

# Der Wert von Kunst

## Was ist Kunst und welche Kunst hat Wert?

### 1. Einleitung

Unsere jüngste Gesellschaft „Sophista AG“ betätigt sich im Handel mit Kunst. Ich möchte an Hand von praktischen Beispielen aus der bildenden Kunst versuchen, den Wert oder den Unwert eines Kunstwerks mit philosophischer Denkweise zu erfragen. Und darauf aufbauend die Frage beantworten, welche Daseinsform sich die Gesellschaft Sophista AG geben kann, um nachhaltig erfolgreich sein zu können.

Sind Kunstwerke Gebrauchsgegenstände, Wertgegenstände oder gar nur symbolische Güter<sup>1</sup>? Und wenn es nur symbolische Güter sind: lassen diese sich überhaupt in Geld aufwiegen?

Was formt den Marktwert eines Bildes, und warum werden für bestimmte Kunstwerke Dutzende von Millionen bezahlt? Ist ein gefälschtes Gemälde zwingend die Kopie eines Originals? Welche Idee liegt einem Original zugrunde und welche einer Fälschung?

Was darf also ein Bild kosten, sei es ein „echtes“ oder ein „falsches“ und welches sind massgebliche Faktoren für die Festsetzung des Verkaufspreises?

### 2. Fallbescrieb

Die vorliegende Arbeit zeigt Preisbeispiele verschiedener Künstlerarbeiten der modernen Kunst wie Damian Hirst, Jackson Pollock, Tal R oder Mark Rothko und befasst sich mit dem Jahrhundertmaler Vincent van Gogh. Die Auseinandersetzung mit van Gogh ist insbesondere auch eine solche über Echt und Falsch, Irrtum und Irrweg, über Wahrheit und Lüge und über Macht und Ohnmacht.

Zum van Gogh-Teil gehört die kurze Einführung einer Geschichte des Irrtums, welche hier nachfolgend zusammengefasst ist, aber im Anhang vertiefend nachgelesen werden kann:

Das Bild „Ernte in der Provence“, offizielles Ausstellungsbild des Kunstmuseums Basel (vom 26.4. – 27.9. 2009 im Kunstmuseum Basel mit 70 Werken van Goghs unter dem Titel „Zwischen Himmel und Erde) auf schweizweiter Plakatwerbung, auf Flyern und im Internet, auf Einladungskarten, Prospekten, Eintrittskarten: dieses Bild und ein weiteres, nämlich der „Garten von Daubigny“, sollen keine echten van-Goghs sein, sondern Fälschungen des Pariser Malers Emile Schuffenecker<sup>2</sup>?

---

<sup>1</sup> Pierre Bourdieu, „Der Markt der symbolischen Güter“, in: Ders., „*Die Regeln der Kunst*“, Frankfurt am Main 1999, S. 227-279.

<sup>2</sup> Hanspeter Born, „*Faule Ernte*“, Weltwoche vom 2. Juli 2009

Nicht eine neue Beweisführung über die Thesen der Weltwoche ist jedoch Aufgabe dieser Arbeit, sondern die Auseinandersetzung mit der Bewertung, der Preisgebung von Kunst. Die gewählten Prämissen, welche zur preislichen Festlegung führten, sollen beleuchtet und hinterfragt werden.

Heute gibt es unzählige Künstlerpersönlichkeiten, welche mit ihrem Werk zusammen eine „Marke“ bilden, als Einheit von Person und Schaffensphilosophie, Thematik und Bildinhalt. Künstler wie Warhol, Niki de St. Phalle, Tinguely, Christo und Jeanne-Claude, etc. stehen und standen für eine bestimmte Formensprache und ein bestimmtes Werk (nicht zwingend für eine bestimmte Stilrichtung). Damit schufen sie einen Wiedererkennungswert, ein USP und ein ESP (unique selling point und emotional selling point) mit hohem Erfolg und Prestige und fast unbeschränktem Marktmonopolismus mit entsprechendem pekuniärem Erfolg.

### 3. Fragestellung

Hier setzt philosophisches Nachdenken generell zur Frage des Wertes von Kunst ein: was ist wertvoll – jedes originelle Werk, jedes Symbol als gekonnt inszenierte Symbiose von Werk und Künstler? Und wie steht es mit „echten“ und „falschen“ Kunstwerken? Was macht den Unterschied zwischen echt und falsch; ist das Falsche am Ende echter, authentischer, überraschender, anziehender und hätte es dadurch verdient, als echt anerkannt zu werden, gar als überzeugender als das Original? Ist es am Ende wertvoller, einen fiebrig schnell hingeworfenen van Gogh zu besitzen, als einen sorgfältig gemalten Schuffenecker?

