



„Jeder in diesem System ist gierig“

Der Kunstberater Stefan Simchowitz gilt als
Inbegriff des Spekulanten, der junge
Talente verheizt. Im Gespräch mit Monopol bezeichnet
er die Vorwürfe von Galeristen und Kunst-
kritikern als Heuchelei

INTERVIEW SEBASTIAN FRENZEL

Vermutlich gibt es niemanden in der Kunstwelt, der zurzeit so viel Hass auf sich zieht wie Stefan Simchowitz – und niemanden, der ebenso heftig zurückfeuert. Seinen Gegnern gilt der 43-Jährige als skrupelloser Sammler und Kunstberater, der die Methoden des Finanzmarkts auf die Kunst übertragen hat: Simchowitz kauft Werke junger Talente in großen Mengen und vertreibt sie zu deutlich höheren Preisen an sein Netzwerk aus Sammler-Spekulanten – unter Fachleuten wird die Methode *art flipping* genannt. In einem Aufsehen erregenden Artikel bezeichnete der New Yorker Kritiker Jerry Saltz Simchowitz als „größten *art flipper* von allen“ und warf ihm Zynismus und Überheblichkeit vor.

Simchowitz weiß das Internet für seine Zwecke zu nutzen. Über soziale Netzwerke wie Instagram und Facebook oder digitale Portfolios verbreitet er Abbildungen von Kunstwerken oder auch nur die Namen lukrativer Künstler unter seinen Followern. Die Bilder und Empfehlungen drehen dann ihre Runden im Netz. Dieses neue Geschäftsmodell hat keinen Bedarf mehr für eine Vermittlung durch Zeitungen, Magazine oder Katalogbeiträge von Kunstkritikern. Und Käufe und Wiederverkäufe werden getätigt, ohne dass der Besitzer das Werk je wirklich gesehen oder in den Händen gehalten haben muss. Galeristen, traditionell die Schnittstelle zwischen Künstlern und Sammlern, fürchten Simchowitz. Er selbst verkündet, das existierende Galeriesystem, das er für zu elitär hält, auf den Kopf stellen zu wollen.

Stefan Simchowitz, geboren in Südafrika als Sohn einer Künstlerin und eines Sammlers, arbeitete zunächst als Hollywoodproduzent und war Mitbegründer von MediaVast, einer Firma für Bildlizenzen, die er 2007 für 200 Millionen Dollar an Getty Images verkaufte. Der 43-Jährige rühmt sich, in den vergangenen acht Jahren einige der heiß gehandelten Nachwuchskünstler der Gegenwart entdeckt und großgemacht zu haben, darunter Oscar Murillo, Parker Ito, Christian Rosa, Sam Falls, Joe Bradley und Artie Vierkant. Zu seinen rund 100 Kunden zählen der Internetunternehmer Sean Parker, der Hollywoodproduzent Steve Tisch, der Filmstar Orlando Bloom oder der Investor Nicolas Berggruen.

Im vergangenen Jahr hat er nach eigenen Angaben rund 20 Millionen Dollar mit rund 1000 „Transaktionen“ umgesetzt. Das ist noch nicht ganz die Schlagzahl eines Brokers, aber schon der Jargon. Die fünf Mitarbeiter von Simchowitz' Firma Simco teilen sich ein Zimmer und eine Garage in seinem Wohnhaus in Los Angeles. Die Fotos zu diesem Artikel stammen aus dem Instagram-Konto des Unternehmers.

Herr Simchowitz, haben Sie in diesem Jahr die Art Basel besucht?

Nein. Ich liebe Kunstmessen, aber ich habe oft nicht die Zeit sie zu besuchen. Und von meinem Wohnort Los Angeles aus sind Messen wie die Art Basel, die ich sehr schätze, auch schwer zu erreichen.

Welche Bedeutung spielen Kunstmessen für Ihr Geschäft?

Keine. Mein Business läuft anders.

Wie würden Sie Ihr Geschäft beschreiben?

