ECONSTOR

WWW.ECONSTOR.EU

Der Open-Access-Publikationsserver der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
The Open Access Publication Server of the ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Wachter, Silvia

Working Paper

Analyse der Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist nach Crozier und Friedberg

Schriften zur Organisationswissenschaft: Diplomarbeit, No. 15

Provided in cooperation with:
Technische Universität Chemnitz

Suggested citation: Wachter, Silvia (2011) : Analyse der Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist nach Crozier und Friedberg, Schriften zur Organisationswissenschaft: Diplomarbeit, No. 15, http://hdl.handle.net/10419/58205

Nutzungsbedingungen:
Die ZBW räumt Ihnen als Nutzerin/Nutzer das unentgeltliche, räumlich unbeschränkte und zeitlich auf die Dauer des Schutzrechts beschränkte einfache Recht ein, das ausgewählte Werk im Rahmen der unter
→ http://www.econstor.eu/dspace/Nutzungsbedingungen
nachzulesenden vollständigen Nutzungsbedingungen zu vervielfältigen, mit denen die Nutzerin/der Nutzer sich durch die erste Nutzung einverstanden erklärt.

Terms of use:
The ZBW grants you, the user, the non-exclusive right to use the selected work free of charge, territorially unrestricted and within the time limit of the term of the property rights according to the terms specified at
→ *http://www.econstor.eu/dspace/Nutzungsbedingungen*
By the first use of the selected work the user agrees and declares to comply with these terms of use.

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Schriften zur Organisationswissenschaft

Nr. 15

- Diplomarbeit -

Analyse der Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist nach Crozier und Friedberg

Silvia Wachter

2011

Herausgeber: Professur für Organisation und Arbeitswissenschaft
TU Chemnitz
Reichenhainer Str. 39
09107 Chemnitz

ISSN: 1612-7218

Erscheinungsweise: mehrmals jährlich in elektronischer Form (PDF-Datei)

Internetadresse der Reihe: www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/bwl5

Hinweis zum Copyright:

Die in den Schriften zur Organisationswissenschaft veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil darf ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers in irgendeiner Form - durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere Verfahren - reproduziert oder in eine von Maschinen, insbesondere von Datenverarbeitungsanlagen, verwendete Sprache übertragen werden. Auch die Rechte der Weitergabe durch Vortrag, Funk- und Fernsehsendung, im Magnettonverfahren oder ähnlichem Wege bleiben vorbehalten. Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch dürfen nur als Einzelkopien hergestellt werden.
Jede im Bereich eines gewerblichen Unternehmens hergestellte oder benützte Kopie dient gewerblichen Zwecken gemäß § 54(2) UrhG und verpflichtet zur Gebührenzahlung an die VG Wort, Abteilung Wissenschaft, Goethestraße 49, D-80336 München, von der die einzelnen Zahlungsmodalitäten zu erfragen sind.

Analyse der Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist

nach Crozier und Friedberg

Diplomarbeit

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

Betreuer: Frau Dr. Irma Rybnikova
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Lehrstuhl für Organisation und Arbeitswissenschaften

Vorgelegt von: Silvia Wachter
Geboren am 11.07.1984 in Frankenberg

Studiengang Diplom-Wirtschaftspädagogik

Frankenberg/Sa., den 29.04.2011

I. Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsverzeichnis I

II. Ehrenwörtliche Erklärung V

III. Sprachliche Gleichbehandlung der Geschlechter VI

1 Ausgangslage 1

2 Zielsetzungen 2

3 Methodische Vorgehensweise 3

Teil I - Theorie 4

4 Maler und Galerist im gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis 4

4.1 Der Kunstmarkt 4

4.2 Der Galerist 11

4.2.1 Historische Entwicklung 11

4.2.2 Heutige Bedeutung und Aufgabenbereiche der Galerien 11

4.2.3 Persönlichkeitseigenschaften des Galeristen 14

4.2.4 Entwicklungstendenzen und Herausforderungen der Zukunft 15

4.3 Der Maler 16

4.3.1 Historische Entwicklung und Definitionsversuche 16

4.3.2 Der Künstlerhabitus 18

4.3.3 Das Berufsbild des Malers 19

4.3.4 Arbeits- und Berufsverhältnisse der Künstler 20

4.3.4.1 Der Professionalisierungsprozess des Künstlers 21

4.3.4.2 Arbeitsmarktsituation 22

4.3.4.3 Entgrenzung von Arbeit und Leben 27

4.3.4.4 Prekarität des Künstlers 27

4.4 Die Beziehung von Maler und Galerist 29

5 Die strategische Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg 30

5.1 Einordnung der strategischen Organisationsanalyse in den mikropolitischen Hintergrund 30

5.2 Der Akteur und seine Strategie 31

5.3 Das Spiel als Integrationsmechanismus 33

5.4 Die Organisation als Rahmenbedingung 35

5.5 Macht als Merkmal sozialer Beziehung 36

5.5.1 Machtquellen 39

5.5.2 Warum Macht notwendig ist 41

5.6 Kritik am Ansatz der strategischen Organisationsanalyse 42

5.7 Anwendbarkeit des Ansatzes 42

Teil II - Empirie 44

6 Durchführung der Interviews und Beschreibung der Interviewpartner 44

6.1 Maler 44

6.1.1 Schwierigkeiten bei der Durchführung der Interviews mit den Malern 46

6.1.1.1 Die Situation der Künstler in der DDR 47

6.2 Galeristen 50

6.2.1 Schwierigkeiten bei der Durchführung der Interviews mit den Galeristen 52

7 Forschungsergebnisse 53

7.1 Akteur Maler 53

7.1.1 Arbeitsalltag und Selbstverständnis 53

7.1.2 Ziele / Interessen 55

7.1.3 Vergleich mit den in der Theorie gemachten Aussagen zum Künstler 56

7.2 Akteur Galerist 57

7.2.1 Arbeitsalltag und Selbstverständnis des Galeristen 57

7.2.2 Ziele / Interessen 61

7.2.3 Vergleich mit den in der Theorie gemachten Aussagen zum Galeristen 61

7.3 Kunstmarkt 62

7.4 Beziehung von Maler und Galerist 65

7.4.1 Entstehung einer Beziehung 65

7.4.2 Die Art der Beziehung 68

7.4.3 Die Gestaltung der Beziehung 71

8 Anwendbarkeit auf die strategische Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg 74

8.1 Der Akteur und seine Strategie 74

8.1.1 Die Akteurseigenschaften nach Crozier und Friedberg 74

8.1.2 Regeln und Strukturen im Arbeitsverhältnis von Maler und Galerist 77

8.1.2.1 Die Aufgaben des Galeristen 77

8.1.2.2 Die Aufgaben des Malers 80

8.1.3 Strukturierung und Regelung der Aufgaben 82

8.2 Das Spiel als Integrationsmechanismus 86

8.2.1 Freiheit und Zwang des Malers 87

8.2.2 Freiheit und Zwang des Galeristen 88

8.3 Die Organisation als Rahmenbedingung 90

8.4 Macht als Merkmal sozialer Bindung 93

8.4.1 Machtquellen 96

8.4.2 Expertise 96

8.4.3 Kontrollieren und Beherrschen von Beziehungen 98

8.4.4 Kommunikation und Informationsflüsse 100

8.4.5 Benutzung organisatorischer Regeln 101

8.4.6 Einflussnahme der Akteure aufeinander und Auswirkungen des Machtverhältnisses auf die Arbeitsorganisation des Malers bzw. die Arbeitsorganisation des Galeristen 102

9 Schlussfolgerung und Empfehlungen 107

10 Anhang 112

10.1 Quellenverzeichnis 112

10.2 Übrige Verzeichnisse 118

10.2.1 Abkürzungsverzeichnis 118

10.2.2 Abbildungsverzeichnis 118

10.3 Anschreiben Galerie 119

10.4 Fragebögen 121

10.5 Interviews mit Maler und Galeristen 130

III. Sprachliche Gleichbehandlung der Geschlechter

Um die Arbeit leserfreundlich zu gestalten, wurde auf eine durchgehende Nennung beider Geschlechter verzichtet. Vor allem bei den Begriffen Künstler, Galerist und Akteur wird nur die männliche Form verwendet, es kann aber ausdrücklich davon ausgegangen werden, dass immer auch das andere Geschlecht gemeint ist.

