

## **6.3 Kapitalsorten des Sammelns – mit Texten von Luc Boltanski/Arnaud Esquerre und Patrick Rössler**

---

### **6.3.1 Luc Boltanski/Arnaud Esquerre: Bereicherung. Eine Kritik der Ware [2017]**

*Boltanski, Luc/Esquerre, Arnaud: Bereicherung. Eine Kritik der Ware, Berlin 2018 [2017], S. 345–347, 349–351. [Wiederabdruck ohne Fußnoten.]*

/345/

#### **Preis und Wert der Sammlerstücke**

Sehen wir uns jetzt auf genauso schematische Weise die Tauschmechanismen und ihre Auswirkungen auf die Preisbildung und die Wertbestimmung von Sammlungen an:

Auf einem bestimmten Sammelgebiet, das durch Konventionen gekennzeichnet ist, die mehr oder weniger geteilt werden und die Grundlage für ideelle Totalitäten bilden, geraten die Operatoren rasch miteinander in Konkurrenz. Ihre Vorlieben sind eher auf einige Dinge gerichtet als auf andere, was den Umfang der gefragten Dinge tendenziell begrenzt. Damit sie ihr Ziel erreichen, d.h., damit sie Leerstellen füllen, die Objektivität erst erlangen, wenn die in Angriff genommene Totalisierung – und sei es bloß in der Vorstellung – mit einer ideellen Totalisierung abgeglichen worden ist, werden die Sammler versuchen, sich auf die Dinge zu konzentrieren, welche die einschlägigen Differenzen in sich tragen. Wenn es ihnen nicht gelingt, sich diese zu beschaffen, können sie offenkundig auch für Dinge optieren, die weiter vom Kern der Sammlung entfernt sind; dann laufen sie aber Gefahr, dass diese sich zu einer bloßen Akkumulation im Sinne eines Sammelsuriums zurückbildet. Es sei darauf hingewiesen, dass eine solche Neuausrichtung der Interessen vieler Sammler auf einige Dinge anstelle von anderen nicht unbedingt die Folge eines Wandels des Geschmacks oder der individuellen »Leidenschaften«, ja noch nicht einmal eine »Modeerscheinung« ist. Sie wird von der Logik des Sammelns selbst hervorgerufen, die auf das Füllen bestimmter Leerstellen drängt.

Die Bildung eines Sammelgebiets kann eine rapide und in manchen Fällen beträchtliche Erhöhung des *Preises* nach sich ziehen, zu dem die Dinge gehandelt werden, welche die in diesem Gebiet einschlägigen Differenzen in sich tragen. Ein solcher Preisanstieg bei Sammlerstücken ist erstens auf die narrative Präsentation des betreffenden Dings (auf seine Erinnerungskraft) zurückzuführen, zweitens darauf, ob es

sich um eine Reproduktion handelt oder nicht, und drittens auf die Differenzen, die jedes Ding im Rahmen einer ideellen Totalität in sich trägt.

/346/

Dinge, die nicht mehr produziert und nicht mehr benutzt werden und so quasi den Status von Abfall erlangt haben, können neue Käufer finden, wenn diese an ihnen das Vorhandensein von Differenzen feststellen, die geeignet sind, Leerstellen in ihren Sammlungen zu füllen. Auf diese Weise kann ein veralteter, im Vergleich mit neueren Modellen nicht besonders gut funktionierender Kugelschreiber, dessen Herstellung schon vor langer Zeit eingestellt und der ganz hinten in einer Schublade vergessen wurde, wieder Interesse auf sich ziehen und einen bestimmten Preis erzielen, wenn Kugelschrebersammlungen sich auszubreiten beginnen. Dann wird erkennbar, dass er Differenzen in sich trägt, die im Rahmen der in solchen Sammlungen herrschenden Konventionen einschlägig sind. Eine solche Änderung des Preises steht wahlgemerk in keinem Zusammenhang mit substanziel len Eigenschaften des betreffenden Dings. Es handelt sich immer noch um dasselbe Ding. Der Übergang vom Abfall-Stadium zu einem Gegenstand der Wertschätzung beruht also einzig und allein auf der sich durch das Sammeln bietenden Möglichkeit, verschiedene Dinge nach derselben Richtschnur aneinander *anzunähern*, die den Hintergrund bildet, vor dem diese Differenzen hervorstechen können. Insofern kann man sagen, dass das Sammeldispositiv als solches eine Wertschöpfung vornimmt, die sich nicht den Dingen selbst verdankt, sondern sozusagen *ex nihilo* erfolgt. Eine solche Verwandlung hat nichts von einem mysteriösen Wunderwerk und liegt auch nicht am überkommenen Charme, der alten Dingen nachgesagt wird. Sie darf also weder einer Art »Magie« zugerechnet werden noch einem Streben nach »Distinktion«. Sie ergibt sich aus den Leerstellen, die das Sammeldispositiv zum Vorschein bringt.

Innerhalb desselben Sammelgebiets fällt die Preiserhöhung trotzdem unterschiedlich aus. Denn auch wenn eine Sammlung nach einer bestimmten Richtschnur einen Zusammenhang zwischen allen einschlägigen Differenzen herstellen soll und diese Differenzen alle dieselbe Tragweite haben, sind die Objekte, die sie in sich tragen, trotzdem nicht alle gleichermaßen zugänglich. Daraus folgt, dass manche Leerstellen (fehlende Differenzen) sehr

/347/

viel schwerer zu füllen sein können als andere, weil die Objekte, die sie in sich tragen, kaum zugänglich bzw. bereits im Besitz von jemand anders sind. Und besonders bei derartigen Objekten wird der Preis steigen.

Zudem ist der Preis der einzelnen Dinge relational: Der Preis jedes einzelnen Sammlerstücks ist, wenn überhaupt bekannt, ein Metapreis, der als Richtmaß für alle Dinge gilt, die derselben Totalität angehören. Wenn ein Werk eines Künstlers oder ein historisch-anthropologisch angereichertes Objekt in die öffentliche Sammlung einer großen Einrichtung aufgenommen wird, erhöht sich deshalb der Preis aller Werke dieses Künstlers bzw. aller Objekte derselben Kategorie. Das liegt an der Unsterblichkeit, die ein Stück erlangt, wenn es in ein Museum aufgenommen wird. Genauso hat ein Sammler oder Galerist, wenn er den Preis der Werke, die er besitzt, stabil halten oder in die Höhe treiben will, ein Interesse daran, den hohen Preis eines Werks, das einer

besonders gut sichtbaren Totalität seines Bestandes angehört, dadurch sicherzustellen, dass er es zum Beispiel zu einem hohen Preis auf dem Sekundärmarkt kauft. Aus diesem Grund haben aber viele Werke – vor allem wenn ihr Verkauf auf Vermittlung etwa von Kunstmaklern erfolgt – auch Preise, die nur die Letzteren und die Käufer kennen, die also nicht öffentlich sind, wodurch sich eine Wertminderung der anderen Werke verhindern lässt, die derselben Totalität angehören.

