

## **Der Kreislauf von Kunst und Geld**

### Über Ökonomien des Kunsthandels

Bei einer Party im Frühjahr 2001 plauderten ein paar hohe Herren – allesamt Vorstandsmitglieder großer deutscher Unternehmen – über ihre privaten Kunstsammlungen. Der Ranghöchste unter ihnen, ein Konzernchef, erzählte stolz von einem Erlebnis, das ihm wenige Wochen zuvor widerfahren war. Er sei Georg Baselitz vorgestellt worden, vom Galeristen persönlich, und Baselitz habe ihn gleich als erstes gefragt, ob er – der Konzernchef – denn ein Bild von ihm besitze. Der musste verneinen, worauf ihm Baselitz erwidert habe: „Dann spreche ich auch nicht mit Ihnen.“ Der so Brüskierte empfand diesen Satz des Malerfürsten freilich alles andere als beleidigend oder unverschämt, sondern war beeindruckt: Noch am selben Abend kaufte er ein Baselitz-Gemälde.

Wohlgemerkt: Der Konzernchef trug diesen Vorfall in stolzem Ton vor, und die anderen Herren nickten beifällig und voller Bewunderung darüber, dass ihr Gesprächspartner nun einen Baselitz in seiner Sammlung hat. Man sah ihnen an, dass sie genauso gehandelt hätten, sofern es ihre finanzielle Lage erlaubte; immerhin ist ein solches Bild eine Anschaffung, für die auch ein Vorstand einige Zeit arbeiten muss, ähnlich lange wie ein mittlerer Angestellter für ein neues Auto. Doch interessant an diesem Kunstkauf ist nicht nur, wie locker hier jemand eine große Summe für ein einziges Bild ausgibt, sondern was ihn dazu veranlasst: Dass sich der Künstler unbeeindruckt von der gesellschaftlichen Position seines Gegenüber, von der Macht des Spitzenmanagers zeigte, bestätigte diesen darin, die Kunst als etwas Besonderes anzusehen.

Schon lange und immer noch gilt diese als ein von Kompromissen, Anpassung und Korruption freier, ein autonomer Ort ungezügelter Kreativität, eine Insel weniger Seliger. Die freche Bemerkung des Künstlers, die sich niemand sonst gegenüber einem Vorstandschef erlauben dürfte, wird also wohlwollend als erneuter Beweis solch idealer Unabhängigkeit gewertet – und fasziniert zudem als größtmöglicher Kontrast zu all den Huldigungen, Speichelleckereien und Demutsbekundungen, die einem Menschen mit Macht sonst entgegengebracht werden. Die Kunst erweist sich als das große ‚Andere‘ und der Verstoß gegen gesellschaftliche Höflichkeitsformen gilt

als Zeichen eines unkonventionellen künstlerischen Lebensstils, der sich ebenso durch Originalität wie durch eine herausgehobene Moralität – ein überlegenes Transzendieren aller bloßen Regeln – auszeichnet.

Hingegen bemerkte der Vorstandschef nicht, dass er mutmaßlich selbst einem Machtspiel ausgeliefert war. Künstler kennen nämlich sehr wohl das Image, das sie bei den Repräsentanten staatlicher und ökonomischer Macht genießen, wissen auch um das Verhalten, das sie an den Tag legen müssen, um als Künstler Eindruck – und im weiteren gute Geschäfte – zu machen. Das Repertoire von Gesten, die Unangepasstheit signalisieren, haben die erfolgreichen unter ihnen am besten eingeübt und bei jeder Gelegenheit parat.

Dies kann man natürlich auch wiederum als besondere Form von Anpassung, als tautologischen Akt gegenüber den Künstler-Klischees derer deuten, auf deren Geld ein Maler oder Bildhauer scharf oder angewiesen ist, kann also die Farce künstlerischer Autonomie beklagen. Doch genauso lässt sich darin eine eigene Sprache der Macht erkennen: Mit ihrer Chuzpe schüchtern die Künstler die sonst Mächtigen ein und fordern sie zu einem Unterwerfungsverhalten heraus. Auch wenn offenbar das Bedürfnis nach einem solchen Verhalten besteht (und sogar stolz davon berichtet wird), ist es doch das Verhalten von Verunsicherten – und was die Künstler mit ihrem Auftreten bieten, ist nicht nur eine eigens abgestimmte Dienstleistung für unterwerfungswillige Manager oder Unternehmer, sondern ist und bleibt ein Ausspielen von Macht.

