

Tagung "Kunst Werte Gesellschaft"

Sonntag, 18. Mai 2008, 12 - 14 Uhr:

Zur Zukunft von non-profit Kunstinstitutionen zwischen Ökonomisierung und Widerständigkeit

Podiumsdiskussion mit:

Beatrice von Bismarck

(Professorin für Kunstgeschichte und Bildwissenschaft an der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig)

Stephan Opitz (Staatskanzlei Kiel, Kulturabteilung)

Bernd Fesel (Geschäftsführer des Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, Berlin)

Catrin Lorch (Kunstkritikerin, Köln)

Tino Sehgal (Künstler, Berlin)

Olaf Nicolai (Künstler, Berlin)

moderiert von **Leonie Baumann** (Arbeitsgemeinschaft Deutscher Kunstvereine, Berlin) und **Holger Kube Ventura** (Kulturstiftung des Bundes, Halle)

Holger Kube Ventura:

Meine Damen und Herren, liebe Gäste, wir sind jetzt gewissermaßen im Landeanflug der zweieinhalbtägigen Tagung "Kunst Werte Gesellschaft", und ich möchte eingangs noch einmal die Grundüberlegungen schildern, die Anlass gaben, diese Tagung durchzuführen, sowie einige Blitzlichter der Tagung resümieren, so dass wir dann sinnvoll ins Gespräch kommen.

Der Tagung unterliegt eine Grundannahme, die von vielen Beobachtern geteilt wird: In den letzten Jahren ist es zu einer starken Ökonomisierung des Kunstbetriebs gekommen, die in drei Dimensionen deutlich wird. Die erste ist folgende: Spektakuläre Großveranstaltungen prägen zunehmend das Verständnis von zeitgenössischer Kunst, das heißt: Was die Mehrheit einer Öffentlichkeit für zeitgenössische Kunst hält, generiert sich aus den großen, oft markterfolgreichen Unternehmungen im Kunstbetrieb. Dies bleibt nicht ohne Folgen - es legt die Gleichsetzung zwischen einem Marktwert und einem Symbolwert nahe, also die Überlegung, dass die teure, erfolgreiche Kunst auch die wichtige, die gute Kunst ist. Damit kehrt sich eine ehemalige Trennung zwischen Marktwert und Symbolwert komplett um.

Die zweite Dimension der Ökonomisierung ist die Beobachtung, dass gerade öffentlich finanzierte Einrichtungen zunehmend in der Forderung stehen, wirtschaftlicher, leistungsbezogener und publikumsorientierter zu arbeiten, was natürlich große Auswirkungen auf Programme und Selbstverständnisse hat. Die dritte Dimension der Ökonomisierung ist eine Beschleunigung des Betriebs: Immer jüngere Künstler werden immer schneller vermarktet, Kunst wird immer schneller entdeckt, und natürlich entwickeln diese Phänomene eine Eigendynamik - zum Beispiel an den Hochschulen, wo durch eine Trademark plötzlich Erwartungshaltungen entstehen, mit denen man vorher nicht zu tun hatte: Die Hochschule steht plötzlich in einem anderen Licht und ist mit anderen Anforderungen konfrontiert hinsichtlich dessen, was die Studierenden erreichen wollen, wie sie es erreichen wollen - und vor allem wie schnell.

Diese drei Aspekte einer Ökonomisierung des Kunstbetriebs haben uns während der Tagung geleitet und die Generalfrage dieser Veranstaltung ist eigentlich, ganz banal gesagt: Trägt diese Ökonomisierung zu einer

Vitalisierung bei oder ist sie eine Art Unterminierung? Kann man also sagen: Ökonomisierung ist gut, denn umso mehr Leute daran teilnehmen, desto mehr kann man von einer Art Vergesellschaftung sprechen. Ist es das, was wir immer gewollt haben - Kunst geht ins Leben und raus aus dem Elfenbeinturm - oder haben wir es hier mit Ausverkauf und Verflachung zu tun?

Ich möchte noch einmal wichtige Punkte der Tagung in Erinnerung rufen, von denen ausgehend wir heute ins Gespräch kommen können.

Ich beginne mit Stephan Schmidt-Wulffen, der am Freitag einen Vortrag gehalten und dabei einen großen Bogen gezogen hat. Er begann mit Olafur Eliasson als Beispiel für einen Künstler, der gewissermaßen als Firma operiert und also gar nicht mehr mit Kunstwerkproduzenten vergleichbar ist, wie man sie im herkömmlichen Sinne kannte, sondern eher wie eine Trademark operiert. Er hat den Bogen weiter gezogen über Sammler, über die Probleme von Museen bis hin zu der Entwicklung von Künstlern zu Kreativarbeitern, die sich längst ebenfalls davon entfernt haben, nur Werkproduzenten zu sein. Ein wichtiger Punkt bei Schmidt-Wulffen war die Frage, was man eigentlich gegen Eventkultur tun soll? Natürlich hatte er keine Antwort darauf, aber er hat zumindest eine Position vertreten: Man sollte ganz sicher nicht zurückkehren zu den alten Reinheitsgeboten - wie Klaus Staack es in seinem Grußwort gefordert hatte - also gar nicht erst versuchen, das Rad zurückzudrehen, sondern stattdessen ein neues Verhältnis etablieren. Wichtig bei Stephan Schmidt-Wulffen war ferner der Punkt, zwischen einer gefühlten und einer tatsächlichen Ökonomisierung zu unterscheiden. Gefühl mag die Ökonomisierung sehr groß sein, offen ist aber, ob sie tatsächlich so groß ist. Diese Frage hat erheblich mit den Medien zu tun, die sich auf bestimmte Aspekte kaprizieren und dabei leicht vergessen machen, dass sechshundneunzig Prozent des Betriebes weiter laufen wie bisher - und auch weiter schlecht laufen wie bisher.

Am zweiten Vortrag von Anne-Marie Bonnet fand ich sehr interessant, dass sie aus vielen verschiedenen Richtungen auf schon in der Vergangenheit existierende Verstrickungen im Kunstbetrieb hingewiesen hat: die Funktionen von Kunst, die Indienstnahmen von Kunst, die Kommerzialisierung von Kunst waren nie anders gewesen. Gleichzeitig sei heute aber ein starker Kriterienverlust zu beobachten, der es immer schwieriger macht, zu einer Position zu kommen. Anne-Marie Bonnet endete mit dem Plädoyer, sich wieder auf die Autonomie der Kunst zu besinnen, fern von Funktionen, die sie erfüllen soll.

Das Freitags-Podium unter dem Motto "Kunst Spektakel Öffentlichkeit" hat eine ganze Reihe von Facetten berührt, von denen ich nur einige kurz nennen möchte. Ein Ergebnis, das man festhalten konnte, war, dass die scheinbar so einfache Unterscheidung zwischen privat und öffentlich - von der auch Leonie Baumann und ich anfangs sehr bewusst ausgegangen waren - umso mehr zusammenfällt, je näher man sie anschaut. Man kann eigentlich sehr schlecht zwischen privat und öffentlich trennen, im wesentlichen arbeiten wir alle mit Mischformen.

Samstag war der Tag der Kunstvereine und kunstvereinsähnlichen Einrichtungen. Wir haben eine ganze Bandbreite von Institutionen kennen gelernt - zum Beispiel aus der Diaspora in Zwickau und Madrid, wo man auf einsamen Posten gegen die ganze Umwelt versucht, ein Kunstvereinsprogramm aufrecht zu erhalten oder überhaupt in Gang zu bringen, bis hin zu alt eingesessenen und sehr gut ausgestatteten Kunstvereinen wie in Münster, über den Carina Plath berichtete, dass auch er genauso wie die ganz kleinen in ein Grunddilemma verstrickt ist: Der Verein wird von einer luxurierenden Mittelschicht getragen, die mit der Kunstvereinsarbeit permanent versucht, sich selber in Frage zu stellen.

Der wesentliche Punkt beim Vortrag von Stephan Dilleuth war für mich die radikale Gleichsetzung des

Kunstmarkts mit dem Finanzmarkt: Man kann das Spekulieren mit Aktien und das Wetten auf Risiken direkt mit jenen Mechanismen vergleichen, die es im Kunstbetrieb gibt. Stephan Dilleuth hat die Diagnose gestellt, es gäbe einen Trend zu einer neuen Aufrichtigkeit: Das Kritisieren von Hypes und Verwertungsstrategien sei selbst wiederum zu einem Hype geworden. Darin zeigt sich die alte Figur des Kulturpessimismus, nach der es eben einfach nie ein Entrinnen gäbe.



Foto: © Hans Joachim Keller

Auf dem Samstagspodium "Vom Projektraum zum Kunstmuseum: Öffentliche Kunstorte zwischen Anspruch, Auftrag und Eigeninteresse" sprachen im ersten Teil Vertreter dreier Modelle von künstlerbestimmten Ausstellungsorten. Die Grundfrage, die Stephan Berg allen gestellt hatte war, wie man es in diesem Boom der Institutionen und Aktivitäten schafft, zu einer Identität zu kommen und ein eigenes Profil zu generieren. Die Antworten waren sehr unterschiedlich. Uli Aigner, Kuratorin der Städtischen Kunsthalle München, sagte, dass es ihrer Institution darum geht, künstlerische Positionen zu zeigen, die sonst in der Stadt nicht zu sehen sind. Sie hat zudem davon berichtet, wie leicht es sein kann, wenn man mit einem neuen Namen operiert, sich also quasi mit einer anderen Verpackung im Reigen platziert. Willi Otremba vom Künstlerhaus Dortmund hingegen betonte, dass die Künstler dort ihr eigenes Publikum sind, weil es in dieser Stadt weder einen Markt noch Interessenten gäbe. Jürgen Vorrath von der Produzentengalerie Hamburg erläuterte, dass diese Einrichtung zum Teil eine Kommanditgesellschaft, zum Teil eine GmbH und zum Teil ein Verein ist. Dadurch stünden verschiedene Instrumente zur Verfügung, um maximalen Bewegungsspielraum zu erreichen. Er bemerkte aber auch, dass es nicht auffallen würde, wenn es die Produzentengalerie gar nicht gäbe, sah sich also keinesfalls im Licht der Unabdingbarkeit.