Eine solche Preiserhöhung bei gefragten, aber nur schwer zugänglichen Dingen ist darauf zurückzuführen, dass die Logik des Sammelns die kostengünstigere Lösung nicht zulässt, die darin bestände, die Leerstellen dadurch zu füllen, dass man Kopien der Dinge, welche die einschlägigen Differenzen in sich tragen, anfertigt oder in einer Werkstatt in Auftrag gibt. Außerdem bleibt in dem Fall, dass eine Kopie eines Sammlerstücks gemacht wird – was zum Beispiel in Museen vorkommt, die Kopien der Werke ausstellen, um die Originale vor Beschädigungen zu bewahren –, der Preis der Kopie sehr viel niedriger als der des Originals, der sich nach den anderen Originälen derselben Totalität richtet. [...]

/349/

[...] Der [!] Abwertung von Kopien geht mit einer Aufwertung der *Authentizität* einher, die zwar weitgehend überdeterminiert ist, für die aber die *Zuschreibung* im Rahmen einer kausalen Logik eine besonders große Rolle spielt. Authentisch ist etwas, dessen

/350/

Herkunft bekannt ist und dessen Ursachen sich von dem Moment an, in dem es Teil der Realität wird, bestimmen lassen, entweder weil es von jemandem (für gewöhnlich einer über einen Namen verfügenden Einzelperson) angefertigt wurde oder weil es entdeckt worden ist (wie im Fall der Dinge, mit denen sich die Archäologie oder die Paläontologie befassen). Das heißt auch, dass sich sein Werdegang bis in unsere Tage nachvollziehen oder beschreiben lässt. Doch der Kult des Authentischen und Originälen, der historisch an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert aufkam und weite Verbreitung fand, interessiert uns hier nur im Hinblick auf seine entscheidende Rolle für die Preisbildung bei Sammlerobjekten.

Abgesehen davon, dass die Dinge möglicherweise aus einem Material gefertigt wurden, dessen Preis – wie im Fall von Metallen oder Edelsteinen – bereits zum Zeitpunkt der Herstellung dieser Dinge sehr hoch war und im Laufe der Zeit stabil geblieben ist, was aus ihnen Wertgegenstände gemacht hat, steigt der Preis von akkumulierten Dingen im Wesentlichen schon deshalb, weil in ihrem Fall das Dispositiv des Sammelns zum Tragen kommt, und zwar vor allem im Hinblick auf die Erinnerungskraft. Deshalb sollte die Unterscheidung zwischen »schönen Dingen« und »gewöhnlichen Dingen« relativiert oder zumindest nachjustiert werden, die im Diskurs der Sammler und vor allem der Händler eine große Rolle spielt, bei denen sie sich eindecken. Die »schönen Dinge«, die hohe Preise erzielen, sind dadurch gekennzeichnet, dass viele von ihnen schon lange erst gehortet und dann ge-

sammelt worden sind und dass sie über große Erinnerungskraft verfügen, während dies bei »gewöhnlicheren« Dingen erst seit kurzer Zeit der Fall ist. Der Wert, der die Rechtfertigung ihres Preises erlaubt, ist den begehrtesten Dingen also im Laufe ihrer Geschichte zugeschrieben worden, für die ihr Wechsel erst von verschiedenen Schatzkammern in verschiedene Kuriositätenkabinette und dann in verschiedene Sammlungen prägend war, und die Erinnerung daran hat sich sozusagen in ihnen abgelagert.

Die Sammlerform erlaubt eine enge Verbindung zwischen der Bezugnahme auf den »intrinsischen Wert« einer Sache, der häufig als das ausgegeben wird, was ihre Einzigartigkeit und dadurch Unvergleichlichkeit mit allen anderen Dingen ausmacht, und ihrem »Marktwert« (das heißt ihrem Metapreis), der durch den Preis konkrete Formen annimmt, der sich bei der Prüfung ergibt, die das Tauschgeschäft darstellt. Die Spannung, die zwischen diesen beiden Beurteilungsweisen – zwischen Bewertung und Wertschätzung – besteht, wird hier gewissermaßen aufgehoben. Zwar kann der Preis (im Rahmen einer Pragmatik) im Großen und Ganzen mit den Umständen des Tauschgeschäfts in Verbindung gebracht werden, wohingegen der Wert von etwas mit seinem Wesen verknüpft wäre (im Rahmen einer Semantik, wenn man so will). Aus diesem Grund kann bei der Beanstandung des Preises von etwas immer sein Wert angeführt werden. Trotzdem ist ein Sammelgebiet anscheinend erst dann mehr oder weniger stabil, wenn es Instrumente gibt, die für ein zumutbares Verhältnis von Preis (der beim Tausch ans Licht kommt) und Wert (der für »rein subjektiv« gehalten werden kann) sorgen, wodurch es tendenziell zu weniger Transaktionen kommt, an denen Kritik laut wird. In diesem Zusammenhang sind die Instrumente besonders wichtig, welche die Gültigkeit und Unabhängigkeit der Instanzen sicherstellen, von denen die Definition des Werts abhängt, indem sie sie klar von den Instanzen abgrenzen, die Einfluss auf die Preisbildung haben.

### 6.3.2 Patrick Rössler: Sammeln im Markt. Schnäppchen als Manie und die Grenzen des Wachstums: Die Sammlung im Spannungsfeld von Geld- und Aufmerksamkeitsökonomie

Weltweit kleben Millionen von Hobbysammlern die kleinen Bildchen in eigens produzierte Alben, die die Firma Panini zu wechselnden Themen auf den Markt bringt; deren Umsatz lag 2021 alleine für die deutsche Verlagstochter bei über 40 Millionen Euro.<sup>1</sup> Der Preis, den ein Sammler für das einzelne Bild aufbringt, erscheint gering, aber die Komplettierung eines Albums kann sich schnell als kostspieliges Unterfangen erweisen.<sup>2</sup> Szenenwechsel: Im Mai 2022 wurde ein einzelnes Kunstwerk, ein Marilyn-Monroe-Porträt des Pop-Art Künstlers Andy Warhol, für 170 Millionen US-\$ versteigert, bis dato das teuerste Kunstwerk des 20. Jahrhunderts.<sup>3</sup> Das Motiv dieser Kaufentscheidung war nicht die Vollständigkeit, denn es sollen nicht alle Monroe-Motive Warhols aufgekauft werden. Vielmehr ging es hier um das Zusammentragen einzelner exemplarischer Werke. Zwischen diesen beiden Polen der Vollständigkeit und der Exemplarität des archivalischen bzw. musealen Sammelns eröffnen sich zahlreiche Schattierungen, die die Balance zwischen den Polen je nach Gegenstand neu aushandeln. Ein berühmtes Beispiel ist der (inzwischen verstorbene) Modeschöpfer Karl Lagerfeld, der kein klar definiertes Sammlungsziel verfolgte und sich dabei einer professionellen Zuträgerschaft versicherte.<sup>4</sup> Für alle diese Haltungen gilt jedoch, was die Soziologen Luc Boltanski und Arnaud Esquerre in ihrer grundlegenden Erörterung *Bereicherung* formulieren: »Eine systematische Sammlung hat kurz gesagt eine serielle Dimension. Sie vereinigt Dinge, die in einem bestimmten Verhältnis zueinander in einen Zusammenhang gebracht worden sind und sich nach Differenzen verteilen, die als einschlägig gelten und systematisch organisiert sind.«<sup>5</sup>

Der vorliegende Essay illustriert einige zentrale Beobachtungen der beiden Autoren anhand eines spezifischen Sammelgebiets, nämlich der deutschen Filmpublizistik der Zwischenkriegszeit.<sup>6</sup> Sie markiert ein kulturhistorisch interessantes Feld, weil sie einerseits die Untersuchung des komplexen Transfers von einem dynamischen (Film) in ein statisches (Filmpresse) Medium ermöglicht, dabei andererseits heute auch häufig als einzige Referenzquelle für die ansonsten verschollenen Filmwerke gilt, und

1 Umsatz der Panini Verlags GmbH in den Jahren 2005 bis 2020, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/204492/umfrage/umsatz-des-panini-verlags/> (letzter Zugriff: 21.06.2024).

