

ARTMUC:

Kunst als Kapitalanlage gefragter denn je!

München, April 2019

Institutionelle und Privatinvestoren suchen nach den jahrelangen Verwerfungen an den internationalen Finanzmärkten sowie der nach wie vor andauernden Niedrigzinsphase verstärkt nach realen Werten, um Ihr Vermögen zumindest zu bewahren. Daher geraten neben altbewährten Sachwerten wie Immobilien oder Gold, auch zusehends Investments aus bislang eher den Superreichen vorbehaltenen Nischen, wie z. B. der Kunst, in den Anlage-Fokus.

Kunst boomt – und das nicht nur im oberen Preissegment. Auch bei Werken unter 20 000 Euro lassen sich hervorragende Renditen erzielen. Gemälde lassen sich unter bestimmten Umständen weltweit verkaufen und kommen auf den Auktionen zu teils – nicht nur für Laien schwer nachvollziehbar hohen Preisen – unter den Hammer. Zudem kann man sie aufhängen und sich an ihnen erfreuen, selbst wenn ihre Werte mal kurzzeitig fallen sollten. Der Käufer lebt mit der Kunst, bis der Markt sich wieder erholt. Diese emotionale Dividende macht das Sammeln und Kaufen von Kunst so attraktiv.

Da Investitionen in Sachwerte neben Chancen aber immer auch Risiken in sich bergen, ist eine sorgfältige Auswahl des Investments gerade in diesem Bereich unerlässlich: Expertise und langjährige Markterfahrung sind dabei gefragt und absolut notwendig, andernfalls könnten die mit solch einem sehr spezifischen Sachwertinvestment verbunden hohen Erwartungen schnell enttäuscht werden.

Kunst ist ein untypischer Sachwert

Es gibt gute Gründe, dass Kunst im aktuellen Kapitalmarktumfeld durchaus eine attraktive Anlage-Alternative darstellen kann. Kunst ist jedoch ein absolut untypischer Sachwert, „bei der der geistige, künstlerische Inhalt zählt, der auf der intellektuellen Fähigkeit des Künstlers beruht. Ein Kunstwerk ist dann besonders wertvoll, wenn es einzigartig, nicht reproduzierbar und durch Originalität gekennzeichnet ist“ so die Experten des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstitut (HWWI) in einer gemeinsam mit der Berenberg Bank veröffentlichten Studie „Strategie 2030 – Sachwerte“. „Der Wert eines Bildes wird demnach primär durch den Namen des Künstlers bestimmt“, folgerten die Experten weiter. Doch wie lässt sich der eigentliche Wert / Kaufpreis eines Bildes tatsächlich bestimmen?

Bewertung und Preisbildung

Im Vergleich zu den Kapitalmärkten ist der Kunstmarkt insgesamt nach wie vor durch ausgeprägte Informationsasymmetrien zwischen Marktinsidern und Außenstehenden sowie durch Intransparenz gekennzeichnet. Das macht es für Anlage-Neulinge außerordentlich schwer, ein Kunstwerk richtig zu bewerten, gilt es doch stets, zwischen Markt- und Liebhaberpreis abzuwägen.

Die richtige Bewertung eines Gemäldes ist aufwendig und zeitintensiv. Sie erfordert den Besuch von Galerien, Messen und Auktionen, Gespräche mit Branchenkennern sowie das Studium von Fachliteratur und Internetdatenbanken. Kann sich der Investor bei der Auswahl von Aktien an Kriterien wie dem Kurs-/Gewinn-Verhältnis (KGV) oder dem Buchwert des jeweiligen Unternehmens orientieren, fehlen solche „harte“ Kriterien beim Versuch, Preisentwicklungen an den Kunstmärkten oder gar bei einzelnen Künstlern vorherzusagen.

