

Zum Wert der Kunst. Über die kunstpolitischen Chancen und Herausforderungen Deutschlands bis 2020

1. Ausgangssituation: Die Kunst von heute ist global

Die politischen und historischen Bedingungen, die sich mit dem Aufbrechen der Sowjetunion, der Wiedervereinigung Deutschlands, dem Aufstieg Chinas zur Wirtschaftsmacht und den neuen internationalen Handelsabkommen nach 1989 radikal änderten, schlugen sich auch in der Kunstwelt nieder und fordern heute die eurozentrisch geprägte Perspektive auf die Entwicklung der Kunst und des Kunstmarkts zu einer Revidierung der Sichtweise heraus.

1) Kunstmarkt

Bis zum Ende des 20. Jahrhunderts haben sich Europa und die USA als die Zentren der Kunstwelt verstanden. Heute gibt es Kunstzentren überall auf der Welt, insbesondere die Arabischen Länder und China platzieren sich als prominente Koordinaten auf dem Kunstmarkt.

2) Künstler

Die Nationalitäten der Künstler bestimmen nicht mehr allein den Kontext ihrer Werke, vielmehr drehen sich die Arbeiten dieser „Global Artists“ darum, die starken kulturellen Traditionen in ihrer abrupten Konfrontation mit einer globalisierten Gegenwart als produktives Konfliktfeld zu begreifen. Dies provoziert Unsicherheit hinsichtlich Interpretation, Marktwert und der historischen Bedeutung des jeweiligen Künstlereouvres auf Seiten des Betrachters/Käufers, weil sowohl der kulturelle als auch der spezifisch kunsthistorische Kontext nicht mehr gesichert erscheinen.

3) Neue Medien

Durch das Internet können sich die Künstler nicht nur gegenseitig vernetzen, sondern ebenso eine breitere Reichweite an potenziellen Kunden und Interessierten erreichen. Der onlinebasierte Vertrieb ihrer Kunstwerke löst mehr und mehr die klassischen Verfahren des Primär- und Sekundärmarktes (Galerien, Auktionshäuser) ab.

2. Konsequenzen: Die Globalität verändert die Regeln der Kunstwelt

„Die Kunstwelt war einmal eine Gemeinschaft, doch jetzt ist sie [...] nicht nur ein Marktplatz, sondern eine visuelle Kulturindustrie wie die Film- oder die Modeindustrie, mit denen sie sich auch vermischt. [...] Wir leben in einer zunehmend kulturbasierten Wirtschaft, und der Wert der Kunst wird genauso verhandelt wie andere Vermögenswerte, wie etwa Immobilien.“¹ Jeffrey Deitch (Kunsthändler und ehemaliger Direktor des MoCA, Los Angeles, USA)

1) Museen

In der Moderne wurde Kunst hauptsächlich durch ihren Ausstellungskontext als Kunst definiert. Heutzutage haben Museen ihre Autorität als Legitimationsgeber für kontemporäre Kunst verloren: „Today, they [the museums] must rethink their mission when they are expected to represent the rapidly changing world in the mirror of single art works. [...] Their problem is, that they need the presence of history that matters for a local community or a nation. History, however, has to be represented or rediscovered, and sometimes reinvented, as it is threatened by a global traffic of goods and ideas.“²

¹ Jeffrey Deitch, zit. Nach Tomkins, Calvin: „A Fool for the Art: Jeffrey Deitch and the Exuberance of the Art Market“, in: New Yorker, 12.11.2007, S.72

² Hans Belting: Contemporary Art as Global Art. A Critical Estimate, in: Hans Belting/Andrea Buddensieg [Hrsg.]: The Global Art World. Audiences, Market, and Museums, Ostfildern 2009, S.30-71, hier: S. 68

2) Auktionshäuser

Die Auktionshäuser sind heute der zentrale Motor zur Verbreitung der kontemporären Kunst. Diese werden mehr und mehr vom Typus des „Sammler-Spekulanten“ bestimmt, der Kunst hauptsächlich nach dem Kriterium des monetären Werts bemisst und somit eine kritische Auseinandersetzung *mit* und eine ernsthafte Prüfung *des* Objekts verhindert.

