

2. Die Künste und die neuen Ökonomien



Experten

Prof. Georg Franck, Autor von *Ökonomie der Aufmerksamkeit*, Wien

Dieter Gorny, Viva, Köln

Mentor

Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff, Kulturdezernent der Stadt Düsseldorf

Georg Franck

1946 in Schwäbisch Hall geboren. Studium der Philosophie, Architektur und Volkswirtschaftslehre (darin Promotion) in München. 1974–1993 freier Architekt und Entwickler von Software für die räumliche Planung, ab 1991 auch Unternehmer im Bereich räumlicher Informationssysteme. Seit 1994 Ordinarius für EDV-gestützte Methoden in Architektur und Raumplanung an der Technischen Universität Wien. Georg Franck veröffentlichte zahlreiche Bücher, darunter *Raumökonomie, Stadtentwicklung und Umweltpolitik* (1992); *Ökonomie der Aufmerksamkeit* (1998).

Dieter Gorny

1953 in Soest/Westfalen geboren. Studium an der Staatlichen Hochschule für Musik Rheinland, Köln. Orchestertätigkeit bei den Bochumer Symphonikern und beim Sinfonieorchester Wuppertal. Lehraufträge an der GHS-Universität Essen, den Musikhochschulen Köln und Hamburg; Fachbereichsleiter Populärmusik an der Bergischen Musikschule Wuppertal. 1985–1992 Leiter des Rockbüros im Kultursekretariat NRW. 1992/93 Geschäftsführer der MUSIK KOMM. GmbH und Preisträger des Echo-Awards in der Kategorie „Mediamann des Jahres“. Seit 1993 Geschäftsführer des Musiksenders VIVA. 1997 Adolf-Grimme-Preisträger, 2002 Präsidiumsmitglied des Deutschen Musikrats. Seit 2002 ist Dieter Gorny Vorsitzender des Vorstands der VIVA Medien AG.

Den Fortschritt der Technologien begreift die Theorie der Kultur gern als Zerfall und Explosion: der Sprache wie der Bilder, unserer Identität wie gar der Humanität. Doch bringen die zukunftsweisenden, weltweiten Systeme der Kommunikation und der Wirtschaft ganz andere Verhältnisse hervor: Ungewohnte Herausforderungen an Zeit und Aufmerksamkeit in einer globalisierten Risiko- und Multioptionsgesellschaft, in der sich der Künstler und die Kunst zurechtfinden müssen. Was haben sie zu gewinnen, oder haben sie bei solchen Auspizien schon verloren?

Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff

Herr Ehrenoberbürgermeister, meine Damen und Herren, schon 1985 hat Kurt Biedenkopf in seinem Buch *Die neue Sicht der Dinge* von der schwindenden Rolle der Ökonomie des Geldes gesprochen. Ich darf ihn zitieren: „Nicht die traditionellen Kapitalmärkte und die Kapitalausstattung unserer Wirtschaft, sondern die Märkte für Geistkapital, für menschliche Fähigkeiten zu Kreativität, Organisation von Vielfalt, Entwicklung besserer Strukturen werden die Leistungsfähigkeit unserer Gesellschaft, letztlich ihre Überlebensfähigkeit bestimmen. Nicht die Banken, die nationalen und internationalen Institutionen des Geldverkehrs, sondern die Schulen, Universitäten und Fortbildungseinrichtungen“ – nicht erwähnt er die Künste und die Kulturinstitutionen – „werden die Kathedralen der Gesellschaft der Zukunft sein. Das Kapital dagegen wird in die dienende Rolle zurückkehren, in der es sich bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts befand.“ Wenige Jahre später hat Herr Professor Georg Franck zum ersten Mal im *Merkur*, der Zeitschrift für europäisches Denken, die neue Währung der Aufmerksamkeit proklamiert und damit wie 1998 mit seinem Buch *Ökonomie der Aufmerksamkeit* genau eine solche neue Ökonomie formuliert.

Und ich glaube, es hat kaum jemand soviel Aufmerksamkeit mit einem völlig neuen Sender und einer völlig neuen Messe, der Popkomm, auf sich gezogen und auf das Produkt, das er vertritt, und dabei auch so geldökonomischen Erfolg gehabt wie Dieter Gorny. Deswegen haben wir zu diesem Thema die beiden richtigen Partner am Tisch. Ich möchte zunächst Herrn Professor Franck fragen: Was gibt es denn neben der Ökonomie des Geldes noch für Ökonomien, wie hängen die miteinander zusammen, und welche Rolle spielen und können dabei die Künste spielen?