2 Da der Hersteller zumeist einzelne Sammelbilder der Reihe in der Produktion verknüpft und die Bilder in geschlossenen Tüten angeboten werden, ist die Vervollständigung eines Albums oft aufwändig; in den letzten Jahren haben aber Tauschbörsen im Internet diese Aufgabe vereinfacht.

3 »Warhols Marilyn ist das teuerste Kunstwerk des 20. Jahrhunderts«, in: FAZ online vom 10.05.2022, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kunstmarkt/monroe-portraet-warhol-siebdruck-teuerstes-bild-des-20-jahrhunderts-18018751.html> (letzter Zugriff: 21.06.2024).

4 Ebbinghaus, Uwe: »Büchersammler Lagerfeld. Ich suche auch Sachen, die ich nicht suche«, in: FAZ online vom 02.01.2016, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/themen/karl-lagerfeld-und-seine-umfangreiche-bibliothek-14028926.html> (letzter Zugriff: 21.06.2024).

5 Boltanski, Luc/Esquerre, Arnaud: *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*, Frankfurt a.M. 2019, S. 318 (Referenztext). Da der Referenztext im generischen Maskulinum formuliert ist, verwendet auch der vorliegende Text jeweils die männliche Form; selbstverständlich sind immer, wenn von »Sammeln« die Rede ist, auch weibliche Sammlerinnen mit gemeint.

6 Rössler, Patrick: *Filmfieber. Deutsche Filmpublizistik 1917–1937*, Erfurt 2017.

gleichzeitig Objekte einer Erinnerungskultur umfasst, die ebenso an subjektive Medienerfahrungen wie an die Bildwelten in unserem kollektiven Gedächtnis anschließt.<sup>7</sup> Teile dieses Sammelgebiets (zum Beispiel Filmprogrammserien oder Zigarettenbilder-Alben) lassen sich als abgeschlossen bezeichnen, denn es existieren vollständige Listen und Verzeichnisse der verausgabten Objekte. Andere (wie Aushangfotos oder Plakate) würde man heute eher offen und diffus verstehen, denn die Überlieferung ist mehr als unklar, und selbst die großen Archive wie die Deutsche Kinemathek (Berlin) oder das Deutsche Filminstitut & Filmmuseum (DFF, Frankfurt am Main) haben keinen auch nur annähernd kompletten Bestand dieser filmischen Sekundärmedien, dessen Vollständigkeit mangels Verzeichnissen ohnehin nicht bestätigt werden könnte. Und selbst aus damaligen Quellen wie Werberatschlägen lässt sich höchstens annähernd rekonstruieren, was vor vielen Jahrzehnten tatsächlich produziert und verausgabt wurde. Insofern stellt sich die Filmpublizistik als ein prototypisches Gebiet dar, in dem Sammler und sammelnde Institutionen Dinge von »Einzigartigkeit und Seltenheit<sup>8</sup> zu einer singulären Zusammenstellung<sup>9</sup> fügen können.

Ein wesentlicher Aspekt der nachfolgenden Überlegungen ist dabei die Ökonomie der Sammeltätigkeit, denn »weil sie getauscht werden, sind die Sammlerstücke ökonomische Güter, für die ein Preis anfällt, wenn sie in andere Hände übergehen«.<sup>10</sup> Diese Preise bewegen sich von Cent-Beträgen für massenhaft produzierte Stücke wie manche der auf Plattformen wie Ebay massenhaft verfügbaren Filmprogramme bis hin zu einstelligen Millionenbeträgen, die für ein Originalplakat eines wichtigen Films wie beispielsweise Fritz Langs *METROPOLIS* (DE 1926, R: Fritz Lang) erlöst würden.<sup>11</sup> Zwar halten Sammler gerne die Fiktion aufrecht, ein solches Stück unverhofft auf einem Flohmarkt oder bei einer Haushaltsauflösung auffinden zu können; tatsächlich beschränken sich sogenannte »Schnäppchen«-Käufe aber in der Regel auf den zufälligen Erwerb eines gesuchten Programms oder Fotomotivs, das in einem Konvolut gleichartiger Objekte gekauft, aufgrund des Spezialwissens des Sammlers identifiziert werden kann. Dabei stoßen Sammler, gerade wenn ein Gebiet prinzipiell uferlos erscheint, irgendwann an die Grenzen des eigenen Wachstums: Die Anhäufung von historischer Filmpublizistik lässt notabene die Platzfrage akut werden, und der Übergang zum »Messietum« wird bei einem obsessiven Sammeln<sup>12</sup> schnell fließend. Dies verdeutlicht, dass jede Sammlung – neben dem materiellen Wert ihrer Objekte – auch ein Kondensat des immateriellen Investments des Sammlers ins Suchen, Erschließen, Aufbewahren und Präsentieren seiner Objekte ist, das sie aus dem bloßen »Zeug, das in irgendwelchen Kellern vermodert« erst heraushebt.<sup>13</sup>

<sup>7</sup> Rössler, Patrick: »Souvenirs aus dem Kinosaal. Historische Filmmemorabilia als Teil unserer medialen Erinnerungskultur«, in: Ute Schneider (Hg.), *Imprimatur. Ein Jahrbuch für Bücherfreunde*, N.F. XXIV, München 2015, S. 73–100.

<sup>8</sup> Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 371.

<sup>9</sup> Ebd., S. 355.

<sup>10</sup> Ebd., S. 331.

<sup>11</sup> Child, Ben: »World's Most Valuable Movie Poster up for Auction«, in: *The Guardian* vom 26.06.2012, <https://www.theguardian.com/film/2012/jun/26/movie-poster-auction-fritz-lang-metropolis> (letzter Zugriff: 21.06.2024).

<sup>12</sup> Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 319.

<sup>13</sup> Ebd., S. 410.

Nicht selten entsteht hier ein konstruktiver Widerstreit von Geld- und Aufmerksamkeitsökonomie, bei dem sich die sich selbst als »echt« wahrnehmenden Sammler (mit hohem Zeitinvestment in die Jagd nach seltenen Stücken) über die vermeintlich »falschen« Sammler à la Lagerfeld echauffieren, die mit Hilfe enormer Geldmittel die seltenen Stücke im Sekundärmarkt von Auktionen und Galerien erwerben. Der vorliegende Beitrag wird auch dieses Spannungsverhältnis beleuchten, das gleichzeitig Fluch und Segen des Sammelns als Markt bedeutet.

