



„Shot Sage Blue Marilyn“ von Andy Warhol aus dem Jahr 1964

Foto A.R.S./Andy Warhol Foundation/Christie's/dpa

# Ein Bild für 200 Millionen

Der Kunstmarkt steht vor einem Rekord: Christie's will einen Siebdruck von Warhol für eine neunstellige Summe versteigern. Wie irre ist das denn? *Von Dennis Kremer*

Wer Kunst teuer verkaufen will, braucht dafür nicht nur ein außerordentliches Bild. Sondern am besten auch eine gute Geschichte. Zum Beispiel diese: Im Herbst des Jahres 1964 erhielt der aufstrebende Pop-Art-Künstler Andy Warhol in New York Besuch von einer Künstlerkollegin namens Dorothy Podber. Podber entdeckte mehrere Siebdrucke Warhols, auf denen die Schauspielerin Marilyn Monroe zu sehen war. Ob sie darauf schießen könne, fragte Podber den Künstler, der wohl dachte, es sei davon die Rede, ein „Foto zu schießen“, wie es im Englischen ja auch heißt. Als er bejahte, zielte die Besucherin mit einer Pistole auf die Bilder und durchschoss vier von ihnen. Warhol war entsetzt.

Das Werk des Künstlers. Und zwar dergestalt, dass das Auktionshaus Christie's nun hofft, einen Druck aus der Reihe mit dem nur folgerichtigen Namen „Shot Sage Blue Marilyn“ am 9. Mai zu einem Rekordpreis zu versteigern: 200 Millionen Dollar beträgt der Schätzpreis für das Kunstwerk.

Damit wäre Warhols Monroe das teuerste Werk des 20. Jahrhunderts, deutlich vor Pablo Picassos „Les femmes d'Alger“, das 2015 für 179,4 Millionen Dollar (inklusive Aufgeld) den Besitzer wechselte. Manch einer hält gar für möglich, dass Warhols Druck in die Nähe des teuersten je versteigerten Kunstwerkes kommen könne: Leonardo da Vincis „Salvator Mundi“, das 2017 den atemberaubenden Preis von 450,3 Millionen Dollar (inklusive Aufgeld) erzielte. Viele finden solche Summen obszön und attestieren dem

Kunstmarkt gerne, dort habe sich eine gigantische Preisblase gebildet, die demnächst platzen werde. Doch auch wenn sich mit so viel Geld eine Menge Sinnvolles anstellen ließe, so lässt sich eine Blase derzeit nicht erkennen. Stattdessen gibt es durchaus rationale Erklärungen für die Christie's-Schätzung, obwohl dies nicht bedeuten muss, dass am Ende tatsächlich ein Rekordpreis erzielt wird. Auktionen haben stets ein unberechenbares Element, gerade das macht sie so spannend.

Nun ist es logisch, dass das Auktionshaus die Millionensumme nicht nur wegen der Pistolenschüsse von Dorothy Podber aufruft, so gut die Geschichte auch ist. Stattdessen orientieren sich die Christie's-Fachleute an einem einfachen ökonomischen Gesetz: Je knapper das Angebot, desto höher der Preis. Das mag bei Warhol auf den ersten Blick nicht so ganz einleuch-

ten, hat ihn doch seine serielle Kunstproduktion bekannt gemacht. Aber im Falle des Marilyn-Monroe-Siebdrucks stellt sich die Lage anders dar: „Es gibt nur vier weitere vergleichbare Monroe-Werke aus Warhols früherer Schaffenszeit, an die er alle in viel höherem Maße selbst Hand anlegte als später“, sagt Dirk Boll, bei Christie's für Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts zuständig. In Warhols sogenannter „Factory“ halfen viele Assistenten dem Künstler. 1964, im Entstehungsjahr der Monroe-Siebdrucke, war das aber noch nicht so.

Zur bewegten Geschichte des Bildes kommen also Knappheit und eine besondere Originalität des Werkes hinzu. Ein Schätzpreis von 200 Millionen Dollar ergibt sich daraus allein aber noch nicht. Es bedarf weiterer Elemente. Eines hat mit einer Entwicklung zu tun, die in der Kunstwelt abfällig als „Trophy Art“ bezeichnet wird, als Trophäenkunst. Damit ist gemeint: Um höchste Preise zu erzielen, muss das Werk auch für alle Laien einen hohen Wiedererkennungswert haben. Marilyn Monroe, eine der Ikonen des 20. Jahrhunderts, ist wohl jedem ein Begriff, auch Warhols Stil ist weltberühmt, er ist damit zu einer globalen Marke geworden.