Georg Franck

Die Stichworte sind eigentlich schon gefallen. In der letzten Runde war vom Bedeutungsmarkt der Theater die Rede. Jetzt gerade war in dem Zitat

von Biedenkopf vom geistigen Kapital die Rede. Die Frage ist eigentlich nur: Wie ernst ist diese ökonomische Terminologie gemeint? Ist es nur eine Metaphorik, oder haben wir es hier mit einer wirklichen Ökonomie zu tun? Wie leicht auch an dem Titel dieses Buchs zu sehen ist, glaube ich, hier mit einer wirklichen, unmetaphorischen Ökonomie zu tun zu haben, und auch der Begriff des Geisteskapitals ist unmetaphorisch. Lassen Sie mich das, bevor ich auf die Künste komme, ganz kurz an demjenigen Beispiel erläutern, das hierfür am nächsten liegt und am unmißverständlichsten ist, nämlich der Wissenschaft.

Die Wissenschaft ist in ihrer heutigen Gestalt so alt wie die Industrie. Die Wissenschaft im modernen Sinne existiert, seitdem es einen Markt für wissenschaftliche Information, genannt wissenschaftliche Kommunikation, gibt. Wissenschaftliche Kommunikation ist ein Kapitalmarkt im wörtlichen Sinne, denn dort wird nichts anderes gehandelt als Input für wissenschaftliche Produktion. Die Wissensproduktion ist eine interessante Ökonomie, denn sie bedient praktisch keinen Konsummarkt. Die Wissensproduktion geht zum allergrößten Teil ohne Umweg über irgendeinen Konsummarkt wieder in die wissenschaftliche Produktion ein. Auf diesem Markt investieren Produzenten, nämlich Wissenschaftler, ihre eigene Aufmerksamkeit, um an die Aufmerksamkeit anderer Wissenschaftler zu kommen. Wissenschaftler wird man nicht, um reich zu werden, sondern, um reputiert und vielleicht berühmt zu werden. Und es zählt nun besonders das Einkommen seitens anderer Wissenschaftler.

Dieses Einkommen der Aufmerksamkeit anderer Wissenschaftler, also sachverständiger Aufmerksamkeit, hat ein eingeführtes Maß, das ist das Zitat. Wer es in den Disziplinen, denen die Wissenschaft ihr enormes Prestige verdankt, zu etwas bringen will, muß ein erkleckliches Konto an Zitaten vorweisen. Das Buchungswesen ist dort der Zitationsindex. Also, wir haben hier eine geschlossene Ökonomie der Aufmerksamkeit. Diese Ökonomie, die sehr hart in sich funktioniert und ganz klare Züge einer kapitalistischen Wirtschaft hat, ist und war sehr erfolgreich.

Inzwischen sind Teile der herkömmlichen Ökonomie, wie z. B. ein Teil des Kernmarktes der Software-Produktion, der Geldökonomie weggebrochen, die besseren Hightech-Produkte, und zwar im Kernbereich der Betriebssysteme zum Beispiel, werden nicht mehr in Fabriken von hochbezahlten Ingenieuren gemacht, sondern von anarchischen Hacker-Communities, lassen Sie mich das mal so zu überpointieren. Die *free software* ist das bessere Produktionsprinzip für technische Software, und sie ist diejenige, die dem Bill Gates tatsächlich Respekt einflößt. Das ist die einzige Seite, von der Microsoft Gefahr wittert.

Diese Ökonomie war aber auch in ganz anderer Richtung sehr erfolgreich. Das Zitat als Währung für eingetragene Aufmerksamkeit ist in sehr vergrößerter Weise von denjenigen Industrien übernommen worden, die sich eben auch über das Geschäft gebeugt haben, Information für Aufmerksamkeit direkt zu tauschen, nämlich die Medien. Was das Zitat in der Wissenschaft ist, ist in den Medien die Quote, die Auflagenhöhe, die Reichweite. Von dieser neuen Ökonomie drohen nun den herkömmlichen Künsten die hier beschworenen Gefahren, nämlich ein Finanzierungsmodell, das sich vom Geldfluß emanzipiert, indem eine Zwischenstufe eingeschoben wird: Das Geld wird nicht mehr mit dem Verkauf von kultureller Produktion verdient, sondern damit, daß diese kulturelle Produktion als Attraktor für die Werbung arbeitet.

