

Einige Beiträge des Sammelbandes gehen der Frage nach, wie kulturelle Werte Dinge erst zu ökonomischen Objekten ‚machen‘ (Welz). Andere befassen sich mit den Rückwirkungen ökonomischer Leitkonzepte auf gesellschaftliche und kulturelle Werte. In diesem Sinn spürt Sonja Windmüller der performativen Wirksamkeit materiell-körperlicher Figuren wie dem Börsenticker als rhythmisierendem Instrument nach. Auf den engen Zusammenhang zwischen ökonomischem Handeln und Selbstwert verweist die Ethnologin und Kunsthistorikerin Silke Meyer.

Der Ertrag dieses Bandes liegt für kulturwissenschaftliche und kulturökonomische Betrachtungsweisen nicht in der stark strapazierten Kritik an der Ökonomisierung aller Lebensbereiche. Das Nachdenken über Werte weist hier vielmehr über den engeren Rahmen von Ökonomik in ihrer heutigen Auslegung hinaus. Die besondere Leistung besteht darin kulturgeschichtliche, diskursanalytische und empirische Analysen unter einer gemeinsamen Forschungsperspektive aufeinander zu beziehen. Im Anschluss hieran lassen sich die Konzepte ‚Wert‘ und ‚Ökonomie‘ fortan nicht mehr im Singular denken.

*Christina Buck\**

*Zeppelin Universität Friedrichshafen*

### **Literatur**

CAILLÉ, Alain (2000): *Anthropologie du don: Le tiers paradigme*. Paris: Desclée de Brouwer.

HERZFELD, Michael (2001): *Economies*. – In: Ders., *Anthropology. Theoretical Practice in Society*. Malden, Oxford: Blackwell Publishers, 90-117.

Michael HUTTER: *Ernste Spiele. Geschichte vom Aufstieg des ästhetischen Kapitalismus*. Paderborn (Fink) 2015, 276 Seiten und 70 Abb. sowie 15 Farbtafeln.

Wirtschaft und Kultur, gerne kontradiktorisch aufgefasst, stehen bekanntlich in produktiver Interdependenz zueinander – und dies nicht erst, seit Konzepte wie Kulturwirtschaft und Kreativitätsimperative Konjunktur haben. Es sind im Gegenteil jahrhundelange Entwicklungen, in denen sich die „zentrale Verflechtung von Wirtschaft und Kultur“ herausbilden konnte (S. 10). Michael Hutter interessiert sich vor diesem

\* Email: c.buck@zeppelin-university.net.

