

Mai 2015
D 6 Euro

Andy Warhol's

Interview

RAF
SIMONS



STERLING
RUBY

KRISTEN
STEWART,
SIA,
NICOLAS
GHESQUIÈRE &
MICHELLE
WILLIAMS

JOHN BALDESSARI



Sie nennen ihn Satan, Sith-Lord, Scharlatan und Spekulant. Für viele im Kunstbetrieb ist **STEFAN SIMCHOWITZ** das personifizierte Böse – warum eigentlich? Weil er Nacht für Nacht durchs Internet rauscht und so **KÜNSTLER** entdeckt, die andere übersehen – und weil diese Künstler dann die Frechheit besitzen, erfolgreich zu werden? Weil er über **SOCIAL-MEDIA**-Kanäle deren Kunst propagiert und bereit ist, in seine Künstler nicht nur *Zeit*, sondern auch *viel Geld* zu investieren? Oder liegt es daran, dass **SIMCHOWITZ** sein Unternehmen lieber wie ein **START-UP** denkt, anstatt Galerieräume zu mieten? Ein Ortstermin beim Leibhaftigen

Von
JÖRG HARLAN ROHLER
Fotos
JORK WEISMANN



Art



Stefan Simchowicz, 44, vor einem Bild von Marc Horowitz

Brut

Ein moderater Bungalow in einer Seitenstraße von Beverly Hills. Vor der Tür liegt eine Fußmatte, auf der steht „The neighbors have better stuff“, an der Klingel: kein Name. Die Frau, die die Tür öffnet, heißt Rosi Riedl, eine ziemlich große, ziemlich gut aussehende Frau mit kurzen, grau melierten Haaren. Das in Österreich geborene, in Australien aufgewachsene Ex-Model spielt eigentlich außerhalb der Liga, in der Typen wie Stefan Simchowitz punkten. Die beiden haben sich am Strand in Australien kennengelernt, geheiratet, sich scheiden lassen, dann beschlossen, es doch noch einmal miteinander zu versuchen – ihr Sohn heißt Morris und ist sechs Jahre alt. Rosi fragt, wie lange man bleiben möchte, ob sie mit dem Gepäck helfen könne – sie denkt, man sei wieder irgendein Künstler, den Stefan eingeladen hat. Sie bittet herein und führt durchs Wohnzimmer in einen für Los Angeles großen Innenhof: Sonnensegel, Feuerstelle, großer Grill, ein langer Holztisch, geschliffener Beton, in der Ecke ein Pool, ein Baumhaus und eine Garage. „Simcho Garage“, hat jemand darüber gesprüht, Rosi stellt zwei Mitarbeiterinnen vor, die vor silbernen Macs sitzen. Eigentlich wirkt all das wie ein Start-up, doch für eine Internet-Garagenfirma hängt zu viel Kunst an den Wänden; Art Kibbutz trifft es besser. Drei Hunde begrüßen einen, schnüffeln, wedeln mit dem Schwanz. So wohnt also „The Art World’s Patron Satan“, wie das Magazin der *New York Times* auf der Titelseite Ende Dezember verkündete.

STEFAN SIMCHOWITZ: Hallo, ich bin Stefan. Möchten Sie etwas trinken? Ein Wasser? Schauen Sie sich um, machen Sie es sich bequem.

INTERVIEW: So wohnt also der Leibhaftige.

SIMCHOWITZ: Gefällt es Ihnen?

INTERVIEW: Ich hatte mir die Hölle schlimmer vorgestellt.

SIMCHOWITZ: (*lacht*) Kommen Sie, wir gehen spazieren ... (*Zwei Blocks weiter befindet sich ein Park, auf der Rasenfläche spielen ein paar Latinos Fußball, Kinder schaukeln, Nannys schauen gelangweilt auf ihre Telefone. Vor dem Mittagessen werden wir die Parkanlage neun Mal umrunden.*)

INTERVIEW: Die *New York Times* nennt Sie „The Art World’s Patron Satan“, andere Kollegen bezeichnen Sie als „Sith-Lord“ oder auch als „Rattenfänger von Hameln“. Eine oberflächliche Recherche ergab ausgedruckt alleine für 2014 mehr als 1000 Seiten über die Person Simchowitz. Was ist eigentlich los?

SIMCHOWITZ: Kurz zusammengefasst: Journalisten mögen mich nicht besonders. Galeristen auch nicht, was vor allem daran liegt, dass ich Künstler, die sie übersehen, erfolgreich im Markt platziere. Die meisten sind einfach frustriert, neidisch, und holen deshalb die Moralkeule raus. Sie sind beleidigt wegen meines Künstlers Oscar Murillo, weil sie einfach nicht begreifen, wie eine Karriere in 18 Monaten derart abgehen konnte. Ohne sie. Sogar gegen ihren Willen. Der Vorwurf lautet: Stefan Simchowitz ist ein Hedgefonds-Arschloch, das jetzt in Kunst investiert. Sie nennen mich „Satan“, sie nennen mich „Flipper“ ...

INTERVIEW: Und?

SIMCHOWITZ: Können wir später über Flip Art reden?