Diese Macht wuchs den Künstlern nach und nach, im Verlauf von wenigstens zwei Jahrhunderten zu. Je mehr die Kunst zu einer Gegenwelt – jener Insel der Seligen – und zugleich zu einem Ausnahmezustand verklärt wurde, desto mehr moralische Autorität konnte sie für sich reklamieren. Ihre Distanz zu den Profanitäten des Alltags verhiess ihr außerdem die Eignung als Breitband-Therapeuticum, das alle Anstrengungen und Verletzungen kompensieren sollte, die den Menschen aufgrund ihrer Berufspflichten und vielfältigen gesellschaftlichen Anforderungen widerfahren, zumal Fürstengewillkür oder staatliche Maßnahmen den Druck auf den einzelnen oft zusätzlich erhöhten. Vor allem die zunehmend industrialisierte, rationalisierte und kapitalisierte Arbeitswelt, ferner Phänomene wie die Verstädterung oder das Vordringen von Wissenschaften, modernen Techniken und Welthandel wurden oft als bedrohlich und entfremdend empfunden.

Neben der Natur war die Kunst die einzige Kandidatin, der man eine Befreiung des Menschen zu sich selbst zutraute, und dass sich die Verhältnisse grundlegend ändern müssten, glaubten keineswegs nur die Opfer der Modernisierung; vielmehr erfassten kulturkritische, antimoderne und antiökonomische Denkweisen sogar viele Protagonisten des modernen – als aggressiv-entfremdet beklagten – Lebens: Wissenschaftler, Techniker, Industrielle, Banker oder Manager gehen oft so weit, ihre eigene Rolle kritisch zu sehen und – zumindest in reumütigen Viertelstunden – nach einem Gegenpol zu ihrer dann als einseitig, stupid, menschenverachtend oder oberflächlich empfundenen Arbeit zu suchen. Noch immer würden nicht wenige Business-People seufzend und schuldbewusst Schiller zustimmen, der am Ende des 18. Jahrhunderts als einer der ersten jene Entfremdung diagnostizierte, Symptome dafür sammelte und auch ihre Ursachen benannte. An einer prominenten Stelle schreibt er, der Geschäftsgeist sei „in einen einförmigen Kreis von Objekten eingeschlossen und in diesem noch mehr durch Formeln eingeeengt“, müsse daher „das freie Ganze sich aus den Augen gerückt sehen und zugleich mit seiner Sphäre verarmen.“ Und weiter: „...der Geschäftsmann hat gar oft ein *enges* Herz, weil seine Einbildungskraft, in den einförmigen Kreis seines Berufs eingeschlossen, sich zu fremder Vorstellungsart nicht erweitern kann“.<sup>1</sup>

Gerade dieses Gefühl des Eingeschlossenseins, das ihr sonst so machtvollstarkes Handeln begleitet, bringt Menschen wie jenen Konzernchef dazu, an ihrer Lebensform zu zweifeln und im Künstler einen Antipoden zu erblicken, der ein Maximum an Freiheit besitzt und nicht unter Einförmigkeit leiden muss. Bewunderung, manchmal sogar Neid wird dem Künstler daher entgegengebracht; er bietet sich als Fluchtpunkt vieler Phantasien von unabhängigem Leben an, die jedoch ihrerseits ziemlich eintönig – klischeebeladen – sind. Die Beschäftigung mit Kunst dient Unternehmern, Managern oder Vertretern anderer statuärträglicher, aber anstrengender Berufe als Refugium – aber auch als Beleg dafür, doch noch zu Höherem, Umfassenderem disponiert zu sein als zum bloßen Geschäft. Wie schon Schiller in der Kunst alle Einseitigkeit und Entfremdung aufgehoben sah, schätzt die von bildungsbürgerlichen Werten nachhaltig geprägte Gesellschaft sie bis heute als Verwirklichung des Humanum. Wer sich mit Kunst umgibt, kann daher darauf spekulieren, seinerseits als besonders kultiviert, gebildet und menschlich zu erscheinen.

