

# Inhalt

Vorwort von Ekkehard Kappler .....	7
Vorwort von Paul Naredi-Rainer .....	9
Danksagung .....	11
0 ABSTRACT .....	13
1 SUJET...EINLEITUNG .....	19
1.1 Aktueller Forschungsstand und Problemstellung .....	19
1.2 Zielsetzung und wissenschaftlicher Beitrag .....	28
1.3 Interdisziplinarität .....	30
1.4 Metapher der Arbeit .....	31
1.5 Aufbau der Arbeit .....	32
2 PERSPEKTIVE DES MALERS ...	
Wissenschaftstheoretische Reflexion .....	37
2.1 Konstruktivistische Prägung .....	37
2.2 Systemtheoretische Aspekte .....	44
2.3 Wirtschaftssystem .....	78
2.4 Kunstsystem .....	90
3 WAHL DER LEINWAND UND DER FARBE ...	
Methodologische Aspekte .....	107
3.1 Systemtheorie und Empirie .....	107
3.2 Narrative Interviews .....	109
3.3 Forschungsdesign .....	112
3.4 Auswertung .....	117

4	SKIZZEN ...	
	Grundlegende Gedanken .....	125
4.1	Schwarz-Weiß-Malerei .....	125
4.2	Ko-Evolution von Wirtschaft und Kunst .....	130
4.3	Selbst- und Fremdbeschreibung von Wirtschaft und Kunst .....	170
5	SERIE IN VIER BILDERN ...	
	Zum Verhältnis von Wirtschaft und Kunst .....	189
5.1	Vom unternehmerischen Nutzen der Kunst – Eine Beobachtung zweiter Ordnung .....	189
5.2	Über die Hoffnung auf Kreativität und Innovation: Der Beitrag künstlerischer Irritationen in Unternehmen .....	224
5.3	Der Markt als blinder Fleck der Kunst? .....	263
5.4	Freiheit der Kunst! Abhängigkeit von der Wirtschaft! – Die Entfaltung einer Paradoxie .....	297
6	BILDBETRACHTUNG ...	
	Oszillieren zwischen Wirtschaft und Kunst .....	329
	Literaturverzeichnis .....	365
	Abbildungsverzeichnis .....	393

## Vorwort

»Ein Künstler ist jemand, der sich auf einen Wettkampf mit Gott einlässt.« (Patti Smith) Nur mit Gott? Oder auch mit sich selbst? Oder ist das dasselbe? Oder mit der Wirtschaft? Mit der Wirtschaft scheint das anders zu sein. Lieber gar nicht erst in Kontakt treten, meinen mitunter Künstlerinnen und Künstler, denn das bedeutet die Freiheit aufzugeben. Und die Wirtschaft? Wie sehen Menschen in diesem System die Kunst und ihre Protagonisten? »Kunst – das einzige Geschenk, das wertvoller wird« wirbt die Galerie LUMAS. Wird am Markt alles wertvoller? Was wird aus der Kunst, wenn Kunst kommerzialisiert wird?

Das sind keine originellen Fragen, möchte man meinen, denn sie kommen immer sofort auf, wenn über Kunst, Kunstmarkt, Kunstvermarktung, Design, Kunst und Marketing und ähnliche Themen in einer losen Unterhaltung, vielleicht bei einer Vernissage gesprochen wird. Und dennoch täuscht der erste Eindruck. Zwar werden patchworkartig immer mal wieder Facetten von Kunst, Markt, Wettbewerb und Kreativität lose zu verknüpfen versucht, aber nur wenige Arbeiten gehen bisher empirisch und interdisziplinär dem Verhältnis von Kunst und Wirtschaft nach. Eine, die das ausführlich leistet, mit betriebswirtschaftlichem wie kunst- und kulturgeschichtlichem Hintergrund, ist die von Susanne Fenkart vorgelegte Untersuchung.

Auf systemtheoretischer Basis wird dem Verhältnis von Kunst und Wirtschaft, unter besonderer Betrachtung von Unternehmen und Bildender Kunst, in Geschichte und Gegenwart nachgegangen. Die Autorin untersucht die Beziehung von Wirtschaft und Kunst. Klar formuliert entfaltet sie das Spannungsverhältnis »Freiheit der Kunst – Abhängigkeit von der Wirtschaft«, das zwischen der Funktionslosigkeit, vielleicht auch Dekorationsarbeit als Überlebensnotwendigkeit sowie gesellschaftlicher Möglichkeit der Kunst einerseits und den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Einflussversuchen auf die Kunst oszilliert. Freilich wäre dabei nicht nur an Abschottung, sondern gerade auch an wechselseitige Synergien zu denken. Das zu zeigen gelingt der Verfasserin mit ihrer Erkundung des Feldes, ohne der Gefahr besserwisserischer Ratschläge zu erliegen.

Nach sehr gründlicher Literaturrecherche kommen in der Untersuchung in erster Linie Künstlerinnen und Künstler, Manager und Unternehmer zu Wort. Und zwar wörtlich. Die Methode der narrativen Interviews ermöglicht es, sich mit Empathie der Lebenspraxis der Personen zu nähern, denen die Verfasserin zuhört. Das entstehende Bild ist kein Abbild, sondern ein zusätzliches Moment bestehender Wirklichkeit. Diese Selbst- und Fremdbeschreibungen von Wirtschaft und Kunst »kann dazu führen, dass bisherige Überschreibungen erkannt werden und begonnen wird, mit neuen Beschreibungen zu experimentieren«, ein »Vorgang«, ohne den weder Kunst noch Wirtschaft auskommen. Überraschendes Ergebnis der Gespräche: Es gibt eine Ko-Evolution von Wirtschaft und Kunst, jenseits aller Ängste vor Beeinflussung und Manipulation sowie jenseits der Ängste vor grenzenloser und womöglich geschäftsschädigender Beliebigkeit im Gewand der Kreativität. Aber natürlich kommen alle Bedenken auch vor. Aber nur ihre Benennung macht sie bewegbar. Gerade deshalb ist die unaufgeregte systemtheoretische Herangehensweise auch praktisch hilfreich. Letztlich wird die Hoffnung von Wirtschaft und Kunst deutlich, die eine von Curt Scheiderbauer zur Verfügung gestellte Abbildung benennt: »Get out of your box!«.

Und auch die »Clouds«, die die Autorin aus den Gesprächen mit Künstlern und Managern herausdestilliert, erweitern die Möglichkeit, die unterschiedlichen Logiken der Beschreibungen zu thematisieren sowie daraus Anregungen zu gewinnen, praktische wie wissenschaftliche. Gleichzeitig vergrößern sie das aktive Differenzierungs- und Anregungspotenzial von Leserinnen und Lesern.

Der Untersuchung ist die Verbreitung zu wünschen, welche die Bilder schon erlangt haben, die von der Verfasserin mit Unterstützung der Künstlerinnen und Künstler den Kapiteln vorangestellt sind.

Ekkehard Kappler

## Vorwort

Kunst kann man hassen, lieben oder unverständlich finden, Wirtschaft vielleicht verachten, aber kaum ignorieren. Der vielbeschworene Gegensatz zwischen hehrer Kunst und schnödem Mammon, den eine idealistische Weltsicht anprangert und beklagt, entsprach und entspricht in solcher Schärfe nur selten der Realität. Auch wenn die von einem Wirtschafts-magazin als Entscheidungshilfe für Kunstinvestitionen jährlich veröffentlichte Rangliste der »wichtigsten Künstler der Gegenwart« nicht ernsthaft beanspruchen kann, eine über den vordergründigen aktuellen Marktwert hinausgehende Aussage zur Bedeutung eines Künstlers zu machen: Der Zusammenhang zwischen Wirtschaft und Kunst ist so alt wie die menschliche Kultur.

