

## EIN PLÄDOYER FÜR DIE KUNSTMARKTFORSCHUNG

SEBASTIAN BADEN

Dieses Plädoyer begegnet den stets latent vorhandenen Vorwürfen, der Kunstmarkt bedeute ausschließlich Kommerz und die Kunstgeschichte interessiere sich nicht für die ökonomische Situation ihres Forschungsgegenstandes. Fakt ist, dass die Kunstgeschichtsschreibung seit ihrer Inauguration durch Vasaris *Vite* durchaus die Zusammenhänge zwischen Kunst und Geld sieht, sie allerdings nicht systematisch erforscht hat. Entsprechend fordert dieses Plädoyer einen erweiterten Blick auf das Kunstsystem und seinen genuinen ökonomischen Anlehnungskontext.<sup>1</sup> Es soll darum gehen, sich der Methodologie der Kunstmarktforschung innerhalb der Kunstwissenschaft so anzunähern, dass sie ihrerseits dazu nutzbar wird, Werkbedeutungen zu erfassen. So wie sich Symbole, Motive, Narrative und Genres vergleichen und beurteilen lassen, können auch der ökonomische Wert der Kunst und das ihn produzierende soziale Netzwerk der Akteure wissenschaftlich eruiert werden. Pathosformeln finden sich in den Motiven genauso wie auf den sie bepreisenden Epitexten, auf Etiketten oder in Auftragsbüchern, Werklisten und Bilanzen. Kanon und Kasse stehen in der Kunstgeschichte näher beisammen, als dies gemeinhin wahrgenommen wird, und ihr Synergieeffekt schlägt sich in der wissenschaftlichen Beobachtung von Bedeutung nieder. Selbst jene Werke, die als musealer Bestand nicht mehr direkt an der Zirkulation des Kunstmarktes teilhaben, besitzen genauso eine soziale und ökonomische Historie wie sie auf einer Auseinandersetzung mit der künstlerischen und ästhetischen Tradition beruhen.

Trotz dieser Tatsache und der in der empirischen Kunstgeschichte durchaus üblichen Berücksichtigung ökonomischer Verhältnisse des Kunstschaffens wurde dem bedeutungsgenerierenden Akt des Kunsthandels bislang paradoxerweise umso weniger Aufmerksamkeit gezollt, je mehr sich die Forschung der Gegenwart nähert. Hier prägt das Schisma der Moderne die Kunstgeschichte, das die Verdrängung des Kommerziellen gegenüber der Ästhetik durchgesetzt hat.<sup>2</sup> Wie kann sich also die Kunstwissenschaft mit der Kunstmarktforschung vertragen? Kunstmessen, die Kristallisationspunkte des internationalen Kunsthandels, haben es in der letzten Dekade geschafft, ihr Rahmenprogramm mit Foren für Kunstkritik und Kunsttheorie aufzuwerten. Diese ‚Conversations‘, wie sie die Art Basel nennt, sind Integrationsmotor für eine ganze Entourage an Akteur\_innen, die zum Kunstmarkt beitragen. Die akademische Kunstgeschichte tut sich hingegen noch immer schwer damit, den sozialgeschichtlichen und ökonomischen Diskurs in ihrem Fach zu stärken, zu schwer lastet auf ihm das Erbe der linken, marxistischen Kritik, zu sehr fürchtet man den Einfluss von postkapitalistischen, neoliberalen Wirtschaftsinteressen im selbstgenügsamen Wissenschaftsprekariat.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Für fruchtbare Diskussionen zu diesem Plädoyer danke ich der Nachwuchsgruppe des Forums Kunst und Markt am Institut für Kunstwissenschaft und Historische Urbanistik der TU Berlin, Fachgebiet Kunstgeschichte der Moderne, unter Leitung von Dorothee Wimmer, Bénédicte Savoy und Johannes Nathan, siehe: <http://www.fokum.org/> (zuletzt besucht: 20.05.2016) sowie den Studierenden meines Seminars „ArtFairArt“ an der HfG Karlsruhe..

