

Markt Macht Kultur (Heidelberg, 3 Jul 15)

Ruprecht-Karls-Universität, Neue Universität, Alter Senatssaal, Universitätsplatz,
69117 Heidelberg, 03.07.2015

Robert Bernsee, Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

Interdisziplinärer Workshop "Markt Macht Kultur"

Kultur und Wirtschaft bedingen einander. Dieser Sachverhalt spiegelt sich nicht nur im Aufkommen der sogenannten Kulturwirtschaft, die seit einigen Jahren erst an politischer, dann zunehmend auch an ökonomischer Bedeutung gewinnt. Vielmehr ermöglichen Märkte als soziale und rechtliche Institutionen seit dem 18. Jahrhundert den Zugang zu jenen Ressourcen, die die Ausgestaltung von Kunst oder Musik prägen: Märkte stellen die Materialien bereit, die die Grundlage künstlerischen Schaffens bilden. Sie „machen“ also Kultur. Märkte sorgen für Einnahmequellen, die Künstlern und Musikern eine Unabhängigkeit von Mäzenen oder dem Staat gewähren. Sie beeinflussen zugleich aber auch ihre Werke, üben folglich „Macht“ aus. Märkte begünstigen nicht nur die Produktion, sondern auch die Verbreitung von Kulturgegenständen und damit ihre Wahrnehmung. Sie befördern auf diese Weise, wie Kulturgüter kategorisiert und hierarchisiert werden. Kulturgüter ihrerseits stellen ein Gut dar, das sich seit der Herausbildung der bürgerlichen Gesellschaft einer steigenden Nachfrage erfreut. Sie ermöglichen Distinktion: So vermag ihr Besitz die Reputation eines Individuums zu steigern, ihre räumliche Akkumulation steigert die touristische Attraktivität von Städten und Gemeinden und die Ansiedlung entsprechender Produktionsstätten verspricht Wettbewerbsvorteile in Zeiten des Strukturwandels. Da Kulturgüter zugleich aber als knapp und nur in begrenztem Maße reproduzierbar gelten, sich zum Teil durch eine hohe Standortgebundenheit auszeichnen und in ihrer Bewertung historisch und gesellschaftlich variieren, stellt ihre Integration in den Markt eine besondere Herausforderung dar. Insofern beeinflussen Kulturgüter die Ausgestaltung der Marktbedingungen, unter denen sie gehandelt werden.

Es ist erstaunlich, dass dieser Zusammenhang in der kultur- und geschichtswissenschaftlichen Forschung bislang nur wenig Aufmerksamkeit erfahren hat. Angesichts des Booms der sogenannten Kulturwirtschaft stellt sich die Frage, wie sich der Zusammenhang von Kultur und Markt in historisch-kritischer Perspektive beschreiben lässt. Der Workshop „Markt Macht Kultur“ soll einen ersten Beitrag dazu leisten. Er bildet ein Forum für einen interdisziplinären Austausch von Vertreterinnen und Vertretern der Geschichtswissenschaft, Kunstgeschichte und Musikwissenschaft.

Sechs wissenschaftliche Vorträge widmen sich dem Verhältnis von Markt und Kultur. Ihre Spannweite erstreckt sich zeitlich von der Frühen Neuzeit bis in die Gegenwart und räumlich auf Europa. In drei Sektionen werden die Historizität von Märkten für Kulturgüter, ihre Wahrnehmung sowie das Handeln von Akteuren auf Märkten diskutiert. Dabei gilt es in einer ersten Sektion, die sich Konzepten von ‚Markt‘ in historischer Perspektive widmet, zu klären, wie geschichts- und kulturwissenschaftliche Zugänge zum Markt gedacht werden können: Wie lässt sich ein Marktbegriff for-

mulieren, der es erlaubt, historische wie kulturelle Faktoren in ihrer Bedeutung für Markthandeln und -organisation angemessen zu berücksichtigen? Welchen konzeptionellen Vorstellungen von Märkten existierten und beeinflussten Marktverständnis wie Markthandeln? Diesen Fragen widmen sich die Vorträge von Clemens Wischermann sowie Susan Richter und Georg Stiebert. Während Clemens Wischermann (Konstanz) in seinem Beitrag diskutiert, wie ein neo-institutionalistischer Zugang zu Märkten für eine kulturhistorische Untersuchung fruchtbar gemacht werden kann, argumentieren Susan Richter und Georg Stiebert (beide Heidelberg) historisch. Sie legen in ihrem Vortrag das Augenmerk darauf, wie Ökonomen des späten 18. Jahrhunderts Kultur und Märkte zusammendachten. Daran anschließend widmet sich die zweite Sektion der Wahrnehmung von Kulturmärkten. Wie beeinflussen Kulturmärkte künstlerisches Schaffen? Welche Strategien entwickeln Künstler in Auseinandersetzung mit Marktanforderungen? Axel Beer (Mainz) nähert sich diesen Fragen konzeptionell. Er erörtert, ob Denkmodelle, die die Autonomie des Kunstwerkes und das freie Künstlertum postulieren, ausreichen, um künstlerisches Schaffen zu erklären. Gerhard Weilandt (Greifswald) hingegen stellt den Maler Konrad Witz vor, der den Marktanforderungen seiner Zeit eine Ästhetik entgegensetzte, die sich bewusst vom Massengeschmack unterschied. In der abschließenden dritten Sektion wird der Blick auf das Markthandeln gerichtet: Welche Handlungsoptionen bieten sich auf Kulturmärkten und wie wirkt das Handeln der Akteure auf deren Ausgestaltung ein? Susanne Schaal-Gotthardt (Frankfurt/Main) diskutiert diese Fragen am Beispiel Paul Hindemiths. Jener forderte, dass ein Komponist nur schreiben solle, wenn er wisse, für welchen Bedarf. Der Bedarf, oder vielmehr seine Steuerung, steht auch im Zentrum des Vortrags von Ulrich Blanché (Heidelberg). Er skizziert, wie der Kunstmarkt von Damien Hirst in einer als Performance inszenierten Auktion gegen sich selbst gewendet wird.

