

Zeitschrift: Outlines
Herausgeber: Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft
Band: 12 (2022)

Artikel: Kunst-Entrepreneure und ihre Dienstleister : ethnografische Beobachtungen auf der Hinterbühne der Kunst
Autor: Schultheis, Franz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1002813>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kunst-Entrepreneure und ihre Dienstleister. Ethnografische Beobachtungen auf der Hinterbühne der Kunst

Franz Schultheis

Unser Beitrag beschäftigt sich mit einer ganz besonderen Form der Hervorbringung von Kunst. Ihre Produkte sind nicht nur auf verschiedenen Bühnen – etwa Museen, Biennalen, Galerien oder Kunstmessen – prominent vertreten und sichtbar, sondern sie sind ebenso im öffentlichen Raum, beispielsweise als Kunst am Bau, in Industrieunternehmen oder Banken wie auch als urbane Kunst an öffentlichen Plätzen allgegenwärtig und durch ihre oft enormen Ausmasse und ästhetische Wucht unübersehbar.¹ Ganz anders steht es um die Orte ihrer Erzeugung und die dort beschäftigten gleichsam namen- und gesichtslosen Art Fabricators. Hierbei handelt es sich um eine spezifische Gruppe von Erwerbstätigen, die in Auftragsarbeit «Kunst für Künstler machen», wie es ein von uns befragter Vertreter dieses Gewerbes formulierte. Sie produzieren in Lohnarbeit Kunst für Kunstschaffende, die ausgehend von einer mehr oder minder konkreten, mehr oder minder ausgereiften Idee eines Werks dessen praktische Erzeugung an Dritte delegieren, ohne in der Regel dabei physisch anwesend zu sein oder gar selbst Hand anzulegen. Diese Form der Auslagerung von künstlerischer Arbeit durch unternehmerisch agierende Künstler an für sie tätige Dienstleister, die im Tausch gegen Lohn den von ihnen miterzeugten materiellen wie symbolischen Mehrwert eines Kunstwerks an den Art Entrepreneur abtreten, schien uns in soziologischer Sicht dermassen symptomatisch für den aktuellen Kunstbetrieb und signifikant für die Stellung von Kunst in unserer spätkapitalistischen

Gesellschaft, dass wir ihr eine eingehende empirische Forschung widmeten. In den Jahren 2017 bis 2019 besuchte unser kleines Forschungsteam an der Universität St. Gallen ein gutes Dutzend solcher Kunstmanufakturen in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, Kanada und den USA, um dort mittels ethnografischer Methoden – vor allem durch ausführliche qualitative Interviews mit mehr als 40 Art Fabricators – den Fragen nachzugehen, welche spezifischen Produktionsformen und -verhältnisse diese so wenig sichtbare Hinterbühne der Kunstwelt kennzeichnen, wie Angebot und Nachfrage bei dieser besonderen, um nicht zu sagen sonderbaren Dienstleistung interagieren oder Auftragsarbeiten konzeptuell respektive vertraglich definiert und vereinbart werden.² Weiterhin fragten wir uns, inwiefern die von Unwägbarkeiten begleitete Produktion singulärer Güter mit betriebswirtschaftlichen Erfordernissen und Rationalitäten in Einklang gebracht werden kann und wie hierbei die künftigen Kunstwerke in Kostenvoranschlägen preislich möglichst exakt beziffert werden.³ Vor allem aber interessierte uns aus soziologischer Warte, wie diese Dienstleister an der Kunst anderer ihre Rolle sehen und wie sie den aus ihrer Hand stammenden Anteil an der Herstellung eines Kunstwerks beurteilen. Hier geht es um die Selbstverhältnisse, (berufs-)biografischen Werdegänge und Identitäten der befragten Art Fabricators sowie schliesslich auch um ihren Blick auf die Art World im Allgemeinen und den Kunstmarkt im Besonderen.

Soziologische Fragestellungen und Erkenntnisinteressen

In soziologischer Sicht wird Kunst immer und per se kollektiv hervorgebracht. Beteiligt sind zunächst all jene Akteure der Kunstwelt, die an der Konsekrationskette von Künstlerinnen oder Künstlern und ihren Werken Anteil haben und mittels des ihnen je eigenen ökonomischen, sozialen und symbolischen Kapitals an der Durchsetzung einer Position im Kunstfeld – ihrer Sichtbarmachung und Legitimation – aktiven Anteil haben. Hierzu sind Dozierende an Kunsthochschulen, Galeristinnen, Sammler, Kuratorinnen, Art Consultants, Museumsleute, Journalistinnen oder Journalisten und viele andere mehr zu zählen, die meistens in Form von etablierten Netzwerken Kunstwerke und Kunstschaffende weihen, ins Rampenlicht stellen und ihnen öffentliche Aufmerksamkeit zuteil werden lassen. Je namhafter und sichtbarer in der Art World diese indirekten «Produzenten» von Kunst, je grösser

das in einem Netzwerk vereinte soziale und symbolische Kapital, umso grösser die Konsekrationsmacht.⁴

