

Linda Dürkop-Henseling

Typisch Künstler?

Zum Selbstverständnis in der bildenden Kunst

Linda Dürkop-Henseling

Typisch Künstler? Zum Selbstverständnis in der bildenden Kunst

Edition Soziologie

Linda Dürkop-Henseling

Typisch Künstler? Zum Selbstverständnis in der bildenden Kunst

BELTZ JUVENTA

Die Autorin

Linda Dürkop-Henseling, Jg. 1970, Dr. phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sozialwissenschaften, Fachbereich Soziologie, der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind die Allgemeine Soziologie sowie die Kultur-, Organisations- und Familiensoziologie.

Das vorliegende Werk ist im März 2016 von der Philosophischen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel unter dem Titel „Zwischen Schaffensdrang, Profession und Markt. Eine explorative Studie zum Selbstverständnis bildender Künstlerinnen und Künstler“ als Dissertation angenommen worden.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme.



Dieses Buch ist erhältlich als:
ISBN 978-3-7799-2732-7 Print
ISBN 978-3-7799-4657-1 E-Book (PDF)

1. Auflage 2017

© 2017 Beltz Juventa
in der Verlagsgruppe Beltz · Weinheim Basel
Werderstraße 10, 69469 Weinheim
Alle Rechte vorbehalten

Herstellung: Ulrike Poppel
Satz: Helmut Rohde, Euskirchen
Druck und Bindung: Beltz Bad Langensalza GmbH, Bad Langensalza
Printed in Germany

Weitere Informationen zu unseren Autoren und Titeln finden Sie unter: www.beltz.de

Danksagung

Allen befragten Künstlerinnen und Künstlern danke ich für die Bereitschaft, mir Auskunft über das Selbstverständnis ihres künstlerischen Schaffens zu geben. Sie bleiben an dieser Stelle anonym.

Ich danke meiner Familie für die großartige Unterstützung während des gesamten Dissertationsprojektes und meiner Kollegin Claudia Obermeier für die Befuerung auf der Zielgeraden. Mein ganz besonderer Dank gilt meiner Doktormutter Professor Dr. Barbara Hölscher.

Inhalt

1. Einleitung	9
1.1 Problemaufriss	10
1.2 Fragestellung	14
1.3 Aufbau der Arbeit	15
2. Künstler	16
2.1 Zum Begriff des Künstlers	16
2.2 Forschungsstand zum Selbstverständnis bildender Künstler	19
3. Institutionelle und allgemeine Aspekte des Forschungsbereiches	26
3.1 Das Kunstsystem	26
3.1.1 Die Strukturen und Elemente des Kunstsystems im ersten Überblick	26
3.1.2 Die Struktur des Kunstsystems als systematischer Aufriss	30
3.2 Kreativität und Ästhetisierung, Kultur- und Kreativitätswirtschaft	35
3.2.1 Kreativität und Ästhetisierung	35
3.2.2 Kultur- und Kreativwirtschaft	37
4. Theoretische Rahmung	39
4.1 Die systemtheoretische Perspektive nach Niklas Luhmann	42
4.1.1 Die Systemtheorie nach Niklas Luhmann	42
4.1.2 Die Systemtheorie der Kunst nach Luhmann	47
4.2 Die wissenssoziologische Perspektive nach Peter L. Berger und Thomas Luckmann	50
4.3 Die professionssoziologische Perspektive: Kunst als Profession	54
4.4 Gesamtrahmung und Schlussfolgerungen für die Untersuchung	62
4.4.1 Gesamtrahmung: Kommunikation und Sinn	62
4.4.2 Schlussfolgerungen für die Untersuchung	66
5. Forschungsdesign	74
5.1 Das Forschungsfeld	74
5.2 Das Sample	75
5.2.1 Die Sample-Kriterien	75
5.2.2 Der Zugang zum Sample	77

5.3	Die Erhebungs- und die Auswertungsmethode: Leitfadeninterviews und Typenbildung	78
5.3.1	Allgemeine Anmerkungen	78
5.3.2	Auswertung nach Kluge und Kuckartz	81
6.	Ergebnisse	85
6.1	Die Hauptkategorien und ihre inhaltlichen Sinnzusammenhänge	85
6.1.1	Hauptkategorien und Fazits	87
6.1.2	Inhaltliche Sinnzusammenhänge zwischen den Hauptkategorien	159
6.1.3	Kurzes Zwischenfazit zu den Hauptkategorien und ihren inhaltlichen Sinnzusammenhängen	202
6.2	Die Leitbilder künstlerischen Handelns	202
6.2.1	Vom Handlungssinn zu Leitbildern	203
6.2.2	Zum Begriff des Leitbildes	204
6.2.3	Von Leitbildern zum Kunstsystem	206
6.2.4	Vom Kunstsystem zu Strategien und Grundpositionen	207
6.2.5	Grafische Darstellung der Leitbilder	210
6.2.6	Charakterisierung der gebildeten Leitbild-Typen	212
6.2.7	Diskussion der Begriffe Leitbild und Leitideal	215
6.2.8	Die Typologie und das Sample	216
6.2.9	Die Typologie und andere Künstler	219
6.3	Schlussfolgerungen	220
6.3.1	Das System der bildenden Kunst	220
6.3.2	Das System der bildenden Kunst und seine Bezüge zur Gesellschaft	225
6.4	Zusammenfassung der Ergebnisse	232
7.	Fazit und Ausblick	236
	Abbildungsverzeichnis	240
	Literaturverzeichnis	241
	Anhang	252

1. Einleitung

„... ich muss das machen, ich kann ja nicht anders. [...] Also ich hab noch Ideen für ein zweites Leben, also das geht ja nicht weg, das hört ja nicht morgen auf.“
(Künstler J)

„... als echter Künstler gehört man eigentlich in eine Galerie.“ (Künstler W)
„Kunst ist Geschäft und nichts anderes eigentlich.“ (Künstler E)

„Sei einzigartig!“ – so lautet der Titel des Wirtschaftsmagazins *brand eins* im Dezember 2009. Der Untertitel stellt sogleich einen Bezug zur Branche des Magazins her: „Was die Wirtschaft von der Kunst lernen kann. Und umgekehrt“. Das grünfarbene Titelblatt ziert dabei eine pinkfarbene Banane. Noch bevor der Leser also im Heft auf Themen wie Fotografie oder erfolgreiches Unternehmertum im Bereich der Kunst trifft, bekommt er eine mögliche Interpretation dieses Themas: Ein klassisches Konsumprodukt – hier: die Banane – bekommt einen künstlerischen Mehrwert, verliert das Label „Massenprodukt“ und wird einzigartig – aus Sicht der Wirtschaft eventuell eine Möglichkeit, den Wert des Produktes zu steigern.

