

# Towards Transdisciplinarity: Current and Future Perspectives on Art Markets Studies

Kaylee P. Alexander & Anne-Sophie V. Radermecker

Abstract: The rapid expansion of art markets research since the 2010s has been rooted in an interdisciplinary approach that has resulted in many fruitful collaborations across the humanities, science, and social sciences. Yet, despite recent calls for more cross-disciplinary collaboration, the field remains relatively partitioned. Consequently, scholars often adopt risk-averse behaviors towards appropriating theories, concepts, methods, and data from disciplines that are sometimes distant from art history and the humanities. This division innately complicates academic structures, such as the peer review process, as potential contributions tend to be restricted by the limited pool of scholars who are expected to judge equally the social scientific and art historical aspects of the research. This article is a reflection on the current state of the field, and intends to propose some directions to achieve more advanced scholarship in art markets research. The scientific contribution of this paper is to open a space for discussion to reinforce the legitimacy of art markets studies as a distinct, transdisciplinary discipline by encouraging scholars to acquire and teach the methods necessary for studying this multifaceted subject.

12

## 1 Introduction

The rapid expansion of art markets research since the 2010s has been rooted in an interdisciplinary approach resulting in many fruitful collaborations across the humanities, science, and social sciences. The two main objects of this field of research, namely arts and their markets - with all the stakeholders, institutions, and behaviors that they entail, - lies at the intersection of a number of disciplines, including art history (itself encompassing the history of collecting and provenance research), economic history, visual studies, economics, finance, management, marketing, heritage studies, law, sociology, cognitive science, and others. As Bresnen (2016) has pointed out, each of these distinct settings distinguish themselves by their own purposes, methodologies, institutions and value systems. Subsequently, there remains a need for art markets scholars to reflect critically on the methodologies and conceptual tools that they use to analyze the production, consumption,

and circulation of art (e.g., Radermecker and Alvarez de Toledo 2023; Oberste-Hetbleck 2018; de Marchi and van Miegroet 2006). Despite recent calls for more interdisciplinary collaboration in approaching what is often misleadingly termed 'the art market', rather than art markets, the field remains relatively partitioned. At times facing unfamiliar scholarly fields and literacies, scholars often adopt risk-averse behaviors towards appropriating theories, concepts, methods, and data from other disciplines (Bernstein 2015). This division innately complicates academic structures, such as target journals, conference opportunities, and the peer review process (Bedeian 1996), as contributions tend to be restricted by the limited pool of scholars expected to judge equally the social scientific and art historical aspects of the research. Therefore, this paper asks: What does the 'subfield' of art markets research need in order to position itself as an independent and fully-fledged discipline? The purpose

of this article is to prompt a dialogue on the current state of the field from an epistemic and methodological perspective, with the primary goal being to precipitate discussion about how more advanced scholarship in art markets research might develop. Our aim is not to provide a comprehensive overview of the historiography of art markets, but rather to consider the position of art markets as a field of study,<sup>1</sup> and, as we propose, a potentially fruitful academic discipline in its own right. Our analysis is based on seminal works, current literature and initiatives, as well as our experience as art historians specialized in quantitative and data-driven research.<sup>2</sup> Critically, we address some of the benefits, limitations, challenges, and opportunities offered by transdisciplinarity. Thus, the contribution of this paper is to foster the legitimization of art markets studies as a discipline by compelling scholars to acquire and teach the methods necessary for studying this multifaceted subject. We also encourage the academic field to further consider transdisciplinarity over interdisciplinarity. In demonstrating how a comprehensive understanding of the various mechanisms and players within art markets contributes to studies of societal impact beyond traditionally elitist and institutionally-grounded boundaries, we argue that promoting additional knowledge and skills can aid art historians in increasing competitiveness and relevance in the global, academic context.

## 2 The Trouble with Art Markets Studies as a 'Subfield'

Past research has demonstrated the various, crucial steps through which a field of research passes from a set of informal knowledge to an institutionalized academic discipline. Among the main parameters affecting this process, Richardson (2008) and Bresnen (2016) have identified the need to reach a critical mass of researchers, the development of scholarly networks, acknowledged and shared methodologies, the establishment of specialized programs in higher education, the launching of field journals with evaluation tools, and the publication of reference books. Among compelling examples is the field of arts management, which has succeeded in making its place as a recognized, autonomous discipline since the 2000s (Evard and Colbert 2000). While the field of art markets research has gone through some

of these fundamental steps already, a review of its current position within the academy reveals that additional efforts are needed to reach sustainable and meaningful institutionalization (Radermecker and Alvarez de Toledo 2023).

With the growing popularity and proven success of STEAM (Science, Technology, Engineering, the Arts and Mathematics) initiatives, the Digital Humanities (DH), and lab environments for humanities research, the field of art markets studies - often understood as a 'subfield' of art history, economics, or cultural studies - has experienced a relative boom in academic interest. Radermecker and Alvarez de Toledo (2023) have retraced key developments in this field, while pointing out some of the epistemic and methodological limitations, especially when art historians address economic mechanisms, and, reciprocally, when economists embark on art historical issues. Often associated with or consolidated under the DH umbrella, the work of art markets scholars in fact differs significantly and requires its own set of tools, methods, skills, and pedagogical needs. This difference critically lies at the intersection of what constitutes DH and what may, more usefully for art markets researchers, be dubbed the data-driven or computational humanities (see, e.g., Johnson et al. 2020). Often calling for a more defined set of skills, ranging from data management and structures to statistics and econometrics, art markets studies, unlike the digital humanities, necessitates formalization, as a transdisciplinary discipline, beyond the lab environment. This is not to say that working with data is a necessity of art markets research; nor should data be seen as a synonym for scientific rigor. Our point is quite the opposite. The use of empirical data in art markets studies - as used in economics, sociology, cognitive science - has been a logical step in the development of the field given its inherent relationship to the aforementioned disciplines. That said, the use of data in humanistic circles is often used as a claim of scientific rigor, regardless of how robust the data is or how it was collected and processed. Our claim is that, for those art markets scholars who do make use of data analytics, discipline formation would validate data use through rigorous training in accepted best practices, methodologies, and tools rather than relying on the often selective, autodidactic impetus of such scholars to data. Whether focused on the more qualitative or quantitative aspects of art markets,

<sup>1</sup> We dissociate the art markets as a scholarly field (including both education and research) from the professional, transactional field. In this paper, we focus primarily on the former, although both are occasionally intertwined in our discussion.

<sup>2</sup> In addition to our expertise as researchers in this field, the discussions in this article have also been stimulated by recurring informal conversations with colleagues and anecdotal evidence. This demonstrates that there is a need for more qualitative research on the perception of art markets studies as a field.

much work has already begun to informally concretize art markets studies as a field in its own right, but full realization of art markets research's full potential will require the establishment of dedicated departments.

## 2.1 Reflection on Education in Art Market Studies

Presently, there are relatively few higher-education programs entirely dedicated to art markets studies. While courses related to art markets are offered frequently in business schools, and, on occasion, in art history departments, only a handful of institutions offer degrees in what may broadly be understood as Art Markets Studies, which should practically be distinguished from training programs for those intending to become art markets professionals (e.g., dealers, gallerists, auctioneers, art advisors, appraisers, etc.).<sup>3</sup> For the purpose of distinguishing these two related approaches to art markets, we define Art Markets Studies as the field of academic research and education that concentrates on the study of market mechanisms, marketplaces, and market players as related to the production, sale, collection, and dissemination of art objects, broadly defined. We argue here for the establishment of such dedicated programs within academe.

Even at *Duke University*, where the *Duke Art, Law, and Markets Initiative* (DALMI) has been an active force in art markets studies writ large since 2006, no official degree program exists to date. While students enrolled, for example, in Duke's Program II, an individualized program that ostensibly allows undergraduate students to create their own field of study, may curate a collection of courses that trains them as specialists in this field, these instances are the exception rather than the rule. At the graduate level, too, students enrolled in the art history program may choose to specialize in art markets studies, however, the limitations of the art history degree, which require the majority of course work to take place in art history and visual studies, preclude

rigorous - and, indeed, necessary - training in statistics, econometrics, and other social scientific methods. Thus, students who wish to succeed as art markets researchers must either possess these ancillary skills upon entry into a graduate program, or rely on self-teaching and additional courses taken beyond their degree requirements. The latter, in particular, often results in risk-averse approaches to research, such as cherry-picking tools and methods that prevent even the most well-intentioned researchers from conducting the most effective and robust studies. In either case, however, students are expected to put in or to have already put in additional training time, which may slow the research output and, ultimately, publication process as compared to their peers in other, more established disciplines.

A promising development towards the future disciplinary status of art markets studies is to be found in the *Fashion Institute of Technology* (FIT)'s recently established MA in Art Market Studies. Although still heavily geared towards preparing students to enter the professional, commercial art world - core courses include Gallery Management and Operations, Marketing for Art Organizations, and The Auction Business - the program's final semester does offer a potential turn towards academic study. Students have the option of either preparing a thesis constituting an original contribution to the field (i.e., art markets studies) or conducting research into problems within the art market to develop a new business venture or analyze 'an existing organization, with the end goal of producing a business case study and teaching note suitable for publication.'<sup>4</sup> As an MA program, FIT is successful in providing the groundwork necessary to guide students into either professional or research-driven aspects of art markets studies. For those who intend to pursue doctorates and enter academia, however, graduates of such programs would undoubtedly benefit from a dedicated art markets curriculum. Currently, we have many specialists in art markets, variously defined, and including those with training originating both in the humanities and in the social sciences. Whereas art markets pioneers such as John Michael

<sup>3</sup> While there are many degree and certificate programs, labs, research initiatives, and formal collaborations related to the study of the arts and their attendant markets, providing an exhaustive list is neither the purpose of this article nor possible to generate given the disciplinary gray area in which such endeavors are formed and maintained. Instead, we offer some observations about a selection of programs that receive frequent attention among art markets scholars. Dedicated programs tend to terminate at the Master's level, while those intending to undertake art markets research at the doctoral level tend to be funneled into related disciplines that best match the students' prior educational history and skillset. While these Master's programs offer specialization in 'the art market', they are most often geared more towards the business of the art market and are often offered by auction houses (namely, *Christie's Education* and *Sotheby's Institute of Art*) - with a undeniable stake in the business of art - or business and continuing education programs such as those at the *University of Zurich* (Executive Master in Art Market Studies); *Kingston University, London* (Art Business MA); *Claremont Graduate University* (MA in Art Business); *New York University* (Diploma in Global Art Business); *Université Paris I* (Master 2 Marché de l'art); *Université Lyon III* (Master Droit et Fiscalité du Marché de l'Art); *University Institute of Lisbon* (MSc in Art Markets); *L'École des nouveaux métiers de la communication - EFAP* (MBA Spécialisé Marché International de l'Art), among others. While these programs are invaluable in their contributions to educating future art markets professionals, the purpose of this article is to address lapses in the educational programs available to future scholars of art markets. For this specific audience, the following Graduate and Postgraduate programs offer interesting perspectives: *Universität zu Köln* (1-Fach-Master Kunstgeschichte, Schwerpunktmodul: Kunstmarkt); *Technische Universität Berlin* (Forum Kunst Markt - Centre for Art Market Studies); *FCSH Universidade NOVA de Lisboa* (Art Market and Collecting).

<sup>4</sup> See FIT, 'Degree Details', MA in Art Markets Studies, accessed April 6, 2022, [www.fitnyc.edu/academics/academic-divisions/graduate-studies/art-market/degree-details/index.php](http://www.fitnyc.edu/academics/academic-divisions/graduate-studies/art-market/degree-details/index.php).

Montias, William Baumol, Gerald Reitlinger, and Raymonde Moulin came into art markets secondary to their training as economists, art historians, as well as sociologists, have influenced a mounting community of scholars 'born' into art markets studies (that is to say who completed their graduate training on deliberately interdisciplinary topics related to the transacting and collecting of art) are still few and far between.

Regardless, what these researchers have in common is the lack of a dedicated department within which they might be trained, or, ultimately, train students of their own. This is certainly not to say that strong networks of art markets scholars - both students and established researchers - do not exist. Indeed organizations such as *The International Art Market Studies Association* (TIAMSA), launched in 2016, have found a wide reach and continually address the professional needs of art markets scholars as well as art historians specialized in the history of collecting. Likewise, field journals (e.g., *Journal for Art Market Studies*), textbooks (e.g., Frey 2003), books on methodology (e.g., McNulty 2013; Lazzaro et al., 2021), and De Gruyter's ongoing *Art Market Dictionary* project<sup>5</sup> have emerged over the past decade, contributing to the field's increasing consolidation. Regardless of these valuable resources, however, the field still lacks key pedagogical tools, such as handbooks or an official glossary of terms and methods inherent to each disciplinary approach, written by established scholars of the field, that would foster the institutionalization process.

