

Editorial

Der Kunstmarkt, von allerlei Paradoxien gekennzeichnet, ist seit langem zu einem Wirtschaftsfaktor geworden. Derzeit werden mit Kunst weltweit jährlich ungefähr 15 Milliarden Dollar umgesetzt. Zugleich lassen sich allenthalben Klagen über die Kommerzialisierung der Kunst vernehmen. Diese Klagen sind jedoch so alt wie die Kunstkritik, schon Plinius der Ältere hat sich in seiner *Historia Naturalis* zu dem Thema geäußert. Es scheint sich um einen Topos zu handeln, und es keimt der Verdacht, daß die Kunstkritik eher die Position des Künstlers einnimmt, als die des Konsumenten. Dabei ist doch für eine Kunstgeschichte als Kulturgeschichte von großer Bedeutung, die Rezeption des Kunstwerkes, seine Wertschätzung, wie sie sich auch in unterschiedlich motivierter Nachfrage und im Besitzwunsch äußert, und auf welche Weise diese Nachfrage befriedigt wird, kennenzulernen.

Noch fehlt es an einer breiten Basis von Untersuchungen über den Kunsthandel, wengleich manches schon dargestellt ist und beispielsweise die wichtigen Händler der klassischen Moderne wie Flechtheim oder Kahnweiler in monographischen Katalogen gewürdigt sind. Von *dem* Kunstmarkt kann gar nicht gesprochen werden kann, es gibt heute wie früher unterschiedliche Käuferschichten und verschiedene regionale Märkte.

Dieses Heft soll weitere Beiträge zur Diskussion über den Zusammenhang von Künstler, Sammler und Händler liefern.

Während Nathalie Heinich die Funktion der Pariser Akademie als Katalysator für die Kommerzialisierung der Kunst außerhalb des Salons herausarbeitet, zeigt Martin Schieder am Beispiel Fragonards, wie sich ein Künstler konkret auf die Gesetzmäßigkeiten des Marktes einlassen konnte.

Angela Rosenthals Beitrag untersucht das »double writing« in der Malerei der Angelika Kauffmann, ihre subtile Strategie der Selbstbehauptung als Frau in der Kunst. Walter Grasskamp zeichnet die Leistung der Kunstvereine im 19. Jahrhundert im Hinblick auf die Popularisierung der Kunst im Bürgertum nach, die Verflechtung von bürgerlich-privater und musealer Sammlungstätigkeit und deren Indienstnahme zu weltanschaulichen Zwecken, wie es Wilhelm Bode als Berliner Museumsdirektor in beispielhafter Engführung praktizierte, ist das Thema von Barbara Paul. Hartmut Pätzkes Aufsatz über die Geschichte der Galerien in der DDR, insbesondere derer, die ein Programm gegen das offizielle Diktat versuchten, ist eine faktenreiche Bestandsaufnahme zu einem, für viele weitgehend unbekanntem Bereich.

Aus der Feder eines Galeristen, deshalb mit geringerer Distanz zum Handel, stammt der Beitrag über die sorgfältig geplanten Erfolgsstrategien der westdeutschen Galerieszene, insbesondere in Köln (Olaf Zimmermann). Marianne Pitzen untersucht die Präsenz der Künstlerinnen auf dem gegenwärtigen Kunstmarkt, Christine Dellbrügge und Ralf de Moll haben den Kunstkonsum zum Thema ihrer künstlerischen Arbeit gemacht.

Mancher Themenwunsch konnte nicht realisiert werden, darunter ein so wichtiger wie der nach der Auseinandersetzung mit der Rolle der zeitgenössischen Sammler im Kunstmarkt. Kritische Beiträge dazu sind auch weiterhin erwünscht.

Die Redaktion