Ich bin wie jeder andere Geschäftsmann: Ich versuche, ein gutes Produkt zu einem guten Preis anzubieten. Ich versuche, so viele Informationen über mein Produkt bereitzustellen wie möglich. Informationen und Wissen sind zentrale Größen im Kunsthandel – und die meisten in diesem Geschäft verfügen über viel zu wenig davon. Ich mache meine Hausaufgaben. Man muss netzwerken und mit Menschen sprechen, aber man braucht auch Zeit, um sich hinzusetzen, zu lesen, nachzudenken und Strategien zu entwerfen.

Woran erkennen Sie einen Künstler, der Sie interessieren könnte?

Über junge Künstler gibt es ja meist noch nicht so viele Informationen und Texte, oft haben sie erst wenige Ausstellungen gehabt. Man muss den Augen vertrauen, dem Instinkt, dem Schneid. Und ich denke, man hält nach einer persönlichen Erzählung Ausschau, einer Geschichte.

Sie meinen die Biografie des Künstlers?

Geschichten in seiner Persona, dem Kontext, in dem der Künstler lebt und arbeitet. Ich komme aus dem Filmgeschäft, und eine der ersten Lektionen, die ich dort lernte, war: Du kannst als Produzent 1000 Drehbücher lesen, und vielleicht gefällt dir eines. Aber dann kommt es darauf an, den richtigen Regisseur zu finden und die richtigen Schauspieler, um diesen Film entstehen zu lassen. Als ich mit dem Regisseur Darren Aronofsky zusammenarbeitete, sagte ich zu ihm:



SEITE 74
Stefan Simchowitz

RECHTS
Simchowitz mit dem Journalisten Michael Nevin (links) und dem Künstler Leif Ritohey

„Du bist ein großartiger Regisseur, ich setze auf dich. Ich unterstütze dich, damit du jede Entscheidung treffen kannst, die notwendig ist.“ Und genau so verfare ich auch in der Kunstwelt: Ich entdecke Talente und investiere in sie.

So weit deckt sich Ihre Arbeitsbeschreibung noch mit der eines normalen Galeristen.

Ja. Es gibt für mich zwei Wege: Manchmal begeistert mich ein Werk und wie es hergestellt wurde, und so stoße ich auf einen Künstler. Aber oft muss ich nicht einmal das Produkt, also das Kunstwerk, sehen, sondern folge nur meinem Gefühl. Dann läuft es eben andersherum: Man entwirft eine Geschichte, man entwirft einen Künstler, und das Werk folgt erst später.

Das sind die Methoden der Finanzwelt: Man spekuliert auf ein mögliches Ergebnis und versucht, so schnell wie möglich Geld zu machen.

Das ist die Logik jedes Sektors, von der Finanzwelt bis zur Kunst und Wissenschaft. Man spekuliert auf ein positives Ergebnis in der Zukunft. Als das Hubble-Weltraumteleskop Fotos des Sternenhimmels machte, ging man auch ein großes Risiko ein und richtete das Teleskop auf ein Gebiet, wo man nichts vermutete. Heraus kam das wichtigste Bild aus der Frühzeit unseres Universums. Die Wörter Spekulation und Maximierung werden oft in einem negativen Kontext verwendet, dabei spekulieren wir in unserem persönlichen und beruflichen Leben täglich. Wir streben nach Potenzial.

Galeristen muss daran gelegen sein, an ernsthafte Sammler zu verkaufen, die ein Kunstwerk auch länger besitzen – schon um ihre Künstler nicht zu beschädigen.

Man muss an die unterschiedlichsten Sammler verkaufen, denn man braucht Diversität. Ich verkaufe sehr wohl auch an seriöse Sammler, vermutlich an seriösere Kunden als die meisten Galerien. Aber wie genau definiert man „seriös“? Ich kenne Sammler mit dem besten Ruf, die die rücksichtslosesten Spekulanten sind. Das Gerede von seriösen Sammlern ist oftmals pure Heuchelei.

Der Kritiker Jerry Saltz hat Ihr Geschäftsgebaren in einem Artikel stark kritisiert. Er wirft Ihnen vor, Kunst als Spekulationsobjekt zu missbrauchen, an Investoren zu verkaufen, die die Kunst so schnell wie möglich wieder abstoßen.