## 1. Konturen eines Sammlermarkts: Filmpublizistik als Beispiel

Trotz eines Weltkriegs mit massiven Bombenschäden, Verlusten aufgrund von Besatzung und kalten Nachkriegswintern, massiver Entsorgung während des Wirtschaftswunders und nach wie vor der Vernichtung von Nachlässen aufgrund der Unkenntnis von Erben herrscht an Filmpublizistik der Zwischenkriegszeit kein Mangel.<sup>14</sup> Die vorhandenen Dinge werden heute von Sammlern als physische Entitäten an einem Ort zusammengetragen, um ihre Differenz zur Geltung zu bringen (etwa die unterschiedlichen, durchnummerierten Ausgaben einer Serie von Filmprogrammen).<sup>15</sup> Im Grunde sind fast alle diese Objekte Abfälle, denn da die Filme nicht mehr im Kino gezeigt werden, erfüllt die historische Begleitpublizistik nicht mehr die ihr ursprünglich zugesetzte Funktion als Filmwerbung. Das Selektionsdispositiv von Sammlern oder Institutionen hebt daher eher auf die Funktion als Relikte eines Kulturerbes ab: Die Publizistik erinnert an Inhalte verschollener Filme (Programme, Verleihkataloge), illustriert die (typo-)graphische Ästhetik einer Epoche (Plakate, Broschüren) oder verdeutlicht den Starkult um längst verstorbene Akteure (Fotos, Zeitschriften).<sup>16</sup>

Die Erinnerungskraft der Sammelobjekte schöpft sich zuweilen aber auch aus einem individuellen Narrativ, wenn im Bücherschrank der Vorfahren eine Mappe mit Filmprogrammen der vor Jahrzehnten selbst gesehenen Filme auftaucht, oft versehen mit Eintrittskarten und anderen persönlichen Objekten. Von größerer Marktmacht ist freilich der Bezug eines Objekts zur kollektiven Erzählung, etwa bei Klassikern wie METROPOLIS.<sup>17</sup> Dass ihr vergänglicher Charakter als »Abfall« im Werbeprozess auch manche kollektiv relevanten Artefakte nahezu zu Einzelstücken machen kann, belegt beispielsweise das einzige noch bekannte Plakat zu Marlene Dietrichs Film DIE FRAU NACH DER MAN SICH SEHNT (DE 1929, R: Kurt Bernhardt) aus dem Jahr 1929 (Abb. 1), kurz vor ihrem Durchbruch als Lola Lola in DER BLAUE ENGEL (DE 1930, R: Josef von Sternberg).<sup>18</sup> Ein unikaler Charakter wird zuweilen erst bei genauer Inspektion sichtbar, etwa wenn die Retuschen auf dem originalen Vorlagenfoto der Kriemhild (Margarete Schön) für die Presseauswertung von Langs Nibelungenfilm als solche erkannt werden.<sup>19</sup>

14 Vgl. Rössler: *Filmfieber*.

15 Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 329, 334.

16 Vgl. ebd., S. 363.

17 Ebd., S. 364–367.

18 Für eine Abbildung vgl. Rössler: *Filmfieber*, S. 193. Intensive Recherchen haben bislang ergeben, dass dieses Motiv in keinem der einschlägigen nationalen und internationalen Archive überliefert ist, und auch nicht im Nachlass von Marlene Dietrich in der Deutschen Kinemathek Berlin dokumentiert ist.

19 Für eine Abbildung vgl. Rössler: *Filmfieber*, S. 58.

Abb. 1: Plakat zu DIE FRAU NACH DER MAN SICH SEHNT mit Marlene Dietrich.



Für Sammler geradezu unwiderstehlich werden Objekte durch die Kombination aus hoher Erinnerungskraft und prototypischem Charakter, wie die über ein großes Auktionshaus angebotene, fast einzigartige Auswahl von quasi neuwertigen Aushangfotos zu G. W. Pabsts Kultfilm TAGEBUCH EINER VERLORENEN (DE 1929, R: Georg Wilhelm Pabst) (mit mehreren ikonischen Darstellungen von Louise Brooks, Abb. 2) verdeutlicht.<sup>20</sup>

20 TAGEBUCH EINER VERLORENEN. 13 tadellos erhaltene Aushangfotos; Galerie Bassenge, Berlin, Auktion 119, Katalog »Moderne Literatur« (7. April 2022), Los Nr. 3561, <https://www.bassenge.com/lots/119/35610> (letzter Zugriff: 22.06.2024).

*Abb. 2: Aushangfoto zu DAS TAGEBUCH EINER VERLORENEN mit Louise Brooks.*



Natürlich wäre es ohne weiteres möglich, Nachdrucke oder fotomechanische Reproduktionen solcher Objekte herauszugeben, und vereinzelt wurden Filmmemorabilia mit einem hohen Quellenwert bereits wieder aufgelegt, mitunter auch anlässlich von Jubiläen oder Wiederaufführungen von Stummfilmen.<sup>21</sup> Allerdings betont das herrschende Sammeldispositiv die Vorliebe für das Authentische; Reproduktionen werden daher auch finanziell eher geringgeschätzt.<sup>22</sup> Zu einer erheblichen Wertsteigerung führen durch Autogramme authentifizierte Objekte wie die mit Gefälligkeitsunterschriften versehenen Starfotos (Abb. 3) oder die signierten Vorzugsausgaben der Filmbücher von Fritz Lang, die anlässlich der Weltpremieren großer Produktionen ausgegeben wur-

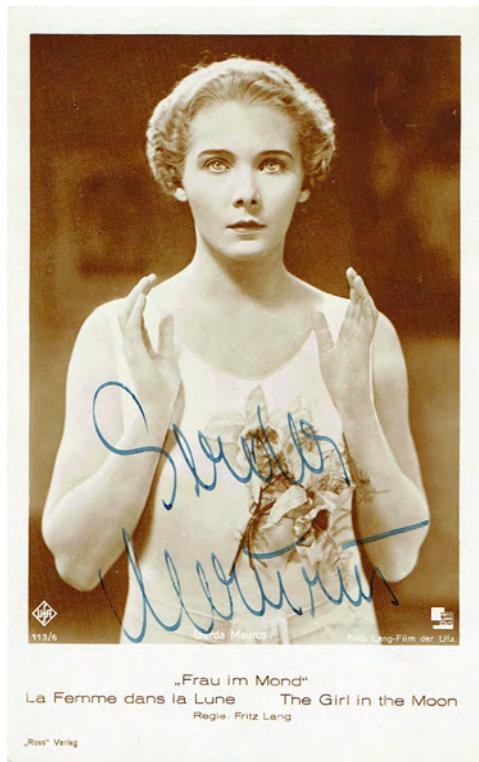
<sup>21</sup> So etwa Lorant, Stefan: *Wir vom Film. Das Leben, Lieben, Leiden der Filmstars*, München 1986 [Nachdruck der Ausgabe Berlin 1928]; Zschoche, Hermann (Hg.): *Stummfilmplakate. Eine Berliner Ausstellung 1924*, Frankfurt a.M. 2019.

<sup>22</sup> Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 392.

den:<sup>23</sup> Diese Dinge werden durch ihre Verbindung mit Menschen aufgewertet, die sie gestaltet, besessen oder berührt haben<sup>24</sup> – was beispielsweise auch für die Erinnerungsalben gilt, die Filmschaffende angelegt oder überreicht bekommen haben (Abb. 4).