Was steckt hinter der Kausalität „Bilder berühmter Maler SIND teuer“? Ist „schöne“ Kunst gute Kunst – muss Kunst gefallen oder nicht? Wer hat den Siegeszug des Markterfolges der Kunst zu verantworten?

## 4. PHILOSOPHISCHE POSITION

### 4.1. Was ist Kunst?

Kommt es auf die „Anordnung der Dinge an, was ihr ihre ganze Schicklichkeit und Schönheit verleiht“<sup>3</sup> und ist, wie Platon formulierte „das Schöne, Wahre und Gute letztlich ein und dasselbe und die höchste Wahrheit“, oder ist die Ökonomie des Marktes die reine, Kunst bestimmende Wahrheit? Welche Rolle spielt die Kunst als Statussymbol und die Kunst als Celebrity-(Un-)kultur?

Der „Brockhaus Philosophie“ schlägt allgemein vor, Kunst sei „im weitesten Sinn jede auf Wissen und Übung gegründete Tätigkeit“<sup>4</sup> und verweist, was die bildenden Künste betrifft, auf die vielfachen Auslegungen der Ästhetik. In ihrer Reduktion ist die Ästhetik die Wahrnehmung durch die Sinne. Die Wahrnehmung von Kunst ist also eine sinnliche Beschäftigung. Sinnliches wahr zu nehmen, also Kunst mit allen Sinnen zu genießen, ist schon für sich genommen kunstreich.

---

<sup>3</sup> Adam Smith, „Die Theorie der ethischen Gefühle“, Felix Meiner Verlag, Hamburg 2004, S. 309

<sup>4</sup> Der „Brockhaus Philosophie“, F.A. Brockhaus GmbH, Leipzig, Mannheim 2009, S. 223

Kunst findet keine Mehrheit, weil eine Mehrheit für Kunst nicht empfänglich ist, nicht sein kann, auch schon nur deshalb nicht, weil unser Ausbildungssystem die Naturwissenschaften einseitig krass bevorzugt und deutlich zu wenig Raum für Kunst zulässt. Das Resultat sind kognitivistische, ratiogetriebene und effizienzbegabte Schüler mit antrainierter Gewinnermentalität - auf die harte Lebensschule der realen Marktwirtschaft vorbereitet in der darwinistischen Überzeugung, dass nur der „fitteste überleben“ wird. Schon Nietzsche warnte vor den „entsetzlichen Konsequenzen“ der reinen Evolutionstheorie Darwins, obwohl er diese im Ganzen für richtig hielt. Nietzsche wollte den Menschen auch als „künstlerisch schaffendes Wesen“ verstehen.

„Um die Schule dem Fluch der Nüchternheit zu entreissen, muss die Schönheit im Unterricht zur Geltung gebracht werden<sup>5</sup>“ wäre ein Postulat, dem heute wieder Geltung verschafft werden müsste.

Aber was ist Kunst? Vielleicht das Erkennen von Schönerem, Gutem, Wahrhaftigem im Kunstwerk, das Entdecken des Symbolischen, sofern unser Verstand dies will. Denn der Verstand sei ja, meinte Nietzsche, ein Werkzeug der Täuschung! Denn nur durch die Täuschung liesse sich das Überleben einrichten. Auf die Kunst bezogen wäre Täuschung der aus sogenannten gesellschaftlicher Verantwortung heraus handelnde Geldadel, welcher mit ausreichend Geld etwas für die Kunst tun möchte.

Zahlreiche Unternehmungen haben längst Kunstsammlungen aufgebaut und Aufsichtsräte und Vorstände lassen sich dann gerne und immer wieder vor Kunst ablichten<sup>6</sup>. Auch für Sponsoring wird Kunst gebraucht, in dem Firmen den Kunstbetrieb unterstützen und fördern. Die wahre Leidenschaft, der genuine Kunstverstand transzendiert hier nicht: das Kunstverständnis bleibt metaphorisch und, bis auf wenige Ausnahmen, unehrlich. Kunst ist Hinwendung. Oder „ein Werden und Geschehen der Wahrheit“<sup>7</sup>, während Hegel alle Kunst auf das Ideal der Schönheit und Ästhetik verpflichtete.