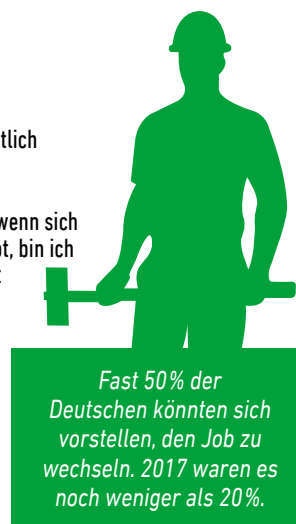
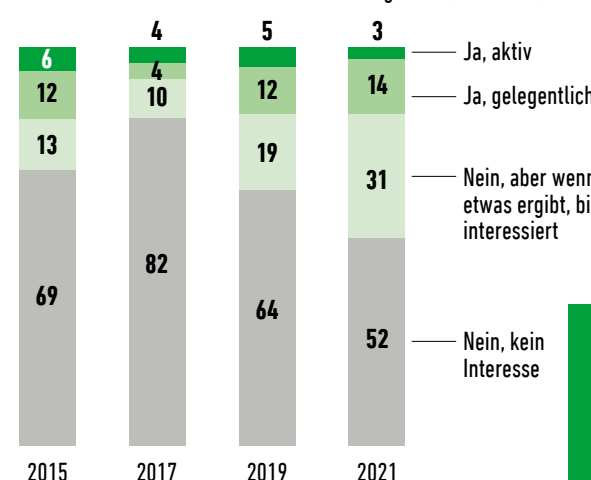
Dies ist wichtig für die kleine Schar der Käufer, die in der Lage ist, den geforderten Preis für das Bild zu bezahlen. Weisen sie sich durch den Kauf nämlich als Mitglied der globalen Geldelite aus, die dem Rest der Welt dessen finanzielle Grenzen aufzeigt. Kunst wird so zum ultimativen Statussymbol, mit dem man sich abheben kann vom einfachen Sportwagenfahrer und Villenbesitzer. Richtig Eindruck machen lässt sich mit Kunst in dieser Logik aber nur, wenn auch ungeübten Betrachtern die Besonderheit gleich ins Auge fällt. Insofern dürfte es Christie's in die Hände spielen, dass der Streamingdienst Netflix unlängst die Dokumentation „The Andy Warhol Diaries“ herausgebracht hat. Denn das festigt den Superstar-Status des Künstlers nur noch mehr.

Um einen realistischen Schätzpreis festzulegen, kommt es überdies aber auch auf die richtige Mischung aus „Herrschaftswissen und guter Recherche“ an, wie Dirk Boll von Christie's das nennt. Zur guten Recherche zählt, dass die Fachleute wissen müssen, wann zuletzt ein Werk aus der Monroe-Reihe verkauft wurde und zu welchem Preis. Dies war 2017. Der Hedgefondsmanager Kenneth Griffin zahlte in einem Privatverkauf damals für „Orange Marilyn“ sogar mehr als 200 Millionen Dollar, was die aktuelle Christie's-Schätzung fast konservativ erscheinen lässt.

Das „Herrschaftswissen“, auf das es ebenfalls ankommt, besteht im Falle von Auktionshäusern darin, dass sie so viel wie möglich über die potentiellen Käufer wissen. Dazu gehören Antworten auf Fragen wie: Wer sind die bedeutendsten Warhol-Sammler der Welt? Wie viel Geld haben sie früher für Warhol ausgegeben, zu welchen Summen wären sie dieses Mal bereit? Ganz ohne Risiko sind solche Kalkulationen aber nie: Es gibt auch Warhol-Werke, die nur deutlich geringere Preise erzielen – noch im März versteigerte Christie's eines der berühmten Mao-Bilder des Künstlers für die vergleichsweise niedrige Summe von knapp 45 000 Dollar. Von diesen Mao-Bildern fertigte Warhol allerdings die hohe Zahl von 250 Stück. Außerdem fehlt in diesem Fall eine gute Geschichte: Von Einschlüßern ist nichts bekannt.

