



12. Schluss:

Kunst unter kapitalistischen Verhältnissen

Bei keinem anderen Gut ist die Diskrepanz zwischen »Materialwert« und »Verkehrswert« so ungeheuer wie in der Kunst. Als Handel mit nicht auf materielle Gebrauchswerte reduzierbaren symbolischen Gütern setzt der Kunstmarkt einen kollektiv geteilten Glauben an den universellen Wert »echter« Kunst voraus. Das »Geschäft« mit der Kunst, gekennzeichnet durch eine Verneinung des »Kommerziellen«, einer Distanz zur profanen »Welt«, besteht, wie von Bourdieu (vgl. 2011, 2014, 2015) ausführlich vor Augen geführt, im Wesentlichen in der Anhäufung symbolischen Kapitals durch die Weiheakte aller Beteiligten: GaleristInnen und SammlerInnen, Kunstakademien, Museen und KuratorInnen, KunsthistorikerInnen und KunstkritikerInnen (vgl. hierzu Schultheis et al. 2015). Die Fähigkeit, profane Dinge in Güter von »unschätzbarem« Wert zu verwandeln, setzt, wie von Bourdieu (2015) auf exemplarische Weise analysiert, mächtige Konsekrationsakte voraus. Diese können nur durch das künstlerische Feld selbst vorgenommen werden, und dies mittels eines kollektiv verkannten und dadurch anerkannten »legitimen Betrugs« hinsichtlich der verleugneten sozialen Grundlagen und ökonomischen Interessen, eine »Magie«, die ihre Wirksamkeit der gesamten Logik des Feldes verdankt. Die »Illusion« des Kunstfeldes entwickelt mittels einer ungeheuren kollektiven Energie einen Mehrwert, den nur dieser kollektive Glaube ausschütten kann. Es könnte diese Art sozialer Magie nicht geben, wenn darauf nicht eine beispiellose kollektive Arbeit verwendet würde. Eine Schlüsselrolle innerhalb dieser Weiheakte kommt gewiss der Signatur des Künstlers zu, mit der er ein Werk autorisiert und mit seinem Na-

men »markiert«: Indem er es seiner »Marke« subsumiert, schreibt er ihm dadurch sein zum gegebenen Zeitpunkt akkumuliertes symbolisches Kapital (Reputation, öffentliche Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit, Aura etc.) ein. Seit Duchamp haben Künstler – so, als wollten sie Grenzen ihrer symbolischen Macht testen – deren Willkür demonstriert, indem sie egal welchen materiellen Gegenstand ohne irgendein Zutun einer Wandlung kraft ihrer unterzogen und ihn in den Stand eines Kunstwerks erhoben.

In diesem Zusammenhang ist mit Bourdieu (2015) daran zu erinnern, dass die Besonderheit der Produktion symbolischer Güter in ihrem Doppelcharakter liegt.

Diese lässt sich eben nicht auf den materiellen Herstellungsprozess reduzieren, sondern beruht essentiell auf Prozessen der symbolischen Weihe und Transsubstantiation dieser Gegenstände.

Der »Wert« eines Kunstwerkes bemisst sich deshalb nicht einfach an der für seine materielle Erzeugung nötigen Arbeitsleistung, sondern ganz maßgeblich an dem in seine Weihe investierten symbolischen Kapital, maßgeblich jenem, das mit der Signatur des Künstlers verbrieft und zertifiziert wird. Dieses symbolische Kapital muss jedoch zuvor – wie jede andere Form von »Kapital« – erarbeitet werden und spiegelt zu einem spezifischen gegebenen Zeitpunkt und Kontext das kumulierte Ensemble der kollektiven Glaubensakte rund um die Legitimität eines Künstlers und seiner Kunst.