Die Preisbildung generell hat zwar eine subjektive Prägung. Dennoch gibt es auch eine Vielzahl an objektiven Preisbildungsfaktoren, an denen man sich orientieren kann:

- Geschmack der Zeit für Stilrichtung und Genre
- Kunsthistorische Bedeutung des Werkes
- Qualität/Herkunft des Künstlers/Werkes
- Präsenz des Künstlers am Markt
- Seltenheit von Werken des Künstlers
- Provenienz des Werkes (lückenlose Dokumentation der Herkunft, vor allem Kriegsjahre)
- Marktfrische des Werkes (Zeit, bis Werk gehandelt wird, gut sieben bis zehn Jahre)
- Erkennbarkeit des Künstlers im Werk (Authentizität)
- Zustand des Werkes

Durch Preisindizes (wie z.B. Indexberechnungen von Mei und Moses Art Market Research / AMR), kann Kunst als Anlageklasse im Portfoliokontext (Diversifizierung) eingesetzt werden. Mittels Indizes kann neben der Rendite auch die Korrelation von Kunst zu anderen Asset-Klassen berechnet werden. So bescheinigen die meisten Studien keine oder nur eine leicht positive Korrelation von Kunst zu anderen Anlage-Klassen.

Negative Entwicklungen an den Aktienmärkten lösen nur bedingt Verkäufe von Kunst aus, da die Kunstgegenstände überwiegend bei Sammlern und anderen Langfristinvestoren liegen. Das empirische Material zeigt, dass der Kunstmarkt im Allgemeinen beständiger als die Börse ist, unter der Voraussetzung, dass man die qualitativ richtigen Anlagen wählt. Nicht jede Rezession wird vom Kunstmarkt geteilt – umgekehrt kann man behaupten, dass Zeiten schwerer Krisen am Kunstmarkt immer auch Zeiten einer Börsendepression sind. Krisen wirken oft als Folge der Flucht in Sachwerte preiserhöhend auf den Kunstmarkt.

Einzelinvestment oder Fondslösung

Neben Investments in einzelne Kunstwerke, kann auch ein Kunstfonds ein probates Mittel sein, ein Kunstinvestment sinnvoll zu steuern und mit weniger persönlichem Aufwand organisiert durchzuführen. Gelungene Beispiele dafür sind z.B. der „British Rail Pension Fund“ oder der „Fine Art Fund“. Bevor man jedoch in einen solchen investiert, sollten im Vorfeld auch hier einige grundlegende Aspekte beachtet werden:

- Nachweis eines exzellenten Know-hows des Fondsmanagements in Bezug auf Kunst und Vernetzung innerhalb des Kunstmarktes
- Vorliegen einer Erfolgsbilanz (track-record) des Managements
- Seriosität des Anbieters
- Banktechnisches und betriebswirtschaftliches Know-how
- Klare Investitionskriterien mit Ausschluss von Klumpenrisiken
- Transparenz, Dokumentation und Nachvollziehbarkeit von Investmententscheidungen
- Interessengleichheit zwischen Management und Investoren
- Gutes Chancen-/Risiko-Verhältnis
- Überzeugende, sichere rechtliche Fondsgestaltung
- Höhe der Kostenquote (u.a. Agio, Managementgebühr)
- Professioneller (auch internationaler) Vertrieb

Anlage mit Restrisiko

Kunst ist keine sichere Geldanlage. Es bleiben wie bei vielen anderen Anlageklassen auch gewisse Restrisiken bestehen, da es u.a. keinen genauen, einheitlichen Preisfindungsmechanismen und keine neutrale Kontrollbehörde gibt. Man geht ein Risiko ein, aber genau das ist vielleicht für viele auch das Magische an der Sache. Man kann den Markt nicht beeinflussen. Wenn man einen unbekanntem Künstler kauft, sollte man sich diesen schon genau anschauen. Wie seriös arbeitet er an seiner Kunst? Wie authentisch ist er? Kauft man in einer Galerie, dann wurde bereits eine Vorauswahl getroffen. Das macht die Sache ein wenig sicherer. Grundsätzlich gilt: Der materielle Wert steigt mit dem Interesse von Galerie – Auktionshaus – Museum. In dieser Reihenfolge. Wird ein Künstler, auch ein unbekannter, im Museum ausgestellt, steigt sein Wert immens.