Zwei gesellschaftliche Bereiche, die Wirtschaft und die Kunst, sollen sich nach diesem Credo einfach stärker wahrnehmen, voneinander lernen und dies würde dann für jede Seite Vorteile mit sich bringen. Im obigen Fall ganz klar für die Wirtschaft. Soziologisch betrachtet soll so gesehen der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung (vgl. etwa Schimank 2007a) quasi entgegengewirkt und neue Wege für erfolgreiches Unternehmertum bzw. erfolgreiches Künstlertum entdeckt werden.

Ähnliche Annäherungen oder gegenseitige Beeinflussungen sind festzustellen, wenn etwa städtische Wirtschaftsfördergesellschaften die sogenannten „weichen“ Standortfaktoren wie Kunst und Kultur hochhalten (vgl. etwa Föhl/Neisener 2009), kulturelle Einrichtungen gleichzeitig nicht vor Sponsoring seitens der Wirtschaft für ihre eigene ökonomische Sicherung zurückschrecken, zu sehen etwa beim Rheingau Musik Festival (2016).

Die eine Richtung der Beeinflussung oder des Lernens scheint dabei bereits gut zu funktionieren: So rettete sich die Bremer Kammerphilharmonie durch diverse Marketingstrategien und Sponsorenverträge vor dem finanziellen Ruin (vgl. Schröder 2015). Für die andere Richtung lassen sich dagegen nicht so schnell Beispiele finden.

Dass sich Politiker oder Unternehmer mit Werken berühmter Künstler¹ in ihren Repräsentationsräumen schmücken (Ullrich 2001), ist dabei genauso wenig eine wirkliche Beeinflussung wie das Aufbauen von Kunstsammlungen seitens großer Institutionen, beispielsweise zu sehen bei der Deutschen Bank (Sammlung Deutsche Bank 2016). Auch der Begriff der Organisationskultur – betrachtet man Unternehmen aus organisationssoziologischer Perspektive – darf hier nicht vorschnell herangezogen werden: Zwar thematisiert dieser die Grundüberzeugungen, Werte u. ä. einer Organisation (vgl. Endruweit 2004: 138 f.), hat jedoch nichts mit dem Thema von Kunst an sich zu tun.

Gleichzeitig gibt es Diskussionen darüber, inwieweit eine Förderung des Bereiches von Kunst und Kultur, wie sie zurzeit beispielsweise in Deutschland üblich ist, überhaupt noch zeitgemäß ist. Kulturelle Einrichtungen seien eher am Selbsterhalt in finanzieller und inhaltlicher Sicht interessiert, gesellschaftliche Bewegung oder ein Veränderungsdruck würden jedoch eher vom globalen Austausch oder von Einwanderung hervorgerufen (vgl. Haselbach et al. 2012: 25). Mehr noch, die „Omnipräsenz künstlerischer Produkte“ (ebd.: 70) würde eher zum Überdruß führen.

Ist also so gesehen die obige Ankündigung „Was die Wirtschaft von der Kunst lernen kann. Und umgekehrt“ eher ein einmaliger oder besser ein geschickter Schachzug des Wirtschaftsmagazins, der mit der Wirklichkeit sonst nichts zu tun hat?

1.1 Problemaufriss

Schaut man genauer hin, gibt es bereits sehr wohl Beeinflussungen oder zumindest Anleihen in die andere Richtung:

So spricht etwa Reckwitz von der „Unvermeidlichkeit des Kreativen“ (2012: 9) und sieht in der Spätmoderne nicht nur den Kreativitätswunsch, sondern sogar den Kreativitätsimperativ am Wirken. An dieser Stelle nennt er denn auch gleich die Person bzw. die Figur, die mit dem Begriff der Kreativität sogleich mitschwingt, nämlich die Figur des Künstlers (vgl. ebd.: 10).

Diese Figur des Künstlers lässt sich beispielsweise in den Werbeberufen immer stärker feststellen: Nach Koppetsch sind die „Kreativen“ in der Wer-

1 Im Interesse einer besseren Lesbarkeit wird nicht ausdrücklich in geschlechtsspezifischen Personenbezeichnungen differenziert. Die gewählte männliche Form schließt eine adäquate weibliche Form gleichberechtigt ein.

bebranche davon überzeugt, dass sie keine Verkaufsstrategien entwickeln, sondern eher Werte vermitteln und damit im Grunde Künstler seien (vgl. Koppetsch 2004: 154).

Dabei hat diese Berufsgruppe der Kreativen innerhalb der Werbebranche immer stärker an Bedeutung gewonnen: „Das Zauberwort ‚Kreativität‘ soll gute von schlechter Werbung unterscheidbar machen. Kreativität ist demnach entscheidend für den Erfolg der Werbung [...].“ (Hölscher 2002: 289; Hervorh. im Original)

Auch Florida sieht den möglichen Einfluss der Kreativität – und hier wiederum insbesondere von Künstlern: Er spricht Künstlern die Fähigkeit zu, für notwendige Entwicklungen in Städten und Regionen besonders innovativ zu sein (vgl. Florida 2010: 9 f.).

Andere Autoren gehen noch einen Schritt weiter und halten die Rolle des Künstlers sogar für das neue gesellschaftliche Rollenideal. Denn Kreativität, verstanden als das Vermögen zur innovativen Problemlösung, beginnt ihrer Ansicht nach mit der Überschreitung von Konventionen, einem wesentlichen Charakterzug eben von Künstlern (vgl. etwa Fastert et al. 2011: 12). Ein möglicher Einfluss der Kunst (mindestens) auf die Wirtschaft wäre dann nicht weniger als das Thema der Innovation – ein Begriff, der häufig zusammen mit dem Begriff der Kreativität genannt wird (vgl. etwa Krause 2013: IX f.).

So wundert es zum einen nicht, dass die Bundesregierung 2007 die „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft“ ins Leben gerufen hat (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2013), die sich neben den Belangen z. B. von Musikern, Architekten und Designern auch für die Belange von Künstlern einsetzt. Zum anderen gibt es Überlegungen, welche Steuerungsoptionen für die Kreativwirtschaft vorhanden sind (vgl. etwa Lange 2009).

