

Montag, 7. Juni 2010

Schlagzeilen Hilfe RSS Newsletter Mobil Wetter TV-Programm

SPIEGEL ONLINE

NACHRICHTEN VIDEO THEMEN FORUM ENGLISH DER SPIEGEL SPIEGEL TV ABO SHOP

Übersicht | E-Paper | Vorabmeldungen | Titelbilder & Heftarchive |

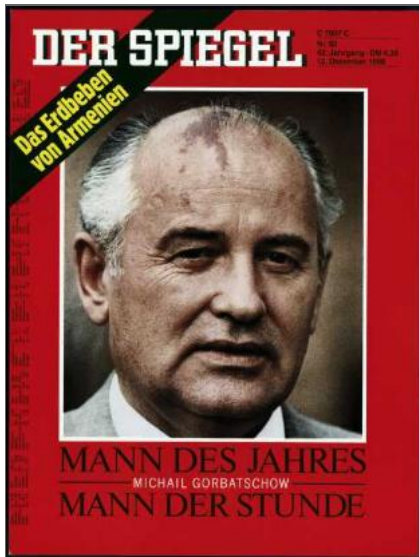
Home > DER SPIEGEL > DER SPIEGEL

Login | Registrierung

12.12.1988

PDF drucken | Merken

DER SPIEGEL 50/1988

[Dieses Heft kaufen](#)[Heft lesen](#)[Diskutieren Sie das aktuelle Titelthema](#)

ABO-ANGEBOTE

Den SPIEGEL lesen oder verschenken und Vorteile sichern!

[Jetzt Abo sichern](#)

ÄLTERE SPIEGEL-AUSGABEN

Kostenloses Archiv:

Stöbern Sie im kompletten SPIEGEL-Archiv seit 1947 - bis auf die vergangenen zwei Wochen kostenlos für Sie.

Wollen Sie ältere SPIEGEL-Ausgaben bestellen?

Bei Spotsats erhalten Sie Ausgaben, die älter als drei Jahre sind.

ARTIKEL ALS PDF

[Artikel als PDF ansehen](#)**Das goldene Zeitalter steht vor der Tür**

Von Schille, Peter

SPIEGEL-Reporter Peter Schille über Händler, Sammler und Spekulanten im weltweiten Kunstgeschäft (III): Japan Die Menschen jedes Landes werden den Menschen jedes anderen Landes immer ähnlicher. Paul Bowles

Niemand weiß, was Susumo Yamamoto in den Gemälden von Auguste Renoir sieht, auch er selbst nicht; Renoir ist ein Name, den er nicht mal aussprechen kann. Trotzdem betet er Lenoir an und macht Geschäfte mit ihm; ein Fall von erwidelter Liebe. Vielleicht erscheint ihm Renoir als Botschafter eines exotischen Glücks, als Markenzeichen des fernen Westens, wie Gucci, Hermes, Chanel oder Löwenbräu? Yamamoto ist Kunsthändler. Renoir ist seit 1919 tot, er hat sich von dieser Verehrung nie wieder erholt.

Ringsum braust Tokio, arbeitsam und grau. Schon morgens hängt ein Summen über den Dächern. Wer es hört - alle müssen es hören -, ruft sich zur Ordnung: Aufbruch! Abmarsch! Mittags dröhnen die Häuser, und der Himmel lastet noch schwerer auf der Stadt, gleich wird sie aufschreien unter dem Druck.

Geduldig prallen die Menschen aufeinander, geduldig kämpfen sie sich ihren Weg frei. Als halte die Zeit an, um ihrer Geduld willen, verbeugen sie sich voreinander. Sie schnarren hai, hai, ja, ja, und domo, domo, danke, danke, und wenn sie lächeln, kommt ihr Lächeln aus einem Automaten hinter den Augen. Tokio, ein Labyrinth aus Dörfern, Vorstädten und City-Imitationen, zieht in jeden neuen Tag wie in einen Krieg.

Seit 31 Jahren wirft Susumo Yamamoto Gemälde in die Schlacht. Bedenkenlos stillt er den Hunger nach Bildern, sie müssen allerdings aus Paris sein. Wie vielen Liebesaffären reicher Japaner mit rosigen Nackedeis und fleischfarbenen Blumensträußen hat der Präsident der Fuji Television Gallery schon als Kuppler gedient?

Er will es nicht wissen, er weiß bloß eins: Nur Kunst aus Frankreich - Figuren und Gegenstände in mildem Licht - machte seine Kundschaft bis heute scharf. Ihn auch, aber allmählich ist seine Passion erlahmt.

Mit zugekniffenen Lidern befriedigt er trotzdem weiter die erotischen Bedürfnisse seiner Sammler, noch immer ist ihre Begierde munter. Japan quillt über von drittklassigen Renoirs, Monets, Sisleys und Modiglianis, Eintagsbildern für Einäugige. Aller Abfall aus den Malereibetrieben Chagall, Vlaminck, Utrillo und DaIi lagert sich ab in der Deponie Japan.

In Japan beginnt die exotische Kunst mit Renoir, sie endet bei den seelenvollen Schönheiten der Marie Laurencin, gestorben 1956. Die Epoche, ein hundertjähriges Mißverständnis, wird als Impressionismus hoch verehrt.

Die impressionistischen Vorräte erneuern sich scheinbar von selbst, vive la France. Weshalb stopft sich Japan, dessen eigene Kunst nur Reinheit und asketische Strenge ist, so voll mit französischen Süßigkeiten? Yamamoto, Choreograph ungezählter Fehlritte, ist plötzlich selbst ganz Ekel: "Diese Verehrung haben wir in der Schule gelernt. Alle Lehrbücher sprechen den Impressionismus heilig. Westliche Kultur heißt bei uns Frankreich um 1900. Dieses Frankreich hielten wir für die Welt. Und heute geht es in unseren Galerien und Auktionen zu wie im Laden von Louis Vuitton hinter den Champs-Élysées in Paris: Alle wollen den Koffer haben, den alle haben wollen."

Er schüttelt sich dezent, doch sein Widerwille ist seiner Begehrlichkeit nicht gewachsen, denn sein Profit brandet empor wie "Die große Woge" von Hokusai.

"Marie Laurencin ist beliebter als Picasso. Van Gogh kennt jeder, Tizian kennt keiner. Man kauft phonetisch", sagt Yamamoto, nach Gehör. Da alle hohe Preise zahlen, sei der Kauf ungefährlich; so wird verblendete Gier sanktioniert.

Das goldene Zeitalter steht vor der Tür

"Sie kaufen", sagt der Verführer, "um ihr Geld anzulegen, ihr Geld soll schöner werden - ein Bild. Ihre geheime Absicht ist Spekulation, der primitivste Zugang zur Kunst." Und alles steuerfrei. Keine Kapitalertragsteuer, weder Import- noch Verkaufsteuer.

Schuldgefühl ist Yamamoto fern: "Vor diesen dummen reichen Leuten können nur typische Bilder bestehen. Sie kaufen sogar Fälschungen, weil sie oft typischer sind als die Originale." Sie kaufen alles, nur teuer muß es sein: Von den 5000 Arbeiten, die Salvador Dalí geschaffen hat, befinden sich 100 000 in Japan.

Und seine Mittäterschaft? Aber Entschuldigung, "anfänglich hatten wir noch gar kein Auge für Qualität, uns fehlten die Vergleiche. So mußten wir, ich meine, die Sammler und die Museen, teures Lehrgeld für Kitsch bezahlen. Wir waren kulturell einfach unentwickelt, gingen jeder Mode auf den Leim" - wenn sie nur nach Impressionismus roch. Picasso, sein Name klingt leider arg unfranzösisch, verweilte als Ladenhüter.

Auf einmal soll alles anders werden: Yamamoto und der starke Yen, Gottes eigene Währung, lenken das japanische Verlangen kraftvoll in die Arme der wahren Kultur. "Der Wendepunkt ist erreicht!" ruft Yamamoto, 54, und predigt die Philosophie der Stunde: "Künstler unserer Zeit aus Übersee! Moderne Malerei!" Hiermit verkündet er das Ende des Impressionismus.

