



zelfs zijn oude bekende series uit; dit jaar heeft Baselitz zijn *Orangenessers* uit de jaren tachtig opnieuw geschilderd. U kunt het beschouwen als gebrek aan inspiratie of als een briljante revisie die ook de notie van tijd in zich draagt.

Een van de grootste levende beeldhouders, de Duitser Thomas Schütte, (met de meest omvangrijke MoMA solotentoonstelling ooit in aantocht) keert telkens weer terug naar enkele mannelijke figuren die hij al jaren transformeert. Zolang het werk kracht en potentieel heeft, kun je rustig eenzelfde thema blijven aanboren, zo luidt het credo van veel kunstenaars die het moderne idee van het nieuwe zwaar overgewaardeerd vinden. In werkelijkheid komen grote doorbraken zelden voor en putten kunstenaars gretig uit hun eigen oeuvres.

#### DEATH EFFECT

Verder wil de kunstmarktvolkswijsheid dat de prijzen na de dood van een kunstenaar stijgen, wat *death effect* wordt genoemd. Hier is de realiteit eveneens anders dan de populaire bewering ons wil doen geloven. De meeste kunstenaars worden na hun dood gewoon vergeten. Voor degenen die geen grote carrière tijdens hun leven hebben gehad, wordt de ontwikkeling van een professionele nalatenschap na hun overlijden alleen maar moeilijker. Ook hier is sprake van tijd- en contextgebonden uitzonderingen, zie bijvoorbeeld de hypes rond de vorig jaar gestorven Matthew Wang en Noah Davis.

Volgens een recent onderzoek van Robert Ekelund en John Jackson bestaat het doodeffect wel, maar dan is het al waarneembaar gedurende de laatste vijf levensjaren van oude succesvolle kunstenaars.

#### Hoe graag we kunstenaars ook tot andere wezens verheffen, het blijven gewoon mensen

De kopers anticiperen namelijk op de wetenschap dat het aanbod zal ophouden en creëren een schaarste, hetgeen de prijzen tijdens het leven van de kunstenaars al opstuwt. Vandaar dat de onderzoekers het verschijnsel hebben omgedoopt: het 'wedden op een aankomende begrafenis'-effect. Na het overlijden dalen de prijzen in de meeste gevallen. Zoals bij veel onderzoeken naar de kunstmarkt is hier voorzichtigheid geboden, aangezien de data voornamelijk uit de veilinghuizen komen en de data van de rest van de markt ontbreken.

Tot slot het idee, of wellicht ons wensdenken, dat kunst door nobele individuen wordt gemaakt die ons een glimp tonen van het goede, het ware en het schone. Ook hier wacht ons een teleurstelling. Denk aan de gierige Michelangelo, de onuitstaanbare Francis Bacon of egotripper Picasso. Hoe graag we kunstenaars tot betere of ten minste andere wezens willen verheffen, het blijven gewoon mensen.

Maar precies dit aspect, hun menselijkheid, is de voorwaarde voor goede en betekenisvolle kunst. Kunst is immers geen didactisch materiaal noch morele propaganda; vandaar dat de roep om 'toxische elementen' uit de kunst te verdrijven, het concept van kunst juist ondermijnt. Deze en andere kunstenaars waren ondanks hun tekortkomingen in staat zich tot eenzame hoogten van het menselijke kunnen te bewegen, en precies dat is een prachtige gedachte.



Marta Gnypt werkt als internationaal kunstadviseur vanuit Berlijn. Reageer via [expert@fd.nl](mailto:expert@fd.nl).



#### CULTUUR

## Verzamelaar moet oppassen voor volkswijsheden in de kunstmarkt

**D**e kunstmarkt leeft, zoals elke markt, van solide expertise, maar ook van deels gefantaseerde marktvolkswijsheden. Een populair geloof wil dat een succesvolle kunstenaar weinig produceert omdat het scheppen van goede werken tijd vergt. Dit in tegenstelling tot middelmatige kunstenaars die de markt overspoelen met hun gehaaste creaties die daardoor aan kwaliteit inboeten. Dat klinkt plausibel, maar de werkelijkheid is complexer.

#### PICASSO

Een van de belangrijkste kunstenaars die de kunstwereld ooit heeft voortgebracht, Pablo Picasso, was meteen ook een van de productiefste. Toen hij in 1973 op de leeftijd van 91 jaar overleed, liet hij ongeveer 45.000 werken achter, waarvan 1885 schilderijen, 1228 sculpturen, 7089 tekeningen, 30.000 prenten, 150 schetsboeken en 3222 keramiekobjecten. Deze 'overproductie' heeft zijn markt alleen maar geholpen. Elk gerenommeerd museum van moderne kunst heeft ten minste één Picasso, elke veiling die zichzelf serieus neemt verkoopt ten minste één Picasso, al is het maar een prent. In 2019 bedroeg zijn omzet \$346 mln en tijdens de coronaveilingen in juli dit jaar werden zijn werken voor in totaal \$76,54 mln verkocht. Mede dankzij de grootte van zijn oeuvre is Picasso een brand geworden.

➤ **Dat grote artiesten weinig stukken maken klopt niet**

➤ **Het is ook niet waar dat kunst per definitie vernieuwend is**

➤ **Dat artiesten nobele mensen zijn is ook een misverstand**

U kunt zeggen dat hij een uitzondering was — en dat was hij zeker — maar we kennen veel andere succesvolle kunstenaars die de markt rijkelijk bedienen. Nog een toonaangevende kunstenaar uit de twintigste eeuw, Andy Warhol, produceerde tussen 1948 en 1987 meer dan 100.000 werken, terwijl de andere grote naoorlogse ster, Gerhard Richter, naast ongeveer 3000 schilderijen duizenden tekeningen, edities en prenten heeft vervaardigd.

Natuurlijk zijn er ook kunstenaars die het op prijs stellen dat bijna elke penseelstreek door henzelf wordt geplaatst, hetgeen een beperkte productie betekent, zoals in het geval van Tomma Abts. Er zijn ook kunstenaars die wel veel scheppen, maar heel weinig uit hun studio vrijgeven, zoals Jenny Saville. Wat telt voor succes is niet het principe van veel of weinig, maar de kwaliteit van het werk dat moet passen binnen het concept en de werkwijze van de kunstenaar.

#### HERHALING

Een ander cliché wil dat succesvolle kunstenaars altijd iets nieuws bedenken — ze zijn niet voor niets creatief — en herhalingen mijden. Ook deze bewering is discutabel. Veel vooraanstaande kunstenaars melken telkens weer hetzelfde thema of beeld uit. Kijk maar naar Georg Baselitz' omgekeerde figuren die hij sinds de jaren zestig tot op de dag van vandaag schildert, met veel marktsucces. Soms brengt hij