## DIE HÄLFTE WÜRDEN DEN JOB WECHSELN

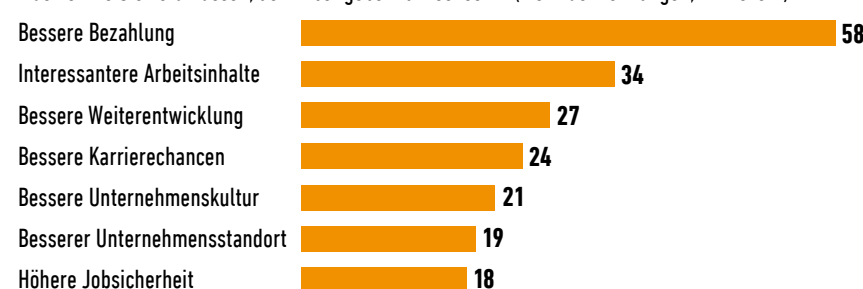
Suchen Sie aktuell nach einem neuen Arbeitgeber? (in Prozent)



Fast 50% der Deutschen könnten sich vorstellen, den Job zu wechseln. 2017 waren es noch weniger als 20%.

## MEHR GELD VERLOCKT

Was könnte Sie veranlassen, den Arbeitgeber zu wechseln? (Mehrfachnennungen, in Prozent)



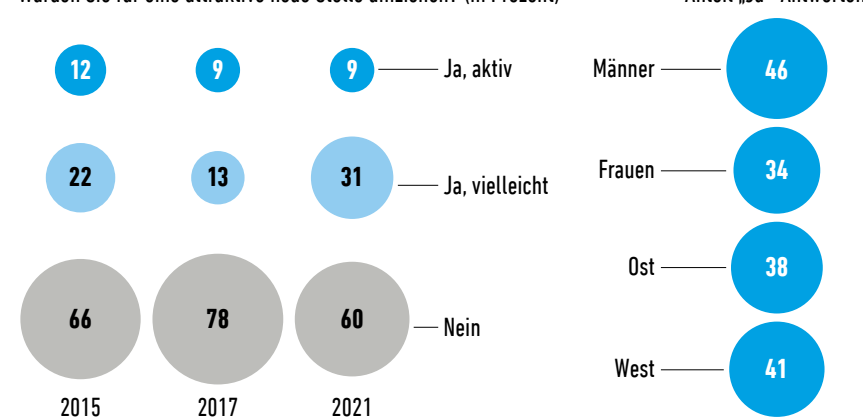
# So verlockend ist der Jobwechsel

Die Deutschen hängen nicht mehr so an ihren Stellen. Viele wollen mehr Geld, aber das ist nicht der einzige Grund.

*Von Stefan Walter (Grafik) und Sarah Huemer*

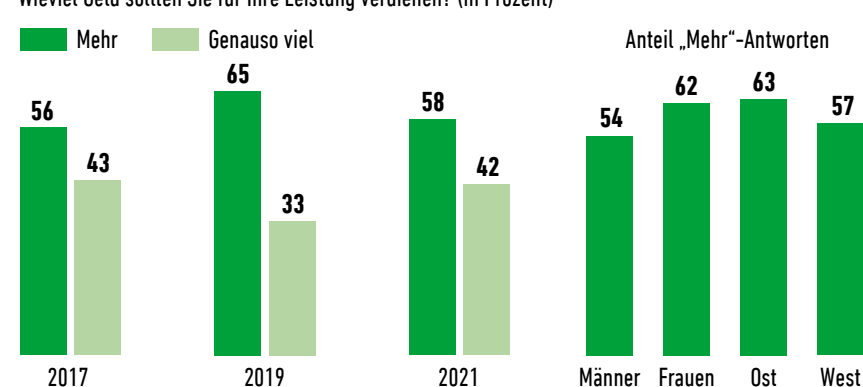
## NEUER JOB, NEUE STADT?

