



KUNSTMARKT

Der Goldgräber

Was Immobilien für die Mittelschicht sind, ist Kunst für die Reichen: eine Anlageform in unsicheren Zeiten. Der deutsche Händler Hans Neuendorf, schon lange im Geschäft, will mit seiner Internetbörse das große Geld verdienen. *Von Thomas Hüetlin*

DIRK ANSCHÜTZ / DER SPIEGEL

Hans Neuendorf, offener weißer Kragen, dunkle Hosenträger, steht am Fenster seines New Yorker Büros, 23 Stockwerke weiter unten liegt die Baustelle von Ground Zero. Neuendorf war dabei, als alles zusammenbrach, und jetzt ist er dabei, als alles wieder aufgebaut wird.

Neuendorf schiebt sich ein Stück Quiche in den Mund, sein Mittagessen. Dazu benutzt er weißes Plastikbesteck. Er erzählt von jenem Septembertag vor elf Jahren.

Neuendorf war früh in seinem Büro damals, wenige hundert Meter von den Twin Towers entfernt. Es gab Durchsagen: „Bitte das Gebäude räumen“, Mitarbeiter riefen: „Die Türme fallen um.“ Aber Neu-

endorf weigerte sich, seinen Glastisch zu verlassen. „Nee, das World Trade Center fällt doch nicht bis hierher“, sagte er.

Erst als die Türme einstürzten, es finsterte und der Staub durch die gekippten Fenster drang, stand Neuendorf auf. Er schloss die Fenster.

Die Durchsagen – „Wer jetzt noch im Gebäude ist, raus, sofort“ – ignorierte er. Stattdessen schrieb er E-Mails: „Wir haben nichts abgekriegt.“

Er habe, sagt er heute, damals gedacht, dass es oben im 23. Stock ungefährlicher sei als unten, wo Panik herrschte. Er sagt nicht, es war die Hölle. Nicht, die armen Leute, die in den Trümmern begraben wurden. Er sagt nicht, es war der Tag, an dem sich die Welt änderte.

So wie Neuendorf es erzählt, war es bloß ein weiterer Tag im Büro, an dem er die Nerven behielt.

Ob das stimmt, weiß kein Mensch außer ihm. Denn es gab niemanden, der zusammen mit Neuendorf ausharrte hier oben im 23. Stock. Es darf aber angenommen werden, dass Neuendorf wirken möchte wie ein Bruce Willis der Kunstwelt: cool, unerschrocken, scharfsinnig, mutig. Einer, um den herum die Welt untergeht und der bloß einmal aufsteht, um die Fenster zu schließen.

Neuendorf ist 74 Jahre alt. Er kennt den modernen Kunsthandel seit den fünfziger Jahren, er hat viel erlebt, viel Geld verdient, er hätte sich auf seine moderne Burg auf Mallorca zurückziehen können,

die ihm der Architekt von Calvin Klein und Giorgio Armani gebaut hat. Aber davon will er nichts wissen. Stattdessen sitzt er in einem New Yorker Büroturm und hat nur noch ein Ziel. Er will den Kunsthandel, der ihn reich gemacht hat, reformieren, und zwar gründlich.

„Wenn ich ein Auto verkaufen will, dann schaue ich in die Schwacke-Liste, wie viel das Ding wert ist“, sagt Neuendorf, „und in einer Woche bin ich die Kiste los.“

Wenn es nach Neuendorf geht, dann sollen Bilder von Chagall, Picasso oder Lichtenstein verkauft werden wie Gebrauchtwagen, mit Listenpreis, für jeden einsehbar, meistbietend übers Internet. Seine Firma Artnet betreibt er seit 20 Jahren. „Artnet hat den umfassendsten globalen Datenspeicher, was Kunst betrifft“, sagt Neuendorf, „und jetzt wird es außerdem das größte Auktionshaus der Welt“, in seiner Vorstellung größer und mächtiger als Sotheby's und Christie's zusammen. Bei Artnet zu verkaufen sei schneller, transparenter, vor allem kostengünstiger, sagt Neuendorf.

