



*The Art World of Cosmopolitan Collectors. In Relation to Mediators,
Institutions and Producers*

M. Gnyp

MARTA GNYP

Dit onderzoek behandelt artistieke en sociale transformaties en processen die het gedrag van verzamelaars van westerse hedendaagse kunst vanaf het einde van de 20^{ste} eeuw tot 2014 hebben gevormd, en daardoor ook indirect het kunstveld mede hebben gedefinieerd. Het toont in de eerste plaats aan dat de macht van verzamelaars zich concentreert in Noord-America en West-Europa. De concentratie van rijkdom in the Verenigde Staten, Duitsland en andere Westerse economieën, gecombineerd met allerlei belastingvoordelen verbonden aan kunst eigendom, is van groot belang geweest voor de aanwas van nieuwe verzamelaars. Wat eveneens belangrijk is gebleken, is de stabiele en bijna ononderbroken traditie van het particuliere verzamelen in deze regio's. Deze verzameltraditie leunt op sterke institutionele infrastructuren en distributiekkanalen, die met elkaar verbonden zijn en elkaar versterken. De voorkeur van noordwesterse verzamelaars voor noordwesterse kunstenaars, zelfs in de tijd van het internet en een toegankelijke globale visuele taal, wordt uitgelegd door *representational bias*, een min of meer bewuste voorkeur voor kunstenaars die worden getoond door galeries en instituties die men kent.

Verschillende oorzaken verklaren de stijgende populariteit van hedendaagse kunst onder huidige verzamelaars. Deze populariteit is onder andere gestimuleerd door karakteristieken van deze kunst zelf die zich vanaf het einde van de 20^{ste} eeuw gingen manifesteren en door een theoretische rechtvaardiging tot vrijheid van interpretatie. Behalve haar toegankelijke visuele taal, haar aantrekkelijke conceptuele benadering en haar actualiteit, biedt hedendaagse kunst verzamelaars de mogelijkheid om mee te groeien met de carrières van kunstenaars. Ze belooft verzamelaars de ontdekking van een 'tweede Warhol' - een grote kunstenaar die de kunstgeschiedenis zal bepalen. Prijzen van werken van hedendaagse kunstenaars beginnen altijd laag, het aanbod is ruimer dan bij oudere kunst en een verzamelaar kan actief deelnemen aan de vorming van de artistieke canon. Vergeleken met kunst uit andere perioden kent hedendaagse kunst minder praktische problemen als vervalsing of diefstal. Sommige verzamelaars hebben als drijfveer dat ze in de geest van hun tijd de eigen cultuur mede vormgeven, maar wat vooral bijdraagt aan de populariteit van hedendaagse kunst is de sociale wereld die deze kunst creëert en de financiële mogelijkheden die ze lijkt te bieden.

Verzamelaars voelen zich opgenomen in een bijzondere groep, een geografisch en kwantitatief uitdijend sociaal netwerk met een zeer verleidelijk en boeiend programma aan sociaal-culturele activiteiten. De aantrekkingskracht van deze sociale wereld is de resultante van de gezamenlijke inspanning van alle actoren, zoals galeries, publieke instellingen en beurzen, die een atmosfeer weten te creëren van plezier, glamour, exclusiviteit en de wonderen die de wereld nog niet uit zijn. De universele taal van het verzamelen belooft een democratische toegang tot de kunstwereld en gelijkheid van de deelnemers daaraan. Dit is echter tot op zekere hoogte een illusie. Hoewel actoren van verschillende sociale achtergronden zich regelmatig met elkaar mengen, zijn verzamelaars er permanent op uit zich sociaal te onderscheiden, zowel ten opzichte van mensen buiten de kunstwereld als ten opzichte van elkaar. Verzamelaars vestigen voortdurend een onderlinge hiërarchie; het tonen van kunstwerken op hun iPhones, het noemen van kunstenaars die men kent, het melden van uitnodigingen voor diners - het zijn allemaal manieren om zich te laten gelden en een onderscheid aan te brengen. Enerzijds is er het plezier van de gedeelde

belangstelling en passie, maar anderzijds is er de wens tot differentiatie en uitsluiting om sociaal prestige te verkrijgen en de hoogste plaats in de rangorde van de actoren in het kunstveld.