Ich möchte als erstes Glied in einer Kette von Schlüssen hinzufügen, dass Kunst nicht zwingend schön und überhaupt nicht verständlich sein muss. Kunst in ihrer ursprünglichen Form darf doch gerade auch verführen und Verführung ist aller Kunst eigen: Kunst darf aufregend und aufrührend, widersprüchlich und provokativ sein. Die Rezeption des Betrachters erhebt den bearbeiteten Gegenstand, die bemalte Leinwand, die Baumwurzel und den Sandstein oder den mit Diamanten besetzten Totenschädel von Damian Hirst zur Kunst.

Kunst erscheint mir als die **universellste Verständigungsform** unter Menschen. Über Kunst lässt sich streiten, doch lieber ist mir, wenn Kunst Menschen näher aneinander rücken lässt, weil über Kunst unendlich und unendlich friedlich debattiert werden kann. Kunst schafft, wer sich aus innerem Selbstverständnis, Talent und vielleicht Genie an Materie versucht, um gerade Materie in ihrer vollkommenen Transzendenz bewusst zu machen und dann bereit ist, sein Werk, seine Arbeit und seine Meinung zur Disposition zu stellen.

Was bedeutet in diesem Kontext die Fälschung von Schuffenecker's van Gogh, so sie es auch ist? Kunst? Betrug? Geschäftemacherei? Täuschung der Sinne? Vielleicht einfach nur eine „Komposition von kühnen, komplementären Farben mit mangelhaftem Bildaufbau und missratenen Perspektiven“ (Weltwoche). Aber mit hoher Symbolkraft, weil zwar menschengeschaffene Regeln der Kunst verletzt werden und gleichzeitig der Marktimperalismus nicht zurückweichen kann, ja nicht darf, weil ohne entsprechende Immunisierungsstrategien und Absolutheitsansprüche automatisch Millionenwerte vernichtet würden.

---

<sup>5</sup> „Schweizer Familie“, 14. August 1917

<sup>6</sup> Wolfgang Ullrich, „Mit dem Rücken zur Kunst“, Verlag Klaus Wagenbach, Berlin

<sup>7</sup> Martin Heidegger, „der Ursprung des Kunstwerks“, Philipp Reclam jun. Stuttgart 2008, S. 73

## 4.2. Welche Kunst hat Wert?

Kunstwert und Marktwert sind nicht identisch. Der Kunstwert ist subjektiv, liebhaberisch und ideell: in ihm ist das Seiende, das Gewollte, das gross Gedachte, die Idee und der Entwurf als fertiges Produkt. Die Idee des Guten, welche nach Platon das Mass, die Ordnung und die Einheit schafft.

Kunstwerke haben auch einen Symbolwert: „der Symbolwert drückt jene schwer dingfest zu machende, symbolische Bedeutung aus, die sich aus unterschiedlichen Faktoren – Singularität, kunsthistorische Zuschreibung, Etabliertheit des Künstlers, Originalitätsverheissung, Versprechen auf Dauer, Autonomiepostulat oder intellektuellem Anspruch - zusammensetzt<sup>8</sup>.

Festpreise gibt es nur noch (besser gesagt: wieder!) im Buchhandel. Der Preis eines Kunstwerks (hier eines Bildes) ist ökonomisches Prinzip von Nachfrage und Angebot. Zwar liegen jeder Bildkomposition Materialkosten wie Leinwand, Keilrahmen, Einrahmungen, Farben und Pinsel etc, erfasster Zeiteinsatz, Sozialleistungen und Vorsorge = Lohnkosten und übrige Kosten wie Miete des Ateliers, Fahrzeug- Kommunikationskosten, Versicherungen etc. zu Grunde. Kaum ein bildender Künstler kann auf Nachfrage eine schlüssige, betriebswirtschaftlich abgesicherte Antwort geben, wenn es um die Preisfindung für seine Werke geht. Preise werden oft jenen eines Kollegen angepasst, oder der Preis wird über die Masse des Bildes mal Multiplikator „errechnet“.

Andere preisbestimmende Aktionen sind die Zusammenarbeit mit einem Galeristen, der Verkauf im eigenen Atelier, temporäre Ausstellungen mit Vernissagen in Galerien, Hotels und öffentlichen Räumen, Verkauf via eigener Homepage im Internet oder Vertrieb via Bebilderungs- und Ausstattungsservice, Vertrieb über Nutzungsrechte-Vergabe, etc.