Vergangenes Jahr wurde der erste Warhol über Artnet versteigert. Es war ein grünes Bild mit blauen Blumen. Das Mindestgebot lautete 800 000 Dollar. Das Motiv war sechs Tage im Netz zu besichtigen. Kurz vor Schluss zogen die Gebote an. Neuendorf ging zum Mittagessen bei 800 000. Als er sein Sandwich verpeist hatte, stand der Warhol bei 1,3 Millionen Dollar, Zuschlag erteilt, vorbei.

Neuendorf stellt einen Fuß gegen die gläserne Schreibtischkante. Sein Blick geht zum Fenster hinaus, über den westlichen Rand von Manhattan, über das graue Wasser des Hudson, hin zu einer überdimensionierten Uhr in New Jersey, deren Zeiger stehengeblieben sind.

Jetzt ist seine Zeit gekommen, daran glaubt er, das sagen ihm die Zahlen. Als Lehman Brothers dichtmachte und nach dem 11. September die zweite große Katastrophe das neue Jahrtausend überkam, sah es schlecht aus für Hans Neuendorf. Die Finanzkrise riss den Kunstmarkt gleich mit in die Tiefe, zwei Jahre lang gingen die Preise nach unten. Seit 2010 allerdings hat sich die Richtung geändert, es scheint keine Grenzen zu geben auf dem Weg nach oben. Allein im vorigen Jahr wurden weltweit mit Kunst 46 Milliarden Euro umgesetzt.

„Ein besorgniserregender, idiotisch hoher Preis“, sagt Neuendorf über den neuen Rekord am Kunstmarkt, den vor drei Wochen die Versteigerung von Edvard Munchs „Der Schrei“ bei Sotheby's in New York erzielte.

Der Hammer fiel bei 119,9 Millionen Dollar, der Käufer blieb anonym, aber Neuendorf sagt, in diesen Dimensionen würden nur noch Menschen mitmischen, „die das Geld eingenommen, aber nicht verdient haben: Ölkönige aus Dubai, russische Oligarchen, Hedgefondsmanager“. Für die Reichen scheint Kunst das zu sein, was Gold und Immobilien für die nicht ganz so Reichen sind: eine begehrte Form der Anlage, eine Währung der Zukunft.

Neuendorf telefoniert. Es geht um Georg Baselitz, den bekannten deutschen Künstler, der so wohlhabend ist, dass er in einem Anwesen am Ammersee wohnt,

litz-Auktion ausdrücken. Ein paar Augenblicke später hat er die versteigerten „Helden“-Bilder von Baselitz auf dem Tisch. „Spekulation“ für 5 195 000 Dollar, „Große Nacht“ für 3 845 000 Dollar, „Der Baum“ für 2 855 000 Dollar, „Drei Herzen“ für 2 046 000 Dollar.

Neuendorf lächelt. Neid liegt in diesem Lächeln, vor allem aber Bewunderung. „Da hat der Graf richtig abkassiert“, sagt Neuendorf. Aber es sei ein gerechter Lohn. Schließlich habe der Graf die Bilder 30 Jahre lang gehalten.

Der Kunstmarkt ist keine offene Veranstaltung. Er lebt von den Hinterzimmern, dem Unter-sich-Sein, der wohlplatzierten, gezielten Indiskretion. Transparenz oder die offene Indiskretion, wie Neuendorf sie betreibt, ist der Kunstwelt ein Graus. Sie gilt als billig, plebejisch, niveaulos.

Normalerweise ist der Galerist oder der Händler Herr über den Preis. Er nennt ihn dem Kunden am liebsten unter vier Augen, oft flüsternd. Der Einzelne soll das Gefühl haben, emporgelassen zu werden in die Kaste ausgesuchter Kennerschaft.

Neuendorfs Artnet zerstört diese Aura der Exklusivität. Hier zählen nur das Werk und der Preis, im Prinzip so wie in einem Supermarkt, und damit nervt er die ganze Branche. Immer häufiger nämlich rücken die Kunden in den Hinterzimmern mit Ausdrücken von Neuendorfs Artnet über die weltweiten Preise eines Künstlers an und verpesten damit die gepflegte Atmosphäre.