---

<sup>1</sup> Friedrich Schiller: *Über die ästhetische Erziehung des Menschen*, Nationalausgabe Bd. 20, Weimar 1962, 6. Brief, S. 325f.

Die erstaunlich großen Summen, die für Kunst gezahlt werden, sind aber nicht nur Folge ihrer besonderen Wertschätzung oder des durch sie erhofften Imagegewinns, sondern können zugleich als Dementi der marktwirtschaftlichen Ordnung interpretiert werden. Immerhin ergeben sich die hohen Preise – zumindest im Fall zeitgenössischer Kunst – nur selten aus einem gegenüber der Nachfrage zu knappen Angebot. So besitzen sie nicht zuletzt eine demonstrative Funktion, und ein Manager, der beispielsweise ein Gemälde von Baselitz erwirbt, tut damit kund, auch einmal ‚irrational‘ und – nach dem Maßstab seiner sonst streng befolgten Grundsätze – unökonomisch zu handeln. Schon das Zahlen eines hohen Betrags für ein Stück Kunst trägt den Charakter eines Befreiungsschlags, muss man sich doch endlich einmal nicht jenes „enge Herz“ nachsagen lassen und kann dafür der lange angestauten, nie eingestandenen Verachtung des eigenen Metiers Ausdruck geben.

Aufschlussreich ist, wie sehr der Eintritt in die Gegenwelt ökonomischen Denkens doch wieder über den Weg des Gelds gesucht wird, das hier allerdings kaum noch als Währung innerhalb eines klaren Tauschgeschäfts fungiert, sondern dessen man sich entledigt, so als würde es, anders als das Sprichwort behauptet, stinken. Manchmal mag das Ausgeben und Verschwenden des Gelds sogar wichtiger für das eigene Seelenheil sein als die im Gegenzug erworbene Kunst; zumindest bereitet es wohl das stärkere Erlebnis, sich schlagartig eines großen Betrags zu entäußern, wobei das aufregende Gefühl, ja der Nervenkitzel, damit Grenzen zu überschreiten, dann ungenauerweise dem Kunstwerk angerechnet wird, dem man enorme Wirkqualität unterstellt.

Allerdings widersprechen die hohen Summen für Kunst nicht jeglicher Ökonomie, und es findet gerade beim Erwerb moderner Kunst statt, was Marcel Mauss und Georges Bataille als Ökonomie der Verschwendung analysiert haben: Wer sich verausgabt, indem er seinen Reichtum in etwas anlegt, für das es – nach Auffassung vieler Menschen – keine äquivalente Gegenleistung gibt, vernichtet zwar Kapital, verblüfft damit aber auch, verunsichert die anderen und erwirbt sich auf diese Weise einen höheren gesellschaftlichen Rang. Tatsächlich steht eine Mehrheit moderner und zeitgenössischer Kunst kritisch oder auch hilflos gegenüber, kann also – anders als bei vielen anderen Statussymbolen – nicht nachvollziehen, wieso jemand dafür so viel Geld ausgibt, und sieht daher einen Akt maßloser Verschwendung darin. Diese wird mit den Kunstwerken auch direkt zur Schau gestellt, was ihre soziale Funktion belegt: „Deshalb geschieht die Verschwendung ostentativ, weil der Verschwender sich durch sie den anderen als überlegen

erweisen will“. Im weiteren bestimmt Bataille den „rangbildenden Wert“ sogar als eigentliche Funktion des Luxus, den er übrigens schon in den 1930er Jahren vor allem „in der Umgebung der modernen Banken“ verortet hat.<sup>2</sup>