Schon Karl Valentin formulierte: „Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit“. Was darf schöne Kunst kosten, möchte ich hinzuzufügen: soll eine leicht hingeworfene Zeichnung von Beuys, die vielleicht in wenigen Minuten entstand, teurer sein, als ein in wochenlanger Arbeit entstandenes Werk des noch unbekanntes Malers, welcher in mühseliger Arbeit Farbschicht um Farbschicht aufträgt und am Ende weit unter dem Zeiteinsatz verkaufen kann?

Am 21. September 2009 löste Christie's im Kunsthhaus Zürich für Ferdinand Hodlers „Eiger, Mönch und Jungfrau vom Beatenberg aus“ CHF 4,2 Mio. Bilder von Gerhard Richter sind etwa ab CHF 5 Mio aufwärts zu haben. Tal R, der sich spielerisch in verschiedenen Medien wie Malerei, Skulptur, Textilkunst, Modedesign bewegt, löst für seine Bilder zwischen CHF 60'000.-- (120x120 Zentimeter) und CHF 120'000.-- (200x200 Zentimeter). Sotheby verkaufte in New York Mark Rothko's Farbfeldmalerei des abstrakten Expressionismus „yellow, pink and lavender on rose“ für 65 Mio Dollar. Jackson Pollock's Action Paintings lösen heute im Schnitt über 10 Mio Dollar.

Renaissance-Künstler hatten schon Sorgen, den richtigen Verkaufspreis zu setzen. Um ihre Bilder aufzuwerten und zu verteuern, fügten sie Blattgold ein. Als teuerstes Werk eines zeitgenössischen Künstlers gilt mit € 75 Mio der „Totenschädel“ von Damian Hirst. Der Materialwert des Schädels wird allein auf € 18 Mio geschätzt, ist er doch mit mehr als 8500 Diamanten besetzt... die sehr intrinsisch motivierten Käufer sind der Popsänger George Michael und sein Partner, deren Kunstsammlung bereits € 150 Mio wert ist.

Den Wert eines Künstlers, bzw. dessen Bilder in Geld zu beurteilen, hat mit Zeit zu tun. Ungeteilter Erfolg ist nachhaltig und wird an Jahren gemessen. Die Grösse van-Goghs, Hodlers, Giacomettis, zeigt sich heute, 50-100 Jahre nach dem Tode der Künstler. Deshalb liegt der Erfolg eines Künstlers nicht in seiner Zeit. Hat er in seiner Zeit Erfolg, dann verfügt

---

<sup>8</sup> Isabelle Craw, „Der grosse Preis“, DuMont Buchverlag Köln, 2008, S. 32

er meistens über eine bestimmte Kunstfertigkeit, sich und sein Werk am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, zu zeigen. Er wird also zur „Marke in eigener Sache“. Genau wie das Verstehen eines Kunstwerks niemals abgeschlossen ist, kann auch das Verstehen über den Preis eines Kunstwerks niemals beendet sein, sondern bleibt ein unendlicher Regress.

Und wie verhält es sich mit der van-Gogh-Fälschung (s. Anhang)? Wie kann es soweit kommen, dass eine Fälschung nicht als solche erkannt werden will? Unterliegt alle Kunst der Magie des Geldes? Könnte der kunstbeflissene Laie selbst van-Goghs Landschaften studieren und dann zur Erkenntnis über „echt oder falsch“ gelangen?

Kunst hat den Wert, den ihm der Betrachter bereit ist, zuzugestehen. Das Bild „Ernte in der Provence“ hat den bezahlten Wert, von dem der heutige Besitzer (Baronin Miriam Alexandrine de Rothschild, Tochter von Baron Edmond de Rothschild) sich keinesfalls zu einem symbolischen Preis verabschieden würde... was wohl mit dem status quo-Effekt im ökonomischen Verhaltensmodell zu tun hat....

So lebt heute „echte“ und „falsche“ Kunst kooperativ und nicht in Konkurrenz nebeneinander. Der Verstand als Werkzeug der Täuschung. Hat Nietzsche recht?

## 5. Praxis

Welche praktischen Anwendungsmöglichkeiten ergeben sich aus den oben behandelten Fragen für unsere SOPHISTA AG? Welches ist der richtige und erfolgsversprechende Auftritt: als Galerist, Kunsthändler oder privater Kunstsammler? Als reine Internetgalerie? Worauf ist beim Verkauf von Kunstwerken zu achten?