Bei der Produktion von Kunstwerken im Dienste von Kunst-Entrepreneuren haben wir es mit einem besonders markanten Sonderfall dieser Magie und der kollektiven Verleugnung gesellschaftlicher Grundlagen von Kunst zu tun. Betont man, wie bereits in vorausgehenden Studien getan (vgl. Schultheis et al. 2015; 2016; Schultheis 2019), dass Kunst immer originär und wesentlich kollektiv hervorgebracht wird, so richtet sich der Blick auch auf die Vielzahl an Akteuren, die in der Regel als unsichtbare VermittlerInnen am Zustandekommen eines Werks beteiligt sind. Hierzu zählen u.a. AssistentInnen, TechnikerInnen, künstlerische BeraterInnen, Versicherungen, Logistikdienstleister und Online-Galerien, und nicht zuletzt auch Kunst-Manufakturen.

Im Fall der hier fokussierten Praxis einer Auslagerung der Kunstproduktion in Werkstätten kommt es, wie aufgezeigt werden sollte, zu einer besonders ausgeprägten Distanz zwischen künstlerischer Initiative – Idee, Konzept, Skizze eines möglichen Werks – und der materiellen, praktischen Machung eines auf ihrer Grundlage realisierten Kunstwerks mit jeweils mehr oder weniger großer Nähe und Ähnlichkeit zur ursprünglichen Idee. Für die hier kollektiv zu leistende Magie der Transformation profaner, in Lohnarbeit erstellter Objekte in Kunstwerke unschätzbaren Wertes, wirft diese fast vollständige Abkopplung zwischen einer zunächst oft vagen künstlerischen Kopfgeburt und deren durch Dritte in komplexen arbeitsteiligen Verfahren mit vielen Übersetzungsleistungen, Hürden und Unwägbarkeiten zu erbringende praktische Realisierung im besonders hohen Maße kritische Fragen an die Vorstellung einer singulären künstlerischen Autorenschaft und ihrer charismatischen Verzauberung auf.

Wie mehrfach seitens unserer Befragten thematisiert, steht diese Form der Kunstproduktion in scharfem Kontrast zur immer noch vorherrschenden Vorstellung vom künstlerischen Schaffen und den für seine Wertschätzung vorausgesetzten gestalterischen Fertigkeiten. Auch wenn sich die interviewten Art Fabricators selbst von dieser als »romantisch« etikettierten Auffassung von Kunstproduktion demonstrativ distanzieren, kam doch immer wieder direkt oder indirekt zum Ausdruck, dass auch ihre eigene Wertschätzung von Kunst oft mit dem Umstand verknüpft bleibt, dass KünstlerInnen selbst aktiv »Hand anlegen« und das von ihnen reklamierte Werk dadurch praktisch mitgestalten. Anders gesagt birgt die Sozialfigur des Künstler-Entrepreneur ein beachtliches Potential an kognitiven Dissonanzen betreffend dem mit ihr einhergehenden Anspruch auf Anerkennung einer Allein-Autorenschaft an Werken aus Händen Dritter.

Unsere Befragten legten unterschiedliche Strategien der Reduktion solcher Dissonanzen und bzw. Formen der Rationalisierung dieser widersprüchlich erscheinenden sozialen Umgangsweisen mit »Kunst« an den Tag, welche meistens unter Rückgriff auf die sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen, insbesondere die Paradoxien des Kunst-

markt, aber auch auf die eigene Abhängigkeit von dieser Praxis relativiert wurden.

»... eher noch so etwas Pragmatisches«

In unseren Gesprächen mit Art Fabricators kam des Öfteren die Rede auf die möglichen ökonomischen und gesellschaftlichen Hintergründe dieser Form der Kunstproduktion und hierbei wurden uns verschiedene Erklärungsmuster geliefert. So bot uns eine Projektleiterin einer Kunstmanufaktur im folgenden Statement gleich mehrere Rechtfertigungen dieser Praxis. Sie erzählt:

