

Es ist vorbei, und man möchte sagen: zum Glück. Vorbei der Kaufrausch und das Spekulationspektakel, vorbei die hyperventilierende Begeisterung auf Kunstmessen und Auktionen. Noch im letzten September zahlten Sammler selbst für ein paar lumpige Glasdiamanten über 800 000 Euro, Hauptsache, sie stammten von Damien Hirst. Doch just an jenem Montag, als Hirst in London eine große Auktion abhielt, auf der seine Werke versteigert wurden, darunter auch die Glasdiamanten mit dem sprechenden Titel *Moments of Madness*, just an diesem Montag kollabierte in New York die Bank der Lehman Brothers. Und damit begann nicht nur die weltweite Finanzkrise in ihrer ganzen Gewalt, es begann auch die Krise der Kunstwelt.

Auf den ersten Blick sind von dieser Krise vor allem die Händler der Kunst betroffen, die Auktionshäuser und Galerien, deren Umsätze derart schrumpfen, dass sie Mitarbeiter entlassen und in einigen Fällen ganz schließen müssen. Auch die große Kunstmesse Art Cologne, die kommende Woche beginnt, bekommt den ökonomischen Klimasturz zu spüren. Man rechnet mit Einbrüchen, Ausfällen, Abgängen.

So weit, so normal. Der Kunstmarkt steckt in der Krise, so wie viele Branchen in der Krise stecken, und weiter gäbe es nichts zu berichten. Wären da nicht die Nebenfolgen. Diese Nebenfolgen richten weit mehr als nur ökonomischen Schaden an. Sie sind nicht zu vergleichen mit einer Marktdelle, die schon nächstes oder übernächstes Jahr wieder ausgebeult sein wird. Die Nebenfolgen der Kunstmarktkrise gehen an das, was man die geistige Substanz nennen könnte. Sie verändern unser Denken und Reden über die Kunst in all ihren Facetten – und damit auch die Vorstellung davon, was uns Kunst bedeutet.

Die erste Veränderung betrifft ihren Symbolwert. Ein Wert, der sich vor allem ihrem ungeheuren ökonomischen Erfolg verdankte. Auf beispiellose Weise hatte sich die Kunst in den letzten fünf Jahren zu einem Wachstums- und Wuchermarkt entwickelt. Je mehr Geld in sie hineinfloss, desto begehrt wurde sie, und je begehrt sie wurde, desto mehr Geld floss in sie hinein. Nicht wenige Menschen ließen sich davon beeindrucken: Die Kunst schien das Symbol eines permanenten, sich selbst speisenden Erfolgs zu sein. Nur zu gerne holten sie sich einige dieser Symbole in ihr Wohnzimmer.

Es war wie mit Paris Hilton und anderen sogenannten Celebrities, die weder besonders gut aussehen noch besonders gut singen, tanzen, schauspielern oder gar denken können, die es aber dennoch zu erheblicher Bekanntheit bringen. Diese Menschen sind berühmt dafür, berühmt zu sein – und so erging es auch der erfolgreichen Kunst, die man deshalb liebte, weil sie Erfolg hatte. So kam es, dass sie bald in allen Lifestyle-Magazinen und Boulevardblättern groß und bunt in Szene gesetzt wurde, zusammen mit den Schönen und Wichtigen dieser Welt. Doch dieser Kult nimmt nun ein Ende: Selbst die Erfolgreichsten unter den Künstlern werden von der Krise erfasst, und so verliert auch die Kunst ihren Status als Erfolgssymbol.

Die zweite Veränderung betrifft das Versprechen auf Grenzenlosigkeit. In der Kunst und vor allem mit ihr schien alles möglich – dank des Marktes. Er war es, der selbst fabrikähnlich gefertigter Künstlerware eine potenziell grenzenlose Entwicklung ermöglichte. Anders als beim Kauf einer Theaterkarte, einer CD oder eines Buchs erwirbt der Käufer zusammen mit seinem Kunstwerk stets auch die Verheißung darauf, dass sich dessen wahrer Wert, in kunsthistorischer wie in finanzieller Hinsicht, erst in der Zukunft zeigen werde. Ein Bild, das im Jahr 2005 noch 10 000 Euro kostete, konnte schon wenige Jahre darauf den hundertfachen Preis erzielen. Und allein diese Möglichkeit verlockte viele Menschen.