Es handelte sich nicht um einen Artikel, sondern um einen Blogbeitrag des „New York Magazine“, für das er als Kunstkritiker arbeitet. Für mich sind das die gleichen Methoden wie bei dem Fernsehsender Fox News: Journalismus, der einzig auf Quoten und Klickzahlen zielt. Es ist absurd, ja unethisch. Jerry Saltz wirft mir Vulgarität vor, aber er selbst liebt die Celebrity-Kultur, er liebt Kanye West, er liebt Puff Daddy, er liebt Reality-TV ... Ich habe insgesamt sechs Kunstwerke auf Auktionen verkauft und damit weniger als 250 000 Dollar verdient. Es handelte sich um Werke, an denen ich kein Interesse mehr hatte, weil ich den Künstler nicht mehr sammeln wollte oder mit seinen Galerien nicht konstruktiv zusammenarbeiten konnte. Ich besitze Hunderte

von Kunstwerken! Vor wenigen Wochen wurden mehr als zwei Milliarden Dollar auf Auktionen eingespielt. Die ganze Geschichte ist ein Hirngespinnst von Jerry Saltz.

Sie können die Kritik an Ihren Methoden nicht verstehen?

Ich verstehe Neid. Ich verstehe Faulheit. Ich verstehe Voreingenommenheit, und über alles verstehe ich Heuchelei.

In einem Interview des Magazins „Artspace“ sagten Sie: „Ich will das System des Kunstmarkts ändern.“ Was meinten Sie damit?

Ich meinte damit, dass man oft eine Galerie betritt und von den Betreibern abgeurteilt wird. Sie kennen dich nicht mal, aber werten dich schon ab, denn sie haben ihr eigenes System etabliert, ihre Leute, ihre Kunden. Und natürlich sind sie darin total heuchlerisch. Je nachdem, wie die Geschäfte laufen, empfangen sie dich mal mit offenen Armen oder sind völlig reserviert. Du kannst das Spiel natürlich untätig mitspielen, oder du entwirfst deine eigenen Regeln.

Sie verschicken über soziale Netzwerke wie Instagram und Facebook Namen und Kunstwerke, die Sie Ihren Kunden zum Kauf empfehlen. Wie wichtig sind die digitalen Medien für den Kunstmarkt?

Für mich sind sie das einzige Werkzeug, mit dem ich mir eine Stimme verschaffen konnte, auf die die Leute hören. Über Jahrzehnte wurde der Wert eines Kunstwerks von Kuratoren und Journalisten beurteilt und teilweise befördert. Vor zehn Jahren aber setzte durch das Internet und die sozialen Medien ein radikaler Wandel ein. Bilder verbreiten sich heute weltweit in rasender Geschwindigkeit, der Kunsthandel ist explodiert, mehr Menschen schauen sich Kunst an und kaufen sie, denn die Berührungängste sind verschwunden. Die alte Hierarchie, an deren Spitze Kuratoren und Kritiker standen, ist von einem neuen System abgelöst worden, das demokratischer und flexibler ist und in dem mehr Geld und Bilder fluktuieren.

Wie wird der Kunstmarkt in zehn Jahren aussehen?

Die Zahl der Messen wird sicher abnehmen, denn es gibt schlicht zu viele. Das Internet wird an Bedeutung zunehmen, so wie es in den vergangenen Jahren schon Kunst an Menschen gebracht hat, die sich den Besuch einer Messe nicht leisten können oder sich vom System ausgeschlossen fühlen. Und es wird eine Flut an privat finanzierten quasiinstitutionellen Orten geben, die die Kollektionen ehrgeiziger Sammler zeigen.

Was machen Sie, wenn eine Galerie nicht an Sie verkaufen will?

Ich finde einen Weg. Ich engagiere jemand anderen, der die Arbeit für mich kauft. Ich zahle eine Prämie und kaufe auf dem Sekundärmarkt. Ich wende mich direkt an den Künstler und erkläre ihm, warum seine Galerie einen Fehler macht. Ich mache, was immer nötig ist. Ich mag das Wort Nein nicht, wenn es von einer Galerie kommt.

Stimmt es, dass Sie auch anonym, als Konsortium getarnt, Käufe tätigen?