Umsätze und Auktionsergebnisse für mehr als 4000 Künstler lassen sich auf Artnet abrufen und versetzen auch den Hobbysammler in

den Stand eines kompetenten Geschäftspartners. Der Käufer gewinnt an Macht, der Händler dagegen verliert. Deshalb ist Neuendorf für viele Galeristen der Feind.

Der internationale Kunsthandel ist in den letzten 30 Jahren gewaltig gewachsen. Allein der Umsatz von Kunstauktionen hat sich in den vergangenen zehn Jahren verfünffacht. Kunst ist nicht mehr nur reserviert für eine kleine, bildungsbürgerliche Elite, sie ist ein Statussymbol, ein Indiz für Macht und Ego, eine Aktie, die man sich an die Wand hängt. Die 6,5 Millionen Pfund, die ein Hedgefondsmanager aus Connecticut im Jahr 2004 für einen in Formaldehyd eingelegten Hai des britischen Künstlers Damien Hirst überwies, wurden zum frivolen Symbol für

„Big Torn Campbell's Soup Can“ von Andy Warhol, von Neuendorf 1964 erfolglos ausgestellt in Hamburg zum Preis von 10 000 Dollar, geschätzter Wert 2012: 60 Millionen Dollar.



„Coquetterie“ von Francis Picabia, von Neuendorf 1988 verkauft in Paris an Charles Saatchi, London, für 200 000 Dollar, versteigert im Juni 2008 bei Sotheby's, London, für 1 850 000 Dollar.

maßgefertigt von den Architekten Herzog & de Meuron, die sonst Sachen bauen wie das Olympiastadion von Peking.

„Ein Graf aus Deutschland“, sagt Neuendorf, „hat neulich seine Baselitz-Sammlung abgestoßen bei Sotheby's in London.“ Der Graf habe so viele Baselitz' gehabt, dass er den Überblick darüber verloren hätte, woher die Bilder ursprünglich kamen. In seiner Verwirrung habe der Graf bei ihm angerufen und gefragt: Du hast mir doch auch mal acht Stück verkauft, richtig?

„Donnerwetter, der Graf hatte ganz schön was gebunkert“, sagt Neuendorf voller Respekt.

Neuendorf winkt seine Assistentin heran. Sie soll ihm die Ergebnisse der Base-

Kunsthändler Neuendorf 1966*

Drei Warhols, bedeckt mit einer Plastikplane

den Ansturm des neuen Geldes auf die Kunst.

Gleichzeitig hat sich der Handel globalisiert. Vermögende Russen und Chinesen treiben die Preise, erweitern ein Geschäft, das Jahrzehnte lang auf Europa und Amerika beschränkt war. 106 Millionen Dollar für einen Picasso, 140 Millionen für einen Jackson Pollock, 100 Millionen für einen Warhol, 86 Millionen für einen Francis Bacon, bezahlt von Roman Abramowitsch, dem russischen Oligarchen, im Mai 2008.

Diese Preise gebe es auch dank Artnet, sagt Neuendorf, das Portal habe den Kunden Sicherheit gegeben. Aber Neuendorfs Firma kommt nur langsam voran. Während die Erfinder von Amazon oder Ebay Milliardäre sind, muss Neuendorf sein Unternehmen immer wieder mit dem Verkauf von Kunstschätzen finanzieren, die er als Galerist in den sechziger und siebziger Jahren anhäufte.