Een andere zeer belangrijke oorzaak van de huidige populariteit van hedendaagse kunst is haar hypothetische vermogen om te veranderen in een winstgevend financieel instrument. Verzamelaars uiten weliswaar verschillende standpunten over kunst als investering, maar zodra zich een mogelijkheid voordoet om winst te maken bepalen de mogelijke opbrengsten en niet de principes of een kunstwerk wordt behandeld als een financieel instrument of niet. Toch maakt de wijdverbreide interesse voor waardeestijging de verzamelaars niet tot speculanten. Bij het huidige verzamelen gaat het plezier in het bezit van een kunstwerk samen met het plezier in het behalen van winst. De speculatieve processen van *flipping* hebben veel media-aandacht gekregen maar bleken tot nu toe een beperkt fenomeen.

Verzamelaars bouwen hun collecties op door gebruik te maken van het distributiesysteem dat is gebaseerd op galeries en veilinghuizen. Een goede relatie met een galerie is van centrale betekenis voor de toegang tot gewenste werken en relevante informatie over kunstenaars, kunstwerken en de kunstmarkt. De meeste verzamelaars benadrukken daarom hoe belangrijk galerieactiviteiten zijn voor het opbouwen van kunstenaarscarrières en vermijden kritische uitspraken of een gebrek aan loyaliteit om deze relatie niet in gevaar te brengen. Soms worden galeries ervan beschuldigd een kunstmatige vraag te creëren of bepaalde uitsluitingsmechanismen en marketingstrategieën te hanteren, maar dit gebeurt zelden en al helemaal niet in het openbaar.

Galeries op hun beurt proberen de aandacht van verzamelaars te trekken en vast te houden door hun geografische netwerk uit te breiden, hun culturele status te verhogen en sociale events te organiseren die tot een extra commitment van verzamelaars kunnen leiden. Beurzen - een variant van galeriewerkzaamheden - zijn in het laatste decennium een belangrijk en algemeen geaccepteerd onderdeel van verzamelpraktijken geworden. Terwijl sommige verzamelaars de concentratie van kunstenaars en beschikbaarheid van informatie aldaar waarderen, veroordelen anderen beurzen vanwege een verondersteld gebrek aan culturele betrokkenheid en kwaliteit. Hoe het ook zij, voor vele verzamelaars is het tegenwoordig ondenkbaar om hedendaagse kunst te verzamelen zonder beurzen te bezoeken. Tegelijkertijd is een beurs principieel een commerciële plek, hetgeen eraan bijdraagt dat verzamelaars kunst welbewust zien als objecten met een financiële waarde. Het internet heeft vooralsnog de fundamenten van het bestaande galeriemodel niet veranderd maar is wel een belangrijke aanvulling geworden op de traditionele werkwijze van de galeries.

Een ander distributiekanaal vormen veilinghuizen. Verzamelaars waarderen deze vanwege de transparantie en ongecompliceerdheid van de procedures. Veilingen bieden verzamelaars een eenvoudige toegang tot werken, zonder de sociale categorisering die galeries aanbrengen op basis van vertrouwensrelaties en de reputatie en zichtbaarheid van de verzamelaars. Toch kan het gebruikmaken van veilinghuizen negatieve gevolgen hebben voor de culturele en sociale positie van de verzamelaar. Terwijl het *kopen* via een veiling moreel neutraal is volgens de codes van de kunstwereld, kan het *verkopen* ophef veroorzaken omdat wordt verondersteld dat een kunstenaarscarrière wordt geruïneerd, een kunstmatige artistieke canon wordt gecreëerd of prijzen worden opgedreven.

Veilinghuizen proberen verzamelaars aan te trekken via private verkopen, curatorische tentoonstellingen, online verkopen en verschillende adviesdiensten.

