

Peter M. Lynen

Bericht über das Kolloquium
„Wert-Schätzung in den Künsten
– Maßstäbe, Definitionsmacht, Entwicklungen – “
am 16. und 17. Januar 2009 in Düsseldorf

Das Kolloquium entstand in Kooperation und enger Zusammenarbeit zwischen dem Seminar für Kunstgeschichte der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und der Kunstakademie Düsseldorf mit dem Zentrum für Internationales Kunstmanagement (CIAM). Letzteres wurde 2005 als zentrales Institut in der Hochschule für Musik und Tanz Köln auf der Grundlage eines Kooperationsvertrages zwischen den vier Kunsthochschulen in Düsseldorf und Köln (Kunstakademie Düsseldorf, Robert-Schumann- Hochschule Düsseldorf, Hochschule für Musik und Tanz Köln und Kunsthochschule für Medien Köln) errichtet. Es bietet einen Masterstudiengang Kunstmanagement an (vornehmlich, aber nicht ausschließlich für Absolventen künstlerischer Studiengänge) und beteiligt sich u.a. an weiterbildenden Angeboten, wie es bei diesem Kolloquium der Fall war. Dieses wurde großzügig gefördert von den beiden Freundesgesellschaften der Heinrich-Heine-Universität und der Kunstakademie und fand in Räumen der Fachhochschule Düsseldorf auf dem Campus der Universität statt. Begrüßt wurden die Teilnehmer vom neuen Rektor der Universität, Herrn Professor Dr. Piper. Der Teilnehmerkreis setzte sich aus Studierenden der verschiedenen Hochschulen einerseits und Interessenten aus Wissenschaft und Praxis andererseits zusammen. Die Tagung war ausgesprochen interdisziplinär angelegt, was sowohl durch die Auswahl der namhaften Referentinnen und Referenten aus Wissenschaft, Kunst und Praxis als auch durch die unterschiedlichen Themenstellungen der insgesamt 11 Vorträge sowie der damit verbundenen lebhaften Diskussionen deutlich wurde, die alle Sparten der Künste sowie die unterschiedlichen Branchen und „Märkte“ betrafen.

Angekündigt wurde das Kolloquium insbesondere mit folgenden Worten (aus dem zu dieser Veranstaltung einladenden Faltblatt): *Zu allen Zeiten werden die künstlerische Arbeit und die künstlerischen Werke aller künstlerischen Sparten bewertet. Solche Wertungen betreffen nicht nur die Wertung und Rezeption von Kunst in der jeweiligen Gesellschaft und in historischen Dimensionen, sondern sind von unmittelbarer Bedeutung für die Künstler selber und stehen insoweit auch im Kontext der künstlerischen Tätigkeit als „Beruf“, des Künstlers als „Unternehmer“ und der Kunst als „Ware“.* Das Kolloquium ging den damit verbundenen Fragestellungen aus heutiger Sicht der Wissenschaft und der Praxis

unter unterschiedlichen Blickwinkeln nach, wobei auch die Kunst selber und unmittelbar vertreten war. Besonderer Wert wurde auf die drei Kategorien des Untertitels der Tagung *Maßstäbe, Definitionsmacht, Entwicklungen* und die damit verbundene Kernfrage gelegt, ob und in welchen Beziehungen die unterschiedlichen Kriterien und Erkenntnisse stehen, die jeweils bereichsspezifisch entstehen, und inwieweit ihre Wirkungen über diese Bereiche hinausgehende Einflüsse und Interdependenzen zeitigen und zeitigen werden.