1 Ausgangslage

Die Beziehung von Maler und Galerist ist aus wissenschaftlicher Sicht äußerst interessant. Der Maler, welcher als typischer Künstler nach bisherigen empirischen Ergebnissen unabhängig und kreativ arbeitet, nur selten in einem festen Arbeitsverhältnis steht und für seine Arbeit oftmals prekäre Umstände in Kauf nimmt, steht in einem engen Arbeitsteilungsverhältnis mit dem Galeristen. Dieser vermarktet die Kunst des Malers bspw. über den Galeriebetrieb oder die Durchführung von Ausstellungen. Er gilt zudem als Förderer von Kunst und Künstler und vertritt den Künstler vor Sammlern, Kunden und Museumsmitarbeitern. Die Beziehung der beiden Akteure kann als symbiotisch bezeichnet werden. Der Galerist übernimmt für den Maler eine Vielzahl von Aufgaben, welche darin enden, die Kunst des Malers zu veräußern und somit seine Existenz zu sichern. Diese Dienstleistungen des Galeristen erlauben dem Maler, allein seinen schöpferischen Fähigkeiten und Talenten nachzugehen. Der Galerist wiederum ist auf die Schaffung der Kunst des Malers angewiesen. Nur durch den Verkauf dieser Kunst als Ware und der anteiligen Beteiligung am Verkaufswert, kann auch der Galerist seine Existenz sichern. Zwischen Maler und Galerist besteht somit ein wechselseitiges Abhängigkeitsverhältnis. Weiterhin ist die Beziehung von interessanten Faktoren gekennzeichnet. So generieren die besonderen Merkmale des Gutes ‚Kunst' auch Besonderheiten auf dem Kunstmarkt, der vom Galeristen betreten wird. Zudem arbeiten Maler und Galerist, welche sich als Schöpfer neuer Kreativität und als Händler gegenüberstehen meist über viele Jahre zusammen, obwohl ihre persönlichen Eigenschaften und Fähigkeiten weit differenzieren. Diese Art von Beziehung scheint in Wirtschaft und Gesellschaft einmalig zu sein. Lediglich die Beziehung von Künstler und Agenten stehen dem annähernd gegenüber, wobei es sich in dieser Beziehung nicht um den Handel und Verkauf gegenständlicher Objekte handelt.

Die Beziehung von Maler und Galerist wurde wissenschaftlich bisher ausschließlich rechtlich, aufgabenorientiert oder aus Marketingsicht betrachtet, zudem wurde eine problemorientierte Betrachtung der Beziehung vorgenommen.[1] Der Versuch der Erklärung und die Beschreibung der Beziehung von Maler und Galerist unter dem Aspekt des Machtverhältnisses waren bisher noch nicht Forschungsgegenstand einer empirischen Untersuchung.

[1] Meyer, J.-A., Even, R., Marketing im Markt für bildende Kunst, 1997, Raap, J., Vom Tellerwäscher zum

2 Zielsetzungen

Ziel dieser empirischen Diplomarbeit ist es, die Machtbeziehung von Maler und Galerist mit Hilfe leitfadengestützter Experteninterviews zu beschreiben und zu erklären. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen zudem die Rahmenbedingungen, d.h. das Berufsbild des Malers sowie des Galeristen und deren Beziehung beschrieben werden. Anschließend sollen die Machtzusammenhänge zwischen Maler und Galerist im Vordergrund der Betrachtungen stehen. Ferner soll geprüft werden, ob die Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist Einfluss auf die Arbeitsabläufe bzw. die Arbeitsorganisation des jeweils anderen hat.

Theoretische Grundlage der empirischen Untersuchung ist die strategische Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg aus dem Jahr 1979, mit dem von ihnen entwickelten Konzept der Machtspiele.[2] Crozier und Friedberg gehen in ihren Annahmen davon aus, dass alle Beziehungen und jedes soziale Handeln von Macht gekennzeichnet ist. Akteure, welche innerhalb einer Organisation miteinander agieren, müssen bestimmte Rahmenbedingungen und Spielregeln beachten, sind in ihrem Handeln und in ihren Entscheidungen jedoch nie vollständig determiniert. Für jeden Akteur existieren somit Handlungsspielräume. Diese Handlungsspielräume werden von den Akteuren ausgenutzt, um die Durchsetzung eigener Interessen und Ziele zu generieren. Treten Akteure in gemeinsame Interaktionen, haben sie stets das Ziel, ihre eigenen Interessen durchzusetzen. Die Durchsetzung der Interessen erfolgt dabei über die Ausnutzung der Spielräume, welche jedem Akteur individuell Macht verleiht. Macht ist dabei kein negativer Faktor, vielmehr ist Macht ein Aspekt innerhalb jeder sozialen Interaktion und Voraussetzung für langfristiges, interessengeleitetes Handeln.

Die Ergebnisse dieser empirischen Arbeit können helfen, das Verständnis der Beziehung zwischen Maler und Galerist zu intensivieren und neue Aufschlüsse über die Zusammenarbeit dieser beiden Akteure zu geben.

[2] Crozier, M., Friedberg, E., Macht und Organisation, 1979

3 Methodische Vorgehensweise

Nach ausführlicher Literaturrecherche und der Identifikation der Primär- und Sekundärliteratur, werden die Rahmenbedingungen der Diplomarbeit theoretisch erarbeitet und dargestellt. Im Vordergrund werden dabei Arbeitsorganisation und Berufsbild des Malers und des Galeristen, der Kunstmarkt sowie die strategische Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg stehen. Es werden zudem empirische Arbeiten studiert, welche die Anwendung der strategischen Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg thematisieren. Anschließend werden die Machtzusammenhänge von Maler und Galerist, sowie die Einflüsse auf die Arbeitsorganisation, vom Maler auf den Galeristen bzw. die Einflüsse des Galeristen auf den Maler beschrieben und analysiert. Um die Anwendung der strategischen Organisationsanalyse durchführbar zu machen, werden leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt. Für die Durchführung der Experteninterviews wiederum, wird die Entwicklung eines offenen Interviewleitfadens von grundlegender Bedeutung sein. Dieser wird sich an den theoretischen Ausführungen der Diplomarbeit orientieren, also Fragen zum Beruf des Interviewpartners und weitere Fragen, die sich auf die strategische Organisationsanalyse beziehen, enthalten. Es werden zwei Versionen des Interviewleitfadens erstellt. Ein Leitfaden, der auf die Situation des Malers bezogen ist und ein Leitfaden, dessen Fragestellung hilft, die Situation des Galeristen wiederzugeben. Mit Hilfe des Leitfadens sollen die inhaltliche Fokussierung, sowie die selbstläufigen Schilderungen des Interviewpartners gewährleistet werden, zudem soll die Eigenpräsentation der Akteure durch erzählgenerierende Fragen motiviert werden.[3]

Ziel ist es, dass mit jeweils fünf Malern und fünf Galeristen ein leitfadengestütztes Experteninterview durchgeführt wird. Die Anzahl der Interviews wurde gewählt, um verschiedene Perspektiven betrachten zu können und ein repräsentatives Ergebnis, im Rahmen einer Diplomarbeit zu erhalten. Um dabei die Beziehung und das (Macht)Verhältnis von Maler und Galerist wirklichkeitsnah herausarbeiten zu können, sollen Maler und ihre jeweiligen Galeristen interviewt werden. Da sich eine Beziehung und somit auch das Machtverhältnis beider Akteure aber erst durch eine längere Zusammenarbeit herausbilden und entwickeln kann, sollte die Zusammenarbeit von Maler und Galerist mindestens ein Jahr betragen. Wünschenswert ist zudem, dass der Galerist für den Maler mindestens eine Ausstellung durchgeführt hat.