INTERVIEW: Sie sind Sammler, Berater, Kurator, Mentor. Als was sehen Sie sich selbst?

SIMCHOWITZ: Als kulturellen Unternehmer.

INTERVIEW: Warum sind Sie eigentlich heute nicht auf der Art Basel Hongkong? Dort laufen doch gerade die großen Deals – und Sie machen doch gern Geld.

SIMCHOWITZ: Das stimmt. Aber was soll ich in Hongkong? Ich fühle mich hier in L. A. wohler, hier arbeite ich effizienter, ich muss mich nicht mit einem Jetlag rumschlagen, stecke mich in keiner überhitzten Messehalle mit Grippeviren an und laufe nicht Gefahr, irgendwelche Übersprungskaufe zu tätigen, nur um zu beweisen, dass ich mir auch teure Kunst kaufen kann.

INTERVIEW: Ein echter Fan scheint der Großkritiker Jerry Saltz zu sein. Er lässt keine Gelegenheit aus, Sie einen „opportunistischen Spekulant“ zu nennen.

SIMCHOWITZ: Ich hatte eine Einladung, mit Jerry *face to face* auf einem Podium zu sitzen, und habe sofort zugesagt. Er nicht. Wie frustriert kann man sein? Jedenfalls habe ich Jerry vor Kurzem bei Facebook geblockt, weil ich sein Geheule nicht mehr aushalten konnte. Er ist Teil eines untergehenden Zeichensystems.

INTERVIEW: Wo stehen wir denn laut Ihrer Zeitrechnung?

SIMCHOWITZ: Meiner Meinung nach beginnt gerade das, was ich das kulturelle Luthertum nenne: Man braucht heute keine Kathedralen und Messen mehr, keine Hohepriester oder den Klerus, um im Kulturbetrieb eine Stimme oder eine Berechtigung zu haben. Verstehen Sie mich nicht falsch: Ich habe nichts gegen den Kulturbetrieb, die Institutionen, wie wir sie kennen. Aber es gibt Alternativen. Facebook, Instagram, Social Media. Wer etwas zu sagen hat, der wird gehört. Die Alchemie der Kunst besteht ja nicht nur aus dem Künstler, der Bilder produziert, sondern auch aus dem Betrachter und der Öffentlichkeit, die das Produkt erst als Kulturgut definiert. Die Kunstwelt, die wir heute kennen, wurde nach dem Zweiten Weltkrieg neu begründet: Eine Handvoll Galeristen, Kritiker, Akademiker, Kuratoren, Institutionen und natürlich auch Künstler definierten das, was wir heute als Kunstbetrieb kennen, sowohl demografisch als auch geografisch. Über eine Periode von circa 60 Jahren entschied dieser Kreis, angeführt von Galeristen wie Leo Castelli, was ein Künstler ist, was als gute oder schlechte Kunst zu gelten hat, wer Zutritt zu Kunst erhält, wer sie kaufen darf und letztendlich auch, was Kunst wert ist und wert sein kann. Die Entwicklung verlief sehr linear.

INTERVIEW: Und dann kam das Internet, in dessen zweiten Frühling dank Social Media eine mediale Turbo-Evolution stattfand.

SIMCHOWITZ: Richtig. Aus einem streng hierarchischen System, das von oben herab entschied, wurde ein virales, viel demokratischeres, ein offenes Netzwerk, das eher dezentral wirkt.

INTERVIEW: Sie nutzen gern die Formulierung, das Internet sei für den Kulturausstoß so wichtig wie die Erfindung des Buchdrucks.

SIMCHOWITZ: Noch wichtiger.

INTERVIEW: Also eher Revolution als Reformation.

SIMCHOWITZ: Ich vergleiche Kultur gern mit Öl: Man muss sie finden, fördern, veredeln, verteilen; und dafür sind die Social-Media-Plattformen perfekt, die effektivsten Werkzeuge, die es jemals gab. Für lau und ohne Reibungsverluste. Und es gibt ja nicht nur mich, da draußen sitzen Tausende, die an den Grundmauern des Elfenbeinturms rütteln. Und die, die drinnen sitzen, kriegen Angst, feilen an ihren Vorurteilen und machen die Schotten dicht.

INTERVIEW: In gewisser Weise stehen der Kunstwelt ebenso disruptive Zeiten bevor, wie das in anderen Kulturindustrien wie der Musik- und Filmwirtschaft längst passiert ist.

SIMCHOWITZ: Die Revolution ist in vollem Gange. Aber nicht nur, was Informationen, Verteilung und Zugänge angeht, es findet parallel auch eine Neuvermessung darüber statt, wo Kunst passiert. Achten Sie auf die Venedig Biennale dieses Jahr, sie wird ein großer Einschnitt.

INTERVIEW: Inwiefern?