Im zweiten Teil dieses Podiums stellten sich drei Modelle von Kunstmuseen vor: das Kunstmuseum Stuttgart als neu gegründete gGmbH, dessen Direktorin Marion Ackermann betonte, dass ihr Haus nur deswegen in der Stadt gut ankommt, weil sich das ganze Team permanent selber zur Diskussion und in Frage stellt. Ein ganz anderes Modell stellt die Kunsthalle zu Kiel dar. Dirk Luckow führte aus, dass er einerseits einen neuen Umgang mit Sammlungen verfolgt, um die Attraktivität des Museums zu steigern, und andererseits aber auch ganz klar auf publicityfähige Ausstellungen setzt, mit denen ein anderes Publikum gewonnen werden soll und die dennoch hohes Niveau haben. Von Harald Falckenberg, Vorsitzender des Kunstvereins in Hamburg und Sammler zeitgenössischer Kunst, möchte ich eine Bemerkung hervorheben, die mir im Gedächtnis geblieben ist und einen Gegenpol zu den anderen beiden Positionen zum Ausdruck bringt: Er sagte, die einzigen wirklich objektiven Kriterien bietet nur der

Markt. Das ist eine Position, die man aus vielen Branchen kennt.

Den Schlusspunkt meines Rückblicks bildet der Beitrag von Armin Chodzinski, der, wie ich finde, in einer ganz wunderbaren Weise Selbst-Inwertsetzungs-Strategien vollzogen, kritisiert, reflektiert, dann historisch eingebunden und schließlich in Bezug zu anderen Entwicklungen der Arbeitsgesellschaft gesetzt hat, von denen die Künstlerarbeitsgesellschaft ja ein Teil ist.

Ich möchte nun kurz erläutern, warum wir hier in einer solch großen Gruppe auf dem Abschlusspodium sitzen. Leonie Baumann und ich hielten es für sinnvoll, Personen aus unterschiedlichen Professionen und mit unterschiedlichen Blickwinkeln darum zu bitten, als Beobachter die gesamte Tagung zu begleiten. Ohne eigene Beiträge vorzubereiten, sollten sie am Ende aus ihrer jeweiligen Warte heraus ein Feedback des Tagungsgeschehens geben, vielleicht Aspekte betonen, die gefehlt haben, die in den Pausen entstanden sind oder in bilateralen Gesprächen mit den Referenten. Oder vielleicht auch, um auf Punkte hinzuweisen, die in der Konzeption der Tagung untergegangen sind. Wir haben die sechs Beobachter, die nun hier sitzen, nach beruflichen Richtungen ausgewählt. Es sind Vertreter aus Forschung und Lehre, Kulturpolitik, Kulturwirtschaft, Galerienwesen, aus dem Bereich Kunstkritik und - natürlich - aus der Kunstproduktion.

Beatrice von Bismarck war von 1989 bis 1993 Kuratorin am Städtischen Kunstinstitut Frankfurt, hat danach an der Universität Lüneburg gelehrt und dort den Kunstraum mitgegründet. Sie ist seit 2000 Professorin für Kunstgeschichte und Bildwissenschaften an der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig und hat dort auch den DO/C/K-Projektbereich gegründet. Olav Nicolai, Künstler, hat unter anderem an der documenta 10 und an den Venedig Biennalen 2001 und 2005 teilgenommen. Stephan Opitz ist stellvertretender Chef der Abteilung Kultur und Medien der Staatskanzlei Kiel und dort zuständig für den Bereich Kulturelle Grundsatzangelegenheiten. Bernd Fesel ist kulturpolitischer Berater und war bis 2005 Galerist. Er hat 1983 bis 1990 Volkswirtschaft und Philosophie in Heidelberg und Bonn studiert, war sechs Jahre lang Geschäftsführer des Bundesverbandes Deutscher Galerien und danach Generalsekretär des Europäischen Galerienverbandes. 2005 hat er das Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft gegründet und ist als Veranstalter, Dozent und Berater tätig, u.a. für die Kulturhauptstadt Europas, RUHR.2010.

Tino Sehgal studierte Choreografie und Volkswirtschaftslehre in Berlin und Essen, hat an zahlreichen Ausstellungen teilgenommen, unter anderem an der 4. berlin biennale 2006. Zusammen mit Thomas Scheibitz hat er 2005 für die 51. Biennale in Venedig im Deutschen Pavillon ein Werk realisiert und war 2007 für den Preis der Nationalgalerie für Junge Kunst nominiert. Catrin Lorch hat Kunstgeschichte, Journalismus, Städtebau und Germanistik studiert, war mehrfach als Kuratorin tätig und erhielt 2007 den Preis für Kunstkritik der ADKV und der Art Cologne. Sie arbeitet seit kurzem für die Süddeutsche Zeitung.

Leonie Baumann:

Unsere erste Frage an Sie zielt insbesondere auf die beobachtende Rolle zurück, die Sie in den letzten drei Tagen eingenommen haben: Wie haben Sie die Tagung erfahren, welche Aspekte fanden Sie bemerkenswert und welche möchten Sie aus Ihrer jeweiligen professionellen Sicht hinzufügen?

Bernd Fesel:

Das Interessanteste für mich war zu sehen, dass zur Zeit eine große gesellschaftliche Debatte geführt wird, die von Armin Chodzinski dargestellt, doch während der Tagung nicht reflektiert wurde. Ich meine den Aspekt, dass die Kreativen die ökonomische Zukunft der Wirtschaft sind - und zwar in der Tat ökonomisch und nicht nur ideell. Wenn

man heute Studien liest, etwa von Beratern wie Roland Berger über die Stadt München, dann sind dort die Kreativen als ökonomische Grundlage der Stadt aufgeführt. Dort rangieren Architekten, Landschaftsbauer, Künstler, Tänzer, Designer - sozusagen unsere ganze Kulturszene - vor Beratern, Ministern und den klassischen Industriebetrieben. Dieses Bewusstsein, dass man hier also quasi die Elite der Wirtschaft vor sich sitzen hat, war auf der Tagung gar nicht wiederzufinden. Die Gesellschaftsdebatte beinhaltet drei wesentliche Aspekte: die Individualisierung, die Digitalisierung und die Globalisierung. Auf dieser Tagung stand der Globalisierungsaspekt sehr stark im Fokus, aber weder das Thema Individualisierung noch Digitalisierung - wobei ich glaube, dass gerade in der Verzahnung der drei Themen das Interessante entsteht.

Das zweite wichtige Phänomen für mich war zu erfahren, dass Kunstvereine solche Schwierigkeiten in der Vermittlung ihrer eigenen Arbeit haben und ihre Mitglieder, die Politiker und zum Teil auch die Gesellschaft nicht erreichen. Ich habe mir überlegt, woran das liegt, vielleicht ist es ähnlich wie das, was ich auch beim Galeristenberuf gesehen habe. Man ist unterwegs, um den Künstler darzustellen und ist dabei in den Augen eines Dritten natürlich immer befangen - das Selbstlob funktioniert eben nicht. Brauchen Kunstvereine also einen Vermittler? Ich glaube, wenn sie ihre eigene Vermittlung selbst nicht leisten können, dann bräuchten sie jemanden, der diese Arbeit übernimmt. Dieses Thema möchte ich auf die Agenda setzen. Es ist kein Problem des einzelnen Kunstvereins vor Ort, es ist ein Strukturproblem, ein Kommunikationsproblem. In anderen Branchen, zum Beispiel in der Architektur oder beim Film, ist man da längst mehr zugange und engagiert auch mal einen Kommunikationsdesigner, arbeitet cross-over mit anderen Branchen. Solche Strategien sehe ich bei den Kunstvereinen nicht, da ist man eher milieuorientiert.

Ein weiteres Phänomen, was auf der Tagesordnung stand, aber gar nicht diskutiert wurde: Was sind denn die Werte, die man als Kunstverein vermitteln will? Keiner kam da mit einer Aussage, keiner hat sich vorgewagt. Die Beobachtung im Bereich der Kulturwirtschaft ist, dass es eine Veränderung des Kulturbegriffes gab: weg von dem deutschen romantischen Kulturbegriff und hin zu einem, der in offenen, globalisierten Kulturgesellschaften stattfindet und sich eher unter dem Wert "Vielfalt" wiederfindet. Ich war auch überrascht, dass Kunstvereine zwar Vielfalt darstellen, sich aber in dieser Debatte um den Wandel des Kulturbegriffs gar nicht zu sehen scheinen. Meine letzte Beobachtung: Ich glaube, die Einschätzung, dass es auf dem Kunstmarkt zur Zeit einen Hype gibt, ist überschätzt. Ich glaube, dass ein Teil des Kunstmarktes einen Hype erlebt, dass aber große Teile der Kunstwelt dies gar nicht erfahren. Angesichts dessen, dass Kunstmuseen neunzehn Millionen Besucher haben und Kunstmessen nur hunderttausend, dass die Anzahl der Kunstkäufer in Deutschland laut der Statistiken, die ich damals erstellt habe, nur zehntausend beträgt und davon nur vielleicht zwanzig oder dreißig, die über eine Million Euro pro Werk bezahlen, kann man also eigentlich zu viel mehr Selbstbewusstsein der non-profit Szene raten. Und ich denke, dort sollte man eher auf die eigenen Stärken gucken, als sich auf eine falsche Konkurrenz zu fixieren.



Foto: © Jenny Rosemarie Mannhardt

Leonie Baumann:

Vielen Dank, Bernd Fesel. Ich denke, wir werden gleich, wenn alle ihre Statements abgegeben haben, noch einmal zu diesen Punkten reden, sie scheinen mir doch sehr stark aus kulturwirtschaftlichen Blickwinkeln bewertet zu sein.