Für das Konzept und den Gebrauch von Kreativität fasst Rothauer entsprechend zusammen:

„Kunst, Design, Mode, Architektur, Film und Neue Medien werden zu Wachstumsbranchen erklärt, Künstler und Kunstschaffende zu Vorbildern für die Umgestaltung der Arbeitsgesellschaft. Unternehmerische Kreativität entscheidet zunehmend über Zukunftsfähigkeit und Marktchancen im globalen Wettbewerb um die Aufmerksamkeit. Kreativität avanciert vom künstlerischen Mythos zum wirtschaftlichen Imperativ und zum gesellschaftlichen Lifestyle.“ (Rothauer 2005: 6)

Dass Kunst nicht erst seit jüngster Zeit einen Boom erlebt, sehen soziologische Gegenwartsdiagnosen insbesondere in der „Krise der funktionalen

Moderne“ (Danko/Glauser 2012: 4) bzw. in der „Transformation des kapitalistischen Wirtschafts- und Produktionsgefüges seit 1968“ (ebd.) begründet: Die Modellhaftigkeit der Kunst bezieht sich dabei insbesondere auf die Arbeits- und Lebenspraxis der Künstler (vgl. ebd.: 6).

Wiederum Reckwitz spricht sogar von der „kulturelle[n] Hegemonie des Kreativen als attraktives, erstrebenswertes Subjekt der Gegenwartskultur“ (Reckwitz 2010: 258), der sich kultureller Muster des Künstlers und des Bürgerlichen bediene (vgl. ebd.: 258).

Sehr viel grundsätzlicher und auch ein wenig losgelöst von Fragen der Gegenwartskultur sieht die Kunstsoziologie die Funktion von Kunst in der Reflexion: Kunst sei vor allem ein Spiegel moderner Gesellschaften, so gesehen ein Medium, über das Selbstthematisierung seitens der Gesellschaft erfolge (vgl. Schwietring 2010: 224).

Unabhängig von der Frage, inwieweit man tatsächlich von der Hegemonie der Kreativität sprechen kann, lässt sich also zumindest feststellen, dass die Wahrnehmung von Kunst und Kreativität eine sehr viel stärkere ist, als sie es vielleicht in früheren Zeiten war.

Die Diskussion, in welchem Maße eine gegenseitige Beeinflussung der Bereiche Kunst und Wirtschaft oder sogar darüber hinausgehend Kunst und Gesellschaft vorhanden bzw. überhaupt wünschenswert ist, kann sicherlich noch sehr viel ausgedehnter weitergeführt werden. Was jedoch bereits an dieser Stelle auffällt, ist, dass die Begriffe Kunst, Kultur, Kreativität und Innovation eng miteinander verwoben zu sein scheinen und darüber hinaus viel Raum für Skepsis, Hoffnung und Interpretation geben.

An dieser Stelle scheint es sinnvoll, noch einmal an die oben erwähnte Ausdifferenzierung der Gesellschaft anzuknüpfen und den Bereich der Kunst näher unter die Lupe zu nehmen, um der eben erwähnten Diskussion eine weitere Grundlage zu geben.

Schaut man sich den Bereich der Kunst näher an, so fallen hier – zumindest auf den ersten Blick – mindestens zwei Aspekte auf, die teilweise an Gesagtes weiter oben anschließen: Zunächst sei der Kunstmarkt erwähnt, der zumindest in der oberen Liga mit immer neuen Rekordzahlen und Zuwächsen aufwartet: „Between 2004 and 2012 this market [of contemporary art, Anm. d. Verf.] grew by 564 per cent in value – far eclipsing the previous traditional heavyweight category of Impressionist and modern art.“ (Georgina Adam 2014: 10)

Zugleich erfreuen sich Studiengänge in Kunst sowie in kunstnahen Bereichen zunehmender Beliebtheit: Von ca. 28.000 Studierenden im Wintersemester 1990/91 stieg die Zahl auf ca. 38.000 Studierende im Wintersemester 2011/12 (vgl. Schulz 2013a: 66).

Die Themen Kunst und Kreativität scheinen längst keine exotischen mehr zu sein: Vor dem Hintergrund der zahlreichen Möglichkeiten, sich mit einem Hochschulstudium zu qualifizieren, werden in diesen Feldern berufliche Perspektiven gesehen.

Mit der Akademisierung gibt es zudem Institutionen, die für die Themen Kunst und Kreativität quasi die Zuständigkeit übernommen haben. Anders ausgedrückt, scheint es eine Profession, (zumindest aber den Prozess der Professionalisierung) zu geben, die Lösungen für Fragen in diesen Bereichen parat hält.

Nicht zuletzt verzeichnet die Künstlersozialkasse enorme Zuwächse: Die Zahl der Versicherten ist von ca. 18.000 im Jahr 1991 auf 63.000 im Jahr 2014 gestiegen (vgl. Künstlersozialkasse 2016a).

Gleichzeitig jedoch – und da bekommt diese „Erfolgsgeschichte“ von Kunst und Kreativität ihre Wendung – kann das Gros der Künstler nicht von seiner Tätigkeit leben: „Während nur wenige Künstler Spitzeneinkünfte bei großer Nachfrage nach ihrer Arbeit erzielen, befindet sich eine große Gruppe von Künstlern in dauerhafter Unterbeschäftigung bei gleichzeitig geringem Einkommen.“ (Haak 2008: 158)

Während dem Thema der Kreativität eine außerordentliche Wichtigkeit und Künstlern quasi eine Vorreiterrolle zugeschrieben wird und immer mehr von ihnen eine akademische Ausbildung haben, scheint sich diese Entwicklung für sie nicht in finanziell lukrativen Tätigkeiten widerzuspiegeln. Gleichzeitig orientieren sich allgemeine Vorstellungen über Künstler eher an Mythen denn an konkreten Tatsachen: So muss – überspitzt ausgedrückt – ein Gemälde, das beim Auktionshaus Sotheby's für mehrere Millionen Euro versteigert wird, mit der Genialität des Schöpfers des Werkes zu tun haben und so kann ein Werk, das nur wenige Euro kostet, nur von einem kaum begabten Künstler stammen.

Künstlerisch Tätige scheinen also insgesamt zwischen den Themen Kunst, Kreativität, Profession und Markt zu stehen: Hier wird ansatzweise deutlich, warum mögliche Beeinflussungen zwischen Kunst und Wirtschaft bzw. zwischen Kunst und Gesellschaft so schwer zu messen, geschweige denn zu steuern sind.

Hier wird ebenso die soziologische Relevanz dieser Untersuchung deutlich: Sie liegt in der Tatsache begründet, dass sich bei einer Gruppe von Individuen, deren Tätigkeit eine besondere Bedeutung für die moderne Gesellschaft zugeschrieben wird, diese Bedeutung kaum in der ökonomischen Ausstattung dieser Individuen widerspiegelt und trotz der hohen Bedeutung das Wissen um diese Individuen noch gering zu sein scheint.