Die Vergangenheit ist Asche: "1945 war Japan nackt, wir brauchten nichts als Essen, waren zu beschäftigt, am Leben zu bleiben. Wir arbeiteten und arbeiteten, 40 Jahre blickten wir nicht auf von unserer Arbeit. Wurden reich und immer reicher. Wir rannten hinter unseren Führern her, alten Männern, sie waren halb blind wie Rennpferde mit Scheuklappen und hatten nur ein Ziel im Kopf, es hieß Erfolg. Geld. Das ist die Erklärung für unsere Sehnsucht nach Kunst."

Yamamotos weiße Galerie - er ist nur mit zwei Prozent an ihr beteiligt - im Wolkenkratzer- und Vergnügungsquartier Shinjuku gehört dem Fernsehsender Fuji Television, der mit seinen Flimmerbildern Japan schnöder tyrannisiert, als es Yamamoto jemals vermag. Zu ebener Erde schreien japanische Avantgardisten von den Wänden, ihre bunt angestrichenen Leinwände schlagen alle Kunden in die Flucht.

Im ersten Stock, unter den Augen seiner neuen Kampfgefährten Picasso, Warhol, Giacometti und Hockney, vollzieht der Präsident den Abschied von vorgestern. In der Ecke lehnen Renoir, Laurencin und Konsorten, mit dem Gesicht zur Wand.

"In Zukunft", sagt Yamamoto, "wollen wir Japaner den Kunstmarkt beherrschen. Weltweit!" 1987 stieg sein Umsatz bereits auf 4,2 Milliarden Yen an, das sind 32 Millionen Dollar, wie er mühsam ausrechnet. 75 Prozent davon verdankt er dem immerwährenden Impressionismus - seinem großen Freund Lenoir vor allem -, 25 Prozent aber Gegenwartskunst aus Europa und den USA, ein Gewinn an neuem Geist. Vor 20 Jahren kamen Zeitgenossen in seiner Bilanz überhaupt nicht vor.

Aber nun sollen die Japaner ja sehen lernen. Schwierig, denn die Augen sehen nur, was sie zu sehen gewohnt sind. Da haben sie sich geduldig auf Renoir & Co. dressieren lassen, auf Bilder im japanischen Geschmack - und werden über Nacht für blind erklärt.

Die Abteilung Bildende Kunst im Kaufhaus Mitsukoshi an der Ginza - 80 Jahre alt! - schmückt ihre Säle mit Renoirs, die nicht von Renoir, mit Sisleys, die keine Sisleys, und Vlamincks, die mit Vlaminck höchstens entfernt verwandt sind. Japanische Artisten üben sich in Nachempfindungen und pinseln nipponesische Kopien, ernstgemeinte Parodien, das Stück für 40 000 Dollar.

"Unsere Maler müssen mit toten Europäern konkurrieren, müssen in Europa deren Stil studieren, das kostet Geld." Akio Nishino, 46, Direktor für Kunst, behauptet, "für unsere Kunden bedeutet es keinen Unterschied, ob sie einen echten oder einen halbechten Renoir kaufen, höchstens im Preis, hahahaha".

Im Haus an der Ginza wuchs 1987 der Kunstumsatz um 30 Prozent auf 8,1 Milliarden Yen, 64 Millionen Dollar. Nishino ersteigerte vor zwei Wochen mit Picassos "Akrobat und junger Harlekin" für 66,67 Millionen Mark das teuerste Bild des 20. Jahrhunderts. Seine drei Stellvertreter fliegen über den Planeten Erde und erwerben auf allen Auktionen zwischen London und New York Haß und Neid ob ihrer stillen Triumphe, ihre Potenz wird nur noch in Yen gemessen. Zitternd ersteigern sie, hai, hai, ja, ja, domo, domo, danke, danke, Impressionisten mit und ohne Gänsefüßchen und kehren unzufrieden heim: "Es wird immer schwieriger, gute Bilder zu finden", jammern auch sie.

Gelegentlich gelingt's: Einen Akt von Renoir, "Gabrielle", das Kindermädchen der Familie in reinstem Marzipan, schwatzten sie, kaum erbeutet, einem privaten Sammler für 1,5 Millionen Dollar in den schmalen Salon.

An der Ginza, dem Heiligen Stuhl des Kapitals, dem Erzbistum der Konfession

Milliardär, dort, wo die Götter des Yen regieren, im Reichtum des Ginzviertels - unter ihm versinkt New Yorks glitzrige Fifth Avenue im Dreck - an dieser goldbetauten Ginza erweitert Not bereits den Kunstbegriff: Soeben wirft die Iida-Galerie den Bedürftigen 37 Gemälde aus Rokoko und Empire zum Fraß vor. "100 goldene Jahre französischer Malerei" - aus englischem Privatbesitz. Gesamtwert: 39 Millionen Dollar.

In einem dunklen Laden, der Galerie, schmiegt sich ein "Heiliger Georg" von Ingres für drei Millionen Dollar an einen Watteau für eine Million. Die Besucher betrachten die Bilder mit Rechenmaschinen in den Augen: Boucher-Engelchen, Greuze-Porträts, Fragonard-Zweideutigkeiten, Pater-Intimitäten - Millionen neben Millionen.

Ölgemälde des 18. und 19. Jahrhunderts in einem Zustand, als seien sie vor drei Tagen entstanden. Sind die auch alle echt? Der Galerist, mit der Anprobe der Bilder an der seidenbespannten Wand beschäftigt, hat darüber nicht nachgedacht: "Wären sie sonst so teuer?"

Kazuko Shiomi, Statthalterin des Auktionshauses Sotheby in Japan, gesteht glücklich, daß "fast 40 Prozent" des globalen Firmenumsatzes kraft japanischer Yen erzielt werden. Womit? Natürlich mit 19. Jahrhundert, mit Millet, Corot und Courbet. Mit Impressionisten, kein Wort mehr darüber. Und gemächlich, aber unauffhaltsam, tragen auch Zeitgenossen zum Geschäft bei, vornehmlich David Hockney und Jasper Johns; ein komisches Paar.

Noch überwiege chinesische Keramik: Von chinesischer Keramik sind die japanischen Pfeffersäcke besessen. "Aber", sagt Kazuko Shiomi mit ihrem Geisha-Lächeln, ihr Lächeln kommt aus einem besonders feinen Automaten hinter den Augen, "endlich hat auch die Kunst der anderen zu uns gefunden, eine Begegnung, wie sie vor 90 Jahren die USA erlebten: Damals eroberten die Dollar-Millionäre die Kunst der Alten Welt."

"Wenn sie wollten, könnten sie heute alles kaufen - die Japaner. Sie glauben nur noch nicht daran", sagt sie: Bei Sotheby-Vorschauen in Tokio vergessen sogar Milliardäre ihre Milliarden. Wie? Diese Bilder, der Glanz der nächsten Auktion, den Gemälden ähnlich, ja, ebenbürtig, die sie aus der Eremitage kennen, dem Prado oder dem Louvre, diese Weltwunder können sie selbst ersteigern? Sie kommen ihnen unberührbar wie Geister vor.

Sotheby Japan regiert - seit 1979; seitdem geht es aufwärts - im 20. Stock des Imperial Hotels. "Die beliebteste aller Filialen", sagt Kazuko kokett, "ob wir nun Juwelen oder Impressionisten anbieten, meine Kollegen wissen, mit Japanern sind die besten Abschlüsse zu erwarten." Auch wenn die Japaner dafür nach London oder New York reisen müssen, denn in Tokio hält Sotheby nur sündteuren steinalten Wein feil.