Tino Sehgal:

Ich möchte mit einer kleinen Anekdote beginnen. Als ich in Venedig den Deutschen Pavillon gemacht habe, war die Deka Bank Hauptsponsor, und es gab einiges Gerangel um ihre Präsenz zwischen ihnen, dem Kurator Julian Heynen und dem Außenministerium, dem der Pavillon ja untersteht. Im Laufe dieser Auseinandersetzungen hat sich das Außenministerium irgendwann auch Sponsor genannt, und Herr Heynen musste dann sagen: Wartet mal, ihr seid nicht der Sponsor, ihr seid der Auftraggeber. Dies ist auf einer buchstäblichen Ebene sicher ein pointiertes Beispiel dafür, wie Kulturpolitikern oder Politikern völlig abgeht, was eigentlich ihre Position und ihre Rolle ist. Und ich glaube, was wir im Moment erfahren, ist im Grunde die Angelsächsisierung eines Deutsch-Französischen Kulturverständnisses. Im angelsächsischen Bereich ist die Kultur, jetzt einmal verkürzt gesagt, eine Spielwiese für diejenigen, die sich dafür interessieren, und wenn sie diese Spielwiese haben wollen, dann sollen sie sie bitte selbst finanzieren. Darin liegt auch letztlich eine Ethik: Wir können ja nicht irgendwelchen Texanern die Finanzierung von "piss-christs" aufbürden; wenn die so etwas nicht wollen, können wir sie auch nicht dafür zahlen lassen. Ich will jetzt gar nicht unbedingt gegen dieses angelsächsische Verständnis schießen, denn es birgt in sich eine bestimmte Logik, die auch durch eine soziale Kontrolle abgefedert wird: Wenn man viel Geld verdient, dann muss man im Grunde auch fördern. Ein solches Verständnis, eine solche Privatisierungswelle auch des Kulturbereichs schwappt jetzt zu uns rüber. Unser deutsch-französisches Kulturverständnis ist aber ein anderes: Wir verstehen Kultur als öffentliches Gut, das der Staat bereit stellen muss - wenn es der Markt nicht bereit stellt - und dieses Gut ist entscheidend für das gesellschaftliche Leben, für das Entstehen von so etwas wie gesellschaftlich-politischer Öffentlichkeit. Das ist sozusagen ein Kernrahmen, wie der Rechtsrahmen, der für das wirtschaftliche Leben notwendig ist. Wenn die jüngere Politikergeneration dies vergisst, dann muss man ihnen im Gespräch vermitteln, dass im Grunde ein kontinentales kulturelles Erbe dabei ist, aufgekündigt zu werden. Denn nur weil wir hier so denken, haben wir zum Beispiel Stadttheater und die Theater in den Provinzen - so etwas gibt es ja in keinem anderen Land der Welt.

Der zweite Punkt, der gestern auf verschiedenen Ebenen anklang, ist die Frage, wenn doch die Privatwirtschaft das alles so toll machen kann, warum brauchen wir dann überhaupt öffentliche Institutionen? Warum sollen wir die noch fördern? Auch dazu ein Beispiel. Suzanne Pagé, eine der großen Museumsdirektorinnen, die über Jahrzehnte das Städtische Museum in Paris geleitet hat, ist jetzt zu dem Sammler Bernard Arnault gewechselt. Wenn man mich jetzt vor die Entscheidung stellen würde, meine Arbeit dem Städtischen Museum Paris zu verkaufen oder Arnault, würde ich auf alle Fälle, egal wie schlecht oder gut die derzeitige Leitung des Städtischen Museums ist, sagen: dem Städtischen Museum. In einer privaten Institution würde es - wie Dirk Luckow gestern sehr gut formulierte - den Verlust einer Verallgemeinerung des Werkes bedeuten, es bliebe letztlich immer mit der Sammlerpersönlichkeit verbunden. Und wenn meine Arbeit von Herrn Arnault oder Herrn Falckenberg gekauft würde, wäre sie mit einer geringeren politischen Macht aufgeladen. Denn ein Ankauf ist letztlich immer deren individuelle Entscheidung, während wenn meine Arbeit an das Städtische Museum Paris geht, eine Verallgemeinerung gewährleistet wird. Gestern kam diesbezüglich auch eine sehr richtige Anmerkung aus dem Publikum: Gremien gewährleisten Diskursivität. In einer 21. Jahrhundert-Aufmerksamkeits-Bedeutungsproduktions-Ökonomie, in der wir uns meines Erachtens befinden, ist diese Art von Kollektivität, Diskursivität, Gremienarbeit, oder wie immer man es nennen mag, eine ganz wichtige Ressource, zu der ein Privater, egal wie reich er ist, keinen Zugang hat. Natürlich gibt es Leuchtturmdirektoren wie Suzanne Pagé oder auch Kasper König, aber letztlich handelt es sich ja doch um ein Auswahlverfahren der Gesellschaft, des Staates, und darauf führt es auch immer wieder zurück. Arnault ist einer der reichsten Leute Frankreichs, der sicher sowieso die Ohren an der richtigen Stelle hat, um das Richtige zu kaufen. Warum hat der sich jetzt jemanden wie Suzanne Pagé, Nancy Spector und noch eine dritte hochkarätige Museumsperson meines Erachtens, die mir gerade nicht einfällt, als Beirat reingeholt? Dies ist für mich ein ganz klarer Beleg für eine Schwäche, die Arnault sehr wohl verstanden hat: Er selber kann diese Ressource der Verallgemeinerung, egal wie reich er ist, egal wie schlau und geschickt er ist, nicht bereitstellen. Deshalb hat er sich diese Leute aus dem Museumsbereich sozusagen eingekauft. Die öffentlich geförderten Institutionen haben eine Ressource, welche die privaten nie erlangen werden. Dies klang ja auch bei Herrn Falckenberg an, als er sagte: Die Sammler muss man niedriger hängen, da darf man sich von diesem medialen Tohuwabohu nicht blenden lassen - egal wie große Gebäude sie bauen, egal wie viel Kunst sie kaufen.

Nichtsdestotrotz bleibt das Problem bestehen, dass die Kernarbeit der Museen nicht geleistet werden kann. Aus meiner Sicht ist das einzige Museum in Deutschland, das heute wirklich noch eine Sammlung ausbaut, das MMK in Frankfurt. Alle anderen haben sich diesen neuen Umständen noch nicht anpassen können und sammeln im Grunde nicht. Das Problem ist ein ganz praktisches: Wie stellt man Gelder zur Verfügung, damit die Museen ihre Arbeit machen können? Obwohl sie die Ressource "Bedeutungsproduktion" weiter innehaben, können sie eigentlich kaum etwas damit anfangen.



Foto: © Jenny Rosemarie Mannhardt

Leonie Baumann:

Im Grunde genommen ist die Frage, wie man nicht unbeabsichtigt in das "Corporate Rokoko" hinein stolpert, was ja im Moment über allen gesellschaftlichen Entwicklungen als Damoklesschwert schwebt. Herr Opitz, Sie haben eben so wissend und lachend genickt, als es um die Rollenverschiebung der öffentlichen Hand zum Sponsoring ging. Wären das auch Punkte, die Sie auf der Tagung entdeckt haben?

Stephan Opitz:

Nein, es ist nur so, dass der Begriff Sponsoring dermaßen verhunzt gebraucht wird. Neulich sah ich ein älteres Auto, da stand hinten auf einem Button "Sponsored by Oma" - da ist dann der Sponsoringbegriff sozusagen auf die Oma gekommen, und auf dieser Grundlage kann dann eben auch ein Außenministerium behaupten, sie seien Sponsor. Das Sponsoring ist ja eine verhältnismäßig transparente Angelegenheit im Sinne einer Marketingabsprache zwischen möglicherweise einer Kulturinstitution und einem reichen Menschen, einem Unternehmen, wie auch immer. Aber es hat zunächst einmal nicht so fürchterlich viel mit Kultur zu tun, sondern es hat einfach mit Marketing zu tun. Und dafür gibt es ganz bestimmte Regeln. Aber das nur am Rande. Zum Programm selbst: Ich sage ohne Umschweife, dass ich sehr dankbar bin, dass es überhaupt eine solche erste Veranstaltung zu diesem Thema gegeben hat. Ich wüsste keine in den letzten Jahren zu nennen, und deswegen muss man natürlich die Kulturstiftung des Bundes und ihren Verband loben, dass sie auf diese Idee gekommen sind, denn in der Tat ist da ein Umschlag, der einfach damit zu tun hat, dass die berühmte Freizeitgesellschaft, die Ökonomisierung, die Globalisierung und bildungsbürgerlichen Reste plus dieses deutsch-französische - sagen wir mal eher das europäisch-kontinentale - Kulturverständnis eben miteinander zu tun haben. Es ist nicht so, dass es in Deutschland eine Schwarz-Weiß-Gesellschaft gäbe und wir hier sozusagen die Halb- oder vielleicht sogar Ganz-Weißen sind, die den großen Wert hochhalten, und die anderen tun das eben nicht. Was also passiert hier eigentlich? Da würde ich gerne auf den Begriff des öffentlichen Gutes zurückkommen, den Sie, Herr Sehgal, jetzt eingeführt haben. Sie haben ja im Grunde gefordert, das, was als Wert von Kultur in einer Gesellschaft geführt wird, als öffentliches Gut zu bezeichnen. Ich würde das gerne verneinen und Ihnen gleichzeitig einen Gegenvorschlag machen. Wenn man einmal von dem, was Hortensia Völckers sagte, versucht abzusehen, nämlich von der Forderung nach einem marktfreien Raum, dann sollte man sich der Idee des Marktes einfach so

nähern, wie man es aus einem uns nahe gelegenen Kulturraum, etwa der Antike, kennt: Man sollte den Markt als Austausch von Meinungen, Dienstleistungen und Gütern verstehen. So verstanden ist Kultur überhaupt die Voraussetzung dafür, dass es einen solchen Markt gibt. Und wir haben uns in einer Kulturgeschichte, die, was diese Dinge anbelangt, fünf- oder sechshundert Jahre zurückreicht, darauf verständigt, in diesem Markt ganz bestimmte Dinge durch eine gesellschaftliche Vereinbarung zu unterstützen. Wir geben Geld an Theater, damit eine Karte für Studenten acht Euro kosten kann - weniger als eine Kinokarte. Das nennt man meritorische Güter, es bedeutet, bestimmte Güter auf dem Markt politisch zu beeinflussen. In jedem Fall glaube ich, dass man die Idee eines öffentlich zugänglichen Theaters oder Museums nicht ganz ohne Markt denken kann. Meines Erachtens haben aber die öffentlichen Hände die ungeheuer wichtige Funktion, eben diese Prozesse massiv zu beeinflussen, und das heißt hier: die Sicherung einer kulturellen Infrastruktur. Das ist in der Enquete-Kommission ja auch sehr deutlich geworden. Die Verständigung darüber allerdings, was eine kulturelle Infrastruktur zu sein hätte, müsste zum Beispiel durch solche Foren, wie wir es hier erleben, geleistet werden. Für mich, der aus dem Bereich der staatlichen Förderung kommt, war zum Beispiel die Darstellung der Tätigkeit der Kunstvereine ungeheuer wichtig. Ihre Welt erfahren zu können ist das, was ich sehr positiv von dieser Tagung mitnehme. Vor allen Dingen auch die Beobachtung, dass Kunstvereine und Museen sich offenbar noch nicht richtig verständigt haben. Mein letzter Punkt: Für die öffentliche Förderung von Kunst würde ich unbedingt das Prinzip der Intendanz bevorzugen. Dies beinhaltet die kundige Setzung von etwas, auch auf das Risiko des Scheiterns hin. Und zwar deswegen, weil herkömmliche staatliche oder kommunale Stellen schlichtweg überfordert sind, auch wenn sie noch so viele Gremien einberufen. Diese Art der Kunstförderung funktioniert zum Beispiel in Schweden oder Norwegen, und von ihnen könnten wir durchaus das eine oder andere lernen.