Das die Tagung einleitende Referat „*Aus Passion zur Profession: Vom Kunsthändler zum Galeristen*“ hielt Hans-Peter Thurn, Professor für Soziologie an der Kunstakademie Düsseldorf. Er verdeutlichte den Anspruch auf Einmaligkeit und Singularität, der für Künstler und Kunstwerk sowohl bei der Entstehung als auch der Rezeption und den verschiedenen Aneignungsprozessen von Kunst stets prägend sei. Da der Umgang mit Kunst durch Verhandlungen vermittelt werde und insbesondere dem Verhältnis von Kunst und Geld der Charakter eines Tauschs innewohne, benötige man qualifizierte Vermittler als Experten für riskanten Tausch. Thurn ging hier bereits auf die Antinomie zwischen Anschauungs- und Warenwert, zwischen „Wert“ und „Preis“ ein, ein wesentlicher Aspekt der einen gewissen roten Faden durch die ganze Veranstaltung zog, und wies auf die Kernkompetenzen im Feld widerstreitender Wertzumessungen zwischen ästhetischen und wirtschaftlichen Betrachtungsweisen mit dem Erfordernis einer gewissen Rollenvielseitigkeit hin, die solche Experten im Rahmen und bei Gestaltung dieser Tauschverhältnisse aufweisen sollten. Hierzu gehörten neben Kenntnisreichtum durchaus Leidenschaft oder Passion. Dies erläuterte er an Hand historischer Entwicklungen und mit Hilfe einer Fülle von Beispielen aus den im Titel seines Vortrags genannten Professionen. Im besonderen Blick auf die zeitgenössische Kunst kann man mit Thurn über die „Planung des Unplanbaren“ einschließlich des „Spiels mit dem Zufall“ sprechen.

Franz Müller-Heuser, Sänger und em. Professor sowie langjähriger Rektor der Hochschule für Musik Köln und Präsident des Deutschen Musikrats, widmete sich sodann dem Thema der „*Wertschätzung der Musik in der Gesellschaft*“. Sein Vortrag war ein vielseitiger und detaillierter Bericht über die Allgegenwärtigkeit der Musik, der sich sowohl auf den professionellen Umgang mit Musik als auch auf die nach wie vor lebendige Laienszene und die vielfältige Rezeption von Musik bezog. Auch Müller-Heuser griff die Unterscheidung von „Wert“ und „Preis“ mit durchaus kritischen Schlussfolgerungen einschließlich des zunehmenden Finanzierungsdrucks im öffentlichen Bereich auf, betonte aber die große Breite und deutliche Spitze des Musiklebens gerade in

Deutschland. Er untermauerte dies mit qualitativen Argumenten und quantitativen Angaben und vermittelte deutlich, dass es zum Kulturpessimismus keinen Anlass gebe. So sei zwar durchaus das Problem unterschiedlicher Altersstrukturen in der Musikrezeption festzustellen, auf der anderen Seite bestehe aber eine erhebliche Zunahme musikpädagogischer und musikvermittelnder Initiativen und Maßnahmen. Insgesamt erkenne und schätze die heutige Gesellschaft den Wert von Musik durchaus.

Der Literaturagent Uwe Heldt führte die Tagungsteilnehmer sodann mit seinem - einem Melaniesong entlehnten - Titel „*They're putting in a nickel and they want a dollar song – Wieviel ist ein Buch wert?*“ nahtlos von der Musik in die Welt der Literatur und der Verlage, insbesondere der Belletristik. Er machte – dem Ansatz von Thurn vergleichbar – deutlich, dass der Autor (zunächst) nicht auf einen ökonomischen Wert ziele (selbst nicht bei eher trivialer Literatur), sondern es ihm um eine – wie auch immer geartete – individuelle Botschaft ginge. In einer Überzeugungskette vom Autor über den Agenten, den Verleger, den Kritiker, die Medien, den Buchhändler bis hin zum Leser/Käufer unter der Maxime „Veröffentlichen heißt Leser suchen“ kämen zu den subjektiven bzw. intersubjektiven Wertungen objektive Wert- und Preisfaktoren hinzu. Die Entstehungskosten eines Buches von ca. 250 Seiten lägen – unabhängig vom literarischen Wert – bei ca. 10.000 Euro. Die Programmpolitik eines Verlages könne auf Ausgleich gerichtet oder sogar eine Art „Schrotschusspolitik“ sein, in der lukrative Neuerscheinungen die anderen Produkte „mit“finanzierten, sie könne aber auch zum Ziel haben, in jedem Fall Defizite zu vermeiden. Es sei durchaus problematisch, dass sich solche Prinzipien der Mischkalkulationen zugunsten der Bestsellerorientierung im Abschwung befänden. Durch damit verbundene Störungen im Vertrauensverhältnis zwischen Autoren und Verlagen habe etwa seit Ende der 80er Jahre der Einsatz von Literaturagenten als vermittelnde Glieder innerhalb dieser Überzeugungskette Bedeutung erlangt.