Doch um diese oft namhaften Akteure auf der glamourösen Bühne der Kunstwelt geht es hier nur sekundär. Uns interessieren vielmehr gerade die vielen, die in der Regel als unsichtbare, ja geradezu gesichts- und namenlose Vermittler am Zustandekommen eines Werks beteiligt sind. Hierzu zählen etwa Assistenten, Technikerinnen, künstlerische Beratung, Versicherungen und nicht zuletzt auch Kunstmanufakturen mit den bei ihnen tätigen Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlichster (Kunst-)Handwerke und technischer Berufe. Im Falle der Auslagerung von Kunstproduktion in solche Werkstätten kommt es, wie aufgezeigt werden sollte, zu einer besonders ausgeprägten Distanz zwischen künstlerischer Initiative – einer mehr oder weniger klaren Idee, einem mehr oder weniger ausgefeilten Konzept, einer mehr oder weniger elaborierten Skizze eines möglichen Werks – und der materiellen, praktischen Fertigung eines auf ihrer Grundlage realisierten Kunstwerks mit jeweils mehr oder weniger grosser Nähe und Ähnlichkeit zur ursprünglichen Vorstellung.

Für die hier kollektiv zu leistende Magie der Transformation profaner, in Lohnarbeit erstellter Objekte in Kunstwerke inkommensurablen Wertes wirft diese fast vollständige Abkopplung einer zunächst oft vagen künstlerischen Kopfgeburt von deren durch Dritte in komplexen arbeitsteiligen Verfahren mit vielen Übersetzungsleistungen, Hürden und Unwägbarkeiten zu erbringenden praktischen Realisierung in besonders hohem Masse kritische Fragen an die Vorstellung einer singulären künstlerischen Autorschaft und ihrer Begabung zu charismatischer Verzauberung auf. Wie mehrfach seitens unserer Befragten thematisiert, steht diese Form der Kunstproduktion in oft scharfem Kontrast zur immer noch vorherrschenden Vorstellung vom künstlerischen Schaffen und von den für dessen Wertschätzung vorausgesetzten gestalterischen Fertigkeiten. Auch wenn sich die interviewten Art Fabricators selbst demonstrativ von dieser als «romantisch» etikettierten Auffassung von Kunst distanzieren, kam doch immer wieder direkt oder indirekt zum Ausdruck, dass auch ihre eigene Wertschätzung von Kunst mit dem Umstand verknüpft bleibt, dass Künstler und Künstlerinnen selbst Hand anlegen und das von ihnen reklamierte Werk aktiv und materiell mitgestalten. Anders gesagt birgt die Sozialfigur des Art Entrepreneur ein beachtliches Potenzial an kognitiven Dissonanzen betreffend die mit ihr einhergehenden Ansprüche auf Anerkennung einer Allein-Autorschaft an Werken aus der Hand Dritter.

Wie aber soll man sich die auf breiter Front zu beobachtende Überhöhung der tatsächlichen, hochgradig arbeitsteiligen Prozesse dieser Form von Kunstproduktion erklären? Wie lässt sich kontrafaktisch das romantisch verklärte Bild des einsamen genialen Schöpfers eines singulären Gutes angesichts des allzu offenkundig kollektiven Charakters von dessen Hervorbringung aufrechterhalten? Was bringt alle beteiligten Akteure dazu, sich an der hierzu notwendigen Verkennung und Verdrängung zu beteiligen und an diesem Spiel des Als-ob stillschweigend zu partizipieren? Seitens des Künstlers liegt die Antwort wohl auf der Hand. Seine Rolle als Autor, der mit seinem Namen und seiner Signatur das Kunstwerk allein autorisiert und ein «Ding» erst zu einem «Kunstwerk» transsubstantialisiert beziehungsweise adelt, findet in ihm den direkt und primär an der Aufrechterhaltung dieser kollektiven Illusion Interessierten. Auch die an der Vermarktung – sei es als Anbietende, sei es als Nachfragende – teilhabenden Akteure, etwa Galeristen und Sammlerinnen, wie wohl auch die in den Weihstätten der Kunst mit diesen Objekten befassten Professionen, dürften am Lüften des – ja eigentlich offenkundigen – Geheimnisses kaum ein besonderes Interesse haben. Aber wie steht es mit denjenigen, die auf der Hinterbühne der Kunstproduktion und im Schatten der Künstlerin oder des Künstlers arbeiten? In unserem Forschungsprojekt wollten wir uns diesen wenig sichtbaren und selten zu Wort kommenden «Kunst-Schaffenden» zuwenden und versuchen, diese Zusammenhänge mit ihren Augen zu sehen, so, wie sie uns ihre Sicht der Dinge in Tiefeninterviews schildern.

