkauf im Sekundärmarkt erzielen könnte, wird dieser WP vorher um einen Faktor korrigiert, der die Bedeutung des jeweiligen Kunstwerks im Gesamt-oeuvre widerspiegelt. Für ein allseits gesuchtes Schlüsselwerk kann sich dieser Faktor verdoppeln oder verdreifachen. Ist das Werk als wenig oder kaum repräsentativ oder typisch anzusehen, fällt dieser Faktor unter 1,0. Auch die Provenienz, z.B. Teil einer berühmten Sammlung, kann eine Rolle spielen.

Aktueller Galeriepreis

Falls verfügbar wird der aktuelle Galeriepreis für ein vergleichbares Werk zum Vergleich herangezogen, geht aber nicht in die Berechnung des Marktwertes ein.

Abschlag für Auktionsgebühren

Vom Wiederbeschaffungswert (WP) wird anschließend ein Abschlag vorgenommen, der die Kosten bei einem evtl. Verkauf im Sekundärmarkt, bzw. bei einer Versteigerung wider gibt. Hierfür wird pauschal ein Satz von 25 Prozent des WP angesetzt, was rund 31 Prozent auf den Nettzuschlag in einer Auktion entspricht. Bei einem Verkauf eines wichtigen älteren Werkes an einen Galeristen dürfte eine ähnliche Spanne gelten. Für ein frisches Kunstwerk wird der Galerist aber meist nur 50 Prozent des Galeriepreises zahlen.

Evtl. Abschlag für Mängel etc.

Vorausgesetzt wird in der Regel ein Kunstwerk in perfektem Zustand und mit ausreichender Dokumentation (Rechnung, Herkunft, Zertifikat etc.). Zu einem Abschlag kommt es, wenn das Kunstwerk in irgendeiner Weise beschädigt und/oder seine Herkunft zweifelhaft ist.

Evtl. Abschlag für Marktrisiken

Die Marktfähigkeit oder Liquidität einer Aktie lässt sich in der Regel einfach anhand der Börsenumsätze ermitteln, bei Immobilien und Kunst ist das schon deutlich schwieriger, weil es sich - mit Ausnahme von Grafik und Multiples - immer um einzigartige, kaum vergleichbare Objekte handelt.

Zudem veröffentlichen auf dem Kunstmarkt lediglich Auktionshäuser ihre Umsätze, Galeristen jedoch nicht. Verlässliche Zahlen stehen also nur vom Sekundärmarkt in der Auktion zur Verfügung, der auf der anderen Seite stetig an Bedeutung zunimmt. Neben zahlreichen nationalen oder regionalen Versteigerern gewinnen sog. Online-Auktionen an Boden. International auktionärfähig, das heißt in den Contemporary Sales von Sotheby's, Christie's oder Phillips, de Pury & Co. aufgerufen zu werden, ist aber bei weitem nicht jeder Künstler oder jede Künstlerin. Wer das mit ausreichend großer Häufigkeit geschafft hat, hat auch die höchste Stufe an Liquidität erreicht. Aussagefähig ist u.a. die Zahl der Auktionsergebnisse und die dabei erzielten Umsätze. Berücksichtigt wird neben Quantität und Qualität der Auktionsergebnisse auch ihre Zusammensetzung in Medien wie Malerei, Skulptur etc. sowie die sog. **Messequote**, worunter der Anteil der Aufmerksamkeit im weltweiten Ausstellungsbetrieb verstanden wird, der durch Beteiligung an Kunstmessen zustande kommt. Je höher diese Messequote ausfällt, umso mehr ist davon auszugehen, dass der Künstler oder die Künstlerin marktgetrieben ist. ArtLogistics misst die Marktfähigkeit eines Künstlers oder einer Künstlerin im Primär und Sekundärmarkt im Rahmen eines Rasters von 1 bis 10 - siehe Tabelle Rating.

Marktpreis (MP), Verkehrswert oder Beleihungswert

Der um diverse Abschläge nach unten korrigierte Wiederbeschaffungspreis ergibt den Marktwert oder Verkehrswert, bzw. Beleihungswert, also den Preis, den ein potentieller Verkäufer aktuell im Sekundärmarkt erzielen sollte.