Daneben gelingt es zuweilen, insbesondere die oben erwähnten Filmplakate und Standfotos als Varianten der etablierten künstlerischen Felder Gebrauchsgraphik und Fotografie zu adeln. Wie Boltanski und Esquerre betonen, wird ein Artefakt dann zum Kunstwerk, wenn es ihm gelungen ist, in die Zirkulationssphäre vorzudringen, in der Güter dieser Art getauscht werden;<sup>25</sup> so tauchte zuletzt immer wieder hochpreisige Filmfotografie in den Fotografie-Katalogen des Berliner Auktionshauses Bassenge auf,<sup>26</sup> und ein Plakat zu dem Filmklassiker *Das Cabinet des Dr. Caligari* (DE 1920, R: Robert Wiene) aus der Sammlung von Karl Lagerfeld erlöste im Mai 2022 über 160.000 Euro.<sup>27</sup>

*Abb. 3: Filmpostkarte zu FRAU IM MOND mit Signatur von Gerda Maurus.*



<sup>23</sup> Für eine Abbildung vgl. Rössler: *Filmfieber*, S. 115–116.

<sup>24</sup> Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 392.

<sup>25</sup> Ebd., S. 410.

<sup>26</sup> Siehe etwa Galerie Bassenge, Berlin, Auktion 120, Katalog »Photography« (7. Dezember 2022), Los Nr. 4149 bis 4157, <https://www.bassenge.com/kataloge/120/FOTO> (letzter Zugriff: 22.06.2024).

<sup>27</sup> Kaiser, Alfons: »Zwölf Sonnenbrillen für 5800 Euro«, in: FAZ online vom 06.05.2022, <https://www.faz.net/aktuell/stil/mode-design/auktion-von-karl-lagerfelds-nachlass-bei-sotheby-s-in-koeln-18011607.html> (letzter Zugriff: 21.06.2024).

Abb. 4: Erinnerungsalbum des Standfotografen und Kameramanns Paul Rischke, mit Fotos von Dreharbeiten u.a. zu DAS INDISCHE GRABMAL.



## 2. Ökonomische Aspekte einer Sammlung der Filmpublizistik

Sammlungsökonomie lässt sich verstehen als »breites Spektrum von monetären Aspekten, Logistik und Infrastruktur bis hin zu Fragen von epistemischen und politischen Wertzuschreibungen«.<sup>28</sup> Einige kostenrelevante Aspekte (nicht nur) des Sammelns historischer Filmpublizistik sind Faktoren wie Zeit und Raum, Erschließung und Vollständigkeit, Erwerb und Präsentation sowie die schlussendliche Auflösung.

*Zeit.* Oft unterschätzt, verschlingen der Aufbau und die Pflege einer jeden Sammlung eine erhebliche Menge an Zeit, die sich für gewöhnlich nicht in den Wertbestimmungen niederschlägt, die sich an den Preisen für die enthaltenen Objekte orientieren und den Aufwand für das Zusammentragen oft schwer erreichbarer Artefakte ignoriert. Gesteht man aber einer Sammlung als Gesamtkontext einen Eigenwert zu, der auf der Leistung des kundigen Sammlers beruht, so muss das Ganze mehr sein als die Summe seiner Teile. Argumente hierfür ließen sich etwa aus dem in den 1990er Jahren populären Konzept der Aufmerksamkeitsökonomie ableiten, das sich ursprünglich auf die Orientierung von Individuen an der Beachtung durch Andere bezieht.<sup>29</sup> Auf Sammlungen adaptiert, könnte man analog von deren Reputation und Prestige sprechen, die sich aus der gewaltigen Menge an Aufmerksamkeit akkumulieren, die die Sammlung ihrem Schöpfer abverlangt. Dieser bildet dadurch kulturelles Kapital

28 Güttsler, Nils/Heumann, Ina: »Sammeln. Ökonomien wissenschaftlicher Dinge«, in: dies. (Hg.), *Sammlungsökonomien*, Berlin 2016, S. 7–22, hier S. 8.

29 Franck, Georg: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München 1998.

in der objektivierten Form von Kulturgütern wie Kunstwerken, bei denen der Kapitalcharakter aus der Investition von lebendiger Zeit und bereits zu kulturellem Kapital kristallisierter Zeit resultiert.<sup>30</sup> So kann die laufende Überwachung von einschlägigen Angebotsformen für historische Filmpublizistik (Ebay, Catawiki etc.), der Besuch von Sammlerbörsen und Flohmärkten und die Befassung mit Sekundärliteratur und Fachpublizistik schnell den Umfang einer beruflichen Nebentätigkeit annehmen. Das gebildete kulturelle Kapital lässt sich dann zum Teil wieder in einen monetären Wert übersetzen (s.u., Präsentation bzw. Auflösung).<sup>31</sup>

*Raum.* Der Platzbedarf für eine Sammlung kann sich als ein durchaus erheblicher Kostenfaktor erweisen, abhängig von den jeweiligen Artefakten – für Briefmarken ist dies beispielsweise weniger relevant als für PKW-Oldtimer. Neben den Kosten für die Lagerung entsteht aber meist noch Aufwand für die sachgerechte Aufbewahrung vor Ort; im Falle der Filmpublizistik etwa für Plakatschränke in historischen Größen (die nicht den DIN-Konventionen entsprechen), Pergaminhüllen für Aushangfotos (die zudem keinen Klimaschwankungen ausgesetzt sein sollten) oder stabilisierende Folie aus Polyethylen ohne Weichmacher für Werbematerial und Filmprogramme. Gemeinsam mit dem Aufwand für Restaurierung und Instandhaltung der Objekte sowie deren angemessener Versicherung entstehen so aus der Materialität der Sammelobjekte vordergründig zunächst »unsichtbare« laufende Kosten, die nicht unterschätzt werden dürfen.

*Erschließung:* Eine Sammlung von historischen Artefakten, die in der Gegenwart keine unmittelbare Funktion mehr besitzen als die des Gesammelten, ist zunächst nur eine »Akkumulation des Nutzlosen [...], d. h. eine Akkumulation um der Akkumulation willen«.<sup>32</sup> Um sie überhaupt einer aktuellen Verwertung zugänglich zu machen, muss in die Akkumulation eine Struktur gebracht werden – nicht zuletzt auch, um dem Sammler (der bei einer größeren Zahl von Stücken irgendwann den Überblick verliert) transparent zu machen, was in der Sammlung vorhanden ist, wo die Leerstellen sind und wo die Dubletten. Diese Erschließung, die früher meist durch Karteikarten und heute häufig computergestützt erfolgt, kann durchaus zeitaufwändig ausfallen (etwa wenn zu Stücken erst noch recherchiert werden muss) und gerät schnell außer Kontrolle, wenn sich zu viel unbearbeitetes Material ansammelt. Für eine Sammlung ist solch ein Bestandsverzeichnis essenziell,<sup>33</sup> aber der dafür erforderliche Zeit- und Materialaufwand fällt ebenso unter diejenigen Kosten, die sich in dem Wert des einzelnen Artefakts nicht niederschlagen, sondern höchstens später im Wert der gesamten Sammlung (s.u. Auflösung).

*Vollständigkeit:* Manche Sammlungen sind von vornherein als »Totalisierungsprojekt« angelegt, das sich am Fluchtpunkt einer »ideellen Totalität« orientiert, weshalb die

<sup>30</sup> Vgl. hierzu Franck, Georg: »Prominenz und Populismus. Zu Pierre Bourdieus Ökonomie des immateriellen Reichtums«, in: *Berliner Debatte Initial* 11/1 (2000), S. 19–28; unter Betrachtung des Aufsatzes von Bourdieu, Pierre: »Ökonomisches Kapital – Kulturelles Kapital – Soziales Kapital«, in: ders., *Die Verborgenen Mechanismen der Macht*, hg. v. Margareta Steinrücke (= Schriften zur Politik und Kultur, Band 1), Hamburg 1997, S. 49–79.