«Wir machen Kunst für Künstler.»

Bei unseren Interviews mit Art-Producern der beforschten Kunstgiessereien fragten wir unter anderem, wie sie denn den Charakter ihrer Arbeit und ihre Rolle für Aussenstehende schildern. Ein Schreiner mit abgebrochenem Studium der Kunstwissenschaft erläutert:

«Meistens können [es] sich die Leute [...] nicht so recht vorstellen: <Aber diese Künstler, machen die das denn nicht selber?> Das ist immer irgendwie so die Standardfrage, wo du sagst, ja nein [...]. Einer alleine kann das gar nicht buckeln. Und heute ist das halt so, dass mega viel ausgelagert wird. Ja, wir sind eine Firma, die Kunst macht für Künstler [lacht]. Wenn du so willst.»

Auf unsere Nachfrage, ob die Leute sich dafür interessierten, dass aufgrund seiner Mitarbeit an diesem Kunstobjekt dann auch sein Name dastehe, verneint er, das sei nie ein Thema, und fährt fort:

«Die Leute sind dann irgendwie so resigniert. Dann fallen sie aus allen Wolken. Ja was, Künstler, ja der macht gar nichts. Die kommen irgendwie noch nicht so recht klar mit dem konzeptuellen Werk. Oder, also dass es [...] um die Idee geht und [...] die Ausführung kann irgendjemand machen [...], ich glaube, das definierst du ja: Was ist Kunst und was ist die Aufgabe von Künstlern. Und ja, Kunst ist auf eine Art ein Spiegel der Gesellschaft. Und [...] dass [...] gewisse eine Niederlassung in China haben, das spiegelt ja eine Art auch unser System wider, wie es läuft.»

Wir heben auf den Sachverhalt ab, dass der Kopf mehr verdient als die, die es ausführen, und dass die Trennung von Handwerk und Idee damit bekräftigt wird. Ob ihn das nicht störe, dass in der Kunst so etwas reproduziert werde? Seine Antwort:

«Ja, aber ich sehe es im Fall echt so [...], also wenn hier etwas falsch läuft, dann ist das im grossen Zusammenhang und das ist dann einfach ein Spiegel davon. Logisch [...] ist das mega dämlich, wenn nachher ein Kunstwerk für drei Millionen verkauft wird und wir haben es irgendwie gemacht für 200'000. Dann kommst du dir schon [...] dumm vor, aber das ist [...] gegeben. Ich meine, so läuft es überall.»

In dieser Schilderung der Rolle einer Firma, die «Kunst für Künstler macht», wie es einer der Befragten ausdrückte, präsentiert uns der Gesprächspartner ein aus verschiedenen Perspektiven beleuchtetes Bild eines ganz besonderen Segments der Kunstwelt. Zunächst betont er, dass nach eigener Erfahrung die hier geleistete Arbeit an der Kunst von der Öffentlichkeit weitgehend ignoriert, ja wenn überhaupt wahrgenommen wird, dann konsterniert, da der geläufigen Vorstellung vom Künstler und seinen Schaffen widersprechend.

Wir fragen einen Metallhandwerker einer Kunstgiesserei: «Und wenn du die Kunstwerke siehst, wird dort ersichtlich, dass ihr dort zur Wertschöpfung beigetragen habt?» Seine Antwort:

«Nein. [...] Nicht auf den ersten Blick. [...] [Einen] Kunstgiessereistempel gibt es in der Regel auf jedem Kunstwerk, aber nicht sichtbar, sondern untendran. Also [...] du [...] kannst [...] schauen, welche Giesserei das gemacht hat, aber das ist nicht auf den ersten Blick ersichtlich.»

Wir mutmassen, das werde wahrscheinlich bewusst so gemacht, woraufhin er erwidert, dass es wohl, wie bei einem Gemälde, eher darum gehe, dass die Künstlersignatur sichtbar sei, und schliesst: «Der Hersteller ist direkt verdeckt.»