Möglichkeiten, diese Bezüge darzustellen, gibt es viele. Susanne Fenkart hat sich dafür entschieden, das Verhältnis der scheinbar so heterogenen Lebenswirklichkeiten von Wirtschaft und Kunst auf der Basis narrativer, an keinen Fragenkatalog gebundener Interviews mit Künstlern wie Wirtschaftstreibenden anhand der Systemtheorie des Soziologen und Gesellschaftstheoretikers Niklas Luhmann zu analysieren. Der mit zahllosen Querverweisen gespickte (und deshalb auch zur Verfolgung weiterer Gedankenlinien höchst ergiebige), trotz seiner sympathisch essayistischen Gliederung penibel ausgearbeitete Text verfolgt das komplexe, vielfach oszillierende Verhältnis von Wirtschaft und Kunst bis in feine Verästelungen hinein, ohne sich irgendwo zu kühnen Thesen zu versteigen. So entsteht ein ebenso kenntnisreiches wie plausibel dargelegtes Panorama des komplexen Verhältnisses zweier Universalien menschlicher Kultur.

Was letztlich bleibt: Wirtschaft gibt einer Gesellschaft ihre Basis und – eingebettet in ein Rechtssystem – auch ihren Rahmen, in der Kunst aber manifestiert sich ihre Würde.

Paul Naredi-Rainer



## Danksagung

Zuallererst möchte ich o. Univ.-Prof. Dr. Dr. hc. Ekkehard Kappler (Institut für Organisation und Lernen, Fakultät für Betriebswirtschaft, Leopold-Franzens-Universität Innsbruck) für die hervorragende Erstbetreuung der Dissertation danken. Hervorzuheben sind dabei insbesondere die stets bereichernden Gespräche, die fachliche Vielseitigkeit und die Vermittlung einer wissenschaftlichen Neugierde und Wissbegierde. Ein herzliches Dankeschön geht ferner an o. Univ.-Prof. Dr. Paul von Naredi-Rainer (Institut für Kunstgeschichte, Philosophisch-Historische Fakultät, Leopold-Franzens-Universität Innsbruck), der die Zweitbetreuung der Arbeit übernommen hat: Ich bedanke mich vor allem für die Vermittlung einer grundlegenden Begeisterung für Kunst und Kunstgeschichte sowie für die wertvollen kunsthistorischen Anregungen in der Arbeit. Beiden Professoren gemeinsam danke ich zudem für die Möglichkeit und ihre Offenheit, dieses interdisziplinäre Dissertationsprojekt überhaupt realisieren zu können, sowie in der weiteren Folge für die fachlich exzellente Begleitung dessen. Ein weiterer Dank gilt auch a.o. Univ.-Prof. Dr. Martin Piber (Institut für Organisation und Lernen, Fakultät für Betriebswirtschaft, Leopold-Franzens-Universität Innsbruck) für die zahlreichen anregenden Fachgespräche, die eingebrachten Blickwinkel und die gemeinsam erarbeiteten Forschungs- und Ausstellungsprojekte.

All meinen Freunden, Bekannten und Gesprächspartnern im Fachbereich Wirtschaft und Kunst danke ich für die anregenden Gespräche, den kollegialen Austausch und die heiteren Stunden. Namentlich danken möchte ich: MMag. Dr. Michael Martin Berger – für die richtungsweisenden Ratschläge und interessanten Diskussionen; Mag. Elmar Rainer – für den gelebten Beweis, wie viel sich Geschichte, Archäologie und Kunstgeschichte zu sagen haben, die fachlichen Anregungen und für die Mühe, die Arbeit von meinen orthographischen und grammatikalischen »Vergehen« zu befreien; Mag. Birgit Schönegger – für die gemeinsam realisierten Forschungs- und Ausstellungsprojekte; Dr. Ute Strimmer MA – für den Beweis wie viel sich Kunstgeschichte und Betriebswirtschaftslehre tatsächlich mitzuteilen haben sowie für den fachlichen Austausch; Mag. Dr. Micha-

ela Waibel – für die Hilfestellungen und Beratung zu Beginn des Doktoratsstudiums und für die stete Besprechung des Dissertationsfortschritts; Prof. (FH) MMag. Dr. Anita Zehrer – für die der Arbeit zugrundliegende Vermittlung von Freude und Begeisterung am wissenschaftlichen Arbeiten; Mag. Claudia Oestmann sowie dem gesamten Team vom Kulturverlag Kadmos danke ich für die konstruktive Zusammenarbeit bei der Drucklegung dieses Werks. Des Weiteren danke ich allen Interviewpartnern aus Wirtschaft und Kunst: Sie haben mit ihren Fachgesprächen einen wesentlichen Beitrag zu der Arbeit geleistet und zahlreiche spannende Einsichten gewährt. Ein besonderes Dankeschön geht dabei an den Künstler Curt Scheiderbauer und seine Nachfahren, für die Zurverfügungstellung des Kunstwerks »Get out of your box!« (1996) zur Umschlaggestaltung der Publikation.

Ein ganz besonderer Dank gilt meiner gesamten Familie. Hervorzuheben sind dabei meine Eltern Doris und Helmut Fenkart: Ich bedanke mich von Herzen für die maßgebliche Unterstützung, die Ermutigungen, den Beistand und das Interesse bei all meinen Studien. Meinem Bruder Dominik Fenkart danke ich für seine ganz besonderen Fähigkeiten. Lieber Dominik, du hattest recht: Ich habe dir eine Kunst-Geschichte geschrieben. Ein Dankeschön gebührt ferner meiner Omi Erika Klien, für die Unterstützung und das Interesse an meinen Arbeiten. Ein extra großes Dankeschön hat sich schließlich mein Lebensgefährte Gerhard Taschler verdient: Für die großartige Unterstützung, die gemeinsamen Reflexionen, die Geduld und das entgegengebrachte Verständnis; aber auch dafür, mir immer wieder zu zeigen, wie schön das Leben außerhalb einer Dissertation sein kann. Ohne die Unterstützung meiner Familie wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen.

Dem Vizerektorat für Forschung danke ich für das Doktoratsstipendium aus der Nachwuchsförderung der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Bezüglich der verlagsmäßigen Drucklegung dieser Arbeit bedanke ich mich bei dem Vizerektorat für Forschung der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, dem Land Vorarlberg – Abteilung Wissenschaft und Weiterbildung sowie beim Land Tirol – Abteilung Kultur für die maßgebliche Förderung. Ein ganz besonderes Dankeschön gilt dem Land Vorarlberg für die Verleihung des Vorarlberger Wissenschaftspreises – Spezialpreis zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses, als Anerkennung für die Dissertation und die bisherigen Leistungen auf dem Gebiet der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften.