Das Geschäftsmodell Kunst, um es auf einen ökonomischen Begriff zu bringen, beruht auf Spekulation. Vor allem in den letzten Jahren ähnelte es stark dem Treiben an den internationalen Börsen. Die Kunst wurde sogar selbst börsentauglich, Kunstfonds wurden aufgelegt, und jeder konnte daran Anteile erwerben. Umgekehrt begannen viele Händler der Finanzwelt wie Konzeptkünstler zu agieren, denen es nicht um Werke im klassischen Sinne geht, sondern um Ideen. Man schloss Wetten darauf ab, dass die Wetten, die andere auf die Wetten anderer abgeschlossen hatten, gewonnen oder verloren würden. Man schraubte sich hinein in eine Wirklichkeitsferne Sphäre, in der nur noch Fantasien regierten, war aber fest davon überzeugt, dass sich selbst der größte Schein als bedeutungsvoll und realgültig erweisen werde.

Ähnlich haben manche Künstler in den letzten Jahren einen regen Handel mit ungedeckten Werten begonnen. Einige legten es darauf an, besonders toxische Werke in den Kunstmarkt einzuschleusen. Sie wollten erproben, wie weit der Schein trägt: ob nicht auch völlig hohle und banale Dinge als Kunst akzeptiert, sprich gekauft werden. Lange bevor von den Bad Banks die Rede war, wurde Bad Painting zu einer eigenen Stilrichtung. Und viele dieser Künstler wurden für ihren Mut zum Risiko und zur Unbotmäßigkeit gepriesen, sie galten als Grenzüberschreiter.

In der Krise aber erscheint ihr Streben nach Unbegrenztheit mit einem Mal fragwür-

Risse im Bild

Mit der großen Krise des Kunstmarkts gerät die Kunst selbst ins Wanken: Was ist sie überhaupt noch wert? Es wird Zeit, ihren wahren Kern neu zu entdecken

VON HANNO RAUTERBERG

dig: Die unendliche Freiheit des Marktes, mit all den Exzessen, die er hervorbrachte, hält niemand mehr für produktiv – und ähnlich beginnt auch die grenzenlose Kunstfreiheit ihre Verlockung einzubüßen. Nun, da vieles unverkäuflich bleibt, verliert dieses Versprechen seine Strahlkraft.

Und ein Drittes kommt der Kunst abhanden: das, was man die Erhabenheit nennt. »Beim Erhabenen stimmen Vernunft und Sinnlichkeit nicht zusammen, und eben in diesem Widerspruch zwischen beiden liegt der Zauber, womit es unser Gemüt ergreift«, so hatte es Friedrich Schiller definiert. Eben solche Widersprüche zu produzieren gehörte in jüngster Zeit nachgerade zum Kerngeschäft der Auktionen zeitgenössischer Kunst. Irrwitzige Rekorde wurden vermeldet – und die Vernunft wollte nicht verstehen, wie es sein konnte, dass ein einzelner Mensch einen dreistelligen Millionenbetrag für ein Bild ausgab. Der Sinnlichkeit wollte es sich nicht erschließen, warum wieder einmal ein Werk von Jackson Pollock oder Maurizio Cattelan mehr wert sein sollte als ein Bild von Monet, Turner oder Vermeer. Der Kunst schien etwas Unfassliches innewohnen, sie schien jede Form von Angemessenheit zu sprengen. Sie war nicht von dieser Welt.

Heute stellen wir fest: Auch die Finanzwelt ist nicht von dieser Welt. Und die Summen, mit denen dort hantiert wurde und die nun in einem nebulösen Nirgendwo verschwinden, lassen die Auktionsrekorde lächerlich klein erscheinen. Dass jemand Millionen für ein simples Kerzenbild von Gerhard Richter ausgibt, mag einem fast vernünftig und normal vorkommen, wenn man tagtäglich von neuen Milliarden hört, die hinausgepumpt werden, ohne dass man recht wüsste, ob sie irgendetwas bewirken. Unfassliche Größe, Schrecken, Ohnmacht – all das ist heute nicht mehr auf den Auktionen, sondern auf dem Realmarkt zu Hause.