## 2.2 Reflection on Peer Review

Even in the presence of these professional networks and avenues for publication, another issue that merits being pointed out is the peer-reviewing process, vital to any scientific discipline. At this juncture, the peer reviewer pool specifically for transdisciplinary studies of art markets phenomena remains rather small, and is likely to remain so should the academy continue to perpetuate art markets studies as a subfield of other disciplines rather than a discipline itself. While many other journals readily accept art market papers (e.g., *Arts and the Market*, *Arts*, *Journal of Cultural Economics*, etc.), publishing in high-ranking economics and finance journals remains particularly challenging for researchers as many of these editors

consider art markets to be too niche or lacking in broader applications.<sup>6</sup> As a result, art markets scholars experience a siloing effect that prevents the field from gaining traction beyond the humanities. Papers that attempt to cross disciplinary boundaries often face contradictory, even irreconcilable, reviews, reflecting the frustrations of these transdisciplinary scholars to find adequate and appropriate reviewers equipped to deal with a variety of methods, tools, and contexts. It is, although, widely recognized that lacunae between the skillsets of art historians and those of economists, for example, have led to problematic and controversial conclusions about art markets published in both fields (e.g., Oosterlinck 2019; Alexander 2021; Pagani 2021; Radermecker 2022). Similar observations can certainly occur in other disciplines such as sociology, cognitive sciences, or law that also require robust epistemological bases. As a result, if art markets studies continues to be seen as a mere subset of other disciplines, or, as is typically done in the humanities, consumed under the aegis of DH, research output will continue to be inefficiently reviewed. This not only because of art historians' general lack of data literacy skills, but also because those recognized as qualified art markets scholars are expected to be versed in a monolithic vision of 'the art market' rather than in specific subfields of art markets studies, which encompasses, like any other major discipline, geographical and chronological specialization. Thus, editors often have to make difficult choices between whether to seek out scholars specialized chronologically and geographically - seen as adept in reviewing qualitative information - or specialists in methodological and/or quantitative approaches. As art markets studies continue to reside in this liminal space, art history-focused editorial boards will continue to be deficient in evaluating quantitative approaches, while the social sciences will continue to miss the mark in evaluating historical and cultural factors that often unexpectedly affect patterns and outliers in the data. In short, art markets studies has become too variegated in and of itself to continue to be subsumed by other disciplines. What we need to see in the future of art markets research is the development and implementation of dedicated departments to facilitate and improve checks and balances with regard to the field's pedagogical future and research output. In this respect, the role of rhetoric through education will be crucial to train, as early as possible, future researchers to this transversal approach, by opening their minds to other interpretative tools offered by seemingly incompatible disciplines (Huutoniemi et al., 2010).

<sup>5</sup> See [www.artmarketdictionary.com](http://www.artmarketdictionary.com).

<sup>6</sup> In finance sciences, some scholars have succeeded to publish art market papers, although art market studies is not their primary field of research. See, for example, Renneboog and Spaenjers (2013) who published in *Management Science* (ranked 5.094 [SJIR] in 2022, with H-Index 264).

### 3 Deploying Transdisciplinarity in Art Markets Studies

While the humanities already experienced an interdisciplinary turn in the 2000s (Condee 2016), we argue that art markets research needs to overcome the simple combination of several disciplines, understood as interdisciplinarity or multidisciplinary,<sup>7</sup> and must instead consider transdisciplinarity as a long-term epistemological objective. While the meaning of transdisciplinary has long been debated (Bernstein 2015; Huutoniemi et al., 2010), Jahn et al., (2012) define it as 'a critical and self-reflexive research approach that relates societal with scientific problems' and 'produces new knowledge by integrating different scientific and extra-scientific insights . . . to contribute to both societal and scientific progress'. In several respects, the epistemic specificities of art markets research makes this field an ideal candidate for a transdisciplinary approach, as it not only resides at the crossroads of many established disciplines, but also has direct connections with field and business practices. In other words, within DH, art markets research has the potential to provide and combine both fundamental and practical research, by integrating specialized scientific knowledge and extra-scientific knowledge. According to Alvargonzález (2011), such a framework is conducive to transdisciplinarity, just as, according to Richardson (2008), making the discipline relevant by 'providing critique of mainstream research and providing methodological/theoretical pluralism'<sup>8</sup> can foster a field's institutionalization process.

It goes without saying that reaching transdisciplinarity is a challenging endeavor that other disciplines have unsuccessfully undertaken. Additionally, disciplinarity in any form, be it rooted in transdisciplinary practice or not, has its pitfalls. Chief among them is the potentially endless cycle of becoming a discipline, experiencing crossover and multidisciplinary practice that leads to the formation of subfields that, eventually, seek to become their own disciplines. The question then becomes why have disciplines at all? Why not resort to an ostensibly Montessori method of higher education? Well, change simply does not happen that quickly - the study of art markets writ large has been around since the mid-twentieth century without a distinct discipline and would likely take much longer before a department of Art Markets Studies would become standard in universities. Art History even took centuries to become

institutionally recognized, with Harvard only forming a dedicated department in 1874, over two hundred years after the university's founding and three hundred centuries after the death of Vasari. Most importantly, however, transdisciplinarity does have clear benefits above simply being interdisciplinary, namely that of establishing an accepted body of methods and standards for education and research.

Aagaar-Hansen (2007) and Bernstein (2015) have demonstrated that risk aversion and the fear of the unknown (including dataphobia, the confrontation between the qualitative and the quantitative, workload generated by the necessity of moving out comfort zones, etc.), ideological rejection or the quest for academic honorability offered by uni-disciplinarity constitutes many challenges that prevent researchers from embracing the benefits of a pluralistic and integrated dialogue between disciplines. However, embracing transdisciplinarity by no means entails replacing established disciplinary practices, which, on the contrary, remains fundamental to transdisciplinary research. According to Levien (1997), transdisciplinary teams should consist of disciplinary specialists, rather than strong interdisciplinary scholars, working jointly under integrated leadership. The most eminent challenge faced by art markets research will therefore be its ability to find a balance between disciplinarity and multidisciplinary to avoid falling into the trap of training generalists without ever being able to master one specialization. In this process, expertise remains essential. Yet, whereas multilayered, in-depth specialization is virtually impossible to reach at an individual level, reciprocal collaborations between scholars and/or dual training are temporary solutions, pending further advances in transdisciplinary art markets research. Collaborations amongst variously-trained scholars has produced a number of compelling results tending towards transdisciplinarity (e.g., Ginsburgh and Weyers 2010; Oosterlinck and Euwe 2017; Lincoln and van Ginhoven 2018; Ginsburgh et al., 2019; Whitaker 2021, David et al., 2021). For instance, the collaboration between economist Ginsburg and philosopher Weyers led to the publication of innovative insights on the persistence of canons in art history, opening the door to what is known as quantitative art history (Ginsburgh and Weyers 2010). In a paper on the impact of catalogues raisonnés in the art market, Ginsburgh (economist), Tommasi (statistician), and Radermecker (art historian) collaborated horizontally, agglomerating robust histori-

<sup>7</sup> Scholars often use transversal notions of interdisciplinarity and multidisciplinary interchangeably, although each term conveys its own meaning. In lieu of providing an in-depth discussion on those concepts is out of the scope of this paper, we invite readers to consult the following sources for further theoretical insights on this topic: Brewer (1999), Max-Neef (2005), Youngblood (2007); Alvargonzález (2011).

<sup>8</sup> Richardson (2008), p. 247.

cal contexts and analytical methods, to address contemporary issues that directly relate to the role of connoisseurship in the art world (2019). The obvious benefits of a transdisciplinary approach is the study of the production, circulation, and consumption of art from a holistic and cutting-edge perspective. Such studies, which deliberately overcome disciplinary boundaries, afford a greater potential to highlight complex realities and topics by crossing the theoretical frameworks and methodologies of related disciplines (Nicolescu 2014). By reinforcing existing methodologies and working towards new ones, transdisciplinarity is also likely to make art markets research more relevant to a broader panel of researchers. We posit that this will enhance cooperation between scholars from different backgrounds, especially those who are currently reluctant to fully engage in the field. Such an integrated and federated approach can have social impact as it becomes better connected to the realities faced by art market players (both public and private). More systematically including practitioners in the research process may usefully increase our ability to work around knowledge asymmetries and opacity (van Miegroet et al., 2019).<sup>9</sup> By convincing them of the utility of art markets research, new funding opportunities may emerge.

## 4 Promoting Competitiveness and Inclusivity

To enhance the scientific and societal relevance of art markets research, broadening the field should be a top priority in order to show the academic community its potential regarding important societal issues. Unlike Elkins (2006), who claimed that the dissolution of art history into image studies may lead to its end, we argue that diversification is exactly what will make art markets research an impactful scholarly discipline. The tendency to focus on high-end markets - in which the so-called finest pieces are studied - has contributed to the field's reputation of frivolity and needs to be overcome. In fact, it is essential to deconstruct the stereotype that art market research only considers the consumption practices and preferences of upper-classes of Western societies, while neglecting local production and consumption. When understood in a comprehensive manner, art markets research offers many possibilities to address

complex and socially-responsible issues that are likely to meet current research priorities. Presently, at the international level, the most recurring approach relates to the illicit art trade, in an attempt to combat looting, illegal import and export of cultural goods, and money laundering.<sup>10</sup> Despite the fact that art markets remain one of the most unregulated sectors, it is not surprising that the legal approach tends to prevail over the others. This is reflected in the growing number of national and international projects dealing with provenance research, wartime looting, and colonialist endeavors that lead to the topical issue of museum restitution and repatriation. Building upon Gustafsson and Lazzaro (2021), who examine how the cultural and creative sectors can provide innovative responses to future European societal challenges, we believe that other arguments can make art markets research meaningful in contemporary societies. The responsibility of art markets studies as a discipline should be to train engaged and well-informed art markets players who are aware of current societal issues and willing to move the sector toward a fairer economy that better aligns with essential artistic and social values (see Lazzaro et al. 2021). In an increasingly complex society that requires a multiplicity of skillsets and professional sensibilities, we briefly address five areas of relevance below. Rather than providing a comprehensive discussion, we provide some initial observations to encourage further attention and investigation.

### *Diversity*

Progressing toward more diversity across the board has become a top priority of Western research programs. Due to its complex segmentation, the art market offers insightful perspectives, both from the supply and demand sides. At the horizontal level, the art market is composed of many segments, ranging from paintings and sculpture to the graphic and decorative arts, archeological objects, collectibles, mineralia, antiques, and NFTs. Collecting practices - as well as buyer preferences, incentives, socioeconomic and cultural backgrounds and relative willingness to pay for those objects - differ greatly across these segments. At this juncture, as pointed out by, for example, Lazzaro et al. (2021), scholarship remains primarily focused on the fine arts, especially paintings, drawings, and prints. What buyers value when purchasing, for example, an old European tapestry,

<sup>9</sup> Recent research projects that involve both scholars and practitioners are, for example, the Agnews Gallery's collaboration with the London National Gallery of Art, see: [www.nationalgallery.org.uk/research/research-centre/agnews-stock-books](http://www.nationalgallery.org.uk/research/research-centre/agnews-stock-books). *Maastricht University* (Netherlands) is also presently involved in projects on illicit art trafficking that gather scholars from various disciplines (e.g., criminology, economics, art historians) and practitioners (e.g., dealer associations, government officials, etc.).

<sup>10</sup> See <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/protection-against-illicit-trafficking>.

a Delft blue, a Murano glass, or Chinese calligraphy remain largely underexplored. Additionally, object-based insights on such, perhaps more vernacular, consumption behaviors (see e.g., Alexander 2020) are likely to help researchers understand the complex dynamics that reflect the diversity of those who consume art and visual culture. Most of these horizontal segments are also present at each vertical level, with differential prices and quality levels. In other words, the tendency to focus on the high-end of the market has skewed knowledge about the inner-workings of the middle and lower-ends, where buyers of different profiles and motivations operate. Serious issues in defining market segments prevent researchers from exploring these other vertical segments with confidence. The current distinction between the lower, middle, and upper ends of the markets, according to a price-based typology proposed by the *Artprice* and *Art Basel/UBS* reports (McAndrew 2021), artificially shapes our understanding of the art markets' vertical structure, often leading to reductive correlations between price and quality. Further research aiming to reflect the diversity of producers, intermediaries and consumers on these market segments is therefore needed to progress towards more diverse research perspectives.

18

### ***Inclusivity***

In relation to the previous point, inclusivity is another transversal parameter to further consider in art market research. While, theoretically, open to everybody, conceptions of 'the art market', too often connote negative, elitist, and, therefore, exclusive spaces. The difficulty faced by many to open the door of a gallery or an auction house due to social and symbolic barriers, is an acknowledged Bourdieusian argument. While this assertion can hardly be refuted for high-end markets, the situation differs in the other segments, where other social spheres, too, consume art in various ways. As the art trade is known for being particularly subject to such inequalities - including gender, ethnic, socioeconomic background inequality (e.g., Cameron et al., 2019) - art historians, sociologists, and economists, among others, need to join forces to pinpoint existing dysfunctions and provide recommendations for fostering inclusivity, broadly defined, and to destigmatize these social spheres. Similar to growing trends among art historians to equitably approach marginalized artistic production (by women artists, artists of color, indigenous artists, etc.), transdisciplinary art markets research has an important role to play in shedding light on the different consumption and trading behaviors, valuation mechanisms, and

perception of the cultural and economic value of art and visual culture. While we have observed over the past few years mounting attempts to analyze the emergence of markets in South America, East Asia, Southeast Asia, Africa, and the Middle East (e.g., Velthuis and Curioni 2005; Jules-Rosette 2014; Molho 2021), more knowledge and data on countries and regions beyond the West are needed to avoid perpetuating white, male, Eurocentric visions of how 'art' is defined and valued. Often focused on case studies, the future of inclusive art markets research needs a macro-perspective to give magnitude to localized studies. Studying these markets from a more transversal perspective may allow us to assess the extent to which these segments deviate from the elitist structures of the European and North-Atlantic models. Yet, if such studies remain isolated, their impact is likely to remain limited and contribute to the continued characterization of art markets as elitist. Inscribed in transdisciplinary discourse, however, they will prove more insightful and actionable. This is not to say that transdisciplinarity will eliminate elitism in the art world, understood as the physical spaces in which the transacting of art and the public evaluation of values occur. However, a transdisciplinary approach in research will decidedly reduce scholarly biases towards the so-called fine arts of the West by broadening conceptions of what constitutes an art market.

### ***Sustainability***

The art market, as a transactional and professional field, is known for its dramatic carbon footprint, especially with the art fair agenda that constrains galleries, artworks, and collectors to travel the world without measuring the ecological impact of the economy they are engaged in. The new craze of NFT-secured art that has marked the art market landscape since the pandemic outbreak is undoubtedly contributing to accentuating this situation, as the technology is known for being particularly energy-consuming (Whitaker 2019). Research on this topic is therefore needed to provide adjusted solutions, in close collaboration with practitioners.<sup>11</sup> Perspectives of more sustainable consumption behaviors can also be observed in the lower-ends of the art market. We argue that any cultural object that bears an aesthetic value, even if the primary value is utilitarian (e.g., crafts, decorative arts, applied arts, design, furniture, etc.) constitute objects of potential art markets inquiry. The mass production of furniture and decorative objects by multinational companies specializing in fast-fashion contrasts with the climate urgency and reduction of

<sup>11</sup> Initiatives aiming to sensitize the art market to this crucial have recently been launched. See for example <https://galleryclimatecoalition.org>.