Sommige verzamelaars beschouwen deze expansie tot het terrein van galeries, dealers, curatoren en kunstadviseurs als een te grote machtsconcentratie in één institutie en daarom ook als een bedreiging voor het gehele systeem. Om de kritiek te verzachten, benadrukken veilinghuizen hun democratisch deelnameprincipe en hun culturele betrokkenheid door voor hun activiteiten gebruik te maken van actoren met een aanzienlijk cultureel kapitaal.

Verzamelaars huren soms adviseurs in, wier kennis van kunst en de kunstmarkt de kwaliteit bij aankopen of bij het formuleren van een visie op een collectie zou waarborgen. Waar sommige verzamelaars denken dat het inhuren van een adviseur getuigt van een gebrek aan eigen smaak, beschouwen andere het hebben van een adviseur als een teken van financieel en sociaal prestige. Het groeiende aantal adviseurs wijst erop dat verzamelen voor velen geen kwestie meer is van persoonlijke smaak maar van de juiste aankopen die hun financiële en culturele waarde zullen houden.

Hun collecties opbouwend, opereren verzamelaars zowel in de kunstmarkt als in de sfeer van de cultuur, waarvan de belangen vaak als ongelijk of zelfs tegenstrijdig worden beschouwd. De ideologie van het kunstveld dicteert dat verzamelaars worden gedreven door culturele en artistieke waarden en niet door financieel gewin. Wanneer hun commerciële interesse sterker wordt dan hun moreel commitment aan het kunstveld, bemoeilijken verzamelaars de controle van galeries over vraag en aanbod, en daarmee over de prijzen. De kunstmarkt gebruikt daarom de ethiek van het verzamelen om circulatie van de werken te beperken en te behoeden dat kunstwerken als economische goederen worden behandeld. Twee morele codes worden toegepast om het gedrag van verzamelaars in de kunstmarkt te controleren: een goede verzamelaar verkoopt niet en een goede verzamelaar koopt met zijn ogen en niet met zijn oren. Galeries geven verzamelaars die niet verkopen een morele erkenning en voorkeursbehandeling, in tegenstelling tot 'slechte' verzamelaars, die de toegang wordt geweigerd. Deze morele druk is vooralsnog het meest gebruikte instrument om verkopen te verhinderen, want juridische middelen zijn in de kunstwereld niet gebruikelijk.

Echter, de overweldigende meerderheid van verzamelaars verkoopt kunstwerken. Aangezien verkopen kan leiden tot beperkte toegang en een slechte reputatie, praten verzamelaars er liever niet over. Wanneer ze het wel doen, rechtvaardigen ze hun gedrag met motieven die moreel passen in de ideologie van het kunstveld. Sommige verzamelaars geven toe dat ze verkopen om winst te maken, maar dat doen ze niet in het openbaar; anderen zeggen dat ze geen werken in hun collecties willen die in waarde zijn gedaald. Er zijn ook gradaties in het veroordelen van de manier waarop men verkoopt. Teruggave aan de galerie is de meest correcte wijze van verkopen, terwijl een publieke verkoop op een veiling het laagst scoort.

Terwijl de eerste morele code (een goede verzamelaar verkoopt niet) meestal wordt gebruikt door galeries om een onderscheid te maken tussen goede en slechte verzamelaars, de tweede code (een goede verzamelaar koopt met zijn ogen en niet met zijn oren) doet opgeld tussen verzamelaars onderling. Deze code spreekt het fundament van het verzamelen zelf aan: het maken van subjectieve keuzes en het scheppen van een eigen visie in plaats van achter geruchten aan lopen. Verzamelaars met een groot cultureel kapitaal beweren dat ze de populaire modes niet volgen maar in staat zijn zelf te beslissen. Ze bekritisieren alles wat met het 'oor' te maken heeft: fascinatie met roem en merken, gebrek aan juiste informatie en grondige kennis, en het kuddegedrag dat vooral wordt aangedreven door het idee van financiële winst.