Viertens führt die Krise dazu, dass der Kunst eine Qualitätsinstanz verloren geht. Diese Instanz war der Kunstmarkt: Mit seinen Tabellen und Diagrammen, mit jenen Infografiken, wie sie auch in der Wirtschaft üblich sind, schien er objektiv darüber Auskunft geben zu können, wie sich ein Maler oder Bildhauer über die Jahre entwickelt hatte und wie sein Wert zu bemessen war. Diese ökonomischen Sinnbilder legten sich in den Zeiten des Booms über die Bilder der Künstler.

Natürlich war schon immer mit Kunstwerken gehandelt worden, und nie war das Reich der Ästhetik frei von den Ansprüchen der Ökonomie. Doch war man immerhin bereit, zwischen dem Wert eines Kunstwerks und sei-

nem Preis zu unterscheiden; nun aber fielen Preis und Wert oft in eins.

Das hatte vor allem damit zu tun, dass der Markt in ein großes Sinn-Vakuum drängen konnte. Ein Vakuum, das vor allem von den Künstlern erzeugt worden war. Viele von ihnen hatten sich aus dem Streit um den besten Stil, die sinnvollste Ästhetik verabschiedet und hielten die Frage nach Qualität für überflüssig und reaktionär. Dafür nahm sich der Markt dieser Frage an und beantwortete sie auf seine Weise: nach formalen und inhaltlichen Aspekten, vor allem aber nach äußerlichen Kriterien. Wichtig war, ob der Künstler von einer großen Galerie vertreten, ob er von einem wichtigen Sammler gekauft wurde. Zum zentralen Qualitätskriterium der Gegenwartskunst wurde ihre Verkäuflichkeit.

Was also bedeutet es, wenn die Verkäuflichkeit nachlässt, wenn die Umsätze der Galerien und Auktionshäuser abrutschen? Dann leider nicht nur der Vertrieb, es fehlt auch jene Instanz, die für die Qualität der Kunst bürgte. Noch den lächerlichen Katzenbilder eines Martin Eder und den infantilen Hochglanzpudeln von Jeff Koons beschaffte der Markt durch hohe Preise höchste Glaubwürdigkeit. Was teuer gekauft wurde, konnte nicht schlecht sein.

Nun aber scheint dieses Ratingverfahren außer Kontrolle zu geraten. Oder soll das, was eben noch gut war, nun schlecht sein, nur weil die Preise fallen? Noch ruft niemand nach Sammlerregulierung, Galerienverstaatlichung oder dem Ende des ästhetischen Hedgefondsdenkens – doch wie die Banken leidet auch der Kunstmarkt unter einem schweren Vertrauensverlust.

Und noch eine fünfte Vermisstenanzeige ist aufzugeben: Mit der Krise verliert die Kunst als Lebensmodell ihre Attraktivität. Vor allem jüngere Menschen hatten dieses Lebensmodell in den letzten Jahren für sich entdeckt. Sie interessierten sich für Gemälde, Fotos oder Installationen, vor allem aber für die Personen hinter der Kunst, für die Künstler. Diese galten anders als noch im 20. Jahrhundert nicht mehr als exzentrische Außenseiter, sie verkörperten nicht länger das ganz Andere. Vielmehr war der Künstler auf eine besondere Art normal, auf eine normale Art besonders – und eignete sich so hervorragend als Projektionsfigur. Die einen sahen im Gegenwartskünstler den großartigen Entrepreneur, der sich mit Wagemut und Dynamik seine eigene Existenz erschafft, gewissermaßen neue Marktlücken erschließt und diese Lücken mit Produkten füllt, die es zuvor nicht gab. Andere erkannten in ihm einen Protagonisten der Wahrhaftigkeit, dem ein selbstbestimmtes, kreatives und damit glückliches Leben zu gelingen scheint.

So wurde der Künstler nicht nur für seinen Erfolg, sondern vor allem für seine Art des Arbeitens bewundert, für seine Fähigkeit zur Ideenfindung und Kooperation. Was bei dieser Arbeit am Ende herauskommt, erschien fast sekundär. Auch den Leiter der diesjährigen Biennale von Venedig, Daniel Birmbaum, interessiert vor allem der »Vorgang des Kreativen«. Für ihn zeigt sich in einem Kunstwerk das »Machen einer Welt«, und unter dem Motto *Weltenmachen* steht daher die Biennale, die im Juni beginnt.