Höchste Zeit also, eine aktuelle Standortbestimmung der Künstler vorzunehmen oder anders ausgedrückt, ihre Rolle in der Gesellschaft auszuloten, nicht nur als eine weitere Grundlage für die Bearbeitung der oben erwähnten Diskussion.²

1.2 Fragestellung

Die Rolle einer Berufsgruppe bzw. eines Tätigkeitsfeldes für eine Gesellschaft ausloten zu wollen, wäre eine Frage, die eine ausgesprochen groß angelegte Untersuchung voraussetzen würde. Vor dem Hintergrund der eben aufgezeichneten Problemstellung und der tatsächlichen Durchführbarkeit hat die vorliegende Untersuchung an den in diesem Tätigkeitsbereich Tätigen angesetzt und die Frage bearbeitet, wie sich das Selbstverständnis bildender Künstler darstellt. Die Frage nach dem Selbstverständnis beinhaltet die Frage, welches Ziel die Künstler mit ihrer Arbeit verfolgen, welcher Handlungssinn also ihrem künstlerischen Schaffen zu Grunde liegt. Darüber hinaus beinhaltet sie die Frage, welche wesentlichen Aspekte neben dem Kunstsystem Einfluss auf ihr künstlerisches Schaffen haben.

Das Selbstverständnis bildender Künstler herauszuarbeiten, reiht sich damit in das Themengebiet der Kunstsoziologie ein, die insgesamt „nach den gesellschaftlichen Grundlagen und Bedingungen für die Produktion und Rezeption von Kunst fragt“ (Danko 2012: 15).³

2 Ähnlich sieht dies Reich für die Kultur- und Kreativwirtschaft: „Weiter ist festzustellen, dass die KKW-Berichte zwar die vielfältigen Rahmenbedingungen und Verhältnisse der KKW mittlerweile sehr gut ausleuchten, aber dennoch ein wesentliches Manko haben: Sie haben bislang weitgehend noch nicht die subjektiven Ansichten, Empfindungen und Bedürfnisse der eigentlich Betroffenen, der Kreativschaffenden, erkundet. D. h. obwohl alle Welt über die Kreativen spricht, hat man es bislang versäumt, den Dialog mit den stark selbstorganisierten Kreativschaffenden selbst zu suchen. Mit und nicht nur über die Kreativen zu sprechen, ist für die öffentliche Hand die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und damit auch ein Gebot einer ernstgemeinten Cultural Governance.“ (Reich 2013: 68).

3 Mit der Erforschung von Künstler, Kunstwerk und Kunstpublikum listet Silbermann eine ähnliche Aufgabenstellung für die Kunstsoziologie auf, die unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen verweisen bereits an dieser Stelle auf unterschiedliche Betrachtungsmöglichkeiten des „Kunstprozesses“ (1986: 44 ff.) bzw. des Kunstsystems, hierauf wird in Kapitel drei näher eingegangen.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gibt im Wesentlichen die Ergebnisse einer Befragung unter 24 bildenden Künstlern in den Städten Hamburg und Lübeck wieder. Dazu wird in Kapitel zwei nach zunächst allgemeinen Aussagen zu Künstlern die Definition genannt, die der Untersuchung zu Grunde lag. Hier wird der Leser ebenso darüber informiert, wie sich der aktuelle Forschungsstand zum Selbstverständnis bildender Künstler darstellt.

Wie weiter oben bereits ausgeführt, ist die Tätigkeit im Bereich der bildenden Kunst von zahlreichen Bedingungen, Erwartungen und Entwicklungen gerahmt, diese werden im anschließenden Kapitel expliziert: Nach einer Darlegung diverser Sichtweisen auf das Kunstsystem findet sich dort eine Abbildung, die als orientierende Grundlage für das Thema des Kunstsystems galt. Darüber hinaus werden die Aspekte der Kreativität, der Ästhetisierung sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft veranschaulicht.

Der oben angesprochenen gesellschaftlichen Ausdifferenzierung folgt die theoretische Rahmung mit der systemtheoretischen Perspektive nach Niklas Luhmann. Diese Perspektive wird dabei durch zwei weitere Ansätze ergänzt: Neben dem wissenssoziologischen Ansatz nach Peter L. Berger und Thomas Luckmann wird der machttheoretische Blickwinkel der Professionssoziologie herangezogen.

Die institutionellen und theoretischen Grundlegungen bilden den Hintergrund für das Forschungsdesign: Kapitel fünf geht kurz auf die Forschungsfelder Hamburg und Lübeck ein, erläutert das Sample der Befragung sowie die Erhebungs- und Auswertungsmethode.

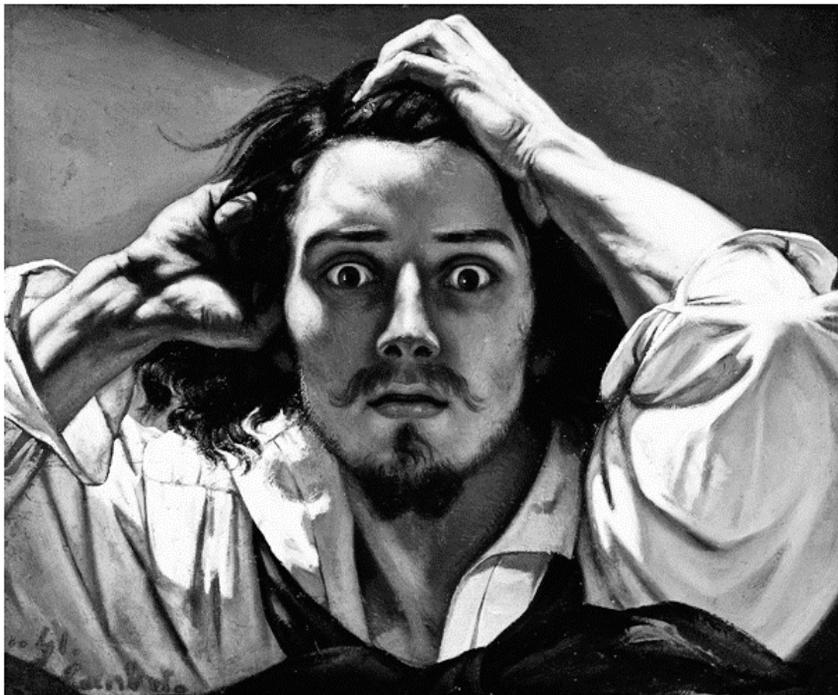
Hier schließt sich die Darlegung der Hauptkategorien und inhaltlichen Sinnzusammenhänge an, die letztendlich die Stützpfiler bilden, das Selbstverständnis der Künstler abzubilden.

Die Schlussfolgerungen nehmen sodann Bezug zu den Bedingungen und Entwicklungen im System der bildenden Kunst.