Hintergrund sowohl für Aspekte wechselseitiger Wertschöpfung zwischen den Sphären, als auch für die „Muster der Akkumulation, in denen über die vergangenen sechs Jahrhunderte hinweg das Kapital geschaffen und reproduziert worden ist, mit dessen Hilfe in der ästhetischen Wirtschaft der Gegenwart das Feuer immer neuer erregender Erlebnisse entfacht wird.“ (S. 11) Hutter will somit die beiden autonom vorgestellten Sphären von Marktgeschehen auf der einen, von Kunstszene auf der anderen in ihren wechselseitigen Beeinflussungen beleuchten und als Ergebnis einer „Koevolution von Wertspielen, sogenannten ‚ernsten Spielen‘,“ erklären (S. 14). Ausgehend von spieltheoretischen Konzepten, sogenannten ästhetischen und kommerziellen Spielen, setzt Hutter „neue Formen der Darstellung im globalen Bildkunstspiel“ mit entsprechenden „kommerziellen Spielen“ in Beziehung zueinander (S. 30). Die unterschiedlichen kommerziellen und kulturellen Spielzüge geraten „ständig aneinander und ineinander“, lösen „Irritationen“ aus und „generieren neue Varianten von Spielzügen“ (S. 32). Mit dem Begriff der „Irritation“ erweitert Hutter das traditionelle Narrativ der Ausdifferenzierung autonomer Wertsphären in Europa seit der Renaissance. Den sich immer wieder berührenden und irritierenden „Koevolutionsprozessen von Bildkunst und Erlebniswirtschaft“ (S. 33) folgt Hutter zunächst in drei historischen Phasen bzw. Fallstudien, in denen Reaktionen auf künstlerische ‚Erfindungen‘ untersucht werden. Hierzu gehört die Verbreitung der Linearperspektive zwischen 1425 und 1680, also die ‚Erfindung‘ eines ästhetische Illusion erzeugenden Bildraumes; wobei aus der ursprünglichen künstlerischen Irritation der Raumtäuschung ein Vergnügen an selbstgeschaffenen Formen in der Art ständig neuer Bilderfindungen erfolgte (S. 93). Das zweite Fallbeispiel behandelt das britische Konzept der ‚Politeness‘ zwischen 1720 und 1760 mit den für diese Zeit charakteristischen Konversationsbildern, mit denen nicht nur die „Illusion kollektiver Gemeinschaft“, sondern auch eine „mentale Disposition“ geschaffen wurden, die die kommerzielle Sphäre beeinflussten (S. 121). Das dritte Fallbeispiel betrachtet die Herausbildung ästhetischer Sphären am Beispiel von Mies van der Rohes *Seagram Building* in New York und Andy Warhols Photostrecke *Flower Series*, mit denen eine Vorstellung „der Grundregeln des globalen Bildkunstspiels von elitären zu populären Bedeutungsinhalten und von singulären zu wiederholbaren Werken“ erfolgte (S. 155). Rekonstruiert werden somit im ersten Teil Veränderungen in kommerziellen Spielen, die „ihren Ursprung in Erfindungen außerhalb der Wirtschaft hatten, und zwar im Kontext von Spielen, bei denen es um ästhetisch erfahrbare Qualitäten geht.“ (S. 159)

Es sind grundlegende Spielregeln, die das Gewöhnliche durch Auslassung des Überflüssigen im ‚Modernismus‘ oder durch Übertreibung in der Pop Art verfremden. Hutter interessieren somit die Veränderungen, die aus der seit dem 14. Jahrhundert entstehenden Kapitalwirtschaft „einen ästhetischen Kapitalismus gemacht haben, mit einem ungewöhnlich stark wachsenden Sektor der Produktion und Konsumtion von Kreativ- und Erlebnisgütern.“ (S. 159)

Diesem Verständnis von Kunstwerken der Vergangenheit, die laut George Kubler wie astronomische Körper, deren Licht uns Jahre und Jahrhunderte später erreicht, wirken, folgt Hutter auch im zweiten Teil der Studie, in der das symmetrische Gegenstück dieser Veränderung untersucht wird, also die Irritationen durch Veränderungen in der Wirtschaft, die den „Spielverlauf in Spielen der Bildkunst“ beeinflussten, so dass es zu neuen Bilderfindungen kam. Anhand von Bildpaaren, zwei flämischen Bildern (Petrus Christus: *St. Eligius in seiner Goldschmiedewerkstatt*, 1449 und Pieter Aertsen: *Fleischstand mit Flucht aus Ägypten*, 1551), zwei Werken aus Paris (Antoine Watteau: *Ladenschild des Gersaint*, 1720 und Edouard Manet: *Bar im Folies-Bergère*, 1882) sowie zweier Werke aus Los Angeles (Andreas Gursky: *99 Cent*, 1999 und Takeshi Murakami: *Luis Vuitton Shop*, 2007) werden Einflüsse ökonomischer Kontexte untersucht. In allen drei Beispielpaaren geht es um den Zusammenprall von Kommerz und Kunst, es geht um ästhetische Antworten auf kommerzielle Entwicklungen, die nach zwei Mustern verlaufen: dem Muster wechselseitiger Abfolge von Irritationen und Erfindungen, durch die „es zu neuer Wertschöpfung im Wirtschafts- bzw. im Bildkunstspiel kommt“ sowie dem Muster der Akkumulation, welches die Möglichkeit für Innovationen in Folgeperioden erweitert (S. 235).