Susanne Fenkart

# 0

## Abstract

Thema des Werks ist eine systemtheoretische Beobachtung des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst auf Basis von narrativen Interviews. Einleitend zeigt die Arbeit einige Berührungspunkte von Wirtschaft und Kunst auf. Beispielsweise sind dies die Kunstökonomie, die Besonderheiten des Kunstmarktes und seiner Akteure, die Preisbildung von Kunstwerken, Kunstinvestments, die Erweiterung der Organisationstheorie durch die Ästhetik, Kultur- und Kunstmanagement sowie die Creative Industries. Diese Arbeit setzt ihren Fokus auf das Verhältnis von Unternehmen und Bildender Kunst. Bezüglich der Unternehmen kann hierbei die Kunstförderung, insbesondere das Mäzenatentum und das Kunstsponsoring, sowie der Aufbau von unternehmenseigenen Kunstsammlungen angeführt werden. Motive dafür sind unter anderem die Verbesserung des Unternehmensimages, spezifische Zielgruppenansprache und Kundenpflege, gesellschaftliche Verantwortung sowie die Verbesserung der Unternehmenskultur, Mitarbeitermotivation und Arbeitsplatzgestaltung. Von Seiten der Kunst zeigt sich eine eher skeptische Haltung gegenüber der Wirtschaft. Es besteht die Angst, die künstlerische Autonomie als Existenzberechtigung zu verlieren und sich zu verkaufen. Die Effekte und die gegenseitigen Wirkungen des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst, insbesondere von Unternehmen und Bildender Kunst, sind bisher wenig untersucht. Eine Möglichkeit der Betrachtung bietet die Systemtheorie. Hierbei können vor allem die beiden Werke »Die Wirtschaft der Gesellschaft« (1988) und »Die Kunst der Gesellschaft« (1995) von Niklas Luhmann als Grundlage angeführt werden. Die bisherige systemtheoretische Aufarbeitung deckt lediglich ein paar Spezialgebiete im Verhältnis von Unternehmen und Bildender Kunst ab. Diese Arbeit baut darauf auf und führt einige neue Aspekte ein. Dabei werden einzelne systemtheoretische Elemente herangezogen, um sie dann in Verknüpfung mit ergänzender Literatur und dem vorhandenen Datenmaterial zu entfalten. Grundlegender Baustein der Ausführungen ist die Aufarbeitung der wechselseitigen Ko-Evolution von Wirtschaft und Kunst – von der Antike über die sichtbar werdende Ausdifferenzierung im

18. Jhd. und der Positionierung als gesellschaftliche Funktionssysteme bis hin zum aktuellen Diskurs über das Verhältnis von Wirtschaft und Kunst: Diesbezüglich wird eine aktuelle, wechselseitige Selbst- und Fremdbeschreibung der beiden Systeme gezeigt. Hinsichtlich der unternehmerischen Beobachtungsperspektive wird zuerst die wirtschaftseigene Umgangsweise mit Kunst (Gründe und Motive, Umsetzung und Gestaltung, Aktivitäten, etc.) – insbesondere jedoch der unternehmerische Nutzen der Kunst – ausgeführt und kritisch reflektiert um dann eine Öffnung der Thematik zu bewirken: Die Basis dafür bildet das Verständnis des Neuen als Systemvariation und eine zugrunde liegende dynamische Organisationskultur. In diesem Sinne wird die bestehende Hoffnung der Wirtschaft auf Kreativität und Innovation als Ausgangssituation herangezogen, um anschließend über den möglichen Beitrag künstlerischer Irritationen in Unternehmen nachzudenken. Danach wechselt die Beobachtungsperspektive auf die Seite der Kunst: Die Frage nach dem Kunstmarkt als blindem Fleck der Kunst wird aufgeworfen, um daran eine Analyse des Kunstmarktes als ausdifferenziertes Subsystem zwischen Kunst und Wirtschaft anzuschließen. Die Entfaltung der Paradoxie »Freiheit der Kunst – Abhängigkeit von der Wirtschaft« befasst sich schließlich zum einen mit der Funktionslosigkeit als Überlebensnotwendigkeit und gesellschaftlichen Möglichkeit der Kunst, zum anderen mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und den möglichen Einflussvorhaben gegenüber der Kunst, betrachtet als eine gegenseitige Steigerung beider Systeme. Bezüglich der empirischen Daten wurde das Vermögen der Systemtheorie, nicht aufeinander abbildbare Perspektiven darzustellen, mit der Methode narrativer Interviews verknüpft. Sie sind im besonderen Maße für die Erfassung persönlicher Perspektiven geeignet. Insgesamt wurden 28 Interviews mit Unternehmensvertretern, Bildenden Künstlern sowie Wirtschafts- und Kunstprofessoren, die sich mit dem Verhältnis von Wirtschaft und Kunst befassen, in den Ländern Österreich, Deutschland, Italien und Liechtenstein durchgeführt. Zentraler Kern der Gespräche waren die realisierten Projekte und die damit verbundenen persönlichen Erfahrungen der Gesprächspartner im Bereich Wirtschaft und Kunst. Die Daten wurden anhand der qualitativen Datenanalyse nach Miles/Huberman (1994) ausgewertet; unterstützt durch das Computerprogramm NVivo9. Diverse Grafiken (Nutzen des unternehmerischen Kunstengagements, die Hoffnungen der Wirtschaft an die Kunst, die Akteure des Kunstmarktes, die Befürchtungen der Kunst gegenüber der Wirtschaft, etc.) verbildlichen die übergreifenden Kategorien der Datenanalyse. Die immer wieder angeführten Original-Statements aus den Interviews geben vertiefende Einblicke in die Thematik. Zusätzlich enthält die Arbeit sechs exemplarische, möglichst kontroverse Fallgeschichten: Als

Unternehmensbeispiele die Firmen (a) Herta – Kunst am Arbeitsplatz, (b) Vorwerk – Kunst zur Produktgestaltung und (c) das Kunstkonzept der Beratung Droege Group als besonders umfassendes unternehmerisches Kunstengagement; als Künstlerbeispiele die bildenden Künstler (a) Erwin Wurm – über den Weg vom Kunstwerk zum Kunstmarkt, (b) Paul Flora – Auftragsarbeiten und gute Erfahrungen mit der Wirtschaft sowie (c) Edgar Leissing – über die Zusammenarbeit mit Sponsoren und die Selbstbehauptung des Künstlers; Die Fallbeispiele entfalten die Thematik nochmals in sich und zeigen die unterschiedlichen Herangehensweisen und Erfahrungswerte im Einzelfall auf. Die Arbeit bietet somit ein inhaltliches Weiterkommen in der systemtheoretischen Betrachtung des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst, leistet einen generellen Beitrag für die Beschäftigung mit Wechselverhältnissen gesellschaftlicher Funktionssysteme und treibt das empirische Potential der Systemtheorie weiter voran.

Im Verlauf des Werks ist die Idee aufgekommen, die interviewten Künstler in einem verstärkten Maße in die Arbeit mit einzubeziehen, sie noch präsenter sein zu lassen. Die zwölf interviewten Bildenden Künstler wurden deshalb darum gebeten, die Abbildung eines bereits vorhandenen Werks von ihnen zur Verfügung zu stellen (ev. mit begleitendem Statement), das für sie zum »Verhältnis von Wirtschaft und Kunst« passt, dieses ausdrückt, symbolisiert, die Spannungen aufzeigt, etc. Alle zwölf Künstler haben an dem Experiment teilgenommen. Vor jedem Hauptkapitel der Arbeit befindet sich ein entsprechendes Kunstwerk.