Das Fazit schließt mit einem Ausblick auf notwendige weitere Forschungsarbeiten und nennt Aspekte, die bei zukünftigen Projekten hinsichtlich der Förderung oder Zusammenarbeit mit dem Bereich der bildenden Kunst zu berücksichtigen sind.

2. Künstler

Bild 1: Gustave Courbet. Selbstporträt Der Verzweifelte (1843–1845).



2.1 Zum Begriff des Künstlers

Dieses Kapitel beschreibt zunächst gängige bzw. allgemeinere Vorstellungen vom Künstler, um dann nach einem kurzen Blick auf die Kunstwissenschaft Definitionen der Kunstsoziologie anzuführen.

Ich – Der Künstler: So nennt Rauterberg sein Werk über die Geschichte der Kunst, in der er berühmte Künstler von Albrecht Dürer über Adolph Menzel bis Damien Hirst portraitiert (Rauterberg 2013). Zugleich ziert ein Portrait von Gustave Courbet (1819–1877) das Cover des Buches (siehe oben): Titel und Bild geben die vielleicht typische Vorstellung seitens der

Allgemeinheit vom Künstler wieder: Ein Individuum, das sich vornehmlich um sich selbst und um seinen Schaffensdrang kümmert und gleichzeitig einen ungewöhnlichen, einen anderen Blick auf das Leben hat. Anders sind zudem viele Verhaltensweisen dieser Person, die im Gegensatz zum klassischen bürgerlichen Dasein stehen. Diese Andersartigkeit wird ihm auch zugestanden, „... damit er quasi stellvertretend das verkörpern kann, was die Mehrheit der Gesellschaftsmitglieder aufgrund ihrer heteronomen Abhängigkeiten im Erwerbsleben entbehren müssen: individuelle Autonomie, unentfremdete Arbeit, Selbstverwirklichung, Zugang zum ‚wahren und wirklichen‘ Sein“ (Müller-Jentsch 2011: 88; Hervorh. im Original).

Nach Ruppert gilt der Künstler

„[...] als Personifizierung des ‚schöpferischen Menschen‘, der kreativen Individualität und der exponierten Subjektivität. Mit ihm verbinden sich Vorstellungen wie die des Außergewöhnlichen und der ästhetischen Gestaltung des ‚Geistigen‘. [...] Zugleich hat der moderne Künstler eine nicht nur glanzvolle, sondern auch ‚fremde‘ Außenseiterstellung in der Gesellschaft inne.“ (Ruppert 2000: 11; Hervorh. im Original)

Ruft man sich berühmte Maler vor Augen, so sind diese Vorstellungen nicht ganz von der Hand zu weisen: Mit den Namen Vincent van Gogh, Pablo Picasso, Andy Warhol oder Friedensreich Hundertwasser schwingen immer auch deren ganz besondere Biografien mit – oder besser gesagt, typische Versatzstücke aus den Künstler-Biografien: Bereits 1934 machen Kris und Kurz darauf aufmerksam, dass es sich eher um Stereotype handelt, die man den Künstlern zuschreibt, wobei diese Stereotype nicht ohne Wirkung bleiben:

„Ein doppelter Zusammenhang scheint zwischen Biographik und Lebenslauf zu bestehen. Die Biographik verzeichnet das typische Geschehen und durch die Biographik wird das typische Schicksal eines Berufsstandes geprägt, ein typisches Schicksal, dem der Tätige sich ein Stück weit unterwirft.“ (Kris und Kurz 1934: 164)

Ob allerdings diese Stereotype tatsächlich von den Künstlern bzw. von allen Künstlern verinnerlicht werden, wie es beispielsweise Borchard für Gustave Courbet und Édouard Manet (vgl. Borchard 2007) nachgezeichnet hat, gilt es erst zu prüfen.

Auch Bourdieu hat mit seinem Werk *Die Regeln der Kunst* (1999) zur Entmystifizierung des oben beschriebenen Künstlerbildes beigetragen: Er

beschreibt darin u. a. die Instanzen, die dem Kunstwerk und dem Künstler ihre besondere Bedeutung erst zuschreiben.⁴

Die Bestimmung dessen, was ein Künstler ist bzw. wie er am treffendsten definiert werden könnte, wird dabei auch innerhalb der Kunst thematisiert: *Was ist ein Künstler?* fragt etwa der Band von Hellmold et al. (2003) und thematisiert darin diverse Perspektiven. So analysiert Kampmann darin anhand des Künstlers Markus Lüpertz die Frage, inwieweit es beim Thema *Künstler* immer auch um die Frage des Innovativen geht (vgl. ebd.: 44).

Selbst Ausstellungen werden zu diesem Thema konzipiert: So thematisierte 2007 die Frankfurter Schirn-Kunsthalle die Diskussion um die gewandelte Rolle von Künstlern (vgl. Dohm et al. 2007). Jahre zuvor fragte die Kunsthalle Hamburg nach dem Selbstverständnis von Künstlern und betitelt diese Ausstellung ebenso fragend: *Eremit? Forscher? Sozialarbeiter? Das veränderte Selbstverständnis von Künstlern* (vgl. Kunstverein in Hamburg 1979).

An den bisherigen Äußerungen fällt auf, dass mit dem Begriff des Künstlers sofort bestimmte Zuschreibungen an diese Personen sowie bestimmte Positionierungen innerhalb der Gesellschaft mitschwingen – dass sie Kunstwerke produzieren, scheint dabei fast nebensächlich zu sein.

Die Kunstsoziologie, in der die vorliegende Arbeit angesiedelt ist, arbeitet sowohl mit weiten als auch mit engeren Definitionen vom Künstler:

Als eher enggefasste Definition kann die von Gunnar Otte bezeichnet werden, nach ihm ist Künstler, „wer professionsbezogene Verhaltenssignale aussendet, d. h. an Wettbewerben teilnimmt, Verbandsmitgliedschaften eingeht oder an Kunstvermittler herantritt“ (Otte 2012: 119). Dass Künstler Kunstwerke produzieren, erfolgt im anschließenden Satz, der sogleich auch die Kunst definiert: „Als Kunst lassen sich demnach alle Güter primär ästhetischen Ausdrucks auffassen, die von Künstlern im Rahmen ihrer künstlerischen Tätigkeit hergestellt werden.“ (ebd.: 119) Wenn Otte auch die Kriterien der Ausbildung und der Finanzierung ausdrücklich nicht heranzieht, so subsummiert er unter dieser Definition nur die professionell Kunstschaffenden und nicht die „Amateure“ (ebd.: 118 f.) – ohne hier jedoch eine genaue Abgrenzung zwischen professionell und amateurhaft vorzunehmen.