De notie dat men niet geïnteresseerd is in geld wordt vooral gekoesterd door de langetermijnverzamelaars, die zich daarmee willen onderscheiden van de nieuwkomers. Dezen associëren de eerstgenoemden met onbeperkte rijkdom, in tegenstelling tot hun eigen financiële situatie. Andere onderscheidingscriteria onder verzamelaars zijn passie, kunstkennis, hard werken en discipline; deze kenmerken zouden dan staan tegenover vluchtige, oppervlakkige fascinaties en een gebrek aan persoonlijke betrokkenheid. Verzamelen heet zich bovendien niet te beperken tot het aanleggen van een kunstcollectie maar het omvat ook een sociale verantwoordelijkheid: men creëert immers cultuur. Echter: kunstkennis is te koop, en passie en verantwoordelijkheid voor cultuur zijn onbetrouwbare criteria omdat aan schenken vaak fiscale voordelen zijn verbonden. Waarmee alleen het onderscheid dat is gebaseerd op financiële interesse of desinteresse overblijft als een solide categorisatie-instrument.

De druk van de morele codes blijkt slechts een beperkt effect te hebben. Ze dwingen verzamelaars vooral om niet openlijk over hun belangstelling voor kunst als investering te spreken, maar ze voorkomen niet dat verzamelaars wel degelijk interesse in de financiële waarde van werken hebben en het economisch potentieel van hun collecties nauw gadeslaan. Een analyse van verzamelaarsvoorkeuren op de veilingen in het laatste decennium heeft aangetoond dat het aantal kunstenaars wier werken verkocht waren zeer laag was en het aantal jaarlijks terugkerende kunstenaars zeer hoog. Dit suggereert dat verzamelaars afgaan op bekende *blue chip* kunstenaars die als een merk in de kunstmarkt fungeren, hetgeen een solide waarde in die markt zou moeten garanderen. Hoewel de sociale en culturele waarde van kunstbezit belangrijk is, zijn hedendaagse verzamelaars zich zeer bewust van de financiële waarde van hun werken en hun potentieel.

Hedendaagse verzamelaars treden in de voetsporen van vroegere verzamelaars die, sociaal en cultureel gemotiveerd, besloten om hun collecties met een groter publiek te delen. In het nieuwe millennium is het aantal privé-musea sterk gestegen. De belangstelling van verzamelaars voor particuliere tentoonstellingsruimten is gerelateerd aan het stijgende aantal HNWI (vermogende particulieren met een besteedbaar inkomen vanaf 1 miljoen US\$) die een deel van hun vermogen aan kunst uitgeven. Verzamelaars die een privé-museum openen combineren hun plezier in hun werken met de wens om kunstervaringen met anderen te delen. Ze tonen hun persoonlijke smaak en hun ideeën over kunst, terwijl het museum hun tegelijk de mogelijkheid geeft zich van anderen te onderscheiden en een platform creëert voor een uitwisseling met andere verzamelaars. Een fysieke ruimte zoals een privé-museum vergroot de zichtbaarheid van de verzamelaar, zowel in de kunstwereld als in de lokale gemeenschap. Via deze moreel hooggeprezen activiteiten verkrijgen verzamelaars sociaal prestige en bouwen ze een reputatie op van gepassioneerde verzamelaars.

De zichtbaarheidsfactor is vooral in het laatste decennium zeer belangrijk geworden omdat de kunstmarkt daarvoor veel kleinere dimensies had, de concurrentie om de populaire werken minder relevant was en de reden tot differentiatie minder urgent. Privé-musea en kunstruimten zijn van grote betekenis voor de positie van verzamelaars in de kunstmarkt, daar publieke zichtbaarheid een betere toegang tot werken baant en lagere prijzen faciliteert. Privé-musea verschaffen daartoe een instrument aan kunstenaars, kunstwerken en galeries; andersom construeren ze het sociale, culturele en financiële kapitaal van de verzamelaar. De kunstmarkt profiteert van de hoge waarde die tegenwoordig wordt toegekend aan publieke zichtbaarheid,

omdat verzamelaars hierdoor gedwongen worden permanent hun collecties te verbeteren en aan te vullen door nieuwe acquisities en verkopen.