Kazuko Shiomi, eine Frau mit Erfahrung, Manieren und Akzent sind von feinsten englischer Art, arbeitete, ehe sie zu Sotheby stieß, als "Dolmetscherin in der Geschäftswelt". Wann immer die japanischen Manager beim Abendessen nichts mehr zu sagen wußten, "mußte ich mit ihren Gästen über Kunst sprechen. Ein Gespräch über Kunst erweichte die Geschäftspartner aus dem Westen".

Unter dem Geduldspanzer der Japaner nagt Zweifel an ihren Seelen. "Wohl schätzt man uns für unsere Tüchtigkeit. Darüber aber liegt ein Schatten: Zuviel Fleiß und Energie tragen uns Verachtung ein. Leben wir auch richtig?"

"Allein Kunst", sagt Kazuko, "definiert heutzutage unsere Stellung in der Gesellschaft. Allein Kunst läßt uns mitwirken an der westlichen Zivilisation. Unsere Kunstliebe sichert uns, auch nach Feierabend, Achtung." Schön gesagt, fast ein Gebet.

Im Kampf um die Kunst verströmt dann die japanische Streitmacht die schrillsten Lustgefühle: "Sie sind vernarrt in Auktionen, ins Bieten, sogar der Wettstreit übers Telefon erregt sie." Sie suchen Bestätigung durch Anpassung: Im Fieber der Auktionen sind sie nie allein. Neben, hinter, vor und über ihnen sitzt immer einer, der genauso gierig ist wie sie selbst. Je heftiger der Wettbewerb, desto teurer das Objekt, desto angesehener ihre Habgier. Keiner muß seine Leidenschaft begründen, niemand widerspricht seinem Kaufzwang, das Geld läßt alle Zweifel verstummen.

Als ob sie einem Amulett nachjagten, das einen starken Zauber verheißt, weil es Amerikaner wie Europäer schätzen, deshalb müssen sie ihnen gehören, die Gemälde aus London oder New York.

Es genügt ihnen nicht, die Hand auf 40 Prozent des Angebots von Christie und Sotheby zu legen, sie horten auch 40 Prozent der US-Schatzbriefe. Und der Handelsüberschuß, begünstigt vom niedrigen Ölpreis, überschwemmt Japan mit Yen.

Der Immobilienmarkt hat alle Grenzen gesprengt - die geheime Währung war drei

Jahre lang japanischer Boden. Die Grundstückspreise sind davongeklettert: Für ein winziges Ein-Zimmer-Apartment in Tokio wird eine Million Dollar verlangt und bezahlt, für ein Häuschen in den trübseligsten Vorstädten fünf bis sechs Millionen. Da werden selbst Milliardäre nachdenklich.

Aus Wall Street haben sich die japanischen Finanzhaie zurückgezogen: Um den Dollar zu erniedrigen, aus Rache oder weil sie seiner Zukunft nicht trauen? An der Tokioer Börse herrscht Unruhe - womöglich gehen die Kurse wieder abwärts, wie am 20. Oktober 1987? Die Zinsen sind niedrig, nur drei Prozent auf Bankguthaben, lächerlich.

Und unaufhaltsam gewinnt die Wirtschaft Japans Macht über die Zukunft: Toyota ist doppelt so wertvoll wie General Motors, und die gefürchtete Chase Manhattan Bank von New York liegt weit zurück hinter japanischen Banken, ein Provinzinstitut.

Morgens um elf sitzen die großen Bosse beieinander und sammeln die Welt, mit Japan verglichen ist der Rest des Planeten billig. Schon haben die besten Lagen in New York und Washington, Paris und London, Madrid und Sydney und auf Hawaii japanische Eigentümer. Sie kaufen und kaufen und sind erschrocken über den Zorn der Gekauften. Die Regierung bittet bereits um etwas Zurückhaltung. Zum Glück gibt es Kunst, vielleicht versöhnt ja die Kunst Japan mit der Welt.

Endlich sind wir stolz! Wir wagen, unseren Reichtum zu zeigen, und wir können uns große Kunst leisten - denkt der alte Kunsthändler Tokuzo Mizushima, Herr der Fujikawa-Galerie. Er sagt es natürlich anders, unterwürfiger: "Der hochbewertete Yen hat das Interesse im Lande belebt. Und weil wir jetzt überall die teuersten Objekte erwerben, werden wir gefürchtet. Haben nicht nach dem Krieg die Fremden Japan von japanischer Kunst fast leergekauft?"

Die Japaner, sie stellen sich gern als Opfer der Zeitläufte dar, als erbarmungswürdiges Verlierervolk, konnten sich, sagt Mizushima wörtlich, "bisher nur dem Schund nähern. Deshalb all der Bildermüll. Deshalb kümmern Privatsammlungen und Museen vor sich hin. Das New Yorker Metropolitan Museum besitzt kostbarere Bestände als ganz Japan".

Armes Japan: Verkauft Mizushima einmal ein Meisterwerk aus seinen eigenen Beständen, beispielsweise einen Renoir, was denn sonst, etwa an das private Bridgestone Museum in Tokio, so erschöpft er damit dessen Budget für Jahre. Ein schöner Renoir, wie "Mlle. Georgette Charpentier assise", kostete eben zwölf Millionen Dollar, auch wenn Mizushimas Nebenbuhler an der Ginza den Preis als "Gipfel der Unmenschlichkeit" schmähten. Das war 1986, der Yen wußte noch nicht, wie stark er war.

Tokuzo Mizushima, 79, pafft seine kurze Pfeife und lobt sich für seine Bilder, sie sprechen französisch und rechnen japanisch, so will er es auf ewig halten: Eine Degas-Tänzerin, ein Modigliani-Porträt, eine Cezanne-Landschaft - macht zusammen fast 2,5 Milliarden Yen. "Wenn sie doch uns nie verlassen würden, ich errichtete ihnen sogar eine eigene Galerie." Lieber wären ihm als Heimstatt natürlich Museen oder Konzerne, aber auch Privatsammlungen - "die Reichen bauen ihre Häuser ja neuerdings im westlichen Stil. Da können sie all ihre Bilder an die Wand hängen".

Tradition und das Leben in durchscheinenden Häusern mit dünnen Wänden legten in der Vergangenheit alle Repräsentationsformen fest: Die Familienschätze waren im Okura, einem Kellerverlies, eingeschlossen. Gezeigt wurde immer nur ein Kunstgegenstand; welcher, das bestimmten Gelegenheit, Gast oder Stimmung.

"Der Unterschied zwischen Ost und West ist aufgehoben: Wir leben alle in derselben Welt", sagt der junge Galeriebesitzer Tsutomu Ueda. "Wir Japaner wollen an der amerikanischen und die Amerikaner an unserer Kultur teilhaben. Japan und die USA bilden schon heute einen gemeinsamen Markt für zeitgenössische Kunst."

Beweis: Die neugierigsten japanischen Galerien gaben ihre Filialen in New York und Los Angeles auf, was sollten sie dort länger? "Ihre Kunden sind dieselben geblieben - japanische Sammler und Museen." Ueda, 35, verkauft US-Pop-Art - Jim Dine, Andy Warhol, Roy Lichtenstein - genauso begeistert wie junge einheimische Künstler. Das Büro von Akira Ikeda ist eine Kopie des Büros von Leo Castelli in dessen New Yorker West-Broadway-Galerie: kühle Wände, kühles Mobiliar, kühle Bilder von Jasper Johns, Frank Stella und von Andy Warhol ein Leonardo-Abendmahl in Blau.

Mit seinem Vorbild Castelli macht Ikeda amerikanische Geschäfte, auch mit Mary Boone und Arnold Glimcher, den Großgaleristen der Großkünstler. Aus London beliefert ihn der Fünffachgalerist Leslie Waddington, und aus Köln senden die Galerien Maenz, Werner und Zirner deutsche Kunst ein: Im Februar stieß Tokio mit Georg-Baselitz-Bildern zusammen, man war voneinander beeindruckt.

Die Preise? "Sie sind überall gleich", sagt Ikeda, 45, "sie sind international."