Die Experteninterviews sollen zudem aufgezeichnet werden, um diese anschließend zu transkribieren und dann, auf die Theorie bezogen, Anwendung finden zu lassen.

[3] Vgl. Liebold, R., Trinczek, R., Experteninterviews, 2009, S. 11.

Teil I - Theorie

4 Maler und Galerist im gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis

Um eine Grundlage für die im zweiten Teil folgende Empirie zu schaffen, befasst sich das folgende Kapitel mit den grundlegenden Rahmenbedingungen der Untersuchungen. Es werden Ausführungen zum Maler, dem Galeristen und dem Markt, der erst die Existenz von beiden ermöglicht, gemacht. Um alle diese wichtigen Bestandteile zu einem kompletten und logischen Ganzen zusammen fügen zu können, werden zuerst die Besonderheiten des Kunstmarktes beschrieben, danach werden die beiden Akteure Maler und Galerist charakterisiert und letztlich wird die Verbindung von Maler und Galerist nachgezeichnet.

4.1 Der Kunstmarkt

Den Kunstmarkt aus ökonomischer Perspektive zu beschreiben, stellt sich als problematisch dar, denn der Kunstmarkt gehört nicht zu den Märkten, die den in der ökonomischen Theorie beschriebenen klassischen Märkten nahe kommen.[4] Schon die klassischen Ökonomen, welche sich eingehend mit Märkten und Preisbildung auseinandersetzen, erklärten den Kunstmarkt als Ausnahme, bei der ihre Theorie ihre Grenzen finden würde.[5] Ausgangspunkt für die Betrachtung des Kunstmarktes ist das allgemeingültige Verständnis der Preisbildung, durch das Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage auf dem Markt. Durch die Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage entsteht auf dem Markt der Preis, wobei dieser Vorgang im Falle des Kunstmarktes mit Besonderheiten verbunden ist, die im Verlauf des Kapitels dargestellt werden.

Der Kunstmarkt ist nicht vergleichbar mit einem typischen Gütermarkt, denn es existieren zahlreiche Eigentümlichkeiten, welche den Markt in besonderer Weise charakterisieren. Zudem kann man auch nicht von dem *einen* Markt sprechen, denn es existieren viele kleinere Kunstmärkte, die durch spezifische Teilnehmer, Spielregeln und Voraussetzungen charakterisiert sind.[6] Jedoch sind auch auf dem Kunstmarkt Mechanismen und Faktoren zu finden, die auch einen jeden anderen Markt ausmachen, z.B. das Vorhandensein von Anbietern und Nachfrager, Spekulation, Marketing und marktstrategische Operationen.[7] Die Marktorganisation des Kunstmarktes kann wie folgt

[4] Vgl. Beckert, J., Rössel, J., Kunst und Preise, Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt, 2004, S. 33.
[5] Vgl. Beckert, J. , Rössel, J., Kunst und Preise, Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt, 2004, S. 33.
[6] Vgl. Günter, B., Hausmann, A., Zur Entwicklung des Kunstmarktes. Thesen aus der Sicht des Marketing, 2002, S. 115.
[7] Vgl. Dörstel, W., Kunstmarkt ohne Kunstwerk. Die Zukunft des Kunstmarktes liegt in seiner Beschreibung, 2002, S. 16.

dargestellt werden:[8]

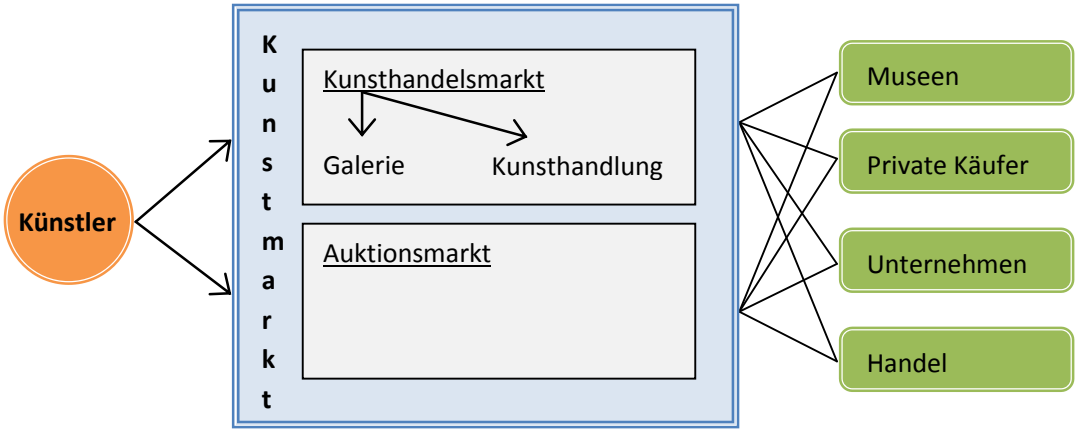

Abbildung 1 - Darstellung des Kunstmarktes

Als Anbieter treten vor allem die Handelsbetriebe Galerie, Kunsthandlung und Auktionshaus auf. Der eigentliche Produzent der Kunst nimmt als Anbieter eine nur nebensächliche Rolle ein. Trotzdem ist es natürlich der Künstler bzw. die Vielzahl der Künstler, welche den Handel mit Kunst in Form von Angebot und Nachfrage überhaupt ermöglichen. Auf der Nachfrageseite des Kunstmarktes befinden sich Museen, private Käufer, Unternehmen und Händler.[9] Ein Museum agiert als Nachfrager auf dem Kunstmarkt, um seinen Aufgaben Bewahren, Erforschen und Präsentieren nachzukommen.[10] Der private Käufer tritt auf dem Kunstmarkt als Nachfrager auf, um seine Bedürfnisse zu befriedigen.[11] Ein Unternehmen wird zum Zweck der Ausstattung von Räumlichkeiten oder aufgrund des Ausbaus seiner Kunstsammlung als Käufer auftreten[12] und der Handel kann als Nachfrager auf dem Kunstmarkt seine Beschaffungsverflechtungen erweitern.[13] Der Kunstmarkt an sich ist zweigeteilt und besteht aus dem Kunsthandelsmarkt und dem Auktionsmarkt. Beide Märkte unterscheiden sich durch ihre Institutionalisierung sowie dem Verhalten der Marktteilnehmer.[14] Der Kunsthandelsmarkt vereint die Anbietergruppen Galerien und Kunsthandlungen.

[8] Darstellung in Anlehnung an Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 5.
[9] Frangen weist darauf hin, dass eine detaillierte Beschreibung und Systematisierung der vier Käufergruppen sehr schwierig ist, da bisher keine empirisch-quantitativen Untersuchungen durchgeführt wurden. Dafür verantwortlich ist lt. Frangen vor allem die fehlende Bereitschaft der Nachfrager, Details und Motive für den Kauf von Kunst offen zu legen. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 144.
[10] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 163.
[11] Mehr zu den Bedürfnissen und deren Befriedigung im weiteren Verlauf des Textes.
[12] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 173.
[13] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 177.
[14] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 5.

Die Galerie an sich handelt mit künstlerischen Produkten des 20. Jahrhunderts, welche Malerei, Grafik, Plastik und Kunsthandwerk umfassen. Sie grenzt sich damit zur Kunsthandlung ab, welche sich mit dem Absatz von Kunst aus älteren Epochen befasst und neben den o.g. künstlerischen Produkten auch Möbel und Antiquitäten anbietet.[15] Für die Betrachtungen innerhalb der Diplomarbeit ist ausschließlich der Kunsthandelsmarkt, mit den Galerien als Handelszentrum entscheidend, weshalb auch der Auktionsmarkt sowie die Kunsthandlung im Weiteren keine Beachtung finden.