<sup>2</sup> Walter Grasskamp, *Die unbewältigte Moderne. Kunst und Öffentlichkeit*, München 1989, S. 55, 57; Wolfgang Ullrich, *Eine Ware wie jede andere? Wie Europa erst den Kunstmarkt erfand – und seither Angst hat, der böse Handel könne der Kunst schaden*, in: *Die Zeit*, Nr.2, 02.01.2014, S. 44.

<sup>3</sup> Gina Thomas, *Wie der Kunsthandel die Wissenschaft erobert*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 11.10.2014, S. 13; Lukas Fuchsgruber, *Neue, neuere, neueste Kunstgeschichte? Wie die Wissenschaft versucht, den Kunsthandel zu „erobern“*, in: *HUCh. Humboldt Universität collected highlights*, Nr. 82, 2015, S. 10–11.

Dabei haben jüngst Kunstakademien begonnen, ihre Studierenden ‚Professionalisierung‘ zu lehren, und einige Kooperationen zwischen Hochschulen und Museen, Kunsthändlern oder Forschungsinstituten wie dem *Getty Research Institute* beweisen, dass viel Potenzial in der Kombination aus wissenschaftlicher und praktischer Auseinandersetzung mit dem Kunstmarkt steckt. Kunsthandel und Kunstgeschichte leben genau genommen eine Symbiose, die aber gerne wie ein Schisma behandelt wird. Demgegenüber stehen neue, internationale Forschungsnetzwerke, die sich mit forensischem Interesse durch Geschäftsbücher, Biografien und Theoriediskurse arbeiten, um bald ein umfassenderes und kritisches wie auch wertschätzendes Bild einer Kunstmarktgeschichte vorlegen zu können. Ein besonderes und unter dem Gesichtspunkt einer ethischen Kunstgeschichte paradigmatisches Augenmerk legt die Kunstmarktforschung auf die Provenienzkritik. Deren Arbeit leistet einen Beitrag zur längst überfälligen Selbstkontrolle des Kunsthandels, der sich nur schleppend seiner Vergangenheitsbewältigung stellt.<sup>4</sup>

Neben der für die junge Nachkriegskunstgeschichte des 20. Jahrhunderts eminent wichtigen Provenienzforschung leistet eine kunstwissenschaftliche Erforschung des Kunstmarktes eine detailliertere und oftmals überraschende Darstellung von Werkbewegungen und Bewertungsmaßstäben. Es geht dabei um die retrospektive Bestimmung einer *Wert*-Erzeugung, die ebenbürtig mit der *Werk*-Erzeugung und dem Verhandeln seiner Bedeutung einhergeht. So wie Werke zu- und abgeschrieben werden können, vermag es die Kunstmarktforschung, die Wertzuschreibung und die Werkbiografie im Sinne wechselnder Besitzzustände zu befragen. Dabei berücksichtigt sie die gleichen Bilderfragen wie die Kunstgeschichte, operiert darüber hinaus aber stärker sozialgeschichtlich. Der polemischen Frage nach dem Wert der Kunst und ihren Konjunkturen wendet sie sich aus der soziologischen, ökonomischen und rechtlichen Perspektive zu. Indessen bewertet sie nicht nur die Objekte kreativer Leistung, sondern die Aktivität von Kunstschaffenden und jenen Mediatoren, die Handel treiben, Galerien oder Auktionshäuser führen, die beraten, ein- oder verkaufen und letztlich Kunst sammeln und mit ihrem Einfluss das kulturelle Gedächtnis ebenfalls formatieren. Die Kunstmarktforschung untersucht eine Ästhetik der Transaktion, der Bewegung von Werken, Diskursen, Devisen und Agenten. Für die Untersuchung des Kunstmarktes nehmen folglich die Machtverhältnisse zwischen Produktion, Vertrieb und Nachfrage eine wichtige Stellung ein. Soziologische Untersuchungen des Kunstmarktes haben hier schon bedeutende Vorarbeiten geleistet, aus denen fruchtbar Kritik und Nutzen zu ziehen sind.<sup>5</sup> Darauf aufbauend observiert die Kunstmarktforschung Netzwerke mittels kunstsoziologischer und kulturwissenschaftlicher Theorien, der Wirtschaftswissenschaft und der Ästhetik, um den Zusammenhang zwischen Biopolitik und Wertsymbolik im Kunstmarkt zu examinieren. Ja, die Kunstmarktforschung muss überhaupt die Differenzen klären, die zwischen Kunst und Ware, Kunsthandwerk und Blue-Chip-Art, zwischen interesselosem Wohlgefallen und kalkulierenden Agenten vorliegen. Die Theorie