SIMCHOWITZ: Es wird die erste richtig große Leistungsschau der Peripherie werden, die dank der Biennale plötzlich zum neuen Zentrum wird. Man kann gar nicht genug betonen, wie wichtig Kunst

Zuerst dachten alle,
Oscar Murillo sei ein
Hype, sie taten alles
dafür, dass er
wieder verschwindet
– Stefan Simchowitz



Survival of the Fittest: der Kunstunternehmer Stefan Simchowitz

aus Afrika wird, beziehungsweise schon ist. Okwui Enwezor macht einen großartigen Job, ich bin wirklich gespannt, wie die ganzen Galshüter auf seine Biennale reagieren – ob sie endlich aufwachen und die Zeichen zu deuten wissen, oder ob sie weiter den Kopf in den Sand stecken und Enwezors Ansage als Sozialromantik abtun. Diese Bevormundung, die auf ein derart obsoletes Weltbild einstiger Kolonialmächte baut, macht mich rasend. Dabei ist es so einfach: Scheuklappen runter, Augen auf, Verstand an! Los geht's.

INTERVIEW: Wie arbeiten Sie? Wonach suchen Sie?

SIMCHOWITZ: Nach Makrotrends, nach Bewegungen, danach, wie sich Dinge verschieben und verändern. Oder wollen Sie wissen, wo ich Oscar Murillo und viele meiner Künstler gefunden habe?

INTERVIEW: Ich bitte darum.

SIMCHOWITZ: Im Internet, auf Instagram, bei Facebook, auf Blogs von irgendwelchen kunstbegeisterten Kids, auf Gruppenausstellungen irgendwo in der Pampa. Ich sitze Nacht für Nacht da und klicke mich durch, Google Bildersuche, tausend Bilder, Stunden um Stunden. Das kann jeder. Theoretisch jedenfalls. Es liegt alles da, man muss nur suchen und wirklich wollen. Ein Vorteil, den ich allerdings für mich reklamiere, ist mein ästhetisches Gespür. Und das treibt die ganzen Galeristen und Kritiker erst recht in den Wahnsinn. Es ist das alte Lied der Eifersucht. Denn wenn man vorgeführt bekommt, dass das eigene ästhetische Empfinden nicht als Kriterium ausreicht, bleibt nur die Moral als Rechtfertigung. Und den Ansatz, Kunst immer aufgrund von Moral zu überhöhen, halte ich für äußerst problematisch, nein, für gefährlich. Alles wird durch dieses Gravitationsfeld der Moral gejagt. Doch wie steht es um die Moral, wenn es darum geht, einen

guten Sammler zu definieren? Ein guter Sammler ist in den Augen der meisten Galeristen doch auch nur ein reicher Sammler. Und wo sind in den vergangenen 20 Jahren große Reichtümer entstanden? In Osteuropa, in Russland, in China. Durch mehr als zweifelhafte Privatisierungen, aber darüber will niemand sprechen.

INTERVIEW: Wer sind Ihre Kunden?

SIMCHOWITZ: Wollen Sie jetzt wirklich Namen hören?

INTERVIEW: In der Presse liest man von Hollywood-Schauspielern wie Orlando Bloom, Internet-Giganten wie Sean Parker, der Kunstlerin

Anna Getty, Karstadt-Schlächter und Milliardenerbe Nicolas Berggruen.

SIMCHOWITZ: Ich arbeite mit circa 100 Kunden, eine Mischung aus Hollywood, Silicon Valley, klassischen Sammlern, Investoren, spannenden Leuten aus anderen Kulturturnischen, die schlichtweg keine Lust darauf haben, von Galerien abgesnobbt zu werden, Sportlern, Skatern, Pokerspielern, Clubbetreibern, altes Geld, neues Geld.

INTERVIEW: Es heißt, die meisten kaufen bei Ihnen blind.

SIMCHOWITZ: Sie vertrauen mir, ja. Die Arbeiten von Ibrahim Mahama, den ich auch bei einer Google Bildersuche entdeckte, habe ich meinen besten Kunden als „Trust-Me-Special“ angeboten.

INTERVIEW: Und wie viele haben zugeschlagen?

SIMCHOWITZ: Alle, 100 Prozent. Nehmen Sie nur mal L. A.: Hier gibt es eine Menge Leute, die jung sind, ernsthaft Geld verdienen, und in einem kulturellen und sozialen Umfeld angedockt sein wollen. Wer will noch mit einem Trip nach Cannes angeben, wenn er erzählen kann, dass er einen Murillo zu Hause hat? Kunst hat das Filmgeschäft in der sozialen Hackordnung abgelöst. Kunst ist das neue Cool! Ein



IBRAHIM MAHAMA, CLOTTEY,
Whose puppet are you?, Serie 2, 2012, Performance in Accra

„Ich vergleiche Kultur gern mit Öl: Man muss sie finden,

gigantisches Geschäft. Auch so eine Tatsache, die viele Menschen im Kunstbetrieb gern verschweigen würden oder permanent runterreden, weil es sich mit ihrer Vorstellung von Moral beißt.

INTERVIEW: Weil Kunst heilig und Geld schmutzig ist?