<sup>31</sup> Zu den geisteshistorischen Wurzeln des Ansatzes vgl. Bernardy, Jörg: *Aufmerksamkeit als Kapital. Formen des mentalen Kapitalismus*, Marburg 2014, S. 4ff.

<sup>32</sup> Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 377. Das Schmücken der Örtlichkeiten, die die Sammler bewohnen, wäre in gewisser Weise noch als eine Art von Gebrauch zu betrachten; ebd., S. 408.

<sup>33</sup> Vgl. Rössler: *Filmfieber*; sowie den Nachtragsband (2022).

Sammler »im Rahmen einer auf dem Sammeldispositiv beruhenden Akkumulationsabsicht anstreben, die Leerstellen einer seriellen Totalität zu füllen«.<sup>34</sup> Paradebeispiel hierfür ist sicherlich das klassische Briefmarkensammeln, bei dem zumeist versucht wird, ein durch einen Katalog definiertes, erschlossenes und abgegrenztes Sammelgebiet durch die eigenen Bestände möglichst lückenlos abzudecken. Auf dem Feld der Filmpublizistik gibt es einzelne Sammelgebiete wie Zeitschriften, Starpostkarten oder insbesondere die Programmserien, die sich aufgrund ihrer durchlaufenden Nummerierung und ihres seriellen Charakters für genau dieses Muster eignen;<sup>35</sup> im letzteren Falle existieren sogar Verzeichnisse<sup>36</sup> oder mit Preisen versehene Kataloge,<sup>37</sup> die als Referenzwerke dieses Spannungsfeld aus Wiederholung und Differenz mit »kleinen Unterschieden« erschließen.<sup>38</sup> Weitere Sammelgebiete des Feldes wie Plakate oder Aushangsfotos beziehen sich zwar theoretisch auf einen bestimmhbaren Filmkanon, sind aber so verzweigt und die Überlieferungslage so diffus, dass selbst dann von einem unabsehbaren Sammeln gesprochen werden müsste, wenn unbegrenzte finanzielle Mittel vorliegen würden. Schwierigkeiten ergeben sich für erfahrene Sammler, besonders aber für Neulinge, »wenn sie ihre Hand nach selten und teuer gewordenen Stücken ausstrecken, mit denen sich die Leerstellen in ihren Sammlungen füllen ließen«,<sup>39</sup> die aber (wie gesuchte Plakate, Fotos einzelner Filme oder gar ein kompletter Standfotosatz) so rar oder teuer sind, dass sie kaum jemals zusammengetragen werden können.

**Erwerb.** Klassische Wege für den Auf- und Ausbau einer Sammlung sind der Kauf im Handel und bei Auktionen, der Tausch und die Schenkung (zum Beispiel aus einem Nachlass). Die Dynamik eines Sammelgebiets wird dann wesentlich durch die unterschiedlichen Rollen von Erstsammlern, Zweitsammlern und Neueinsteigern geprägt, denn ein Sammler ist »selten der Einzige, der eine bestimmte Art von Dingern akkumuliert«.<sup>40</sup> Gemeinsam ist allen Gruppen aber die Jagd einerseits nach den sogenannten »Schnäppchen«, was laut Boltanski und Esquerre schon Balzac anhand seines *Vetter Pons* (1847) schildert, der »erst zufrieden ist, wenn es ihm gelungen ist, die von ihm begehrten ›schönen‹ Dinge zu einem Preis zu erwerben, der seiner Meinung nach unter ihrem ›wahren‹ Preis liegt« – verglichen mit dem Preis, den andere dafür bereit wären zu zahlen, jetzt oder in der Zukunft.<sup>41</sup> Der Zeitaufwand für die Schnäppchensuche übersetzt sich dann in die Wertdifferenz zugunsten des erzielbaren Preises. Andererseits suchen Sammler permanent nach den einmaligen Gelegenheiten, Unikate oder Raritäten mit hohem Distinktionsgewinn innerhalb der Sammlerschaft zu erwerben, für die sich – mangels Vergleichsangeboten – in der Regel kein vernünftiger Preis fest-

34 Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 323, 340 und 408.

35 Rössler, Patrick: »Geronnene Leinwandträume. Deutschsprachige Filmprogrammserien zwischen den Kriegen«, in: *Aus dem Antiquariat* (N. F.) 12 (2014), S. 253–268.

36 Holba, Herbert: *Illustrierter Film-Kurier 1924–1944. 3518 Programmhefte, Dokumentation*, Wiesbaden 1972.

37 Kranzpiller, Peter: *Preiskatalog Filmprogramme*, Vogt 2012.

38 Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 335, 338 und 344.

39 Ebd., S. 412–413; Sammler können darauf u.a. mit einer Veränderung der Einschlägigkeitskriterien und dem Umfang der möglichen Sammelobjekte reagieren.

40 Ebd., S. 330, außerdem S. 358–360.

41 Ebd., S. 375.

legen lässt; hierfür muss man hingegen zum Beispiel bei Auktionen *mehr* bezahlen als jeder Andere dazu bereit ist.<sup>42</sup>

*Präsentation.* An das Sammeln als individuelle Betätigung schließen sich unterschiedliche Positionen zum öffentlichen Umgang mit der Sammlung an: Häufig bleibt sie im Verborgenen und die Sammler scheuen den Gang in die Öffentlichkeit; allerdings machen auch viele Sammler ihre Bestände für die Forschung zugänglich, bestücken Ausstellungen und publizieren Kataloge oder Verzeichnisse.<sup>43</sup> Diese Präsentationsformen konvergieren heute in den digitalen Medien, wo datenbankgestützte Websites auch nachträgliche Ergänzungen ermöglichen und den Nutzern einfache Selektionsmöglichkeiten offerieren. Jede Form der Publikation verursacht in einem ersten Schritt wieder z.T. erhebliche Kosten – neben dem Zeitaufwand für die Konzeption, für Texte und Legenden insbesondere die Reproduktionskosten, Bildbearbeitung und -rechte, Layout, Herstellung/Druck und Vertrieb. Jedoch kann sich diese Investition in eine Sammlung auch auszahlen, denn prominente Ausstellungsbeteiligungen steigern die Reputation von Objekt und Sammler, und eine gut gemachte Dokumentation mit akademischem Anspruch kann nicht nur den ideellen, sondern auch den finanziellen Wert einer Sammlung erhöhen.<sup>44</sup>

*Auflösung.* In einer Sammlung werden Artefakte akkumuliert, um sie zu konservieren; die Auflösung der Bestände nach dem Tod eines Sammlers bietet Neueinstiegern dann die Chance auf einen erleichterten Einstieg und Experten die Gelegenheit zum Erwerb seltener Stücke.<sup>45</sup> Gravierende Probleme entstehen, wenn die vollständige Annahme aller Objekte zur Bedingung gemacht wird, weil Sammler oft ihr Lebenswerk erhalten wissen wollen. Daher sind Museen bei der kompletten Übernahme von ganzen Nachlässen eine ernsthafte Konkurrenz privater Sammler, denn sie operieren mit einem Ewigkeitsversprechen.<sup>46</sup> Allerdings gilt nicht bloß auf dem Gebiet der Filmpublizistik, dass Einrichtungen wie die Deutsche Kinemathek wegen der oben beschriebenen Kosten nur noch selten komplett Nachlässe annehmen (es sei denn sie stammen aus prominenter Quelle wie etwa bei Marlene Dietrich), sondern lieber gezielt einzelne Stücke auswählen (was dann aber den Wert der Rumpfsammlung deutlich reduziert).<sup>47</sup>

42 Das oben erwähnte Konvolut mit Aushangfotos aus dem Film DAS TAGEBUCH EINER VERLORENEN (vgl. Anm. 19) wäre ein Beispiel hierfür, das mit einem Schätzpreis von 2.500 € versehen war und nach heftigem Bietergefecht knapp 6.000 € (inkl. Aufgeld und Steuern) kostete.