Wenn die Kunst die universellste Verständigungsform unter Menschen ist, dann wollen wir Kunst vermitteln. Kunstvermittlung als innere Haltung des Austausches, als einer Verwirklichung der Idee zum Schönen und Guten. Der Kunstverkauf muss für unsere Gesellschaft Sophista AG eine andere Form finden als die traditionelle. Bisher haben wir privat gesammelt und traten nicht als Verkäufer auf.

Zum Gedanken der Galerie: Die Arbeit einer privaten, in der zeitgenössischen Kunst engagierten Galerie liegt im Finden von Künstlern, deren Förderung und Vermittlung. Viele Künstler lehnen „das Modell Galerie“ ab, auch weil sie nicht bereit sind, den Galeristen eine Kommission von 30-50% anzubieten. Ein Galerist sollte den regionalen und überregionalen Markt für die von ihm angebotene Kunst genau kennen. Dies zu unternehmen ist uns aus zeitlichen Gründen nicht möglich und schon deshalb werden wir keine typischen Galeristen sein. Ausstellungsraum bzw. Ausstellungswände stünden am Hauptsitz der Gsell & Partner Gruppe zur Verfügung, aber. Der Kunstbetrieb wird jedoch auch künftig kaum nicht mehr als einen marginalen Erlösanteil generieren – weiterhin ist dem Hauptgeschäft die volle Aufmerksamkeit zu widmen und Störungen sollen mit Ausnahme von Besuchen von echten Kunstinteressierten ausbleiben. Auch sind wir keine Kunst- und Kulturmanager und schon gar keine Kulturträger, als welche sich Galeristen oft sehen, und unsere Ausstellungsräume befinden sich nicht an exzellenter Passantenlage, sondern am vorderen Tribschengebiet, einem in den letzten Jahren sehr stark gewachsenen Luzerner Quartier mit Handel und Gewerbe, aber auch neuen Restaurants und Kunsthandwerksbetrieben.

Zum Gedanken des Kunsthändlers: Der Kunsthändler setzt auf die Verkäuflichkeit, der Galerist geht zunächst vom Ästhetischen aus, er weiss noch nicht, ob die Kunst auch verkäuflich ist, steht jedoch vollständig hinter seinen Künstlern und seinem Angebot. Der Kunsthändler baut in der Regel nicht die einzelne, weitführende Beziehung zum Künstler auf. Es gehen viele Kunstwerke durch seine Hände, von denen er auf Grund seiner Erfahrung hoffen kann, dass er sie verkaufen kann. Dieses stark ökonomisch und unternehmerisch ausgeprägte Erscheinungsbild sehen wir für die Sophista AG als nicht zielführend.

Zum Gedanken des privaten Kunstsammlers: In den vergangenen Jahren haben wir verschiedene Kunst gesammelt, von der wir glauben, dass sie originell, eigenständig und selbsterklärend ist. Darunter war wenig „Weltkunst“ mit entsprechenden Preisen. Unser Interesse galt jüngeren, zeitgenössischen Künstlern, deren Aussage uns hinter ihrer Bildsprache einnehmen konnte. Unsere Bilder durchbrechen sicher den Horizont des Erwartbaren, ob sie jedoch vollkommene Kunstwerke im Geiste Jean-Francois Lyotards sind, entsprechend „... von der Inkommensurabilität von Denken und wirklicher Welt...“<sup>9</sup> zeugen, darf der Betrachter/Käufer entscheiden.

Beim Kauf von Kunstwerken für die Sophista AG wurden manchmal direkte Kontakte mit Künstlern geknüpft, manchmal auch nicht. Niemals wurden Bilder zu Dumpingpreisen gekauft, sondern der Wert wurde meistens in einem offenen Gespräch mit den Künstlern vereinbart. Kein Künstler hat nach meiner Erinnerung je einen Rabatt gewähren müssen. In früheren Jahren haben wir sogar Bilder auf Abzahlung gekauft, weil wir über die notwendigen Barmittel damals noch nicht verfügten.

Das Finden des richtigen Preises eines Kunstwerks misst sich nicht daran, ob der Künstler der Celebrity-Kultur angehört (=bekannte Maler sind teuer) noch ist es das technische Festlegen von „Material x Arbeitsgang x Multiplikator“. Der Marktwert allein entscheidet und setzt sich unter anderem mit der Frage auseinander, ob und in welchem Masse der Künstler schon verkauft hat, und welche marktverträglichen Schlüsse er selbst aus diesem Ereignis für neuerliche Verkäufe zu ziehen gewillt ist.