Wenn Sie einen Sponsor bestellen, dann ist es kein Mäzen, der Ihnen das Geld schenkt, sondern eine Werbeagentur, die eben die Künste als werbende Kraft einspannt, um das Produkt, die Idee oder was immer zu promoten und nicht nur irgendeinen Zierat. Wie weit das inzwischen geht, sehen wir ja daran, daß es kein Konzert, keine Konferenz mehr gibt ohne Logos auf dem Programmzettel. Die Künste, sobald sie den allerngsten Zirkel der öffentlich geförderten Reservate verlassen, sind in diese Ökonomie eingebunden. Und sie sind natürlich deswegen eingebunden, weil der Kulturbetrieb als solcher die älteste dieser Ökonomien der Aufmerksamkeit ist. Die Künste sind inzwischen in der dramatischen Lage, daß sie auf der einen Seite sich bewähren als Attraktoren für Aufmerksamkeit, also für die Produktion der Dienstleistungen der Attraktion, die für Geld verkauft werden kann und womit man Künstler und Theater bezahlen kann, und auf der anderen Seite eben die rückläufige Möglichkeit, vielleicht auch der rückläufige Wille der öffentlichen Hand, die Künste direkt zu finanzieren. Vielleicht zeigen die Beispiele auch, daß diese immaterielle Ökonomie eine sehr starke, sehr wachsende, sehr virulente Ökonomie ist. Die zentralen Finanzinstitutionen dieser neuen Ökonomie sind nicht die Schulen und die Universitäten, sondern die Medien selbst sind die Kreditinstitute und Verwalter der Großeinkommen und großen Reichtümer in dieser Ökonomie; sie haben sehr genau die Form des Banken- und Börsenwesens in der Aufmerksamkeitsökonomie, wie diese traditionellen Institutionen sie in der Geldökonomie haben.

Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff

Herr Gorny, was halten Sie von solchen Thesen? In Ihrem Sender wird ja nun wirklich das Produkt mit Werbung in einer Weise verkoppelt, wie man es sich intensiver kaum vorstellen kann, und auch im geldökonomischen Sinne ist das ein Riesenerfolg. Wie stehen Sie zu solchen Thesen? Und ich

will gleich die Frage anschließen: Welche Rolle spielen denn bei Ihnen die Künste selbst? Fördern Sie eigentlich, will ich provozierend fragen, die Künste mit Ihrem Sender, mit Ihren anderen Aktivitäten?

Dieter Gorny

Ich fange hinten an und gebe auf die letzte Frage zwei Antworten.

1. Antwort: Auf keinen Fall. 2. Antwort: Natürlich. Und nähere mich jetzt über diese Doppelbödigkeit meinem Vorredner. Ich glaube, das hat etwas damit zu tun (und das schließt sich auch im Kreis zu dem, was Hartmann gesagt hat), in welchen Realitäten wir leben. Wir fördern die Künste, oder sagen wir etwas resignierend: wir konnten das tun, weil wir das in einer Phase gemacht haben, in der Wirtschaftskraft, also ökonomischer Fluß oder neudeutsch Cash-Flow, eine Konstante war, in der es Freiräume gab, Produkte oder künstlerische Statements zu kommunizieren, die nicht massentauglich waren. Sobald sich die Ökonomie ändert, ändert sich auch der Freiraum. Will sagen: Wenn Sie anfangen, mangels Geldfluß nicht mehr um den Nachwuchs, sondern um die Arbeitsplätze zu kämpfen, bekommt dieser Freiraum mehr oder minder den Todesstoß, weil alles auf einmal nur noch dazu dient, Menschen davon zu überzeugen, dieses Medium zu nutzen und dann die Ökonomie im herkömmlichen Sinne in Gang zu bringen, nämlich in diesem Fall Werbung zu schalten.