43 Erscheinen von Artikeln, gut dokumentierten Büchern mit systematischem Anspruch: Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 357.

44 Vgl. z.B. Nourmand, Tony/Marsh, Graham/Frayling, Christopher: *French New Wave. A Revolution in Design*, London 2019.

45 Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, S. 361.

46 Ebd., S. 420.

47 Allerdings ist die öffentliche Hand wegen zuletzt minimaler Ankaufsetats regelmäßig nicht in der Lage, Marktpreise für Spitzenobjekte zu bezahlen – dafür müssen gegebenenfalls Mittel bei Stiftungen eingeworben oder der eigene Förderkreis bemüht werden, dessen erster Satzungszweck die Unterstützung »bei Ankauf und Restaurierung von Objekten und Sammlungen filmhistorischer Bedeutung« benennt; vgl. die Satzung des Förderkreises der Stiftung Deutsche Kinemathek, [https://www.deutsche-kinemathek.de/sites/default/files/public/Besuch/Satzung\\_Stand2016.pdf](https://www.deutsche-kinemathek.de/sites/default/files/public/Besuch/Satzung_Stand2016.pdf) (letzter Zugriff: 21.06.2024).

### 3. Schlussbemerkungen

Treffend charakterisieren Boltanski und Esquerre den Sammler als »jemand, der mit Leidenschaft Dinge akkumuliert, die nicht benutzt, aber einerseits wertgeschätzt werden, weil sie eine Hinterlassenschaft der Vergangenheit darstellen, und andererseits, weil sie sich seriell organisieren lassen, sodass ihre Ähnlichkeiten und Differenzen zum Vorschein kommen«.<sup>48</sup> Natürlich lässt sich das mit einer solchen Leidenschaft erzeugte kulturelle Kapital einer Sammlung, in dem primär die Aufmerksamkeitsinvestitionen des Sammlers geronnen sind, im Anschluss nur schwer wieder monetarisieren. Wollte man hier eine Musterrechnung aufmachen, die die im vorigen Abschnitt benannten (und alles andere als vollständigen!) ökonomischen Aspekte berücksichtigt, so fällt das Ergebnis ernüchternd aus, wie ein fiktives Beispiel zeigt: Vorausgesetzt, ein ernsthafter Sammler widmet sich über 30 Jahre hinweg dem Aufbau seiner Sammlung historischer Filmpublizistik und hat dafür im Jahr durchschnittlich 5.000 € aufgewendet, so hat er bis dahin immerhin 150.000 € an Barmitteln eingebracht. Legt man ferner zugrunde, dass bei einer so kontinuierlichen Sammeltätigkeit auch unweigerlich eine gewisse Anzahl von »Schnäppchen« ebenso den Weg in die Sammlung findet wie das ein oder andere Spitzenstück, und dass der Sammler auch die sich bietenden Gelegenheiten zur öffentlichen Präsentation wichtigster Stücke genutzt hat, so kann man – die deutlichen Preissteigerungen im Markt für gefragte Ware ebenso einberechnet wie Preischwankungen aufgrund sich verändernder Sammlerinteressen – sicher auf einen aktuellen Marktwert von ca. 500.000 € nach besagten 30 Jahren spekulieren.

Was wie eine prima Investition klingt, relativiert sich allerdings deutlich, bezieht man in eine Vollkostenrechnung neben dem Erwerb auch die anderen Faktoren der oben ausgeführten Geld- und Aufmerksamkeitsökonomie mit ein:

*Zeit:* Passionierte Sammler widmen ihren Beständen eine hohe Aufmerksamkeit; geht man im Schnitt nur von einer Stunde pro Tag für Recherche und Ankäufe aus, summiert sich das über drei Jahrzehnte auf gut 10.000 Stunden, die mit Mindestlohn kompensiert rund 120.000 € entsprechen würden.

*Raum:* Eine über die Jahre wachsende, filmpublizistische Sammlung mit Plakaten, Fotos und gedrucktem Material benötigt einen Raum zur Lagerung, der sich bei Sammlern meist in der privaten Wohnung befindet. Eine Größe von 16 m<sup>2</sup> und einen Mietpreis von 5 €/m<sup>2</sup> zugrunde gelegt, wurden im fraglichen Zeitraum weitere 30.000 € aufgewendet. Hinzu kommen für die sachgerechte Aufbewahrung, selbst wenn man dafür im Schnitt nur 1 € pro Objekt annimmt, bei bis dahin sicher 20.000 Sammlungsstücken weitere 20.000 €.

*Erschließung:* Weitere »unsichtbare« Kosten stecken in der regelmäßigen Erfassung und Beschreibung der Objekte in einem Verzeichnis, was selbst bei der Nutzung von geeigneter Standard-Software im Mittel rund 6 Minuten pro Objekt beanspruchen wird. Auf den Gesamtbestand hochgerechnet sind dies neuerliche 2.000 investierte Stunden, was weiteren rund 24.000 € entspräche.

*Vollständigkeit:* Selbst wenn über 30 Jahre keine Komplettsammlung von Filmpublizistik zu erreichen ist, so wurden in diesem Zeitraum zwangsläufig auch immer wieder Konvolute angekauft, um noch fehlende Einzelstücke zu ergänzen. Die damit erworbenen Dubletten tragen nicht zum Sammlungsziel bei und belasten die Kosten-

---

48 Boltanski/Esquerre: Bereicherung, S. 372.

rechnung, sofern sie nicht weiterverkauft oder getauscht werden. Ein Dublettenbestand von 2% erscheint aus Erfahrung realistisch, was sich auf den Gesamtwert gerechnet in weiteren 10.000 € »totem« Kapital niederschlägt.

*Präsentation:* Eine wertsteigernde Dokumentation der Sammlung verursacht, selbst wenn sie nur ausgewählte Spitzenstücke berücksichtigt und in Eigenregie produziert wird, in ihrer Herstellung gut und gerne weitere Kosten von rund 10.000 €.

Konzidiert, dass es sich hierbei nur um ganz pauschale Schätzungen handelt, so bindet die beschriebene Sammlung in der Summe »Nebenkosten« von gut 200.000 €, die vom Sammler auf die ein oder andere Art investiert wurden und die eigentlichen, direkten Erwerbungskosten sogar noch übertreffen. Dies bedeutet aber auch, dass die deutlichen Abschläge, die der Komplettverkauf einer Sammlung gegenüber dem potenziellen Marktwert mit sich bringt (50% und mehr sind hier nicht unüblich!), sogar zu einer negativen Bilanz führen. Nicht zuletzt deswegen stellt sich die Anlage und der Weiterverkauf von Sammlungen in der Regel nicht als ein erfolgreiches Geschäftsmodell dar. Für den Sammler kompensieren allerdings die Freude am Sammeln, der Zugewinn an Wissen und Fähigkeiten, der Kontakt zu Gleichgesinnten und das erworbene Sozialkapital als erfolgreicher Sammler diese Kosten im Rahmen der Geldökonomie.