Ikeda ahnt, daß er einen Mangel ausbeutet, das Mißvergnügen fortschrittlicher Landsleute an ihrer Absonderung. Junge Politiker empfinden diese Isolation als beschämend rückständig. Junge Unternehmer mögen ihre Überlegenheit im Transistorbau nicht mehr aus vollem Herzen genießen. Der Mensch lebt nicht von Chips allein, auch der japanische nicht. Also entdecken sie die Welt, indem sie den Planeten Erde kaufen.

"Sie haben eingesehen - aber wie lange hat das gedauert! -, daß es idiotisch ist, wenn alle demselben Gemälde nachrennen": Die Besessenheit von Renoir und seinesgleichen drückte Furcht vor Veränderung aus. Das Bild, das die japanische Gesellschaft von sich hatte, durfte von keinem Gemälde berichtigt werden, die Zeit war angehalten, das Idyll sollte nie zu Ende gehen.

"Gleichzeitig entwickelte sich Neugierde, Abenteuermut", sagt Ikeda. Die Büros der ausländischen Konkurrenz waren mit exotischen Kunstwerken geschmückt, die mußten die jungen Herren auch haben! Unbedingt! Fremdes Aroma atmen. Mitreden auf internationalem Niveau. Den Weltaußenblick leben, sich auf derselben Höhe bewegen. Das jüngste japanische Sturm-und-Drang-Wort heißt Kokusaika, Internationalisierung.

Hinter den sieben Meeren waren sie sich selbst genug gewesen, nie auf dem laufenden, und das kränkte sie jetzt. Wer Beistand in technischen oder wirtschaftlichen Schwierigkeiten benötigte, engagierte einen Berater, ein geniales Leihgehirn. Kultur-Consulting gibt es dagegen nicht in Japan. Ikeda, der Nothelfer, wies "schon vor zehn Jahren" seinen jungen Kunden, keiner viel älter als 40, die Zukunft. Sie folgen ihm bis heute, auch wenn diese Zukunft von unbegreiflichen Visionen verstellt ist, Bildern von Schnabel, Clemente, Salle und so weiter.

Ikeda riet seinen Sammlern sogar, ihre Häuser umzubauen und ihre Geschäftszentralen den Neuerwerbungen zu öffnen. Sie gehorchten: "Die Milliardäre kaufen für die Firma, die Millionäre für sich." Selten trennen sie sich wieder von ihren Zeitgenossen. Sind sie ihnen etwa ans Herz gewachsen?

Nein: Die Investoren können am Inventar ablesen, daß zeitgenössische Kunst ihren Wert selten verliert: Wenn mächtige Galerien wie Castelli oder Pace, Werner oder Waddington einen Künstler in Ehren halten, ist sein Kurs gesichert.

"Das goldene Zeitalter des Kunstgeschäfts steht vor der Tür", sagt Tokushichi Hasegawa. Er ist mit aller Kraft zuversichtlich, obwohl sein Geschäft bisher auch ohne seine Kraft und Zuversicht gedieh, er hat es geerbt. Sein Vater lehrte ihn: "So wie die Schwerkraft Äpfel zur Erde fallen läßt, so wird Kunst von Geld angezogen."

Hasegawa präsidiert, an der strengen Hand seiner dem Französischen hingegebenen Frau Chieko, der Galerie Nichido, der größten in Japan. Mit sieben Filialen in den sieben reichsten Präfekturen, einer Außenstelle im Pariser Faubourg Saint-Honore, einem Büro in Manhattan. Jahresumsatz 1987: 150 Millionen Dollar. Ein eigenes Museum in Kasama ist Schauplatz eines kontinentumspannenden Kulturaustausches. Die frühen Picassos aus dem Moskauer Puschkin-Museum beispielsweise befremdeten 160 000 japanische Provinzler. Ein Erweiterungsbau ist geplant.

Die Augen quollen Hasegawa, 49, aus dem Kopf, als er begriff, wie viele Yen ihm diese Liebe noch eintragen könnte. Schon jetzt setzt er 3000 Bilder im Jahr ab; 60 Prozent davon sind, wen wundert's, sogenannte Impressionisten, Renoir a la japonaise; nur 20 Prozent sind echte französische Meistermaler. Sein Angebot ist nicht origineller als das von Yamamoto. Der Rest: allerlei fernöstliche Traditionskunst.

Die Milliardäre pochen an seine Glastür und fordern Milliardärsbilder, da kann er nur schief lächeln. Die Bilder spielen Versteck. Madame muß immer verführerischere Köder auswerfen, um in "amerikanischen und Schweizer Privatsammlungen", ihre Messingstimme empört sich, auch nur einmal erhört zu werden.

Wenn sie sich die bilderlosen Jahre vorstellt, wird sie wütend: "Die Reichen behandeln Kunst wie Aktien oder Grundstücke. Kunst sollte indes nicht nur nach Yen geschätzt werden wie auf den Auktionen." Das alte Lied, in japanischer Manier: Sotheby und Christie verderben die Preise, bisher haben wir sie gemacht, jetzt beherrscht uns der Markt.

"Die Leute sind so entsetzlich reich, und sie wollen nur das Beste", jammert der reiche Galerist. "Der Yen schnappt noch über, wir stehen bis zum Hals im Geld." Niemand beeilt sich mehr, Yen in Dollar umzurechnen, wie einst. Selbst Händler haben die Beziehung zum Dollar verloren. Das Ende eines Heldenlebens: Seit Frühjahr 1985 hat der Dollar dem Yen gegenüber weit mehr als die Hälfte seines Wertes eingebüßt.

Früher, sagt Madame Hasegawa, und sie faßt es kaum, "war eine Million Dollar eine unfaßliche Summe. Heute? Gemessen an irgendeinem Grundstück ist ein gutes Gemälde für drei Millionen eine günstige Gelegenheit". Der kleine Matisse hinter

ihrem Sessel soll zwei Millionen kosten; er wirkt etwas verstaubt, ist er zu billig?

Auch sorgt sie sich ein wenig um die Bestände: Japanische Malerei im westlichen wie östlichen Stil tapeziert ihre Verkaufsräume, die Nachfrage ist matt. Sie wird täglich matter, seitdem Japan der Gegenwart ins Gesicht schaut.

Die Gegenwart trägt viele amerikanische Namen: Jackson Pollock zum Beispiel, Maler, 1912 bis 1956. Wenn der japanische Blick Pollocks ekstatische Handschrift überhaupt wahrnimmt, dann als Selbstentblößung, als schamloses Gestammel. Besser gar nicht hinschauen?

Nein, die Invasion ist nicht mehr aufzuhalten, Pollock, Robert Rauschenberg und Cy Twombly sind gelandet und haben die Harmonie der durch jahrzehntelangen Gebrauch lieb gewonnenen Ansichten - Monet, van Gogh, Gauguin oder Laurencin - zerschmettert. Sie brachen gleich Terroristen über die japanische Ästhetik herein. Was tun?

Die Sammler, Liebhaber wider Willen, schließen die Augen und kaufen. "Dies ist ein Moment des Glücks", sagt Kazuo Fujii im melancholischsten Ton, sein Glück soll ihn ja nicht zu Übermut verführen. "Vor uns häuften Europäer und Amerikaner die Kunst der Welt auf und gründeten mächtige Museen. Nun sind wir an der Reihe. Japan ist der Markt von morgen." Seine Galerie leuchtet auf der goldensten Seite der Ginza.

Fujii, 65, wagte sich im Mai 1988 zum erstenmal in seiner 28 Jahre alten Karriere tief in Kriegsgebiet: mitten unter zeitgenössische Kunst. In New York ersteigerte er Bilder von Pollock (zwei!), Twombly, Franz Kline und Willem de Kooning. Als seine japanischen Kunden einen Blick darauf warfen, trugen sie blaue Augen davon.