<sup>4</sup> Eva Blimlinger, Heinz Schödl (Hg.), *Die Praxis des Sammelns: Personen und Institutionen im Fokus der Provenienzforschung*, Köln 2014.

<sup>5</sup> Christian Herchenröder, *Die Kunstmärkte. Sammelgebiete – Museumspolitik – Auktionstrategie – Messemärkte – Die großen Sammler – Fälschungen – Wert der Expertise*, Düsseldorf 1978; Hans Peter Thurn, *Der Kunsthändler. Wandlungen eines Berufes*, München 1994; Niklas Luhman, *Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt/M. 1997; Friederike Sophie Drinkuth, *Der moderne Auktionshandel. Die Kunstwissenschaft und das Geschäft mit der Kunst* 2003; Iain Robertson, *Understanding International Art Markets and Management*, New York 2005; Jutta Held, Norbert Schneider, *Grundzüge der Kunstwissenschaft. Gegenstandsbereiche – Institutionen – Problemfelder*, Köln 2007, S. 203–215; Beat Wyss, *Vom Bild zum Kunstsystem*, 2 Bde., Köln 2006, Bd. 1, S. 228 f.; Isabelle Graw, *Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur*, Köln 2008; Ilona Genoni, „Just What Is It That Makes It So Different, So Appealing?“ *Art Basel. Von der Verkaufsmesse zum Kulturereignis*, Zürich 2009; Noah Horowitz, *Art of the Deal. Contemporary art in a global financial market*, Princeton 2011.

ist neben der Empirie also unabdingbar, um „ästhetische Wertung und finanzielle Wertung in Relation zu sehen.“<sup>6</sup>

Die ökonomischen Revolutionen des Kunstsystems sind von den ästhetischen nicht zu trennen. Es ist, mit Blick auf Aristoteles, die Überschreitung der einfachen Ökonomik durch die Kunst des Handelns, die Chrematistik,<sup>7</sup> deren Strukturen sich die Kunstmarktforschung widmet. Sie fragt wie sich Reichtum symbolisch Ausdruck verschafft, wie „Siegerkunst“<sup>8</sup> entsteht und vermarktet wird, wie „Artfair-Art“<sup>9</sup> in „The Art Fair Age“<sup>10</sup> funktional die Gesetze des Kunstsystems und des Kunstmarktes reflektiert, wie der „Kunstkompass“<sup>11</sup> ein Ranking der Kunstschaffenden erstellt, wie Galerien ihre Netzwerkarbeit und Preispolitik<sup>12</sup> betreiben und wie letztlich die Kunstkritik und museale Weihe der Kanonisierung von Werken zu deren Wert beitragen. Eine nur qualitative Erforschung des Kunstdiskurses und seines Materials erweist sich als unzureichend, um den Wert eines Werkes mit anderen zu vergleichen. Erst quantitative, sozioökonomische Untersuchungen, welche durch die *Digital Humanities* und *Social-Network-Analysis* vorangetrieben werden, ermöglichen einen umfassenderen Blick auf die Geschichte der Kunst. Hinzu kommen die Erfassung der Rechtslage, der wirtschaftlichen Situation, der politischen Umstände sowie der Institutionalisierung, denn die öffentliche Hand trägt wesentlich zur Legitimation der Kunst sowie zur Stabilität ihres Marktes bei.