3) Galerien

Heute erlangen Galerien über 70 Prozent ihres Umsatzes auf den großen Messen Art Basel, Art Basel Miami Beach, Art Basel Hong Kong, The European Fine Art Fair (TEFAF) in Holland und der Art Dealers Association of America in New York. Dies verbildlicht das Desinteresse der Kunden an einem persönlichen Galeriebesuch und an einer profunden Auseinandersetzung mit den erworbenen Werken: Der Kunstverkauf soll effizient und exklusiv gestaltet werden.

4) Biennalen

Das Aufkommen von Biennalen hat sich in den letzten Jahren verzehnfacht. Obwohl sie maßgeblich zum intellektuellen Kunstdiskurs beitragen, können sie doch keinen stabilen Rahmen für die dauerhafte, nachhaltige Analyse nach dem Event etablieren.

5) Mediale Kunstdiskurse

Zeichnete sich die frühe Auseinandersetzung mit Kunst durch eine profunde Auseinandersetzung mit ihren Voraussetzungen und ihrer Wirkung aus, so ist die heutige Berichterstattung über Kunst gekennzeichnet von einer eigenwilligen Verflachung. Die Lingua franca der heutigen Kunstwelt heißt „globisch“. Diese Vokabel bezeichnet einen zweckmäßigen knappen englischen Wortschatz, der rein kommerziell ausgerichtet ist und jegliche Nuancen vermissen lässt.

6) Universitäre Kunstgeschichte

Die konventionellen, auf einem westlichen Modell von Geschichte basierenden Methoden der Kunstgeschichte versagen, um die Tendenzen der neuen Kunst seit 1989, deren einzig gemeinsame Charakteristik ihre Globalität zu sein scheint, hinreichend zu analysieren.

3. Lösungsansätze: Umdenken, Neupositionieren und Vermitteln

1) Etablierung eines alternativen Ausstellungskonzepts für Museen

Museen stellen immer noch die adäquateste Repräsentationsfläche für die Vermittlung kontemporärer Kunst dar, allerdings müssen sie mit einem neuen Ausstellungskonzept aufwarten: Das *Forum* als kontemporäre museale Ausstellungsform wäre eine Möglichkeit.

2) Neue Ansätze in der Kunstvermittlung

Kunstvermittlung kann nicht mehr nur allein in kulturellen Institutionen erfolgen, es müssen neue Strategien entwickelt werden, um Besucher im Vorfeld zu akquirieren und für kulturelle Inhalte zu sensibilisieren und zu interessieren.

3) Erarbeitung eines alternativen, globalen Modells der Kunstgeschichte

Seit 2006 existiert ein Arbeitskreis am Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe, der sich unter der Ägide des Kunsthistorikers Hans Belting mit den veränderten Bedingungen auf dem Kunstmarkt durch die Globalisierung auseinandersetzt. Allerdings sollten die diskursiven Problemfelder der kontemporären Kunst viel stärker von Beginn an in die allgemeinen Universitätslehrpläne aufgenommen werden.

4) Souveräne Medienberichterstattung über Kunst

Kunst besitzt ein enormes Potenzial für individuelle und gesellschaftliche Veränderung, macht Umbrüche sichtbar und gibt Raum für Reflexion und Anregung zu Kreativität. Dieses Potenzial bleibt unerfüllt, solange Kunst nicht ergreifen, mitreißen oder zum Nachdenken anregen kann, weil die Bedingungen für das Verständnis von Kunst nicht vorhanden sind. Es braucht daher alternative kulturjournalistische Konzepte, um kontemporäre Kunst einem breiten Publikum verständlich zu machen.