Mit dem Workshop verfolgen die Veranstalterinnen und Veranstalter drei Ziele: Erstens soll erfasst werden, welche Vorstellungen über die Beziehung von Markt und Kultur in der Vergangenheit bestanden und wie sie sich wandelten. Insbesondere ist von Interesse, wie sich die beteiligten Akteure zu dieser Beziehung positionierten. Zweitens wird die praktische Bedeutung von Märkten für Kulturgüter erfasst. Im Zentrum des Interesses steht dabei der Einfluss, den ökonomische Zwänge auf die Ausgestaltung von Objekten der Bildenden Kunst und Musik nahmen. Drittens gilt die Aufmerksamkeit dem weitergehenden Einfluss dieser Diskurse über Märkte und der Praktiken auf ihnen. Das Augenmerk liegt hier auf der Frage, wie diese zur Herausbildung und Etablierung von Vorstellungen einer „europäischen Kultur“ beitrugen, speziell unter den jeweiligen Zeitgenossen.

Zudem dient der Workshop als Auftaktveranstaltung zu dem Projektvorhaben „Markt Macht Kultur“. Dieses Projekt bildet den ersten ‚Eckstein‘ eines größeren Forschungsvorhabens am Zentrum für Europäische Geschichts- und Kulturwissenschaften. Es wird den Einfluss von Märkten auf die Konstruktion von Europabildern epochen- und fächerübergreifend untersuchen.

Im Anschluss an den Workshop erfolgt eine medienadäquate Veröffentlichung einzelner Beiträge in einem eigens dafür angelegten Blog. Auf diese Weise erhält eine interessierte Öffentlichkeit Zugang zu den Ergebnissen des interdisziplinären Workshops. Studierende einer interdisziplinären Lehrveranstaltung begleiten und unterstützen sowohl den Blog als auch den Workshop. Forschung und Lehre werden auf diese Weise unmittelbar miteinander verknüpft.

PROGRAMM

9.00-9.15 Uhr

Grußwort von Cord Arendes (Heidelberg), geschäftsführender Direktor des Zentrum für Europäische Geschichts- und Kulturwissenschaften

9.15-9.30 Uhr

Begrüßung durch Katja Patzel-Mattern (Heidelberg)

Sektion 1: Markt als historisches und kulturelles Phänomen

Moderation: Henry Keazor (Heidelberg)

9.30-10.30 Uhr

Clemens Wischermann (Konstanz): Märkte als kulturelle Institutionen: Kulturwissenschaftliche Zugänge zu einem ökonomischen Konzept

10.30-11.15 Uhr

Susan Richter/Gregor Stiebert (beide Heidelberg): Kulturmärkte und ökonomische Theorie im späten 18. Jahrhundert

11.15-11.45 Uhr

Kaffeepause

Sektion 2:

Kulturmärkte und ihre Wahrnehmung

Moderation: Dorothea Redepenning (Heidelberg)

11.45-12.45 Uhr

Axel Beer (Mainz): Wo sich die Geister scheiden: Musik zwischen Markt und Ästhetik

12.45-13.45 Uhr

Gerhard Weilandt (Greifswald): Der Maler Konrad Witz und die Anfänge von Kunstmarkt und Kenerschaft im 15. Jahrhundert

13.45-15.15 Uhr

Mittagspause

Sektion 3:

Kulturmärkte und ihre Akteure

Moderation: Cord Arendes (Heidelberg)

15.15-16.15 Uhr

Susanne Schaal-Gotthardt (Frankfurt/Main): „Der Komponist in seiner Welt“: Paul Hindemith und das Hindemith Institut Frankfurt

16.15-17.00 Uhr

Ulrich Blanché (Heidelberg): The Golden Calf – Damien Hirst performt eine Kunstmarktauktion

17.00-17.15 Uhr

Schlusswort Katja Patzel-Mattern und Tanja Penter (beide Heidelberg)

ArtHist.net

17.15 Uhr
Ende des Workshops

Quellennachweis:

CONF: Markt Macht Kultur (Heidelberg, 3 Jul 15). In: ArtHist.net, 17.06.2015. Letzter Zugriff 08.04.2026.

<<https://arthist.net/archive/10587>>.