Hände fügen, flechten und binden sich, formen sich wie zu Werkzeugen, Kreisen und Zentren, verschmelzen ineinander und wandeln sich um. Das Bildwerk ist richtungsfrei konzipiert und kann so von jeder Richtung rundum betrachtet sein.



Karg, Patricia (2010): Bündnis, 132 x 122 cm, Acryl und Öl auf Holztafel, private Sammlung



# 1

## SUJET ...

### Einleitung

#### 1.1 Aktueller Forschungsstand und Problemstellung

Wirtschaft und Kunst. Die Kunst stört, die Wirtschaft ordnet. Oder war es umgekehrt?<sup>1</sup> Die beiden Sphären Wirtschaft und Kunst werden als Antagonismus verstanden: Ökonomisches Denken und Handeln ist von Rationalität, Zweckorientiertheit, Effizienzbestreben und Funktionalitätsaspekten bestimmt. Kunst hingegen wird mit Spontanität, Intuition und Kreativität gleichgesetzt. Das Wesen der Kunst liegt im Symbolischen, im Nicht-Sagbaren.<sup>2</sup> Häufig wird die Kunst als einzige gesellschaftliche Sphäre angesehen, in welcher der Mensch frei von Nützlichkeitsabwägungen ist.<sup>3</sup> Wirtschaft und Kunst unterliegen demnach eigenen Regeln, die nicht aufeinander zu reduzieren sind.<sup>4</sup> So scheint eine Verknüpfung und interdisziplinäre Auseinandersetzung mit der Thematik wohl ein Wagnis zu sein.

In einem historischen Rückblick jedoch erkennt man, dass das Verhältnis von Wirtschaft und Kunst bereits seit Jahrhunderten besteht: So kann beispielsweise die Familie Medici im Florenz des 15. Jhdts. angeführt werden. In der Renaissance entwickelten sich neue Wirtschaftsformen, in deren Folge das Bürgertum Macht über die Aristokratie erlangte. Der Bankier Cosimo de Medici erkannte früh, dass die Förderung der Kunst dabei von Nutzen sein könnte. Sie war ihm Symbol der errungenen Macht und Ausweis des Erfolges, andererseits sicherte sie ihm Unterstützung und ermöglichte es ihm, seine Gottesfürchtigkeit zu zeigen. Als Unternehmer verschmolz er gleichzeitig mit der wirtschaftlichen und geistigen Elite seiner Zeit.<sup>5</sup>

1 Vgl.: Baecker (2007), S. 11.

2 Vgl.: Rothauer (2005), S. 51; Loeffelholz (2001), S. 206.

3 Vgl.: Krieger (2007), S. 176.

4 Vgl.: Neckel (2008), S. 90.

5 Vgl.: Dossi (2007), S. 27; Lippert (1990), S. 19.

Im 17. Jhdt. ergab sich eine weitere Veränderung: Waren die Künstler bisher von kirchlichen, adeligen und zunehmend bürgerlichen Auftraggebern abhängig gewesen, entstand nun ein Kunstmarkt, der die Werke nach den Gesetzen von Angebot und Nachfrage bewertete.<sup>6</sup>

Die künstlerische Avantgarde des 20. Jhdt. zeigt sich teilweise kapitalismuskritisch und unternimmt den Versuch einer Abgrenzung gegenüber wirtschaftlichen Interessen.<sup>7</sup> Hierbei können die analytisch-kritischen Werke von Hans Haacke angeführt werden.<sup>8</sup> Eine andere Position nimmt Joseph Beuys mit der Gleichung »Kunst = Kapital« ein, in der er gemäß dem Zeitgeist auf die gesellschaftsgestaltende Kraft jedes Einzelnen verweist.<sup>9</sup> Eine unbekümmert wirkende Annäherung von Kunst und Wirtschaft zeigte sich in den Werken von Andy Warhol. Die Aussage: »Being good in business is the most fascinating kind of art.«<sup>10</sup> erteilte dem idealistischen Glauben an die Autonomie der Kunst eine Absage.<sup>11</sup>

In den vergangenen Jahrzehnten sind vermehrt Initiativen, Symposien und Beiträge entstanden, die die Thematik aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten, um bestehende Anknüpfungspunkte zu erörtern und weitere Perspektiven zu eröffnen.<sup>12</sup> Die beiden scheinbaren Fronten Wirtschaft und Kunst sind miteinander verknüpft und weisen eine Vielzahl an Berührungspunkten auf:<sup>13</sup>

Beispielsweise befasst sich die Kunstökonomie mit einer wirtschaftlichen Betrachtung von Kunst.<sup>14</sup> Unter anderem analysiert sie den Nutzen der Kunst als Wirtschaftsfaktor.<sup>15</sup>

Der Kunstmarkt, verstanden als eine paradoxe Union aus ökonomischen und ästhetischen Triebkräften, ist ein weiteres Forschungsfeld.<sup>16</sup> Auch wenn der Kunstmarkt viele Parallelen zu anderen Märkten aufweist, sind doch grundlegende Unterschiede zu beachten. Wirtschaftswissenschaftliche Untersuchungen bemühen sich insbesondere um ein

6 Vgl.: Diederichsen (2006), S. 168.

7 Vgl.: Buchhart (2010), S. 39.

8 Für weitere Ausführungen siehe: Haacke (1980).

9 Vgl.: Lange (2006), S. 277.

10 Warhol (1975), S. 92.

11 Vgl.: Butin (2006), S. 196.

12 Exemplarisch können hierzu folgende Symposien genannt werden: Jochum (2009), Jochum (2005), Busek/Abfalter (2003), Benedikter (1997), Klamer (1996), Knorn/Lehmann/Vogt (1996), Andreae (1983).

13 Vgl.: Busek/Abfalter (2003), S. 7.

14 Vgl.: Hutter (1994), S. 57; Pommerehne/Frey (1993), S. 3.

15 Vgl.: Andreae (1990), S. 5; Als grundlegende Studie hierfür kann Baumol/Bowen (1966) angeführt werden, die als »Baumol's Cost Disease« in die Literatur einging. Siehe dazu unter: Frey (2000), 3; Pommerehne/Frey (1993), S. 3; Hutter (1994), S. 58; Für einen detaillierte Beschreibung siehe: Heilbrun/Gray (2001), S. 137ff.

16 Vgl.: Herchenröder (1990a), S. 9.

Verständnis des schwer kalkulierbaren Kunstmarktes, der durch Unübersichtlichkeit der einzelnen Handlungen gekennzeichnet ist.<sup>17</sup> Sowie darum, das Zusammenspiel der Akteure des Kunstmarktes (Künstler, Galeristen, Kunsthändler, Auktionshäuser, Museen, Kunstmessen, Kunstvermittler, Art Consultants, Kunstkritiker, Kunstvereine und Sammler)<sup>18</sup> zu analysieren. Dabei sind insbesondere Auktionshäuser, aufgrund der Auktionsrekorde von Kunstwerken, von Interesse.<sup>19</sup> Der Preis bildet eine neue Aura (Walter Benjamin) des Kunstwerks.<sup>20</sup> Allerdings geben die Mechanismen der Preisbildung im Kunstmarkt selbst Ökonomen einige Rätsel auf. Wirtschaftswissenschaftliche Analysen bemühen sich um die Festsetzung von Preisfaktoren.<sup>21</sup> Jedoch treffen in der Bewertung eines Kunstwerkes zwei Realitäten aufeinander, Preis und Preislosigkeit.<sup>22</sup> Die Frage des ökonomischen und ästhetischen Wertes eines Kunstwerks ist ein spannender Balanceakt. Kunst als Investment ist ein weiteres Forschungsgebiet: Diverse Kunst-Indexe beraten den potentiellen Kunstkäufer.<sup>23</sup> Allerdings

17 Vgl.: Robertson (2005a), S. 245; Czöppan (2002), S. 12.

18 Vgl.: Wyrwoll (1994), S. 291; Für detaillierte Ausführungen siehe unter: Hirsch (2005), S. 44 ff; Jeffri (2005), S. 133 ff; Gonzáles (2002), S. 84 ff.