Spezielle Rolle von Kunstmessen

Von Jahr zu Jahr zunehmend wird eine beeindruckende Vielzahl an Ausstellungen, Messen und anderen Großveranstaltungen organisiert. Bei Besuchern, Künstlern, Medien und dem Fachpublikum stoßen diese regelmäßig auf hohe Nachfrage, verschafft sie ihnen doch einen schnellen, kostengünstigen Überblick, nicht nur über aktuelle künstlerische Trends und Entwicklungen. Neue, direkte Kontakte zu den Künstlern und Experten können im Rahmen einer Messe – wie z.B. die ARTMUC in München (größte Kunstmesse Süddeutschlands für Nachwuchskünstler / www.artmuc.info) unkompliziert hergestellt werden. „Zudem eröffnet sich vor allem für unerfahrene Sammler, Investoren und Kunst-Neueinsteiger die Möglichkeit, fernab von der häufig sterilen und unnahbar wirkenden Atmosphäre vieler Galerien, erste Erfahrungen auf dem Kunstmarkt zu sammeln“ erklärt Raiko Schwalbe, Gründer und Veranstalter.

Kunstmessen bieten dem Kunstmarkt etwas, das in ähnlicher Weise auch von den Auktionshäusern bedient wird: das Zelebrieren eines (Groß-)Events mit einer besonderen Erlebniswelt, einem jeweils eigenen Charakter. Dieses spezielle Umfeld und die zeitliche Begrenztheit von Messen kann sich – ähnlich wie bei Versteigerungen – vorteilhaft auf die Kauflust von den Besuchern auswirken.

Auch für (Nachwuchs-)Künstler wird der direkte Draht zu den Besuchern einer solchen Messe immer wichtiger. „Es genügt nicht mehr, dass ein Kunstwerk nur „gefällt“. „Gerade ein junger, noch unbekannter Künstler muss greifbar sein, für persönliche Gespräche und Diskussionen zur Verfügung stehen, sein Werk erklären und „verkaufen“ können. Nischen-Kunstmessen wie die ARTMUC eignen sich dafür hervorragend, sind kostengünstige Plattformen zur Selbstvermarktung, um jungen Künstlern den Zugang zu einem breiten Publikum zu ermöglichen“ erläutert die Kultur-Sponsoring-Expertin und Philanthropie-Beraterin Ursula Becker von Fundraising & More in München.

Klares Konzept entscheidend

Eine gewisse Nähe zwischen dem Künstler und seinen potentiellen Käufern ist inzwischen nicht nur eine Grundvoraussetzung für einen möglichen wirtschaftlichen Erfolg. Auch beim Thema eines gezielten Kultur-Sponsorings für einen Künstler oder eine Veranstaltung, sollte „Kunst nicht im luftleeren Raum hängen“. Eine gewisse Professionalität und Herangehensweise – nicht nur bei der Eigenvermarktung – können in diesem Zusammenhang viel Positives bewirken und vielfältigen Nutzen für alle Seiten schaffen“. Entscheidend für eine beidseitige Zufriedenheit ist dabei immer, dass die Strahlkraft des Künstlers und seiner Werke auf den Sponsor abfärbt und es so zu einem positiven Imagetransfer kommt.“, so die Branchenkennerin ergänzend.

Langfristig im Markt bestehen können dabei jedoch nur jene Messen, die über ein tragfähiges Gesamtkonzept, eine eindeutige Marktpositionierung (Nische) sowie im Idealfall auch über eine entsprechende Unterstützung aus der Wirtschaft (Stichwort Kultur-Sponsoring) verfügen. „Unsere klare Positionierung als Verkaufs-Plattform für zeitgenössische Kunst, die man sich noch leisten ist ein Schlüssel für den seit vielen Jahren zunehmendem Erfolg und Anstieg bei den Besucherzahlen. Dies stützt sich dabei nicht zuletzt auch auf ein klares inhaltliches Profil, die Strenge von Auswahl- und Zulassungskriterien und damit die Qualität des Ausstellerangebotes“, so Schwalbe ergänzend.

Weitere Informationen zu diesem Thema bzw. konkrete Möglichkeiten eines Kultur-Sponsoring erhalten Sie gerne auf Nachfrage unter becker@fundraisingandmore.de oder kooperationsmanagement@artmuc.info

Für alle Interessierten:

ARTMUC

01. bis 05. Mai 2019

München / Isarforum am Dt. Museum & Praterinsel

Adresse:

ARTMUC Messe / Isarforum – Ludwigsbrücke & Praterinsel / 80538 München

Pressebilder & Katalog:

<http://www.artmuc.info/presse/>

Pressekontakt:

Raiko Schwalbe / raiko@intox-gmbh.com / 01577 – 388 11 51