Später (ich vertausche an dieser Stelle die Reihenfolge der nächsten zwei Vorträge) griff der Verleger Thedel von Wallmoden diese Gedanken in seinem Vortrag „*Wer bestimmt den Wert? Über die Beziehung von symbolischen und ökonomischen Kapital in der Verlagsgesellschaft*“ auf und stellte vertiefende und ergänzende Aspekte aus Theorie und der – durch eigene Erfahrungen geprägten – Praxis vor. Er ging u.a. auf das Beispiel Samuel Fischers ein, der es als Verleger Gerhard Hauptmanns und des damals noch unbekanntes Thomas Manns verstand, künstlerische Bedeutung mit wirtschaftlichem Erfolg zu verbinden. Von Wallmoden betonte die Trias von Wertbehauptung, Wertdurchsetzung

und Wertsteigerung, was ihn durchaus mit seinen Vorrednern verband. Zu den Kaufentscheidungen bei literarischen Erzeugnissen wies er darauf hin, dass 70% solcher Entschlüsse am „point of sales“, also in der Buchhandlung getroffen würden. Im Hinblick auf die unterschiedlich zu beurteilende Doppelkodierung von literarischem und wirtschaftlichen Wert machte er gleichzeitig unter Rekurrerung auf die Gesellschaftstheorie Niklas Luhmanns deutlich, dass es sich bei Kunst und Wirtschaft um unterschiedliche Subsysteme der Gesellschaft mit jeweils selbstreferentiellen Gesetzmäßigkeiten handele.

Zwischen den beiden Vorträgen aus der Welt der Literatur stellte Nadine Müller vom Seminar für Kunstgeschichte der Heinrich-Heine-Universität aus ihrer gerade fertig gestellten Dissertation einen Auszug unter dem Vortragstitel *„Die Selbstvermarktung des Düsseldorfer Malerschülers Adolph Schroeter (1805-1875)“* vor und zeigte damit, dass (erfolgreiche) Selbstvermarktung von Künstlern auch im 19. Jahrhundert ein Thema mit bis heute aktuellen Zügen war. Sie stellte dabei klar, dass „Düsseldorfer Malerschule“ einen damals schon (und heute noch) klaren und abgegrenzten Begriff darstellte (im ganz engen Zusammenhang, aber nicht mit Identität zur Düsseldorfer Kunstakademie als Institution), der nicht nur im Sinne einer Stilrichtung kunstwissenschaftlich, örtlich und zeitlich abgegrenzt werden könne, sondern auch im Sinne einer wirtschaftlich verwertbaren Marke (als „Dachmarke“) damals wie heute eingesetzt worden sei bzw. eingesetzt werde. Dabei muss man heute die künstlerische Bedeutung Schroeters wohl geringer ansetzen als damals, was nicht gegen diese erfolgreiche Marketingstrategie spricht. Schroeter habe insbesondere mit seinem besonderen Signet, einem Pfropfenzieher, eine spezifische Form von Branding eingesetzt, die zusammen mit überlegten Methoden bei der Preisermittlung seiner Werke etablierende Wirkungen als „seine“ Marke gezeitigt und ihn aus dem Kreis der „Malerschüler“ verkaufsfördernd hervorgehoben habe.