Dieser Standpunkt in Bezug auf die weitgehende Unsichtbarkeit der materiellen Produzenten des Kunstwerks rechtfertigt sich mit dem Hinweis auf die Signatur des Künstlers auf einem Gemälde. Auf den ersten Blick mag dies stimmig wirken, bedenkt man aber, dass das Gemälde ja im Prinzip und in der Regel von der Hand des Künstlers geschaffen wurde und bei dem hier zur Diskussion stehenden Kunstwerk von Eigenhändigkeit keine Rede sein kann, dann wirkt eine solche Erklärung wenig überzeugend. Bezeichnenderweise spricht der Kunsthandwerker in diesem Zusammenhang davon, dass der Hersteller «direkt verdeckt» werde, ein interessanter Verweis auf die hier mitschwingenden, wenn auch nicht explizierten Regeln der Kunst, nach denen die Einzigartigkeit des Kunstwerks in der Signatur eines singulären Subjekts wurzelt und dies auch kontrafaktisch gewahrt werden muss, um der Verwandlung eines von fremder Hand materiell hergestellten Dings mit bezifferbaren Material- und Herstellungskosten in ein symbolisches Gut von unschätzbarem Wert keinen Abbruch zu tun.

Die Nachfrage: «Stört das einen? Wenn man so viel an Schweiss und Zeit investiert hat?» erhält zur Antwort:

«Nein, ich finde das eigentlich noch ganz okay, dass man ... seinen stillen Anteil hat, an einem Projekt. Klar, wenn man vielleicht noch ein paar Hintergrundinformationen über ein gewisses Kunstwerk haben will bei der Recherche, [...] wäre es manchmal hilfreich zu wissen, wer hat das gemacht. Manchmal kommst du auch in der Recherche nicht drauf [...]. Das finde ich ein bisschen schade, ich finde es okay, wenn es nicht auf dem Kunstwerk steht, aber ich würde es sehr nützlich finden, wenn man [...] in den Dokumenten [...] herausfinden [könnte], wer das gemacht hat. [...]

Da [...] gehst du googeln und [...] kannst es suchen, wie du willst, du findest es einfach nicht raus, wer das gemacht hat.»

Warum dieses Verschweigen? Ist der Beitrag der Produzenten am Erfolg, am Gelingen des Kunstwerks und seiner Qualität nicht der Rede wert? Wenn ein von den Akteuren der Kunstwelt in Interviews immer wieder zitiertes Motto lautet, «the winner takes it all», so haben wir es hier mit einer radikalen Variante davon zu tun: Der Autor – im Singular – eignet sich durch seine Signatur bei der Abnahme ein Produkt, das weitestgehend durch fremde Hand mittels fremden Fachwissens und fremden handwerklichen Können zustande kam, mit einem Alleinbesitzanspruch an. Sein Name fügt einem materiellen Ding, das er / sie vielleicht zum ersten Mal anlässlich der Vernissage zu Gesicht bekommt, ein Brand hinzu. Kraft der Markierung mit seiner Signatur transformiert er es in ein symbolisches Gut, ein Akt, dessen Magie nach Pierre Bourdieu durchaus mit jenem der Transsubstantiation in einem religiösen Ritual zu vergleichen ist und wie Letzteres allein durch den kollektiven Glauben an die Legitimität der hier vollzogenen Verzauberung möglich und wirksam wird.

Aber wie sehen das die bei diesem Akt der besitzindividualistischen Aneignung und Entfremdung eines kollektiv hervorgebrachten Gutes enteigneten Produzenten, die an der jetzt in Gang gesetzten Kette der Mehrwertproduktion im Kunstfeld keinerlei Ansprüche und Anteil haben werden?

«... und jetzt machen wir daraus eine Skulptur»

Wenn die Künstler «es» nicht selber machen, wie entsteht dann das Kunstwerk? Hören wir hierzu die Erläuterungen eines Projektleiters:

«Also wenn ein Künstler zur Kunstgiesserei kommt, kommt er oft [...] erst mal mit einer vagen Idee, [...] es können Künstler sein, die sagen, hier, that's it, das will ich haben, was ich spannender finde, ist, wenn Künstler kommen und sagen, ich stelle mir irgendwie vor, dass das so und so sein kann, ich weiss aber noch nicht, wie [...] und ob das überhaupt funktionieren kann. [...] Künstler [versuchen] ja auch Grenzen auszuloten, auch Grenzen

des Materials, überhaupt der Machbarkeit, und dann geht es los, das Projekt irgendwie zu entwickeln, und das ist da, wo ich sehr gern [...] mich einschalte und wo wir dann versuchen, Ideen zu entwickeln, wie man sich dem nähern kann, Techniken zu entwickeln, auszuprobieren, Muster zu machen, Mock-ups zu machen, anhand dieser Muster, Mock-ups, dann weiter Entscheidungen zu treffen und so halt dieses Projekt zu schärfen, und das dann vom kleinen Versuch in grössere Dimensionen zu übertragen [...]. Ich bin da so, denk' ich [...], die Schnittstelle [...], also ich arbeite halt schon auf der einen Seite mit dem Künstler zusammen, wo wir das zusammen entwickeln, und muss auf der anderen Seite dann in die Werkstätten kommunizieren, muss dann [...] aber auch die Produktion mitbetreuen, Qualitätskontrolle, bis hin zur Installation des Werks.»

Mit anderen Worten erfolgt der Auftakt zur Produktion durch die Nachfrage von Kunstschaffenden, oft aber auch einer Galeristin oder eines Sammlers, nach Dienstleistungen im Hinblick auf ein Projekt, das häufig zu Beginn noch sehr vage sein kann. Immerhin kam der Künstler als Auftraggeber im geschilderten Falle ja noch persönlich zur Erläuterung seiner Idee und Sondierung ihrer praktischen Umsetzbarkeit. In anderen Fällen erfolgt der Auftrag aus der Ferne durch einen anonymen – im Sinne von nicht persönlich bekannten – Mandanten, wie uns ein zur Zeit der Feldforschung in der Giesserei am eigenen Kunstwerk tätiger Künstler schildert:

«[Wir] haben hier so viele Projekte, in welchen der Künstler nie da ist. Die sind teilweise nicht eine Sekunde da. Es gibt Projekte, die gehen von da direkt in die Galerien und in der Galerie sehen es die Künstler zum ersten Mal. Es hat mich völlig überrascht.»

Er zeigt sich über diese Form der distanzierten Delegation künstlerischer Umsetzung überrascht, um nicht zu sagen konsterniert, da er selbst, ausgestattet mit einem Künstlerethos der «alten Schule», ganz selbstverständlich Hand an sein Werk legt, es in seinem Entstehungsprozess von der ersten Idee bis zur Fertigstellung begleitet und nur die technische Infrastruktur sowie von Zeit zu Zeit die Unterstützung von Mitarbeitenden in Anspruch nimmt.

Andere hingegen scheinen die direkte aktive Beteiligung an der Schaffung «ihres» Werks gar nicht erst zu suchen, senden ihre Idee als Skizze per Fax oder Mail und haben sich anscheinend auch keine sonderliche Mühe mit ihrer Ausarbeitung gemacht, wie es ein Steinbildhauer unverblümt auf den Punkt bringt: «Es gibt Künstler, die eine Furzidee haben und diese den Leuten überlassen.» Sein Kollege, ein Metallhandwerker, bekräftigt: «Da gibt es Projekte, die laufen über Monate. Du siehst den Künstler nie.» Hinsichtlich dieses Grenzfalls eines totalen Outsourcens kreativer Arbeit äusserten sich alle Befragten kritisch, während sie ansonsten die von ihnen gepflegten Formen der Arbeitsteilung mit den Kunstschaffenden eher positiv bewerten und dies gerade dann, wenn sie in die Entwicklung eines noch relativ offenen Projektes aktiv involviert werden, wie es uns ein Giessereitechniker erläutert:

«Der Künstler kommt [...] ja nicht und sagt, so, ihr müsst das jetzt so und so [...] machen. Sondern der Künstler sagt, ich [...] stelle mir vor, dass man diesen Eindruck haben soll, [...] vielleicht kommt er mit einem Gedicht an und sagt [...], und jetzt machen wir daraus eine Skulptur – alles möglich.»

«Alles möglich» bei dieser Form der Dienstleistung heisst auch, dass man Auftraggeber zufriedenstellen muss, die von der Materie selbst keine Ahnung haben: «Wir machen wirklich alles», beteuert ein Projektleiter. Er fährt fort:

«[Vom] weltberühmte[n] Künstler bis zur Hausfrau eines reichen Ehemannes kommen [alle] zu uns. Dann hat es schon Leute, die überhaupt keine Ahnung von der Materie haben. Mit dem muss man umgehen können. Es gibt wirklich Leute, die null Ahnung haben vom Handwerk oder von der Materie. Solche Momente sind schwierig, aber es gehört dazu.»