Für einen einmal bezahlten „Marktwert“ müssen wir als Kunstsammler eintreten und diesen argumentativ vertreten. Der Markt wiederum allein entscheidet am Ende über Wiederverkaufbarkeit eines Kunstwerks. Der Marktwert basiert somit auf einer virtuellen Konvention zwischen Kunstmachern und Kunsthändlern/Käufern.

Zusammenfassend ist für die Sophista AG festzustellen, dass diese sich ausschliesslich als privater Kunsthändler sehen sollte. Es gibt das Dürfen, Kunst zu verkaufen, die ohne ökonomische Zwänge, Kunst verkaufen zu müssen, steht. Die reine Freude an Kunst überwiegt. Als Verkaufskanal wird ausschliesslich die eigene Website ([www.gsellundpartner.ch](http://www.gsellundpartner.ch)), gesehen, welche ca. per Ende des Jahres 2009 mit dem Angebot der Sophista AG ergänzt werden wird. Dabei wird kein Internetverkauf ins Auge gefasst, sondern eine Darstellung des Angebotes mit den Mitteln der modernen Kommunikation. Kaufinteressierte können dann telefonisch Kontakt suchen oder über die entsprechende, gleichzeitig aufzuschaltende e-mail-Adresse: [kunst@gsellundpartner.ch](mailto:kunst@gsellundpartner.ch). Die ergänzende Website wird unter dem Motto „Kunst für Sie“ gestaltet und alle Kunstgegenstände werden sorgfältig beschrieben und mit einem Preis versehen.

---

<sup>9</sup> Jean François Lyotard: „Das Erhabene und die Avantgarde“ (in: Jacques Le Rider/Gérard Raulet (Hg.), *Verabschiedung der (Post-) Moderne? Tübingen, 1987, S. 251-269*)

## 6. Kreis der Betroffenen

Im „Kreis der Betroffenen“ steht die Gsell & Partner Gruppe, der mit der Sophista AG ein ergänzendes Alleinstellungsmerkmal an die Hand gegeben wird. Der Name „Gsell & Partner“ steht somit (nach der weiteren Neuausrichtung, über die zu einem späteren Zeitpunkt zu schreiben sein wird) nicht nur für „Kompetenz in Hotellerie und Restauration“, sondern hat ein zusätzliches Kompetenzfeld dazugewonnen.

## 7. Erkenntnisse aus diesem Fall

Kunst erscheint mir aus den oben beschriebenen Gründen als **universellste Verständigungsform** unter Menschen. Kunst lässt Menschen zusammenrücken und debattieren. Vielleicht macht Kunst die Welt gar ein bisschen friedlicher, ganz sicher jedoch kommunikativer.

Kunst also ist in hohem Masse Kommunikation. Was Kunst ist und welche Parameter sie zu solcher machen: eine Auseinandersetzung mit Unbekanntem, als Überwindung von Festgefahrenem, als ästhetisches Begreifen und Einfassen der Sinne, als Erweiterung des Denkbaren und vielleicht auch als Täuschung des Verstandes. „Die grössten Freuden entspringen aus dem Anschauen schöner Werke“, erkannte schon Demokrit. Die Frage nach Wert oder Unwert benötigt tiefe, fortdauernde, nicht endende Dekonstruktion im Umgang mit Kunst. Bedeutend ist nicht „echt“ oder „falsch“ – sondern die Botschaft und Symbolik des Werks, und damit die Sprache des Künstlers.

Für mich und für die Sophista AG wird die Kunst auch künftig ein wichtiger Kanal nach innen und aussen im täglichen Geschehen sein. Ein Stück Freiheit. Denn „ohne Freiheit ist das Verderben gewiss“<sup>10</sup>.