»Dass die Idee immer noch besteht, der Künstler oder die Künstlerin macht die Arbeit, das ist eigentlich eine romantische Vorstellung. Der kommt da hin, der kriert das da, und dann hätten wir ja nichts zu tun, eigentlich [...] ich habe oft das Gefühl, in vielen Köpfen, also gerade auch in konventionellen Kreisen, ist das einfach die Vorstellung, wie das passiert. Obwohl das ja gar nicht so passieren kann, im Hinblick darauf, dass zum Beispiel die Ausstellungskalender so dicht sind von Kunstschaffenden. Oder paff, wird man überfallen: ›Ich habe sechs Ausstellungen hier drinnen stehen, ich weiß gar nicht, das wird rein ideenmäßig, ich bin gar nicht bereit dazu, aber ich muss es machen, es wird halt verlangt.‹ Oder: ›Zum Weiterkommen muss ich die Ausstellung da und da, oder möchte ich, dass wir die machen.‹ ... wenn die Person, gerade jetzt, wenn sie im skulpturalen Bereich auch arbeitet, all die Werke selber machen müsste, das kann man ja gar nicht bewältigen. Das ist so. Und da kommt eigentlich eher noch so etwas Pragmatisches mit hinein, glaube ich.«

Zerlegen wir diese Erläuterungen in ihre verschiedenen Komponenten. Zunächst wird kritisch mit dem Common-Sense-Bild vom Künstler ins Gericht gegangen, wobei dann die Nebenbemerkung, dass man, wenn die Wirklichkeit diesem Bild entspräche, ja selber »nichts mehr

zu tun hätte« auf einen pragmatischen, ja utilitaristischen Umgang mit dieser Frage verweist. Es erinnert vage an das Argument, dass ArbeitnehmerInnen in kapitalistischer Lohnarbeit ja froh sein müssten, dass man ihnen überhaupt Arbeit »gibt«.

Im zweiten Schritt wird dann auf Marktwänge, die auf den Künstler einzuwirken scheinen, verwiesen: zu viele Ausstellungen, die man ohne fremde Hilfe gar nicht bedienen und bespielen könnte. Interessant ist hier der Hinweis, dass dies womöglich auch »ideenmäßig« gar nicht zu schaffen sei und man diesen Ausstellungsrhythmus, auch wenn man ihn gar nicht mag, für das eigene »Weiterkommen« in der Kunstwelt braucht. Anders formuliert: Der Markt will beliefert und die Nachfrage befriedigt sein. Die nötige Zahl an Werken kann der Künstler nicht allein schultern und deshalb lagert er die Produktion an Dritte aus. Auch das verweist wieder auf eine marktkonforme Sicht künstlerischen Arbeitens, auf eine ökonomische Rationalität, die der klassischen Vorstellung von Kunst als kommerzferner, eigenen ethischen Prinzipien verschriebener autonomer schöpferischer Praxis klar entgegenzustehen scheint.

Die Mitarbeiterin einer anderen Gießerei sieht das so:

»Es läuft ja sowieso so, dass Sammler, also der Kunstmarkt auch da die ganzen Arbeitsstellen überhaupt möglich macht. Also, wenn ich das mal im Hinterkopf habe, das ist in allen, wo Kunstwerke produziert werden, werden die am Schluss für das X-Fache verkauft. Ich denke, das ist ein Thema im Hintergrund, aber im Vordergrund sind schon Faszination für Technik und es soll möglichst perfekt gemacht werden, wie es vom Künstler [...] Also es ist die Arbeit produzieren vom Künstler. Der eine beachtet mehr, der andere weniger, dass der Kunstmarkt im Hintergrund ist. Das man in diesem Kontext immer eingebettet ist.«

Die hier angesprochenen Widersprüche kapitalistischer Produktionsformen und -verhältnisse in der Kunstwelt werden fatalistisch als Faktizität hingenommen, mit der man sich arrangieren muss.