Leonie Baumann:

Ich bin soweit vollkommen einverstanden, aber die Zahlen und auch die Erfahrungen zeigen doch, dass im Gegensatz zu Theatern oder auch der Musikwirtschaft, die ja sowohl in der Kulturwirtschaft als auch in der Kulturpolitik stark gefördert wird, die Bildende Kunst immer eine untergeordnete Rolle spielt, und die zeitgenössische Bildende Kunst wirklich den kleinsten Anteil in allen Bereichen ausmacht. Die Zahlen in den Haushalten sprechen da Bände, Herr Opitz. Beatrice von Bismarck, welche Folgerungen ziehen Sie aus dieser Tagung oder welche Bemerkungen möchten Sie aus Sicht der Hochschulen, der Forschung und Lehre, die Sie ja hier auf diesem Podium vertreten, kundtun?

Beatrice von Bismarck:

Ich fand es spannend, so viele unterschiedliche Institutionen vorgestellt zu bekommen, wie in einem Crash-Kurs. Es waren gestern elf und hätten sogar zwölf sein sollen - so viele Institutionen kann man sich selbst mit intensiver Reisetätigkeit nur sehr mühevoll erarbeiten. Deren Präsentationen fand ich auch unter dem Aspekt eines Austausches unterschiedlicher Interessen sehr interessant für diese Tagung. Ich glaube, dass ich hier in einer Multifunktion sitze, als Vertreterin einer Hochschule, im Speziellen einer Kunsthochschule, und darüber hinaus aber auch eines Ausstellungsraumes. Vor diesem Hintergrund habe ich den Eindruck, dass das, was am Anfang dieser Tagung erwähnt wurde, nämlich das Bildungsmoment als ein Kriterium für den öffentlichen Auftrag, natürlich ganz besonders an einer Einrichtung wie einer Kunsthochschule basiert ist. Dazu sind mir drei wesentliche Punkte bei dieser Tagung aufgefallen, zu denen ich mir auch für die Zukunft eine weiterführende, differenzierte Diskussion wünsche.

Ich beginne, wenn wir über Bildung reden, mit der Frage nach dem Adressaten. Interessanterweise ist das bei den Vorstellungen der Kunstvereine verhältnismäßig kurz gekommen: An wen richten wir uns eigentlich, wenn wir eine

Ausstellung machen? Wen nehmen wir in den Blick? Was sind das für Kreise, sind es überhaupt Kreise oder ist es nicht vielleicht ein zu verallgemeinernd verstandenes Publikum? Richten wir uns in der Programmgestaltung unserer Häuser eigentlich an den Anforderungen der Geldgeber aus, an den Anforderungen der Institutionen, an den Wünschen der Kuratoren oder an regionalen Bedürfnissen? Und inwieweit bestimmt eine Ausrichtung den Inhalt, inwieweit sollte sie ihn überhaupt bestimmen? Diese Fragen scheinen mir besonders relevant vor dem Hintergrund, dass gestern ja immer relativ schnell gesagt wurde: Wir müssen mehr Publikum generieren! So als ob diese Quantifizierung des Publikums das Einzige wäre, worauf wir uns im Moment mit Blick auf ein Publikum verständigen können. Dies hat wesentlich mit der Frage nach dem Auftrag von Museen zu tun. Es ist ja heutzutage mitnichten so, dass es sich heute um das gleiche Museumskonstrukt wie bei den Medici handelt, sondern wir haben es mit einem bürgerlichen Museum zu tun, das ganz andere Anforderungen an diejenigen stellt, die es rezipieren, das eine ganz andere identitäre Politik betreiben will. Ein Sammlermuseum und ein öffentliches Museum sind von ihrer jeweiligen Genese her grundsätzlich verschieden. Die Sammlermuseen sind Privateinrichtungen, die eben nicht den Anspruch erheben sollten, für alle innerhalb einer Stadt, einer Region, oder eines Landes sprechen zu wollen.

Mein zweiter Punkt hat mit der Frage von Markt zu tun. Wir haben ja in den letzten 48 Stunden die unterschiedlichsten Beispiele von Markt-Bashing erlebt. Ich möchte mich nicht dagegen aussprechen, glaube allerdings, dass es sinnvoll wäre, genauer darüber zu sprechen, was Ökonomisierung bedeutet. Wenn sich etwa die Leipziger Schule als Markenartikel gebrandet sieht und die gesamte Region quasi diesem Hype untergeordnet wird, dann reden wir von einem Kunstmarkt. Aber die Ökonomisierung, über die wir eigentlich sprechen, geht doch viel weiter. Sie ist ein strukturelles Problem, das sowohl die Folgen des Bologna-Prozesses mit einschließt, als auch die Frage, wie sich Institutionen zueinander positionieren. Wer nimmt eigentlich wem Geld weg und unter welchen Prämissen? Wie werden im Moment Gelder verteilt und mit welcher Begründung? Aus der Warte einer Kunsthochschule ist es zum Beispiel so, dass Personal vergleichsweise geringe Mittelzuweisungen erhält, der Großteil der Mittel fließt in Sach- und Investitionsmittel. Man müsste also auch einmal darüber nachdenken, wie sich diese Bewertung von Personal- und Sachaufwendungen zu unserem Verständnis von Bildung verhält. Des Weiteren ist es so, dass auch Hochschulen begonnen haben, sich zu branden, wie offensichtlich ja auch Kunstvereine, Museen und andere Kultureinrichtungen. Vor diesem Hintergrund erscheint es mir wichtig, wenn wir über "Kunst Werte Gesellschaft" sprechen zu überlegen, welche Werte wir mit "Ökonomisierung" verbinden und welche wir an ihre Stelle setzen wollen.

Wenn wir bei einer Kunsthochschule von Bildung reden, dann geht es meiner Ansicht nach um Wertevermittlung. In dem Zusammenhang kann es um ästhetische Distinktionsmöglichkeiten gehen, um Differenzierungsmöglichkeiten, um Beurteilungsmöglichkeiten und darum, in die Lage zu versetzen, überhaupt entscheiden zu können. Es kann darum gehen, in welcher Weise sich diejenigen, die sich im Kunstfeld bewegen, an dem Prozess der Bedeutungsproduktion beteiligt sind - oder sein könnten - und welches derzeit die Konditionen dafür sind. Das kann auch bedeuten, sich darüber Gedanken zu machen, dass es künstlerische Berufe gibt, die nicht notwendigerweise kunstmarktabhängig sind, sondern mit einer anderen Form der Tätigkeit eine andere Form der Finanzierung erlauben.

Catrin Lorch:

Dies ist eine der ersten Tagungen zum Thema Kunst und Ökonomie, obwohl dieses Feld in den letzten Jahren gerade von der Kunst sehr beachtet wurde - Tino Sehgal macht das ja im Grunde auch, indem er bestimmte Prozesse der Ökonomie innerhalb der Kunst ausreizt. Aber während sich die Kunst zum Teil hauptberuflich mit der Wirtschaft beschäftigt, beginnt die Wirtschaft nach wie vor eher erst nach Feierabend oder zumindest erst nach Geschäftsabschluss, sich mit Kunst zu befassen. Zur Frage, wie das öffentliche Geld verteilt wird und wie die

Privatwirtschaft einspringen kann, hätte ich mir für diese Tagung gewünscht, dass eben Christina Weiss gekommen wäre oder zum Beispiel Jemand, der sich bei der Deutschen Bank mit Corporate Collecting beschäftigt.

Die gestrige Vorstellung der mehr als zehn Kunstvereine fand ich äußerst erhellend, weil mir da wieder aufgefallen ist, was Kunstvereine tatsächlich leisten, und dass sie tatsächlich sehr selten darauf hinweisen, dass sie eben Bildungsinstitutionen sind. Genauso selbstverständlich wie man sagt, es muss Bibliotheken und Schulen geben, muss auch irgendwo die Kunst verhandelt werden, und dabei geht es nicht um Ausbildungsförderung oder um die Vorbereitung zur Kreativwirtschaft. Es muss Orte geben, wo man zeitgenössische Kunst erleben kann - genauso wie neue Romane irgendwo ausliegen müssen - und diese Orte sind die Kunstvereine. Mich hat fasziniert, wie sehr Kunstvereine in der Lage sind, über das, was sie verbreiten eine eigene Identität zu suchen und zu finden. Von Liquidacion Total bis zum Nassauischen Kunstverein merkte man: Die Kunst als das, was vermittelt wird, generiert andere Vermittlungsformen.