Preisfaktor Marktpreis

Hierunter ist der Preisfaktor auf Basis des Marktpreises zu verstehen.

Vergleichende Analyse, Price/Attention-Ratio (PAR)

Wenn möglich wird der jeweilige Preisfaktor des Künstlers oder der Künstlerin sowie seine/ihre um die Aufmerksamkeit bereinigte PAR's zum Vergleich mit den Kennzahlen anderer KünstlerInnen gestellt, die derselben Kunstrichtung zuzuordnen sind, bzw. ähnliches Standing genießen.

Aufmerksamkeit + Liquidität + Netzwerk = Rating:

Das Standing eines Künstlers oder einer Künstlerin fängt naturgemäß irgendwo bei Null an, baut sich im Laufe der Ausbildung auf und steigt im Idealfall stetig im weiteren Verlauf der Karriere. Das Gewicht von Galerien, Institutionen und Sammlern, die Teil des Netzwerks werden, nimmt von Jahr zu Jahr zu, somit auch die Präsenz im weltweiten Kunstbetrieb. Einige wenige KünstlerInnen schaffen es, aufgrund der Originalität ihres Werks, ihrer Persönlichkeit und Verbindungen schon in einer sehr frühen Phase ihrer Karriere weltweit Aufmerksamkeit zu erregen. Sie erreichen einen ersten Zenith schon in ihren 30er Jahren. Die meisten erreichen diesen Punkt erst im Lebensalter von 40 bis 60 Jahren. Es folgt in der Regel eine unterschiedliche lange Phase der Konsolidierung, die bestenfalls abgelöst wird von einer über den Tod hinaus gehenden Wiederentdeckung durch Kunstbetrieb und Kunstmarkt und einer entsprechend wachsenden Wertschätzung.

Rating von Kunstschaaffenden											
Karrierestufen	Alter	AR-Punkte	US-Quote	Messe-Quote	Galerie-netz	Samml. Netz	US-Quote	Primärmarkt	Sekundärmarkt	Rating	
Akademie	25	0	0	0	0	50-100	0	0	0	C	
1. Class Professoren	25-30	50-100	0-10	0-10	0	50-100	0-10	1	0	C	
Erste Ausstellungen (G)	25-35	50-100	0-10	0-10	0-50	50-100	0-10	1	0	C	
Stipendien	25-35	50-100	0-10	0-10	0-50	50-100	0-10	1	0	CC	
Abschluss	25-35	50-100	0-10	0-10	0-50	50-100	0-10	2	0	CC	
Netzwerk Künstler	25-35	50-100	0-10	0-10	0-50	50-100	0-10	2	0	CC	
Erste Galeriekontakte	25-35	50-100	0-10	0-10	0-50	50-100	0-10	2	0	CCC	
Feste Galerieverbindung	25-35	50-100	0-10	0-10	50-100	50-100	0-10	3	0	CCC	
Awards	25-35	100-150	0-15	0-15	50-100	50-100	0-15	3	1	B	
Erste Ausstellungen (S)	30-40	100-150	0-15	0-15	50-100	50-100	0-15	4	1	B	
Netzwerk Sammler	30-40	150-300	15-20	15-20	50-100	50-100	15-20	5	2	BB	
Netzwerk Kuratoren	30-40	150-300	15-20	15-20	50-100	50-100	15-20	5	2	BBB	
museums acquisitions	30-40	200-400	15-20	15-20	50-100	50-100	15-20	6	3	A	
1. Class Galerien	30-40	200-400	15-30	15-30	100-200	50-100	15-30	7	4	A	
Öffentl. Ausstellung (S)	30-50	200-400	15-30	15-30	100-200	50-100	15-30	7	4	A	
Aufbau Global Network	40-60	300-500	20-40	20-40	200-400	50-100	20-40	8	6	AA	
1. Class Global Network	40-60	500-1000	20-40	20-40	300-600	50-100	20-40	8	7	AA	
Top-Class	40-80	500-1000	20-40	20-60	400-800	50-100	20-40	bis 10	bis 10	AAA	