Aufgrund seiner quantitativen Eigenschaften, kann der Kunsthandelsmarkt als polypolistisch charakterisiert werden. Von einem Polypol spricht man immer dann, wenn viele Anbieter und viele Nachfrager auf dem Markt existieren. Diese Bedingungen können für den Kunsthandelsmarkt bestätigt werden. Die genaue Anzahl der in Deutschland existierenden Galerien kann nicht genau ermittelt werden. Grund dafür ist die hohe Fluktuation und das Fehlen einer genauen Erfassung. Die Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 2008 hat knapp 9000 Einzelhandelsunternehmungen erfasst, die mit Kunstgegenständen und Bildern handeln.[16] Unter diesen befinden sich mit hoher Wahrscheinlichkeit Galerien, sowie Kunsthandlungen. Die Anzahl der Galerien kann somit nicht abgeleitet werden, deutlich wird aber, dass die Anzahl der mit Bildern handelnden Einzelunternehmungen sehr hoch ist und damit die Anbieterseite ausreichend groß ist. Auch die hohe Anzahl der Nachfrager kann nicht bezweifelt werden.[17] Um weitere Eigenschaften des Kunstmarktes aufzudecken, soll an dieser Stelle eine qualitative Beobachtung des Marktes vorgenommen werden. Um feststellen zu können, ob es sich in qualitativer Hinsicht um einen vollkommenen oder unvollkommenen Markt handelt und um damit ein weiteres Merkmal des Marktes anführen zu können, müssen die für einen vollkommenen Markt geltenden Bedingungen untersucht werden. Ein vollkommener Markt existiert immer dann, wenn homogene Güter gehandelt werden, keine persönlichen Präferenzen beim Nachfrager vorliegen und keine räumlichen und zeitlichen Differenzen zwischen Anbieter und Nachfrager vorhanden sind.[18] Zudem sind Markttransparenz und der Zugang zum Markt entscheidend.

Die Frage nach der Homogenität der gehandelten Güter ist ein erster wichtiger Aspekt bei der Betrachtung des Kunsthandelsmarktes. Obwohl es äußerst schwierig ist, Kunst als Gut zu definie-

[15] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 7.

[16] Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern, Steuerpflichtige Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen nach wirtschaftlicher Gliederung, 2009, S. 12, 05.04.2011,http://www.destatis.de/jetspeed/potal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Fachveroeffentlichungen/FinanzenSteuern/Steuern/Umsatzsteuer/Umsatzsteuerstatistik5733101097004,property=file.pdf.

[17] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 22.

[18] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 10.

ren, ist ein Merkmal immer präsent und bezeichnend: die Einzigartigkeit.[19] Bezogen auf Malerei, unterscheidet sich jedes Bild von einem Anderen allein schon durch äußere Kriterien wie Größe, Technik und Material aber auch inhaltlich durch Stil, Aussage, Subjekt und Qualität.[20] Auch die Handschrift des Malers macht es unverwechselbar zu anderen Kunstwerken und Künstlern, wodurch letztlich kein Bild dem Anderen gleicht.[21] Eine Ausnahme bildet die Grafik. Von einer Grafik wird niemals nur ein Exemplar angefertigt. Die Zeichnung wird auf einer Druckplatte angefertigt und je nach Art und Beschaffenheit der Druckplatte[22] können Abzüge in begrenzter oder unbegrenzter[23] Zahl hergestellt werden. In der Realität existieren ferner erhebliche persönliche Präferenzen unter den Nachfragern. Kunst wird stets subjektiv bewertet aber selbst für den Käufer ist diese Bewertung und Beurteilung der Kunst von Schwierigkeiten geprägt. An dieser Stelle soll versucht werden, die Qualität eines Kunstwerkes aus Sicht des Nachfragers, durch Mengers Qualitätsbegriff von Gütern zu beschreiben.[24]

Um Güterqualität zu erlangen, muss ein menschliches Bedürfnis existieren. Zudem muss es ein Produkt mit den Eigenschaften geben, dieses Bedürfnis zu befriedigen. Der Konsument muss in der Lage sein, den kausalen Zusammenhang zwischen Produkt und Bedürfnisbefriedigung zu erkennen und es muss möglich sein, das Produkt tatsächlich zu erlangen.

Dass es ein Bedürfnis gibt, Bilder zu besitzen, wird durch die Existenz des Kunsthandelsmarktes bewiesen. Dabei existieren unterschiedliche Motive für das Bedürfnis des Bildbesitzes. Talkenberger unterscheidet das Prestigemotiv, das Motiv ein persönliches ästhetisches Bedürfnis zu befriedigen und das Investitionsmotiv.[25] Jedes dieser Motive kann in Reinform existieren, es ist jedoch auch möglich, dass es Motivkombinationen gibt. Vor allem das ästhetische Bedürfnis können Bilder ganz direkt befriedigen. Ästhetische Beurteilung findet dabei aber nicht ausschließlich auf individueller Ebene statt. Auf gesellschaftlicher Ebene wirken sich Normen, Gewohnheiten aber auch Mode und Berühmtheit bestimmend und prägend auf den Geschmack von Individuen aus.[26] Um das Prestigemotiv zu befriedigen, muss das Bild als Symbol für den sozialen Status gelten kön-

[19] In dieser Hinsicht sind sich die Autoren einig, in keinem Buch, Artikel oder Aufsatz wurde eine gegenteilige Meinung zum Ausdruck gebracht. Z.B. Frangen 1983, Talkenberg 1992, Meyer/Even 1997, Beckert/Rössel 2004, u.a.

[20] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 12.

[21] Vgl. Raap, J., Vom Tellerwäscher zum Malerfürsten. Der ultimative Ratgeber für die Künstlerkarriere, 2006, S. 132.

[22] Z.B. Holz, Metall, Stein.

[23] Eine unbegrenzte Anzahl von Abzügen ist nur bei Lithografien möglich, da sich der dort verwendete Stein nicht abnutzt.

[24] Vgl. Menger, C., Grundsätze der Volkswirtschaftslehre, 1968, S. 93.

[25] Vgl. Talkenberger, A., Die Ökonomie des Bildermarktes, Eine informationsökonomische Analyse, 1992, S. 34.

[26] Vgl. Talkenberger, A., Die Ökonomie des Bildermarktes, Eine informationsökonomische Analyse, 1992, S. 40 f.

nen. Das kann nur dann erreicht werden, wenn es für einen Großteil der Gesellschaft nicht zugänglich ist. Um das Investitionsbedürfnis mit Hilfe von Bildern zu befriedigen, muss das Bild handelbar sein und mit einer Wertsteigerung verkauft werden können.[27] Auch das trifft für einen Teil der Bilder zu. Es ist demnach möglich, dass die o.g. Bedürfnisse, welche aus unterschiedlichen Motiven heraus entstehen, befriedigt werden können. Für den Nachfrager ist es zudem möglich den kausalen Zusammenhang zwischen Bedürfnis und Bild zu erkennen und es ist ihm vielmals möglich, dass Bild tatsächlich zu erwerben. Somit kann ein Bild Güterqualität erlangen und grundsätzlich als Gut bezeichnet werden. Zudem haben die Überlegungen noch einmal verdeutlicht, dass es sich stets um subjektive und somit persönliche, wenn auch von der Gesellschaft beeinflusste Präferenzen handelt.