Nun aber zur Wertediskussion und zur Frage nach den Kriterien. Ich mochte einen Begriff sehr gerne, den ein Künstler geprägt hat, der sich, wie Stephan Dilleuth, schon lange mit Ökonomie und Kunst beschäftigt, nämlich Hans Christian Dany. Er sagte: Das Erstaunliche an der gegenwärtigen Situation der Kunst im Bezug auf Ökonomie ist, dass - anders als bei jedem anderen Bereich, der boomt - es plötzlich eine enorme Nachfrage gibt, und der Rohstoff aber nicht knapp wird, sondern die Kunst wie der süße Brei immer weiter quillt und quillt und es dann Leute gibt, die ihn portionieren. Sie portionieren ihn entweder in Galerien, oder in Katalogen oder Ausstellungen, oder eben in Texten, und dies ist wahrscheinlich auch eines der faszinierendsten Momente unserer Zeit: Plötzlich wird etwas, was vor aller Augen quillt, weil es nämlich zeitgenössische Kunst ist, in Stücke geschnitten, die nicht mehr nur so teuer sind wie ein Eigenheim, sondern wie eine ganze Wohnanlage. Etwas, dessen Wert nach wie vor sehr frei verhandelbar erscheint, hat plötzlich einen sehr großen ökonomischen Wert, der plötzlich auch in ganz andere Kanäle als die bisherigen eingespeist wird: in die private Sammlung oder die Corporate Sammlung. Gleichzeitig erfahren wir einen Moment, in dem sich die Medienlandschaft ganz grundsätzlich wandelt: Die Tageszeitung, wie wir sie kennen, sagt selbst, uns ist nur noch eine bestimmte Zeit beschieden, die Verbreitung von Druckerzeugnissen wird sehr stark zurückgehen. Der Kunstbuchmarkt funktioniert überhaupt nicht gut, obwohl wir im Moment einen solchen Boom in der Kunst erleben. Das, was man also eigentlich gerade ganz besonders tun müsste - über diese Phänomene zu informieren - wird immer stärker verknappt. Gleichzeitig bekommt Kunst durch die Privatsammler, durch die Messen, durch diesen ganzen Glamour, den sie plötzlich generiert, einen hohen Unterhaltungsfaktor, der dazu führt, dass man sich zum Teil viel lieber darüber unterhält, wer gerade was kauft - was aber mit der Kunst selbst eigentlich sehr wenig zu tun hat. Hier blendet sich also die Diskussion genauso aus wie in vielen anderen Bereichen. Auch über Politik wird immer stärker personalisiert gesprochen, und das ist eine Entwicklung, die die Kunst an einer ganz anderen Stelle trifft. Das Problem ist, dass man die Mittel, um beurteilen zu können, was sich in der Kunst tut, in dem Moment aus der Hand legt, in dem es sehr wichtig wäre zu verteidigen, was sich in diesem Land etabliert hat. Dass man also die langen grauen Artikel des Feuilletons durch kurze glamouröse ersetzt, in denen nicht mehr diskutiert wird, ob der Anbau an das Museum überhaupt notwendig ist, sondern in denen es mehr darum geht, was jetzt gerade in Miami verkauft wird und wer abends auf der Party aufspielt. Ich denke also, wir können der Kunst jetzt weniger mit Kriterien begegnen oder mit Kanonisierungen oder mit festen Vereinbarungen, sondern man muss versuchen, den Diskurs wieder stärker zur Kunst zurück zu führen und darauf zu fokussieren. Denn das, worüber wir hier verhandeln, ist ja tatsächlich öffentliches Eigentum, und zwar immerhin noch zu diesen ungefähr sechsendneunzig unglamourösen Prozent.



Foto: © Jenny Rosemarie Mannhardt

Olaf Nicolai:

Ich muss gestehen, dass ich hier in einer Situation bin, die es mir eigentlich gar nicht erlaubt, von außen analytisch auf diese Dinge zu schauen, weil mich viele der Dinge, die hier angesprochen sind, persönlich genau so betreffen. Natürlich nicht als Institution, aber als jemand, der in Institutionen ausstellt, der bei der eigenen Arbeit immer wieder mit genau diesen Problemen beschäftigt ist: Wo positioniere ich mich? Wer ist eigentlich mein Gegenüber? Wen möchte ich erreichen? Mit wem möchte ich überhaupt ins Gespräch kommen? Will ich das überhaupt? Institutionen haben diese Fragen natürlich noch in einer ganz anderen Weise vor sich, weil sie im Gegensatz zu mir nicht einfach sagen können, ich gehe, ich mache mal etwas anderes, es sei denn, sie lösten sich auf. Vor allen Dingen sind sie, was ja auch immer wieder angesprochen wurde, im Bezug auf eine Öffentlichkeit, wenn auch imaginär, in einer Rechtfertigungssituation.

Bei allen Gesprächen ist mir aufgefallen, dass sehr oft die gleichen Worte gebraucht werden, viele aber eher Homonyme sind, die offensichtlich von vielen Leuten völlig anders verstanden und mit unterschiedlichen Welten verbunden werden. Zum Beispiel: Wenn man heute über die Ressource Kreativität redet, ist dann wirklich das gemeint, was künstlerisches Arbeiten auszeichnet? Ich habe Zweifel, dass sich dies deckungsgleich formulieren lässt. Denn sonst wäre es ja kaum zu verstehen, warum es den Widerspruch gibt, dass auf der einen Seite zum Beispiel die Stadt München diese Ressource als Wirtschaftsstandortfaktor aufführt und auf der anderen Seite kaum jemand, der für ein Projekt Geld braucht, es auch bekommt. Theoretisch müsste dies ja Jeder, direkt als Wirtschaftsförderung verstanden, geschenkt bekommen. Offensichtlich scheint dabei also doch etwas anderes gemeint zu sein, und es scheinen andere Erwartungen zu bestehen. Wenn man dies etwas substantieller diskutiert, was Stephan Schmidt-Wulffen und Anne-Marie Bonnet ja auch versucht haben, dann stößt man auf ein fundamentales Problem: Es gibt eine Krise nicht nur von Begriffen, sondern auch von dem, was diese Begriffe bezeichnen. Mir ist etwas aufgefallen, das ich jetzt mal das "Noch-Phänomen" nenne. Es gab wohl eine Zeit, da muss alles in Ordnung gewesen sein, jetzt ändert es sich, und man muss also versuchen, das, was damals noch okay war, irgendwie zu retten. Ich formuliere das bewusst so einfach, weil es unterstellt, dass zum Beispiel der Begriff der Öffentlichkeit Jedem ein Begriff ist und bei dem Einigkeit darüber besteht, was er bedeutet. Dass man also weiß, wer unser Adressat ist und an dem, was wir künstlerisch produzieren, teilnehmen soll. Das Problem einer Gesellschaft, die sich zunehmend nur noch über Warenzirkulation - auch im ideellen Bereich - definiert, ist ja gar nicht so sehr, dass die Kunst Ware wird, sondern die Frage, wer diese Ware überhaupt noch konsumieren kann.

Nicht in dem Sinne, dass es zu viel davon gibt, sondern im Sinne der Zugänglichkeit. Mir ist aufgefallen, dass wir bestimmte Prozesse, die es in unserer Gesellschaft leider gibt, hier überhaupt nicht tangieren: Wer sind eigentlich die Leute, die in diese Museen gehen? Wie viele Leute gehen denn nie in Museen, sind nie im Theater, nie in Kinos, sind nirgendwo? Die Idee, dass wir ein Bildungsland sind, bezweifle ich zutiefst. Wir sind es zwar in unserem ideologischen Selbstbild, aber in den letzten fünfzehn Jahren hat sich in der Bundesrepublik Deutschland eine unglaubliche Differenzierung und Marginalisierung ereignet. Es gibt Leute, die gar keine Stimme mehr haben und auch überhaupt nicht mehr daran interessiert sind, an diesen Prozessen teilzunehmen, sie sind ihnen vollkommen egal. In Berlin-Mitte gibt es zur Zeit eine groß angelegte Werbung für ein Videospiel, und dieses Videospiel hat es an einem einzigen Tag geschafft, einen höheren Umsatz zu erzielen, als jede bisherige Hollywood-Produktion. Das heißt also, man bekommt über die Digitalisierung und Globalisierung ganz andere Sinnlichkeitsformate. So wie Stephan Schmidt-Wulffen Jacques Rancière zitierte, der davon sprach, dass es sich hier nicht um irgendein ästhetisches Surplus handelt, sondern um die Art und Weise, wie wir überhaupt sinnlich wahrnehmen. Wenn sich diese Dinge ändern, dann verschwinden Sachen und andere tauchen neu auf. Wir sind in einem ganz massiven Umbruchprozess, und ich glaube es wäre wichtig, erst einmal zu analysieren, ob es diese Gemeinschaften, von denen wir ausgehen, wirklich gibt. Und wenn ja: Wollen wir überhaupt diese Gemeinschaften? Möchte ich überhaupt, dass alle teilnehmen? Und wenn ja: Warum? Diese Fragen waren verdeckt immer da, sind aber nie ganz klar artikuliert worden, weil man dann natürlich auch Interessenskonflikte artikulieren, sich positionieren und auch ausgrenzen muss. Es scheint in unserer Diskussionskultur eine große Angst zu geben, sich an eine Position zu stellen und zu sagen: Dich will ich nicht. Ende. Und das jetzt nicht nur in einem politisch positiven Sinne, wo man natürlich immer Beifall bekommt. Es wäre auch in unpopulären Dingen ganz wichtig.

Mir ist die Diskrepanz zwischen dem Gefühlten und dem Analysierten stark aufgefallen. Persönlich fand ich zwei Beiträge unglaublich angenehm und zwar nicht zufällig die künstlerischen Beiträge - ich würde den Beitrag von Vit Havranek auch als künstlerischen Beitrag sehen, weil er gezeigt hat, dass Kunst als Form etwas leisten kann, was gewisse andere Formen nicht leisten können. Er hat etwas vorgestellt, reflexiv, aber es hat sich nicht in der Narration aufgelöst. Walter Benjamin hat einmal gesagt, das Problem des Bürgertums ist, dass es durch die Übernahme der Herrschaft zunehmend seine kritische Haltung verliert und dies für die Kunst bedeutet, dass Kritik und Genuss auseinander fallen. Das Lustige ist, dass bei Benjamin schon eine Position der Kunst durch den Begriff der Kritik - die früher einmal das Wissen gewesen sein soll - ersetzt worden war. Die Wissensvermittlung, die Kunst ermöglicht, besteht nicht nur darin, Verhältnisse zu kritisieren, sondern sie zu gestalten. Und zwar nicht in einem naiven Sinne des Designs oder Dekors, sondern in einem fundamentalen Sinne. Und die Frage, was eine Gesellschaft ausmacht, ist eine ebenso fundamentale. Diese Fragen kann man radikalieren, aber ich glaube, dass ich dann sehr viel konkreter werden und mich sehr viel genauer mit ihnen beschäftigen müsste. Zum Beispiel hat diese Einladung zur Tagung "Kunst Werte Gesellschaft" einen Subtext, er heißt: Kunst Ware Spektakel. Dies sind keine sich ausschließenden Kategorien: Dass wir überhaupt über Kunst in dieser Form reden, verdanken wir einer Warenproduktion, die es in dieser Form vorher nie gegeben hat.