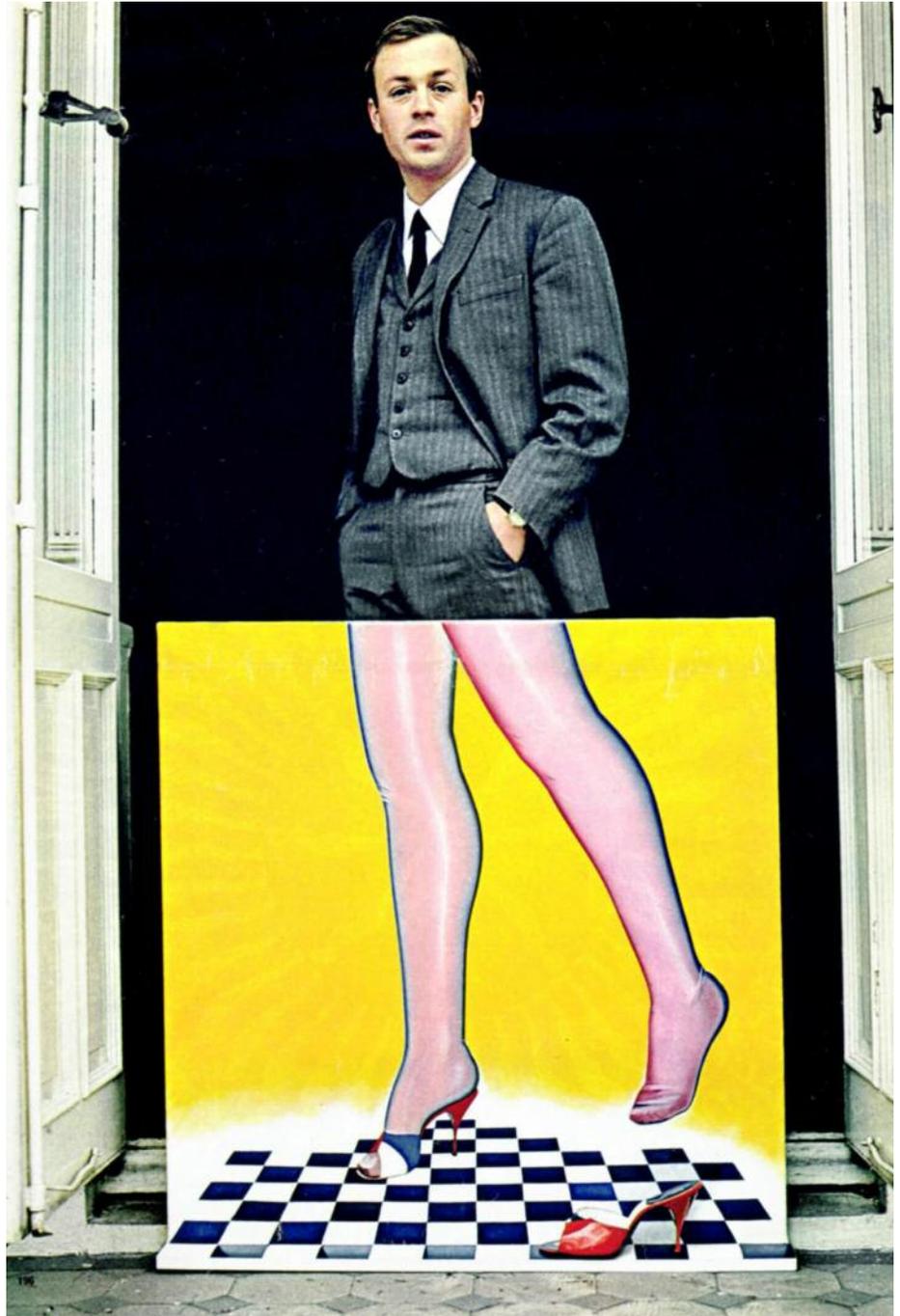
Neuendorf ist fasziniert von Geld. Gern redet er von Kunst als einer Ware, und die würde er am liebsten nach dem Vorbild von Walmart verkaufen, jener amerikanischen Supermarktkette, deren Stärke darin liegt, alle anderen im Markt zu unterbieten.

Neuendorf stürmt aus seinem Büro, hetzt den Broadway hinauf, wo er sich neue Räume ansehen will, im legendären Woolworth Building, einem schlossartigen Wolkenkratzer mit kupfergrünem Dach, einem Monument, das sich der erste Kaufhauskönig gleichen Namens vor hundert Jahren in der Nähe der Wall Street hat errichten lassen. Neuendorf ist ein kleiner Mann, er wird schnell unsichtbar im Gewimmel des Bürgersteigs. Er mag hohe Häuser.