Ich sehe also wie Hartmann einen direkten Zusammenhang: Geht es der Wirtschaft gut, geht es auch der Kultur gut. Geht es der Wirtschaft schlecht, kommt die Kultur automatisch unter Druck. Die Viva-Erfolge in der letzten Dekade, meinetwegen auch die Popkomm-Erfolge, die ja immer auch inhaltliche Erfolge waren, haben vielleicht auch bei mir die Illusion genährt, man könne sogar mit Dingen, die nicht allen gefallen, Dinge in Bewegung setzen, die auch ökonomisch tragfähig sind. Diese Illusion wird um so größer, wenn man merkt, daß sich, bedingt durch die direkten ökonomischen Flüsse, immer mehr dummes Zeug einmischt in das, was man tut, weil es den Leuten gefällt, und Intelligentes sich ausschließt, weil es zu wenigen gefällt. Das ist das spannende Phänomen dieser Medien-Ökonomie. Das erste, was man aus dem kulturellen Umfeld im Sinne des Kunsteförderns erkennt, ist, daß man eine Minderheit ist. So sehr ich persönlich Herrn Küblböck, diesen „Superstar“, mehr als dümmlich finde und mir die persönliche Freiheit genommen habe, das nicht zu gucken, stelle ich aber fest, daß Millionen von Menschen das anders sehen und, leider oder glücklicherweise, auch Millionen von Viva-Zuschauern.

Das ist das Problem. Entscheide ich mich gegen die, kann ich das nur tun, wenn ich öffentlich-rechtlich bin. Denn wenn ich das tue, setze ich – die

Finanzer sagen immer im Sinne des realen Ökonomieflusses: hochkumuliert auf die nächsten Jahre – die Existenz eines ganzen Unternehmens in Gang. Ich begreife das als den ständigen Kampf um den Kompromiß: Die wirtschaftliche Kraft gibt mir die Freiheit, Dinge zu tun, die auf den ersten Blick unwirtschaftlich sind, sich aber langfristig auszahlen. Ich glaube, daß es auch durchaus viele Manager gäbe, so zu denken, das hat aber – das ist ein weiterer wichtiger Punkt, wenn wir über Sponsoring und Wirtschaftsförderung nachdenken – mit der Ökonomie des Geistes dieser Leute zu tun, die normalerweise Unternehmen führen; ich bin da ja eher ein Alien, weil ich aus einer anderen Welt komme.

Um das noch einmal zusammenzufassen. Ja, wir fördern immer noch mit zunehmend weniger Freiraum. Ja, wir haben massivst viel gefördert aufgrund der großen wirtschaftlichen Freiräume. Nein, wir sind eigentlich gar nicht zum Fördern gedacht, weil wir das Gegenteil von dem sind, nämlich eigentlich eine originale Errungenschaft des Kapitals. Aber die Nase rümpfen über dieses ist immer sehr einfach, denn unsere Kraft und unsere Akzeptanz ist davon abhängig, was Sie oder wir alle tun oder nicht tun. Das heißt, auch der Umgang mit Kunst und Kultur, und das ist jetzt nicht nur das Spannend-Finden einer Nachwuchsband, ist letztendlich ja nicht nur eine politische Angelegenheit, sondern eine gesellschaftliche. Und da fängt die Frustration an, weil man immer spürt, daß man in einer Minderheit ist. Fördern, was es schwerhat, das ist richtig. Das ist ja eine Minderheit, deshalb braucht man öffentliche Mittel, aber die Mehrheit steht dem entgegen. Was nicht heißt, daß Kultur und Kunst nicht wichtig ist, sondern daß man sich diese Diskrepanz oder auch diese Tragik ständig bewußt machen muß. Um das abzuschließen: Mit der Kunstförderung ist im Moment nicht viel Staat zu machen in einer wirtschaftlichen Zeit, die so depressiv ist, daß man froh ist, daß Coca-Cola noch vorbeikommt, um dann am Ende wieder darauf zu hoffen, daß das wieder stärker wird, um dann wieder mehr Kunst fördern zu können.

Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff

Darf ich es auf den Punkt bringen in der Frage: Glauben Sie im Gegensatz, wenn ich es richtig verstanden habe, zu Herrn Vitali und Herrn Hartmann an die Möglichkeit eines Bündnisses zwischen Geldkapital und den Künstlern auch auf die Gefahr hin, daß man dabei Kompromisse, wie Sie es genannt haben, eingehen muß?

Dieter Gorny
Eindeutig ja.