SIMCHOWITZ: Genau. Dabei verdienen erfolgreiche Künstler längst mehr als die großen Hollywoodschauspieler: Oscar Murillo mehr als Joaquin Phoenix, Sterling Ruby mehr als Jim Carrey, Sie können es sich aussuchen, die Liste ist endlos. Der Kunstmarkt war 2014 ein 51-Milliarden-Dollar-Geschäft. Sieben Prozent Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr, was ziemlich genau dem Wirtschaftswachstum von China im selben Zeitraum entspricht. Und von den 51 Milliarden Dollar entfallen 48 Prozent auf Nachkriegs- und zeitgenössische Kunst. Wir reden hier also über einen 24 Milliarden-Dollar-Markt, in dem fast 50 Prozent der Deals über private Dealer eingefädelt werden. Glauben Sie mir: Es ist ein Riesengeschäft – und natürlich wollen alle ihren Schnitt machen.

INTERVIEW: Jemand wie Sean Parker ist natürlich auch bei einer Großgalerie wie Gagosian gern gesehen.

SIMCHOWITZ: Ich rede nicht über meine Kunden, vor allem dann nicht, wenn sie Freunde sind. Nur so viel: Vielleicht hat ein Mann wie Sean einfach keine Lust, den Bückling zu machen, nur weil er kein zweitklassiges, sondern erstklassiges Material angeboten bekommen will. Möglicherweise will er, nur weil sein Name sich gut liest, nicht um zwölf Uhr zum Lunch bei der Art Basel aufzulaufen. Ich kenne Sean ziemlich gut. Vor drei Uhr steht er eigentlich nicht auf (*lacht*).

INTERVIEW: Bei Ihnen melden sich wahrscheinlich ständig Künstler, die auf den Simchowitz-Turbo hoffen: Wie viele Zuschriften bekommen Sie pro Woche?

SIMCHOWITZ: Seit der Artikel in der *New York Times* erschienen ist, waren es circa 700. Und wissen Sie was: Ich schaue mir jeden einzelnen Künstler an und schreibe zurück. Immer. Das Verrückte ist: Auch wenn ich antworte, dass die Kunst nichts für mich ist, was in den meisten Fällen passiert, sind die Künstler vor allem eins: super dankbar. Dankbar, weil sich jemand die Zeit genommen hat, einen Blick auf ihre Arbeiten zu werfen.

INTERVIEW: Mit wie vielen Künstlern arbeiten Sie gerade eng zusammen?

SIMCHOWITZ: Etwa zehn.

INTERVIEW: Was genau machen Sie für die?

SIMCHOWITZ: Alles, was benötigt wird. Vom Consulting, wie man eine Karriere plant, bis hin zum Mikromanagement, wenn sie nicht krankenversichert sind, aber einen Arzt brauchen. Ich platziere die Künstler bei Galerien, besorge ihnen Ausstellungen, stelle sicher, dass ihre Bilder bei einer breiten Sammlerbasis landen. Ich miete ihnen aber auch ein neues Studio oder besorge Materialien, wenn es daran hapert. Wenn ich an jemand glaube, investiere ich. Mich interessieren langfristige Partnerschaften und nicht, was in fünf Jahren ist. Ich glaube an das große Bild, *The Big Kabuna*, die chinesische Sichtweise auf die Dinge. In 30 Jahren wird abgerechnet.



Simchowitz im Studio von Marc Horowitz



Petra Cortright, cc/1.jpg, 2011

INTERVIEW: Wie viel Kunst besitzen Sie selbst?

SIMCHOWITZ: Ich habe seit 2007 etwas mehr als 1500 Bilder gekauft, was, zumindest nach meinem Geschmack, eine der bedeutendsten Sammlungen junger Gegenwartskunst sein dürfte.

INTERVIEW: Ihre bisher größte Entdeckung war Oscar Murillo, ein junger Kolumbianer, dessen Preisentwicklung einfach nur unheimlich war: Die Preise für seine Bilder stiegen innerhalb von 18 Monaten um 3000 Prozent. Finden Sie das nicht selber auch total irre?

SIMCHOWITZ: Ich verstehe, was Sie meinen, aber man erzielt auch nur 3000 Prozent, wenn man an Dinge glaubt. Als ich Oscars Arbeiten zum ersten Mal sah, wusste ich: Dieser Kerl ist einzigartig. Ich kann nicht erklären, warum, was mich daran ästhetisch angesprochen hat. Niemand außer mir schien das Potenzial zu sehen. Die New Yorker lehnten ihn kategorisch ab, sie sind unglaublich territorial. Die Galeristen waren geradezu geschockt, als ich anrief und die Arbeiten kaufen wollte, die in ihren Lagern einstaubten. Keiner interessierte sich für diesen Jungen. Und wissen Sie was: Für mich ist er die wichtigste Entdeckung der Kunstwelt in den vergangenen 40 Jahren. Was er macht, nenne ich Neo-Primitivismus, er ist die Inversion Warhols. Oscar unterläuft das klassische System.

INTERVIEW: Das ihn gern als Hype abtut.

SIMCHOWITZ: Zuerst dachten alle, er sei ein Hype, sie taten alles dafür, dass er wieder verschwindet – doch wenn man sich heute anschaut, in welchen Händen sich seine Kunst befindet, bei welchen Sammlern, welchen Institutionen, muss

man einfach klar sagen: Nein, Oscar bleibt. Er steht zu Recht da, wo er steht. Und auf einmal wollen alle dabei sein: Ich werde keine Namen nennen, doch die Liste an Leuten, die Panik bekommen und alles für einen Murillo tun würden, ist einfach nur absurd.