Sein erstes Geschäft machte er mit neun Jahren, als er die weggeworfenen Filzstiefel deutscher Kriegsheimkehrer bei einem Bauern gegen eine Weihnachtsgans tauschte. Er sammelte halbgerauchte Zigaretten amerikanischer Soldaten von der Straße auf, stahl liegen gebliebene Kartoffeln von den Feldern, fahndete nach Splittern explodierter Fliegerbomben. Heute rühmt er sich: „Ich hatte damals die größten Bombensplitter.“

Ein Untermieter seines Vaters, der einen Koffer zurückgelassen hatte, brachte den Sammler Neuendorf zur Kunst. „Schau mal nach, ob da nicht was Ordentliches drin ist“, sagte der Vater zu seinem Sohn. Neuendorf fand ein Aquarell mit Segelbooten, es stellte sich heraus, dass es von Lyonel Feininger stammte, es brachte 3000 Mark.

Da leuchtete plötzlich ein Markt auf, den es in Deutschland eigentlich nicht gab. Moderne Kunst, von den National-



sozialisten verhöhnt, verfolgt, verboten, hatte es immer noch schwer in der aufwachsenden Demokratie. Aber Neuendorf war infiziert.

Er liebte sich von seinem Vater 300 Mark, fuhr per Anhalter nach Paris, besorgte Grafiken von Chagall, verkaufte die Arbeiten an Zahnärzte und Rechtsanwälte für das Doppelte. Anfang der sechziger Jahre gründete er seine erste Galerie, drei Zimmer in einer Parterrewohnung im Schatten der Hamburger Grindel-Hochhäuser. Neuendorf war 26 Jahre alt, Konkurrenz gab es wenig, in Deutschland existierten gerade mal ein Dutzend Galerien.

Der Modefotograf F. C. Gundlach wohnt bis heute in dieser Gegend. Gund-

lach, 85, gehört zu dem Menschen, die Deutschland nach dem Krieg kulturell und gesellschaftlich modernisierten. Sein Stadthaus ist gefüllt mit Zeugnissen dieses Weges. In seine Wohnzimmerregale hat er aus Platzmangel gerahmte Bilder einsortiert wie Bücher. Er zieht eines mit einem roten Rahmen heraus. „Ist ein Kippenberger“, sagt er.

Neuendorf gehörte zu denen, die die Pop-Art nach Deutschland brachten, erzählt Gundlach. „Der Erste, der zu diesen Engländern und Amerikanern intensive Kontakte hatte und wusste, wie man mit diesen Leuten umgeht.“

Mit seinem Bruder fuhr Neuendorf im geliehenen Lastwagen nach Paris, Ziel Ileana Sonnabend, Galeristin. Auf dem

* Mit einem Bild von Allen Jones.

Laster zurück Richtung Hamburg standen drei geliebte Rauschenbergs, zwei Lichtensteins, drei Warhols, drei Jasper Johns', bedeckt von einer Plastikplane. Neuendorf zeigte die Bilder in seiner Galerie, doch niemand wollte sie kaufen. Zurück nach Paris, Höchstgeschwindigkeit 60 Stundenkilometer, Autobahn gab es nicht.

Mit David Hockney lief es ähnlich. Nur Gundlach hatte Verwendung. Er nutzte die Swimmingpool-Bilder des Mannes aus Los Angeles, um Bademoden für „Brigitte“ zu fotografieren.

Neuendorf ließ sich nicht abschrecken, spielte Schach mit Hockney und bezahlte dessen Strafzettel. In Los Angeles entdeckte Neuendorf den Bildhauer Robert Graham, der ihn bat, ihm eine Wohnung in London zu besorgen. Außerdem wollte er in der düsteren Stadt mit einem Porsche herumfahren, in Schwarz. Graham überließ ihm zwei Mappen mit Grafiken, Neuendorf lieferte vom Erlös den Porsche, fabrikneu aus Stuttgart.

Im Jahr 1969 konnte Neuendorf zum ersten Mal richtig Geld verdienen, als er in Italien Arbeiten von Cy Twombly besorgte. Die elf Bilder lehnten an der Wand, eingerollt. Die Großen sollten 2500 Dollar kosten, die weniger großen 2000. Neuendorf schob sie durchs Schiebedach eines Fiat 500 und fuhr so zum Flughafen. In Köln auf dem damaligen Kunstmarkt trieb er damit die Preise durch die Decke, er erlöste 20 000 Mark pro Bild.

Mit Neuendorfs erstem deutschen Künstler, Georg Baselitz, gab es gleich wieder einen Rückschlag. Die Bilder waren zu groß für die Wände der Galerie. Gundlach vermittelte Räume in einem Bunker in der Hamburger Feldstraße.