Stephan Opitz:

Ich möchte hier anknüpfen und vielleicht auch noch einmal über das Museum als eine zentrale Institution und Schnittstelle zwischen Kunst einerseits und kultureller Infrastruktur andererseits reden. Wenn Sie ein Museum anschauen, dann können Sie einerseits sagen: Gut, hier wird gesammelt, bewahrt, vermittelt, geforscht und so weiter. Auf der anderen Seite können Sie ein Museum natürlich auch als eine ökonomische Einheit darstellen. Beides ist möglich, und beides schließt sich vor allen Dingen nicht aus. Wir führen meines Erachtens eine vollkommen idiotische Entweder-Oder-Debatte. Irgendwie hat man in Deutschland besonders spät - in den 80ern - entdeckt, dass Management durchaus auch etwas mit Kultur zu tun haben kann, dass Kultur selbstverständlich

auch irgendeine Art von ökonomischer Größe darstellt, und dann kam eine Menge von inzwischen schwarz gewandeten Herren mit viereckigen Kofferchen und brachten in die Kultur das kleine Einmaleins der Kultur ein: Dass man eine Zielstellung entwickeln und Marketing betreiben muss und so weiter und so fort. Und weil dies so ist, beharren wir meines Erachtens unverantwortlich auf einem Entweder-Oder. Man findet inzwischen in der Kulturpolitik Leute, die auf einer reinen Darstellung als ökonomischer Größe beharren, und man findet natürlich andererseits solche, bei denen das Denken hinsichtlich kultureller und geschichtlicher Werte allmählich wieder anfängt. Wir müssen diese Dinge gemeinsam denken. Eine Gesellschaft, die sich demokratisch formatiert und eine entsprechende Geschichte hinter sich hat, muss sich zunächst einmal über ein kulturelles Ziel verständigen. Erst dann kann sie sagen, wie sie dieses Ziel in einer Infrastruktur abbilden und es mit wie vielen Personen, Arbeitsmengen und Geld ausstatten will. Das ist ein ganz normaler Vorgang, doch diese Normalität haben wir alle noch nicht entdeckt, scheint mir. Da sind gewaltige Defizite in der Kulturverwaltung und in der Kulturpolitik, wie zum Beispiel bei der Frage, ob man Bibliotheken gesetzlich verankern sollte oder nicht. In Deutschland etwa ist die Denkmalpflege gesetzlich verankert und das Archivwesen, dies sind also besonders geschützte Räume. In allen skandinavischen Ländern sind es die Bibliotheken, mit sehr guten Gründen. Und man könnte noch über einige andere Dinge nachdenken, die man tatsächlich sinnvollerweise gesetzlich verankern sollte. Deswegen sehe ich auch diese Tagung als den hoffentlichen Anfang einer Reihe derartiger Diskurse.

Leonie Baumann:

Wobei ich nicht ganz sicher bin, ob es wirklich ein Problem von Entweder-Oder ist. Der Beitrag von Catrin Lorch zielte ja auf eine Differenzierung dessen, was wir mit den Begriffen Ökonomisierung, Wirtschaftsfaktor etc. meinen. Auch Olaf Nicolai betonte, dass wir über Kreativität nachdenken müssen. Wir benutzen den Begriff mittlerweile sowohl im Wirtschafts- als auch im Bildungssinne, aber man redet relativ schnell aneinander vorbei. Was heißt also die Verantwortung, die Demokratisierung in den Institutionen? Wir benutzen gleiche Begriffe und meinen sie unterschiedlich. Das schafft Missverständnisse und raubt vielleicht - ohne dass wir es merken - der Kunst die Freiräume. Geht uns also etwas verloren, ohne dass wir es merken?

Bernd Fesel:

Ich glaube, die Suche nach den Begriffen zeigt, dass wir am Puls unserer Zeit diskutieren, wo die Sprachlichkeit noch dabei ist, das Phänomen zu fassen. Ich sehe dies als einen konstruktiven Prozess. Ihn mit Missverständnissen gleichzusetzen, ist meiner Meinung nach zu negativ. Es handelt sich wirklich um eine Suche nach der Formulierung eines neuen Prozesses. Das Thema, ob die künstlerische Tätigkeit auch als Kreativität formuliert werden kann, und weshalb dann Wirtschaftsförderer den Kreativen oder den künstlerisch Tätigen Geld geben, ist genau eines der Phänomene, an denen wir jetzt schon seit vier oder fünf Jahren arbeiten: deutlich zu machen, dass diese künstlerischen Tätigkeiten auch - aber natürlich nicht nur - Wirtschaftsfaktoren sind, und dass die Wirtschaftsförderer lernen müssen, dass Nokia das falsche Förderfeld und die eigentliche Ressource der Zukunft unser kultureller Reichtum ist, der einerseits durch die öffentliche Förderung gesichert wird, aber zum anderen auch einfach dadurch existiert, weil Künstler wie Sie in dieser Runde auf eigenes Risiko arbeiten. Es kann nicht sein, dass Künstler, die Unternehmer sind, bei den Wirtschaftsdezernenten gar nicht als solche erkannt werden und keine Unterstützung erhalten. Eigentlich sind wir dabei, den Wirtschaftsleuten beizubringen, was Kulturökonomie ist. Und genau zu diesem Begriff möchte ich noch etwas sagen, weil ich glaube, dass er oft doppelt besetzt ist. Kulturökonomie oder -wirtschaft hat sicherlich nichts mit Besucherzahlen zu tun, oder mit Effizienz, oder damit, aus weniger Geld immer mehr zu machen. Das ist der banale Teil, der immer dann angeführt wird, wenn die Ressourcen knapp werden. Ein Kulturgut ist auch kein Industrie- oder Konsumgut wie ein Joghurt, sondern man

nennt es in der Theorie seit ungefähr fünfzehn Jahren Vertrauensgut oder - so wie es heute bezeichnet wurde - öffentliches Gut. Wenn man diesen Theorien folgt, kommt man zu ganz anderen Ergebnissen als zu denen, die Stephan Dilleuth vorgestellt hat. Er bezieht sich auf eine ökonomische Theorie, die Börsen erklären kann. Doch Kulturmärkte sind zu großen Teilen eben keine Börsen, sie sind nicht völlig transparent. Jede Vernissage ist wie eine Uraufführung - und genau das Gegenteil von Transparenz. Man hat seit ungefähr zwanzig Jahren eine ganz neue Ökonomie entwickelt, die so genannte "Neue Institutionen Ökonomie", die Kulturgüter mit einer eigenen Wirtschaftstheorie erklären kann. Wir versuchen dies sowohl den Kulturleuten zu erklären, weil sie diese Theorie nicht kennen, und wir versuchen, sie den Wirtschaftsleuten zu erklären, weil die immer mehr auf die Konsum- und Industriegüter fokussieren. Das Kuriose ist: Ein Kern der "Neue Institutionen Ökonomie" ist in Deutschland entstanden und erhielt den einzigen Nobelpreis für Wirtschaft, der je nach Deutschland gegangen ist. Umso erstaunlicher ist - gerade weil wir ein Kulturstaat sind - dass diese Theorie nicht auch dazu genutzt wird, unsere Kultur besser ökonomisch zu verstehen. Gerade diese Kulturwirtschaftstheorie sagt, dass Kultur zu Teilen gar nicht privatwirtschaftlich finanziert werden kann und erklärt geradezu zwingend, weshalb eine öffentliche Finanzierung dafür nötig ist. Dies ist die Theorie der öffentlichen Güter. Das heißt, zu großen Teilen steht da Kulturökonomie genau auf der Seite der Kulturförderung und ist gar kein Feind im Sinne von Ökonomisierung, sondern schlicht eine andere Sprache, um genau das zu erklären, was wir aus der Kulturpolitik heraus wollen. Meine Anregung wäre daher, einmal ein Panel über diese neuen kulturökonomischen Begriffe zu machen, um die beiden Seiten zueinander zu bekommen.



Foto: © Uwe Jonas

Holger Kube Ventura:

Catrin Lorch, welche Rollen spielen denn die Medien in dieser Kluft? Wir haben es andauernd mit solchen Klüften zu tun, und ohne dieses offenkundig sehr verzerrte Bild des ökonomisierten Kunstbetriebs säßen wir ja gar nicht hier. Während Sie eben gesprochen haben, habe ich mich gefragt: Wer sind wir hier eigentlich? Ist das eine öffentliche Veranstaltung oder sogar eine gegenöffentliche oder eine Mischform von beidem? Wir haben keinen eigenen Tagungsbeitrag zum Thema der Mediatisierung gehabt oder zu ihrer Rolle, aber eigentlich, so kam es mir eben vor, ist das der absolute Fluchtpunkt der ganzen Problematik und Grund dafür, dass man immer auf derart unterschiedlichen Niveaus spricht.

Catrin Lorch:

Ich glaube, Fluchtpunkt ist gut formuliert. Ich sehe eine große Chance in den Medien. Einerseits geht viel verloren, wenn sich das Tageszeitungswesen sozusagen gerade abschaffen lässt, denn es wird natürlich nicht durch andere Formate aufgefangen, und man kann gut sehen, dass es sich auch nicht eins zu eins in die neuen Medien übertragen lässt - Spiegel online sieht anders aus als der Spiegel. Eine bestimmte Form des öffentlichen Gesprächs wird also überhaupt nicht mehr stattfinden. Dass sich Angela Merkel jetzt direkt mit Videobotschaften an Alle wenden kann und darin viele Chancen liegen, sieht man ja. Aber umgekehrt sieht man auch, dass es eine Form der Kritik nicht mehr gibt, in der verhandelt wird, was öffentlich ist. Alles wird immer unterhaltsamer, man sagt jetzt lieber: Das ist das Haus dieses Künstlers, der vor vier Jahren noch in Polen lebte und nichts hatte, und jetzt hat er alles und lebt in Berlin, und dieser und jener Sammler ist auch dafür. Und Bürger lassen sich auch gerne desinformieren. Ich finde an der Tagung hier ist zum Beispiel wichtig, dass sie öffentlich angekündigt wurde und öffentlich zugänglich ist. Es geht mir nicht darum, dass ganz Berlin-Mitte hier sitzen und sich von uns unterrichten lassen müsste. Wichtig ist aber, dass wir prinzipiell erreichbar bleiben und dass es eine Öffentlichkeit gibt, die erkennt, dass dort etwas verhandelt wird. Dafür zu sorgen, ist eine große Chance für uns. Genauso wie der Staat für Tageszeitungen gesorgt hat, indem sie einen besseren Steuersatz bekommen, muss für Foren in den neuen Medien gesorgt werden, die den Ball auffangen und weiterspielen.

Es gibt viele künstlerische Konzepte, die sich im Netz verbreiten und gut funktionieren, und Kunstvereine sind prädestiniert dafür, etwas ähnliches zu machen wie NGO's. Da mochte ich auch den Hinweis von Herrn Koldehoff, der sagte, wir könnten doch regional bleiben. Regionalität gibt es zwar eigentlich nicht mehr, aber wenn man einen bestimmten Punkt markiert, dann kam man von dort aus wirklich ausstrahlen und kann auch etwas machen. Ich glaube, darauf sollte man sich in Zukunft stärker fokussieren: Bestimmte Sachen gibt es nicht mehr, man muss aufhören, ihnen noch nach zu jammern und schauen, dass man andere, neue Felder besetzt und sie nicht einfach Irgendjemandem überlässt. Dazu gehört auch klar zu machen, dass Kunst irgendwo erreichbar sein muss und einen bestimmten Wert hat, über den man dann in Foren wie diesem hier auch wieder verhandeln kann.