19 Sotheby's und Christie's sind nach wie vor die bekanntesten Auktionshäuser. Bezüglich der Auktionsrekorde wurde beispielsweise bei der Herbstauktion 2007 bei Sotheby's das Werk »Hanging Heart« von Jeff Koons für 23,5 Millionen Dollar verkauft. Damit löste Jeff Koons Damien Hirst als teuerster über eine Auktion gehandelter, lebender Künstler ab. Vgl.: Blomberg (2005), S. 10; Für Auflistungen von Preisrekorden siehe beispielsweise unter: Karasek (2004), S. 78 f; Pommerehne/Frey (1993), S. 111; Allerdings ist hierbei anzumerken, dass Millionenpreise eher die Ausnahme als die Regel auf dem Kunstmarkt sind.

20 Vgl.: Jongen (2007), S. 19; Andrae (1983), S. 10; Preisfestsetzungen tragen maßgeblich zur Qualitätswahrnehmung von Kunstwerken bei. Der Begriff der »Aura des Kunstwerks« geht auf den Aufsatz von Walter Benjamin »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« (erste deutsche Fassung 1936) zurück. Siehe dazu: Benjamin (1974).

21 Trotz der umfassenden Beschäftigung mit dem Thema muss dies nach wie vor offen bleiben. Vgl.: Robertson (2005a), S. 235; Eine detaillierte Analyse der Preisbildung zeitgenössischer Bildender Künstler zeigen Pommerehne/Schneider: Die Bestimmungsfaktoren sind die Unterschiede in den Herstellungskosten, die Verwendung von teurem Material, die Preiserwartungen des Künstlers, Volumen der Werke, die Werbeanstrengungen des Galeristen, Tod eines Künstlers, Inflation, die Zusammenarbeit von Künstler und Galerist, die Stilrichtung, der »künstlerische Kapitalstock«, die Vertrautheit der Kunstwelt mit dem Werk, die Vielseitigkeit des künstlerischen Schaffens und die Preise die in der Vergangenheit erzielt wurden. Vgl.: Pommerehne/Schneider (1983), S. 55 ff; Nach Czöppan hingegen sind die wichtigsten Preisfaktoren Qualität, Seltenheit, Echtheit, Erhaltungszustand, Provenienz, nationaler und internationaler Markt, allgemeine Konjunkturlage, Mode, Marketing und Emotion. Vgl.: Czöppan (2002), S. 54 ff; Für Ressler sind die Faktoren Künstler, Werkposition, Provenienz, Thema, Format, Marktfrische, Erhaltungszustand und Echtheit maßgeblich. Vgl.: Ressler (2001), S. 49 ff.

22 Vgl.: Graw (2008), S. 36; Die Grundlage dieser Diskussion bildete Grampp mit seinem 1989 erschienen Werk »Pricing the Priceless«. Er geht davon aus, dass der ökonomische Wert die generelle Form des Wertes darstellt. Der ästhetische Wert ist somit ein Teilbereich des ökonomischen Wertes. Vgl.: Grampp (1989), S. 20 f.

23 Ein Vorreiter der heutigen Kunst-Indexe war der Kunstkompass. Ab 1970 editierte die Zeitschrift Capital jährlich den Kunstkompass von Bongard. Siehe beispielsweise dazu:

ist Kunstinvestment nur als zusätzliche Anlageform mit einer mittel- bis langfristigen Bindung zu empfehlen.<sup>24</sup> Grundsätzlich gilt bei Kunstinvestments: Das Risiko ist hoch, die Rendite gering.<sup>25</sup> Was dem Käufer mit Sicherheit bleibt, ist der ästhetische Wert des Kunstwerks.<sup>26</sup>

Ein gänzlich anderes Forschungsfeld ist die Erweiterung der Organisationstheorie durch die Ästhetik. Dies nicht nur verstanden als Analyse des Organisationsalltages, sondern auch gesehen als epistemologische Metapher, als theoretischer und methodologischer Beitrag zur Organisationsforschung.<sup>27</sup>

Stark verzahnt sind Wirtschaft und Kunst im Kultur- und Kunstmanagement. Kulturorganisationen leben als wirtschaftliche und künstlerische Einrichtungen in einem ständigen Zielkonflikt zwischen Geld und Kunst.<sup>28</sup> Nach Schreyögg stellt das Kulturmanagement einen Sonderfall der allgemeinen Managementlehre dar, wobei er gleichzeitig einschränkt, dass sorgfältig überprüft werden muss, welche Instrumente und Funktionen transferiert werden können.<sup>29</sup> Ein Mehr an Management bedeutet nicht automatisch ein Mehr an Kunst.<sup>30</sup> Andererseits wird die »Freiheit der Kunst« zum Credo erhoben,<sup>31</sup> und Kultur- und Kunstmanagement als »die Kunst, Kultur zu ermöglichen« bezeichnet. Kultur- und Kunstmanagement verstanden als das Bahnen von Wegen damit sich Kunst verwirklichen kann, in dem sie an die Öffentlichkeit gelangt und vermittelt

Rohr-Bongard (2001).

<sup>24</sup> Vgl.: Lehmann (2002), S. 104 f.

<sup>25</sup> Dies belegen die Studien von Pommerehne/Frey (1993) und Baumol (1986). Pommerehne/Frey betrachteten 1198 Gemälde aus dem Zeitraum von 1635 bis 1987 hinsichtlich ihrer Preisentwicklung. Dabei kamen sie zu folgendem Schluss: Die Rendite der Geldanlagen in Gemälde ist niedriger als jene von Finanzmarktanlagen, das Risiko dagegen höher. Vgl.: Pommerehne/Frey (1993), S. 110 ff; Baumol errechnete mit derselben Datengrundlage eine noch geringere Rendite. Er kommt zu dem Ergebnis, dass Kunstwerke nur einen Gewinn von 0,55% einbrachten, während im selben Zeitraum festverzinsliche Wertpapiere eine Rendite von 2,5% abgeworfen hätten. Vgl.: Baumol (1986), S. 10 ff.

<sup>26</sup> Vgl.: Pommerehne/Frey (1993), S. 129; Baumol (1986), S. 14.

<sup>27</sup> Vgl.: Strati (1999), S. 7; Das Werk von Strati kann hierfür als ein Grundlagenwerk gesehen werden. Für eine detaillierte Ausführung der einzelnen Aspekte in diesem Forschungsbereich siehe: Linstead/Höpfl (2000), S. 2; Hinsichtlich der Ästhetik einer sozialen Organisation siehe: Ramirez (1991).

<sup>28</sup> Vgl.: Heinze (1994a), S. 7.