CO2 emissions, while at the local level, many vintage and antique dealers offer buyers the possibility to acquire furniture for relatively affordable prices.<sup>12</sup> Not only do these objects convey a part of history, but they offer a level of craftsmanship that can be valued by a broader audience. In this process, the role of art historians is essential because one current limitation of these objects is their failure to consistently meet contemporary tastes. Art historical knowledge is necessary to make these objects valuable and meaningful again, along with promotional tools that aim to highlight current values in terms of sustainable consumption. Concomitantly, economists should begin to pay more attention to these markets in order to better understand valuation and price formation mechanisms, which are expected to differ from those observed in the higher ends of the market.

### *Education*

As developed in Section 2 transdisciplinary art markets studies would likely equip students with the necessary tools to become either researchers or practitioners by training a cohort of engaged citizens, acutely aware of current trends and challenges in the field. What we argue here, more specifically, is that the notion of transdisciplinarity may be usefully deployed in grant applications, especially as art markets studies has presented itself as an ideal laboratory for experimenting with this approach. This still burgeoning field of research may allow scholars and practitioners across disciplines to develop new methods and interpretative tools, with direct societal impact. Conceptually, looking at transdisciplinarity can prove valuable to other disciplines that are likewise in the process of institutionalization as well as the field of epistemology. Integrating transdisciplinarity into educational programs may also benefit students, by modeling the complexity of human and social interactions and demonstrating ways to process big, heterogeneous data and information in a globalized context.

### *Economic Growth*

Related to the previous point, young professionals equipped with a more transversal approach to the arts will be better equipped to enter the job market for arts careers and contribute to its growth. As part of the cultural and creative industries, known for being economy-drivers (Caves 2000),<sup>13</sup> international art markets represent a significant market share at the global level, estimated

at 61.5 billion USD in 2021 (McAndrew 2022). Artists, intermediaries, and buyers participate in an economic, value-based system wherein goods of aesthetic and cultural value are produced, traded, and consumed. This is also notably the case of the crafts sector, wherein local *savoir-faire* and know-how are perpetuated across generations in artistic and cultural goods. This underconsidered sector is also known to contribute to national and local economies (Mignosa and Kotipalli 2019). New knowledge, valuation and promotion mechanisms, promulgated by humanists writ large (and especially by art historians) are needed to ensure the reassessment and survival of these practices. In an increasingly complex society, promoting a more transversal approach of art market studies could also expand the scope of job opportunities for recent graduates, trained transversally in theory and method, who would otherwise face a continually shrinking job pool for humanities scholars.<sup>14</sup>

## 5 Conclusions


The field of art markets studies has grown substantially since the 1980s and has reached a level of institutionalization - through not only a growing number of scholars approaching related subjects, but also the establishment of professional associations, dedicated journals, and dedicated tracks for graduate-level education - that warrants its development beyond its current status as a subfield of specialization within other disciplines. Inherently interdisciplinary in its origins, the continued success and development of art markets research requires that we organize under a transdisciplinary leadership with built-in mechanisms for data sharing, open-access publishing, transversal methodological training, and a culture of collaboration towards epistemic change that integrates once-disparate learning outcomes such as visual literacy, data analytics and management, statistical knowledge, and the ability to mine primary sources and archives. The institutionalization of art markets studies as a discipline in its own right would see the development of dedicated bachelor's programs well-positioned to train students in the practicalities of entering art markets-related careers, as well as those in other sectors that may benefit from a cohort of young professionals versed equally in visual and data literacy. The consolidation of such a transdisciplinary faculty would also ensure the longevity of the field, its review processes, competitiveness, and pedagogical aims. The outcomes of our proposal are, of course, yet to be seen; however, the

<sup>12</sup> On-going (published and unpublished) research projects addressing similar issues, include 'SOLD! The Year of the Dealer', a project by PI M. Westgarth at the *University of Leeds* [historical perspective only] and the NWO-funded project, "Crafting Future Urban Economies", by PI Amanda Brandellero at the *Erasmus University Rotterdam*.

<sup>13</sup> Recent statistics on the economic impact of the CCIs at the European level can be found via this link: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/data>.

<sup>14</sup> See [www.insidehighered.com/news/2022/04/29/study-humanities-graduate-education-shrinking](http://www.insidehighered.com/news/2022/04/29/study-humanities-graduate-education-shrinking).



creation of experimental departments - ideally within institutions already with robust histories of generating art markets research - would permit further empirical studies into the benefits and tradeoffs of establishing transdisciplinary art markets programs. 

## References

- (Aagaard-Hansen 2007) Aagaard-Hansen, Jens. 2007. The Challenges of Cross-disciplinary Research, in: *Social Epistemology* 21(4), pp. 425–38.
- (Alexander 2020) Alexander, Kaylee P. 2021. Marbriers de Paris: the popular market for funerary monuments in nineteenth-century Paris, in: *Early Popular Visual Culture* 18(2), pp. 127–48.
- (Alexander 2021) Alexander, Kaylee P. 2021. Book Review of *Painting by Numbers: Data-Driven Histories of Nineteenth-Century Art* by Diana Seave Greenwald, in: *Nineteenth-Century Art Worldwide* 20(3). Available online: <https://doi.org/10.29411/ncaw.2021.20.3.8> (accessed on April 7, 2022).
- (Alvargonzález 2011) Alvargonzález, David. 2011. Multidisciplinarity, Interdisciplinarity, Transdisciplinarity, and the Sciences, in: *International Studies in the Philosophy of Science* 25, pp. 387–403.
- (Bedeian 1996) Bedeian, Arthur G. 1996. Thoughts on the Making and Remaking of the Management Discipline, in: *Journal of Management Inquiry* 5(4), pp. 311–18.
- (Bernstein 2015) Bernstein, Jay Hillel. 2015. Transdisciplinarity: A Review of its Origins, Development, and Current Issues, in: *Journal of Research Practice* 11, pp. 1–20.
- (Bresnen 2016) Bresnen, Mike. 2016. Institutional Development, Divergence and Change in the Discipline of Project Management, in: *International Journal of Project Management* 34, pp. 328–38.
- (Brewer 1999) Brewer, Garry. 1999. The Challenges of Interdisciplinarity, in: *Policy Sciences* 32, pp. 327–37.
- (Cameron et al. 2019) Cameron, Laurie / Goetzmann, William N. / Nozari, Milad. 2019. Art and Gender: Market Bias or Selection Bias?, in: *Journal of Cultural Economics* 43, pp. 279–307.
- (Caves 2000) Caves, Richard. 2000. *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- (Condee 2016) Condee, William. 2016. The Interdisciplinary Turn in the Arts and Humanities, in: *Issues in Interdisciplinary Studies* 34, pp. 12–29.
- (David et al. 2020) David, Géraldine / Huemer, Christian / Oosterlinck, Kim. 2020. Art Dealers' Inventory Strategy: The case of Goupil, Boussod & Valadon from 1860 to 1914, in: *Business History* 65(1), pp. 24–55. Available online: <https://doi.org/10.1080/00076791.2020.1832083> (accessed on April 7, 2022).
- (Elkins 2006) Elkins, James. 2006. *Is Art History Global?* New York: Routledge.
- (Evard and Colbert 2000) Evard, Yves / Colbert, François. 2000. Arts Management: A New Discipline Entering the Millenium?, in: *International Journal of Arts Management* 2, pp. 4–13.
- (Ginsburgh and Weyers 2008) Ginsburgh, Victor / Weyers, Sheila. 2008. On the Contemporaneousness of Roger de Piles Balance des Peintres, in: *Sublime Economy. On the Intersection of Art and Economics*. Edited by Stephen E. Cullenberg / Joseph W. Childers / Jack Amariglio. London: Routledge, pp. 112–23.
- (Ginsburgh et al. 2019) Ginsburgh, Victor / Radermecker, Anne-Sophie / Tommasi, Denni. 2019. The Implicit Value of Art Experts: The Case of Klaus Ertz and Pieter Brueghel the Younger, in: *Journal of Economic Behavior and Organization* 159, pp. 36–50.
- (Gustafsson and Lazzaro 2021) Gustafsson, Christer / Lazzaro, Elisabetta. 2021. The Innovative Response of Cultural and Creative Industries to Major European Societal Challenges: Toward a Knowledge and Competence Base, in: *Sustainability* 13(23), p. 13267. Available online: [www.mdpi.com/2071-1050/13/23/13267](http://www.mdpi.com/2071-1050/13/23/13267) (accessed on April 7, 2022).
- (Johnson et al. 2020) Johnson, Jessica M. / Mimmo, David / Tilton, Lauren (eds.). 2020. *Computational Humanities. Debates in the Digital Humanities*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- (Jules-Rosette 2014) Jules-Rosette, Bennetta. 2014. Aesthetics and Market Demand: The Structure of the Tourist Art Market in Three African Settings, in: *African Studies. Review* 29(1), pp. 41–59. Available online: <https://doi.org/10.2307/524106> (accessed on April 7, 2022).
- (Huutoniemi et al., 2011) Huutoniemi, Katri / Thompson Klein, Julie / Bruun, Henrik / Hukkinen, Janne. 2011. Analyzing interdisciplinarity: Typology and indicators, in: *Research Policy* 39, pp. 79–88.
- (de Marchi and van Miegroet 2006) Marchi, Neil de / Van Miegroet, Hans J. (eds.). 2006. *Mapping Markets for Paintings in Europe, 1450–1750*. Turnhout: Brepols.
- (Jahn et al. 2012) Jahn, Thomas / Bergmann, Matthias / Keil, Florian. 2012. Transdisciplinarity: Between mainstreaming and marginalization, in: *Ecological Economics* 79, pp. 1–10.
- (Lazzaro et al. 2021) Lazzaro, Elisabetta / Moureau, Nathalie / Turpin, Adriana (eds.). 2021. *Researching Art Markets: Past, Present and Tools for the Future*. Oxfordshire, UK: Routledge.
- (Levien 1997) Levien, Roger. 1997. *RAND, IIASA, and the Conduct of Systems Analysis*. Weston, CT: Strategy and Innovation Consulting.
- (Lincoln and van Ginhoven 2018) Lincoln, Matthew / van Ginhoven, Sandra. 2018. *Modeling The Fragmented Archive: A Missing Data Case Study from Provenance Research*. DH2018. Available online: <https://dh2018.adho.org/en/modeling-the-fragmented-archive-a-missing-data-case-study-from-provenance-research> (accessed on April 7, 2022).
- (Max-Neef 2005) Max-Neef, Mandred A. 2005. Foundation of Transdisciplinarity, in: *Ecological Economics* 53, pp. 5–16.
- (McAndrew 2022) McAndrew, Clare. 2022. *The 2022 Art Basel and UBS Global Art Market Report*. Basel.
- (McNulty 2013) McNulty, Tom. 2013. *Art Market Research: A Guide to Methods and Sources*, 2nd ed. Jefferson, NC: McFarland.
- (Mignosa and Kotipalli 2019) Mignosa, Anna / Kotipalli, Priyatej (eds.). 2019. *A Cultural Economic Analysis of Crafts*. London: Palgrave McMillan.
- (Molho 2021) Molho, Jeremie. 2021. *Becoming Asia's Art Market Hub: Comparing Singapore and Hong Kong*, in: *Arts* 10(2), p. 28. Available online: <https://doi.org/10.3390/arts10020028> (accessed on April 7, 2022).
- (Nicolescu 2014) Nicolescu, Basarab. 2014. Methodology of Transdisciplinarity, in: *World Futures* 70, pp. 186–99.
- (Oberste-Hetbleck 2018) Oberste-Hetbleck, Nadine. 2018. *Kunstmarktforschung — Ein Statement zur Bestandsaufnahme, in: Kunst—Wissenschaft—Recht—Management*. Festschrift für Peter Michael Lynen. Edited by Nathalie Mahmoudi / Yasmin Mahmoudi. Baden-Baden: Nomos Verlag, pp. 387–95.
- (Oosterlinck 2019) Oosterlinck, Kim. 2019. The Value of Taste. Auction Prices and the Evolution of Taste in Dutch and Flemish Golden Age Painting 1642—2011 by Peter Carpreau, in: *Journal of Cultural Economics* 43, pp. 413–15.
- (Oosterman and Yates 2022) Oosterman, Naomi / Yates, Donna. 2022. *Art Crime in Context. Studies in Art, Heritage, Law, and the Market Vol. 6*. Cham: Springer Nature Switzerland AG.
- (Pagani 2021) Pagani, Laura. 2021. Review of *Painting by Numbers: Data-Driven Histories of Nineteenth-Century Art* by Diana Seave Greenwald, in: *Journal of Cultural Economics* 45(4), pp. 735–38.
- (Radermecker 2022) Radermecker, Anne-Sophie. 2022. *Elisabetta Lazzaro, Nathalie Moureau, Adriana Turpin (eds.) Researching art markets. Past, present and tools for the future* Routledge (Routledge Research in the Creative and Cultural Industries), in: *Journal of Cultural Economics* 46(1), pp. 199–203.
- (Radermecker and Alvarez de Toledo 2023) Radermecker, Anne-Sophie / Alvarez de Toledo, Felipe. 2023. The History of Art Markets: Methodological Considerations from Art History and Cultural Economics, in: *International Journal of Digital Art History*. Available online: <https://dahj.org/article/the-history-of-art-markets> (accessed on February 7, 2023).
- (Renneboog and Spaenjers 2013) Renneboog, Luc / Spaenjers, Christophe. 2013. *Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market*, in: *Management Science* 59, pp. 36–53.
- (Richardson 2008) Richardson, Alan J. 2008. Strategies in the Development of Accounting History as an Academic Discipline, in: *Accounting History* 13(3), pp. 247–80.
- (van Miegroet et al. 2019) Van Miegroet, Hans J. / Alexander, Kaylee P. / Leunissen, Fiene. 2019. Imperfect Data, Art Markets and Internet Research, in: *Arts* 8(3), p. 76. Available online: <https://doi.org/10.3390/arts8030076> (accessed on April 7, 2022).
- (Velthuis and Curioni 2015) Velthuis, Olav / Baia Curioni, Stefano. 2015. *Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*. Oxford: Oxford University Press.
- (Whitaker 2019) Whitaker, Amy. 2019. Art and Blockchain: A Primer, History, and Taxonomy of Blockchain Use Cases in the Arts, in: *Artivate* 8, pp. 21–46.
- (Whitaker 2021) Whitaker, Amy. 2021. *Economics of Visual Art: Market Practice and Market Resistance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- (Youngblood 2007) Youngblood, Dawn. 2007. Interdisciplinary Studies and the Bridging Disciplines: A Matter of Process, in: *Journal of Research Practice* 3, pp. 1–8.