Beatrice von Bismarck:

Das führt jetzt zwar wieder zurück, aber mir geht es noch einmal um diesen diffusen Begriff des Kreativen, und wie wir mit ihm umgehen. Es erscheint mir wichtig, zwischen Kunst und Kultur zu trennen, weil die Creative Industries etwas anderes sind als das, was wir normalerweise unter dem Titel "Kunst" verhandeln. Ich fand es gut, dass der Einwand bezüglich Kulturökonomie und Ökonomisierung noch einmal kam, weil sie wirklich nicht identisch sind, aber die Wirtschaft im Rahmen der Ökonomisierungstendenzen sehr wohl den Bereich des Kreativen für sich nutzbar macht. Sie haben die schöne Formulierung gewählt, dass die Künstler die Elite der Wirtschaft werden. Wenn sie das wären, dann würden hier vermutlich nur ganz Wenige sitzen, weil sie es nicht nötig hätten, über ihren Warenwert und den ihrer Arbeit nachzudenken. Mittlerweile müssen sich alle, die irgendwie die Bezeichnung Kunst oder Kreativität für sich in Anspruch nehmen, damit auseinandersetzen, dass sie Vorbildfunktion innerhalb der Wirtschaft zugewiesen bekommen haben - ohne dabei die entscheidenden Abstriche, die auch sonst mit diesen Tätigkeiten einhergehen, die prekäre Lebens- und Arbeitssituation, einzubüßen.

Bernd Fesel:

Ich möchte das Thema des Wertes noch einmal aufgreifen bzw. die These, dass wenn die Künstler sozusagen Elite der Wirtschaft wären, würden sie viel verdienen und müssten nicht hier sein. Der Wert gliedert sich in immaterielle und materielle Werte und natürlich in persönliche und gesellschaftliche. Es ist ein Phänomen, dass in der Kultur

Dinge, die besonders hohen gesellschaftlichen Wert haben, schlecht in materielle Werte übersetzt werden. Dies ist ein Kennzeichen aller öffentlichen Güter, es gilt auch für gesunde Ernährung, für Energie und andere Sachen. Es gibt in Deutschland leider keinen Lehrstuhl für Kulturökonomie, der fragt, wie man es schafft, aus einem hohen gesellschaftlichen Wert einen persönlichen Nutzen zu ziehen. Ein Beispiel dafür, dass hoher privater Nutzen nicht immer materiell ist: In der Bilanz von Coca Cola wird ein großer Wert aufgeführt, der völlig immateriell ist, nämlich der sogenannte Markenwert. Auch die persönlichen Werte sind nicht immer abzählbar, und auch der Wert, den ein Museum schafft, ist mitnichten einer, der irgendwo belegbar und nur abzählbar hinsichtlich der Besucher ist. Nach der Theorie der öffentlichen Güter ist der größte Wert, den ein Museum schafft, systematisch nie abzählbar, er ist immateriell. Kunstvereine und Museen müssen lernen zu erklären, dass ihre Werte oft gar nicht materiell sind und dass man sie mithilfe anderer, nicht zählbarer Indizien fassen muss.

Stephan Opitz:

Ich finde alles gut nachvollziehbar, was Bernd Fesel sagt. Doch Jeder, der Etatverhandlungen auf kommunaler oder Landesebene führt, weiß, dass man mit dem schlecht verstandenen Stichwort Kulturwirtschaft dauernd Gefahr läuft, eine Stellvertreterdebatte zu führen. Nach dem Motto: Wenn die Kulturwirtschaft - was auch immer man dafür hält - brummt, dann können wir doch mal ein paar Gelder abziehen. Im Moment wird doch wie folgt darüber nachgedacht: Können wir nicht bei der Kunstförderung etwas streichen, wenn wir den Leuten Existenzgründungsprogramme geben?

Publikum 1:

Ich erlebe in Ihrer Debatte, besonders bei Herrn Fesel und auch in meinem eigenen Alltag als Künstlerin, dass es ständig ökonomische Begriffe für das Handeln gibt. Dass es als innovativ gilt, alles wirtschaftlich zu erklären, auch die Kultur. Ich muss ständig gegenüber irgendwelchen Stellen erklären, dass sich mein künstlerisches Unternehmen irgendwann trägt. Ich stelle dabei fest, wie ich die wirtschaftlichen Begriffe in meine eigene inhaltlich-theoretische Arbeit übernehmen muss. Dies bedeutet eine totale Theoretisierung, eine Transformation der Kunst in eine ökonomische Legitimationsdebatte, so kommt es mir vor.

Tino Sehgal:

Ich glaube nicht, dass man einen bestimmten kulturellen Umgang, eine bestimmte, vielleicht kurzfristige Idee von Wirtschaften mit "der Wirtschaft" gleichsetzen kann. Wie Bernd Fesel sagt: Das Schaffen einer kulturellen Infrastruktur ist an sich ein wirtschaftliches Gut - ich denke, darauf können wir uns einigen. Wie viele Besucher da waren und wie viel eingenommen wurde, ist zwar auch eine wirtschaftliche Logik, aber das Schaffen einer kulturellen Infrastruktur eben eine langfristige oder vielleicht elaboriertere. Ich finde es schwierig, diese Dichotomie Kunst und Wirtschaft immer auf einer so oberflächlichen Ebene gegeneinander auszuspielen. Ganz streng gesagt: Ich glaube, dass Ihre Frage so gar nicht berechtigt ist.

Das zweite, was mir auch auf dieser Tagung immer wieder aufgefallen ist: Viele Leute - Stephan Dilleuth ist da nur ein Beispiel - erfahren etwas Unheimliches, je mehr und je länger sie in diesem Bereich arbeiten: Es erscheint ihnen unheimlich, wie nahe sie an den wirtschaftlichen Geschichten dran sind - dies unterstelle ich jetzt einmal. Ich finde, dass zum Beispiel Frau Bonnet nicht weit genug gegangen ist. Sie sagte: Unternehmer-Künstler hat es schon immer gegeben, und die Kunst ist nur autonom, weil sie als Ware gehandelt wird. Das stimmt ja auch alles kunsthistorisch betrachtet. Aber es ist noch viel mehr: Diese Unheimlichkeit, die man erfährt, wenn man einerseits in einem kritischen Theoriediskurs denkt, dass die Kunst das Außen ist oder das Andere der Nutzenlogik, und sich

andererseits im eigenen Leben dann fragt, "Oh, wer ist das eigentlich, die da neben mir im Bett liegt"? Dann erfährt man eine Spaltung unserer Kultur aufgrund eines falschen Verständnisses: Gerade die Bildende Kunst ist die Kunstform, die mit dem Bürgertum und der französischen Revolution überhaupt erst entstanden ist. Und das Museum ist der Ort, an dem ein Verhältnis zur Ware, zum Objekt eingeübt wird. Es ist nicht nur so, dass sie auch eine Ware ist, sie ist die exemplarische Ware, die dieses Verhältnis einübt. Und dies ist wohl auch der Grund dafür, dass wir immer stärker in diese Diskussion der Ökonomisierung kommen, weil sich die ganze große gesellschaftliche Ökonomisierung in immer breiteren Bereichen in Richtung der Kunst bewegt. Weil immer mehr Produkte einen immer geringeren Anteil an Materie haben, aber einen immer größeren Anteil an Immaterialität - oder wie immer man diesen Anteil nennen mag: Subjektivität, Ästhetik etc. Und auf einmal ist Kunst noch in viel höherem Maße ein Bereich, an dem sich Leute orientieren. Ich glaube, es ist eine Art von Kindergartendiskussion, wenn man immer wieder auf den Gegensatz von Kunst und Wirtschaft anspielt, gerade in der Bildenden Kunst ist beides untrennbar verbunden. Wenn man das nicht will, muss man, wie die Situationisten, eben aus dem Bereich der Kunst aussteigen. Man kann nicht immer von innen dagegen anrennen. Wichtig ist von den Was-Fragen des 20. Jahrhunderts wegzukommen, wie eben von jener, ob Kunst nun ein Produkt ist oder nicht. Alle Avantgarden des 20. Jahrhunderts speisen sich ja aus dieser Frage: Wie kann ich Kunst machen und gleichzeitig keine Ware sein? Dies ist keine produktive Frage, und es gibt letztlich auch keine Antwort darauf, da alles ein Produkt sein kann, wenn nur zwei Leute sich darauf einigen. Die entscheidende, auch ethisch relevantere Frage wäre: Wie gehe ich damit um? Es geht nicht darum, ob es ein Produkt ist oder nicht, sondern um die Werte, die damit einhergehen. Man muss die schizophrene Spaltung, die in unserer adornitisch geprägten Kultur doch stark eingesickert ist, beenden und sagen: Okay, wir sind eben Leute, die gerne etwas kulturell Spezialisiertes machen - egal in welchem Bereich - wir müssen dies irgendwie auf dem Markt anbieten und davon Einkommen generieren. Die Frage ist, welche realitätsproduzierenden Effekte gehen damit einher, und wie kann ich mich ethisch zu ihnen stellen. Dies ist meines Erachtens viel interessanter, als immer schwarz-weiß zu malen und zu sagen: Ich bin doch das Andere, die Kunst, während auf der anderen Seite die wirtschaftlichen Begriffe stehen.

Catrin Lorch:

Mittlerweile wird jeder gesellschaftliche Bereich unter den Prämissen der Ökonomie diskutiert, am zugespitztesten derzeit im Bereich Familie. Vor zwanzig Jahren hat man Familie unter völlig anderen, unter kulturellen Prämissen diskutiert und zum Beispiel gefragt, ob die Wohngemeinschaft das Modell der Zukunft ist, oder ob Frauen keine Kinder mehr haben, weil sie selbstbestimmter leben wollen. Heute haben wir eine völlige Durchdringung dieser Bereiche mit ökonomischen Prinzipien, heute berechnen wir, was es uns hinterher kostet, wenn Frauen keine Kinder haben. Genauso berechnen wir, was es uns vielleicht kostet, wenn wir ein Museum schließen und dessen Sammlung umverlagern.