Der Kunsthandelsmarkt ist zudem von räumlichen und zeitlichen Präferenzen geprägt.[28] Frangen beschreibt, dass sich innerhalb Deutschlands bestimmte Regionen oder Standorte herausgebildet haben, die für einzelne Kunstrichtungen als besonders bedeutend gelten. Zudem wird auch die Standortentscheidung einer Galerie, in einem belebten Stadtteil oder eher ländlich gelegen, einen Einfluss auf das Besucherverhalten haben. Daneben ist zu beobachten, dass die zweite Jahreshälfte tendenziell umsatzstärker ist als die Erste. Und auch wenn ein Galerist ein Bild zu einem guten Preis anbietet, garantiert es ihm nicht, dass er auch einen Käufer findet.[29] Nach diesen Überlegungen lässt sich feststellen, dass es sich beim Kunstmarkt um einen unvollkommenen Markt handelt. Ein weiteres Kriterium, um den Markt in qualitativer Hinsicht zu untersuchen, sind Markttransparenz und der Zugang der Marktteilnehmer. Ist ein Markt transparent, liegen dem Nachfrager alle Informationen über das gehandelte Gut, seine Qualität, seinen Preis und weitere Konditionen vor. Wie bereits erwähnt, ist die Einschätzung der Qualität eines Bildes vom subjektiven Empfinden abhängig. Zudem verfügen selbst Kenner nicht über alle Fakten und Informationen.[30] Es liegt demnach keine vollständige Markttransparenz vor. Der Zugang zum Markt scheint nicht beschränkt zu sein, jedenfalls existieren keine rechtlichen Einschränkungen.[31]

Haak und Schmid beschreiben, dass der Arbeitsmarkt für Künstler geprägt ist von stetigem Überfluss und permanentem Mangel.[32] Grund für diese außergewöhnliche Situation ist die Unsicher-

[27] Vgl. Talkenberger, A., Die Ökonomie des Bildermarktes, Eine informationsökonomische Analyse, 1992, S. 44.
[28] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 13.
[29] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 13.
[30] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 13.
[31] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 14.
[32] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 165.

heit, die auf dem Markt herrscht. Der Pool an Künstlern ist für die Käuferseite sehr groß. Die Eigenschaft der Einmaligkeit der Kunstwerke sowie plötzliche Entwicklungen in der Kunst oder die Veränderung von Stilrichtungen führen zu einem großen Angebot. Vorübergehend hat jedoch oftmals nur ein Künstler die Chance, den gesuchten Geschmack zu treffen und damit die Bedürfnisse eines Nachfragers zu befriedigen. Das führt zu einer vorübergehenden Monopolstellung, welche dem Künstler eine „The-Winner-Takes-All" Stellung verschafft.[33] In diesem Fall kann er als Monopolist alle Gewinne einholen, während die Vielzahl der anderen Künstler kein Bild absetzen kann.[34] Diese Situation führt auf dem Kunstmarkt zu symbolischen und materiellen Ungleichheiten.[35] Kollmann spricht zudem von Ineffizienzen, durch welche der traditionelle Kunstmarkt geprägt ist. Ineffizienzen entstehen demnach vor allem durch das dezentrale Netzwerk der Galerien und die dadurch verursachte Intransparenz. Da für den Nachfrager keine zentralen Anlaufstellen für Kunsthandel existieren, ist es für ihn schwierig sich einen Überblick zu den Angeboten zu verschaffen. Der Aufwand, nach einem bestimmten Künstler oder einer Stilrichtung zu suchen, ist für den potentiellen Käufer sehr groß, weshalb potentielle Nachfrage nicht befriedigt werden kann und die von Kollmann angesprochenen Ineffizienzen entstehen.[36]

Die bisherigen Überlegungen, vor allem die Feststellung, dass es sich um einen unvollkommenen Markt handelt, bekräftigten, dass sich auch die Preise auf dem Kunstmarkt unterschiedlich gestalten. Die Frage nach der Preisbildung auf dem Kunstmarkt hat schon zahlreiche Autoren beschäftigt.[37] Die Autoren Pommerehne, Frey und Schneider[38] gehen von der Annahme aus, dass Kunstwerke aus einem Bündel unterschiedlicher Eigenschaften bestehen, die vom Nachfrager einzeln bewertet werden. Können Güter mit unterschiedlichen Eigenschaften ausgemacht werden, lassen sich Preisunterschiede evtl. auf einzelne Eigenschaften zurückführen. Letztendlich lassen sich dadurch Determinanten bestimmen, die Einfluss auf den Preis der Kunstwerke haben.[39] Eine Betrachtung der Märkte, welche die Problematik der Ungewissheit, als Determinante für die Preisbildung einbezieht, findet bei Beckert statt.[40] Ungewissheit entsteht demnach, weil weder Herstellungskosten noch objektivierbare Funktionen des Kunstwerkes ausschlaggebend für den Preis

[33] Vgl. Menger, P.M., Kunst und Brot, Die Metamorphosen des Arbeitnehmers, 2006, S. 51.
[34] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 165.
[35] Vgl. Menger, P.M., Kunst und Brot, Die Metamorphosen des Arbeitnehmers , 2006, S. 51.
[36] Vgl. Kollmann, T., Virtuelle Marktplätze im Kunsthandel, 2002, S. 128.
[37] Frangen 1983, Talkenberger 1992, Becker, Rössel 2004, Frey, Pommerrehne 1995, Pommerrehne, Schneider 1983, Velthius 2003.
[38] Vgl. Pommerehne, W., Schneider, F., Warum bloß ist ein Rauschenberg so teuer? 1983, S. 57 sowie Frey, B., Pommerehne, W., Musen und Märkte, 1993, S. 98 f.
[39] Wichtige Determinanten sind demnach Einkommen der Nachfrager, das Image des Galeristen, die Stilrichtung der Kunst, die Anerkennung und Bekanntheit des Künstlers u.a.m.
[40] Vgl. Beckert, J., Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie? Ungewissheit und die Einbettung wirtschaftlichen Handelns, 1996, S.127 ff.

sind. Damit entsteht für die Nachfrager Ungewissheit über den künstlerischen Wert und den langfristigen ökonomischen Wert des Gutes Kunst.[41] Beckert und Rössel wiederum beschreiben, dass sich die Preisbildung auf dem Kunstmarkt im künstlerischen Produktionsfeld vollzieht und nicht von den benutzten Materialien oder allein vom Angebot abhängig ist. Dabei ist im Besonderen der künstlerische Wert des Bildes ausschlaggebend für die Preisbildung auf dem Markt. Dieser künstlerische Wert wird sozial konstruiert und ist für den Nachfrager mit großer Unsicherheit verbunden.[42] Die Qualität des Werkes und somit auch dessen ökonomischer Wert, wird dabei zunehmend durch einen intersubjektiven Prozess der Bewertung und Reputationsverleihung durch Galeristen, Kuratoren, Kritiker, Kunsthändler, Journalisten und Sammler bestimmt.[43] Die Preisbildung auf dem Markt kann aus diesem Grund nur dann analysiert werden, wenn genau diese reputationsbildenden Institutionen und Mechanismen betrachtet werden.[44] Die Preisbildung auf dem Markt für Kunst scheint von vielen verschiedenen Faktoren abhängig zu sein und eine abschließende Analyse, welche die Entstehung der Preise vollständig erklärt, existiert momentan noch nicht.

Es ist schließlich zu beobachten, dass der Kunstmarkt Veränderungen ausgesetzt ist. Siebenhaar artikuliert, dass der Kunstmarkt durch sein diffuses, ausdifferenziertes und übersichtliches Erscheinungsbild expandiert. Zudem können dynamische Entwicklungen des Kunstmarktes wahrgenommen werden, welche z.T. durch die Ausbildung von Netzwerken bedingt sind.[45] Die Netzwerk-Strategien wiederum binden die traditionelle Kunstmarktinfrastruktur[46] mit ein, bedienen aber auch neue Beziehungsgeflechte.[47] Nach der Einschätzung Siebenhaars werden Galerien in Zukunft neben den klassischen Vermittlungs- und Beratungsfunktionen auch neue Geschäfts- und Dienstleistungsfelder erschließen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und sich den Veränderungen des Kunstmarktes anzupassen. Zusätzliche Leistungen könnten somit z.B. das Anbieten von PR- und Marketingpaketen oder Spezialisierung in der Art der Berliner Galerie Arndt+Partner sein, welche individuelle Führungsdienste auf kulturellen Großereignissen anbietet.[48] Weiterhin wird es