Würden Sie für eine attraktive neue Stelle umziehen? (in Prozent)



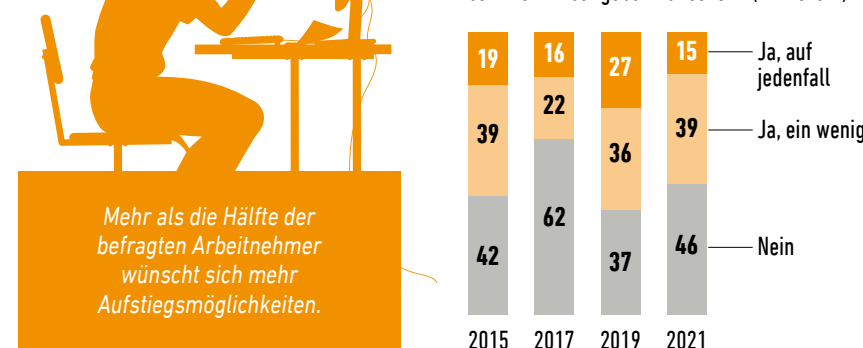
## DIE MEHRHEIT FÜHLT SICH UNTERBEZAHLT

Wieviel Geld sollten Sie für Ihre Leistung verdienen? (in Prozent)



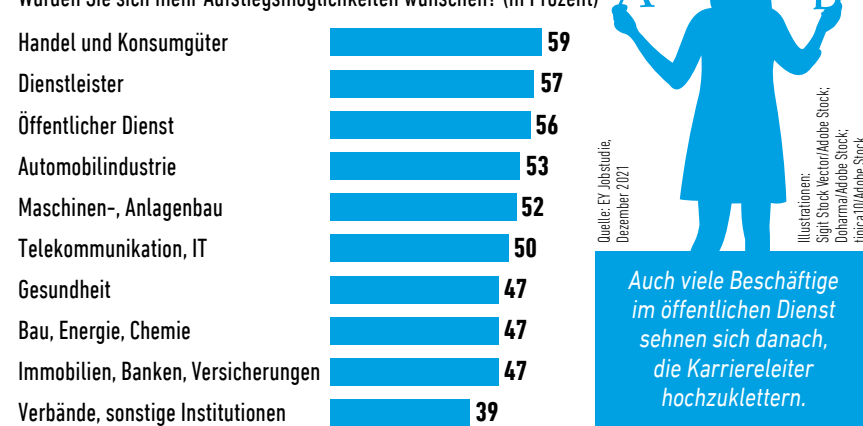
## VIELE WOLLEN HÖHER HINAUS

Würden Sie sich mehr Aufstiegsmöglichkeiten bei Ihrem Arbeitgeber wünschen? (in Prozent)



## VOR ALLEM IM HANDEL IST DIESER WUNSCH GROSS

Würden Sie sich mehr Aufstiegsmöglichkeiten wünschen? (in Prozent)



Auch viele Beschäftigte im öffentlichen Dienst sehnen sich danach, die Karriereleiter hochzuklettern.

# Günstiger einkaufen mit Apps

Die Inflation ist im Supermarkt angekommen. Das Handy hilft dabei, trotzdem möglichst günstige Preise zu bekommen.

*Von Caroline Ferstl*

Um 7,4 Prozent sind die Preise im April gestiegen. Das zeigt sich nicht nur an der Tankstelle, sondern auch zunehmend an der Supermarktkasse. Denn auch Lebensmittel sind deutlich teurer geworden. Mittlerweile ist die Bereitschaft zum Geldausgeben so gedämpft wie noch nie seit Beginn der Erhebungen vor 40 Jahren, melden Marktforschungsinstitute. Damit werde sogar der bisherige Rekordwert gebrochen: das Konsumtie im April 2020, kurz nach Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland.

App nicht. Sonst zahlt man am Ende sogar noch drauf.

Die Apps Coupies und Scondoo funktionieren nach demselben Prinzip: Sie gewähren für ausgewählte Supermarktprodukte eine gewisse Zeit lang Preisnachlässe. Die Auswahl reicht von Haarschampoo über Speiseöl, alkoholische Getränke, Nudeln und Kekse bis zu Babyahrung. Der Rabatt ist meist in Prozent angegeben, üblich sind 33 bis 50 Prozent. Selten wird auch eine absolute Ermäßigung von 50 Cent bis zwei Euro genannt. Manchmal gibt es sie erst, wenn man mehrere Packungen eines Produktes kauft. Nach dem Kauf wird der entsprechende Beleg in der App eingescannt und kontrolliert. Ist das rabattierte Produkt auf dem Beleg vermerkt, wird der Nachlass in Form eines Guthabens auf das Konto der App gutgeschrieben. Ab einem bestimmten Wert kann man sich dieses Guthaben dann auf sein Bank- oder PayPal-Konto überweisen lassen.