## *Short biographies*

**Anne-Sophie V. Radermecker** is an assistant professor in *Cultural Management at the Université libre de Bruxelles*. She holds degrees in both Art History (*University of Liège*) and Cultural Management (*Université libre de Bruxelles*). In 2019, she defended her PhD dissertation dedicated to the market for early Flemish paintings. Anne-Sophie is also a B.A.E.F. fellow from *Duke University's DALMI (Duke Art Law and Markets Initiative)* and a lecturer at *Erasmus University Rotterdam (Cultural Economics & Entrepreneurship)*. Her primary research interests include the economics of art and culture, the economics of antiques and indeterminate works of art, the interactions between museums and the art market, valuation mechanisms in art, and quantitative methods applied to art history.

**Kaylee P. Alexander** is currently the *ACLS Emerging Voices Postdoctoral Fellow for Digital Matters* at the *University of Utah*. She earned her Ph.D. from *Duke University*, where she also worked as research associate and teaching assistant for the *Duke Art, Law & Markets Initiative (DALMI)*. Specializing in nineteenth century visual culture, Kaylee's research interests include data-driven and computational humanities, cultural economics, and art markets studies.

# Auf dem Weg zur Transdisziplinarität: Aktuelle und zukünftige Perspektiven auf die Kunstmarktforschung

Kaylee P. Alexander & Anne-Sophie V. Radermecker

Abstract: Die rasante Expansion der Kunstmarktforschung seit den 2010er Jahren basiert auf einem interdisziplinären Ansatz, der zu vielen fruchtbaren Kooperationen zwischen Geistes-, Natur- und Sozialwissenschaften geführt hat. Doch trotz der jüngsten Aufrufe zu mehr interdisziplinärer Zusammenarbeit ist das Feld nach wie vor relativ abgeschottet. Folglich verhalten sich Wissenschaftler:innen oft risikoscheu, wenn es darum geht, sich Theorien, Konzepte, Methoden und Daten aus Disziplinen anzueignen, die der Kunstgeschichte und den Geisteswissenschaften manchmal fern stehen. Diese Trennung erschwert von Natur aus akademische Strukturen wie das Peer-Review-Verfahren, da potenzielle Beiträge durch den begrenzten Pool an Wissenschaftler:innen, von denen erwartet wird, dass sie die sozialwissenschaftlichen und kunsthistorischen Aspekte der Forschung gleichermaßen beurteilen, tendenziell eingeschränkt werden. Dieser Aufsatz ist eine Reflexion über den aktuellen Stand des Feldes und möchte einige Richtungen aufzeigen, in die sich die Kunstmarktforschung weiterentwickeln könnte. Das Ziel dieses Aufsatzes besteht darin, einen Diskussionsraum zu eröffnen, um die Legitimität der Kunstmarktforschung als eigenständige, transdisziplinäre Disziplin zu stärken, indem er Wissenschaftler:innen ermutigt, die für die Untersuchung dieses vielschichtigen Themas erforderlichen Methoden zu erwerben und zu lehren.

22

## 1 Einführung

Die rasche Entwicklung der Kunstmarktforschung seit den 2010er Jahren basiert auf einem interdisziplinären Ansatz, der zu zahlreichen fruchtbaren Kooperationen zwischen Geistes-, Natur- und Sozialwissenschaften geführt hat. Die beiden Hauptgegenstände dieses Forschungsfeldes, nämlich die Kunst und ihre Märkte – mit all ihren Akteur:innen, Institutionen und Verhaltensweisen, die sie mit sich bringen –, liegen an der Schnittstelle einer Reihe von Disziplinen, darunter Kunstgeschichte (die ihrerseits die Geschichte des Sammelns und der Provenienzforschung umfasst), Wirtschaftsgeschichte, Bildwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften (mit Finanzwissenschaft, Management und Marketing) Heritage Studies, Rechtswissenschaft, Soziologie, Kognitionswissenschaft etc. Wie Bresnen (2016) betont hat, unterscheidet sich jede dieser verschiedenen Disziplinen durch ihre eigenen Ziele, Me-

thoden, Institutionen und Wertesysteme. Folglich ist es für Kunstmarktforscher:innen nach wie vor notwendig, die Methoden und konzeptuellen Werkzeuge, die sie zur Analyse der Produktion, des Konsums und der Zirkulation von Kunst verwenden, kritisch zu reflektieren (z.B. Radermecker und Alvarez de Toledo 2023; Oberste-Hetbleck 2018; de Marchi und van Miegroet 2006). Trotz der jüngsten Aufrufe zu mehr interdisziplinärer Zusammenarbeit bei der Annäherung an das, was oft irreführend als ‚der Kunstmarkt‘ und nicht als Kunstmärkte bezeichnet wird, bleibt das Feld relativ abgeschottet. In Zeiten, in denen Wissenschaftler:innen mit fremden wissenschaftlichen Feldern und Kompetenzen konfrontiert sind, verhalten sie sich oft risikoscheu gegenüber der Aneignung von Theorien, Konzepten, Methoden und Daten aus anderen Disziplinen (Bernstein 2015). Diese Trennung erschwert naturgemäß

akademische Strukturen wie Fachzeitschriften, Konferenzen und das Peer-Review-Verfahren (Bedeian 1996), da Beiträge durch den begrenzten Pool an Wissenschaftler:innen, von denen erwartet wird, dass sie sozialwissenschaftliche und kunsthistorische Aspekte der Forschung gleichermaßen beurteilen, tendenziell eingeschränkt werden. In diesem Aufsatz wird daher die Frage gestellt: Was braucht das ‚Teilgebiet‘ der Kunstmarktforschung, um sich als eigenständige und vollwertige Disziplin zu positionieren? Ziel dieses Beitrags ist es, einen Dialog über den aktuellen Stand des Feldes in epistemischer und methodischer Hinsicht anzuregen, mit dem übergeordneten Ziel, eine Diskussion darüber anzustoßen, wie sich die Kunstmarktforschung weiterentwickeln könnte. Unser Ziel ist es nicht, einen umfassenden Überblick über die Historiographie des Kunstmarkts zu geben, sondern vielmehr die Position des Kunstmarkts als Studiengebiet<sup>1</sup> und, wie wir vorschlagen, als potenziell fruchtbare akademische Disziplin zu untersuchen. Unsere Analyse stützt sich auf wegweisende Werke, aktuelle Literatur und Initiativen sowie auf unsere Erfahrung als Kunsthistorikerinnen, die auf quantitative und datengestützte Forschung spezialisiert sind.<sup>2</sup> Wir werfen einen kritischen Blick auf einige der Vorteile, Grenzen, Herausforderungen und Möglichkeiten, die Transdisziplinarität bietet. Das Ziel dieses Aufsatzes besteht also darin, die Legitimität der Kunstmarktforschung als Disziplin zu fördern, indem Wissenschaftler:innen ermutigt werden, die für die Untersuchung dieses vielschichtigen Themas erforderlichen Methoden zu erwerben und zu lehren. Darüber hinaus ermutigen wir das akademische Feld, Transdisziplinarität gegenüber Interdisziplinarität zu bevorzugen. Indem wir aufzeigen, wie ein umfassendes Verständnis der verschiedenen Mechanismen und Akteure auf den Kunstmärkten dazu beiträgt, die sozialen Auswirkungen über die traditionellen elitären und institutionellen Grenzen hinaus zu untersuchen, argumentieren wir, dass die Förderung zusätzlicher Kenntnisse und Fähigkeiten Kunsthistoriker:innen helfen kann, ihre Wettbewerbsfähigkeit und Relevanz im globalen akademischen Kontext zu steigern.

## 2 Die Problematik der Kunstmarktforschung als ‚Teilgebiet‘

Frühere Forschungsarbeiten haben die verschiedenen entscheidenden Schritte auf dem Weg eines Forschungsgebiets von einem informellen Wissensfundus zu einer institutionalisierten akademischen Disziplin aufgezeigt. Zu den wichtigsten Parametern, die diesen Prozess beeinflussen, zählen sowohl Richardson (2008) als auch Bresnen (2016) die Notwendigkeit, eine kritische Masse an Forscher:innen zu erreichen, die Entwicklung wissenschaftlicher Netzwerke, anerkannte und gemeinsam genutzte Methoden, die Einrichtung spezialisierter Studiengänge an Hochschulen, die Herausgabe von Fachzeitschriften mit Bewertungsinstrumenten und die Veröffentlichung von Fachbüchern. Zu den überzeugendsten Beispielen gehört der Bereich des Kunstmanagements, der sich seit den 2000er Jahren als anerkannte und eigenständige Disziplin etablieren konnte (Evard/Colbert 2000). Während die Kunstmarktforschung einige dieser grundlegenden Schritte bereits vollzogen hat, zeigt eine Bestandsaufnahme ihrer aktuellen Position innerhalb der Wissenschaft, dass weitere Anstrengungen notwendig sind, um eine nachhaltige und sinnvolle Institutionalisation zu erreichen (Radermecker/Alvarez de Toledo 2023).

Mit der wachsenden Popularität und dem erwiesenen Erfolg von STEAM-Initiativen (Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen, die Künste und Mathematik), den Digital Humanities (DH, digitale Geisteswissenschaften) und Laborumgebungen für die geisteswissenschaftliche Forschung hat der Bereich der Kunstmarktforschung – oft als ‚Unterbereich‘ der Kunstgeschichte, der Wirtschaftswissenschaften oder der Kulturwissenschaften betrachtet – einen relativen Aufschwung des akademischen Interesses erlebt. Radermecker und Alvarez de Toledo (2023) haben die wichtigsten Entwicklungen in diesem Bereich nachgezeichnet und gleichzeitig auf einige der epistemischen und methodologischen Grenzen hingewiesen, insbesondere wenn Kunsthistoriker:innen sich mit wirtschaftlichen Mechanismen beschäftigen und umgekehrt, wenn Wirtschaftswissenschaftler:innen sich mit kunsthistorischen Fragen auseinandersetzen. Die Arbeit von Kunstmarktforscher:innen, die häufig mit der DH assoziiert oder unter ihrem Dach zusammen-

<sup>1</sup> Wir unterscheiden zwischen dem Kunstmarkt als wissenschaftlichem Feld (einschließlich Lehre und Forschung) und dem professionellen, kommerziellen Feld. In diesem Beitrag konzentrieren wir uns in erster Linie auf den erstgenannten Bereich, auch wenn beide in unserer Diskussion gelegentlich ineinander übergehen.

<sup>2</sup> Zusätzlich zu unserem Fachwissen als Forscherinnen in diesem Bereich wurden die Diskussionen in diesem Aufsatz auch durch wiederkehrende informelle Gespräche mit Kolleg:innen und anekdotische Hinweise angeregt. Dies zeigt, dass es einen Bedarf an mehr qualitativer Forschung über die Wahrnehmung der Kunstmarktforschung als Disziplin gibt.

gefasst werden, unterscheidet sich in Wirklichkeit erheblich und erfordert eigene Werkzeuge, Methoden, Kompetenzen und pädagogische Anforderungen. Dieser Unterschied liegt im Wesentlichen an der Schnittstelle zwischen dem, was die DH ausmacht, und dem, was in Bezug auf Kunstmarktforscher:innen sinnvoller als datengetriebene oder computergestützte Geisteswissenschaften bezeichnet werden könnte (siehe z. B. Johnson et al. 2020). Im Gegensatz zu den DH erfordert die Kunstmarktforschung eine Formalisierung als transdisziplinäre Disziplin, die über die Laborumgebung hinausgeht und oft eine Reihe von Fähigkeiten erfordert, die von Datenmanagement und -strukturierung bis hin zu Statistik und Ökonometrie reichen. Damit soll weder behauptet werden, dass die Arbeit mit Daten eine Notwendigkeit für die Kunstmarktforschung ist, noch dass Daten als Synonym für wissenschaftliche Strenge angesehen werden sollten. Wir möchten genau das Gegenteil behaupten. Die Verwendung empirischer Daten in der Kunstmarktforschung – wie sie in den Wirtschaftswissenschaften, der Soziologie und den Kognitionswissenschaften üblich sind – war ein logischer Schritt in der Entwicklung des Faches, angesichts seiner inhärenten Beziehung zu den oben genannten Disziplinen. Allerdings wird die Verwendung von Daten in den Geisteswissenschaften oft als Beweis für wissenschaftliche Strenge verwendet, unabhängig davon, wie solide die Daten sind oder wie sie erhoben und verarbeitet wurden. Wir fordern, dass Kunstwissenschaftler:innen, die sich der Datenanalyse bedienen, die Verwendung von Daten durch eine rigorose Ausbildung in anerkannten Best Practices, Methoden und Werkzeugen validieren, anstatt sich auf den oft selektiven und autodidaktischen Impuls anderer Wissenschaftler:innen für Daten zu verlassen. Unabhängig davon, ob man sich auf die eher qualitativen oder quantitativen Aspekte des Kunstmarkts konzentriert, hat man bereits damit begonnen, die Kunstmarktforschung informell als eigenständiges Fachgebiet zu konkretisieren – aber um das volle Potenzial der Kunstmarktforschung auszuschöpfen, müssen eigene Fachabteilungen eingerichtet werden.