„Entsetzlich“ fanden die meisten Besucher die „Heldenbilder“. Wenige kauften, darunter Gundlach, der ein Werk für 12 000 Mark erwarb.

Wenn man mit Neuendorf über seine Versuche spricht, den Schwung der Sechziger nach Hamburg zu holen, formt sich sein schmaler Mund zu einem spöttischen Lächeln. Das Normale war, sagt er, dass „die Pfeffersäcke nichts kauften“. Bei seiner ersten Warhol-Ausstellung habe der Direktor des Museums für Kunst und Gewerbe nur abschätzig die herumschwebenden Heliumkissen zerknautscht. Man hielt Warhol für Quatsch, Lichtenstein für überschätzt, Baselitz für indiskutabel.

Neuendorf hatte eine neue Idee. Er gründete einen Fonds, nannte ihn „Uni-

ted Artists“, bat Bekannte und wohlhabende Geschäftsleute um eine Einlage von je 50 000 Mark. Dieses Geld, sagte Neuendorf den Anlegern, werde er vermehren, Rendite zehn Prozent im Jahr. Sein Plan: Wenn schon das hanseatische Kunstpublikum so träge sei, müsse man die Geschwindigkeit des Marktes anpassen und die Arbeiten erst nach zehn Jahren verkaufen. Ende der Siebziger hatte Neuendorf das Kapital der Anleger verdoppelt, aber der Umgang mit diesen Leuten strengte ihn an. Sie wollten nun auch über Kunst reden, obwohl sie nichts von Kunst verstanden.

Als dann Mitte der Achtziger der Frankfurter Oberbürgermeister den Kunsthändler Neuendorf bat, samt Galerie in seine Stadt zu ziehen, hatte er endlich, was er immer wollte: Wertschätzung und Unterstützung, er konnte sein eige-

„Rebell“ von Georg Baselitz, von Neuendorf 1973 ausgestellt in Hamburg zum Preis von 12 000 Mark, ihm 1982 abgekauft von der Tate Gallery, London, für 80 000 Mark, geschätzter Wert 2012: 5 Millionen Dollar.



„Flag“ von Jasper Johns, von Neuendorf 1964 erfolgreich ausgestellt in Hamburg zum Preis von 10 000 Dollar, geschätzter Wert 2012: 30 Millionen Dollar.



nes Zentrum gestalten, in dem moderne Kunst ernst genommen wurde.

„Frankfurt schwamm im Geld“, sagt Neuendorf. Sie stellten ihm ein Galeriehaus samt Wohnung, er holte Sotheby's an den Main, er wollte im Zentrum des bundesdeutschen Kapitalismus, dem Reich der Banken und des größten Flughafens Deutschlands, ein „ganz großes Rad drehen“.

Der Boom verlagerte sich Richtung Japan, und Neuendorf schien recht zu behalten. Die Banken, die früher dem Kunsthandel die Kredite verweigert hatten, riefen jetzt bei ihm an, sie wollten die Welle nicht verpassen. Neuendorf kaufte den gesamten Nachlass des französischen Malers Francis Picabia, investierte groß in den Italiener Lucio Fontana.

Er hatte alles richtig gemacht, glaubte er. Aber dann versickerte der Boom in Japan, Neuendorf konnte die Kredite nicht mehr bedienen und musste seine Schätze unter Wert verkaufen. „Auf diese Weise war ich gezwungen, einen großen Teil meines Vermögens zu vernichten“, sagt er heute.

Der Mann, der damals zwischen Neuendorf und den Banken vermittelte, heißt Rudolf Zwirner. Zwirner lebt heute in einer weißen Villa im Berliner Grunewald. Er war früher ein Geschäftspartner Neuendorfs, beide gehörten zu den Organisatoren des ersten Kölner Kunstmarkts 1967, jener Veranstaltung, aus der sich später die Art Cologne und moderne Kunstmesse im Stil der Art Basel entwickelten. Beide wollten Wachstum, den Markt vergrößern.