Diese Übertragung versteht Hutter als einen logischen Sprung, „durch den Bedeutungswelten miteinander verknüpft werden, ohne dass damit die Neuschöpfung vollständig begründet werden kann“ (S. 235f.), wobei es Hutter um eine Analyse der Prozesse geht, in denen sich ästhetische Ressourcen „ständig erneuern“ (S. 159). Identifiziert werden drei Perioden der Koevolution von Wirtschaft und Kultur: zwischen 1425-1680 eine Phase, in der sich die Vorstellungskraft verändert; zwischen 1720-1890, in der sich eine Vielfalt der Geschmacksspiele herausbildet; eine Phase seit 1950 mit der Variation des Gewöhnlichen.

Es ist ein fulminanter Wurf, den Hutter mit dieser Studie vorgelegt hat. Er gelangt über den Einsatz spieltheoretischer Möglichkeiten zu neuen Erkenntnissen hinsichtlich kultureller und ökonomischer Innovation per Irritation und Akkumulation. Auch wenn man möglicherwei-

se andere Fallbeispiele als Kulminationspunkte der Innovation benennen könnte, so würde dies in keiner Weise die höchst inspirierenden theoretischen Annahmen dieser Studie widerlegen. Nicht zuletzt einer im Wesentlichen auf der Oberfläche plätschernden Kultur- und Kreativwirtschaftsdebatte vermag die historische Tiefenschärfe über den wechselseitigen Bezug von Kultur und Ökonomie wichtige Einsichten zu eröffnen.

*Steffen Höhne\**

*Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar*

Franz SCHULTHEIS, Erwin SINGLE, Stephan EGGER, Thomas MAZZURANA: Kunst und Kapital. Begegnungen auf der Art Basel. Köln (Verlag der Buchhandlung Walther König) 2015.

Schultheis et al. nehmen in ihrer Publikation „Kunst und Kapital“ die sensationsbewusste Schilderung immer neuer Superlative – teuerstes Gemälde aller Zeiten, der wertvollste lebende Künstler etc. – in den Medien zum Anlass, um den „Umbruch der Beziehung von Kunst und Geld“ am Fall der Art Basel nachzuzeichnen. Das Thema wird als lohnender Untersuchungsgegenstand angesehen, weil die Moderne Kunst seit Ende des 19. Jahrhunderts gerade von dem Mythos lebe, eine „andere Wirklichkeit in Form zu gießen, heterotopisch, jenseits der Zumutungen des Alltäglichen gelegen“ (S. 7). Eine solcherart autonome Kunst durfte unter den Bedingungen der Moderne nur nach Maßgabe der Ästhetik zu Geld werden (S. 7). Die Autoren vermuten, dass gegenwärtig – bedingt durch den Umbruch des Verhältnisses von Kunst und Geld – ein Wandel in der Bewertung dessen, „was als ‚echte‘ Kunst zu gelten hat“ (S. 7) zugunsten der Seite des Geldes im Gange sei. Diesem Wandel soll am Fall der Art Basel nachgespürt werden.

Die Publikation integriert eine „Ethnographie“ der Art Basel, durchgeführt an deren Veranstaltungsorten in Basel und Miami Beach (S. 8). Es wurden 80 Interviews geführt, Beobachtungen des Messebetriebs angestellt, „hunderte Einträge aus standardisierten Fragebögen“ ebenso einbezogen wie statistisches Sekundärmaterial (S. 8). Das soziologische Forscherteam der Universität St. Gallen um den ausgewiesenen Bourdieu-Experten Franz Schultheis schließt in Konzeption und Interpretati-

\* Email: [steffen.hoehne@hfm-weimar.de](mailto:steffen.hoehne@hfm-weimar.de).