Doch wirkt es bereits jetzt seltsam unzeitgemäß, das Produzieren für wichtiger zu halten als die Produkte. Das Machen als solches ist nicht länger ein Zeichen der Vitalität; spätestens jetzt, in der Krise, braucht das Machen eine Begründung, ein sinnvolles Ziel. Denn so gnadenlos aktiv waren die Macher der Finanzwelt, so ungemein findig und kreativ, dass man erst einmal genug hat vom planlos planvollen Drauflos. Der Künstler als Lebensform, als vorbildliches Individuum, ganz selbstbestimmt und eigenverantwortlich, die beste aller Ich-AGs – dieses Modell hat ausgedient.

Das Dilemma könnte also größer kaum sein. Die Kunst braucht ja eben das, was die Krise ad absurdum geführt hat: Sie braucht die Lust am Haltlosen, am Wagnis, sie braucht die spekulative Fantasie. Doch hat sie sich zu sehr von anderen abhängig gemacht, von den Protagonisten

des Marktes, die ihr Bedeutung zumessen und ihr einen Sonderstatus einräumen. Oder anders formuliert: Die Kunst hat sich radikal dereguliert, hat im Namen der Freiheit alle Verbindlichkeiten und Regeln und oft auch ihre Inhalte abgeworfen. Und musste daraufhin erleben, wie das Geld mit seinen Regeln die unregelte Kunst dominierte.

Doch diese Herrschaft beginnt mit der Krise zu wanken. Und vielleicht markiert der gewaltige Riss, der nun die Kunstwelt durchzieht, ja sogar so etwas wie den Beginn eines Machtwechsels. Die Chance jedenfalls besteht: Die Kunst könnte sich befreien von vielen Zwängen und Abhängigkeiten, sie könnte die Eigenmächtigkeit ihrer Werke neu entdecken. Dafür bieten sich zwei Strategien an. Die eine Strategie schlägt den Rückweg ein, zurück in die marktferne Nische, in der die Kunst vor allem auf sich selbst hört und nur einige Eingeweihte sich dafür begeistern. Die andere Strategie sucht die Offensive: Bei aller Kritik am Hype und seinen Folgen versteht sie die neu gewonnene Popularität doch als Gewinn und weiß es zu schätzen, dass dank des Marktes heute mehr Künstler von ihrer Arbeit leben können als ehemals. Es geht dieser Strategie deshalb nicht um Abkoppelung, sondern darum, getragen von der Welle der Beliebtheit, sich wieder dem anzunähern, was den Kern der Kunst ausmacht: der ästhetischen Erfahrung.

Das mag wie eine Selbstverständlichkeit klingen, würde aber für die Kunstwelt erhebliche Veränderungen bedeuten: Künftig wären es nicht mehr die Händler und Sammler, die einem Bild oder einer Skulptur die nötige Bedeutung zusprechen und für seine Glaubwürdigkeit bürgen. Auch würde der Künstler nun hinter seiner Kunst zurücktreten, und es wäre völlig gleichgültig, mit welcher Konsequenz oder Wildheit er es gefertigt hätte. Über den Wert eines Kunstwerks entschiede dann vor allem einer: der Betrachter. Für den zählten weder Marktpreis noch Künstlermühen, für ihn zählte, was ihm in seiner Wahrnehmung des Kunstwerks widerfuhr.

Andere Wertefragen kämen so ins Spiel: Es ginge um Werte wie Farbspannung und Schattenspiel, um Werte wie Assoziationsvielfalt und ikonografischen Erfindungsreichtum, um den Imaginationswert, den Gefühlswert, den Wert der intellektuellen Durchdrungenheit, den Erkenntniswert. Um all das, was eine ästhetische Erfahrung auszeichnet.

Dafür allerdings müssten sich die Gegenwartskünstler von vielem verabschieden: von ihrem Hang zur Privatmythologie, zum kabbalistischen Zeichenspiel, zur kunstbetrieblichen Selbstbespiegelung. Mit anderen Worten: Die Künstler müssten sich von den Verunsicherungen der Krise infizieren lassen. Müssten ihre Gepflogenheiten zur Disposition stellen, müssten einen neuen Streit um Kriterien und Qualitätsfragen beginnen – um schließlich gewandelt aus der Krise hervorzugehen, der Welt zugewandt und aus sich selbst heraus bedeutungsvoll.

SHIBBOLETH heißt eine Installation der Künstlerin Doris Salcedo. Sie sprengte den Boden der Tate Modern in London auf