Es gibt viele Leute, die als Konsortium Kunstkäufe tätigen, aus unter-

schiedlichsten Gründen. Und ja, ich tue es auch. Oft, weil ich nicht will, dass andere herausfinden, was ich kaufe, denn mittlerweile folgen mir zu viele Sammler, was mein Geschäft behindert. Lustigerweise benutzen viele Galerien meinen Namen als Verkaufsinstrument, so wie sie die Namen anderer Sammler einsetzen. Das ist wirklich schon sehr ironisch.

Besteht nicht die Gefahr, dass Sie die Preise für einen jungen Künstler zu schnell in die Höhe treiben und ihn kaputt machen?

Wie sollte ihn das kaputt machen? Würden Sie zu einem Läufer, der den Marathon unter drei Stunden läuft, sagen: „Das hättest du nicht tun sollen, denn du wirst niemals schneller laufen können“? Preise steigen und fallen, wen kümmert es?

Worum geht es Ihnen? Um Geld, um Macht?

Ich will etwas bewirken, einen Unterschied machen, an die Wahrheit des Systems kommen. Geld interessiert mich weniger als Einfluss. Macht funktioniert wie ein Selbstgespräch. Sie ist die Bedingung, um das System zu ändern und weiterzuentwickeln, und bringt Gefahren mit sich, die man sorgfältig managen muss.

Nehmen wir einen Künstler wie Oscar Murillo, dessen Werke Sie anfangs angeblich für 500 Dollar erworben und in großem Stil weiterverkauft haben. Murillo wird seit einiger Zeit von dem Großgaleristen David Zwirner vertreten, und manche sagen, er suche dort Schutz vor Spekulanten wie Ihnen. Würden Sie noch Arbeiten von ihm bekommen?

Ich besitze mehr als 30 seiner Arbeiten. Ich würde auch noch mehr kaufen, aber vermutlich haben einige Galerien das Gefühl, dass ich schon genug von ihm besitze. Was die Frage aufwirft, an wen sie stattdessen

verkaufen. Als Isabella Bortolozzi vergangenes Jahr eine Murillo-Schau zeigte, verkaufte sie ein Werk an eine wichtige Institution in Berlin, deren Namen ich hier nicht nennen werde. Exakt diese Arbeit wurde mir vier Monate nach Ende der Ausstellung auf dem Sekundärmarkt zum Kauf angeboten.

„Wenn eine Galerie nicht an mich verkaufen will, engagiere ich jemand anderen, der die Arbeit für mich kauft. Ich kaufe auf dem Sekundärmarkt. Ich wende mich direkt an den Künstler. Ich mache, was immer nötig ist. Ich mag das Wort Nein nicht, wenn es von einer Galerie kommt“

Begriff wurde einzig dafür erfunden, um den Ruf anderer Akteure zu schädigen und den Status quo zu erhalten.

Museen als öffentliche Einrichtungen, die den kulturellen Kanon einer Gesellschaft etablieren und hüten – eine überkommene Idee?

Nein, aber wie viele Museen machen das heute wirklich noch so? Die großen Häuser sind langsam und bürokratisch, sie werden von Politikern und Technokraten verwaltet und von der feinen Gesellschaft und Trophäensammlern überschwemmt. Bis sich ihre Ankaufskommissionen auf einen jungen Künstler einigen können, vergehen Jahre und der Preis explodiert.

Wie sind Sie selbst zur Kunst gekommen?

Mit sechs, als ich noch in Südafrika lebte, habe ich mit Briefmarken begonnen, bin sogar zu Auktionen gegangen. Die habe ich noch heute. Oder Küchenbretter – ich besitze mehr als 50 Stück davon. Ich bin ein Verrückter. Meine Mutter ist Künstlerin, mein Vater hat sein ganzes Leben lang Kunst gesammelt, es liegt in den Genen.

Wie viele Kunstwerke besitzen Sie heute?

Mehr als 1000. Das ist ja einer der größten Witze dieser ganzen Vorwürfe gegen mich: Wie soll es möglich sein, dass ein Spekulant wie ich mehr als 1000 Kunstwerke besitzt?

Wie viele Kunden haben Sie?