Müller-Jentsch arbeitet dagegen mit einer sehr weit gefassten Definition und macht zugleich darauf aufmerksam, dass der Künstler im Alltagsver-

4 Ausführlich zum Künstlertum als kulturelles Konstrukt: Gabriele Feulner (2010): *Mythos Künstler*.

ständnis mit dem bildenden Künstler, insbesondere mit dem Maler in eins gesetzt wird:

„Als Künstler bezeichnen wir [...] alle kreativ Tätigen in den bildenden, literarischen, darstellenden, performativen und reproduzierenden Künsten, das heißt in Malerei und Literatur, Musik und Tanz, Film und Fotografie, im weiteren Sinne gehören dazu alle Interpreten in den genannten Kunstgattungen (Schauspieler, Musiker, Tänzer etc.).“ (2011: 86)

Die vorliegende Arbeit arbeitet mit folgender Definition und unternimmt dabei ausdrücklich keine Unterscheidung zwischen *Amateur* und *Profi* (Näheres zum Sample wird im Kapitel über das Forschungsdesign ausgeführt):

„Bildender Künstler ist [...] derjenige, der mit geeigneten ästhetischen Ausdrucksmitteln wie Linie, Farbe, Licht, Wasser, Metall, Stein, Holz, Erde usw., aber auch mit künstlichen Materialien in mehr oder weniger kontinuierlicher Folge neuartige ästhetische Synthesen schafft, die dem oder den Rezipienten die Möglichkeit des Kunsterlebnisses bieten.“ (Thurn 1973: 23)

Diese Definition macht deutlich, welchen Blick die vorliegende Untersuchung einnimmt: Wenn auch in den Interviews typische Zuschreibungen seitens der Gesellschaft thematisiert werden, so liegt der Schwerpunkt der Arbeit auf den Motivationen ihres künstlerischen Tuns und den Eindrücken und Auffassungen hinsichtlich ihres Tätigkeitsbereiches.

2.2 Forschungsstand zum Selbstverständnis bildender Künstler

Aussagen über das Selbstverständnis bildender Künstler liegen bislang nur für einzelne Aspekte vor bzw. werden im Rahmen anderer Fragestellungen ausschnittshaft getätigt. Oder aber die Aussagen wurden mit einer theoretischen Rahmung und einem politischem Anspruch eingefangen, die mit der vorliegenden Rahmung und dem damit verbundenen Anspruch kaum vergleichbar wäre. Das Fehlen von Untersuchungen bezüglich des Selbstverständnisses mag dabei sicherlich auch in den vielfältigen Definitionen und Zuschreibungen über Künstler begründet liegen. Für eine Berufsgruppe bzw. eine Tätigkeit, über die eher diffuse bzw. nur vage Vorstellungen vorherrschen, mag die Annahme gelten, dass das Herausarbeiten konkreter

Selbstverständnisse nur ebenso vage bzw. nur bezogen auf bestimmte Aspekte möglich ist.

Als ein Beispiel für die Untersuchung eines einzelnen Aspektes sei hier die Arbeit von Gott dang (vgl. 2011: 43 ff.) angeführt: Sie untersucht die Strategien der Selbstinszenierung des Künstlers George Grosz anhand öffentlicher und privater Fotografien, wobei die Ergebnisse sicher nur begrenzt auf Künstlerkollegen Grosz' zu übertragen sind.

Im Künstler-Report von 1974 wird zwar die Frage nach dem beruflichen Selbstverständnis von Künstlern gestellt, jedoch erfolgte diese Befragung mittels Antwortvorgaben, wobei diese Antwortvorgaben die „Auffassungen über die Aufgaben von Kunst oder künstlerischer Tätigkeit [in der Öffentlichkeit, Anm. d. Verf.]“ (Fohrbeck/Wiesand 1975: 62) widerspiegeln, ohne jedoch anzugeben, wie diese Auffassungen erhoben wurden. Diese Erhebung ist somit in zweifacher Hinsicht, nämlich bezüglich der eingeschränkten Antwortmöglichkeiten sowie der Quelle der Antwortvorgaben, mit starken Einschränkungen verbunden. Trotzdem sind an dieser Stelle zwei Aspekte hervorzuheben: Aussagen, die das Thema der Gesellschaftskritik sowie der Entwicklung neuer Denkformen beinhalten, wurde von den Befragten am häufigsten zugestimmt (vgl. ebd.: 63), mit ähnlichem Gewicht wird der Aspekt der Begabung gewertet: Der Aussage, „Kunst soll Sache derjenigen bleiben, die wirklich dafür begabt sind...“ stimmten 49 % der selbstständigen Künstler zu (ebd.: 63). „Alltagsverschönerung“ bzw. „Entspannung“ wurden dagegen nur von etwa einem Drittel der Befragten als Funktion von Kunst festgehalten (ebd.: 63). Man erfährt hier also sowohl etwas über mögliche Handlungsziele der Befragten aber auch, wenn man den Aspekt der Begabung berücksichtigt, über deren Positionierung gegenüber anderen Personen.

Die Autoren der Studie interpretieren diese Ergebnisse als eine generelle Wandlung des Selbstverständnisses: „Das Bild des autonom-freischaffenden ‚Genies‘ weicht dem des an neuen Anwendungs- und Wirkungsmöglichkeiten interessierten, gesellschaftszugewandten Künstler[s]“ (ebd.: 65; Hervorh. im Original), schränken dann aber sogleich ein, dass „[...] neben politischen bzw. idealistischen Erwägungen durchaus auch materielle Interessen eine Rolle spielen dürften“ (ebd.: 65), da eine Erweiterung der Aufgaben immer auch mögliche neue Arbeitsplätze bedeuten würde.

Wie auch immer man diese Ergebnisse interpretiert, bleiben mögliche andere Handlungsziele sowie mögliche andere Bezugspunkte künstlerischen Handelns hier außer Betracht.

Die oben angesprochene spezifische theoretische Rahmung (bzw. darüber hinausgehend die Absicht der Untersuchung) zielte auf die Untersu-

chung von Hermann Pfütze et al. aus dem Jahr 1973: Die Untersuchung wird dort mit dem Interesse begründet,

„Studenten durch Problematisierung ihrer Lage in einen Prozeß überzuführen, sich im organisierten oder zu organisierenden Zusammenhang mit anderen Gruppen vom Bann und den Zwängen der bürgerlichen Gesellschaft zu befreien, was heißt, ihre Produktivkräfte in den Dienst dieser Ziele und der dafür eintretenden Gruppen und gesellschaftlichen Schichten zu stellen“ (Pfütze et al. 1993: 106 f.).

Die umfangreichen, in narrativer Form wiedergegebenen Ergebnisse hier auch nur ansatzweise wiedergeben zu wollen, würde den Rahmen der Arbeit sprengen. Beispielsweise geht es um Themen wie etwa dem Zusammenspiel von künstlerischer Tätigkeit und dem Erwerbszwang oder um die Vermittlung politischer Inhalte (ebd.: 172).