Publikum 3:

Ich bin Künstlerin und mir fällt immer wieder auf, dass es im Endeffekt ständig nur darum geht, wie ich mich verkaufe, wie ich also berühmt werde. In meiner eigenen Arbeit sehe ich es eher so, dass mir erst einmal meine Kunst am wichtigsten ist. Natürlich freue ich mich, wenn dann ein Erfolg eintritt und ich davon leben kann, und ich habe festgestellt, dass die meisten Künstler hier ähnlich denken wie ich. Die Frage ist aber: Wie können wir in unserem Leben eine Kunstsicherung gewährleisten? Es geht nicht darum, als Künstler reich zu sein, sondern die Freiheit zu haben, wirklich so zu arbeiten, wie wir wollen.

Publikum 4:

Ich bin Künstler hier in Berlin und möchte einen Aspekt anführen, der noch nicht zur Sprache gekommen ist. Als Resümee kam für mich unter anderem heraus, dass es in der Gesellschaft ein großes Desinteresse an moderner Kunst gibt. Ein Teil dieses Problems, das ich auch während meiner eigenen Sozialisation als Künstler erfahren habe, ist, dass die Künstler nach dem Zweiten Weltkrieg nicht dekorieren sollten, nicht gestalten sollten - im Sinne von politisch gestalten - und auch nicht auf die Natur verweisen sollten, wie das noch William Morris oder John Ruskin getan haben. Stattdessen sollten Künstler Kunst machen, die immer reflexiv ist und etwas reflektiert, was andere Künstler schon gemacht haben. Wenn ich also zum Beispiel eine Installation über Themen wie Migration, Gender oder Ökonomie mache, dann interessiert das keinen - und das ist vielleicht ein Teil des Problems.

Olaf Nicolai:

Wenn man sich diese Diskussion anschaut, dann geht sie sehr oft von einem intentionalen Modell aus, als ob Dinge geschehen, weil bestimmte Leute bestimmte Interessen ganz rational artikulieren und durchsetzen - und andere weniger. Dann endet man natürlich irgendwann bei einer Verschwörungstheorie, weil sich vielleicht irgendjemand durchgesetzt hat, den niemand so richtig kennt, das nennt man dann das "Kapital" oder die "Ware." So funktioniert das Ganze aber nicht. Um dies zu illustrieren: Es hat ein sehr lustiges Forschungsexperiment gegeben, bei dem man festgestellt hat, dass es eine Situation gibt, in der Mäuse vor Katzen nicht wegrennen, sondern anfangen, Tänze vor ihnen aufzuführen. Und natürlich hat die Katze die Mäuse dann gefressen. Die Forscher haben überlegt: Wie kommt das? Es gab darüber die verschiedensten Theorien. Die intentionale Theorie war, dass die Maus vielleicht unter Drogen steht, vielleicht etwas Versammeltes gegessen hat. Doch dann stellte man fest: Im Hirn der kleinen Maus war ein Wurm, und dieser Wurm braucht den Darm der Katze als Wirt. Dies ist ungefähr so, wie Sigmund Freud die Libido beschreibt. Wenn man sich also reflexiv über Prozesse unterhält, muss man sich mit dem Movens beschäftigen, das ist der blind spot. Wir können oft erst wissen, warum etwas geschehen ist, wenn die Sache vorbei ist. Und das Problem ist, dass wir mit einer reflexiven Kultur ausgestattet sind und denken, wir können alles klar analysieren und daraus Handlungsanweisungen ableiten. Karl Marx hat die Ware einmal als das "Sinnlich-Übersinnliche" bezeichnet. In der gesamten Ökonomisierungsdiskussion wird vorwiegend nur das Sinnliche, das Konkrete, das Rationale thematisiert. Das Übersinnliche wird kaum diskutiert. Benjamin hat einmal ganz richtig vom Kapitalismus als Religion gesprochen, das war gar nicht so gemeint, dass alle verblendet sind, sondern dass diese Art des Wirtschaftens etwas tief Religiöses ist. Und dass dieses Moment, als Kunst im 18. Jahrhundert auf einmal auftauchte, damit zusammenhängt. Es gibt eine Kunstgeschichte, die viel früher als im 18. Jahrhundert beginnt. Die Kunst wird es auch weiterhin geben, wir müssen also keine Kunstschutzdebatte führen. Die Kunst ist wie die Natur: Sie wird so lange überleben, wie es Menschen gibt. Aber anders, als wir es kennen und mögen. Nur die Frage ist heute: Man hat eine bestimmte Berufswahl getroffen, eine Existenzform gefunden - wie sehen denn nun ihre ganz konkreten Ausformulierungen aus? Da muss man beginnen, über die Warenform zu sprechen und hat dann genau diejenigen ethischen und moralischen Implikationen, über die Tino Sehgal eben gesprochen hat. Vielleicht will ich nicht unbedingt einen Kunstverein haben, der wirklich die Öffentlichkeit erreicht, vielleicht will ich nur diejenigen Leute erreichen und die Dinge tun, die mir persönlich wichtig sind. Dann bleibt die Frage, ob es einen Rahmen gibt, der mir dies gestattet, und wenn ja, wieso es ihn gibt. Wieso gibt mir jemand diesen Freiraum? Ist das eine Übereinkunft in unserer Gesellschaft, hat es mit einer gewissen Form von Zivilisation zu tun, dass es bestimmte Fragen zu geben hat? Oder schaffen wir sie einfach ab? Dies sind Fragen, die mich zum Beispiel auch dann interessieren, wenn ich im Flughafen bin und den Abschieberaum sehe.

Bernd Fesel:

Ich habe das Stichwort "Werte" auf dieser Tagung so verstanden, dass die Frage auch ist, welchen gesellschaftlichen Wert Kunstvermittlung hat oder haben will. Und beanspruchen Kunstvereine oder non-profit Institutionen oder off spaces eben auch gesellschaftlichen Raum? Dadurch, dass sie im Augenblick steuerbegünstigt sind, nimmt zumindest der Staat an, dass die Kunstvereine etwas für die Gemeinschaft tun. Meiner Ansicht nach kann die Präsenz von Bildender Kunst in unserer Gesellschaft als gesellschaftlicher Wert nicht vom Kunstmarkt geleistet werden. Und ich glaube, dass die Kunstvereine eine Chance haben, genau dort anzusetzen und die Bevölkerung jenseits des Marktes für Kunst zu interessieren. Ich glaube, dass es der Markt in seiner jetzigen Form sehr schwer hat, Kunst zu demokratisieren - ein Impetus, den die Art Cologne einmal hatte. Den gesellschaftlichen Wert der Vielfalt von Kunst können die Kunstvereine liefern - sonst kaum jemand. Wenn sie sich nicht dieser Aufgabe stellen, wer soll es denn sonst machen? Wenn dies niemand macht, wird die Bildende Kunst als gesellschaftlicher Wert noch mehr Desinteresse erfahren, als sie schon heute erfährt. Um ein Gegenbeispiel zu geben: Heute wird im Fernsehen, in jeder Tageszeitung, in jedem Feuilleton ständig gekocht. Überlegen Sie einmal, welche gesellschaftliche Präsenz die Kochkultur dadurch erreicht hat. Bis hin, dass es heute in den Kindergärten und Schulen den "Kinderkochführerschein" gibt und Kochen wieder zu einer Kulturtätigkeit wird. Von einer solchen gesellschaftlichen Präsenz und Aktivierung von Millionen von Menschen ist doch die Bildende Kunst total weg, sogar von der Comedy wurde sie da abgehängt. Ich würde mir also wünschen, dass die Kunstvereine diese Diskussion führen.

Carina Plath (aus dem Publikum):

Was ich wichtig bei dieser Tagung fand, ist die Frage nach der kulturellen Grundsicherung oder der Verallgemeinerung, wie Tino Sehgal es so schön sagte, also die Frage: Wie bekommen wir es hin, dass die kulturelle Infrastruktur bestehen bleibt? Ich will mich dieser "Noch-Debatte" gar nicht anschließen, aber wir sind natürlich tatsächlich in der Situation, dass bestimmte Freiräume wie in den Feuilletons usw., enger werden. Und die schwierigste Situation haben vielleicht diejenigen, die auf solchen Tagungen eigentlich selten auftreten, die kleineren bis mittelgroßen kommunalen Museen zum Beispiel, wo Sammlungen verrotten, weil keine Gelder für Restauratoren da sind. Die Frage ist also, wie es Kulturaktive schaffen können, die Kultur stärker als Wert hervorzuheben. Natürlich müssen die Kunstvereine jetzt nicht damit anfangen, wie Bernd Fesler gerade gefordert hat, sie tun dies schon seit 1945. Die Frage ist vielmehr, wo wir eine neue Diskussionsplattform finden, wenn die Feuilletons nicht mehr existieren. Wo also werden die Werte in Zukunft verhandelt? Wie kann klar gemacht werden, was vorhanden ist, und wie kann das Vorhandene als Wert und als etwas Erhaltenswertes gestärkt werden?

Leonie Baumann:

Nicht nur diese Abschlussdiskussion, sondern auch die ganze Tagung hat für mich noch einmal von der Seite der Kunstvereine oder kunstvereinsähnlichen Institutionen gezeigt, wie wichtig es ist, sich über Begrifflichkeiten wie Ökonomisierung, Kunstmarkt und alles das, was im Moment so unglaublich dominant in der Öffentlichkeit erscheint, zu verständigen. Ein Forum wie diese Tagung zeigt, wie notwendig es ist, die eigene Position zu reflektieren. Es schien mir in sehr vielen Beiträgen die wesentliche Botschaft oder Vision zu sein, immer wieder zu versuchen, nicht in irgendwelche Fallen zu tappen, die von anderen gelegt werden, sondern bei der eigenen Position bzw. bei den eigenen Vorstellungen zu bleiben. Und da sind wir die Partner der Künstler, indem wir auch das realisieren, was wahrscheinlich keine Massen von Besuchern zieht, oder vielleicht sogar niemanden. Man muss den Mut haben auch Projekte zu realisieren, die völlig verrückt sind. Die Räume des Aushandelns müssen bestehen bleiben, und dazu brauchen wir Partner in anderen gesellschaftlichen Bereichen wie der Kulturpolitik, den Medien, der Kulturwirtschaft usw. Ich glaube, dass in Zukunft sonst nur noch das, was marktkompatibel ist, produziert und

existent sein wird. Es sollte deswegen eine Form des regelmäßigen Gedankenaustauschs über diese sich rasant verändernden gesellschaftlichen Prozesse geben, auch wenn wir dabei immer wieder eine Aushandlung der eigenen Position und Sichtweise führen müssen. Und ich finde auch, dass diese Debatte im europäischen Kontext geführt werden sollte. Damit ist nun die Tagung "Kunst Werte Gesellschaft" ans Ende gekommen, wir danken allen Beteiligten und dem Publikum.