In allen Interviews und Fokusgruppen-Gesprächen, die wir geführt haben, kam dennoch unmissverständlich zum Ausdruck, dass die Produzenten der Kunstwerke vor Ort es sehr schätzen, aktiv an Entscheidungen zur Umsetzung der anfänglich oft ja noch sehr unbestimmten Idee beteiligt zu sein und in gewissem Sinne als Partner des Kunstschaffenden zu wirken. Ein Projektleiter formulierte dies folgendermassen:

«Wie gesagt, ich freue mich immer sehr über Projekte, [...] wo man Anfang noch nicht weiss, was am Ende rauskommt.»

Frage: «Also das heisst, wo man [...] dann so quasi gemeinsam [...] etwas entwickelt, oder?»

Antwort: «Ja, genau. Und wo man auch Dinge zulässt, wo man mit den Dingen, die in der Entwicklung entstehen, auch bereit ist, [...] zu arbeiten und auch Freude daran hat [...] Es ist immer ein sehr schöner Moment, wenn man irgendwas macht, man hat eine Intention, dann setzt man das um, und auf einmal [...] steht das Werk vor einem und dann fängt auf einmal das Werk an zu einem zurückzusprechen. Und auf einmal sieht man da Dinge, die man vorher noch gar nicht in Betracht gezogen hat. Und wenn dann diese Offenheit da ist, mit diesen Dingen umzugehen, dann kann das eine sehr angenehme und interessante Arbeit sein.»

«Macht es einfach mal»

Die Offenheit des schöpferischen Prozesses, die anfängliche Ungewissheit in Bezug auf das Resultat, das sich ja erst im Prozess des schrittweisen Experimentierens mit Material und Form herauskristallisiert, ist ein zentrales Kriterium der Definition künstlerischer Arbeit. Aus dem Munde des Projektleiters klingt es ganz so, als ob dieser schöpferische Prozess für ihn ein kollektiver, partizipativer Vorgang wäre, was in seltsamen Kontrast zu der weiter unten präsentierten dezidierten Ablehnung einer Mitautorschaft am Kunstwerk steht.

Jedenfalls scheint die in allen Gesprächen deutlich manifestierte hohe Arbeitszufriedenheit der Giesserei-Angestellten im hohen Masse mit den gewährten Freiräumen für kreative Gestaltung zu korrelieren, wie es uns ein Schreiner schildert:

«Jetzt wollte ein Künstler mehrere Muster von ausgegossenem Holz. [...] Er meinte, <macht es einfach mal>, und dann ist es cool, dass wir alles aus dem Schrank nehmen konnten und das probie-

ren durften. Dann ist es cool, weil man kreativ sein kann. Entweder findet der Künstler dies geil oder nicht [...], aber er zwingt dich nicht schon zu Beginn, in die eine Richtung zu gehen. Dann kannst du [...] recht frei arbeiten und das macht schon Spass.»

Und später: «Und vom Typus her, ja ich glaube [...], alle sind daran interessiert, dass sie ihr eigenes Ding machen können und dass sie ihre Freiheit haben und dass sie sich da irgendwie einbringen können. Das ist sehr wichtig, dass man irgendwie auch merkt, dass man nicht gebremst wird.»

Andere Kunstschafter wiederum, die durch Abwesenheit glänzen, erzwingen eben dadurch, dass der Ausführende selbstständig wichtige Entscheidungen trifft und an den Wegmarken des Projekts autonom die Richtung wählt: «Ein chinesischer Künstler will nicht permanent involviert sein, nur wenige Sitzungen, dann muss man selbst die Entscheidungen treffen», so ein Giessereitechniker im Gespräch. Das «eigene Ding» machen können, ohne fremdbestimmt zu sein – auch hier wieder eine Qualifizierung einer Tätigkeit, die in idealtypischer Weise mit dem Beruf des Künstlers assoziiert wird.

Diese Freiräume, auf welche die Mitarbeitenden unisono viel Wert zu legen scheinen, setzen aber auch voraus, dass Künstlerinnen und Künstler ihre Präsenz am Ort des Geschehens in Grenzen halten beziehungsweise nicht zu viel dreinreden: «Die Leute kommen vorbei und sagen, es stimmt, aber [ich] möchte es dunkler haben. Oft sind sie auch nicht da. Mir ist es lieber, wenn der Kunde nicht immer nebenan steht. Es ist nicht angenehm.»