<sup>29</sup> Vgl.: Schreyögg (1993), S. 32; Byrnes führt als Grundfunktionen des Kunstmanagements Planung, Organisation, Führung und Controlling an. Vgl.: Byrnes (2003), S. 12 f; Auch Schreyögg konstatiert, dass die Basis-Funktionen der Betriebswirtschaftslehre Planung, Organisation, Personaleinsatz, Führung und Kontrolle auch von der Kulturmanagementlehre übernommen werden können. Vgl.: Schreyögg (1993), S. 27 ff; Bendixen hingegen gleicht die Grundfunktionen des Kunstmanagements dem künstlerischen Prozess an. Er unterteilt in »Entdecken und Erfinden«, »Bewerten und Entscheiden«, »Entwickeln und Gestalten« und »Realisieren und Verändern.« Vgl.: Bendixen (2006), S. 146 ff.

<sup>30</sup> Vgl.: Heinze (1994a), S. 7.

<sup>31</sup> Vgl.: Heinrichs (1999), S. 35.

wird,<sup>32</sup> gekoppelt mit den Grundsätzen effektiven Managements im Streben um eine Professionalisierung im Kultur- und Kunstbetrieb, erscheint als gangbarer Mittelweg.

Des Weiteren zeugen die Creative Industries von einer Verquickung von Wirtschaft und Kunst. Die Creative Industries bezeichnen eine um kreative Sektoren erweiterte privatwirtschaftliche Kulturindustrie, zumeist als Einzelunternehmer oder in Arbeitsgemeinschaften kleinteilig organisiert, tätig in den Bereichen Grafik, Design, Mode, Architektur und Medien.<sup>33</sup> Sie sind einer der am schnellsten wachsenden Wirtschaftsbereiche und repräsentieren ein neues Wirtschafts- und Organisationsmodell, das durch Selbständigkeit, Autonomie und Flexibilität gekennzeichnet ist.<sup>34</sup> Die Schaffensweisen des Künstlers stehen exemplarisch für die neue Arbeitswelt.

Die Berührungspunkte zwischen Wirtschaft und Kunst sind zahlreich, einige wurden bereits oben angeführt. Diese Arbeit setzt ihren Fokus auf das Verhältnis von Unternehmen und Bildender Kunst. Von besonderer Relevanz ist hierbei die Kunstförderung von Unternehmen, wobei das eher altruistisch motivierte Mäzenatentum sowie das Kunstsponsoring hervorzuheben sind. Die zum Teil traditionelle Kunstförderung findet gerade im Kunstsponsoring ein zeitgerechtes Instrument und hat in den letzten Jahrzehnten immer mehr an Bedeutung gewonnen.<sup>35</sup> Die Förderung von Kunst reicht von Geldbeträgen an diverse Institutionen und Einzelpersonen über Beratungs- und Organisationshilfen bis hin zur organisatorischen Durchführung von Ausstellungen. In der Unterstützung von Institutionen sind Veranstaltungsförderungen sowie Sachleistungen und Materialspenden häufig. Einzelförderungen von Künstlern werden meist durch Kunstpreise, Wettbewerbe oder Stipendien gehandhabt. Ein weiterer Aspekt ist die Bereitstellung von Infrastruktur zur Erleichterung der künstlerischen Arbeit. Ferner tätigen Unternehmen Kunstkäufe oder vergeben Auftragsarbeiten an Künstler.<sup>36</sup> Kunstwerke in Unternehmen dienen der Innen- und Außenraumgestaltung, Ausstellungen in Unternehmen können organisiert, und ergänzende Kunstvermittlungsprogramme initiiert werden.<sup>37</sup> Der Aufbau unternehmenseigener Kunstsammlungen

<sup>32</sup> Vgl.: Bendixen (2006), S. 32.

<sup>33</sup> Vgl.: Rothauer (2005), S. 10.

<sup>34</sup> Vgl.: Bilton (2007), S. 172 f; Florida bezeichnet die »Creative Class« als führende Klasse unserer Zeit. Vgl.: Florida (2004), S. 9; Ergänzend kann hierbei auf den Begriff des »Creative Entrepreneurs« verwiesen werden. Siehe dazu: Mokre (2010), S. 54.

<sup>35</sup> Vgl.: Butin (2006), S. 197; Loock (1990), S. 50; Für Praxisbeispiele im Bereich des Kunstsponsorings siehe: Roth (1989), S. 173 ff.

<sup>36</sup> Vgl.: Troschke (2005), S. 41 ff; Dischinger (1992), S. 53 f; Fischer (1989), S. 101 ff.

<sup>37</sup> Vgl.: Pfister (1989), S. 129.

(Corporate Collecting) hat seit den 80er Jahren stark zugenommen.<sup>38</sup> Beispielhaft können hierfür die Unternehmenssammlung der Deutschen Bank, die Sammlung Reinhold Würth oder die Sammlung Essl genannt werden.<sup>39</sup> Unternehmenssammlungen ermöglichen zusätzlich Leihgaben an Museen sowie Ausstellungen außerhalb des Unternehmens, und somit die Zurschaustellung der unternehmenseigenen Werke bis hin zur Gründung betriebseigener Museen.<sup>40</sup>

Laut einer grundlegenden Studie des BDI (1987) wurden als Motive unternehmerischer Kunstförderung hauptsächlich gesellschaftliche Verantwortung, Imagepflege, Kundenpflege, Mitarbeitermotivation und Arbeitsplatzgestaltung, Interesse der Unternehmensleitung an Kunst sowie persönliche Künstlerkontakte identifiziert.<sup>41</sup> Als Ziele und Nutzen der unternehmerischen Kunstförderung können daher (a) Imageprofilierung und Erhöhung des Bekanntheitsgrades, (b) spezifische Zielgruppenansprache und Kundenpflege, (c) Verbesserung der Unternehmenskultur und Mitarbeitermotivation, (d) Dokumentation gesellschaftlicher Verantwortung, sowie (e) ein Beitrag zur Standortqualität des Unternehmens angeführt werden.<sup>42</sup> In der Unternehmenskommunikation wird die unternehmerische Kunstförderung als Marketinginstrument, als PR-Instrument sowie als eigenständiges Kommunikationsinstrument eingesetzt.<sup>43</sup> Im Sinne einer positiven Wirkung auf die Corporate Identity wird mit vornehmlichem Interesse das öffentliche Erscheinungsbild des Unternehmens als auch die intern ausgerichtete Unternehmenskultur mit Kunst kurzgeschlossen.<sup>44</sup> Dabei wird der Kunst auch die Fähigkeit der Mitarbeitermotivation zugeschrieben und Kunst am Arbeitsplatz eingesetzt.<sup>45</sup> Denn die unternehmerische Verantwortung erstreckt sich über die Gewinnorientierung hinaus auf Gestaltungsaufgaben zur Entwicklung von Kreativität und Innovationskapital. Dazu gehört auch die kulturelle Weiterbildung und Motivation der eigenen Mitarbeiter im Hinblick auf die Produktqualität und Leistungen des Unternehmens.<sup>46</sup> Die Kunst wird als geistig stimulier-

38 Vgl.: Goodrow (2002), S. 78.

39 Vgl.: Essl (2005), S. 77 f; Goldmann (2005), S. 81 f; Für weitere Beispiele von Kunstsammlungen in Unternehmen siehe: Türk (2008).

40 Vgl.: Troschke (2005), S. 41 ff.

41 Vgl.: Fischer/Bauske/Conzen/Scheuch (1987), S. 19; Der Bericht des BDI »Die Wirtschaft als Kulturförderer« (1987) gibt einen detaillierten empirischen Einblick in die Kunst- und Kulturförderung der deutschen Wirtschaft. Vgl.: Roth (1989), S. 482 ff.