## 2.1 Überlegungen zur Ausbildung im Bereich der Kunstmarktforschung

Gegenwärtig gibt es nur relativ wenige Hochschulprogramme, die sich ausschließlich der Kunstmarktforschung widmen. Während kunstmarktbezogene Lehrveranstaltungen häufig an Wirtschaftshochschulen und gelegentlich auch an kunsthistorischen Instituten angeboten werden, gibt es nur eine Handvoll Institutionen, die Abschlüsse in dem Bereich anbieten, der im weitesten Sinne als Kunstmarktforschung verstanden werden kann und der praktisch von Ausbildungsprogrammen für diejenigen zu unterscheiden ist, die beabsichtigen, Kunstmarktprofis zu werden (z.B. Händler:innen, Galerist:innen, Auktionator:innen, Kunstberater:innen, Gutachter:innen usw.).<sup>3</sup> Um diese beiden verwandten Ansätze zu unterscheiden, definieren wir die Kunstmarktforschung als den Bereich der akademischen Forschung und Ausbildung, der sich auf die Untersuchung von Marktmechanismen, Marktplätzen und Marktteilnehmer:innen im Zusammenhang mit der Produktion, dem Verkauf, dem Sammeln und der Verbreitung von Kunstobjekten im weitesten Sinne konzentriert. Wir plädieren hier für die Einrichtung solcher spezifischer Programme innerhalb der akademischen Welt.

Selbst an der *Duke University*, wo sich seit 2006 die *Duke Art, Law and Markets Initiative* (DALMI) aktiv mit der Erforschung des Kunstmarkts beschäftigt, gibt es bis heute keinen offiziellen Studiengang. Zwar können sich Studierende beispielsweise im Rahmen des Duke Program II, eines individualisierten Programms, das es den Studierenden ermöglichen soll, ihr eigenes Studiengebiet zu schaffen, eine Sammlung von Kursen zusammenstellen, die sie zu Spezialisten auf diesem Gebiet ausbilden, doch sind solche Fälle eher die Ausnahme als die Regel. Im Hauptstudium können sich Studierende der Kunstgeschichte auch auf Kunstmarktforschung spezialisieren. Die Beschränkungen des Kunstgeschichtsstudiums, das einen Großteil der

<sup>3</sup> Zwar gibt es zahlreiche Studiengänge und Zertifikatsprogramme, Laboratorien, Forschungsinitiativen und formelle Kooperationen, die sich mit der Erforschung der Künste und der damit verbundenen Märkte befassen, aber es ist weder das Ziel dieses Aufsatzes noch ist es angesichts der disziplinären Grauzone, in der solche Bemühungen entstehen und aufrechterhalten werden, möglich, eine vollständige Liste zu erstellen. Stattdessen bieten wir einige Beobachtungen zu einer Auswahl von Programmen, die unter Kunstmarktforscher:innen häufig Beachtung finden. Spezialisierte Programme enden in der Regel auf Master-Ebene, während diejenigen, die Kunstmarktforschung auf Promotionsebene betreiben wollen, in der Regel an verwandte Disziplinen verwiesen werden, die am besten zu den Vorkenntnissen und Fähigkeiten der Studierenden passen. Diese Masterstudiengänge bieten zwar eine Spezialisierung auf den ‚Kunstmarkt‘ an, sind aber in der Regel eher auf das Kunstgeschäft ausgerichtet und werden häufig von Auktionshäusern (insbesondere *Christie’s Education* und *Sotheby’s Institute of Art*) angeboten, die unbestreitbar ein Interesse am Kunstgeschäft haben, oder von Business Schools und Weiterbildungsprogrammen wie denen der folgenden Hochschulen: *Universität Zürich (Executive Master in Art Market Studies)*; *Kingston University, London (Art Business MA)*; *Claremont Graduate University, Kalifornien (MA in Art Business)*; *New York University (Diploma in Global Art Business)*; *Université Paris I (Master 2 Marché de l’art)*; *Université Lyon III (Master Droit et Fiscalité du Marché de l’Art)*; *University Institute of Lisbon (MSc in Art Markets)*; *L’école des nouveaux métiers de la communication-EFAP (MBA Spécialisé Marché International de l’Art)* etc. Obwohl diese Programme für die Ausbildung zukünftiger Kunstmarktspezialisten von unschätzbarem Wert sind, ist es das Ziel dieses Aufsatzes, die Lücken in den Ausbildungsprogrammen für zukünftige Kunstmarktforscher:innen zu schließen. Für diese spezielle Zielgruppe bieten die folgenden Graduierten- und Postgraduiertenprogramme interessante Perspektiven: *Universität zu Köln (1-Fach-Master Kunstgeschichte, Schwerpunktmodul: Kunstmarkt)*; *Technische Universität Berlin (Forum Kunstmarkt – Centre for Art Market Studies)*; *FSCH Universidade NOVA de Lisboa (Art Market and Collecting)*.

Lehrveranstaltungen in Kunstgeschichte und Bildwissenschaften vorsieht, schließen jedoch eine strenge – und eigentlich notwendige – Ausbildung in Statistik, Ökonometrie und anderen sozialwissenschaftlichen Methoden aus. Studierende, die als Kunstmarktforscher:innen erfolgreich sein wollen, müssen daher entweder diese Zusatzqualifikationen bereits bei Eintritt in das Hauptstudium mitbringen oder sich diese über die Studienanforderungen hinaus selbst aneignen. Insbesondere letzteres führt häufig zu risikoscheuen Forschungsansätzen, wie z. B. der selektiven Auswahl von Instrumenten und Methoden, die selbst die besten Forscher:innen daran hindern, die effektive und fundierte Studien durchzuführen. In beiden Fällen wird jedoch von den Studierenden erwartet, dass sie zusätzliche Ausbildungszeit investieren oder bereits investiert haben, was den Forschungoutput und letztlich den Publikationsprozess im Vergleich zu ihren Kommiliton:innen in anderen, etablierteren Disziplinen verlangsamen kann.

Eine vielversprechende Entwicklung im Hinblick auf den zukünftigen Status der Kunstmarktforschung als eigenständige Disziplin ist der kürzlich eingerichtete MA in Art Market Studies am *Fashion Institute of Technology* (FIT) in New York. Obwohl der Schwerpunkt des Programms weiterhin auf der Vorbereitung der Studierenden auf den Eintritt in die professionelle, kommerzielle Kunstwelt liegt – zu den Kernkursen gehören Gallery Management and Operations, Marketing for Art Organizations und The Auction Business –, bietet das letzte Semester des Programms die Möglichkeit, sich in Richtung eines akademischen Studiums zu orientieren. Die Studierenden haben die Option, entweder eine Abschlussarbeit zu verfassen, die einen originellen Beitrag zum Fachgebiet leistet (z. B. Kunstmarktforschung), oder Probleme des Kunstmarkts zu untersuchen, um ein neues Unternehmen zu entwickeln oder „an existing organization, with the end goal of producing a business case study and teaching note suitable for publication“<sup>4</sup> Mit seinem MA-Studiengang bietet FIT die notwendigen Grundlagen, um die Studierenden entweder in professionelle oder forschungsorientierte Aspekte der Kunstmarktforschung einzuführen. Für diejenigen, die einen Dokortitel anstreben und in die akademische Welt eintreten wollen, würden die Absolvent:innen jedoch zweifellos von einem speziellen Lehrplan für Kunstmärkte profitieren.

Derzeit gibt es viele Spezialist:innen für Kunstmärkte, die unterschiedlich definiert sind und deren Ausbildung sowohl aus den Geistes- als auch aus den Sozialwissenschaften stammt. Während Pioniere und Pionierinnen des Kunstmarkts wie John Michael Montias, William Baumol, Gerald Reitlinger und Raymonde Moulin erst durch ihre Ausbildung als Ökonom:innen zum Kunstmarkt kamen, haben Kunsthistoriker:innen und Soziolog:innen eine wachsende Gemeinschaft von Wissenschaftler:innen beeinflusst, die in die Kunstmarktforschung ‚hineingeboren‘ wurden (d.h. die ihre Ausbildung zu bewusst interdisziplinären Themen im Zusammenhang mit dem Handel und dem Sammeln von Kunst absolviert haben), aber dennoch weiterhin eine Minderheit darstellen.

Was diese Forscher:innen jedoch gemeinsam haben, ist das Fehlen eines eigenen Lehrstuhls, in dem sie ausgebildet werden könnten, und schließlich das Fehlen von Studierenden, die sie selbst ausbilden könnten. Das soll natürlich nicht heißen, dass es keine starken Netzwerke von Kunstmarktwissenschaftler:innen gibt – sowohl von Studierenden als auch von etablierten Forscher:innen. Tatsächlich haben Organisationen wie die 2016 gegründete *International Art Market Studies Association* (TIAMSA) eine große Reichweite und befassen sich kontinuierlich mit den beruflichen Bedürfnissen von Kunstmarktwissenschaftler:innen und Kunsthistoriker:innen, die auf die Geschichte des Sammelns spezialisiert sind. Ebenso sind in den letzten zehn Jahren Fachzeitschriften (z. B. *Journal for Art Market Studies*), Lehrbücher (z. B. Frey 2003), methodologische Werke (z. B. McNulty 2013; Lazzaro et al. 2021) und das laufende Bloomsbury Art Markets-Projekt<sup>5</sup> (vormals Art Market Dictionary von De Gruyter) entstanden, die zur zunehmenden Konsolidierung des Fachgebiets beigetragen haben. Trotz dieser wertvollen Ressourcen mangelt es dem Feld jedoch nach wie vor an wichtigen pädagogischen Instrumenten wie Handbüchern oder einem offiziellen Glossar von Begriffen und Methoden, die jedem disziplinären Ansatz eigen sind und von etablierten Wissenschaftler:innen des Feldes verfasst wurden, um den Institutionalisierungsprozess zu fördern.

<sup>4</sup> Siehe FIT, „Degree Details“, MA in *Art Markets Studies*, [www.fitnyc.edu/academics/academic-divisions/graduate-studies/art-market/degree-details/index.php](http://www.fitnyc.edu/academics/academic-divisions/graduate-studies/art-market/degree-details/index.php) [aufgerufen am 11.03.2023]. Übersetzung: „eine bestehende Organisation zu analysieren, um eine Geschäftsfallstudie und einen Lehrbericht zu verfassen, die zur Veröffentlichung geeignet sind“.

<sup>5</sup> Siehe [www.artmarketdictionary.com](http://www.artmarketdictionary.com) [aufgerufen am 11.03.2023].

## 2.2 Überlegungen zum Peer-Review

Selbst wenn diese professionellen Netzwerke und Publikationsmöglichkeiten vorhanden sind, ist ein weiterer Punkt hervorzuheben, nämlich das Peer-Review-Verfahren, das für jede wissenschaftliche Disziplin unerlässlich ist. Gegenwärtig ist die Zahl der Peer-Review-Gutachter:innen speziell für transdisziplinäre Studien zu Kunstmarktphänomenen eher gering und sie wird es wahrscheinlich auch bleiben, wenn die Hochschulen die Kunstmarktforschung weiterhin als Teilgebiet anderer Disziplinen und nicht als eigenständige Disziplin betrachten. Während viele andere Zeitschriften (z.B. *Arts and the Market*, *Arts*, and *Journal of Cultural Economics*) gerne Beiträge über Kunstmärkte annehmen, bleibt die Veröffentlichung in hochrangigen Wirtschafts- und Finanzzeitschriften eine besondere Herausforderung für Forscher:innen, da viele dieser Redakteur:innen die Kunstmärkte als zu nischenhaft betrachten oder glauben, dass es ihnen an breiteren Anwendungen mangelt.<sup>6</sup> Dies hat zur Folge, dass Kunstmarktforscher:innen einen Siloeffekt erleben, der verhindert, dass das Feld über die Geisteswissenschaften hinaus an Zugkraft gewinnt. Arbeiten, die versuchen, disziplinäre Grenzen zu überschreiten, werden oft mit widersprüchlichen und sogar unvereinbaren Rezensionen konfrontiert, was die Frustration dieser transdisziplinären Wissenschaftler:innen widerspiegelt, angemessene und geeignete Gutachter:innen zu finden, die in der Lage sind, mit einer Vielzahl von Methoden, Instrumenten und Kontexten umzugehen. Es ist jedoch weithin anerkannt, dass Lücken zwischen den Kompetenzen von Kunsthistoriker:innen und Wirtschaftswissenschaftler:innen zu problematischen und kontroversen Schlussfolgerungen über Kunstmärkte geführt haben, die in beiden Bereichen veröffentlicht wurden (z.B. Oosterlinck 2019, Alexander 2021, Paganini 2021, Radermecker 2022). Ähnliche Beobachtungen lassen sich sicherlich auch in anderen Disziplinen wie der Soziologie, den Kognitionswissenschaften oder den Rechtswissenschaften machen, die ebenfalls einer soliden erkenntnistheoretischen Fundierung bedürfen. Wenn also die Kunstmarktforschung weiterhin als bloßes Teilgebiet anderer Disziplinen betrachtet oder – wie in den Geisteswissenschaften üblich – unter der Ägide der DH konsumiert wird, bleibt die Überprüfung des Forschungsausgangs weiterhin ineffizient. Dies

liegt nicht nur daran, dass es Kunsthistoriker:innen im Allgemeinen an Datenkompetenz mangelt, sondern auch daran, dass von denjenigen, die als qualifizierte Kunstmarktforscher:innen anerkannt werden, erwartet wird, dass sie sich mit einer monolithischen Vision des einen ‚Kunstmarkts‘ auskennen und nicht mit spezifischen Teilbereichen der Kunstmarktforschung, die wie jede andere große Disziplin eine geografische und chronologische Spezialisierung umfasst. Herausgeber:innen müssen daher oft die schwierige Entscheidung treffen, ob sie chronologisch und geographisch spezialisierte Wissenschaftler:innen, die sich mit der Auswertung qualitativer Informationen auskennen, oder Spezialist:innen, die sich auf methodische und/oder quantitative Ansätze spezialisiert haben, wählen sollen. Da sich die Kunstmarktforschung weiterhin in diesem Grenzbereich bewegt, werden kunsthistorisch orientierte Redaktionen weiterhin Defizite bei der Auswertung quantitativer Ansätze haben, während die Sozialwissenschaften weiterhin Defizite bei der Auswertung historischer und kultureller Faktoren haben werden, die oft unerwartete Auswirkungen auf Muster und Ausreißer in den Daten haben. Kurzum, die Kunstmarktforschung ist in sich zu vielfältig geworden, um weiterhin von anderen Disziplinen vereinnahmt zu werden. Was wir für die Zukunft der Kunstmarktforschung brauchen, ist die Entwicklung und Etablierung spezieller Disziplinen, um die Kontrolle und das Gleichgewicht im Hinblick auf die pädagogische Zukunft und den Forschungsausgang des Feldes zu erleichtern und zu verbessern. In dieser Hinsicht wird die Rolle der Rhetorik in der Ausbildung entscheidend sein, um zukünftige Forscher:innen so früh wie möglich für diesen transversalen Ansatz auszubilden, indem sie ihren Geist für andere Interpretationswerkzeuge öffnen, die von scheinbar unvereinbaren Disziplinen angeboten werden (Huutoniemi et al. 2010).