Sofern Luxusgegenstände nicht von vornherein nur als Spekulationsobjekte erworben werden, die bei einem späteren Wiederverkauf eine anständige Rendite abwerfen sollen, sind sie aus der Sicht der kapitalistischen Ökonomie grundsätzlich Verschwendung und daher sinnlos: Anstatt das Kapital nutzbringend zu investieren oder zumindest für abschreibungsfähige Posten zu verwenden, wird es gleichsam tot gestellt. Dies gilt für den Kauf moderner Kunst ganz besonders. So versteht diese sich selbst als zweckfrei, besitzt anders als etwa Designermobiliar keine konkrete Funktion, ist aber auch nicht mit so viel Spaß und sinnlichem Erleben verbunden wie eine Yacht oder Geliebte. Vielmehr verweigert sie sich fast immer traditionellen Vorstellungen von Schönheit, ist spröde, hermetisch und eher anstrengend als entspannend. Wer nach Kompensation sucht, ist mit einem Konzert oder einem Roman im allgemeinen jedenfalls besser bedient als mit einem abstrakten Gemälde oder einer Installation. Auch sind Musik, Literatur, Theater oder Film ungleich preisgünstiger zu rezipieren als das eigene Bild über dem Sofa, im Arbeitszimmer oder Foyer. Wenn viele Reiche und Mächtige dennoch Gemälde anderen Kulturgütern vorziehen, belegt dies um so eindrucksvoller, dass stärker als das Bedürfnis nach einer Gegenwelt der Wunsch nach Rang und Macht ist, die der – demonstrative und exklusive – Kauf teurer bildender Kunst mit sich bringt und postuliert.

Zugleich weckt eine Skulptur oder eine Bildtafel aufgrund ihres Objektcharakters die Illusion, man könne damit ‚die‘ Kunst selbst, in *einem* Ding verkörpert und zum Fetisch geworden, erwerben und all das auf einmal kaufen, was man sich von ihr im allgemeinen erhofft. Während man ein Buch erst lesen muss, um seine Qualitäten zu erfahren, während auch ein Musikstück eine bestimmte Rezeptionszeit verlangt, suggeriert allein ein Werk der bildenden Kunst, seinen Wert ohne zusätzlichen Einsatz von Zeit – im Nu – voll zu repräsentieren. Dem Kunst-Interessenten winkt hier eine Zeitersparnis, und manchem Sammler mag es so vorkommen, als liege bereits im Akt des Kaufs das eigentliche Kunsterlebnis. Gerade zeitknappe, gehetzte Manager erliegen der Versuchung, die von ihnen bewunderte Kunst so schnell wie möglich – in ihrer effizientesten Form – aufzunehmen, und ihnen erscheint der hohe Preis für ein Bild dabei gar noch als Beleg für die Menge an Zeit, die sie sparen. Dieser Glaube verrät den von protestantischer Ethik

---

<sup>2</sup> Georges Bataille: *Die Aufhebung der Ökonomie*, München <sup>3</sup>2001, S. 105, 109, 22.

zu Sparsamkeit konditionierten Kapitalisten, der die Gleichung ‚Zeit ist Geld‘ verinnerlicht hat, dementiert also in gewisser Weise wieder jene Logik einer Ökonomie der Verschwendung.

Ohnehin verschränken sich Ökonomie der Verschwendung und kapitalistischer Geist auf dem Kunstmarkt merkwürdig. So dürfte mancher durchaus ins Kalkül ziehen, wie viel es ihm – sozusagen via Umwegrentabilität – später wieder einbringt, dass er mit dem ostentativen Erwerb teurer Kunst sein Renommee gegenüber Kollegen und Konkurrenten sowie gegenüber der großen Mehrheit der weniger Vermögenden erhöht, die sich schwerer tun, ihren Einsatz für humanistische Werte zu bekunden oder via Verschwendung einzuschüchtern: Vielleicht nützt es der Karriere und damit dem Bankkonto letztlich und langfristig, dass man sich so verausgabt hat.

Und noch etwas ist bedenkenswert: Der Einsatz hoher Summen, die schließlich (durch die Vermittlung von Galeristen oder Art-Consultants freilich ungefähr halbiert) dem Künstler zukommen, gerät auch zu einem Potlatsch: Der Kunstkäufer will den Künstler damit nicht zuletzt in Verlegenheit bringen, verunsichern, gar beschämen und demütigen. Warum aber das? Weil er den Künstler eigentlich und uneingestanden, jenseits aller vordergründigen Bewunderung, hasst. Dass es jemanden gibt, der die eigene Lebensform als ‚eng‘, geistlos, un kreativ erscheinen lässt, löst bei einem Manager oder Konzernchef nicht nur Faszination oder auch Neid aus, sondern weckt in ihm ebenso die Ahnung, selbst nie die Unabhängigkeit und Kompromisslosigkeit erreichen zu können, die ein Künstler (vermeintlich) besitzt. Deshalb wächst das Bedürfnis, diese dauernde Provokation loszuwerden. Und daher nötigt er ihm mit dem Geld das Symbol der eigenen Korruptiertheit auf, beschmutzt damit gleichsam den Künstler – und die Kunst selbst: Ein reicher Künstler hat es viel schwerer, seine Unabhängigkeit weiterhin glaubhaft zu machen, er erscheint vielen bereits zu verstrickt in die Geschäftswelt, um noch als ‚anders‘ – als unschuldig – imponieren zu können.