42 Vgl.: Bruhn (1989), S. 61; Roth (1989), S. 27.

43 Vgl.: Dahlhoff (1989), S. 24.

44 Vgl.: Butin (2006), S. 199; Für Praxisbeispiele bezüglich der Kunst-Nutzung im Bereich der Unternehmenskultur siehe: Lux (1989).

45 Vgl.: Lüddemann (2007), S. 154.

46 Vgl.: Loeffelholz (2001), S. 211.

rende, »weiche« Produktivkraft für den ökonomischen Bereich betrachtet, die einen Beitrag zur modernisierungsfähigen Produktivität und kreativen Innovationsfähigkeit leistet.<sup>47</sup>

Dazu zählt ferner die Sensibilisierung und Erweiterung des Wahrnehmungsvermögens. In der Kunst wird das Potential gesehen neue Anstöße für das wirtschaftliche Denken zu geben.<sup>48</sup> Durch das Zulassen von ästhetischer Wahrnehmung im Unternehmenskontext können sensiblere Sensorien für die Gegenwart entwickelt werden.<sup>49</sup>

Werbung, Grafik und Design sind aus wirtschaftlicher Sicht nicht zwingend identisch mit Kunst, aber auf alle Fälle kunstaffin.<sup>50</sup> Die Werbeindustrie zehrt von den Bildideen der Künstler, um das Instrumentarium der Kaufanreize immer weiter zu verfeinern. Für die Bildende Kunst gilt dies nicht: Kunst und Künstler wollen sich nicht mit Werbung messen, der ästhetischen Sphäre dient die Werbung als Gegenbild.<sup>51</sup>

Generell zeigt sich von Seiten der Kunst eine eher skeptische Haltung gegenüber der Wirtschaft. Die Anzahl der Beiträge ist geringer als in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur. Häufig findet sich (eher am Ende) eines wirtschaftswissenschaftlichen Beitrags ein ergänzendes Künstler-Statement.<sup>52</sup> Im Rahmen der kunsthistorischen Aufarbeitung gibt es einige wenige Beiträge zur wirtschaftlichen Orientierung der Kunst. Stellvertretend hierfür können die Arbeit von Alpers »Rembrandt als Unternehmer« (1989), sowie das Werk von Schmid »Dürer als Unternehmer« (2003) genannt werden, die eine historische Aufarbeitung der wirtschaftlichen Gegebenheiten und Aktivitäten der Künstler zur damaligen Zeit bieten. Bezüglich der aktuellen Situation wird meist eine passive Haltung eingenommen. Es erfolgt eine Anprangerung der Wirtschaft, die Zusammenarbeit von Bildenden Künstlern mit Unternehmen wird als »faustischer Pakt« gesehen. Der Freiheits- und Substanzverlust der Kunst wird vorausgesagt, und das unkultivierte Draufgängertum der Sponsoren beklagt.<sup>53</sup> Es besteht die Angst, die Autonomie als Existenzberechtigung zu verlieren und sich zu verkaufen. Mancher Künstler wäre sofort bereit,

47 Vgl.: Butin (2006), S. 199; Butin (1997), S. 343.

48 Vgl.: Bockemühl (1997), S. 58 f; Zu der Kunst als Ausbilder der Wahrnehmungsfähigkeit für die Wirtschaft siehe Bockemühl (1997), S. 58 f sowie weiterführend die nachfolgenden Beispiele S. 59 ff; Der theoretische Hintergrund geht dabei auf die Ikonik von Imdahl zurück, wobei Bockemühl den ikonischen Bildbegriff zu einem prozessualen Bildbegriff ausführt. Vgl.: Berger (2004), S. 196; Siehe dazu insbesondere: Bockemühl (1985).

49 Siehe dazu: Kappler (1993a), S. 71 ff; Bezüglich detaillierter Ausführungen zur visuellen Kompetenz von Unternehmen siehe insbesondere: Kappler (2011).

50 Vgl.: Priddat (2007), S. 23.

51 Vgl.: Liebs (2006), S. 186.

52 Siehe dazu als diversifizierende Beispiele: Oberhuber (2005); Wach (2003); Disler (1989).

53 Vgl.: Grasskamp (1998), S. 23.

gegen den Missbrauch der Kunst zu opponieren – damit er sich später nicht vorhalten lassen muss, er hätte keinen Widerstand geleistet.<sup>54</sup> Wenige finden hingegen ihre eigene Art und Weise der Zusammenarbeit mit der Wirtschaft und legen diese auch offen.<sup>55</sup> Da die Kunst von der Gesellschaft unter anderem auch als eine moralische Instanz angesehen wird, wird die Frage nach der Herkunft und der moralischen Reinheit des Geldes sowie nach der Alibifunktion des kulturellen Engagements gestellt.<sup>56</sup> Kunst hat das Image kompromisslos zu sein. Allerdings kann dies auch als Doppelstrategie gesehen werden: Die Moralisierung der Kunst im Dienste ihrer Reinheit und Unbeflecktheit als Gegensatz zum tagtäglichen Geschäft, andererseits die Rückwirkung dessen als Stimulans auf den Markt.<sup>57</sup> Eine Ästhetik der Verweigerung kann sich jedoch nicht gänzlich auf die Kunst stützen. Zwar wird die Kunst gerne als Garant für Humanität gesehen und Künstler als große Verweigerer betrachtet. Diese jedoch können auch zu Kompromissen neigen und ihre Anpassungsbereitschaft kann die Grenzen zum Opportunismus durchaus unauffällig überschreiten.<sup>58</sup>

So fordert die wirtschaftseigene Logik von der Kunst die gewünschten Inspirationen und nutzenstiftende Angebote, mit der Bedingung unkontrollierbare Irritationen möglichst von ihr fernzuhalten. Die Logik der Kunst fordert im Gegenzug von der Wirtschaft Geld, jedoch mit der Auflage, die Freiheit der Kunst nicht zu belangen, keine Vorgaben zu machen und die Kunst nicht zu funktionalisieren.<sup>59</sup> Aufgrund dessen erscheint eine sensible Aufarbeitung der Verbindung von Wirtschaft und Kunst hilfreich. Das (Spannungs-)Verhältnis ist nicht einfach aufzulösen, vielmehr ist ein Entdeckungsprozess möglich. Gerade in der Unterschiedlichkeit und der (vermeintlichen) Unvereinbarkeit ökonomischer und künstlerischer Dimensionen liegt eine spezifische Chance.<sup>60</sup> Obgleich zahlreicher Konzeptionshinweise ist das Verhältnis beider Bereiche noch nicht angemessen auf Synergien erforscht.<sup>61</sup> Die Effekte und die gegenseitigen Wirkungen des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst, insbesondere von Unternehmen und Bildender Kunst, sind bisher wenig untersucht.

Im Sinne einer wissenschaftstheoretischen Aufarbeitung des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst ist hierbei insbesondere auf die Beiträge von Horkheimer/Adorno und Bourdieu zu verweisen. Das Werk

<sup>54</sup> Vgl.: Ullrich (2001), S. 193.

<sup>55</sup> Siehe beispielsweise hierzu: Oberhuber (2005)

<sup>56</sup> Vgl.: Grasskamp (1998), S. 39.

<sup>57</sup> Vgl.: Draxler (1989), S. 94.