Zum gelungenen Abschluss des ersten Tages des Kolloquiums kamen Kunst und Künstler unmittelbar zu Wort. Dies geschah in Gestalt eines wichtigen Vertreters der zeitgenössischen Kunst – Jochen Gerz – , der den im Rahmen einer solchen Veranstaltung paradox anmutenden Titel *„Künstler, rede nicht“* gewählt hatte. Das deutete bereits an, dass er – wie andere erfolgreiche Künstler bei vergleichbaren Fragestellungen auch – sich zwar kenntnisreich und klug auf ein solches Thema aus künstlerischer Sicht einlassen, sich aber gleichzeitig listig der für Künstler damit verbundenen Falle einer Reduktion ihrer Beurteilung auf Verkaufsstrategien und damit auch der Untergliederung dieser Tagung mit dem im Programm angekündigten Teilgebiet *„Themenfeld Selbstvermarktung“* entziehen werde. Gerz wies eingangs kurz auf die

Gleichzeitigkeit des Gewinn- und Verlustgefühls des Künstlers bei der Entäußerung und dem Verkauf eines Werks hin und stellte sodann drei seiner Projekte der letzten Jahre vor, deren Zusammenhänge mit dem Tagungsthema immer deutlicher wurden. Es waren dies die Projekte „*The Gift*“ (2000), „*Your Chair*“ (2001-2004) und das sich für 2010 in Vorbereitung befindliche Projekt „*2-3 Straßen*“ (Dortmund, Duisburg, Mülheim). Ausführliche Informationen über diese Projekte, die Gerz in anschaulicher Weise gab (welche an dieser Stelle aber nicht wiedergegeben werden können), finden sich unschwer auf der Website des Künstlers. Diesen Projekten von Gerz ist nicht nur eigen, dass das Publikum aus der Rolle des Konsumenten und Rezipienten in die des Gestalters und Akteurs mit konkreten Verantwortungen und Folgen (an die jenes möglicherweise zunächst gar nicht gedacht hat) tritt, sondern dass die damit verbundenen Interaktionen ausgeprägte und das jeweilige Projekt überhaupt erst ausgestaltende - einerseits typisierbare, andererseits individuell zu formende - Verhandlungselemente aufweisen. Dies erfolgt nicht nur zwischen jeweils zwei Partnern, sondern nicht selten multipersonell. Dabei entsteht nicht nur Kunst, sondern solche Vereinbarungsbeziehungen unterfallen gleichzeitig vielschichtigen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, politischen (im weiteren Sinne) und rechtlichen (durchaus im engeren Sinne) Kriterien und Maßstäben und bieten Erkenntnisse für spätere – ganz unterschiedliche - Projekte, auch für andere Künstler. (Am Rande sei vermerkt, dass hier der im (Kunst)Hochschulrecht und seinem Management seit einigen Jahren und zunehmend verwendete Begriff „künstlerisches Entwicklungsvorhaben“ mit Pendantfunktion zur Forschung mit Leben erfüllt wird.) Gerz tritt damit direkt als „Experte für riskanten Tausch“ (s.o. Thurn) in die Systematik der Tauschverhältnisse auf dem Gebiet der Kunst ein bzw. tritt als Veranstalter solcher Tauschverhältnisse auf, die an diesem Tag von allen Vorrednern unter unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet worden sind. Dabei wurde bei seinem anschaulichen Vortrag und einem Blick auf die Finanzierung dieser Projekte deutlich, dass Kunst und Kultur nicht nur dem Marktgeschehen unterliegen, sondern auch Aufgabe des Kulturstaats im Zusammenwirken zwischen Künstler, Gesellschaft und öffentlichen Instanzen sind, sei es durch unmittelbare Förderungen (etwa der Gebietskörperschaften Bund, Länder oder Kommunen), sei es stärker mittelbar im Dritten Sektor zwischen Staat und Markt.