»Dann kommst du dir schon irgendwie dumm vor.«

Ein Wachser bringt diese Zusammenhänge kritischer auf den Punkt, wenn er feststellt:

»Ja, also wenn hier etwas falsch läuft, dann ist das im großen Zusammenhang und das ist dann einfach ein Spiegel davon. Logisch ist es irgendwie dämlich, wenn nachher ein Kunstwerk für drei Millionen verkauft wird und wir haben es gemacht für 200'000. Dann kommst du dir schon irgendwie dumm vor, aber das ist halt so. Ich meine, so läuft es überall und irgendwo muss ja das Geld reinkommen, das du davon leben kannst. Und ja, irgendwo musst du arbeiten, damit Geld reinkommt. Und lieber so, dass du irgendwie einen Ort hast, wo du deine Freiheiten hast und du es gut hast mit den Leuten.«

Auch in dieser geradezu kapitalismuskritischen Stellungnahme kommt wieder der Hinweis auf Perversionen des Kunstmarktes und die enormen Diskrepanzen bei Aufteilung des erzeugten Mehrwerts eines Kunstwerks zwischen den verschiedenen Parteien. Der fatalistische Hinweis, so laufe es ja überall, und die eigene Lage sei ja nur ein guter Spiegel für das, was in der Gesellschaft schief läuft, mündet dann wieder in die versöhnliche Feststellung, dass man ja hierdurch zu Job und Brot kommt und dies noch unter insgesamt positiven Arbeitsbedingungen.

Ein befragter Emaillierer nimmt auf die Frage nach dieser Diskrepanz zwischen Marktpreisen und den Löhnen im Betrieb folgendermaßen Stellung auf unsere Frage: »Und wie es für Dich, wenn Du siehst, dass typischer Weise ein gefertigtes Objekt für sieben Millionen verkauft wird, und Ihr schafft hier für Löhne, die sicherlich okay sind, aber nicht daran mit verdient?«

»Ja, das schon, zum Teil. Gerade wenn du eine Arbeit hast, die mühsam und irgendwie [...] Es gibt ja Sachen, wo du eigentlich das Kunstwerk oder so auch cool findest. Und dann macht es auch Freude es mög-

lichst gut hinzubekommen. Und es gibt Sachen, wo du denkst, das sagt mir nichts. Und vielleicht hast du keinen Kontakt mit dem Künstler, oder der ist auch noch mühsam irgendwie und dann fragst du dich schon: Mit was ist die Wertsteigerung gerechtfertigt? Ja, eigentlich, deine Arbeit ist schon okay gezahlt, aber nachher, sobald es fertig ist und ausgestellt wird ...«

Anders gesagt ist die oft atemberaubende Wertsteigerung des mit eigener Hände Arbeit, Sachverstand und viel Mühe und Schweiß mit-erzeugten Werks im Kunstmarkt schwer nachvollziehbar, geschweige denn angesichts des geringen Anteils, der dabei für die Produktion abfällt, moralisch zu rechtfertigen. Solange man sich aber mit dem bearbeiteten Werk und dem Künstler identifizieren kann und die Arbeit Spaß macht, scheint dieser Zustand akzeptabel.

Eine andere Art Fabricator wird gefragt: »Das stört Euch dann nicht, dass man selber ein beschränktes Budget hat, aber auf dem Markt wird es teuer verkauft?« Ihre Reaktion spiegelt gut die für viele Befragte kennzeichnende Dichotomie von »hier drinnen« und »dort draußen« als zwei getrennten Welten mit unterschiedlichen Rationalitäten und Regeln:

»Das ist dann auf dem Markt und dann ist es draußen. Ja – der Kunsthandel ist ja eh so ein eigenes Ding, was dann nachher passiert. Also wir finden es dann jeweils schon krass, wenn wir an so einer bestimmten Kreation gearbeitet haben und die dann unglaublich teuer verkauft wird. Aber man vergisst es dann auch wieder, wie teuer ein Objekt ist.«

Auch hier wieder ein klarer Hinweis auf eine kritische, ja ablehnende Distanz gegenüber dem Kunstmarkt und seiner Dynamik, die die Entlohnung der eigenen Investitionen an Mühe und Kreativität in das Kunstwerk oft geradezu lächerlich gering erscheinen lassen. So »krass« man das aber auch findet – man vergisst es dann auch wieder und macht sich ans nächste Werk. Das Vergessen bzw. Verdrängen dieser Widersprüche ließe sich durchaus als Beitrag zur Aufrecht-

erhaltung jener kollektiven Hypokrisie der Kunstwelt interpretieren, die Grundlage ihrer spezifischen Magie ist.