Aber zurück zu Ihrer Frage: Ich kann wirklich nicht erklären, auf was ich anspringe. Aber mein Instinkt scheint zu funktionieren: Ich war der Erste, der Sean Parker gekauft hat, der Erste, der an Lucien Smith und Artie Vierkant geglaubt hat. Oder Kour Pour, ein amerikanischer Iraner, der gerade in der Depart Foundation am Sunset Boulevard ausstellt.

INTERVIEW: Ich glaube, Sie entscheiden nicht nur nach ästhetischem Empfinden, sondern setzen vor allem auf das Narrative. Oscar, der Junge aus Kolumbien, Kour Pour, ein Mann aus dem Iran, der nicht etwa Teppiche knüpft, sondern sie in detaillierter Millimeterarbeit neu interpretiert und auf Leinwände bringt. Oder Serge Attukwei Clottey, ein Künstler aus Ghana, der von seinem Vater aus dem Haus gejagt wurde, weil er keine traditionellen ghanaischen Bilder mehr malen wollte.

SIMCHOWITZ: Ein halbes Jahr, nachdem ich Serge entdeckt hatte, habe ich ihn nach Los Angeles eingeladen, um ihn kennenzulernen und zu sehen, wie wir

zusammenarbeiten können. Er hatte noch nie von Polke, Richter und Pollock gehört. Wo auch? Also schickte ich ihn, nachdem er

fördern, veredeln, verteilen“ – Stefan Simchowitz

zwei Woche bei mir in L. A. war, nach New York in alle Museen. Sie können sich nicht vorstellen, wie sich sein Leben verändert hat. Es ist explodiert. Ich habe ihm eine Kamera und einen Computer gekauft, ein Studio gemietet; Sie können sich nicht vorstellen, wie toll sich Serge und seine Kunst entwickeln. Er ist ein neuer Mensch.

INTERVIEW: Vielleicht sollten Sie doch wieder ins Filmgeschäft wechseln: Immerhin arbeiteten Sie früher als Produzent in Hollywood.

SIMCHOWITZ: Serge wird ein Blockbuster. Er wird im September seine erste Einzelausstellung bei Untitled in New York eröffnen.

INTERVIEW: Und wenn Serge danach durch die Decke geht, heißt es wieder: „Simcho, der Flipper ist zurück.“

SIMCHOWITZ: Genau genommen bin ich nicht einmal ein Flipper, auch wenn das meine Feinde gern behaupten. Rufen Sie bitte bei Sotheby's an: Dort wird man Ihnen sagen: „Stefan Simchowitz ist kein aktiver Verkäufer.“ De facto bin ich ein aktiver Käufer. Ich habe gerade Gerhard Richter für einen meiner Kunden gekauft.

INTERVIEW: Aha, Richter, der klassische Flip-Art-Künstler.

SIMCHOWITZ: Sehr witzig. Wobei das mit der Stigmatisierung als Flipper nicht lustig ist. Ja, ich kaufe früh – aber ich verkaufe auch früh. So werden aus 5000 schnell 8000 Dollar, was immerhin 60 Prozent sind. Mir reicht das. Aber ich verbrenne niemanden. Spekulanten verbrennen Künstler. All die Kritiker und Sammler, die wirklich unten kaufen und oben verkaufen. Nehmen Sie Oscar: Von den 34 Bildern, die ich für meine Sammlung gekauft habe, habe ich kein einziges Bild veräußert.

INTERVIEW: Woher bekommen Sotheby's und Christie's dann die ganzen Murillos und Ostrowskis?

SIMCHOWITZ: Nur weil ich nicht verkaufe, gilt das nicht für meine Kunden – viele davon sind Flipper, viele bekannte Sammler sind Flipper, auch wenn das niemand hören will. Natürlich hat keiner von denen jemals ein Bild von David Ostrowski oder Oscar in eine Auktion gegeben. Niemand! Niemals! Deshalb tauchen die ganzen Sammler mit den klangvollen Namen bei mir auf und betteln, dass ich helfe, ihre Kunst zu verkaufen.

INTERVIEW: Was Sie gegen eine Provision auch tun.

SIMCHOWITZ: Wo liegt das Problem? Wenn jemand ein Produkt kauft, erstet er auch das Recht, dieses wieder zu verkaufen. Wissen Sie, was ich schlimm finde? Dass alle versuchen, es heimlich zu tun: Man schöpft einerseits den Gewinn ab, sitzt aber auf den Schößen der Künstler und tut so, als wäre man der letzte treue Freund der Kunst, jemand, der es verdient hat, die besten Bilder der neuen Serie als Erster angeboten zu bekommen – um diese dann still und heimlich zwei Jahre später wieder zu verkaufen. Das finde ich erbärmlich.

INTERVIEW: Der Preis eines Künstlers richtet sich ja eigentlich nur danach, wie viel Vertrauen der Markt, also Käufer, Galeristen und Kritiker haben.