Die beiden Pollocks, beide gegen verbitterte europäische Bieter ersteigert, Auktionspreis 8,3 Millionen Dollar, wird er für das Doppelte, 2 Milliarden Yen, weiterverkaufen. Halt, der kleinere Pollock für 3,5 Millionen - erst ein einziges Mal hatte ein Sammler mehr für einen Pollock bezahlt, nämlich Kazuo Fujii selber, ein paar Tage zuvor, da waren es 4,8 Millionen -, der kleinere Pollock, "No. 31, 1949", ein Gespinst aus Schwarz, Weiß, Blau, Rot und Gelb, der ist ja schon weg.

Fujii kaufte ihn im Auftrag eines Tokioer Sammlers, eines Immobilienmaklers. Ein guter Kunde: Im vorigen November, ein paar Tage nach dem schwarzen Börsen-Dienstag, hatte Fujii ihm einen Kandinsky für 2,2 Millionen Dollar zugesprochen.

"Die Japaner fühlen sich verpflichtet", sagt Fujii, er meint sich und seine Kunden, "ihre Dollar außerhalb Japans anzulegen. Sie geben dem Druck nach und verringern damit japanische Überschüsse. So beseitigen sie Spannungen mit dem Ausland." Hat er das giftige Zischen der amerikanischen Vipern bei Christie und Sotheby als Beifall mißdeutet? Der kleine Herr Fujii mit den schwarzen Haaren, die längst grau sein müßten, trägt seinen dunkelblauen Anzug wie eine Uniform; ein Soldat der schönen Künste, für Vergangenheit und Zukunft gleichermaßen gerüstet.

Die Recken von gestern stehen noch heute für ihn stramm: Cezanne, Seurat, Rouault, Mondrian, de Chirico, Arp, Picasso. Seine Zweigstelle für Modernes, ein paar Straßen weiter, wird neuerdings von den vereinigten Künstlern von Nordamerika beherrscht.

"Vor zehn Jahren", hatte Susumo Yamamoto, Fujiis Oberkonkurrent, gewispert, "war Fujii der Name Pollock noch fremd." Welche Übertreibung: Vor drei Jahren noch betete Fujii, wie alle großen Kunsthändler in Japan, ergeben die Heiligen des Impressionismus an.

Seit 1985 verdoppelte sich sein jährlicher Umsatz auf 100 Millionen Dollar. "Mehrere tausend Sammler" bedrängten mit neuerworbenem Weitblick seine Nostalgie. Grundstücksspekulanten und Chip-Hersteller mit einem Jahresbudget für Kunst bis zu zwölf Millionen Dollar zwangen ihn, modernere Künstler für sie zu entdecken. Unternehmen, die ihr Unternehmensvermögen mit Kunst aufstocken wollen, machen schon jetzt die Hälfte seiner Kundschaft aus.

"Wir sind erst am Anfang", sagt Fujii mit gespielter Demut, er verleugnet sich und seinen Kampfgeist. "Wir haben nicht genug Geld." Wie unwahr: Im New Yorker Mai gab der demütige Fujii nicht nur 8,3 Millionen Dollar für zwei Pollock-Bilder aus. Er legte sich zeitgenössische Kunst für 20 Millionen Dollar zu, bezahlt aus eigener Tasche. Ikkan Sanada, alter Freund der Familie, hatte ihm gezeigt, wo das Land Morgen liegt.

Ikkan Sanada könnte sein eigener Buchhalter sein, so wenig Aufhebens macht er von sich: Doch ohne ihn, einen zaundürren Hänfling von 37, wären die hochmögenden japanischen Akquisiteure auf den Auktionen, wäre die neueste Auktions-Kunst des Westens für Japan verloren.

Seine Biographie spiegelt die Entwicklung des Kunstverständes in Japan wider: Mit

20 verdingte er sich als Gehilfe bei der Tokioer Galerie Tamenaga, Außenstelle Paris. Im Luxusrausch der frühen Siebziger half er, Jahr für Jahr, 200 bis 300 französische Gemälde heimzuholen: Der Impressionisten-Rausch beflügelte die Nachkriegsmalerei der Ecole de Paris, und die riß einige Zeitgenossen mit, etwa Bernard Buffet und Marie Laurencin, wer hätte das gedacht. "Man bekam ihre Bilder fast geschenkt."

Die Ölkrise jagte **Sanada** nach Tokio zurück, das Geschäft war aus. Er kroch bei Kazuo Fujii unter, niemand bemerkte ihn, "in Japan wirst du als Händler erst im Alter eine Respektperson".

Also machte sich auch **Ikkkan Sanada** auf nach New York, in die Hauptstadt des 20. Jahrhunderts. Von 1980 an studierte er Kunstgeschichte und Kunstmanagement und durchschaute die Kunstliebe der Konzerne, die Gemälde und Plastiken sammelten, einzig um ihr Ansehen zu verbessern: Der große weiße Hai sollte hinter der Anmut, dem Stolz oder der Wut der Kunstwerke unsichtbar werden.

Er entdeckte, daß es außer dem unwichtigen Buffet noch Jean Dubuffet gab, beide waren gleich teuer. Er stieß sich die Nerven wund an Pollock und Johns und de Kooning und spürte nebenbei, par ordre de Fujii und Tamenaga, Bilder der Zuckerbäckerin Laurencin und des Graureihers Buffet auf; davon lebte er.

Japan und die neue Kunst des Westens trennten Sonne, Mond und Sterne, wie eh und je. Inzwischen hatte sich Sanada in die Stars seiner Tage verguckt, geduldig hob er sie ins japanische Licht. Kazuo Fujii, beharrlich bearbeitet, gab bei ihm eine Anthologie neuer amerikanischer Graphik in Auftrag. Das erste Litho stammte von Frank Stella und kostete 40 000 Dollar.

Bald waren 35 Drucke aus kleinen Auflagen zusammen, Arbeiten von Johns, Rauschenberg, Longo, Noland, Warhol, Christo und Lichtenstein, und der kühne Fujii stellte sie im Februar 1985 in seiner Goldgrube an der Ginza aus - als Sanada-Kollektion. Er verkaufte kein einziges Blatt, denn "die Sammler", sagt Sanada verzeihend, "waren einfach noch nicht vorbereitet".

Fujii träumte bereits wieder von Lenoir, da betrat kurz vor Schluß ein feiner Herr die Galerie und nahm den Johns mit. "Fujii", sagt Sanada in aller Ergebung, "sah endlich ein, wie rückständig, wie ältlich seine Schwärmerei war." Auf der Stelle nahm er Sanada ein Ölbild von Helen Frankenthaler ab, für weniger als 100 000 Dollar, und ließ sich sogar mit George-Segal-Plastiken ein, weißen, in Gips erstarrten amerikanischen Alltagsfiguren. Und kaufte und kaufte.

Doch erst im Mai 1987, auf den Auktionen von Christie und Sotheby in Manhattan, verbündete sich Japan, eine kleine Partie davon, mit der Kunst der Moderne. **Ikkkan Sanada** mit seiner Buchhalterbrille lockte 18 Yen-Milliardäre, keiner viel älter als 40, jeder Mitglied des Keiyu-Forums, eines Klubs neureicher Firmenbesitzer, mit viel Geduld nach New York - allein der Kunst wegen. Die Expedition dauerte vier Tage.

Die 18 hatten ihr Vermögen mit Immobilien und allerlei Dienstleistungen, als Verleger und Finanziere erworben, nein, zusammengeschaufelt, Sanadas Erinnerung ist da nicht sehr präzise. Es waren "aggressive, international gestimmte Männer", alle besaßen obendrein ererbte Kunst - nichts als Langeweile stiftende Sentimentalitäten.

Früher waren sie ausgeflogen, um sich, tags, durch ausschweifendes Golfspiel für die schwächenden Ausschweifungen nachts zu stärken. Im Mai '87 verführte sie Sanada zu Exkursionen ins Museum of Modern Art und in die Kunstkorridore von IBM. Das war nur ein Vorspiel.