## 3 Der Einsatz von Transdisziplinarität in der Kunstmarktforschung

Während die Geisteswissenschaften bereits in den 2000er Jahren eine interdisziplinäre Wende vollzogen haben (Condee 2016), argumentieren wir, dass die Kunstmarktforschung über die bloße Kombination mehrerer Disziplinen, verstanden als Inter- oder

<sup>6</sup> In den Finanzwissenschaften ist es einigen Wissenschaftler:innen gelungen, Texte zum Kunstmarkt zu veröffentlichen, obwohl die Kunstmarktforschung nicht ihr primäres Forschungsgebiet ist. Siehe z. B. Renneboog/Spaenjers (2013), die in der Fachzeitschrift *Management Science* (Rang 5.094 [SJR] im Jahr 2022, mit H-Index 264) veröffentlicht haben.

Multidisziplinarität,<sup>7</sup> hinausgehen und stattdessen Transdisziplinarität als langfristiges erkenntnistheoretisches Ziel begreifen sollte. Während die Bedeutung von Transdisziplinarität seit langem diskutiert wird (Bernstein 2015; Huutoniemi et al. 2010), definieren Jahn et al. (2012) Transdisziplinarität als „einen kritischen und selbstreflexiven Forschungsansatz, der gesellschaftliche mit wissenschaftlichen Problemen verbindet“ und „durch die Integration verschiedener wissenschaftlicher und außerwissenschaftlicher Erkenntnisse [...] neues Wissen generiert, um sowohl zum gesellschaftlichen als auch zum wissenschaftlichen Fortschritt beizutragen“. Die epistemischen Besonderheiten der Kunstmarktforschung machen dieses Feld in mehrfacher Hinsicht zu einem idealen Beispiel für einen transdisziplinären Ansatz, da es nicht nur an der Schnittstelle vieler etablierter Disziplinen angesiedelt ist, sondern auch direkte Bezüge zur angewandten und wirtschaftlichen Praxis aufweist. Mit anderen Worten: Innerhalb der DH hat die Kunstmarktforschung das Potenzial, sowohl Grundlagen- als auch Praxisforschung zu betreiben und zu verbinden, indem sie wissenschaftliche Expertise und außerwissenschaftliches Wissen integriert. Nach Alvargonzález (2011) ist ein solcher Rahmen der Transdisziplinarität förderlich; und nach Richardson (2008) kann es den Institutionalisierungsprozess einer Disziplin fördern, wenn die Disziplin relevant wird, indem sie „die Mainstream-Forschung kritisiert und methodologischen/theoretischen Pluralismus bietet“<sup>8</sup>.

Es ist offensichtlich, dass das Erreichen von Transdisziplinarität ein schwieriges Unterfangen ist, an dem sich andere Disziplinen bereits erfolglos versucht haben. Darüber hinaus hat jede Form von Disziplinarität, ob in der transdisziplinären Praxis verwurzelt oder nicht, ihre Tücken. Dazu gehört vor allem der potenziell endlose Zyklus der Disziplinwerdung, in dem eine trans- und multidisziplinäre Praxis zur Bildung von Teilbereichen führt, die schließlich versuchen, eine eigene Disziplin zu werden. Das wirft die Frage auf, warum es überhaupt Disziplinen gibt. Warum nicht auf eine vermeintliche Montessori-Methode der Hochschulbildung zurückgreifen? Nun, Veränderungen vollziehen sich einfach nicht so schnell – Kunstmarktforschung im Allgemeinen gibt es seit Mitte des 20. Jahrhunderts, ohne dass es dafür eine eigene Disziplin gab, und es würde wahrscheinlich noch viel länger dauern, bis ein Fachbereich für Kunstmarktforschung zum Standard

an Universitäten würde. Die Kunstgeschichte brauchte sogar Jahrhunderte, um institutionell anerkannt zu werden: Harvard richtete erst 1874 ein eigenes Institut ein, mehr als 200 Jahre nach der Gründung der Universität und 300 Jahre nach Vasaris Tod. Vor allem aber hat Transdisziplinarität klare Vorteile, die über die bloße Interdisziplinarität hinausgehen, nämlich die Etablierung eines anerkannten Korpus von Methoden und Standards für Lehre und Forschung.

Aagaar-Hansen (2007) und Bernstein (2015) haben gezeigt, dass Risikoaversion und die Angst vor dem Unbekannten (einschließlich Datenphobie, der Konfrontation zwischen Qualitativem und Quantitativem, der Arbeitsbelastung durch die Notwendigkeit, die Komfortzone zu verlassen, usw.), ideologische Ablehnung oder das Streben nach akademischer Ehrbarkeit, die Unidisziplinarität bietet, viele Herausforderungen darstellen, die Forscher:innen daran hindern, die Vorteile eines pluralistischen und integrierten Dialogs zwischen den Disziplinen zu nutzen. Transdisziplinarität bedeutet jedoch nicht, dass etablierte disziplinäre Praktiken ersetzt werden; im Gegenteil, sie bleiben für die transdisziplinäre Forschung grundlegend. Nach Levien (1997) sollten transdisziplinäre Teams eher aus disziplinären Spezialisten als aus starken interdisziplinären Wissenschaftler:innen bestehen, die unter einer integrierten Leitung zusammenarbeiten. Die größte Herausforderung für die Kunstmarktforschung wird also darin bestehen, ein Gleichgewicht zwischen Disziplinarität und Multidisziplinarität zu finden, um nicht in die Falle zu tappen, Generalist:innen auszubilden, ohne jemals eine Spezialisierung zu beherrschen. In diesem Prozess bleibt das Fachwissen unverzichtbar. Da jedoch eine vielschichtige und tiefgreifende Spezialisierung auf individueller Ebene kaum möglich ist, stellen die gegenseitige Zusammenarbeit von Wissenschaftler:innen und/oder eine duale Ausbildung eine Übergangslösung dar, bis weitere Fortschritte in der transdisziplinären Kunstmarktforschung erzielt werden. Die Zusammenarbeit von Wissenschaftler:innen mit unterschiedlichen Ausbildungen hat zu einer Reihe von überzeugenden Ergebnissen geführt, die in Richtung Transdisziplinarität gehen (z. B. Ginsburgh/Weyers 2010, Oosterlinck/Euwe 2017, Lincoln/van Ginhoven 2018, Ginsburgh et al. 2019, Whitaker 2021, David et al. 2021). So führte die Zusammenarbeit zwischen dem Wirtschaftswissenschaftler Ginsburgh und der Philosophin Weyers zur Veröffentlichung innova-

<sup>7</sup> In der Wissenschaft werden die Begriffe ‚Interdisziplinarität‘ und ‚Multidisziplinarität‘ oft synonym verwendet, obwohl jeder Begriff seine eigene Bedeutung hat. Eine ausführliche Diskussion dieser Begriffe würde den Rahmen dieses Aufsatzes sprengen. Wir laden die Leser:innen ein, die folgenden Quellen für weitere theoretische Erkenntnisse zu diesem Thema zu konsultieren: Brewer (1999), Max-Neef (2005), Youngblood (2007), Alvargonzález (2011).

<sup>8</sup> Richardson (2008), S. 247.



tiver Erkenntnisse über die Persistenz von Kanons in der Kunstgeschichte und öffnete die Tür zu dem, was heute als quantitative Kunstgeschichte bekannt ist (Ginsburgh/Weyers 2010). In einem Artikel über die Auswirkungen von Werkverzeichnissen auf den Kunstmarkt haben Ginsburgh (Wirtschaftswissenschaftler), Tommasi (Statistiker) und Radermecker (Kunsthistorikerin) horizontal zusammengearbeitet und fundierte historische Kontexte und Analysemethoden kombiniert, um zeitgenössische Fragen zu behandeln, die sich direkt auf die Rolle der Kennerschaft in der Kunstwelt beziehen (2019). Die offensichtlichen Vorteile eines transdisziplinären Ansatzes liegen in der Untersuchung der Produktion, der Verbreitung und des Konsums von Kunst aus einer ganzheitlichen und zukunftsorientierten Perspektive. Solche Studien, die bewusst disziplinäre Grenzen überschreiten, bieten ein größeres Potenzial, komplexe Realitäten und Themen zu beleuchten, indem sie über den theoretischen Rahmen und die Methodologien verwandter Disziplinen hinausgehen (Nicolescu 2014). Durch die Stärkung bestehender und die Entwicklung neuer Methoden wird Transdisziplinarität die Kunstmarktforschung wahrscheinlich auch für ein breiteres Spektrum von Forscher:innen relevanter machen. Wir gehen davon aus, dass dies die Zusammenarbeit zwischen Wissenschaftler:innen mit unterschiedlichen Hintergründen fördern wird, insbesondere zwischen denjenigen, die derzeit noch zögern, sich in diesem Bereich zu engagieren. Ein solcher integrierter und vereinheitlichter Ansatz kann soziale Auswirkungen haben, da er immer besser an die Realitäten der (öffentlichen und privaten) Kunstmarktakteure angepasst wird. Eine systematischere Einbeziehung von Praktiker:innen in den Forschungsprozess kann die Fähigkeit verbessern, Wissensasymmetrien und Intransparenz zu umgehen (van Miegroet et al. 2019).<sup>9</sup> Wenn es gelingt, diese vom Nutzen der Kunstmarktforschung zu überzeugen, können sich neue Finanzierungsmöglichkeiten ergeben.

## 4 Die Förderung von Wettbewerbsfähigkeit und Inklusivität

Um die wissenschaftliche und gesellschaftliche Relevanz der Kunstmarktforschung zu erhöhen, sollte die Erweiterung des Feldes oberste Priorität haben, um der akademischen Gemeinschaft ihr Potenzial im Hinblick auf wichtige gesellschaftliche Fragen aufzuzeigen. Im Gegensatz zu Elkins (2006), der behauptet, dass die Auflösung der Kunstgeschichte in Bildwissenschaften zu ihrem Ende führen könnte, argumentieren wir, dass gerade die Diversifizierung die Kunstmarktforschung zu einer effektiven wissenschaftlichen Disziplin machen wird. Die Tendenz, sich auf Märkte für Premiumware zu konzentrieren, auf denen die so genannten erlesensten Stücke untersucht werden, hat zum Ruf der Leichtfertigkeit der Disziplin beigetragen und muss überwunden werden. In der Tat ist es wichtig, das Stereotyp zu dekonstruieren, dass die Kunstmarktforschung nur die Konsumgewohnheiten und -präferenzen der Oberschicht westlicher Gesellschaften berücksichtigt, während sie die lokale Produktion und den lokalen Konsum vernachlässigt. In einem umfassenden Verständnis bietet die Kunstmarktforschung viele Möglichkeiten, komplexe und sozial verantwortliche Themen zu bearbeiten, die den aktuellen Forschungsprioritäten entsprechen sollten. Auf internationaler Ebene wird derzeit vor allem der illegale Kunsthandel thematisiert, um Plünderungen, illegale Im- und Exporte von Kulturgütern und Geldwäsche zu bekämpfen.<sup>10</sup> Obwohl der Kunstmarkt nach wie vor einer der am wenigsten regulierten Sektoren ist, ist es nicht verwunderlich, dass sich Ansätze mit juristischen Fragestellungen gegenüber anderen durchsetzen. Dies spiegelt sich in der wachsenden Zahl nationaler und internationaler Projekte wider, die sich mit Provenienzforschung, Raubkunst und kolonialistischen Bestrebungen befassen und in die aktuelle Frage der musealen Restitution und Repatriierung münden. In Anlehnung an Gustafsson und Lazzaro (2021), die untersuchen, wie der Kultur- und Kreativsektor innovative Antworten auf zukünftige gesellschaftliche Herausforderungen in Europa geben kann, glauben wir, dass weitere Argumente die Kunstmarktforschung in der heutigen Gesellschaft relevant machen können. Die Aufgabe der Kunstmarktforschung als Disziplin

<sup>9</sup> Unter den jüngsten Forschungsprojekten, an denen sowohl Wissenschaftler:innen als auch Praktiker:innen beteiligt sind, ist zum Beispiel die Zusammenarbeit der *Agnews Gallery* mit der *National Gallery of Art* in London zu nennen; siehe: [www.nationalgallery.org.uk/research/research-centre/agnews-stock-books](http://www.nationalgallery.org.uk/research/research-centre/agnews-stock-books) [aufgerufen am 11.03.2023]. Auch die *Universität Maastricht* (Niederlande) beteiligt sich derzeit an Projekten zum illegalen Kunsthandel, an denen sowohl Wissenschaftler:innen verschiedener Disziplinen (z. B. Kriminologie, Wirtschaftswissenschaft, Kunstgeschichte) als auch Praktiker:innen (z. B. Händler:innenverbände, Regierungsbeamte:innen usw.) beteiligt sind.

<sup>10</sup> Siehe <https://culture.ec.europa.eu/de/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/protection-against-illicit-trafficking> [aufgerufen am 11.03.2023].

sollte darin bestehen, engagierte und gut informierte Kunstmarktakteure auszubilden, die sich der aktuellen gesellschaftlichen Probleme bewusst sind und bereit sind, den Sektor in Richtung einer gerechteren Wirtschaft zu bewegen, die besser mit grundlegenden künstlerischen und sozialen Werten in Einklang steht (vgl. Lazzaro et al. 2021). In einer immer komplexer werdenden Gesellschaft, die eine Vielzahl von beruflichen Kompetenzen und Sensibilitäten erfordert, werden im Folgenden fünf relevante Bereiche kurz beleuchtet. Dabei geht es uns nicht um eine umfassende Diskussion, sondern um einige erste Beobachtungen, die zu weiterer Aufmerksamkeit und Forschung anregen sollen.