Als eine Schattenseite der Sammeltätigkeit sei abschließend nochmals auf die Gefahr hingewiesen, mangels Erschließung und sachgemäßer Aufbewahrung in das Messietum abzuleiten, was die mühsam akkumulierten Werte zunichtemacht und die Sammlung wieder zurück in ihren Ursprungszustand – eine Anhäufung von Müll – versetzt. Unerwünschte ökonomische Auswirkungen können ebenso auftreten, wenn man »das Falsche« sammelt: Während Trash-Motive wie die Plakate der Sexploitation-Movies der 1960er Jahre heute gerne in die Nähe von Pop Art und APO-Bewegung gerückt werden, um sie salonfähig zu machen, sind Werbemittel etwa zu NS-Propagandafilmen nach wie vor dubios. Sicherlich weisen prominente Beispiele wie etwa Leni Riefenstahls Parteidagen- und Olympiafilme eine spezifische ästhetische Qualität auf, die ihre Drucksachen sammelwürdig macht; und auch die Archivierung der Filmpublizistik zu Machwerken wie Jud Süß kann historisch und politisch wichtige Erkenntnisse liefern. Dennoch sind die unvermeidliche Nähe zum NS-Devotionalienhandel suspekt und die Grenzen fließend, wie etwa das Plakat zu dem Propaganda-Kriegsfilm STUKAS (DE 1941, R: Karl Ritter) eindrucksvoll illustriert (Abb. 5). Zwar sind solche Objekte auch ökonomisch reizvoll, weil gewisse Kreise bereit sind, dafür enorme Preise zu bezahlen; dass darunter der Ruf sowohl des Sammlers als auch seiner Sammlung (und damit ihr Wert) empfindlich leiden kann, liegt auf der Hand.

Offen ist derzeit noch die Frage, wie sich die im Kunstmarkt schnell populär gewordenen NFT-Werke (Non-Fungible Tokens), die auf der Anwendung einer Blockchain-Technologie beruhen, auf den allgemeinen Sammlermarkt auswirken werden.<sup>49</sup> Durch den offensichtlich stark ökonomisch geprägten Charakter des Erwerbs eines solchen Zertifikats, das oft nur noch mittelbar mit einem realen Artefakt korrespon-

---

49 Kägi, Irene Willi: »Wie Non Fungible Tokens den Kunstmarkt umkrempeln«, 11.11.2021, <https://www.kalaidos-fh.ch/de-CH/Blog/Posts/2021/11/Digitalisierung-1050-Non-Fungible-Tokens-Kunstmarkt> (letzter Zugriff: 21.06.2024).

diert<sup>50</sup> und wenig mehr als einen virtuellen Eigentums- und Echtheitsbeleg darstellt, wird der klassische Typ des Sammlers hier von dem des Anlegers abgelöst. Damit geht dem Sammeln nicht nur sein inhaltlicher Bezug verloren, sondern auch vieles, was den kulturellen Mehrwert einer Sammlung ausmacht; im Ansatz von Boltanski und Esquerre betrifft dies folglich stärker die allgemeinen Überlegungen zur Bereicherungsökonomie.<sup>51</sup>

Abb. 5: Plakat zu dem Propagandafilm STUKAS von Karl Ritter.



<sup>50</sup> Ein Hauptanwendungsgebiet der NFTs sind daher auch die digitalen Werke der Computer Art; vgl. Fahey, Sebastian: »Wundersame Kryptokunst«, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 08.08.2021, S. 31.

<sup>51</sup> Vgl. Boltanski/Esquerre: *Bereicherung*, bes. Kap. 3–6.

Zwar wäre denkbar, über NFT auch seltene Einzelstücke etwa aus dem Gebiet der Filmpublizistik zu vermarkten, zum Beispiel Anteile an einem METROPOLIS-Plakat – aber auch dort stünde zu befürchten, dass für die Erwerber ausschließlich die Geldanlage im Vordergrund steht, und weniger der Aspekt eines kuratierten Sammelns. Oder am Eingangsbeispiel erläutert: Mitte Oktober 2022 verkaufte sich auf Catawiki ein Panini-Album zur Fußball-WM 1970 für 3.000 Euro, die einzelne Sammelkarte von Franz Beckenbauer für über 350 Euro. Eine einmalige digitale Sammelkarte der Sorare-Serie auf NFT-Basis, die den Stürmer Erling Haaland zeigt und in einem Online-Spiel verwendet werden kann, erreichte hingegen einen Auktionspreis von über 600.000 Euro.<sup>52</sup>

## Filmverzeichnis

- DAS CABINET DES DR. CALIGARI (DE 1920, R: Robert Wiene)
- DAS INDISCHE GRABMAL (BRD, I, F 1959, R: Fritz Lang)
- DER BLAUE ENGEL (DE 1930, R: Josef von Sternberg)
- DIE FRAU NACH DER MAN SICH SEHNT (DE 1929, R: Kurt Bernhardt)
- FRAU IM MOND (DE 1929, R: Fritz Lang)
- METROPOLIS (DE 1927, R: Fritz Lang)
- STUKAS (DE 1941, R: Karl Ritter)
- TAGEBUCH EINER VERLORENEN (DE 1929, R: Georg Wilhelm Pabst)

## Auswahlbibliographie

- Franck, Georg: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München 1998.
- Helmbold, Detlef: *Mehr Kunst als Werbung. Das DDR-Filmplakat 1945–1990*, Berlin 2018.
- Hürlmann, Annemarie/Müller, Alois M. (Hg.): *Film Stills. Emotions Made in Hollywood*, Ostfildern 1993.
- Nourmand, Tony/Marsh, Graham/Frayling, Christopher: *French New Wave. A Revolution in Design*, London 2019.
- Pauleit, Winfried: *Filmstandbilder. Passagen zwischen Kunst und Kino*, Frankfurt a.M./Basel 2004.
- Rössler, Patrick: *Filmfieber. Deutsche Filmpublizistik 1917–1937*, Erfurt 2017.
- Salavetz, Judith/Drate, Spencer/Sarowitz, Sam: *Art of the Modern Movie Poster. International Postwar Style and Design*, Zürich 2008.
- Zschoche, Hermann (Hg.): *Stummfilmplakate. Eine Berliner Ausstellung 1924*, Frankfurt a.M. 2019 [Nachdruck des Leitfadens für Filmreklame, Berlin 1924].

<sup>52</sup> Deutz, Nick: »Das Milliarden-Geschäft mit digitalen Sammelkarten«, in: *RP online* vom 20.10.2022, [https://rp-online.de/sport/fussball/wm/fussball-das-milliarden-geschaeft-mit-digitalen-sammelkarten\\_aid-78201093](https://rp-online.de/sport/fussball/wm/fussball-das-milliarden-geschaeft-mit-digitalen-sammelkarten_aid-78201093) (letzter Zugriff: 21.06.2024).