Aangezien activiteiten van privéruimten meer of minder het werk van publieke musea weerspiegelen, dwingt de schijn van een mogelijke autoriteitsstrijd verzamelaars ertoe om hierin een standpunt te bepalen. Sommige verzamelaars onderstrepen het belang van publieke instellingen en hebben een coöperatieve en niet-competitieve houding. Anderen claimen dat ze progressiever zijn dan publieke musea, daar de laatste in traditionele culturele en administratieve structuren zijn blijven steken en niet adequaat kunnen reageren op de transformaties in de kunstwereld. Publieke instellingen verdedigen hun positie door privé-musea op hun fundamentele willekeur aan te spreken omdat ze geen verplichtingen hebben met betrekking tot continuïteit en educatie en geen commitment tegenover kunstenaarscarrières. Deze strijd om autoriteit is urgent geworden omdat verzamelaars meer koopkracht tonen, sneller reageren en hun artistieke canon proberen te formuleren.

Publieke musea en private verzamelaars kennen verschillende vormen van samenwerking, nu en in het verleden. Hun relatie is wederkerig, want beide partijen kunnen profiteren van elkaar: terwijl het museum financiële bijdragen, leningen en donaties nodig heeft, kunnen verzamelaars door de samenwerking met een publiek museum de reputatie en het prestige van hun collecties verbeteren en fiscale voordelen genieten. Nu door bezuinigingen museumbudgetten dalen terwijl de particuliere welvaart toeneemt, is er een gevoel dat de invloed van private verzamelaars op publieke instellingen toeneemt, hoewel kwantitatieve data dit proces niet kunnen bevestigen.

Verzamelaars zijn permanent op zoek naar nieuwe kunstenaars die hun verwachting van artistieke creativiteit vervullen, werken van hoge kwaliteit produceren en bij voorkeur een plaats in de kunstgeschiedenis veroveren. Tegelijkertijd zoeken ze kunstenaars wier werken een artistieke én financiële groei beloven - op korte of lange termijn, afhankelijk van de verzamelaar. Het idee dat verzamelaars massaal hun aandacht naar jonge kunstenaars hebben verplaatst is niet juist gebleken en vooral afkomstig van de media.

De analyse van de loopbaan van de kunstenaars Oscar Murillo en Phyllida Barlow heeft aangetoond dat artistiek talent vaak niet genoeg is voor een kunstenaar om te worden opgemerkt. Van groter belang voor verzamelaars blijkt de steun van de poortwachters in de kunstwereld: galeries van naam, grote veilinghuizen, belangrijke verzamelaars en dealers, en gevierde kunstinstituten, en de zichtbaarheid en een perspectief op waardestijging bieden, zowel in cultureel als financieel opzicht. Deze voorbeelden toonden ook aan dat opvallende levensverhalen, die in een sociaal-cultureel context geplaatst kunnen worden, aan hun begeerlijkheid bijdragen.

Net als verzamelaars in het verleden genieten hedendaagse verzamelaars van de accumulatie van hun sociale en culturele kapitaal. Wat de sociale wereld van hedendaagse verzamelaars anders maakt dan die van hun voorgangers, is dat kunst verzamelen populairder is, de kunstwereld grotere dimensies heeft aangenomen en tegelijk toegankelijker is geworden. De positie van galeries en publieke instituties is solide, maar het zijn de verzamelaars die de drijvende kracht vormen achter de groei van de hedendaagse kunstmarkt. Ze hebben niet alleen belangstelling voor de culturele en sociale waarde van verzamelen maar ook voor de financiële aspecten van kunstbezit. Daarom is het verzamelen voor velen veranderd van een bevredigend project op de lange termijn in een streven naar een snellere voldoening.

THE ART WORLD OF COSMOPOLIAN COLLECTORS
In relation to mediators, institutions and producers

MARTA GNYP