Für die Kunstmarktforschung ist es erforderlich, eine weitgreifende Bestandsaufnahme der Transaktionen in der Geschichte des Kunsthandels zu unternehmen, soweit der Zugriff auf Archive für die Forschung überhaupt möglich ist. Das *Getty Institute* mit seinem Provenance Index zum Kunstmarkt seit etwa 1800 und das deutsche Portal ‚German Sales 1901–1945‘ mit seiner Datenbank zu Aktionskatalogen sind bislang Vorreiter einer Big-Data-Erhebung zur Geschichte des Kunstmarktes.<sup>13</sup> Anschaulich wird die Forschung in „Actor-Location-Network-Diagrams“, die mit Programmen wie *Cytoscape* erstellt werden können und den Kunstmarktdaten der Vergangenheit eine epistemologische Form verleihen.<sup>14</sup> Genau hier steigt die Spannung, mit Blick auf das zeitgenössische Geschehen im Kunstmarkt und dessen Globalisation. Aktuelle Handbücher und Feldstudien zum Kunstmarkt sowie zu den Kunstmessen in Basel und Köln zeigen das drängende Interesse, der Zauberformel „Kunst=Kapital“ wissenschaftlich auf den Grund zu gehen.<sup>15</sup> So eignet sich die Kunstgeschichte gewissermaßen als „Re-entry“ die Errungenschaften der *Institutional Critique* an und demonstriert, dass sie eine Institution der Kritik und keine schönschreibende Consultingagentur des Kunstmarktes ist.

<sup>6</sup> Fuchsgruber, Neue, neuere, neueste Kunstgeschichte?, S. 11 (siehe Anm. Nr. 3).

<sup>7</sup> Bernd Noll, Grundriss der Wirtschaftsethik. Von der Stammesmoral zur Ethik der Globalisierung, Stuttgart 2010, S. 73 f.

<sup>8</sup> Wolfgang Ullrich, Siegerkunst. Neuer Adel. Teure Lust, Berlin 2016.

<sup>9</sup> Jack Bankowsky, Tent Community. On Art Fair Art, in: Artforum, Bd. 44, Nr. 2 (Oktober 2005), S.228–232.

<sup>10</sup> Paco Barragán, The Art Fair Age, Mailand 2008.

<sup>11</sup> Alain Quemin, International Fame, Success and Consecration in the Visual Arts. A Sociological Perspective on Two Rankings of the „Top 100 Artists in the World“: The „Kunstkompass“ and the „Capital Kunstmarkt Kompass“, in: Dagmar Danko, Olivier Moeschler, Florian Schumacher (Hg.), Kunst und Öffentlichkeit, Wiesbaden 2015, S. 345–364.

<sup>12</sup> Olav Velthuis, Talking Prices. Symbolic meanings of Prices on the Market for Contemporary Art, Princeton 2007.

<sup>13</sup> URL: <http://www.arthistoricum.net/themen/portale/german-sales/> (zuletzt besucht: 20.05.2016).

<sup>14</sup> URL: <http://www.getty.edu/research/tools/provenance/zoomify/index.html> (zuletzt besucht 20.05.2016)

<sup>15</sup> Andrea Hausmann (Hg.), Handbuch Kunstmarkt. Akteure, Management und Vermittlung, Bielefeld 2014; Francesco Garutti, (Hg.): Fairland. Explorations, Insights and Outlooks on the future of art fairs, London 2014; Christian Morgner, The evolution of the art fair, in: Historical Social Research, Bd. 39, Nr. 3, 2014, S. 318–336, doi: <http://dx.doi.org/10.12759/hsr.39.2014.3.318-336>; Stephan Egger et al. (Hg.), Kunst und Kapital. Begegnungen auf der Art Basel, Köln 2015; Zentralarchiv des internationalen Kunsthandels (Hg.), Art Cologne 1967–2016. Die Erste aller Kunstmessen, Köln 2016.