[41] Vgl. Beckert, J., Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie? Ungewissheit und die Einbettung wirtschaftlichen Handelns, 1996, S. 127 ff.
[42] Vgl. Beckert, J.; Rössel, J., Kunst und Preise, Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt, 2004, S. 34.
[43] Vgl. Beckert, J.; Rössel, J., Kunst und Preise, Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt, 2004, S. 34.
[44] Vgl. Beckert, J.; Rössel, J., Kunst und Preise, Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt ,2004, S. 37.
[45] Vgl. Siebenhaar, K., „Beziehungszauber" Oder Vom Unternehmen Kunst in der Entertainment-Gesellschaft, 2002, S. 47.
[46] Darunter Galerien, Museen, Kunstvereine usw.
[47] Vgl. Siebenhaar, K., „Beziehungszauber" Oder Vom Unternehmen Kunst in der Entertainment-Gesellschaft, 2002, S. 47.
[48] Vgl. Siebenhaar, K., „Beziehungszauber" Oder Vom Unternehmen Kunst in der Entertainment-Gesellschaft, 2002, S. 48.

für alle Anbieter von zunehmender Bedeutung sein, sich eindeutig zu positionieren, um sich durch ein klares Image und eine deutliche Angebotsprofilierung auch langfristig behaupten zu können.[49]

4.2 Der Galerist

Als Akteure auf dem Kunstmarkt vermitteln Galeristen in erster Linie Kunst. Das Berufsbild des Galeristen und seine historische Entwicklung sowie die Aufgaben des Galeristen und der Ausstellungsort Galerie soll im folgenden Kapitel näher dargestellt und beschrieben werden.

4.2.1 Historische Entwicklung

Das Berufsbild des Galeristen entwickelte sich um ca. 1900. Ein bedeutender Grund für die Entstehung von Galerien und somit auch von Galeristen ist dabei der Paradigmenwechsel, welcher sich in der Kulturgeschichte zu dieser Zeit abspielte. Ende des 18. Jahrhunderts entfernte sich Kunst zunehmend aus ihren institutionellen Kontexten Kirche und Staat. Ab diesem Zeitpunkt war Kunst auch für das Bürgertum zugänglich, was eine neue Form der Präsentation, des Vertriebes und des Verkaufs von Kunst erforderte.[50] Der Begriff „Galerie“ diente ursprünglich als Bezeichnung für einen überwölbten Wendelgang, hatte also eine rein architektonische Bedeutung.[51] Mitte des 16. Jahrhunderts entstand jedoch durch die Medici in den Uffizien in Florenz eine „galleria“, welche die gesammelten Kunstwerke der Medici zeigte und dem Begriff Galerie auch als Ausstellungsort für Kunst Bedeutung verlieh. Anschließend entstand auch in Paris eine Grande Galerie, in welcher die Meisterwerke der französischen und italienischen Schule ausgestellt wurden.[52] Der Galeriebegriff erlebte schließlich um 1900 eine weitere Transformation und bildete das heutige Verständnis des Galeristen mit der Galerie als Arbeits- und Ausstellungsort heraus. Ab diesem Zeitpunkt wurde der Begriff Galerie als Synonym für ein Einzelhandelsunternehmen gebraucht, dessen Ziel es ist, als Entdecker und Förderer von Künstlern zu agieren und mit dem Handel von Kunst die Existenz für Maler und Galerist zu sichern.

4.2.2 Heutige Bedeutung und Aufgabenbereiche der Galerien

Die heutige Galerie, als privatwirtschaftliche Unternehmung, beschäftigt sich mit den verschiedensten Formen des Kunsthandels und der Vermittlung von Kunst.[53] Zum Absatzprogramm der Galerien gehört Moderne Kunst in Form von Malerei, Grafik, Plastik und Kunsthandwerk des 20.

[49] Vgl. Günter, B., Hausmann, A., Zur Entwicklung des Kunstmarktes, Thesen aus der Sicht des Marketing, 2002, S. 124.
[50] Vgl. Grosenick, U. , Stange, R., Insight, Inside. Galerien 1945 bis heute, 2005, S. 8 f.
[51] Vgl. Hartenstein, S., Galeriearbeit mit zeitgenössischer Kunst, 1997, S. 9.
[52] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 70 sowie Kühnle, J., Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit von Berliner Galerien, 2007, S. 69.
[53] Vgl. Kühnle, J., Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit von Berliner Galerien, 2007, S. 69.

und 21. Jahrhunderts.[54] Dabei werden Räume bereitgestellt, die der Ausstellung von Kunst dienen und für alle Kunstinteressierten zu bestimmten Öffnungszeiten eintrittsfrei zugänglich sind.[55] Der Galerist galt im 19. Jahrhundert als Entdecker und Förderer von Künstlern. Heute stellt er vor allem die Schnittstelle zwischen Kunst und Markt dar. Es ist der Galerist, der die Kopplung zwischen Kunstsystem und Wirtschaftssystem herstellt[56] und als Schaltstelle zwischen der Produktion im Atelier und dem Betrachter agiert.[57] Der Galerist, der vornehmlich als Einzelhandelsunternehmer agiert, führt eine fast symbiotische Beziehung zum Maler. Er übernimmt die Verantwortung für den Künstler und führt ihn in den Markt ein, was viele Jahre dauern kann. Damit trägt er auch das Risiko, dass sich evtl. alle in den Künstler gemachten Investitionen nicht amortisieren.

Der Galerist übernimmt organisatorische, logistische und finanzielle Aufgaben. Er bereitet Ausstellungen in seinen Galerieräumen vor und bietet dem Künstler dadurch Raum für die Präsentation seiner Arbeiten. Zudem dient die Ausstellung der Bekanntmachung und der werblichen Unterstützung der Galerie sowie des Künstlers. Die Ausstellung sollte sich möglichst auf einen speziellen Inhalt konzentrieren und durch einen eigens dafür erstellten Ausstellungskataloge die ausgestellte Kunst präsentieren und erklären.[58] Zu Beginn einer Ausstellung werden mit Hilfe von gedruckten Einladungen potentielle Kunden und Freunde der Galerie zu einer Vernissage eingeladen.[59] Zur Ausstellungseröffnung hält ein Festredner eine Laudation und die Bewirtung der Galeriegäste schließt den Rahmen der Veranstaltung ab.[60] Die Zusammensetzung der anwesenden Gäste kann dabei einen Eindruck über die Bedeutung der Galerie vermitteln und einen Einfluss auf die Popularität des Künstlers und die Verkäufe der Kunstwerke haben.[61] Der Galerist organisiert zudem die Verpackung und den Transport der Kunstwerke, er schließt Versicherungen für die Werke des Künstlers in der Galerie ab und präsentiert den Künstler auf Messen.[62] Er übernimmt die Lagerung der Kunst, bearbeitet Anfragen, leistet Presse- und Archivarbeit und verwirklicht den Leihverkehr von Kunstwerken. Der Galerist führt Verkaufsgespräche und vertritt den Künstler gegenüber

[54] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 61.
[55] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 70 sowie Kühnle, J., Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit von Berliner Galerien, 2007, S. 71.
[56] Vgl. Dörstel, W., Kunstmarkt ohne Kunstwerk, Die Zukunft des Kunstmarktes liegt in seiner Beschreibung, 2002, S. 14.
[57] Vgl. Herstatt, C., Galeriearbeit zu Beginn des 21. Jahrhundert: Internationaler, schneller, gnadenloser, 2001, S. 28.
[58] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 99.
[59] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 100.
[60] Vgl. Raap, J., Vom Tellerwäscher zum Malerfürsten, 2006, S. 124.
[61] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 101.
[62] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 69.