Sanadas Bewußtseinsmassagen bereiteten den Höhepunkt der Tour vor: einen Überfall auf Sothebys Zeitgenossen-Versteigerung. Sie standen im Museum, 18mal zwei Augen, vor jener Art von Kunst, die sie am Abend begehren sollten. Was soll das sein? Da ist doch nichts erkennbar! Das ist doch nichts als Schmiererei!

Sanada nannte die Preise, und sie hörten auf mit dem Das-kann-doch-meine-Oma-auch-Gewäsch. Der Reichste der 18 Reichen, Okawa-san, Immobilienspekulant aus Tokio, wollte New York nun die Zähne zeigen - "und etwas kaufen": eines dieser Gemälde, in denen er nur Geldscheine erkennen konnte.

"Ich riet ihm zu einem Pollock, einem trancehaft-elegantem Farbgetröpfel, und einem frühen Frauenakt von de Kooning. Für jedes Bild veranschlagten wir zwei bis drei Millionen Dollar", sagt Sanada: Der Dollar kostete damals 152 Yen (heute nur 123).

Sie ersteigerten den de Kooning für 2,3 Millionen plus zehn Prozent Aufgeld, Okawa-san brüllte, als er ihn hatte: "Iatta - ich hab ihn!" Die Wettbewerbsgesellschaft im eisgekühlten Saal bei Sotheby betrachtete ihn fröstelnd und entschied sich dann für Beifall. Sanada: "Mein Honorar betrug weniger als fünf Prozent."

Der Pollock wurde aufgerufen, Okawa stieg ein und stieg wieder aus, und bei 2,5 Millionen griff ein Europäer zu. Dennoch wurde an dies em Abend das Leben des

reichen Okawa noch reicher. Man interviewte ihn, fraß einen Kunstarner an ihm, die "New York Times" buhlte wie das "Wall Street Journal" um seine goldenen Worte. Japanische Zeitungen besprachen seine Eroberung im Feuilleton statt im Wirtschaftsteil, er war in der Internationalisierung angekommen.

Sechs Monate später, kurz nach dem Börsendesaster vom schwarzen Oktober, lotste Sanada zehn andere Eroberer von Tokio nach New York. "Einige von ihnen hatten viel Geld verloren." Und jetzt erfuhren sie an der Lexington Avenue, in der Kunstberatungsabteilung der Citibank, daß, anders als zu Hause, amerikanische Banken Kunstwerke beleihen. Kunst war also tatsächlich eine ökonomische Anlage.

John Bourassa, einer der Kunstberater, sprach sogar japanisch und wetteiferte mit ihrer Geduld. Und das Hauptquartier der Bank, ein nagelneuer Wolkenkratzer aus weißem Glas und Stahl, gehörte, was sie vollends beruhigte, zu zwei Dritteln, vom 23. bis zum 59. Stock, einem japanischen Konzern.

Jeder der zehn ersteigerte bei Sotheby Bilder: für 65 000 Dollar einen Ed Ruscha oder für 250 000 Dollar einen kleinen Pollock auf Papier. Damit hatten auch sie die Aufnahmeprüfung in die Wirklichkeit des Kunstmarktes bestanden.

Sammeln jetzt nicht wieder alle die gleichen Bilder? Pollock statt Renoir? Twombly statt Laurencin?

"Gewiß", sagt Sanada, "kaufen sie, um reicher zu werden. Sie spekulieren ganz ernsthaft." Er empfiehlt ihnen, die Neuerwerbungen drei bis vier Jahre zu behalten und dann mit Gewinn weiterzuverkaufen. "Aber natürlich lieben sie die Kunst auch, das sind sie sich schuldig. Durch ihre Kunst wollen sie sich selber darstellen. Sie haben Wolkenkratzer gebaut und automatische Fabriken und Chips erfunden. Über Cezanne und Monet sind sie hinaus, der Impressionismus war die Liebe ihrer Väter. Nun wollen sie demonstrieren, wie vertraut sie mit westlicher Kultur sind, wie intellektuell sie sind, wie international." Er lächelt dünn: "Daß sie die Welt anführen."

Ohne daß die Kunstwelt davon Notiz nahm, hat sich Shigeki Kameyama an ihre Spitze gesetzt. Sanada wird noch schmaler, wenn er den Namen ausspricht: "Er ist einer der bedeutendsten Händler unserer Tage."

Hat etwa Kameyama van Goghs "Schwertlilien" gekauft und irgendwo auf dem Planeten Erde versteckt? Das 53,9-Millionen-Dollar-Geheimnis? Das teuerste Bild der Kunstgeschichte? Am 11. November 1987 bei Sotheby in New York ersteigert und seitdem verschwunden.

Sanada wispernt nur noch: "Kameyama war am Kauf beteiligt, aber der einzige Besitzer ist er nicht. Mehr darf ich nicht sagen." Dann holt er Luft und wispernt weiter: "Kameyama war einmal, ehe er mit Kunst handelte, Mitglied der Yakuza, der japanischen Gangsterorganisation. Man geht besser vorsichtig mit ihm um, noch immer ist er mächtig und kann Druck ausüben. Gewalt." Fragen liebe er nicht, Antworten hasse er.

Schon vor 15 Jahren habe Kameyama "viele Immobilien in und um Tokio aufgekauft". Außer Häusern besitze er eine exzeptionelle Kunstsammlung, Andy Warhol zuhauf und andere wichtige Zeitgenossen. Museumsbilder von Twombly und Johns! Schon plane er ein eigenes Museum. 1972 hatte Sanada dem mysteriösen Kameyama in der Pariser Tamenaga-Galerie einen - nicht möglich! doch! - Renoir angedreht.

"Mountain Tortoise", Berg der Schildkröte, nennt Kameyama, 53, sich im Umgang mit Fremden: Das ist die wortgetreue englische Übersetzung seines Familiennamens. Obwohl er nur vier englische Wörter beherrscht - "yes, no, up, down" -, heißt seine Firma "Mountain Tortoise & Co. Ltd.", und er ist ihr "representative director". Sotheby und Christie achten ihn als den großen japanischen Exzentriker, sie fürchten sein absolutes Auge. Der einzige Japaner, der sich nicht betrügen läßt.

Barfuß empfängt er, barfuß huscht er durch seine europäisch möblierte Neubauwohnung im vierten Stock. Fragen, die er nicht beantworten mag, überhört er mit bellendem Lachen, dabei poliert er mit der rechten Hand verlegen seine Glatze. Er lacht unaufhörlich und spricht und schweigt nur japanisch. Sein Vater war Bauer, er hat vier Kinder. Bitte keine Photos! Bitte nicht!

Es ist zwölf Uhr mittags, Kameyama ist gerade erwacht: Er arbeitet nachts, wenn's bei seinen Geschäftsfreunden Tag ist. Im EBzimmer behauptet sich eine monströse Televisions-Empfangsanlage gegen den monströsen Tisch. Per Satellit ist Kameyama Gast aller Auktionen und Vorschauen.

Von den Wänden strahlen "Kleinigkeiten aus meiner Sammlung", Skizzen und Zeichnungen von Klee, Matisse, Dubuffet, Kline und Warhol. In der Zimmerecke büßen, natürlich mit dem Gesicht zur Wand, Bilder von Marie Laurencin für ihr schlechtes Aussehen. Im Angebot ist gerade ein für 385 000 Dollar ersteigertes

Buntchen: "Laurencin, heute zehnmal teurer als vor zehn Jahren, ist die Favoritin der Tokioer Arztfrauen, die nehmen alles von ihr." Hinter einer hölzernen Durchreiche bereitet eine seiner Töchter Sushi zu, rohen Fisch auf Reis.

Japanisch bellend, bellend lachend lenkt Kameyama von seinem Gewerbe ab. Er stellt sich lieber in seinen Millionen dar, das hat er in New York gelernt: Seine Wohnung, gleich neben dem Finanzamt von Shinjuku, drei Bäder, drei Toiletten, Kunst in allen Räumen, auf dem Gästeklo ein Twombly - seine zweistöckige Wohnung mißt 450 Quadratmeter und ist drei Milliarden Yen wert, 24 Millionen Dollar. In Deutsch-Mark vermag er sich den Betrag kaum vorzustellen.