Wenige Jahre zuvor beschreibt Schmidt-Relenberg die Ziele von Künstlern (was als ein Teil des Selbstverständnisses angesehen werden kann) in ähnlicher Richtung: „Kunst ist heute ihrer sozialen Intention sowohl als auch ihrer sozialen Funktion nach überwiegend intellektuelle Gesellschaftskritik. Diese These wird [...] von weiten Kreisen der Künstlerschaft selbst vertreten.“ (Schmidt-Relenberg 1969: 474) Um welche Künstler es genau geht und wie diese Aussage ermittelt wurde, erfährt der Leser jedoch nicht. Der einzige Hinweis auf die Frage der betreffenden Künstler ist die Aussage, dass die These nur „höhere“ Kunst (ebd.: 476) betreffe, ohne jedoch eine Definition dafür zu liefern. Im Gegensatz dazu sei triviale Kunst nur zum Konsum bestimmt und daher nicht Gegenstand der Abhandlung (vgl. ebd.: 476). An dieser Stelle wird besonders deutlich, in welchem engen Zusammenhang Fragen des Selbstverständnisses mit der jeweiligen Definition von Kunst und Künstler stehen und auch normative Aspekte in Untersuchungen mit einfließen.

In einer von Thurn durchgeführten Befragung geht es zwar u. a. um Leitbilder, um Selbst-Bildnisse und um Weltanschauung, jedoch arbeitet auch diese Untersuchung mit teilweise vorgegebenen Antwortmöglichkeiten (vgl. Thurn 1985). Insgesamt bildet der Fragenkatalog ein sehr großes Spektrum an Themen ab, die Darstellung der Antworten erfolgt jedoch eher in „narrativer“ (Thurn 1985: 9) Form, Bezüge der Antwortgruppen untereinander bleiben hier weitgehend aus.

Weitere Hinweise auf Aspekte des Selbstverständnisses liefert eine Umfrage des Berufsverbandes Bildender Künstler aus dem Jahre 2011: Hier wurden Künstler gefragt, welche Faktoren ihnen im Hinblick auf die weitere künstlerische Tätigkeit wichtig seien. Neben Faktoren wie etwa Künstlervertretungen, Steuerrecht und Urheberrecht, denen ca. zwei Drittel der

Befragten zustimmten, gaben nur 40 % die Nähe zu professionellen Vermarktern und nur durchschnittlich ca. 30 % die Nähe bzw. die Zusammenarbeit mit Berufskollegen und nur ca. 9 % die Nähe zu Kunsthochschulen bzw. anderen Ausbildungseinrichtungen als wichtige Einflussfaktoren an (Hummel 2014: 111). Andererseits sprechen sich auch viele für einen ‚Dialog unter Künstlern‘ aus (ebd.: 112; Hervorh. im Original). Ähnlich wie weiter oben werden an dieser Stelle Aspekte der Subjektivierung bzw. Aspekte des Anlehnungskontextes (etwa Kunsthochschulen) deutlich, trotzdem bleibt offen, welche Aspekte das Selbstverständnis konkret beinhaltet. Zu berücksichtigen ist auch, dass ausschließlich Mitglieder des Berufsverbandes gefragt wurden.

Ein weiteres Thema, das ebenfalls das Thema des Selbstverständnisses berührt, ist das Thema der Konkurrenz unter Künstlern: So hat Prochno in überwiegend historischer Perspektive untersucht, welche Folgen Konkurrenz unter den Künstlern bei Künstlerwettbewerben, bei Ausstellungen oder in Folge von politischen oder theoretischen Strömungen auf die Kunstwerke hat. Sie merkt an, dass das Phänomen der Konkurrenz durchaus in der Kunst verbreitet sei, die Kunstgeschichte dieses aber kaum beachten würde (vgl. 2006: 1).

Einen weiteren Hinweis auf das Selbstverständnis findet man eher indirekt in einer Untersuchung von Haak über die Arbeitsmärkte von Künstlern, hierauf war bereits in der Einleitung kurz eingegangen worden: Sie arbeitet die wirtschaftlichen und sozialen Risiken von Musikern, darstellenden und bildenden Künstlern heraus und untersucht zudem die Rolle der diese Berufsgruppe unterstützenden Institutionen, etwa des Künstlersozialversicherungsgesetzes und der Berufsverbände (vgl. 2008). In ihrem Fazit weist sie auf Aspekte hin, die für das vorliegende Thema wichtig sind: Laut ihrer Untersuchung stellt der Arbeitsmarkt der bildenden Künstler eine im Vergleich zu anderen Künstlerarbeitsmärkten besonders große wirtschaftliche und soziale Notsituation dar: Zumindest in der Einkommensskala der Versicherten der Künstlersozialversicherung bildet diese Berufsgruppe den unteren Rand der Skala (vgl. ebd.: 244). Dabei macht sie auf eine zwar allgemein bekannte, doch für die vorliegende Untersuchung bemerkenswerte Einkommensverteilung in der Berufsgruppe aller Künstler aufmerksam: Einige wenige Künstler gehören zu den Spitzenverdienern, das Gros der Kunstschaffenden verzeichnet ein geringes Einkommen (vgl. ebd.: 158).

Die Möglichkeit, in andere, eventuell „lukrativere“ Tätigkeiten zu wechseln, scheint für viele nicht zur Diskussion zu stehen. Auch wenn es sicherlich diverse Gründe geben mag, warum man die Berufsbranche nicht wechselt, so kann an dieser Stelle bezüglich des Selbstverständnisses zumindest

gefolgert werden, dass die Motivation, sich im künstlerischen Bereich zu betätigen, einem ernsten bzw. tief liegenden Bedürfnis entspricht und kaum als *Modeerscheinung* interpretiert werden darf. Auch Haak bestätigt, dass gleichzeitig dieser Arbeitsmarkt durch ein starkes Wachstum sowie eine zunehmende Akademisierung gekennzeichnet ist, obwohl dieser Arbeitsmarkt gar keine berufsspezifischen Qualifikationen als Eintrittskriterium vorsieht (vgl. ebd.: 244).

Diese Unwissenheit über die Gründe des Verbleibs in diesem Bereich trotz nur geringer Erfolgchancen verweist abermals auf die Notwendigkeit der vorliegenden Untersuchung.