Sammlern und Kunden.[63]

Nicht nur gegenüber den Künstlern müssen Galeristen diese Vielzahl von Aufgaben wahrnehmen, auch Sammler und Museumsdirektoren müssen betreut und umworben werden. Der Galerist agiert dabei auch als Berater für den Künstler sowie für Sammler und Käufer. Dem Künstler gegenüber kann er Anregungen oder Ideen für neue Projekte geben aber auch Hinweise und Kritik zur entstandenen Kunst können vom Galeristen ausgesprochen werden.[64] Den Sammler kann der Galerist bezüglich neuer Anschaffungen beraten aber auch das Ausstatten von Räumen und Gebäuden mit Kunst oder die Hängung der erworbenen Bilder gehören zu seinen Aufgaben.[65] Dazu kommen steuerliche Verpflichtungen und der Umgang mit rechtlichen Rahmenbedingungen.[66] Die finanziellen Verpflichtungen, die aus den o.g. Aufgaben entstehen, werden ausschließlich vom Galeristen getragen. Der Künstler wird dabei teilweise als Investitionsobjekt betrachtet, denn in der Regel ist der Künstler erst nach vier bis fünf Jahren derart etabliert, das sich seine Werke stabil verkaufen. Das birgt für den Galeristen allerdings ein hohes Risiko, denn es lässt sich nie mit Sicherheit sagen, dass sich der Erfolg des Künstlers letztendlich einstellt.[67] Finanziell wird der Galerist für seine Arbeit durch eine Beteiligung an den Bildverkäufen entlohnt. Dabei gründet sich die Vereinbarung von Malern und Galeristen auf einer „fifty-fifty“ Basis, d.h. der Verkaufswert eines Kunstwerkes geht zu fünfzig Prozent an den Künstler und zu fünfzig Prozent an den Galeristen. Die „fifty-fifty“ Regel ist in der Beziehung von Malern und Galeristen üblich, kann aber trotzdem individuell ausgehandelt werden. So kann beispielsweise festgelegt werden, dass die Beteiligung am Verkaufserlös bei einer Messeteilnahme für den Galeristen höher ist, da die Kosten für den Galeristen bei einer Messe um ein Vielfaches höher sind. Die finanziellen Belastungen stellen ebenfalls einen wichtigen Unsicherheitsfaktor für den Galeristen dar. Die monatlichen Kosten für Raummiete, Ausstellungen, Öffentlichkeitsarbeit, Messeteilnahmen, Katalogproduktion und Vermittlungsarbeit beliefen sich nach einer Umfrage des Bundesverbands deutscher Galerien im Jahr 1999 auf ca. 15.000€, Tendenz steigend.[68] Auch die Summe, die erst in einen Künstler investiert werden muss, bevor er sich auf dem Markt durchgesetzt hat, ist beträchtlich und wird allein vom Galeristen getragen.

Der Galerist schafft mit seiner Galerie einen Ort, an dem eine lebendige Auseinandersetzung mit und Gespräche über Kunst und ihre Bedeutung erfolgen können.[69] Die Galerie gilt deshalb als wesentliche Umsatzstelle für neue Gedanken, wodurch erste Vermittlungsschritte von Kunst ge-

[63] Vgl. Raap, J., Vom Tellerwäscher zum Malerfürsten, 2006, S. 125.
[64] Vgl. Scheyerer, N., Sie liebten und sie schlugen sich, 2009.
[65] Vgl. Scheyerer, N., Sie liebten und sie schlugen sich, 2009.
[66] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 70.
[67] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 103.
[68] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 70.
[69] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 69.

macht werden können.[70] Galerien bilden damit einen ersten kleinen Verteilerkreis neuer Ideen und Stile. Sie helfen, teilweise abstrakte künstlerische Positionen zu verstehen und diese in der Öffentlichkeit und auf dem Markt bekannt zu machen.[71] Durch Galerien werden lebende Künstler gefördert und die Kunst des hiesigen Jahrhunderts propagiert.[72] Im Gegensatz zum 18. Jahrhundert, eine von Adel und Kirche geprägte Zeit der Auftragsarbeit, muss der Galerist heute aktiv um potentielle Käufer werben,[73] und sich intensiv mit dem Verkauf von Kunst beschäftigen.

4.2.3 Persönlichkeitseigenschaften des Galeristen

Um erfolgreich auf dem Kunstmarkt agieren zu können, ist es für den Galeristen unabdingbar über besondere persönliche Eigenschaften zu verfügen. Frangen betont, dass „die Ansammlung von Humankapital in Form der Bildung eines spezialisierten Wissens um den Kunstmarkt […] sowie im speziellen Produkt- und Absatzbereich“[74] für den erfolgreichen Betrieb einer Kunsthandlung notwendig ist. Zu den wichtigsten Eigenschaften eines Galeristen zählen zudem ein inhaltlich stark ausgeprägtes Wissen über die zu verkaufende Kunst und die präferierten Kunstrichtungen im Allgemeinen, Kenntnisse über die Konkurrenz, Beschaffung und Absatzmöglichkeiten von Kunstwerken und in Verbindung damit, vielfältige Kontakte zu den am Kunstmarkt beteiligten Akteuren sowie der Zugang zu Informationskanälen.[75] Persönlich muss der Galerist auch kommunikative Fähigkeiten haben, er muss flexibel und mobil sein und die Tendenzen auf dem Kunstmarkt frühzeitig erkennen und bewerten können.[76] Wobei für dieses Können das schon angesprochene Wissen über den Markt sowie Erfahrungen eine wichtige Rolle spielen.[77] Die persönlichen Eigenschaften des Galeristen sind von ausschlaggebender Bedeutung, denn sie bestimmen das Angebot und akquisitorische Potential der Galerie.[78] Die Profession des Galeristen ist nicht geschützt und es existiert bis heute kein Ausbildungsprofil für diesen Beruf. Viele Galeristen sind Kunstwissenschaftler oder Quereinsteiger.[79] Eine nicht repräsentative Umfrage, die Frangen im Rahmen ihrer Dissertation durchführte, ergab, dass die Galeristen eine berufliche Vorbildung von „keiner Aus-

[70] Vgl. Ronte, D., Ist Kunst vermittelbar?, ist Kunstvermittlung eine Kunst?, 1997, S. 34.
[71] Vgl. Wittenbrink, B., Kooperation und Wettbewerb- Analyse des deutschen Kunstmarktes mit Blick auf Nordrhein-Westfalen, 2005.
[72] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 102.
[73] Vgl. Ehalt, H. C., Kunst im 20. Jahrhundert: Autonomie, Desintegration, neue Aufgaben, 1997, S. 13.
[74] Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 42.
[75] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 42.
[76] Vgl. Marquart, C., Galerie. Beruf. Zukunft., 2001, S. 64.
[77] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 44.
[78] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 67.
[79] Nach Herstatt, C., Galerie, 2011 S. 70 sind darunter Rechtsanwälte, Models, Aktmodelle und Kunsthistoriker.

bildung“ bis hin zu einem „Hochschulstudium“ nachweisen können.[80] Galeristen scheinen sich als Individualisten zu verstehen, die aufgrund ihrer Erfahrung und Prägung eine Kunstexpertise erlangen, heute aber immer mehr zu Allroundern werden müssen.[81]

4.2.4 Entwicklungstendenzen und Herausforderungen der Zukunft

Galerietreibende sind heute zusätzlich neuen Herausforderungen ausgesetzt. Der Primärmarkt wird heute nicht mehr allein von Galerien bestimmt, auch Auktionshäuser, Consultants, Sammler und Firmen treten aktiv in den Markt ein und versuchen eine ganz eigene Kunstmarktpolitik zu etablieren.[82] Banken werden zu Ausstellungsbetrieben, Kunstvereinsdirektoren agieren als Kuratoren von Firmensammlungen und Ausstellungsmacher werden zu Händlern.[83] Ferner wird die Branche um ein Vielfaches dynamischer. Junge Künstler werden immer schneller hochkatapultiert und vermarktet, wobei der Absturz auf genau so schnellem Wege kommen kann wie der Erfolg. Das Ergebnis ist der Verschleiß junger Talente und die Tatsache, dass gerade junge Künstler kaum mehr Zeit für eine angemessene Entwicklung haben.[84] Auch der Erfolg eines Galeristen selbst, ist heute nicht mehr beständig und von Kontinuität geprägt.[85] Der Galerist muss heute ständig mobil sein, er muss zu Ausstellungseröffnungen reisen, Sammler besuchen, Nachlassverwalter betreuen und auf Messen anwesend sein. Die Anwesenheit in der Galerie wird dabei fast zur Nebensache.[86] Dazu kommen Marktstrategen, die Künstler gezielt in der Öffentlichkeit platzieren und diese nach Belieben wieder demontieren.[87] Nach der Einschätzung Siebenhaars werden Galerien in Zukunft neben den klassischen Vermittlungs- und Beratungsfunktionen auch neue Geschäfts- und Dienstleistungsfelder erschließen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und sich den Veränderungen des Kunstmarktes anzupassen.[88]