PETRA CORTRIGHT,

Still aus dem Video BRIDAL SHOWER, 2013

SIMCHOWITZ: Selbstverständlich. Ein Bild an sich ist quasi nichts wert. Aber die alte Trinitas wankt eben in Zeiten von Social Media. Man mag Street-Art-Künstler wie Banksy oder JR nicht toll finden, wenn aber ein paar Millionen Menschen im Netz ihre Arbeiten für wichtig erachten, sie kommentieren, liken, teilen, gibt es zumindest eine zweite Meinung, eine zweite Öffentlichkeit, die man nicht wegdiskutieren kann. Und da viele der neuen Sammler aus der Street-Art-Szene kommen und jetzt anfangen, in Emerging Artists zu investieren, wird diese traditionell ausgeschlossene Mehrheit umso mächtiger. Eigentlich waren sie die Basis für Oscars Erfolg, denn sie können seine Kunst lesen. Und diese Sammler sind mit Social Media aufgewachsen und wissen, wie man die

Kanäle bedient. So entsteht eine unglaubliche Kraft.

INTERVIEW: Ein ähnlich radikaler Wandel, wie der den Basquiat, Keith Haring und die Street-Art eingeläutet haben.

SIMCHOWITZ: Absolut! Nur noch radikaler, noch größer, noch umfassender. Und vor allem: viel schneller. Die Geschwindigkeit ist atemraubend.

INTERVIEW: Viele behaupten, Sie würden Künstler verheizen, Karrieren in den Himmel schießen, die Spekulationsgewinne einkassieren und so die Zukunft des Künstlers abfackeln.

SIMCHOWITZ: Spekulanten zerstören Karrieren, Künstler zerstören Karrieren. Ich bin weder noch.

INTERVIEW: Im Internet kursiert das Gerücht, Sie hätten Oscar einen schwarzen Lamborghini vor die Tür gestellt, als Oscar Ihnen keine Bilder mehr geben wollte.

SIMCHOWITZ: Das ist Unfug. Ich besitze 34 Bilder und habe 45 weitere für Kunden besorgt. Kein einziges Werk kam direkt aus Oscars Händen. 95 Prozent aller Bilder, die ich kaufe, stammen aus Galerien.

INTERVIEW: Und doch warnt eine Professorin der UCLA ihre Studenten vor Ihnen. Sie sagt: „Wenn Simchowitz anruft, legt sofort auf.“

SIMCHOWITZ: Was eine unfassbare Frechheit darstellt! Was bildet sich diese Person ein? Sie ist selbst eine frustrierte Künstlerin, die es gerade mal an die Uni geschafft hat – und so sollen ihre Studenten auch enden. Alle Schäfchen sollen brav vier Jahre studieren, mehr als 100 000 Dollar Schulgeld zahlen und hochverschuldet ins Unglück marschieren. Auch dieses System schottet sich ab. Die Botschaft lautet: Ohne Examen bist du kein Künstler. Totaler Bullshit. Mit der gleichen Perversität töten Galerien die ganzen Mid-Level-Artists: Vor Kurzem besuchte ich die Ausstellung eines mittelalten, mittelalten Künstlers namens Morgan Fisher, den ich seit Jahren super finde. Die Bilder kosteten zwischen um die 75 000 Dollar. Ich bin zum Galeristen gegangen und meinte: „Ich nehme alle, aber ich bezahle pro Bild nur 25 000 Dollar.“

INTERVIEW: Und?



OSCAR MURILLO,

Untitled, 2012

SIMCHOWITZ: Was eine unfassbare Frechheit darstellt! Was bildet sich diese Person ein? Sie ist selbst eine frustrierte Künstlerin, die es gerade mal an die Uni geschafft hat – und so sollen ihre Studenten auch enden. Alle Schäfchen sollen brav vier Jahre studieren, mehr als 100 000 Dollar Schulgeld zahlen und hochverschuldet ins Unglück marschieren. Auch dieses System schottet sich ab. Die Botschaft lautet: Ohne Examen bist du kein Künstler. Totaler Bullshit. Mit der gleichen Perversität töten Galerien die ganzen Mid-Level-Artists: Vor Kurzem besuchte ich die Ausstellung eines mittelalten, mittelalten Künstlers namens Morgan Fisher, den ich seit Jahren super finde. Die Bilder kosteten zwischen um die 75 000 Dollar. Ich bin zum Galeristen gegangen und meinte: „Ich nehme alle, aber ich bezahle pro Bild nur 25 000 Dollar.“



KOUR POUR,

Caravan, 2014

SIMCHOWITZ: Der Galerist wäre bereit für den Deal gewesen, aber der Künstler war entrüstet und meinte: „Ich koste immer so viel, ich habe dieses und jenes geleistet“, weswegen er ablehnte...

INTERVIEW: ... und kein einziges Bild an den Mann brachte.

SIMCHOWITZ: Am Ende haben sie ein Bild verkauft – mit mir hätte Morgan eine Viertelmillion verdient. Und noch viel wichtiger: Die Ausstellung wäre ausverkauft gewesen. Auf einen Schlag. Darüber wäre geschrieben worden, neue Sammler hätten Fisher entdeckt...

INTERVIEW: Sie hätten ihn durch Ihre Social-Media-Mühle gejagt.

