

Kunsthandel en veilinghuizen zorgen voor torenhoge prijzen - Hoe haai op sterk water 12 miljoen opbrengt

Waarom betaalt een kunstverzamelaar 12 miljoen dollar voor een haai op sterk water? Econoom Don Thompson legt in zijn boek Shock Art uit dat de prijs van hedendaagse kunst nauwelijks wordt bepaald door esthetiek maar vooral door de hype rond de kunstenaar. ELLEN DEN HOLLANDER

AMSTERDAM - De prijzen die verzamelaars voor hedendaagse kunstwerken betalen zijn soms verbijsterend hoog. Neem de dode haai die de Britse kunstenaar Damien Hirst begin jaren '90 in een vitrine op sterk water zette. Hij gaf zijn kunstwerk een diepere laag door het de titel *The physical impossibility of death in the mind of someone living* te geven en schreef geschiedenis. Jaren later zou de puissant rijke verzamelaar Steve Cohen 12 miljoen dollar voor het beest betalen. De haai was op dat moment al aan het rotten in zijn vitrine.

Econoom Don Thompson raakte zo geïntrigeerd door de economie achter de kunst dat hij op onderzoek uitging. Het resultaat is het boek *Shock Art*, waarvan de Nederlandse vertaling deze maand verscheen. De prijs van hedendaagse kunst hangt, zo blijkt uit Thompsons boek, nauwelijks af van de artistieke kwaliteit maar van heel andere factoren. Van de hype rond een kunstenaar bijvoorbeeld. De eerder genoemde Damien Hirst is een goed voorbeeld, maar ook Jeff Koons is zowel omstreden als een slimme marketeer die naam maakte met kunstwerken die veel stof deden opwaaien. De Amerikaan kocht in 1980 een stofzuiger, zette het apparaat in een vitrine en het werd kunst. Andy Warhol deed hetzelfde trucje al jaren eerder met blikken Campbell-soep.

Wanneer is iets kunst? En is het ook nog kunst als je het principe gemakkelijk kunt kopiëren? Thompson legt uit dat het bij dit soort kunst vooral belangrijk is of er een topgalerie achter de kunstenaar staat of niet. Verzamelaar Charles Saatchi is zo'n invloedrijke figuur die ervoor kan zorgen dat een kunstenaar doorbreekt. Als Saatchi het mooi vindt, dan moet het wel wat zijn, is de gedachte erachter. Dat geldt ook voor kunst in galleries als White Cube, Haunch of Venison en Lisson Gallery in Londen of Marian Goodman, Paula Cooper en Sonnabend in New York.

Galleries houden hun prijzen hoog, stelt Thompson, omdat een lagere prijs voor een nieuw werk van een kunstenaar een waarde-afname zou betekenen voor de eigenaren van de bestaande werken. Een andere manier om de prijzen hoog te houden is door - al of niet fictieve - wachtlijsten voor nieuwe werken van een kunstenaar aan te leggen. Als beginnend verzamelaar kom je er niet tussen. In de galerie word je genegerd en vaak krijg je niet eens te horen wat de vraagprijzen zijn.

BUITEN DE BOOT

Veilinghuizen doen vrolijk mee met het opdrijven van de prijzen, schetst Thompson. Ze verkopen niet onder een vooraf vastgestelde limiet en proberen veel publiciteit te creëren rond veilingen. Soms zijn er voor de geïnteresseerde - lees: rijkste - verzamelaars besloten kijkdagen, soms reizen de te veilen kunstwerken de wereld rond zodat de verzamelaars ze alvast kunnen zien. En natuurlijk is de bieder met de diepste zakken de winnaar, waardoor musea vaak buiten de boot vallen.

„Kunst valt - als je het heel negatief wil schetsen - in de handen van puissant rijke mensen en de musea staan met lege handen,” zegt Dirk Meuleman, die het boek van Thompson bij Walewein uitbracht. „Dan hebben we het natuurlijk wel over het bovenste echelon waar de hoogste prijzen worden betaald.” Het ergste is nog wel dat de kunst daardoor vervolgens nergens te zien is, vindt Meuleman.

Het boek van Thompson dateert van net voor de crisis en sindsdien is de gekte wel wat afgenomen, stelt Arno Verkade, hoofd naoorlogse en hedendaagse kunst bij Christie's, een van twee grootste veilinghuizen. Verzamelaars maken volgens Verkade een pas op de plaats. Er wordt minder kunst aangeboden en minder verkocht. „Niet iedereen loopt meer achter 'the new kid on the block' aan.”

Aan de ander kant: er is nog zo'n berg geld dat de veilinghuizen voorlopig niet hoeven te vrezen voor uitsterven. „Als je ziet dat de veiling van de Peter Stuyvesant-collectie laatst 13,5 miljoen euro opbracht: dat is het hoogste bedrag ooit op een veiling van moderne kunst ooit in Nederland opbracht.”

Er zijn maar 150 tot 200 kopers van topstukken wereldwijd. In Nederland een stuk of vijf, stelt Verkade.

„Gek genoeg is het verzamelen van kunst iets dat niet in onze cultuur zit. In België doen mensen dat wel. Maar in Nederland koop je een horloge of ga je op vakantie.”