Zu viele. Mehr als 100. Ich teile sie in drei Kategorien ein: gute, schlechte und schreckliche. Die einen sind Philanthropen, die ein Museum besitzen und über so





LINKS

Simchowitz mit dem jungen Kunststar Oscar Murillo, dessen Werke er frühzeitig gekauft hat

OBEN

Zu diesem Bild sagt Simchowitz: „Aufnahme aus dem Atelier eines Künstlers, dessen Namen ich nicht verrate, da ich ihn bald promoten will“

viel Reichtum verfügen, dass sie keine Kunst verkaufen müssen. Aber manchmal braucht man eben auch Kunden, die ein Werk weiterverkaufen, weil man damit andere Kunden füttern kann, die überhaupt erst einsteigen, wenn sich etwas bewegt und das System ins Rollen kommt. Die dritten hören auf meine Tipps, gehen dann aber einfach selbst zur Galerie oder zum Atelier des Künstlers und kaufen ein. Aber letztlich braucht man sie alle, da sie die Energie erzeugen, die das System benötigt. Erst diese Diversität erzeugt Kommunikation und Kämpfe, Drama und Geschichten, Dynamik und jenes Momentum, das zu einem kulturellen Erfolg führt. Das traditionelle Galeriesystem hat Angst vor Diversität, denn sie bedroht die Exklusivität ihres elitären Geschäfts.

Warum kaufen Ihre Kunden Kunst?

Einige kaufen, was sie lieben. Und das sind generell diejenigen mit

dem schlechtesten Geschmack, denn sie kaufen Kunst so, wie sie auch Möbel kaufen. Andere haben besseren Geschmack. Und manche wollen nur Geld machen. Aber eines muss ich sagen: Jeder in diesem System ist gierig. Der Künstler will Geld machen, die Galerien wollen Geld machen, die Museen bringen Geld auf, die Sammler geben Geld aus, um mehr davon zu verdienen. Niemand will etwas kaufen, das wertlos ist. Und als Geschäftsmann Sorge ich dafür, dass meine Kunden eine gute Ware zu einem fairen Preis bekommen. Deshalb habe ich so viele Kunden. Sie wissen, dass ich sie nicht abzocke. Ich lasse immer ein bisschen Fleisch für sie am Knochen. Und das unterscheidet mich von den Galerien, die nur ihren eigenen Profit maximieren wollen trotz der langfristigen Auswirkungen auf ihre Künstler. Galeristen treiben die Preise künstlich in die Höhe, um Spekulation zu verhindern, und schröpfen den Gewinn für sich alleine ab. Aber ich liebe Spekulation. Denn bis zu einem gewissen Grad ermöglicht sie die Verbreitung kultureller Artefakte. Es ist wie ein Virus, man kann es nicht stoppen.

Man kann den Markt nicht kontrollieren?

Galerien wollen Kontrolle. Mein Motto lautet: Man muss die Dinge erst kontrollieren, wenn sie außer Kontrolle geraten sind. Die menschliche Natur ist von Gier getrieben. Besser, man akzeptiert das und lernt damit zu dealen, als vorzuheucheln, dass es Institutionen gebe, deren Intentionen moralisch höherwertig seien.

MONOPOL MAGAZINE: TRANSLATION TO MONOPOL MAGAZINE INTERVIEW:

Q. Mr. Simchowitz, will you visit Art Basel this year?

A. No. I like art fairs, but I often don't have enough time. And from L.A. it is a long trip. I love Art Basel, it is like the Olympic Games, but I wish it was closer.

Q. So it is not that important for your business?

A. No. It has no impact on my business.

Q. How would you describe your business?

A. Like everyone else. I try to provide a good product at a good price with good service. I try to have as much knowledge as I can so I can provide premium service to my clients. In the art world you need knowledge which many people lack because they do not do their homework. It takes a lot of time. You need TIME FOR socializing, But you also need time to sit quietly, read and think and strategize about what is going on culturally and with your sales strategies.

Q. How do you recognize an artist that interests you?

A. With young artists there is very little history to look at. You rely on your eye, your instinct, your gut. And you also look for personal narrative, for story.

Q. You mean the biography of the artist?

A. Story in the artist's persona, the context in which the artists lives and works. I come from the movie business and I learned one of the most important lessons in the movie business. As a producer you can read a thousand scripts and try find a good one. But then you have to find a director, and writers, and actors, and then you have to make the film. You meet someone like Darren Aronofsky and you say "Okay Darren, you are brilliant, I trust you. I will support you so you can make all the choirs you need to make." And that is what I do in the artworld: I invest in talent.