SIMCHOWITZ: Möglicherweise hätte das seine Karriere wie ein Elektroschock zurück ins Leben befördert. Ich verstehe einfach nicht, wie man so dumm sein kann. Das ist so heuchlerisch. In jeder anderen Branche richtet sich der Preis nach der Nachfrage. Aber die Galerien ignorieren das. Man muss erst einmal einen Markt kreieren, Preis und Volumen einstellen, die Nachfrage stimulieren. Stillstand bedeutet Tod. So killt man Karrieren. Künstler wie Morgan werden nie aus dem Sumpf rauskommen, wenn sie nicht anfangen, sich selber zu retten.

INTERVIEW: Mögen Sie Künstler?

SIMCHOWITZ: Ich liebe Künstler. Ich habe mit wenigen sehr gute Erfahrungen gemacht und mit vielen schlechte. Leider sehen sich die meisten Künstler als Teil einer moralisch höher stehenden Kaste, was es nicht unbedingt einfacher macht. Manche denken, die üblichen Gesetze des menschlichen Umgangs, Werte wie Loyalität oder Wahrheit, hätten für sie keine Gültigkeit.

INTERVIEW: Sie spielen vermutlich auf Ihren früheren Schützling Parker Ito an. Was macht Parker dieser Tage?

SIMCHOWITZ: Er meidet mich. Aber das ist okay. Ich mochte seine letzte Ausstellung. Ich halte ihn nach wie vor für einen tollen Künstler. Und ich habe ihn entdeckt, als er noch Öltanks anmalte.

INTERVIEW: Seit er sich von Ihnen losgesagt hat, sind seine Preise im zweistelligen Prozentsatz gefallen.

SIMCHOWITZ: Weil Parker auf die falschen Leute hört und ein paar sehr unkluge Entscheidungen getroffen hat. Jetzt ist seine Karriere im Arsch. Die Sache mit Parker ist vor allem eins: sehr Schade. Mehr kann und will ich dazu nicht sagen.

INTERVIEW: Herr Simchowitz, Sie sind in Johannesburg aufgewachsen.

SIMCHOWITZ: Ja.

INTERVIEW: Ihr Vater Manfred Simchowitz ist ein ziemlich erfolgreicher Geschäftsmann in der Immobilienbranche. Sie selbst haben ihn mal als „Gangster“ bezeichnet.

SIMCHOWITZ: Weil ich wusste, dass Journalisten daraus eine Schlagzeile machen. Ja, ich komme aus dem, was man eine gute Familie nennt. Ich bin nicht in diesem Geschäft, weil ich Geld verdienen muss.

INTERVIEW: Man könnte sagen, Sie sind mit Kunst aufgewachsen: Ihre Mutter ist Malerin, die Stiefmutter saß im Beirat des MOCA, an den Wänden in Südafrika sollen unter anderem Matisse und Monet gehangen haben, berichten alte Bekannte.

SIMCHOWITZ: Da wissen Sie mehr als ich, meine Erinnerung reicht nicht so weit zurück. Sie setzt aktiv an dem Tag ein, als ich in England zum ersten Mal das Internat betreten habe. Da war ich sechs Jahre alt und teilte mein Schlafzimmer mit 24 Jungs.

„Spekulant zerstören Karrieren, Künstler zerstören Karrieren. Ich bin weder noch – Stefan Simchowitz

INTERVIEW: Was für ein Schüler waren Sie?

SIMCHOWITZ: Ich habe viel geredet, und das mit komischem Akzent. Das kam nicht immer gut an. Mit zehn oder elf schickten sie mich dann nach Südafrika auf eine Schule. Da hatte ich jedoch ständig Ärger, weil die anderen Kids mich nicht mochten, weil ich Jude bin. Also kam ich auf eine jüdische Schule – die Hänselei ging weiter.

INTERVIEW: Weil Sie dann einen englischen Akzent hatten?

SIMCHOWITZ: Auch. Ich war immer ein wenig anders. Kinder mögen es jedoch, wenn alle gleich sind, alle den gleichen Verein lieben, die gleiche Musik hören, sich gleich anziehen, eben konform sind.

INTERVIEW: Das mag die Kunstwelt auch.

SIMCHOWITZ: Das mögen alle. Vielleicht ecke ich deswegen immer an. Aber zurück zur Schule: Da das englische Schulsystem früher anfängt, hatte ich ein Jahr Vorsprung, was gar nicht gut bei den Mitschülern ankam. Außerdem fanden die es unmöglich, dass ich gern Schweinepasteten esse.

INTERVIEW: Wahrscheinlich haben

Sie die anderen ständig im Kunstunterricht runtergemacht.

SIMCHOWITZ: Ich wurde wirklich ernsthaft fertiggemacht. Einmal endete es im Krankenhaus mit einem gebrochenen Bein.

INTERVIEW: Weswegen Sie Karate lernten. Nicht in einem Dojo in Südafrika, sondern in Japan. Sie machen wohl keine halben Sachen.

SIMCHOWITZ: Richtig. Ich bin eher der radikale Typ. Und ich wollte lernen, mich zu verteidigen. Aber rückwirkend merke ich, wie wichtig Karate für mich vor allem mental war.