Als ideale Form der Kooperation mit den Kunstschaftern wird in den verschiedenen Gesprächen immer wieder ein Typus interaktiver Auseinandersetzung auf Augenhöhe beschrieben, bei der beide Seiten ihre jeweiligen Ressourcen an Kompetenzen – Kreativität, technisches Know-how, ästhetisches Urteil oder anderes – wechselseitig anerkennen und einbringen können, wie es uns ein Projektleiter erläutert:

Frage: «Und dann tauscht man sich wahrscheinlich regelmässig auch aus mit dem Künstler [...], wenn du jetzt sagst, das spricht zu dir, spricht das dann auch auf dieselbe Weise zum Künstler, oder wie ist das Verhältnis da?»

Antwort: «Das ist dann halt sehr unterschiedlich, [...] wie gesagt, [...] es gibt Künstler, die haben diese Offenheit dafür oder die wollen das auch, [...] die finden das spannend, diesen Weg zu gehen ... Ja, auf jeden Fall ist Kreativität extrem wichtig, weil Kreativität ist ja nicht nur, jetzt den grossen Wurf einmal hinzulegen, sondern [...] [es] ist auch wichtig, immer wieder kreativ zu sein. Immer wieder zu überlegen, wie kann man Dinge herstellen [...] ich denke, das ist wichtig, [...] dass man da von verschiedenen Seiten herangeht [...] und sagt, was will ich eigentlich, welche Saiten will ich anschwingen, wo in der Gefühlswelt, [...] das sind ja nicht zwangsläufig Produktionsprozesse, über die man da nachdenkt. Und wir müssen dann versuchen, zu verstehen, [...] in welche Richtung das gehen soll und wir müssen dann kreativ sein, wenn es die Produktionsprozesse betrifft. Und uns dann überlegen, [...] mit welchen Prozessen, mit welchen Techniken [...] oftmals verwenden wir auch irgendwelche Techniken aus ganz anderen Bereichen und versuchen die dann zu adaptieren oder die auf ganz neue Felder anzuwenden, um eben immer wieder ganz neue Ausdrucksformen zu finden. Die es so halt vielleicht noch nicht gegeben hat. Und das beinhaltet schon auch sehr viel Kreativität, auf jeden Fall.»

Und in einem Nachsatz fügt er an, «... und vielleicht auch künstlerisch gegensteuern, extra fordern.»

Auch die Intensität der Interaktion zwischen den Kunstschaffenden und denen, die kunsthandwerklich für sie arbeiten, variieren je nach Fall stark. Ist der Künstler noch in einem offenen Suchprozess, so kommt es nach Aussagen eines Metallbearbeiters zu stärkeren aktiven Teilhaben:

«Wenn man bei ihm merkt, er ist noch ein klein wenig ... Ja, er ist noch offen, er saugt noch auf, er sieht überall noch Sachen. Da merkst du schon recht schnell, wie jemand unterwegs ist. Dann kannst du doch noch etwas <Futter> geben, dann kannst du sagen, da schau mal, das wäre noch möglich. Das ist eigentlich der Prozess, auch bei uns in der Firma. Ihn, den Künstler, kannst du noch anregen [...], [ihm] kannst du vielleicht noch auf die Sprünge helfen, was auch noch gehen könnte. Und das passiert [...] relativ

oft, dass die Künstler [...] vage umrissene Ideen haben und dann bei uns durch die ganzen Materialitäten noch auf neue Ideen kommen.»

Von der kollektiven Hervorbringung zur individuellen Aneignung von Kunstwerken

Trotz der schwer zu leugnenden wesentlichen Teilhabe der Art Fabricators beziehungsweise der jeweiligen Manufaktur an der Hervorbringung von Kunstwerken sucht man bei Big-Scale-Kunstwerken fast immer vergeblich nach Spuren ihrer Entstehungsorte: Das Verschweigen, ja gezielte Unsichtbarmachen der konkreten Entstehungsbedingungen solcher Werke hat System und wird, nach Aussagen befragter Kunstsachverständiger, oft genug durch juristische Knebelverträge mit rechtlichen Sanktionen durchgesetzt.

Fragt man nach den Ursachen dieses Kaschierens, so stösst man auf zwei unterschiedliche Begründungen. So meinte eine Projektleiterin:

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

Einen ganz anderen Zusammenhang sieht hier der Chef einer traditionsreichen Kunstgiesserei, wenn er erläutert:

«Naja, also es gibt auch heutzutage eine viel geringere Kundenbindung als früher. [...] [N]icht 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, [...] es wird rumgesprungen und da möchte man gar nicht mehr die Differenzierung zwischen den Giessereien so gerne haben, weil man sich damit ja auch ein Stück weit dann unter Umständen 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.»