Von Geld sei Neuendorf immer mehr fasziniert gewesen als von Kunst, erzählt Zwirner. Neuendorf habe die Kunden taxiert, deren Schuhe, Handtaschen und Uhren geschätzt, und wenn ihm gefiel, was er sah, richtig Gas gegeben.

„Er hatte diesen Tick mit dem großen Geld“, sagt Zwirner. Neuendorf mietete eine Villa für 9200 Euro im Monat, seine Frau flog regelmäßig zum Friseur nach Paris. Spätestens nach seiner Pleite in Frankfurt spürte Hans Neuendorf, dass es Zeit war, etwas zu ändern.

Er stürzte sich Anfang der neunziger Jahre auf eine Idee, die ihm ein Sammler namens Pierre Sernet auf der Kunstmesse in Paris erläutert hatte. Sernet hatte Verfahren entwickelt, um Abbildungen von Kunstwerken und die dazugehörigen Preise elektronisch zu veröffentlichen.

Es gab noch kein Internet damals, Sernets Firma verschickte CDs mit einer Software, mit der Kunden Abbildungen und Preise aus dem Telefonnetz abrufen sollten. Es war kompliziert, und es funktionierte nicht richtig.

Neuendorf glaubte an die Idee, investierte Millionen, und als Mitte der neunziger Jahre das Internet seine Revolution begann, gehörten ihm bereits 85 Prozent der Firma. Trotzdem kam Artnet nicht aus den roten Zahlen. „Mein Anteil wurde durch immer neue Kapitalerhöhungen verwässert“, sagt Neuendorf, „und ich musste trotzdem weitere Kunstwerke aus meinem Lager weiltern, um den Verschleiß zu bezahlen.“

Es reichte nicht. Schließlich holte er sich noch mehr Geld, indem er Artnet an die Börse brachte.

46 Euro kostete die Aktie, Neuendorf hielt 1,6 Millionen Stück. Er verkaufte da-

von neun Prozent, erlöste 6624 000 Euro, eine Menge Geld, wovon er erst mal Schulden abbezahlte, die er mit seinem teuren Lebensstil, vier Kindern auf Privatschulen, einem Townhouse in der vornehmen 63. Straße angehäuft hatte.

Auch die Firma war durch den Börsengang um 26 Millionen Euro reicher geworden. Neuendorf investierte, in neue Räume, in neue Mitarbeiter, in großes Marketing, in Online-Auktionen, um, jedenfalls nach seiner Vorstellung, mit Sotheby's und Christie's konkurrieren zu können. Das Credo der Zeit hieß: Umsatz steigern, Marktanteile sichern, abgerechnet wird später. Nach zwei Jahren waren die 26 Millionen Euro ausgegeben. Nachdem der Neue Markt zusammengebrochen war, verlor auch Art-net dramatisch an Wert, bis die Aktie 2003 nur noch mit 25 Cent notierte.

Andere Internet-Glücksritter traten den Rückzug an, landeten im Gefängnis, tauchten unter in neuen Firmen. Neuendorf blieb bei seinem Unternehmen, hielt seine restlichen 1456 000 Aktien, hoffte, dass sich die Lage bessern würde.

Vor vier Wochen lag die Aktie bei 3,50 Euro, inzwischen notiert sie bei 4,30 Euro. Es geht bergauf, aber langsam. Immer noch muss Neuendorf gelegentlich auf seine Sammlung zurückgreifen, um seine hohen Lebenshaltungskosten zu finanzieren.