Urs Gsell, Oktober 2009

## **ANHANG**

### Kurzgeschichte eines Irrtums

Die „Ernte in der Provence“ fehlt im Inventar von Andries Bongers, dem Schwager der Van-Gogh Brüder, der zusammen mit Julien Tanguy, einem Farben- und Bilderhändler zu Händen der Versicherungsgesellschaft ein genaues Verzeichnis erstellte. 1891, 16 Monate nach Vincent's Tod, verkaufte Tanguy 6 Bilder an den dänischen Sammler Willy Gretor,

---

<sup>10</sup> Karl Jaspers, „Von der Weite des Denkens“, Piper Verlag GmbH, München, S. 36

davon eines mit dem Titel „Moissonneur“. Das Van-Gogh Museum soll irrtümlicher Weise angenommen haben, dass dieses Bild mit der „Ernte in der Provence“ identisch ist. Unter den 6 Bildern, die Tanguy an Gretor verkauft hatte (und dies brieflich seiner Schwester meldete, sowie die Anpassungen am Inventar vornahm), war kein Bild mit dem Namen „Moissonneur“ dabei – das einzige Bild, welches als „Moissonneur“ offenbar hätte in Frage kommen können, war das Bild „Bauernhaus in der Provence“ mit der Nummer 227 als „Ferme“ bezeichnet im Katalog von Tanguy (in der Baseler Ausstellung erscheint die „Ferme“ unter der Katalognummer 35, die „Ernte in der Provence“ führt die Nr. 36).

Das Bild „Ernte in der Provence“ soll erst nach dem Tod Van-Goghs entstanden sein – durch den „passablen, aber wenig originellen“ Maler Emile Schuffenecker (1851-1934), selbst Besitzer einer der damals grössten und besten Gaugin- und Van-Goghs-Sammlung.

### Beschreiben kommt vor Malen

Vincent van Gogh konnte auf wunderbare Art Landschaften beschreiben. Als Vierundzwanzigjähriger, also noch bevor er daran dachte, einen künstlerischen Beruf zu ergreifen, schrieb er an seinen Bruder Theo aus Ramsgate: *„Das Meer war gelblich, vor allem nah am Strand; am Horizont ein Streifen Licht und darüber ungeheuer grosse, dunkle, graue Wolken, aus denen man den Regen in schrägen Streifen niederstürzen sah. Der Wind fegte den Staub des weissen Felsenpfades ins Meer und wühlte in den blühenden Dornbüschen und Goldlackstauden, die auf dem Felsen wuchsen. Rechts Felder mit jungem, grünem Korn und in der Ferne die Stadt...“*<sup>11</sup>.

Vincent's Stellenwert als Jahrhundertmaler sollte sich erst längere Zeit nach seinem Tod zeigen. Er musste sich das Malen erkämpfen und lernte die Bilder, die er anfangs nur mit Worten anzudeuten vermochte, mit der Zeit in der Sprache der Farben und der Gestaltung auszudrücken; unter grösster Willensanstrengung und eiserner Disziplin *„geduldig die stählerne Mauer abfeilen, die das, was man fühlt, von demjenigen trennt, was man kann“*<sup>12</sup>. In der Malerei gibt es nichts Vergleichbares wie diesen Lernprozess vom Nichtsköner zum Jahrhundertmaler. Van Gogh war augenfällig kein Frühvirtuose der Malerei wie es etwa Mozart in der Musik war.

Schon in seinen künstlerischen Anfängen hat Vincent van-Gogh das bäuerliche Leben genau beobachtet und gezeichnet. In späteren Jahren brachte er es mit dieser Technik zur Meisterschaft. Allein im Juni 1888 malte er in Arles sieben verschiedene Motive von Weizenernten.

Kunst oder Unkunst. Was ist der Wert der „Ernte in der Provence“, sei die Ernte echt oder falsch, was wir nicht beurteilen können? Die Bildkomposition scheint nicht die Logik der übrigen Erntemotive zu haben und doch hat das Bild eine magische Anziehungskraft und als Besucher der Ausstellung ist das Benützen von Ellenbogen vorteilhaft, um in den Bannkreis des Bildes zu gelangen und dort einige Minuten zu verbleiben...

Der niederländische Jahrhundertmaler sorgt jedenfalls postum für Aufregung beim Besitzer und Kunsthändler nicht nur dieses Bildes, sondern auch einer weiteren Schuffenecker-Fälschung des Bildes „Der Garten von Daubigny“<sup>13</sup> (Katalognummer 68 der Basler van-Gogh-Ausstellung).

---

<sup>11</sup> „Sämtliche Briefe“, im Kindler-Verlag, Zürich, 6 Bände, Briefe VI S 272

<sup>12</sup> Ebd. T (Brief an Theo) S. 237

<sup>13</sup> Matthias Arnold, „Der echte und der falsche van Gogh“, Weltwoche vom 28. Mai 2009