»Eine Welt von kleinen Beträgen«

Vergessen und Verdrängen fällt jedoch schwer, wenn man als Dienstleister mit knappem Budget auf die VertreterInnen des großen Geldes auf der Seite des Kunstmarktes trifft, wie uns ein hier nochmals zitierter Kunstgießer erläutert:

»Ich lebe in einer Welt von kleinen Beträgen, sage ich einmal. Und dann haben wir Kunden, die leben in einer total anderen Welt als ich, da mache ich mir ja gar keinen Begriff. Und darum muss ich das halt dann auch [...] Dann haben wir Kunden wie die Bank X oder die Bank Y und die ganz großen Künstler und Institutionen und Gemeinden oder Krankenhäuser– und was wir auch immer da an Kunden haben, institutionell. Die X. Stiftung, denen gehört ja die Hälfte der Stadt. Was ist für die eine Million? Das ist einfach nichts. Ja, sie beschwerten sich dann bei uns wegen ein paar Tausendern, die wir darüber sind. Also ja, klar, die haben auch ihre Budgets, die haben das ja auch geplant und können dann nicht einfach so finden: ›Ja, jetzt geben wir euch ein bisschen mehr« oder so, das geht natürlich auch nicht. Das ist mir schon klar. Aber ja, dort haben wir einen normalen Handwerker-, nicht ein ganz normaler, aber wir haben einen Handwerker-Beruf und können – obwohl unsere Sachen eben nachher auf dem Kunstmarkt ein x-Faches des Produktionsbetrages generieren können – nicht solche Preise machen, das geht einfach nicht. Es wäre natürlich schön, wenn wir dort in irgendeiner Form beteiligt wären, aber was an einer Auktion herauskommt, das hat dann auf uns keine Rückwirkung mehr.«

Wie zu hören ist, agiert man jeweils in einer Welt eigener Größenordnungen und Rationalitäten: Die Art Fabricators erscheinen in diesem Narrativ als kleine Fische im großen Gewässer des Geschäfts mit der

Kunst und sehen sich in der Rolle des schwächsten Glieds des Netzwerks. Der Gedanke, es wäre doch wünschenswert, in irgendeiner Weise am im Kunstmarkt hervorgebrachten Mehrwert teilhaben zu können, taucht in verschiedenen Interviews in unterschiedlichen Variationen auf. Ein Projektleiter formuliert das so:

»Und nochmal, es ist letzten Endes, wenn man sich mal den Kunstmarkt anschaut, und schaut, wo liegen denn eigentlich die Margen, dann liegen die ja nicht in der Produktion. Die Margen liegen ja ganz woanders und letzten Endes wäre es meiner Meinung nach ... äh ... in vielen Bereichen nicht das Problem, die Marge ein bisschen [...] wenn für die Produktion ein bisschen mehr Marge abfallen würde, wenn man mal schaut, wo, sie dann am Ende liegen. Das ist ja auch nicht mal der Künstler, der die fette Kohle macht.«

Ganz im Gegensatz zu den klar zum Ausdruck kommenden kritischen Reaktionen auf die Auswüchse des Kunstmarktes, wo bei Messen oder Auktionen die Produkte der »Großproduktion von Kunst« (Bourdieu) gehandelt werden, findet man im »Feld der eingeschränkten Produktion« und des Primärmarktes für Kunstgüter weiterhin Formen mehr oder weniger fairen Umganges mit Margen bei Kosten und Erträgen. Immer wieder wiesen die Befragten auf eine Art ungeschriebene Faustformel, nach der die an der Geschäftsbeziehung beteiligten Akteure gewissermaßen ein einfaches Gentleman-Agreement befolgen. Ein Projektleiter erläutert uns das folgendermaßen:

»Also eben, es ist ja meistens etwa ein Drittel Produktionskosten, dann ein Drittel an die Galerie und ein Drittel Künstlerhonorar; kann aber auch dort noch stark ändern. Das ist jetzt je nach dem, oft ist für eine Galerie ein Drittel schon zu wenig, dann machen sie Halbe-Halbe und für uns bleibt dann noch irgendwie ein bisschen etwas, aber ich weiß nicht, da wisst ihr wahrscheinlich sogar besser Bescheid, wie das funktioniert. Je nachdem, wie die Preisaufteilung ist. Eben, sobald es hier weg ist, bekommen wir oft nicht mehr genau mit, was mit diesen

Arbeiten passiert, wie oft sie verkauft werden, wo sie hingehen, wo sie landen.«

Wenn solche Fair-Play-Regeln im persönlichen Umgang zwischen den verschiedenen Akteuren des Primärmarktes in der Regel noch zu funktionieren scheinen, so gerät der sich bei erfolgreichen KünstlerInnen einstellende Kommerz, sei es bei Auktionen oder Kunstmessen, schnell aus diesen Bahnen und erscheint aus der Perspektive vieler Art Fabricators völlig willkürlich, ja geradezu zynisch.

»Nein sorry, für was arbeite ich?«

Eine Kollegin legt uns in diesem Zusammenhang die Lektüre einer bekannten Publikation zur Kunstwelt ans Herz und sagt:

»... Ihr habt es wahrscheinlich innerhalb von zwei Tagen durch. Es ist einfach eine recht niederschwellige Abhandlung über den Kunstmarkt: Wie funktioniert die Art Basel, wie funktioniert die Biennale, wie funktioniert eine Auktion, wie funktioniert ein Kunststudio. Ein Studio ist eine Fabrik, die von einem Künstler geleitet wird und im Namen des Künstlers Kunst produziert. Extra wirklich so gesagt [...] Und es ist so hart. Wenn du als Kunstgießer dieses Buch liest, dann findest du, nein sorry, für was arbeite ich? Aber das ist der Mechanismus rundherum.«

Die in verschiedenen Gesprächen in ähnlicher Weise herauszuhörende Frustration über die Widersprüche der Kunstwelt spiegeln immer aufs Neue die spannungsgeladenen Beziehungen zwischen künstlerischer Arbeit hier und Kommerz dort, zwischen Liebe zur Kunst und Kunsthandel wider. Dies bringt ein Mitarbeiter im Gespräch auf folgenden Punkt:

»Es sind halt die Leute, die dann Geld haben, 100'000, 200'000, 300'000 für irgendetwas zu bezahlen. Ja, dort könnte ich auch wieder

in den Clinch kommen, dass ich irgendwann finde: Ja, das mache ich einfach nicht mehr mit. (lacht)«

Unsere Frage darauf: »Aber so weit ist es noch nicht?«

»Nein, so weit ist es noch nicht. Ich bin immer noch [...] durch das, dass der Künstler noch dazwischen ist, der das eigentlich verkauft, ist für mich noch ein bisschen Distanz da.«

Die herauszuhörende Aversion gegenüber den kapitalistischen Zügen des Kunsthandels wird anscheinend dadurch erträglich, dass man als Art Fabricator ja selbst keine direkte Beziehung zum Kunstmarkt hat, sondern dessen Auswüchse nur aus der Ferne beobachtet und den Künstler als »Puffer« hat, zu dem mehrheitlich ein sehr positives Verhältnis besteht. Der immer wieder benutzte Begriff »Kunstmarkt« lässt diesen wie reifiziert als eine obskure äußere Macht erscheinen und nur selten wird, wie im Falle eines Projektleiters, konkret auf seine Akteure verwiesen:

»Es ist, ich denke, das sind Mechanismen des Kunstmarktes, die da, die alle zusammenspielen, das ist ein Zusammenspiel von Künstlern, Institutionen, Galerien, Sammlern, extrem weites Feld (lacht).«