## **Vielfalt**

Das Streben nach mehr Vielfalt in allen Bereichen ist zu einer der obersten Prioritäten westlicher Forschungsprogramme geworden. Aufgrund seiner komplexen Segmentierung bietet der Kunstmarkt aufschlussreiche Perspektiven, sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite. Auf horizontaler Ebene setzt sich der Kunstmarkt aus zahlreichen Segmenten zusammen, die von Gemälden und Skulpturen über Grafik und Kunsthandwerk bis hin zu archäologischen Objekten, Sammlerstücken, Mineralien, Antiquitäten und NFTs reichen. Die Sammlungspraktiken sowie die Vorlieben, Anreize, sozioökonomischen und kulturellen Hintergründe und die relative Zahlungsbereitschaft für diese Objekte sind in diesen Segmenten sehr unterschiedlich. Wie beispielsweise Lazzaro et al. (2021) betonen, konzentriert sich die Forschung derzeit hauptsächlich auf die bildende Kunst, insbesondere auf Gemälde, Zeichnungen und Druckgrafiken. Worauf Käufer:innen Wert legen, wenn sie zum Beispiel einen alten europäischen Wandteppich, Delfter Blau, Muranoglas oder chinesische Kalligrafie kaufen, ist noch weitgehend unerforscht. Darüber hinaus können objektbasierte Erkenntnisse über solche – vielleicht eher populären – Konsumgewohnheiten (siehe z.B. Alexander 2020) den Forscher:innen helfen, die komplexen Dynamiken zu verstehen, die die Vielfalt derjenigen widerspiegeln, die Kunst und visuelle Kultur konsumieren. Die meisten dieser horizontalen Segmente finden sich auch auf jeder vertikalen Ebene wieder, mit unterschiedlichen Preis- und Qualitätsniveaus. Mit anderen Worten, die Tendenz, sich auf das obere Segment des Marktes zu konzentrieren, hat das Wissen über die Funktionsmechanismen der mittleren und unteren Segmente verzerrt, wo Käufer:innen mit unterschiedlichen Profilen und Motivationen agieren.

Ernsthafte Probleme bei der Definition von Marktsegmenten hindern Forscher:innen daran, diese anderen vertikalen Segmente mit Zuversicht zu erforschen. Die derzeitige Unterscheidung zwischen unteren, mittleren und oberen Marktsegmenten auf der Grundlage einer preisbasierten Typologie, wie sie in den Berichten von *Artprice* und *Art Basel/UBS* vorgeschlagen wird (McAndrew 2021), formt unser Verständnis der vertikalen Struktur des Kunstmarkts künstlich und führt häufig zu verkürzten Korrelationen zwischen Preis und Qualität. Weitere Forschungsarbeiten, die die Vielfalt der Produzent:innen, Vermittler:innen und Verbraucher:innen in diesen Marktsegmenten widerspiegeln, sind daher erforderlich, um zu vielfältigeren Forschungsperspektiven zu gelangen.

## **Inklusivität**

Im Zusammenhang mit dem vorhergehenden Punkt ist die Inklusivität ein weiterer transversaler Parameter, der in der Kunstmarktforschung stärker berücksichtigt werden sollte. Obwohl ‚der Kunstmarkt‘ theoretisch für alle offen ist, wird er in der Vorstellung allzu oft mit einem negativen, elitären und somit exklusiven Raum assoziiert. Die Schwierigkeit für viele, die Tür einer Galerie oder eines Auktionshauses zu öffnen, aufgrund sozialer und symbolischer Barrieren, ist ein anerkanntes Bourdieu’sches Argument. Während diese Behauptung für die High-End-Märkte kaum zu widerlegen ist, stellt sich die Situation in den anderen Segmenten, in denen auch andere gesellschaftliche Sphären auf unterschiedliche Weise Kunst konsumieren, anders dar. Da der Kunsthandel bekanntermaßen besonders stark von solchen Ungleichheiten betroffen ist – einschließlich der Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern, der ethnischen Zugehörigkeit und dem sozioökonomischen Hintergrund (z. B. Cameron et al. 2019) –, müssen u. a. Kunsthistoriker:innen, Soziolog:innen und Wirtschaftswissenschaftler:innen zusammenkommen, um die bestehenden Missstände aufzuzeigen und Empfehlungen zur Förderung von Inklusivität im weitesten Sinne und zur Entstigmatisierung dieser gesellschaftlichen Bereiche zu geben. Ebenso wie die zunehmende Tendenz unter Kunsthistoriker:innen, marginalisierte künstlerische Produktionen (von Künstler:innen, BPoC-Künstler:innen, indigenen Künstler:innen etc.) gleichberechtigt zu behandeln, spielt die transdisziplinäre Kunstmarktforschung eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, unterschiedliche Konsum- und Handelsmuster, Bewertungsmechanismen und Wahrnehmungen des kulturellen und wirtschaftlichen Werts von Kunst und visueller Kultur zu beleuchten. Während

in den letzten Jahren zunehmend Versuche unternommen wurden, die Entstehung von Märkten in Südamerika, Ostasien, Südostasien, Afrika und dem Nahen Osten zu analysieren (z.B. Velthuis/Curioni 2005; Jules-Rosette 2014; Molho 2021), sind mehr Wissen und Daten über Länder und Regionen außerhalb des Westens notwendig, um zu verhindern, dass weiße, männliche, eurozentrische Vorstellungen davon, wie ‚Kunst‘ definiert und bewertet wird, fortbestehen. Die Zukunft der integrativen Kunstmarktforschung, die sich oft auf Fallstudien konzentriert, braucht eine Makroperspektive, um den lokalisierten Studien mehr Gewicht zu verleihen. Die Untersuchung dieser Märkte aus einer transversalen Perspektive könnte es uns ermöglichen zu beurteilen, inwieweit diese Segmente von den elitären Strukturen des europäischen und nordatlantischen Modells abweichen. Bleiben solche Studien jedoch isoliert, wird ihre Wirkung wahrscheinlich begrenzt bleiben und dazu beitragen, dass die Kunstmärkte weiterhin als elitär charakterisiert werden. Eingebettet in einen transdisziplinären Diskurs werden sie sich jedoch als aufschlussreicher und wirkungsvoller erweisen. Dies bedeutet nicht, dass Transdisziplinarität das elitäre Denken in der Kunstwelt – verstanden als die physischen Räume, in denen der Handel mit Kunst und die öffentliche Bewertung von Werten stattfinden – aufheben wird. Aber ein transdisziplinärer Forschungsansatz wird die Voreingenommenheit der Wissenschaft gegenüber den so genannten schönen Künsten des Westens deutlich verringern, indem er die Vorstellungen darüber erweitert, was einen Kunstmarkt ausmacht.

## Nachhaltigkeit

Der Kunstmarkt als Transaktions- und Berufsfeld ist für seinen dramatischen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bekannt, insbesondere durch die Kunstmesse-Agenda, die Galerien, Kunstwerke und Sammler:innen dazu zwingt, um die Welt zu reisen, ohne die ökologischen Auswirkungen der Wirtschaft, in der sie tätig sind, zu messen. Die neue Begeisterung für NFT-gesicherte Kunst, die seit dem Ausbruch der Pandemie die Kunstmarktlandschaft prägt, trägt zweifellos zur Verschärfung dieser Situation bei, da diese Technologie als besonders energieintensiv bekannt ist (Whitaker 2019). Forschung zu diesem Thema ist daher notwendig, um in enger Zusammenarbeit mit Praktiker:innen

angepasste Lösungen zu finden.<sup>11</sup> Perspektiven für ein nachhaltigeres Konsumverhalten lassen sich auch im unteren Segment des Kunstmarktes beobachten. Wir argumentieren, dass jedes kulturelle Objekt, das einen ästhetischen Wert hat, auch wenn sein primärer Wert ein Gebrauchswert ist (z. B. Kunsthandwerk, dekorative Kunst, angewandte Kunst, Design, Möbel usw.), ein potenzielles Untersuchungsobjekt für den Kunstmarkt darstellt. Die Massenproduktion von Möbeln und dekorativen Gegenständen durch multinationale Fast-Fashion-Unternehmen steht im Widerspruch zur Dringlichkeit des Klimaschutzes und der Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, während auf lokaler Ebene viele Vintage- und Antiquitätenhändler:innen den Käufer:innen die Möglichkeit bieten, Möbel zu relativ erschwinglichen Preisen zu erwerben.<sup>12</sup> Diese Objekte vermitteln nicht nur ein Stück Geschichte, sondern bieten auch ein handwerkliches Niveau, das von einem breiteren Publikum geschätzt werden kann. In diesem Prozess spielt die Rolle der Kunsthistoriker:innen eine wesentliche Rolle, denn eine derzeitige Einschränkung dieser Objekte besteht darin, dass sie nicht immer dem zeitgenössischen Geschmack entsprechen. Kunsthistorisches Wissen ist notwendig, um diesen Objekten wieder einen Wert und eine Bedeutung zu geben, zusammen mit Werbeinstrumenten, die darauf abzielen, die aktuellen Werte im Sinne eines nachhaltigen Konsums hervorzuheben. Gleichzeitig sollten Wirtschaftswissenschaftler:innen beginnen, diesen Märkten mehr Aufmerksamkeit zu schenken, um die Mechanismen der Bewertung und Preisbildung besser zu verstehen, die sich von denen in den höheren Marktsegmenten unterscheiden dürften.

## Ausbildung

Wie in Abschnitt Die Problematik der Kunstmarktforschung als ‚Teilgebiet‘ dargelegt, würde eine transdisziplinäre Kunstmarktforschung Studierende mit dem notwendigen Rüstzeug ausstatten, um entweder Forscher:innen oder Praktiker:innen zu werden, indem sie eine Kohorte von engagierten Individuen ausbildet, die sich der aktuellen Trends und Herausforderungen in diesem Bereich bewusst sind. Wir argumentieren hier insbesondere, dass das Konzept der Transdisziplinarität bei der Beantragung von Stipendien sinnvoll eingesetzt werden kann, zumal sich die Kunstmarktforschung als ideales Labor für die Erprobung dieses Ansatzes er-

<sup>11</sup> In jüngster Zeit wurden Initiativen gestartet, um den Kunstmarkt für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren. Siehe z. B. <https://galleryclimatecoalition.org> [aufgerufen am 11.03.2023].

<sup>12</sup> Zu den laufenden (veröffentlichten und unveröffentlichten) Forschungsprojekten, die sich mit ähnlichen Fragen befassen, gehören *SOLD! The Year of the Dealer*, ein Projekt unter der Leitung von M. Westgarth an der *Universität Leeds* [ausschließlich historische Perspektive] und das von der NWO finanzierte Projekt *Crafting Future Urban Economies* unter der Leitung von Amanda Brandellero an der *Erasmus Universität Rotterdam*.


wiesen hat. Dieses noch im Entstehen begriffene Forschungsgebiet kann es Wissenschaftler:innen und Praktiker:innen ermöglichen, interdisziplinär neue Methoden und Interpretationswerkzeuge zu entwickeln, die sich unmittelbar auf die Gesellschaft auswirken. In konzeptioneller Hinsicht kann die Auseinandersetzung mit Transdisziplinarität für andere Disziplinen, die sich ebenfalls im Prozess der Institutionalisierung befinden, sowie für den Bereich der Erkenntnistheorie von Nutzen sein. Die Integration von Transdisziplinarität in die Bildungsprogramme kann auch den Studierenden zugutekommen, indem die Komplexität menschlicher und sozialer Interaktionen modelliert und Wege aufgezeigt werden, wie mit großen und heterogenen Daten- und Informationsmengen in einem globalisierten Kontext umgegangen werden kann.