Auch die kunsthistorische Forschung bezieht sich bezüglich des Selbstverständnisses auf den Arbeitsmarkt: Viele bildende Künstler würden aktiv die „Unternehmerrolle“ (Krieger 2007: 176) einnehmen:

„Man sucht sich betriebswirtschaftlich, in Management und Marketing zu professionalisieren in der Hoffnung, auf Seiten der Wirtschaft als potentieller Geschäftspartner ernst genommen zu werden. [...] Von Autonomie, gar vom rebellischen Potential des Künstlers ist dagegen kaum mehr die Rede, vielmehr erscheint sie vielen Künstlern als ein Relikt, das glücklicherweise ins Wanken gebracht worden ist.“ (ebd.: 176)

Wie weiter oben bereits ausgeführt, ist aus historischer bzw. aus allgemeiner Perspektive außerdem hinzuzufügen, dass das Bild, das die Gesellschaft vom Selbstverständnis der Künstler hat, oftmals aus Überzeugungen und Zuschreibungen seitens der Umwelt der Künstler herrührt: Ruppert etwa schließt von der Angewiesenheit der Kunstschaffenden auf finanzielle Mittel auf eine „innere Spannung im Künstlerhabitus“ (1998: 146), ohne hier empirische Belege zu liefern. An dieser Stelle muss man Ruppert allerdings zu Gute halten, dass auch er sich, ähnlich wie Kris und Kurz weiter oben, in historischer Perspektive auf Künstler bezieht und auch die generelle gesellschaftliche Entwicklung des 19. und des beginnenden 20. Jahrhunderts mit berücksichtigt: So thematisiert er eben auch die gesellschaftlichen Entwicklungen, die sicherlich in das Selbstverständnis mit hineinspielen und auch in der vorliegenden Untersuchung (zumindest aus Sicht der Befragten) mitberücksichtigt werden: So nennt er gleichzeitig mögliche Spannungen zwischen individueller künstlerischer Tätigkeit und kommerzieller Produktion der bürgerlichen, von Modernisierung und Industrialisierung geprägten Gesellschaft (ebd.: 143 ff.), was zumindest für diese Zeitspanne durchaus berechtigt war – ganz im Gegensatz zur sogenannten „Postmoderne“, in der das Individuum eine weitaus geänderte Rolle spielt und hier die innere Zerrissenheit nicht unbedingt gegeben sein muss – auch wenn oftmals von

Identitätskrisen etc. gesprochen wird, dieses muss – wenn denn vorhanden – aber nicht auf Künstler begrenzt sein (vgl. etwa: Willems/Hahn: 1999).

Grundlegendes zum Selbstverständnis bildender Künstler erfährt man zudem über das sogenannte Handlungsprogramm des Berufsverbandes Bildender Künstler (BBK 2016), in dem das erste Kapitel sogar mit *Selbstverständnis* betitelt ist, auch wenn hier eher organisatorische Strukturen und Vertretungsansprüche erläutert werden. Hervorzuheben ist aber aus diesem Kapitel, dass sich der Verband für das Staatsziel Kultur im Grundgesetz einsetzt, was die Überzeugung bezüglich der herausragenden Funktion der Tätigkeit der Verbandsmitglieder betont. Andererseits heißt es dort auch: „Der BBK tritt dafür ein, die Ausbildung an den deutschen Kunstakademien um die Bereiche Recht, Marketing und Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Kulturwirtschaft zu erweitern.“ (ebd.: 2) Dies rückt die im vorgenannten Aspekt und in der weiter oben thematisierten scheinbaren Sonderstellung dieser Berufsgruppe wiederum in ein anderes Licht: Trotz aller Forderungen nach finanzieller Unterstützung seitens der öffentlichen Hand sehen sie sich als Vertreter einer Berufsgruppe, die sich wie andere Berufsgruppen auch den Gegebenheiten der modernen arbeitsteiligen Gesellschaft stellt. Anders ausgedrückt wird hier also durch die Nennung bzw. die Forderung dieser Tätigkeitsmerkmale kein Widerspruch zur Funktion der Reflexion etc. gesehen. Inwieweit sich die Mitglieder des Berufsverbandes mit diesem Handlungsplan identifizieren, muss an dieser Stelle offen bleiben, da die Beweggründe für eine Mitgliedschaft durchaus verschieden sein können, das Handlungsprogramm somit von unterschiedlicher Wichtigkeit sein dürfte.

Sicherlich dürften auch Künstlerbiografien Aufschluss über das Selbstverständnis geben. An dieser Stelle muss jedoch bedacht werden, dass diese überwiegend Leben und Werk von zumindest längerfristig erfolgreichen Künstlern erfassen und somit eine ganze Reihe anderer künstlerisch Tätigen gar nicht erst im Blick haben. Zumal sich auch hier wie weiter oben die Frage stellt, wie viel Interpretation der jeweilige Autor der Biografie in der Zusammenschau Werk/Künstler vorgenommen hat (zumal Biografien oftmals erst nach dem Tod des Betreffenden herausgegeben werden).

Neben wissenschaftlichen Abhandlungen und berufsverbandlichen Erhebungen gibt es natürlich auch typische Vermutungen oder Zuschreibungen zumindest über die Motivation, die die Künstler für ihr Handeln mitbringen: Driesch nennt als eine mögliche Motivation diejenige, die Kunst um der Kunst willen zu erschaffen: „So viel wie möglich Kunst machen, so wenig wie nötig Geld verdienen. [...] Und dies, ohne zum Kunststar zu werden, denn dann wird das Geld die wahre Intention vernichten, fragwür-

dige Berater werden auf den Plan treten, die Gier, der Kommerz sich Bahn brechen.“ (2014: 14)

Nach Müller-Jentsch verstehen sich viele Künstler als eine Art Gegengewicht zur modernen, bürgerlichen Welt. Er untermauert diese Annahme mit dem Beispiel Vincent van Goghs, der Armut in Kauf nahm, um ausschließlich künstlerisch tätig sein zu können (vgl. 2011: 87).

Abschließend sei hier ein Zitat des Künstlers Georg Baselitz aufgeführt, gesprochen im Rahmen einer Kunstaussstellung, bei der Bankdirektoren zu Gast waren. Dieses Beispiel zeigt, dass auch die beiden letztgenannten Autoren eher von Zuschreibungen ausgehen: „Ich bewundere Sie. Denn Sie machen Geld aus Geld. [...] Die Künstler sind aber noch besser. Denn wir machen Geld aus *nichts*. Und wenn wir damit genug Geld verdient haben, kaufen wir uns andere Kunst, denn das ist die beste Geldanlage.“ (Fleck 2013: 77; Hervorh. im Original)

Insgesamt werden in den genannten Abhandlungen durchaus Aspekte, die das Selbstverständnis betreffen könnten, etwa der Aspekt der Subjektivierung oder der Aspekt der Gesellschaftskritik, angesprochen, jedoch ist ein systematisches Aufeinander beziehen dieser Aspekte bislang ausgeblieben.