Er rühmt seine Autosammlung, "früher war ich mal Autohändler", sagt er: 23 Mercedes, dazu Porsches und BMWs in seiner Privatgarage, alles verkäuflich.

Vom Bilderhandel spricht er nur beiläufig, von den "Schwertlilien" will er gar nichts hören. Weil er alles darüber weiß? 1961, mit 26, kaufte er sich das erste Bild: einen Renoir in Frankreich, für 50 000 oder für 500 000 Dollar? Er hat's vergessen, er hat kein Verhältnis zum Dollar mehr, Dollars machen nichts als Ärger, real sind nur Yen.

Anstatt seinen Gesichtssinn mit Utrillo, Vlaminck & Genossen zu ermüden - zwar kaufte und verkaufte er ihre Bilder -, ließ er sich mit einer neuen Welt ein: mit Mondrian, Klimt, Schiele, Leger, Rothko. Seinen wunderbaren Mondrian von 1935 - "in perfektem Zustand!" - nahm ihm ein Museum ab. Der Preis? Sein Gewinn? Er bellt die Durchreiche an, hinter der seine Tochter den Reis kocht. "Wie hoch war der Preis?" Die Tochter über dem Reistopf: "500 Millionen Yen Profit! 3,85 Millionen Dollar."

Diesen einträglichen Mondrian hatte Kameyama am 27. Juni 1983 bei Christie in London erobert: für 1,512 Millionen Pfund. Den Bietern aus dem Abendland schollen die Köpfe rot an. Kein Amerikaner, sondern ein völlig unbekannter Jap hatte sie geschlagen.

Seine Sammlung, weder Rothko noch Mondrian kann er buchstabieren, hat Kameyama im Okura eingeschlossen, er sieht seine Bilder nicht, sie sehen ihn nicht. Und die "Schwertlilien"? Er schweigt lachend.

Manchmal gäben ihm "Bekannte oder ein Museum Geld", damit tritt er dann auf den Auktionen an. Öfter verbündet er sich "mit jüdischen Freunden aus London und New York zu Joint Ventures, um ein wichtiges Bild zu erwerben". Gelegentlich seien darunter Bilder, die eine Zeitlang vor Ort reifen und ruhen, ehe sie wieder versteigert werden. Japanisches Geld sei bei solchen Transaktionen selten dabei, "japanische Millionäre sind zu ängstlich".

Kommt das Geld etwa von der Mafia?

Er wienert seine Glatze. Seine Freunde sind doch wohl alte Yakuza-Kumpane? Schweres Gelächter, wie kann man nur so etwas fragen. "Die Japaner", sagt Kameyama, "kaufen fast nie die teuersten und die besten Bilder, weil sie das Risiko scheuen. Sie spekulieren mit Kunst, mißbrauchen den Kunstmarkt als Börse: Ist ein Werk zu teuer, bleibt ihnen kein Spielraum mehr."

Ist das der Beweis, daß die "Schwertlilien" nicht in Japan gelandet sind?

Im vergangenen Sommer wurden auserwählte japanische Sammler eingeladen, so hatte Sothebys Kazuko Shiomi getratscht, die "Schwertlilien" zu bestaunen - außerhalb Japans. Kameyama bellt und lacht: "Die japanischen Museen sind riesengroßes Schaumgebäck ohne Inhalt." Heißt das, große Qualität findet hier keinen Platz? Er nickt heftig.

In Wahrheit fühlen Japaner sich nur zu chinesischer und koreanischer Keramik hingezogen, nur Vasen, Teekannen, Schalen, Teller greifen ihnen ans Herz, inniger als alle Gemälde aus Übersee. Auch japanische Kunst könne man in Ruhe genießen, sagt Kameyama, Westkunst sei Geldanlage, sonst nichts. Er sei die Ausnahme. Er kann seine Liebe sogar begründen: An einer Warhol-Zeichnung hinter dem Eßtisch bewundert er das zarte Gleichgewicht, in dem die Campbell's-Suppendosen auf dem weißen Papier schweben.

"Leider sind wir zu schwach", sagt auch er und streichelt seinen nackten Scheitel mit schwieliger Hand, "zu arm, um den Kunstmarkt zu kontrollieren. Amerikaner, Schweizer und andere Europäer stecken uns in die Tasche." Der Rückzug in die Heuchelei endet mit dem Bekenntnis, er, Kameyama, habe einem "wirklich reichen Bankier aus der Stadt Fukuoka" 80 Prozent jener Kollektion verkauft, der er jetzt ein Museum baue - lauter Rothko, Johns, Yves Klein, Hockney, Lichtenstein. Zur Eröffnung im nächsten Jahr würden alle Freunde im gemieteten Jumbo anfliegen.

Dem Drang zur Verkleinerung widersprechen die Tatsachen: "Verglichen mit den USA" - kein feiger Vergleich - "ist es um unsere Kultur schlecht bestellt", jammert

der Kulturkritiker Shinichi Segi: "Wir haben 227 Museen, die USA aber 1500." Ende 1972 waren es nur 91 gewesen; jeden Monat werden es mehr: Die Präfektur Ibaraki nördlich von Tokio beispielsweise weiht 1989 gleich drei neue Museen ein: macht insgesamt schon 230.

Neben dem zehn Jahre alten Museum der Präfektur Yamanashi in Kofu erhebt in der Ferne Fuji-san, der Berg der Berge, sein kahles Haupt. Das Museum behütet außer sieben meist harmlosen Gemälden des Franzosen Jean-Francois Millet, gestorben 1875, ein Frikassee aus japanischen, europäischen und amerikanischen Ateliers: Neben diesem von 800 000 Menschen im Jahr überfluteten Neubau entsteht ein Museum für Handschriften. Sogar am Sonntag wird gebaut, es muß bald fertig sein.

Und die Präfektur Yamanashi ist eine der ärmsten in Japan. Arm? Soeben hat das Direktorium eine Jacob-van-Ruisdael-Landschaft geordert, Preis 1,2 Millionen Dollar. Im 17. Jahrhundert gemalt - in Holland.

Alle 47 japanischen Präfekturen leisten sich Museen; Sparkassen mit ästhetischen Absichten. Oft sind sie um ein einziges Bild herumgebaut, und die Leere muß doch gefüllt werden - mit Nichtigkeiten von mancherlei Herkunft.

Segi, 60, Direktor des Kunstinstituts von Tokio, ist dennoch stolz: "1987 haben wir für 300 Milliarden Yen Kunst gekauft, ein Drittel war im westlichen Stil gehalten." Aber, sagt Segi bitter, "das macht nicht einmal zehn Prozent des Umsatzes von Nissan Motor aus". Die Regierung sei eben nicht an Kultur interessiert. "Wohl werden wir und unsere Kinder anständig erzogen, aber nur, um immer bessere Maschinen produzieren zu können. Wir sind eine geistige Wüste: Haben nur Fabriken und Familie im Kopf, die füllen uns aus."

Der Etat der fünf nationalen Museen betrug 1987 nur 500 Millionen Yen, es lohne nicht, das in Dollar umzurechnen, es reiche halt nur für schlechte Renoirs. "Leider", jammert Segi, "trödeln wir noch heute ein halbes Jahrhundert hinter der Zeit her."

Masao Nangaku, Oberbefehlshaber und Präsident der Minami-Gruppe, wurde, Buddha sei Dank, rechtzeitig von Kunst ergriffen. Aktien mag er nicht, nur Immobilien findet er sexy, in- und ausländische Liegenschaften - und dazu den herrlichen Meister Salvador DalI.

Sich selbst preist er als "einen der erfolgreichsten Unternehmer Asiens" an, sein japanisches Reich umfaßt 6,65 Millionen Quadratmeter Land: 11 Hotels, 22 Kegelhallen, 10 Einkaufszentren für Elektronik sowie mehrere Golfplätze und Skigebiete. Die 12 Mietshäuser und die überseeischen Provinzen nicht mitgerechnet. Sein Grundbesitz in Japan wird, gelinde geschätzt, mit "mehr als zwei Milliarden Dollar" bewertet.