Kunst im Zeichen spätkapitalistischer Bereicherungsökonomie

Jenseits der grundlagenwissenschaftlichen Erkenntnisinteressen war es Ziel unserer Studie, die eklatanten gesellschaftlichen Widersprüche der analysierten kapitalistischen Produktionsverhältnisse auf der Hinterbühne der Kunst offenzulegen und einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Dabei geht es uns nicht primär um die Sozialfigur des Art Entrepreneurs und die Konsequenzen dieser Art von Kunst-schaffen-Lassen für die öffentliche Wahrnehmung von Kunst. Hierüber wird die Kunstgeschichte der Zukunft ihr Urteil sprechen. Aus der Sicht der Soziologie geht es hier und jetzt darum, das Phänomen der Kunstproduktion in Lohnarbeit als Teil einer umfassenderen spätkapitalistischen Bereicherungsökonomie⁵ zu begreifen, der Kritik zu unterziehen und damit auf die gesellschafts- und kunstpolitische Notwendigkeit zu verweisen, heute analog zu den gewerkschaftlichen Interessenvertretungen für die Arbeiterschaft des industriellen Kapitalismus, angemessene Formen der öffentlichen Anerkennung der Leistungen und Interessen einer stetig wachsenden Gruppe von Kulturschaffenden und Kreativarbeitern zu entwickeln.⁶

- 1 Vgl. Weinhart 2009.
- 2 Neben dem Autor zählten Patricia Holder, Nina Fahr und Thomas Mazzurana zum Team. Diese Feldforschung erfolgte zunächst im Rahmen eines vom Autor geleiteten Doktorandenseminars an der Universität St. Gallen als Pilotstudie am Beispiel der St. Galler Kunstgiesserei und wurde danach dank einer Förderung durch den Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung SNF auf weitere einschlägige Produktionsstätten von Kunstwerken ausgeweitet. Eine ausführlichere Version dieser ethnologischen Studie ist Schultheis 2020.
- 3 Siehe hierzu Schultheis 2017 sowie Ullrich 2016.
- 4 Siehe hierzu Schultheis et al. 2015 und 2016.
- 5 Boltanski/Esquerre 2017; Henning et al. 2019.
- 6 Siehe hierzu Menger 2009.

Literaturverzeichnis**Boltanski/Esquerre 2017**

Luc Boltanski, Arnaud Esquerre, *Enrichissement. Une critique de la marchandise* (NRF essais), Paris: Gallimard, 2017.

Henning et al. 2019

Christoph Henning, Franz Schultheis, Dieter Thomä, *Kreativität als Beruf. Soziologisch-philosophische Erkundungen in der Welt der Künste* (Kulturen der Gesellschaft, 39), Bielefeld: transcript, 2019.

Menger 2009

Pierre-Michel Menger, *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain* (Hautes études), Paris: Gallimard/Seuil, 2009.

Schultheis et al. 2015

Franz Schultheis, Erwin Single, Stephan Egger, Thomas Mazzurana, *Kunst und Kapital. Begegnungen auf der Art Basel* (Kunstwissenschaftliche Bibliothek, 44), Köln: Walther König, 2015 (engl. Parallelausgabe unter dem Titel *When Art Meets Money. Encounters at the Art Basel*).

Schultheis et al. 2016

Franz Schultheis, Erwin Single, Raphaela Köfeler, Thomas Mazzurana, *Art Unlimited? Dynamics and Paradoxes of a Globalizing Art World* (Cultures of Society, 20), Übersetzungen von James Fearn, Bielefeld: transcript, 2016.

Schultheis 2017

Franz Schultheis, «On the price of priceless goods. Sociological observations on and around Art Basel», in: *Journal for Art Market Studies*, 1 (2017), Nr. 1, S. 69–82, <http://dx.doi.org/10.23690/jams.v1i1.7>

Schultheis 2020

Franz Schultheis, «Wir machen Kunst für Künstler». *Lohnarbeit in Kunstmanufakturen. Eine ethnografische Studie*, Bielefeld: transcript, 2020.

Ullrich 2016

Wolfgang Ullrich, *Siegerkunst. Neuer Adel, teure Lust*, Berlin: Wagenbach, 2016.

Weinhart 2009

Martina Weinhart, «The Making of ... Art», in: *The Making of Art*, hrsg. von Martina Weinhart und Max Hollein, Ausst.-Kat. Schirn Kunsthalle, Frankfurt a. M., 29.5.–30.8.2009, Köln: Walther König, 2009, S. 30–37.