Im Gefüge der verschiedenen Akteure des Kunstmarkts spielen die Art Fabricators kaum eine Rolle, ja werden sogar weitgehend ausgeblendet und totgeschwiegen. Sie werden nicht nur kaum auf erzeugten Mehrwert ihrer Erzeugnisse beteiligt, sondern auch vom mit diesen Werken und ihrem öffentlichen Auftritt verbundenen symbolischen Kapital weitgehend ausgeschlossen. Meistens sucht man als BetrachterIn großformatiger Kunstwerke vergeblich nach Spuren ihrer Entstehungsorte: Das Ausblenden der konkreten Entstehungsbedingungen solcher Werke hat System, oft genug wird mittels juristischer Knebelverträge mit rechtlichen Sanktionen gedroht, sollten Art Fabricator ihre Mit-Urheberschaft am Werk öffentlich reklamieren.

Dafür gibt es zwei unterschiedliche Begründungen. Eine Projektleiterin meinte dazu:

»Wieso genau weiß ich auch nicht. Vielleicht gibt's durchaus Künstler oder Künstlerinnen, die finden: lieber nicht zu laut heraus posaunen, dass ich das nicht selber gemacht habe! [...] Ich weiß es nicht. Ich weiß nicht, wie heute die Haltung ist gegenüber der eigenen Idee, oder, oder ob das vielleicht sogar zum guten Ton gehört, dass man etwas produzieren lässt.«

Einen ganz anderen Zusammenhang stellt der Chef einer großen Kunstgießerei her, wenn er erläutert:

»Naja, also es gibt heute auch eine viel geringere Kundenbindung als früher. Also früher, ein Henry Moore, nicht nur ein Henry Moore, auch andere Künstler, da gab es durchaus sehr viele Leute, die hatten ihre Gießerei und dabei blieb es auch. Und da gab es noch einen gewissen Stolz sozusagen den Namen zu haben. Heutzutage ist das eher so, hier und da und so, es wird rumgesprungen und da möchte man gar nicht mehr die Differenzierung zwischen den Gießereien haben, weil man sich damit unter Umständen ja auch ein Stück weit angreifbar macht am Markt. Und dass einer sagt: ›Oh, erst lässt er da gießen und dann gehst du, weiß nicht, da irgendwo hin.‹ Also die möchten das möglichst eigentlich ausblenden. Das Ziel ist natürlich, möglichst günstig zu gießen, das ist immer das Ziel.«

Bei dieser Interpretation aufgrund der langjährigen einschlägigen Erfahrung einer Kunstmanufaktur-Familiendynastie werden also schlicht rein ökonomische Mechanismen der Profitmaximierung bzw. Kostenminimierung als Ursache des systematischen Verschweigens von Kooperationen zwischen KünstlerInnen und Kunst-Werkstätten genannt. Beide Sichtweisen schließen einander nicht aus und die genannten Motive können ja auch Hand in Hand gehen und einander wechselseitig verstärken. In verschiedenen Interviews wurde immer

aufs Neue darauf hingewiesen, dass wir es bei der Art Fabrication mit einem hochgradig konkurrenzbetonten Markt zu tun haben, der gerade für DienstleisterInnen in Hochlohn-Ländern wie der Schweiz, aber auch Österreich und Deutschland Wettbewerbsnachteile birgt und dazu zwingt, auf höchste Qualitätsmaßstäbe zu setzen. Darüber hinaus war des Öfteren die Rede von deutlichen Veränderungen der Nachfrage, wie uns eine Mitarbeiterin einer Kunstmanufaktur erläutert:

»Was uns schon auch, also mit was wir sehr beschäftigt sind, ist auch, das ist zumindest mein Gefühl in dem Moment, dass das Geld, das geht jetzt eben auch um öffentliche Gelder, so ein bisschen schwindet. Das ist halt [...] also es wollen immer noch genauso viele Leute ein Stück von dem Kuchen. [...] Und ich glaube auch, was sich geändert hat, und das sehe ich auch aus einer anderen Perspektive, dass Kunstwerke, große Kunstwerke, große Skulpturen nicht mehr einfach so in Auftrag gegeben werden, um sie dann nachher zu verkaufen. Sondern es ist meistens schon klar oder schon verkauft, bevor es in die Produktion gegeben wird. Also das ist ja auch so, vor zehn Jahren, behaupte ich jetzt mal, ist die Tendenz noch anders gewesen. Dass man eher mal so, ach ja, jetzt lassen wir das mal produzieren, und dann schauen wir mal, wer das [...], dass man schon wusste, das könnte jetzt dem und dem Sammler vielleicht noch irgendwie zusagen, aber man hat es dann einfach mal produzieren lassen. Und das passiert nicht mehr.«