1987 setzte Nangaku einen Fuß in Feindesland: Er nahm in Las Vegas (Nevada) Dunes Hotel & Country Club ein. Auf Hawaii legte er einen exklusiven Golfplatz nebst Hotel an, und dann stürmte er noch "Gimmnick Castle" bei Bonn, das mit Jagdtrophäen und Staatsgeheimnissen vollgestopfte Wasserschloß Gymnich, offizielles Gästehaus der Bundesregierung. Alles für 300 Millionen Dollar, cash.

Nangaku ist 70, ein Hoherpriester der Genügsamkeit, sein Geiz erlaubt ihm kostensparend Maskierungen. Auf dem Weg zu ihm wandert der Besucher staubige Flure entlang, er irrt durch ein enges, schäbiges Großraumbüro, das Hauptquartier des Milliardärs. Hinter dieser auf der Stelle rudernden Galeere leuchtet der Konferenzraum auf, ärmlich und unscheinbar auch er.

Der Präsident kommandiert von einer mit Sofa, Sesseln und Schreibtisch bis zum Platzen vollmöblierten Kammer aus; kein amerikanischer Millionär würde sie seiner Sekretärin zumuten. Nur zwei Stockwerke unter dem Regierungssitz, eingeklemmt zwischen Büros und Verkaufsräumen für elektronische Artikel, installierte Nangaku sein DalI-Museum, Gemälde und Juwelen im Wert von 33,5 Millionen Dollar, keinen Yen weniger.

Wo immer auf dem Planeten Erde sich Widerstand erhebt gegen die gefräßige Minami-Gruppe - auf Hawaii oder Gimmnick Castle oder in Las Vegas -, bringt Nangaku die Unruhe zum Verstummen, indem er dem Volk seine DalIs verheißt, ein neues DalI-Museum, ganz leicht gewürzt mit Werken von Picasso und Chagall, seinen beiden anderen Lieblingsmalern. Seit 20 Jahren gibt er sich, dem Rat einer Pariser Investmentbank folgend, mit dem exotischen Trio ab. Denjenigen unter seinen Gegnern, denen dieser Reiz zu dürrig ist, verhilft er mit japanischer Kunst zu Begeisterung: 30 Wandschirme einheimischer Künstler demonstrieren demnächst gegen die Welt und gegen das Vorurteil, Japan bestünde nur aus Yen.

Der Milliardär als Missionar: "Wir Japaner", sagt Nangaku im Neonschein seines Konferenzzimmers, "wir wollen mit Europäern und Amerikanern auf derselben Geisteshöhe stehen, mit lauter erstklassigen Stücken." Dies koste "sehr viel Geld", klagt er und läßt seinen Lächelautomaten arbeiten, "aber ich arbeite auch hart.

Japan ist ganz oben in der Wirtschaft, eines Tages werden wir auch in der Kultur Erster sein".

Im 42. Stock eines Hochhauses in Shinjuku, dem niedrigen Himmel näher als dem Gekrieche auf den verregneten Straßen, im Kunstmuseum der Yasuda Feuer- und Seeversicherung, schmachten die "Sonnenblumen" von Vincent van Gogh. Verirrt und heimatlos hängt das Bild auf blauem Stoff in einem Schaukasten an der Wand. Niemand schaut es an. Sein Wächter in der schwarzen Uniform hat es längst auswendig gelernt und guckt nicht mehr hin. Die Besucher, 400 am Tag, kennen es auch, das ist der PR-Trick von Yasuda, wozu also? Yasuda hatte sich und 57 000 Aktionären die Sonnenblumen zum 100. Firmenjubiläum geschenkt.

Nun darbt es in der Gesellschaft von 24 Werkchen der Grandma Moses (USA) und zwei Gemälden des allgegenwärtigen Renoir, mutterseelenallein. Am 30. März 1987, da feierte auch Vincent seinen Geburtstag, den 134., war es bei Christie in London in viereinhalb Minuten eine Yasuda-Anlage geworden. Ein unsigniertes Werk, van Gogh wollte es wohl niemals verkaufen, es gefiel ihm nicht, er hielt es für wertlos. Plötzlich verwandelte es sich in 39,9 Millionen Dollar; 5,8 Milliarden Yen: zwei Jahre früher wären das noch zehn Milliarden gewesen, rühmten Devisenspekulanten.

Der gierigste Mitbewerber und Unterbieter auf der Auktion war ein australischer Bierbaron namens Alan Bond; das war Yasuda bekannt: Diesem Großmaul wollten sie einmal zeigen, wer der Stärkere ist; nein: der Stärkste.

Ende

DER SPIEGEL 50/1988

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Dieser Artikel ist ausschließlich für den privaten Gebrauch bestimmt. Sie dürfen diesen Artikel jedoch gerne verlinken.

Unter <http://corporate.spiegel.de> finden Sie Angebote für die Nutzung von SPIEGEL-Content zur Informationsversorgung von Firmen, Organisationen, Bibliotheken und Journalisten.

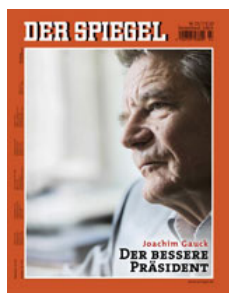
Unter <http://www.spiegelgruppe-nachdrucke.de> können Sie einzelne Artikel für Nachdruck bzw. digitale Publikation lizenzieren.

SOCIAL NETWORKS



▲ TOP

DER SPIEGEL



Inhalt
Abo-Angebote
Heft kaufen

Dein SPIEGEL



Inhalt
Abo-Angebote
Heft kaufen

SPIEGEL GESCHICHTE



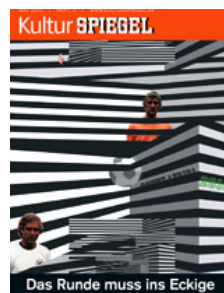
Inhalt
Abo-Angebote
Heft kaufen

SPIEGEL WISSEN



Inhalt
Abo-Angebote
Heft kaufen

KulturSPIEGEL



Inhalt

Service von SPIEGEL-ONLINE-Partnern

AUTO UND FREIZEIT



AUTO UND FREIZEIT



ENERGIE



JOB



FINANZEN UND RECHT



FINANZEN UND RECHT



Benzinpreisvergleich	Arztsuche	Stromanbieter-Vergleich	Brutto-Netto-Rechner	Kredite vergleichen	Handytarife
Kfz-Versicherung	buch aktuell	Energiespar-Ratgeber	Uni-Tools	Krankenversicherung	Immobilien-Börse
Bußgeld-rechner	Partnersuche	Energie-vergleiche	2650 Headhunter	Währungs-rechner	Prozesskosten-Rechner
Rechts-beratung	Das Telefonbuch			Versicherungs-vergleiche	Rechts-beratung
Ferientermine	Hotels				
Bücher bestellen					

Home Politik Wirtschaft Panorama Sport Kultur Netzwerk Wissenschaft UniSPIEGEL SchulSPIEGEL Reise Auto Wetter

DIENSTE

Schlagzeilen
RSS
Newsletter
Mobil

VIDEO

Nachrichten Videos
SPIEGEL TV Magazin
SPIEGEL TV Programm

MEDIA

SPIEGEL QC
Mediadaten
Selbstbuchungstool
buchreport
weitere Zeitschriften

MAGAZINE

DER SPIEGEL
Dein SPIEGEL
SPIEGEL GESCHICHTE
SPIEGEL WISSEN
KulturSPIEGEL
UniSPIEGEL

SPIEGEL GRUPPE

Abo
Shop
SPIEGEL TV
manager magazin
Harvard Business Man.
SPIEGEL-Gruppe

WEITERE

Hilfe
Kontakt
Nachdrucke
Datenschutz
Impressum

TOP