<sup>58</sup> Vgl.: Grasskamp (1998), S. 36.

<sup>59</sup> Vgl.: Markowski/Wöbken (2007), S. 7.

<sup>60</sup> Vgl.: Küpers (2005), S. 374 ff.

<sup>61</sup> Vgl.: Priddat (2007), S. 15.

»Dialektik der Aufklärung« von Horkheimer und Adorno widmet sich der Kommerzialisierung des Kulturellen durch die Kulturindustrie. Das Hauptargument besteht darin, dass die Industrie selbst die Kultur zur Ware umfunktioniert.<sup>62</sup> Bourdieu hingegen beschäftigt sich mit der Dualität des Kunstmarktes. Kunstwerke bezeichnet er als symbolische Güter, als Kulturgut und Ware in einem.<sup>63</sup> Eine andere Möglichkeit der Betrachtung bietet die Systemtheorie. Die Grundlage der Systemtheorie zur Beschäftigung mit den beiden Funktionssystemen Wirtschaft und Kunst bilden die Werke »Die Wirtschaft der Gesellschaft« (1988a) und »Die Kunst der Gesellschaft« (1995a) von Luhmann. Generelle Beschreibungen beider Funktionssysteme, bzw. grundlegende Erörterungen zum Verhältnis von Wirtschaft und Kunst finden sich bei Luhmann (2008a), Baecker (2004), Markowski/Wöbken (2007) sowie bei Heinze (1994b).<sup>64</sup> Themengebiete, die eine systemtheoretische Auseinandersetzung erfahren haben, sind die Kunstökonomie, das Kunstmanagement, der Kunstmarkt und die Werbung. Bezüglich der Kunstökonomie können insbesondere die Werke von Hutter genannt werden.<sup>65</sup> Im Hinblick auf das Kunstmanagement wird auf die Werke von Heinze verwiesen.<sup>66</sup> Die Grundlage für die Auseinandersetzung mit dem Kunstmarkt stammt von Luhmann (2008a). Die systemtheoretische Analyse des Kunstmarktes wurde ferner in verschiedenen Subbereichen angewandt.<sup>67</sup> Mit der Werbung als Parallelprozess zwischen Wirtschaft und Kunst beschäftigt sich vorwiegend Priddat.<sup>68</sup>

Bezüglich der systemtheoretischen Bearbeitung des Verhältnisses von Unternehmen und Bildender Kunst können folgende Werke angeführt werden: Hermsen (2001) betrachtet das Kunstengagement von Unternehme(r)n von 1850 bis heute. Starke Beachtung findet die Wirkung der Kunst auf

62 Siehe dazu: Horkheimer/Adorno (1975); Insbesondere das Kapitel »Kulturindustrie – Aufklärung als Massenbetrug« S. 108 ff.

63 Siehe dazu: Bourdieu (1999); Insbesondere das Kapitel »Der Markt der symbolischen Güter« S. 227 ff.

64 Bei Baecker (2004) siehe das Kapitel »Etwas Theorie« S. 43 ff; In dem Werk von Markowski/Wöbken (2007) siehe das Vorwort: Markowski/Wöbken (2007), S. 7 ff; Bezüglich des Verhältnisses von Kultur, Kunst und Wirtschaft siehe: Heinze (1994b); Wobei die Beschreibung und Auseinandersetzung mit dem Funktionssystem Kunst stärkere Bearbeitung erfahren hat. Siehe dazu beispielsweise: Baecker (2007); Priddat (2006).

65 Siehe dazu: Hutter (1994); Hutter (1992); Zu den Grenzen der Ökonomisierung der Kunst siehe auch: Neckel (2008).

66 Siehe dazu: Fuchs/Heinze (1994); Heinze (1994a); Für eine Erläuterung des systemtheoretischen Ansatzes bei Heinze siehe: Lüddemann (2008).

67 Als Grundlage siehe Luhmann (2008a); Sowie auch: Neckel (2008); Zum Überleben von künstlerischer Qualität auf dem Kunstmarkt siehe: Hutter (2007); Zur Bedeutung von Kunstausstellungen für das Kunstsystem siehe: Zorn (2006); Zur Rolle der Galerien auf dem österreichischen Kunstmarkt siehe: Mejschke (2006).

68 Zur Werbung verstanden als Business Art siehe: Priddat (2007); Zur Werbung als Parallelprozess zwischen Wirtschaft und Kunst siehe: Priddat (2006).

Unternehmen. Enkelmann (2006) sowie Reinbacher (2008) beschäftigen sich mit Corporate Cultural Responsibility und der »Kultivierung« der Organisation. Mit der Wirkung künstlerischer Interventionen im Unternehmen befasst sich vor allem Simon.<sup>69</sup> Eine Analyse von gegenseitigen Irritationen von Wirtschaft und Kunst findet sich einzig bei Hutter.<sup>70</sup> Die angeführten Werke decken ein paar Spezialgebiete im Verhältnis von Unternehmen und Bildender Kunst ab. Die vorliegende Arbeit baut darauf auf und erweitert dies um einige Aspekte.

## 1.2 Zielsetzung und wissenschaftlicher Beitrag

Thematik der Arbeit ist die systemtheoretische Beobachtung des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst, mit besonderer Beachtung von Unternehmen und Bildender Kunst. Dabei werden einige Bereiche des Verhältnisses von Wirtschaft und Kunst herausgegriffen und thematisiert. Bereits vorhandene Aspekte werden erweitert und neue Elemente eingeführt. Für die Arbeit ergeben sich folgende forschungsleitende Fragen:

- Wie verlief die wechselseitige Ko-Evolution der beiden Systeme Wirtschaft und Kunst von der Antike bis in die heutige Zeit?
- Wie gestaltet sich aktuell die jeweilige Selbst- und Fremdbeschreibung der beiden Systeme Wirtschaft und Kunst?
- Welche systemeigenen Umgangsweisen des Wirtschaftssystems hinsichtlich Kunst/Kunstengagement (Rahmenbedingungen, Gründe und Motive, Umsetzung und Gestaltung, Aktivitäten, unternehmerischer Nutzen und Kritikpunkte) können beobachtet werden?
- Worin begründet sich die Hoffnung auf die Übertragung von Kreativität und Innovation mittels der Kunst, und wie zeigt sie sich? Betrachtet aus dem Blickwinkel des Neuen als Systemvariation und auf Basis eines dynamischen Organisationskultur-Verständnisses – welchen Beitrag könnten künstlerische Irritationen in Unternehmen leisten?
- Wie sind die Selbstbeschreibungen des Künstler-Seins beschaffen? Kann der Kunstmarkt als blinder Fleck der Kunst bezeichnet werden? Welche Einsichten lassen sich aus einer ergänzenden Beschreibung des

<sup>69</sup> Siehe dazu: Simon (2007a) und Simon (2005); Bezüglich dem ästhetischen Coaching von Unternehmen siehe: John (2005); Zur Kunst als Methode der Wahrnehmung siehe weiter: Priddat (2006); Ferner befasst sich Priddat (2007) mit Innovationsprozessen in Wirtschaft und Kunst.

<sup>70</sup> Siehe dazu: Hutter (2001a); Dieser Artikel befasst sich mit der künstlerischen Fassung von wirtschaftlichen Transaktionen, mit wirtschaftlichen Themen in Kunstwerken sowie mit Organisationen im Dazwischen von Wirtschaft und Kunst.