Indem er sein Geld scheinbar ‚irrational‘ opfert und sich auf die Ökonomie der Verschwendung einlässt, nimmt der Unternehmer, Manager oder Politiker dem durch den Künstler verkörperten Antiökonomismus, dessen primäres Angriffsziel er sonst wäre, den Wind aus den Segeln, verrät aber im letzten doch wieder nur seine durch und durch kapitalistische Denkweise: Er misstraut allem, was ‚anders‘ zu sein scheint als die Welt des Handels und was sich nicht restlos in Zahlen umrechnen lässt, verdächtigt es, damit auch maßlos und unbeherrschbar zu sein. Seine in (meist nicht eigens bemerkten) Haß umschlagende Angst vor der Kunst, seine verhohlenen Ressentiments

gegen sie kann der Ökonom aber paradoxer- und für ihn tragischerweise nur dadurch erfolgreich ausleben, dass er das ihm Liebste – das Geld – als Waffe einsetzt und in Form eines Potlatsch preisgibt. Bekundete er einfach nur Desinteresse gegenüber der Kunst oder rief er ausdrücklich zu ikonoklastischen Akten auf, hätte er – angesichts der gesellschaftlich etablierten Wertschätzung der Kunst – alle gegen sich, müsste um seine Privilegien bangen und verlöre dramatisch an sozialer Anerkennung. Außerdem glaubt er ja (wie ausgeführt) selbst ebenfalls an die Nobilität und Kraft der Kunst, ist daher dauernd im Zwiespalt, ob er sie kaufen soll, weil sie so wertvoll ist, oder ob er sein Geld für sie aufwendet, um sie vom Konkurrenten zum Komplizen zu machen. Zwischen Selbsthass, von dem nur die Kunst ihn erlösen könnte, und Hass gegen die Kunst, die ihn überhaupt erst in den Selbsthass treibt, ist der homo oeconomicus grausig gefangen.

Diese Verbindung einander widersprechender Kaufmotive treibt die Preise für Kunst weiter hoch, so weit, dass sie letztlich als skandalös oder gar obszön empfunden werden. Damit aber kommt ihnen noch eine weitere Funktion zu, nämlich die der Prohibition: Mit ihnen wird gleichsam vor der Kunst gewarnt; andere sollen daran gehindert werden, ebenfalls Kunst zu kaufen oder sich auch nur dafür zu interessieren. Ähnlich wie Prostitution, deren Preise ebenfalls nicht nur marktwirtschaftlich zu erklären sind, erscheint das Kaufen von Kunst auf einmal als etwas Sündhaftes, das nur in gewisser Heimlichkeit passieren sollte, und eine kapitalistische Gesellschaft, in der Kunst extrem teuer ist, verrät, dass sie eigentlich Angst davor hat, ja eine Bedrohung ihres Systems darin sieht.

Der boomende Kunstmarkt der letzten Jahrzehnte und die besondere Aufmerksamkeit, die gerade Unternehmer und Führungskräfte der Kunst zukommen ließen, sind Indizien einer untergründig kunstfeindlichen Haltung. Wo Kunst teuer ist, wird sie im Grunde abgelehnt – wobei die hohen Preise die Ressentiments gerade bei Menschen, die auf Sparsamkeit und Effizienz getrimmt sind, weiter nähren und die Kunstwerke schließlich als bloße Luxusprodukte, als Materialisierungen dumpfen Mammons erscheinen lassen. Und wer Kunst teuer kauft, betätigt sich nicht nur als jemand, der sie damit stigmatisiert, sondern wird zugleich mit schlechten Gewissen dafür gestraft, sich überhaupt mit ihr abzugeben. Die hohen Preise bestätigen das Gefühl von Sünde und Verschwendung, das ein Kapitalist ohnehin schon hat, wenn er sich mit Kunst beschäftigt.