Die Auswahl der Produkte ist überschaubar. Das sei Absicht, heißt es nach Rückfrage bei den Unternehmen: Man habe sich bewusst für wenige Waren entschieden, damit einzelne Schnäppchen nicht untergehen. Die Rabatte sind für das gleiche Produkt mehrmals nutzbar – meist zwischen zwei- und fünfmal – und oft einige Wochen lang gültig. Festgelegt werden die Angebote von den Unternehmen selbst, auch die Gutscheine zahlen die jeweiligen Firmen an die Kunden. Coupies, Scondoo und Co. fungieren demnach als Vermittler zwischen Unter-

nehmen und Käufer – und sind zugleich Werbekanäle: Ein Großteil der angebotenen Produkte sind Neuerscheinungen und Markenprodukte.

Smhaggle stützt sich auf eine Liste, die man vor dem Einkauf in der App erstellt. In Folge werden die besten Preise für den persönlichen Warenkorb bei den Händlern in der Nähe angezeigt. Lieblingsprodukte kann man speichern und so die Preisentwicklung nahezu live verfolgen. Ähnlich wie bei Scondoo und Coupies sind zeitweise Produkte im Angebot, nach deren Kauf man einen Teil des Preises auf ein Konto gutgeschrieben bekommt. Rund 100 000 Menschen nutzen nach eigenen Angaben inzwischen die App. 6000 Kassenbelege würden pro Tag aus ganz Deutschland hochgeladen. Anhand dieser erkennt die App, wo welche Produkte gerade wie viel kosten. Interessant ist dabei: Für jeden hochgeladenen Beleg gibt es eine Kontogutschrift zwischen fünf und 30 Cent, abhängig davon, ob man in einem Supermarkt, einer Drogerie oder einem Baumarkt einkauft.

Den Apps gemein ist ein Portfolio an Prospekten – eine eigene App zur Übersicht von Flugblättern wird überflüssig. Außerdem ist das Einlösen der Angebote bei nahezu allen Supermarkt- und Drogerieketten möglich, nur der kleine Bauernladen um die Ecke ist meist ausgenommen. Der große Unterschied hingegen ist der Wert, ab dem das Guthaben ausgezahlt wird: Während das bei Scondoo bereits ab vier Euro und bei Coupies ab fünf Euro möglich ist, braucht man bei Smhaggle

mindestens 12 Euro Guthaben. Insgesamt 4 429 189 Euro, verkündet Scondoo stolz auf seiner Website, hätten die Nutzerinnen und Nutzer bereits mittels der App gespart. Über eine Million Mal sei Coupies bereits heruntergeladen worden.

Der Vorteil für den Konsumenten bleibt dennoch überschaubar: Sparen kann man mit Apps wie Scondoo und Coupies, wenn man unbedingt das Produkt einer bestimmten Marke will und dieses zufällig gerade im Angebot ist. Wer bereit ist, auch Eigenmarken von Supermärkten zu akzeptieren (zum Beispiel „ja“ von Rewe), oder das Markenprodukt im Discounter ergattert, spart meist mehr ohne die Apps.

So verspricht Scondoo etwa 50 Cent Rückerstattung beim Kauf einer Packung Spaghetti und eines Glases Pesto einer Qualitätsfirma – macht 5,18 Euro, mit Rabatt 4,68 Euro. Beim Discounter gibt es die Produkte als Eigenmarke bereits ab 1,78 Euro. Ähnlich ist es bei Coupies: Einen Euro Rabatt gibt es für den Kauf einer Tüte Tortillachips und eines Dips. 3,68 Euro würden die Markenprodukte dann kosten. Beim Discounter kommen Tortillachips und Salsa soße als Eigenmarke auf 2,68 Euro.

Der größte Nachteil bei Smhaggle ist wohl der Zeitfaktor: Den Wocheneinkauf nach der Arbeit bei nur einem Händler zu erledigen ist damit Geschichtete. Oft müsste man bis zu vier verschiedene Supermarktfilialen abklappern, um alle Angebote zu nutzen. Und Zeit ist für viele schließlich doch Geld.