»Das Ende einer Ära?«

Verschiebungen und Unwägbarkeiten auf dem ohnehin intransparenten Kunstmarkt lasten stark auf den Kunstmanufakturen. Als viel schwerwiegender könnten sich jedoch disruptive technologische Veränderungen erweisen, die das Metier des Art Fabricators direkt tangieren und möglicherweise aushöhlen bzw. obsolet werden lassen. Es geht konkret um den Einsatz von 3D-Druckern, die bisher aufgrund

ihres beachtlichen Preises noch kaum Eingang in die Alltagspraxis der Kunstproduktion gefunden haben. Die Bedrohung, die hierbei von dieser technischen Revolution für die Art Fabrication ausgeht, schildert uns eine Kunstgießerin mit folgenden Worten:

»Also, und wie weit geht das noch. Kann man dann irgendwann auch Bronze so in 3D drucken, dass man keinen Guss mehr braucht? So, also weißt du, das sind alles so Ideen oder, ja, also das ist jetzt sehr so, und wahnsinnig kurzsichtig, das so jetzt quasi, oder den Schluss so zu ziehen, aber das sind schon Gedanken, die ich mir auch mal mache. Inwiefern braucht es uns dann noch?«

Ihr nordamerikanischer Kollege spricht gar von einem dramatischen Epochenwandel:

»Wir sind hier in einer sterbenden Industrie in einer sehr abgelegenen Gegend. 3D-Drucken tritt an, um den Gießerei-Metallguss zu ersetzen – ich werde das noch selbst erleben. Es ist ein sehr interessanter Wendepunkt, das Ende einer Epoche und der Übergang zu einer neuen Technologie im größeren Zusammenhang der Industrieproduktion unserer Gesellschaft. Es ist eine wirklich aufregende Zeit, das noch zu tun, was wir tun. Das Ende einer Ära und der Beginn einer neuen Ära, und damit beschäftigen wir uns täglich. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis dass dieser 3D-Drucker so erschwinglich wird, dass er die Öfen ersetzt.«

Aber noch ist es nicht so weit und bei allen pessimistischen Zukunftsszenarien durch die Perfektionierung digitaler Fertigungsprozesse gilt es zunächst einmal, die aktuell gegebenen gesellschaftlichen Widersprüche der in dieser Studie beleuchteten kapitalistischen Produktionsverhältnisse von Kunst offenzulegen und einer kritischen Prüfung zu unterziehen.

Hierbei geht es uns nicht primär um die Sozialfigur des Künstler-Entrepreneurs und die Konsequenzen dieser Art von Kunst-Schaf-

fen-Lassen für die öffentliche Wahrnehmung und Legitimität von Kunst, über die die Kunstgeschichte der Zukunft ihr Urteil sprechen wird. Aus soziologischer Sicht geht es hier und jetzt vielmehr darum, das Phänomen der Kunstproduktion in Lohnarbeit als Teil einer umfassenderen spätkapitalistischen »Bereicherungsökonomie« (Boltanski und Esquerre 2017) zu begreifen und damit auf die gesellschafts- und kulturpolitische Notwendigkeit zu verweisen, heute analog zu den gewerkschaftlichen Interessensvertretungen für die ArbeiterInnenschaft des industriellen Kapitalismus angemessene Formen der öffentlichen Anerkennung von Leistungen und Interessen einer stetig wachsenden Population von Dienstleistern auf den Hinterbühnen der Künste und einzufordern.