Als Reaktion darauf kam es gerade in der Phase explodierender Kunstmarktpreise dazu, diese zu tabuisieren (auch hier besteht eine Parallele zur Prostitution, über deren Tarife ebenfalls nicht öffentlich gesprochen wird). Damit war es für die Käufer und Sammler leichter, ihr schlechtes Gewissen zu überspielen, und vor allem schützte dieses Tabu die Kunst davor, nur noch als Luxus oder auch als profane Geldanlage zu erscheinen. Immerhin drohte sonst der Imagegewinn sowie der Heilsanspruch verloren zu gehen, den sich erwerben will, wer als Freund der Künste aufzutreten versteht. Um die Kunst wenigstens einigermaßen vom Ruf des ‚Geldigen‘ freizuhalten, musste sie sogar forciert als geistig-intellektuelle, als spirituelle Angelegenheit dargestellt werden; die Preise durften nicht als Äquivalent eines materiellen Werts, sondern höchstens als Beleg für die im Grunde unvergleichliche, ‚normalen‘ Maßstäben entzogene Bedeutung der Kunst interpretierbar sein. Nur so ließ sich ihr Nimbus bewahren, und ihre Interessenten gerieten nicht in Verruf.

Mit der Ausklammerung des Geldwerts der Kunst kommt es jedoch auch zu keinem demonstrativen Akt der Verschwendung mehr – diese spielt sich vielmehr im Verborgenen ab, weshalb derjenige, der sein Geld entäußert, Gefahr läuft, dadurch kaum noch großen Eindruck oder Einschüchterung zu erzeugen. Der Nimbus, den die Kunst verleiht, und die Nobilitierung, die eine verschwenderische Geste auslöst, geraten in diesem Fall also in ein Verhältnis gegenseitiger Beeinträchtigung, und je mehr ein Kunstkäufer etwas vom einen hat, desto eher muss er auf das andere verzichten.

Allerdings stimmt das insofern nicht unbedingt, da auch dann, wenn der für ein Kunstwerk gezahlte Preis nicht öffentlich wird, als allgemein bekannt vorausgesetzt werden kann, dass Kunst kostspielig ist. Das heißt: Wer sich mit selbst erworbenen Werken umgibt, kann die positiven Effekte ostentativer Verschwendung erfahren, obwohl deren Ausmaß nicht in Zahlen quantifiziert wird; dadurch wiederum bleibt zugleich der Schein eines immateriellen Charakters der Kunst gewahrt – und der Käufer profitiert, was sein gesellschaftliches Ansehen anbelangt, ein zweites Mal. Ein Kunstkauf kann somit ein Maximum an Reputation bringen – sofern er nicht zu einseitig entweder als Devotion oder aber als Verschwendung dargestellt wird.

Man sieht: Es ist ein kompliziertes Gemisch an Ökonomien, das die Kreisläufe von Kunst und Geld in Bewegung hält. Und zum Abschluss sei nochmals ein Blick auf den Künstler geworfen. Da dieser, wie erwähnt, Gefahr läuft, durch die hohen Preise für seine Werke seinerseits korrumpiert, ja zu einem wichtigen Geschäftspartner der Wirtschaftsbosse zu werden, muss er

sich gegen die Angriffe auf seine moralische Vorrangstellung verteidigen. Mag das viele Geld einerseits sein Selbstwertgefühl steigern und arrogantes Verhalten wie das von Baselitz begünstigen, so entpuppt dieses sich doch ebenso als Notwehr: Nur auf diese Weise kann der Künstler beweisen, dass er sich seine Unabhängigkeit – und damit seine Unschuld – bewahrt hat. Sein Gegenüber bewusst zu brüskieren, provoziert zwar erst den Potlatsch, ist aber zugleich die einzig mögliche Antwort darauf, nämlich der Beleg, dass die mit dem Geldopfer versuchte Einschüchterung und Verlegenheit nicht gelingt. Hier schließt sich der Kreis und lässt die Protagonisten als ewig ringende Kämpfer erscheinen. Ob sie letztlich beide Sieger oder beide Verlierer sind, entscheidet die Willkür des Betrachters.