Georg Franck

Vielleicht ein Wort dazu für den Unterschied „hohe“ und „populäre“ Kultur. Diesen Unterschied gibt es natürlich. Er ist nur sehr unglücklich durch diesen Niveauunterschied bezeichnet. Ich glaube, entscheidend für das Niveau einer Kultur ist, daß es tatsächlich zweierlei Märkte gibt. Nämlich einen Markt der Kunst für die Künstler, wo das primäre Publikum die anderen, die Kollegen sind. Es gibt eine wunderbare Schilderung dessen von Pierre Bourdieu, *Literarischer Betrieb im Frankreich des 19. Jahrhunderts*, den er so charakterisiert: Am Anfang waren es die Stückeschreiber, die den Ton angaben, dann waren es die Romanciers, und zum Schluß, als die Höhe gewonnen war, waren es die Poeten, die erstens den kleinsten Markt bedienen, aber vor allem: Dichter schreiben eigentlich nur für andere Dichter. Das ist die Voraussetzung einer Hochkultur, und das meinte ich auch mit dem Kapitalmarkt, also daß eine gewisse Schicht von Künstlern vor allem Mittel produziert, die andere Künstler verwenden. Wo dieser Markt funktioniert und wo er tatsächlich getrennt ist von den Massenmärkten, nämlich den Kulturmärkten, dort haben wir einen blühenden Kulturbetrieb, und darauf sollten wir vielleicht achten, bevor wir allzu schnell ans Geld denken.

Wortmeldung: Jörn Rösen

Ich möchte die beiden Experten fragen, ob die große Kunst nicht genau dadurch definiert ist, daß sie diese Trennung der Märkte durchbricht. Insofern ist ein Charlie-Chaplin-Film, der die Millionen bewegt, ein ganz großes Kunstwerk. Mich würde bei Herrn Franck eine Sache interessieren. Ich finde, daß Sie vollkommen recht haben, halte aber, was Sie beschreiben, für ein Problem, während Sie es als selbstverständlich annehmen. Die Ökonomie der Aufmerksamkeit, das ist in der Tat so. Nur unter der Hand hat sich doch da etwas eingeschlichen, was die Geldökonomie selber ebenfalls getan hat, nämlich die Ablösung des Geldes von der Ware. Die Aufmerksamkeit war lange Zeit, zum Beispiel in der frühen Wissenschaft, durch Leistung bestimmt. Leibnitz erfuhr Aufmerksamkeit, weil er die Infinitesimal-Rechnung erfunden hat. Und vielleicht haben sogar Künstler aufgrund künstlerischer Leistungen Aufmerksamkeit bekommen.

Es scheint mir aber jetzt ein Strukturwandel der Aufmerksamkeitsökonomie insofern eingetreten zu sein, als die Aufmerksamkeit nur noch für sich selber dasteht und die Inhalte und die Bezüglichkeiten und Gründe dafür verschwinden. Und das halte ich zwar für eine empirische Tatsache, zugleich aber für ein großes Problem. Das betrifft doch den Kern der Kunst, daß es überhaupt nicht mehr darauf ankommt, was da künstlerisch gestaltet wird, sondern nur noch darauf, daß es einen Event-Charakter

hat, und diese Event-Kultur halte ich für problematisch. Übrigens gilt das für die Wissenschaft ganz genauso. Inzwischen kriegen Sie die Fördermillionen nur, wenn Sie wie ein Kasper in der Öffentlichkeit auftreten, den Leuten irgendetwas erzählen, was Sie da machen wollen, wo jeder vernünftige Mensch weiß, daß das eh nicht stimmt. Ich sehe dort ein Problem, aber möglicherweise ist das nur noch ein Problem von jemandem, den die Amerikaner einen Alt-Europäer nennen.

Georg Franck

Sicher, Sie haben völlig recht. Das Problem ist, daß diese immaterielle Ökonomie unglaublich erfolgreich ist, sich durchgesetzt hat, sich etabliert hat und einen Reifegrad erreicht, auch in der Selbstregulierung und Eigengesetzlichkeit, wie den des Geldes. Ich meine, das ist auch der kapitalistische Charakter, nicht nur, daß vorproduzierte Information verwendet wird, sondern daß die Größe des Reichtums, in diesem Fall heißt es Prominenz, selber zur Einkommensquelle wird und es eben nur noch darauf ankommt, irgendwie die Schwelle zur Prominenz zu schaffen, um diesen Reichtum selber als Quelle weiteren zu erschließen. Das ist seit Karl Marx bestens beschrieben. Und nun steht der Marx eben Kopf, und das immaterielle, das geistige Kapital hat das materielle, das Geldkapital beerbt, um ziemlich dasselbe zu machen.

Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff

Also, Herr Professor Rösen, er ist zu bescheiden, um Sie zu verweisen auf seinen soeben ebenfalls im *Merkur*, ich glaube im Januarheft, erschienenen Aufsatz *Mentaler Kapitalismus*, wo er genau zu den Fragen, die Sie angesprochen haben, explizit Stellung nimmt. Das nur als Hinweis. Weitere Fragen? Das scheint nicht der Fall. Dann möchte ich Dieter Gorny die Gelegenheit geben, zu widersprechen.

Dieter Gorny

Ich habe ein Problem (und streife gar nicht mehr Hoch- oder Sub- oder Sonstwas-Kultur) mit einem Kunstbegriff einer funktionierenden Kultur, der, frech bezeichnet, eigentlich inzestuös oder ein Markt ohne Kunden ist. Ich glaube, daß diese Form von Ökonomie gefährlich ist, denn ein wesentlicher Aspekt von Kunst ist ja der Drang nach Kommunikation über etwas, das man tut in Dritte hinein. Und wir sitzen letztlich sicher alle hier, weil wir daran glauben, daß Kunst etwas bewirken kann – ob ich die, bei denen etwas bewirkt wird, als Kunden bezeichne, als Fans, als Rezipienten oder wie auch immer. Ob ich das wirtschaftlich oder inhaltlich

definiere, diese Kommunikationskette erscheint mir ungeheuer wichtig. Ich habe wenig Spaß an einer künstlerischen Definition, wo ein Künstler sagt: „Ich schreibe eigentlich nur für andere Künstler“, weil ich sehr viel Sympathie habe für einen Kunstbegriff, der sich, und das haben wir ja verlernt, als Aktivum in einer Gesellschaft begreift.

Dieser funktionale Charakter, den wir gerade bei der Musik auch in früheren Epochen hatten, hat ja auch etwas sehr Positives: Kunst war nicht ein Randbestandteil der Gesellschaft, ein Additiv, auf das man verzichten konnte (Stichwort: weicher Standortfaktor; mach eine Oper, dann siedelt sich Siemens an – das bedeutet: Wenn Siemens da ist, brauchst du auch keine Oper), sondern ein essentieller Bestandteil eines gesellschaftlichen Gefüges. Wenn wir das immer weiter wegdiskutieren in einen geschlossenen Markt einer wie auch immer gearteten Elite, dann haben wir alle irgendwann keine Jobs mehr. Und es geht auch völlig an dem vorbei, warum es überhaupt Kulturämter gibt, Museen, Orchester und all dieses. Ich glaube, es wäre eine große Chance für Kunst auch unter dem öffentlichen Dach, ökonomisch denken zu lernen. Dann kommen wir vielleicht einem Kompromiß näher, nämlich zu lernen, wie im Markt um sein Publikum zu kämpfen und, selbst wenn es nur fünfzig Leute in einer Stadt sind, engagiert zu sein und überzeugen zu wollen; ich glaube, das ist eine sehr starke kreative Triebkraft. Sonst ist mir das etwas zu salonig und zu kokonhaltig. Kunst nutzt nichts in einer Gesellschaft, das sehen Sie ja, weil wir zu wenig davon haben, wenn sie sich als geschlossener Kokon begreift und den Rest einfach in Ruhe läßt.

Wortmeldung aus dem Publikum

Die Entscheidung, für andere Künstler zu produzieren, ist kein elitärer Dünkel, sondern ein schwacher Trost. Ich meine, wenn das Publikum nicht hören und sehen will, es aber vielleicht ein paar andere gibt, die sehen, daß da was dran ist, weil sie selber mit dem Problem zu tun haben, dann kommen dadurch diese Märkte zustande für andere Künstler. Die erzeugen den Druck und geben den subversiven Energien, von denen Herr Hartmann gesprochen hat, eine Chance und setzen einen Zyklus, nicht nur der künstlerischen Produktion, sondern auch der künstlerischen Rezeption, in Gang. Die großen populären Werke der Vergangenheit waren erst mal von dieser Art, gingen dann irgendwann mal in die Breite, haben ein Säurebad der Inflationierung durchgemacht und dieses überlebt. An diesem Zyklus ist die Ökonomie in jeder Phase scharf beteiligt. Dieser Schattenmarkt nur für die Künste sollte nicht verachtet werden, weil dort die eigentliche inhaltliche Kraftquelle sitzt.