Q. That is what a normal gallerist does as well?

A. Absolutely. I don't even necessarily have to see the object that is created. Sometimes the object is great and it catches me. But often I kind of have a certain feeling and it is the other way round. You develop the artist, and then the object arrives later.

Q. That is the logic of the financial sector: You speculate on the future result and try to maximize the profit?

A. That is the logic of all sectors from finance to art to research. You speculate on a positive future result. When the Hubble Deep Field photograph was taken they took a huge risk and pointed the telescope where they thought there was nothing. The result was the most important picture of our early universe today. This word speculation and maximization is misused often in a negative context, under true analysis we speculate daily in our personal and professional lives in every decision we make, and seek for the greatest potential outcome.

Q. But it is in their interest to sell it to serious collectors who keep an artwork for some time?

A. You have to sell to all kinds of collectors, you need diversity, a product mix of supporters. I sell work to serious collectors. Probably to more serious collectors than most galleries. But what and how to define "serious" becomes very complicated. I know one of your country's most "serious" collectors/foundations and they sell and speculate like the "worst" collectors. The definitions and talk of "serious collectors" is often a travesty, a joke of sorts in many circumstances.

Q. In an article Jerry Saltz heavily criticized your methods and called you "the greatest art flipper of them all."?

A. It wasn't an article. It was a blog with the intention to get clicks. It is like a fox-news-strategy to get attention. It is not journalism, it's entertainment. It was so absurd it was unethical. Jerry likes Kanye, he likes Puff Daddy, he likes reality-TV... I have sold a total of 6 works at auction, bringing me a total sum of less than 250k USD. Those were all works that I no longer had an interest in owning for reasons of either a. not wanting to collect the work of the artist or b. not having a constructive relationship with gallery representing the artist and seeing no point in owning the work. I own hundreds of works. Two weeks ago over 2 billion USD of art was sold at auction. It is fantasy fiction nothing else Jerry writes today.

Q. You cannot understand your critics?

A. I understand jealousy. I understand laziness. I understand judgmental people and I understand hypocrisy all too well.

Q. In an interview with Artspace Magazine you said you want to change the system. What did you mean by that?

A. I meant that often you go to a gallery and they have a judgement of who you are. Even though they don't even know you. They have their own client-base, their own system of doing business, they are not open-minded. It is so hypocritical. Because in some cases, they are excited to work with you and in other cases they are not. So you can follow their rules if they suit you or you can oppose.

Q. You use social media like Facebook and Instagram to spread names and artworks. How important is the internet for today's art market?

A. The internet was the tool that has given me a voice with which people can choose to listen. For decades the value of an artwork was supported partially by determined by curators and critics. But with the emergence of the internet a radical new development has evolved. Images of artworks spread worldwide, the market has exploded, more people see art and buy it. The old hierarchy of critics and curators has been swept away by a system that is more democratic and flexible and in which more money and images circulate with increased density and speed.

Q. What will the art market in 10 years from now look like?

A. There will absolutely be a reduction in art fairs. Because there are just too many. The internet will grow as it has in the past, helping people who cannot go to art fairs to see what material

is available. There will be an explosion of privately funded quasi-institutional spaces showing works funded by ambitious private collectors.

Q. What do you do if a gallery does not want to sell an artwork to you?

A. I figure out a way around it. I have someone else buy the work for me. I pay a premium and buy it secondary if needed, I contact the artist and explain why I think the gallery is making a bad decision. Whatever it takes really. I don't like the word "NO" when it comes from a gallery.

Q. Is it true that you also use proxy buyers to enter a gallery?

A. There are so many people using proxy's to buy work, for many different reasons, but yes I do. Often times because I don't want others to know I am buying the work yet because so many people are following me now that it just sends too many people to buy the works and makes it harder for me. Its funny because many of the galleries will use my name as a selling tool, similar to other well known collectors. The irony of it all is funny.

Q. Is there a limit for pushing prices because it might go up too quickly and then you eventually ruin the prices?

A. How can you ruin the prices? It is like saying to a marathon runner: You ran the marathon under 3 hours, you shouldn't have done that because you can never do it again. Prices go up and down, who cares?