### **Wirtschaftliches Wachstum**

Im Zusammenhang mit dem vorhergehenden Punkt werden junge Fachkräfte mit einem transversalen Ansatz in den Künsten besser gerüstet sein, um auf dem Arbeitsmarkt für Kunstberufe Fuß zu fassen und zu dessen Wachstum beizutragen. Als Teil der Kultur- und Kreativindustrien, die bekanntermaßen die Wirtschaft ankurbeln (Caves 2000),<sup>13</sup> stellen die internationalen Kunstmärkte einen bedeutenden globalen Marktanteil dar, der für das Jahr 2021 auf 61,5 Milliarden US-Dollar geschätzt wird (McAndrew 2022). Künstler:innen, Vermittler:innen und Käufer:innen nehmen an einem wertorientierten Wirtschaftssystem teil, in dem Waren von ästhetischem und kulturellem Wert produziert, gehandelt und konsumiert werden. Dies gilt insbesondere für das Kunsthandwerk, in dem lokale Fertigkeiten und regionales Know-how in Form von Kunst- und Kulturgütern von Generation zu Generation weitergegeben werden. Es ist bekannt, dass dieser wenig beachtete Sektor auch zur nationalen und lokalen Wirtschaft beiträgt (Mignosa/Kotipalli 2019). Neue Wissens-, Bewertungs- und Förderungsmechanismen, die von Geisteswissenschaftler:innen im Allgemeinen (und von Kunsthistoriker:innen im Besonderen) gefördert werden, sind notwendig, um die Aufwertung und das Überleben dieser Praktiken zu gewährleisten. In einer immer komplexer werdenden Gesellschaft könnte die Förderung eines transversalen Ansatzes in der Kunstmarktforschung auch die Beschäftigungsmöglichkeiten für Absolvent:innen mit einer transversalen theo-

retischen und methodischen Ausbildung erweitern, die andernfalls mit einem stetig schrumpfenden Stellenpool für Geisteswissenschaftler:innen konfrontiert wären.<sup>14</sup>

## **5 Schlussfolgerungen**

Das Gebiet der Kunstmarktforschung ist seit den 1980er Jahren stark gewachsen und hat einen Grad der Institutionalisierung erreicht – nicht nur durch eine wachsende Zahl von Wissenschaftler:innen, die sich mit verwandten Themen beschäftigen, sondern auch durch die Gründung von Berufsverbänden, Fachzeitschriften und spezialisierten Studiengängen –, der es rechtfertigt, es über seinen derzeitigen Status als Teilgebiet innerhalb anderer Disziplinen hinaus zu entwickeln. Da die Kunstmarktforschung von ihrem Ursprung her interdisziplinär ist, ist es für ihren weiteren Erfolg und ihre Entwicklung notwendig, sich unter einer transdisziplinären Führung zu organisieren, die Mechanismen für die gemeinsame Nutzung von Daten, Open-Access-Publikationen, eine transdisziplinäre Methodenausbildung und eine Kultur der Zusammenarbeit vorsieht, die auf einen epistemischen Wandel abzielt, der vormalige getrennte Lerninhalte wie visuelle Kompetenz, Datenanalyse und -management, statistische Kenntnisse und die Fähigkeit zur Auswertung von Primärquellen und Archivbeständen integriert. Die Institutionalisierung der Kunstmarktforschung als eigenständige Disziplin würde die Entwicklung spezieller Bachelor-Studiengänge nach sich ziehen, die in der Lage wären, Studierende für den Einstieg in kunstmarktbezogene Berufe auszubilden, aber auch für andere Sektoren, die von einer Kohorte junger Fachkräfte profitieren könnten, die gleichermaßen über visuelle und Datenkompetenz verfügen. Die Konsolidierung einer solchen transdisziplinären Fakultät würde auch den Fortbestand der Disziplin, ihrer Prüfungsverfahren, ihrer Wettbewerbsfähigkeit und ihrer pädagogischen Ziele sichern. Die Ergebnisse unseres Vorschlags bleiben natürlich abzuwarten, aber die Einrichtung experimenteller Fachbereiche – idealerweise innerhalb von Institutionen, die bereits über eine solide Tradition in der Kunstmarktforschung verfügen – würde weitere empirische Studien zu den Vor- und Nachteilen der Einrichtung transdisziplinärer Kunstmarktprogramme ermöglichen. 

<sup>13</sup> Aktuelle Statistiken über die wirtschaftlichen Auswirkungen der CCIs auf europäischer Ebene finden Sie unter folgendem Link: <https://ec.europa.eu/eurostat/de/web/culture/data> [aufgerufen am 11.03.2023].

<sup>14</sup> Siehe [www.insidehighered.com/news/2022/04/29/study-humanities-graduate-education-shrinking](http://www.insidehighered.com/news/2022/04/29/study-humanities-graduate-education-shrinking) [aufgerufen am 11.03.2023].

## Literatur

- (Aagaard-Hansen 2007) Aagaard-Hansen, Jens. 2007. The Challenges of Cross-disciplinary Research, in: *Social Epistemology* 21(4), S. 425–38.
- (Alexander 2020) Alexander, Kaylee P. 2021. Marbrriers de Paris: the popular market for funerary monuments in nineteenth-century Paris, in: *Early Popular Visual Culture* 18(2), S. 127–48.
- (Alexander 2021) Alexander, Kaylee P. 2021. Book Review of *Painting by Numbers: Data-Driven Histories of Nineteenth-Century Art* by Diana Seave Greenwald, in: *Nineteenth-Century Art Worldwide* 20(3). URL: <https://doi.org/10.29411/ncaw.2021.20.3.8> (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Alvargonzález 2011) Alvargonzález, David. 2011. Multidisciplinarity, Interdisciplinarity, Transdisciplinarity, and the Sciences, in: *International Studies in the Philosophy of Science* 25, S. 387–403.
- (Bedeian 1996) Bedeian, Arthur G. 1996. Thoughts on the Making and Remaking of the Management Discipline, in: *Journal of Management Inquiry* 5(4), S. 311–18.
- (Bernstein 2015) Bernstein, Jay Hillel. 2015. Transdisciplinarity: A Review of its Origins, Development, and Current Issues, in: *Journal of Research Practice* 11, S. 1–20.
- (Bresnen 2016) Bresnen, Mike. 2016. Institutional Development, Divergence and Change in the Discipline of Project Management, in: *International Journal of Project Management* 34, S. 328–38.
- (Brewer 1999) Brewer, Garry. 1999. The Challenges of Interdisciplinarity, in: *Policy Sciences* 32, S. 327–37.
- (Cameron et al. 2019) Cameron, Laurie / Goetzmann, William N. / Nozari, Milad. Art and Gender: Market Bias or Selection Bias?, in: *Journal of Cultural Economics* 43, S. 279–307.
- (Caves 2000) Caves, Richard. 2000. *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- (Condee 2016) Condee, William. 2016. The Interdisciplinary Turn in the Arts and Humanities, in: *Issues in Interdisciplinary Studies* 34, S. 12–29.
- (David et al. 2020) David, Géraldine / Huemer, Christian / Oosterlinck, Kim. 2020. Art Dealers' Inventory Strategy: The case of Goupil, Boussod & Valadon from 1860 to 1914, in: *Business History* 65(1), S. 24–55. URL: <https://doi.org/10.1080/00076791.2020.1832083> (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Elkins 2006) Elkins, James. 2006. *Is Art History Global?* New York: Routledge.
- (Evard und Colbert 2000) Evard, Yves / Colbert, François. 2000. Arts Management: A New Discipline Entering the Millenium?, in: *International Journal of Arts Management* 2, S. 4–13.
- (Ginsburgh und Weyers 2008) Ginsburgh, Victor / Weyers, Sheila. 2008. On the Contemporaneousness of Roger de Piles Balance des Peintres, in: *Sublime Economy. On the Intersection of Art and Economics*. Cullenberg, Stephen E. / Childers, Joseph W. / Amariglio, Jack (Hrsg.). London: Routledge, S. 112–23.
- (Ginsburgh et al. 2019) Ginsburgh, Victor / Radermecker, Anne-Sophie/ Tommasi, Denni. 2019. The Implicit Value of Art Experts: The Case of Klaus Ertz and Pieter Brueghel the Younger, in: *Journal of Economic Behavior and Organization* 159, S. 36–50.
- (Gustafsson und Lazzaro 2021) Gustafsson, Christer / Lazzaro, Elisabetta. 2021. The Innovative Response of Cultural and Creative Industries to Major European Societal Challenges: Toward a Knowledge and Competence Base, in: *Sustainability* 13(23), S. 13267. URL: [www.mdpi.com/2071-1050/13/23/13267](http://www.mdpi.com/2071-1050/13/23/13267) (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Johnson et al. 2020) Johnson, Jessica M. / Mimmo, David / Tilton, Lauren (Hrsg.). 2020. *Computational Humanities. Debates in the Digital Humanities*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- (Jules-Rosette 2014) Jules-Rosette, Bennetta. 2014. Aesthetics and Market Demand: The Structure of the Tourist Art Market in Three African Settings, in: *African Studies Review* 29(1), S. 41–59. URL: <https://doi.org/10.2307/524106> (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Huuttoniemi et al. 2011) Huuttoniemi, Katri / Thompson Klein, Julie / Bruun, Henrik / Hukkinen, Janne. 2011. Analyzing interdisciplinarity: Typology and indicators, in: *Research Policy* 39, S. 79–88.
- (de Marchi und van Miegroet 2006) Marchi, Neil de / van Miegroet, Hans J (Hrsg.). 2006. *Mapping Markets for Paintings in Europe, 1450–1750*. Turnhout: Brepols.
- (Jahn et al. 2012) Jahn, Thomas / Bergmann, Matthias / Keil, Florian. 2012. Transdisciplinarity: Between mainstreaming and marginalization, in: *Ecological Economics* 79, S. 1–10.
- (Lazzaro et al. 2021) Lazzaro, Elisabetta / Moureau, Nathalie / Turpin, Adriana (Hrsg.). 2021. *Researching Art Markets: Past, Present and Tools for the Future*. Oxfordshire, UK: Routledge.
- (Levien 1997) Levien, Roger. 1997. *RAND, IIASA, and the Conduct of Systems Analysis*. Weston, CT: Strategy and Innovation Consulting.
- (Lincoln und van Ginhoven 2018) Lincoln, Matthew / Van Ginhoven, Sandra. 2018. *Modeling The Fragmented Archive: A Missing Data Case Study from Provenance Research*. DH2018. URL: <https://dh2018.adho.org/en/modeling-the-fragmented-archive-a-missing-data-case-study-from-provenance-research> (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Max-Neef 2005) Max-Neef, Mandred A. 2005. Foundation of Transdisciplinarity, in: *Ecological Economics* 53, S. 5–16.
- (McAndrew 2022) McAndrew, Clare. 2022. *The 2022 Art Basel and UBS Global Art Market Report*. Basel.
- (McNulty 2013) McNulty, Tom. 2013. *Art Market Research: A Guide to Methods and Sources*, 2nd ed. Jefferson, NC: McFarland.
- (Mignosa und Kotipalli 2019) Mignosa, Anna / Kotipalli, Priyatej (Hrsg.). 2019. *A Cultural Economic Analysis of Crafts*. London: Palgrave McMillan.
- (Molho 2021) Molho, Jeremie. 2021. Becoming Asia's Art Market Hub: Comparing Singapore and Hong Kong, in: *Arts* 10(2), S. 28. URL: <https://doi.org/10.3390/arts10020028> (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Nicolescu 2014) Nicolescu, Basarab. 2014. Methodology of Transdisciplinarity, in: *World Futures* 70, S. 186–99.
- (Oberste-Hetbleck 2018) Oberste-Hetbleck, Nadine. 2018. *Kunstmarktforschung — Ein Statement zur Bestandsaufnahme, in Kunst—Wissenschaft—Recht—Management*. Festschrift für Peter Michael Lynen. Mahmoudi, Nathalie / Mahmoudi, Yasmin (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlag, S. 387–95.
- (Oosterlinck 2019) Oosterlinck, Kim. 2019. The Value of Taste. Auction Prices and the Evolution of Taste in Dutch and Flemish Golden Age Painting 1642—2011 by Peter Carpreau, in: *Journal of Cultural Economics* 43, S. 413–15.
- (Oosterman und Yates 2022) Oosterman, Naomi / Yates, Donna. 2022. *Art Crime in Context. Studies in Art, Heritage, Law, and the Market* Vol. 6. Cham: Springer Nature Switzerland AG.
- (Pagani 2021) Pagani, Laura. 2021. Review of *Painting by Numbers: Data-Driven Histories of Nineteenth-Century Art* by Diana Seave Greenwald, in: *Journal of Cultural Economics* 45(4), S. 735–38.
- (Radermecker 2022) Radermecker, Anne-Sophie. 2022. Elisabetta Lazzaro, Nathalie Moureau, Adriana Turpin (Hrsg.). *Researching art markets. Past, present and tools for the future* (Routledge Research in the Creative and Cultural Industries), in *Journal of Cultural Economics* 46(1), S. 199–203.
- (Radermecker und Alvarez de Toledo 2023) Radermecker, Anne-Sophie / Alvarez de Toledo, Felipe. 2023. *The History of Art Markets: Methodological Considerations from Art History and Cultural Economics*, in: *International Journal of Digital Art History*. URL: <https://dahj.org/article/the-history-of-art-markets> (aufgerufen am 07.02.2023).
- (Renneboog und Spaenjers 2013) Renneboog, Luc / Spaenjers, Christophe. 2013. *Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market*, in: *Management Science* 59, S. 36–53.
- (Richardson 2008) Richardson, Alan J. 2008. Strategies in the Development of Accounting History as an Academic Discipline, in: *Accounting History* 13(3), S. 247–80.
- (van Miegroet et al. 2019) Van Miegroet, Hans J. / Alexander, Kaylee P. / Leunissen, Fiene. 2019. Imperfect Data, Art Markets and Internet Research, in: *Arts* 8(3), S. 76. URL: <https://doi.org/10.3390/arts8030076> (aufgerufen am 07.04.2022).
- (Velthuis und Curioni 2015) Velthuis, Olav / Baia Curioni, Stefano. 2015. *Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*. Oxford: Oxford University Press.
- (Whitaker 2019) Whitaker, Amy. 2019. *Art and Blockchain: A Primer, History, and Taxonomy of Blockchain Use Cases in the Arts*, in: *Artivate* 8, S. 21–46.
- (Whitaker 2021) Whitaker, Amy. 2021. *Economics of Visual Art: Market Practice and Market Resistance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- (Youngblood 2007) Youngblood, Dawn. 2007. *Interdisciplinary Studies and the Bridging Disciplines: A Matter of Process*, in: *Journal of Research Practice* 3, S. 1–8.

## Kurzbiografien

**Anne-Sophie V. Radermecker** ist Juniorprofessorin für Kulturmanagement an der *Université libre de Bruxelles ULB*. Sie besitzt Abschlüsse in Kunstgeschichte (*Universität Lüttich*) und Kulturmanagement (ULB). 2019 verteidigte sie ihre Doktorarbeit über den Markt für frühe flämische Malerei. Radermecker ist außerdem B.A.E.F.-Stipendiatin der *Duke Art, Law & Markets Initiative* (DALMI) der *Duke University* und Dozentin für Cultural Economics & Entrepreneurship an der *Erasmus University Rotterdam*. Ihre Forschungsinteressen umfassen Kunst- und Kulturwirtschaft, die Ökonomie von Antiquitäten und unbestimmten Kunstwerken, Interaktionen zwischen Museen und dem Kunstmarkt, Bewertungsmechanismen in der Kunst und quantitative Methoden in der Kunstgeschichte.

**Kaylee P. Alexander** ist *ACLS Emerging Voices Postdoctoral Fellow for Digital Matters* an der *University of Utah*. Sie promovierte an der *Duke University*, wo sie auch als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Lehrassistentin für die *Duke, Art Law & Markets Initiative* (DALMI) tätig war. Spezialisiert auf die visuelle Kultur des 19. Jahrhunderts, umfassen Kaylees Forschungsinteressen datengesteuerte und computergestützte Geisteswissenschaften, Kulturwirtschaft und Kunstmarktforschung.