INTERVIEW: Weil Sie heute immer noch frontal in die Dinge reingehen?

SIMCHOWITZ: Immer Vollkontakt.

INTERVIEW: Mussten Sie für Ihr Taschengeld arbeiten?

SIMCHOWITZ: Mein erster Job war hinter dem Tresen bei Juicy Lucy.

INTERVIEW: Klingt nach einem Pornokino.

SIMCHOWITZ: (lacht) War aber ein Fast-Food-Laden. Frische Säfte, frische Salate.

INTERVIEW: Später studierten Sie in Stanford.

SIMCHOWITZ: Ja, und ich fand es unfassbar langweilig. Also schaute ich jeden Tag Filme, den ganzen klassischen Kanon. Und ich las viel, eigentlich die ganze Zeit. Ich studierte zwar Wirtschaft, nutzte aber die Zeit, um mich kulturell zu bilden.

INTERVIEW: Planten Sie damals schon, Ihr Glück als Produzent in Hollywood zu suchen?



Greetings from
PARKER ITO



ARTIE VIERKANT,
Image Objects, 2011

SIMCHOWITZ: Nicht wirklich. Aber ich wusste, es würde irgendetwas mit Kultur werden.

INTERVIEW: Der bekannteste von Ihnen produzierte Film dürfte *Requiem for a Dream* sein ...

SIMCHOWITZ: ... und ich habe ganze 12 000 Dollar daran verdient. Ob Sie das glauben oder nicht. Der Vorteil des Kunstgeschäfts gegenüber Hollywood liegt auf der Hand: Die Skalierung ist so viel einfacher. Wer in Hollywood mitspielen will, braucht eine riesige Produktion, ein riesiges Budget, Hunderte von Leuten, alles dauert ewig, ist unfassbar kompliziert. Schauen Sie sich meine kleine Firma doch mal an: Wir rütteln zu viert an den Fundamenten der Kunstwelt.

INTERVIEW: 2001 haben Sie das Foto-Start-up WireImage mitgegründet, das 2007 für 200 Millionen Dollar an Getty verkauft wurde.

SIMCHOWITZ: Wobei mein Anteil vier Millionen wert war.

INTERVIEW: Start-up-Kohle für Start-up-Künstler. Sie übertragen die Idee eines Silicon-Valley-Inkubators auf die Kunstwelt.

SIMCHOWITZ: Richtig. Allerdings mit viel mehr persönlichem Engagement.

INTERVIEW: Sie haben beim Mittagessen von Ihrer Mutter erzählt, die Zeit ihres Lebens Künstlerin war, allerdings erfolglos. Warum greifen Sie Ihr nicht mal unter die Arme?

SIMCHOWITZ: Ich liebe meine Mutter, aber ihre Kunst finde ich schrecklich. Da kann leider selbst ich nichts machen (*lacht*).

INTERVIEW: Wie wird sich die Kunstwelt verändern?

SIMCHOWITZ: Die Kapazität und das Volumen werden sich weiter aufblähen, mehr Künstler, mehr Kuratoren, mehr Kritiker, mehr

Kunst, mehr Auktionen, mehr Messen, mehr Markt. Aber ich bin fest davon überzeugt, dass wir einen Erdbeben erleben werden. Es gibt zu viel von allem, das System kann das gar nicht verdauen. Ich glaube an die Zukunft eines Studios, das sich intern managt, unterstützt von einem finanziellen und kreativen Partner. Nur so kann man Preis, Marktplatzierung, Marketing und letztendlich die Karriere des Künstlers wirklich kontrollieren.

INTERVIEW: Herr Simchowitz, in welche Künstler muss man jetzt investieren?

SIMCHOWITZ: Ich gebe keine Investmenttipps.

INTERVIEW: Wen finden Sie denn gerade gut?

SIMCHOWITZ: Serge Attukwei Clottey, Petra Cortright, Zachary Armstrong, Sterling Ruby, Ibrahim Mahama, Kour Pour, Marc Horowitz, Luke Diiorio, Jon Rafman, Nikolas Gambaroff.

INTERVIEW: Also Ihr Portfolio?

SIMCHOWITZ: Nein, von Sterling bin ich nur großer Fan, denn er ist ein Genie. Als ich Ruby für mich entdeckte, kosteten kleinere Arbeiten auf Papier 8000 Dollar. Von dem Tag an habe ich alles gekauft, was ich kriegen konnte. Aber ich kann Sie beruhigen: Ein richtig großes, richtig gutes Bild mag jetzt 500 000 bis 700 000 Dollar

kosten – und jeder Cent lohnt sich! In zehn Jahren ist Sterling Ruby ein sicherer Multimillionenkandidat. In 20 Jahren möglicherweise auf dem Niveau eines Gerhard Richter.

INTERVIEW: Eine ganz schön laute Ansage.

SIMCHOWITZ: Sie können mir glauben, oder es sein lassen. Aber behaupten Sie später nicht, ich hätte es nicht gesagt.



IBRAHIM MAHAMA.

Untitled, 2014

Interview



Stefan Simchowitz und Marc Horowitz, Los Angeles, 2015