Die Bildende Kunst und ihr Markt bildeten die Gegenstände des zweiten Tages des Kolloquiums, der mit dem Vortrag „*Kunstmarkt und Faktoren der Preisbildung in historischer Perspektive*“ von Andrea von Hülsen-Esch, Professorin an der Heinrich-Heine Universität, Seminar für Kunstgeschichte, Initiatorin und Mitveranstalterin dieser Tagung, eröffnet

wurde. Sie stellte – insbesondere im Blick auf das 17. und 18. Jahrhundert, aber auch durch Hinweise auf Werkstätten und das Unternehmertum früherer Zeiten, etwa am Beispiel Cranachs – die unterschiedlichen Kunstmärkte in Europa sowie die Kriterien und Bedingungen vor, unter denen zu dieser Zeit Kunst gesammelt und gehandelt worden ist. Die Wechselwirkungen zwischen Kunst- und Marktgeschehen wurden deutlich, etwa bei ihrer Darstellung der besonderen Prägung von Erwerbsentscheidungen von Kunst zur Erreichung von Luxuseffekten, dem Stillen von Repräsentationsbedürfnissen oder bei ihren Hinweisen auf ausgeprägte Modeerscheinungen, wie sie bei den sich seinerzeit großer Beliebtheit erfreuenden Miniaturportraits aufgetreten seien. Von Hülsen-Esch wies auch auf wichtige Rahmenbedingungen hin wie die Aufhebung von Importbeschränkungen in England 1638 und die Erlaubnis von Kunstauktionen. Dass man sich damals schon der Diskrepanz zwischen Kunsterzeugung und Kunstveräußerung bewusst gewesen sei, konnte an einer von ihr gezeigten Abbildung mit der Inschrift „Die schwerste Kunst ist zu mahlen, und nach ihr oft die zu bezahlen“ aufgezeigt werden (also lange vor Wilhelm Busch und seinem bekannten in vergleichbare Richtung gehenden Vers).

Nun kam die Sicht der Betriebswirtschaft unmittelbar ins Spiel. Dies zunächst aus wissenschaftlichen, dann aber auch aus den Blickwinkeln der Praxis und des Kunstmarktes. Bernd Günter, Professor an der Heinrich-Heine-Universität, wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, und der Business School in Düsseldorf, aus dessen Lehrstuhl eine Fülle von Forschungsarbeiten und Publikationen zum Kulturmanagement und zum Kulturmarketing stammt, was unmittelbar der Lehre (auch im CIAM) zu Gute kommt, sprach zum Thema „*Values*“ statt Wert – *Kunst und Kultur aus der Sicht von Betriebswirtschaft und Marketing*“. Er erinnerte an das Märchen vom „Hans im Glück“ und die bereits mehrfach angesprochene Ausgangslage, dass Wert und Preis voneinander zu trennende Kategorien seien. Insofern sei geeigneter von „Values“ und deren Tausch zu sprechen. Dabei stünden betriebswirtschaftlich der vergangenheitsbezogene Substanzwert (etwa bei Bilanzierungen oder den heute auch für Kulturbetriebe geforderten Vermögensbewertungen) und der zukunftsbezogene Ertragswert, der einen Erwartungshorizont umfasse, im Vordergrund der Betrachtungen. Modelle von Wertschätzungen umfassten diesbezüglich eine Fülle von Einflussfaktoren, die weitgehend subjektiver Art sein könnten: Ziele der Interessenten, Qualität (als „fitness for use“), der Knappheitsgrad eines Guts, die Existenz von Vergleichswerten, historische Bezüge, persönliche Beziehungen, ästhetische Komponenten etc. Insbesondere wies Günter auf ein Modell hin, dass die Eigenschaften und

Handlungsempfehlungen im Umgang mit Kulturgütern aus wirtschaftlicher Sicht in die drei Gruppen der Such-, Erfahrungs- und Vertrauenseigenschaften gliedere. Bei den Sucheigenschaften stünden Informationen und deren Gewinnung, bei den Erfahrungseigenschaften Zertifizierungen und Referenzen und bei den Vertrauenseigenschaften Ansehen und Reputation (vermittelt z.B. durch Rankinglisten) im Vordergrund der Wertsetzung.