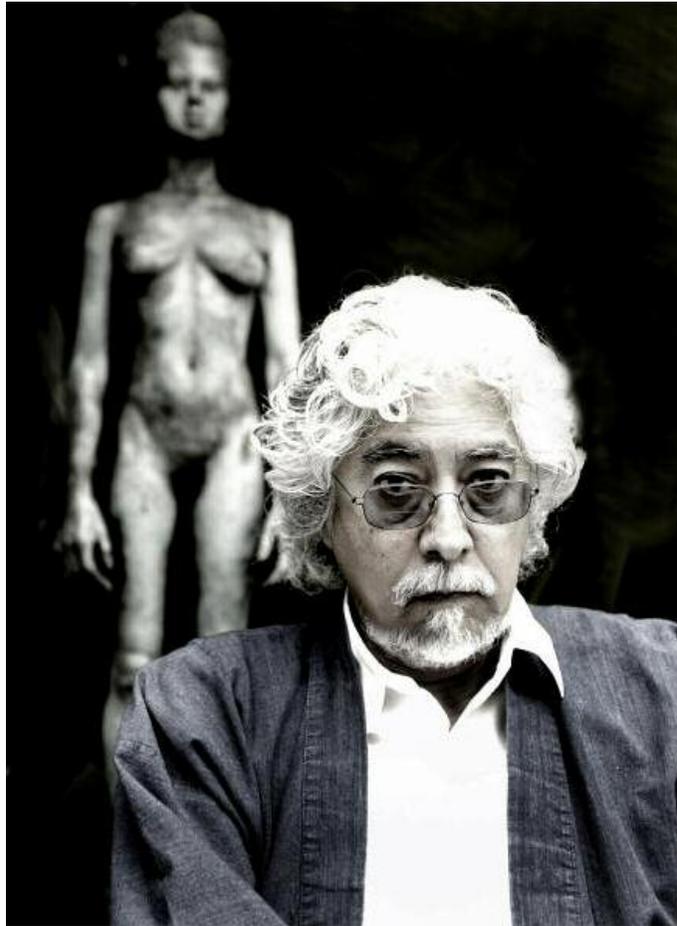
„Inzwischen ist das Lager böse dezimiert“, sagt er.

Neuendorf steht in einer 3000 Quadratmeter großen Galerie in der 19. Straße im New Yorker Stadtteil Chelsea. Die Räume gehören David Zwirner, dem Sohn von Rudolf Zwirner, jenem Mann, der nicht viel Gutes über Neuendorf zu sagen hat. Weil in der Welt der Kunsthändler die Freundschaft meist durch den Wettkampf um die angesagten Künstler zerstört wird, ist es sinnvoll, dass immer wieder neue Generationen nachrücken. So gehen die Geschäfte weiter, und so ist es auch an

„Untitled“

von Robert Graham,

von Neuendorf in den sechziger Jahren ausgestellt in Köln und Hamburg für 2000 Dollar, steht derzeit in New York zum Verkauf für 220 000 Dollar.



Künstler Graham 2003: Bezahlt mit einem Porsche, fabrikneu

diesem Tag in Manhattan. Trotz der Feindschaft der beiden Alten, sagt David Zwirner, halte er Neuendorf für einen der großen Pioniere im deutschen Kunsthandel.

Zwirner kam vor 20 Jahren nach New York. In Deutschland hatte er Jazzschlagzeuger gelernt, mittlerweile führt ihn die Zeitschrift „ArtReview“ auf Platz neun der hundert Mächtigsten im globalen Kunsthandel. Zwirner, der Jüngere, gilt als harter Verhandlungspartner – auch weil er die Preise aus Neuendorfs

Zeit, sagt sie, verglichen mit den wilden Jahren, die sie mit Jack Nicholson verbrachte.

Als Huston Neuendorf sieht, umarmt sie ihn wie einen alten Freund, den Kunstspekulanten, der vor 40 Jahren ihrem Mann die Bienenwachs-Mädchen für ein paar tausend Dollar abnahm und sie jetzt für den hundertfachen Preis verkauft.

Neuendorf verschwindet in einer Menge von Neuankömmlingen, Huston sagt: „Robert mochte nicht viele Menschen, aber Hans hat er geliebt. Er hielt ihn immer für einen Säugling, der erfüllt war von Zuversicht.“

So richtig geändert hat sich Hans Neuendorf seitdem offensichtlich nicht. An diesem Abend, an dem noch einmal die Leichtigkeit der sechziger Jahre beschworen wird, beginnt er, wieder an etwas zu glauben. Er glaubt, dass seine Zeit kommen wird, so wie sie irgendwie immer kam. Er glaubt daran, dass sich das Internet, wo es doch schon die ganze Welt erobert hat, auch den Kunstmarkt noch greifen wird. Und er glaubt, dass er dann, endlich, reich wird, und zwar richtig reich.



ROBERT GRAHAM/UNTITLED, 1964/AVG BILD-KUNST, BONN 2012