Q. What is your motivation? Money, power?

A. I am motivated by a desire to make a difference. I want to seek the truth within systems. I care less for money than I do for influence. Power is a conversation unto itself. It is a requirement to change and evolve systems and has with it dangers that must be carefully managed.

Q. Let's take Oscar Murillo as an example, who is now represented by David Zwirner. Would you still get any work by him?

A. I love his work, I have over 30 works of Oscars. If I could I would buy more. Maybe some gallerists feel I have enough work and they are probably right. But the question is: whom do they sell to instead. When Isabella Bortolozzi showed Oscar in Berlin two years ago she sold a work to a major institution in Berlin, I won't say the name. That work was offered to me on the secondary market 4 months after the show on the secondary market.

Q. You say that institutions speculate with artworks?

A. Gallerists tell me we won't sell to you because you are evil, you are a flipper. And then one of the finest, most respected institutions in your city offers the material for five times the price! The only difference between them and me is they have a better reputation and more money. There is a constant need for people in the gallery system and even in the institutional and critical system to find a moral high ground. They call me a flipper, while they sell everything they find in their inventory. That terminology is just created to undermine the reputation of certain individuals in the business and to maintain the status quo.

Q. But a museum does have a higher reputation. It is their task to assemble a canon as the cultural history of a society. Or is this idea out-dated?

A. No! Museums are great. But how many museums actually do that today? The big museums are extremely slow, bureaucratic, managed by politicians and technocrats and filled with socialites and trophy philanthropists. They have their acquisition boards but by the time they buy a work a few years has gone by and the prices have gone up.

Q. How did you start collecting yourself?

A. When I was 6 years old I started collecting stamps when I was still in South Africa. I would even go to stamp auctions, and I still have my collection. I have always collected. I am a nut-case. I have 50 breadboards for some reason. My mother is an artist, my father has collected his whole life...

Q. How many artworks do you own today?

A. Over one thousand. It is very funny with all this critics: how does a flipper who sells everything end up with a thousand artworks? How logical is that?

Q. How many clients do you have?

A. About 100. It's too many. I have categories for clients: good, bad and terrible. A good client is someone who has a museum, who is a philanthropist, who does not need the money from selling work. But then sometimes you need clients who do sell work, because it is good if they sell work as you can feed other clients who aren't interested in the work when it is cheap because they want more development and you want it to move through the system. And then you have terrible clients who go around behind your back and try to do deals with the galleries directly. But I like them all, because they create energy. I like the diversity and the communication and the noise and the fighting. I like the drama of the whole game. It creates narrative, and narrative creates story, and story creates energy, and energy creates movement, and movement creates momentum, and momentum creates cultural success. Galleries fear diversity as it threatens their elitist system.

Q. Why do your clients buy art?

Some clients just literally buy what they love. And those often have far less taste, because for them it is like buying furniture. Other clients who have great taste, and still others just want to make money. But one thing I have to say is: Everybody is greedy. The artists like making money, the gallerists like making money, the museums like raising money, and the collectors like spending money to make money. No-one wants to buy something that is worthless. I want my clients to have a good experience. I want them to get value. I want them to buy something at a fair price. And this is why I have so many clients. People know I am not going to gouge them, I will always leave some meat on the table. I think the galleries don't want their clients to get a good deal, they want to maximize profits for themselves despite the long term consequences to the artists. So they raise prices as much as they can to reduce speculation and capture the full margin for themselves. I think that speculation is healthy - to a degree - for the distribution of a cultural product in the early stages. It is like a virus that is hard to stop once it catches.

Q. You can't control the market?

A. The galleries want control. I always have the theory that you don't need to control something until it is out of control. Human nature is driven by greed. People are greedy. Better to know that and learn to deal with them than to pretend you are an institution and your intentions are better than the next guy. Because everyone is acting at this point: "I am not greedy, I am different, I have an institution, I love art. They bring their wives and partners. They are very polite, nice handbags, a cashmere sweater, expensive watch. They know how to speak, they went to a nice school, they are such "nice" people, and few care so much about the art ... Forget it! Many are as greedy as the next guy, they are just sitting there pretending they are not. The only difference is: they are richer, and their greed is masked in patronage and social acceptance..