Bernd Fesel, freiberuflicher Kulturveranstalter und kulturpolitischer Berater, der auch im Bereich der Fortbildung in Erscheinung tritt, begann seinen – zeitlich und inhaltlich an Günter anschließenden - Vortrag „*Vom Modernen zum Postmodernen Kunstmarkt*“ mit einem konzisen Überblick über die Kunstmarktentwicklung der einzelnen Jahrzehnte seit den 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts bis auf den gegenwärtigen Abschnitt seit 2000 bis heute. Dabei sei zuletzt die Verstärkung der Internationalisierung und Globalisierung mit einer Verschiebung der Käufermärkte (auch in Bezug auf deutsche Kunst ins Ausland, die aber dort – noch – gefragt sei) unübersehbar. Ähnlich wie Müller Heuser für die Musik wies Fesel zur Bildenden Kunst darauf hin, dass zum großen „Profi“-markt ein vergleichbar bedeutsamer „Amateur“-markt hinzukäme. Die großen Einzelumsätze würden aber nur von wenigen Akteuren erzielt, was sowohl die Künstler und ihre Rankings als auch die Kaufinteressenten und Erwerbentscheidungen (insbesondere in Versteigerungen und den damit verbundenen Konkurrenzsituationen) betreffe. Feststellbar sei auch eine gewisse Phasenverschiebung bei ursprünglich vier Phasen einer Kette, die ein Kunstwerk bei unterschiedlichen Akteuren und Rollen durchlief. Nach der ersten Phase der Entstehung eines autonomen Werks durch den Künstler käme es herkömmlich als zweite Phase durch Vermittlung (etwa durch den Galeristen) zum Erstverkauf, woran sich im Kunstmarkt als dritte Phase Wiederverkäufe angeschlossen, die in eine letzte Phase - geprägt durch Versteigerungen - münden könnte. Die heutigen Phasenverschiebungen bzw. –verkürzungen machte Fesel an zwei Beispielen deutlich: dem „Saatchi“- und dem „Hirst“-Effekt. Beim ersten Beispiel umgehe der Sammler Galerien und herkömmliche Vermittlungswege und trete unmittelbar an den Künstler heran, beim zweiten geschehe dies umgekehrt durch den Künstler selber (Damien Hirst mit seiner selbst veranstalteten – kommerziell sehr erfolgreichen – Versteigerung eigener Werke wurde in diesem Kolloquium mehrfach genannt), der von der ersten unmittelbar und selbstgesteuert in die vierte Phase eingriffe und diese ausfülle.

In seinem Vortrag „*Der Umgang mit den Werten – eine tägliche Herausforderung für die Kunstversicherung*“ konnte Stefan Horsthemke,

Managing Director der Axa Art Deutschland nicht nur aus seiner reichhaltigen praktischen Erfahrung im Versicherungswesen, sondern auch aus seiner Kenntnis der Bildenden Kunst schöpfen, wobei sich der Vortrag auf die klassische Moderne und die zeitgenössische Kunst fokussierte. Er machte an den Beispielen von Max Beckmann und Gustav Klimt deutlich, dass kunstwissenschaftliche Qualitätsmaßstäbe (mit der Frage: Handelt es sich um ein besonders bedeutsames Werk des Künstlers?) durchaus in die monetäre Bewertung prägend einfließen (Beispiel Beckmann, für den sein anerkannt wichtiges „Selbstbildnis mit Horn“ 2001 einen Versteigerungserlös von 22 Mio Dollar erbracht habe, was deutlich über Erlösen für andere Beckmann-Werke –auch nachhergelegen habe). Andererseits könnten sich aber auch (kostensteigernde) Trends entwickeln, die hiermit kaum erfassbar seien (Bsp. Klimt, dessen Versteigerungserlöse von 11 Mio Dollar im Jahre 1994 bis 87 Mio Dollar im Jahre 2006 – auch für weniger bedeutsame Werke - gestiegen seien). Hortsthemke ging darüber hinaus auf Fragen der Wertminderungen und Schäden an Kunstwerken bis zur Frage ein, wann man von einem Totalschaden sprechen könne. Auch hier zeigte sich ein Zusammenspiel von wirtschaftlichen Faktoren (Handelswert) mit Anschauungs- und Akzeptanzfaktoren einschließlich der urheberrechtlichen Aspekte, die z.B. sowohl bei altersbedingten Verfallserscheinungen als auch bei restaurativen Maßnahmen auftreten könnten.

Den Vortragsreigen schloss Takuro Ito, der aufgrund seiner unterschiedlichen Universitätsstudien und als Geschäftsführer des Versteigerungshauses Lempertz in seinem Vortrag „*Systeme reputativer Kommunikation – Die zeitgenössische Kunst und ihre Märkte*“ wissenschaftliche Erkenntnisse mit praktischer Anschauung und Erfahrung zu verbinden verstand. Er betonte –mit historischen Bezügen-, dass es sich um unterschiedliche Kriterien der Wertzumessung sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite handele und dass es unterschiedliche Mechanismen bei der „Preissetzung“ (etwa durch Galerien) und dem „Preiswettbewerb“ (etwa bei Versteigerungen) gebe. Aus dem Aufsatz „Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt“ von Beckert und Rössel (in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 2004, S. 32-50) zitierte Ito: „Unsere These lautet, dass der Wert eines Kunstwerks oder Künstlers in einem intersubjektiven Prozess der Bewertung und Reputationsverleihung durch Experten und Institutionen im Feld der Kunst entsteht.“ Ito stellte hinsichtlich der zeitgenössischen Kunst drei Kategorien in den Vordergrund: Kunst als Vereinbarungsbegriff, Kunst als Kultur der Zeitgenossenschaft (Ökonomie des Neuen) und Kunst als Institutionenkritik (auch unter Hinweis auf den gestrigen Vortrag von Gerz). Die Systeme gegenseitiger Reputationszuweisungen seien

bereichsspezifisch zu beurteilen. Beispielsweise funktionierten Kunstmessen mit erheblichen und rigiden Ausgrenzungsmechanismen anders als Buchmessen.

Als Zusammenfassung der sehr inhaltsreichen und gelungenen Tagung möchte ich mich auf drei kurze Schlussfolgerungen beschränken, die sich auf den Untertitel dieser Veranstaltung beziehen und die in engem Zusammenhang miteinander stehen: Das Kolloquium erschloss erstens eine Fülle unterschiedlicher *Maßstäbe*, die keineswegs beziehungslos nebeneinander stehen, sondern in intersubjektiven Prozessen vielfältige Wechselwirkungen entfalten. Es verdeutlichte zweitens, dass die *Definitionsmacht* nicht in einer Hand liegt, auch weder auf der Seite der Kunst, noch auf der Seite der Wirtschaft allein zu verorten ist. Und es machte drittens im Hinblick auf die *Entwicklungen* anschaulich, dass Maßstäbe und Definitionsmacht kein statisches System bilden, sondern – nicht nur durch die Akteure der Kunstvermittlung und des Kunstmarktes, sondern auch durch die Künstler selber und unmittelbar – geprägt und ständig umdefiniert werden können und werden. Dies verlangt vornehmlich von denjenigen, die „Experten für riskanten Tausch“ sind oder werden wollen, einen ständigen, differenzierten und flexiblen Erwerb von Kenntnissen mit einem Schuss Leidenschaft und Risikobereitschaft. Diese – vielleicht nicht überraschende, aber doch auf dieser Tagung unter Beleuchtung unterschiedlicher Aspekte anschaulich gewordene - Erkenntnis dürfte auch einen gewissen Leitfaden für die Lehre auf den Gebieten des „Managements“ von Kunst und Kultur bieten.

Düsseldorf/Köln, am 25. Januar 2009