[80] Vgl. Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland, 1983, S. 68.
[81] Vgl. Herstatt, C., Galerie, 2011, S. 70.
[82] Vgl. Herstatt, C., Galeriearbeit zu Beginn des 21. Jahrhundert: Internationaler, schneller, gnadenloser, 2001, S. 28.
[83] Vgl. Herstatt, C., Galeriearbeit zu Beginn des 21. Jahrhundert: Internationaler, schneller, gnadenloser, 2001, S. 33.
[84] Vgl. Herstatt, C., Galeriearbeit zu Beginn des 21. Jahrhundert: Internationaler, schneller, gnadenloser, 2001, S. 28.
[85] Aktuelles Beispiel dafür ist Judy Lybke, der als einer der bekanntesten deutschen Galeristen trotz documenta Ausstellungen und der Betreuung populärer Künstler, nicht als Aussteller auf der Kunstmesse Art Basel zugelassen wurde.
[86] Vgl. Herstatt, C., Galeriearbeit zu Beginn des 21. Jahrhundert: Internationaler, schneller, gnadenloser, 2001, S. 29.
[87] So wird z.B. Damien Hirst, der u.a. durch seine in Formalin eingelegten Haie bekannt geworden ist als „Produkt“ der Firma Saatchi & Saatchi gehandelt.
[88] Vgl. Siebenhaar, K., „Beziehungszauber“ Oder Vom Unternehmen Kunst in der Entertainment-Gesellschaft, 2002, S. 48.

4.3 Der Maler

Um der Darstellung des Berufes Maler nachzukommen, sollen im nachfolgenden Kapitel neben einer kurzen Skizzierung der historischen Gegebenheiten auch der Künstlerhabitus sowie einige der zahlreichen Strukturmerkmale rund um die Profession des Malers nachgezeichnet werden.

4.3.1 Historische Entwicklung und Definitionsversuche

Der Drang Kunst zu schaffen entspringt dem Urtrieb des Menschen nach Gestaltung, Spiel und Nachahmung. Dabei stand Kunst in ihren Anfängen in enger Verbindung zu Glaube und Kult. So waren im Griechenland des 5. Jahrhunderts v.Chr. vor allem Abbildungen mystischer Szenen und Götterbilder Ergebnis schöpferischeren Schaffens.[89] Auch im Mittelalter waren der christliche Glaube und die Heilsgeschichte überwiegender Gegenstand bildlicher Darstellung, da die Kirche zu diesem Zeitpunkt als hauptsächlicher Auftraggeber für Gemälde oder Plastiken agierte.[90] Später erteilten auch Staat und Adel dem Künstler Aufträge, welchen ihm eine gehobene Position zusprachen und ihm einen Schutzraum boten.[91] Die Maler erhielten aber oftmals detailgetreue Vorgaben über Themen, Inhalte, Gestaltungsform, Methode und Material der Kunst.[92] Die Entwicklung der Kunst und demnach auch die Entwicklung der Künstler selbst, wurden in den letzten 300 Jahren durch einen immer deutlicher erkennbaren Autonomieprozess geprägt und führte zu gravierenden Veränderungen in der Kunst und bei den Künstlern selbst.[93] Im 18. und 19. Jahrhundert emanzipierten sich die ersten Künstler von Adel und Kirche, wobei die Künstler zu diesem Zeitpunkt die Wahrheitsfindung, in einer für sie neuen sozialen Wirklichkeit übernahmen. Innerhalb nur weniger Jahrzehnte wandelte sich die Jahrhunderte lang geprägte Wirklichkeit. Das Neue und Innovative stand nun im Vordergrund schöpferischen Schaffens und der ästhetische Antrieb des Künstlers sowie die volle Entfaltung des Menschenbildes, waren die Basis der künstlerischen Tätigkeit.[94] Die Subjektivität des Künstlers allein und der Drang nach Originalität und etwas Neuem werden zum alleinigen Maßstab seines Schaffens. Dabei standen nun auch nicht mehr Aufträge im Vordergrund seiner Arbeiten, der Künstler wandte sich nunmehr einer ihm unbekannten Öffentlichkeit zu.[95]

Der Begriff des Künstlers wird im 16. Jahrhundert als umfassende Bezeichnung für Gelehrte, Wissenschaftler und Kunstfertige im Allgemeinen geprägt.[96] Seine heutige Bedeutung erhielt der Beg-

[89] Vgl. Sahner, H. et al., Zur Lage der freien Berufe 1989, 1989, S. 751.
[90] Vgl. Sahner, H. et al., Zur Lage der freien Berufe 1989, 1989, S. 751.
[91] Vgl. Enquete-Bericht, Kultur in Deutschland, 2007, S. 231.
[92] Vgl. Ehalt, H. C., Kunst im 20. Jahrhundert: Autonomie, Desintegration, neue Aufgaben, 1997, S. 10.
[93] Vgl. Ehalt, H. C., Kunst im 20. Jahrhundert: Autonomie, Desintegration, neue Aufgaben, 1997, S. 9.
[94] Vgl. Enquete-Bericht, Kultur in Deutschland, 2007, S. 231.
[95] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Situation, 2005, S. 168.
[96] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Situation, 2005, S. 160.

riff zu Goethes und Gottschedts Zeiten,[97] wodurch jetzt alle kreativ Tätigen der bildenden, darstellenden, literarischen, performativen und reproduzierenden Kunst eingeschlossen werden.[98] Was genau Kunst ist oder besser gesagt was als Kunst bezeichnet werden kann und Jemanden somit als Künstler auszeichnet, soll oder vielmehr kann an dieser Stelle nicht vollständig erörtert werden. Viel zu unzählig sind dafür die Definitionen und Erklärungsversuche. Diese Situation wird auch von Ronte prägnant verdeutlicht, indem er versucht zu sagen, welche Antwort auf die Frage „Was ist Kunst?" die Richtige ist. Es sind alle Antworten die gegeben werden, sinniert er, sei es von Kunst als Schönheit, Leben, Kommunikation, Wissenschaft oder Metaphysik.[99] Um trotzdem eine Grundlage zur Spezifizierung zu finden, kann das Künstlersozialversicherungsgesetz mit seiner Definition über Künstler betrachtet werden. Gemäß § 2 des Künstlersozialversicherungsgesetzes ist Künstler „wer Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt."[100] Unter steuerlichen Gesichtspunkten übt derjenige eine künstlerische Tätigkeit aus, dessen Arbeiten eigenschöpferisch sind und der über „eine hinreichende Beherrschung der Technik hinaus eine bestimmte künstlerische Gestaltungshöhe erreicht."[101] Der eher offen gehaltene Begriff aus Künstlersozialversicherungsgesetz und Steuerrecht, führte in der Vergangenheit zu vielen Unsicherheiten und Fragen darüber, welcher Beruf oder welche Tätigkeit Jemanden als Künstler auszeichnen.[102] Das Bundesverfassungsgericht hat in diese Situation hinein Merkmale genannt, die eine Betätigung als „künstlerisch" charakterisieren.[103] Demnach liegt eine künstlerische Betätigung immer dann vor, wenn durch eine freie, schöpferische Gestaltung, Eindrücke, Erlebnisse und Erfahrungen des Künstlers mit Hilfe eines Mediums durch eine bestimmte Formensprache zur Anschauung gebracht werden.[104] Durch Entscheidungen der Sozialgerichte, Landessozialgerichte und Bundessozialgerichte hat sich zudem eine Zusammenstellung der von der Künstlersozialkasse anerkannten Berufe und Tätigkeiten herausgebildet. Maler ist dabei ein anerkannter Beruf des Bereichs Bildende Kunst.[105] Auch im Künstlerreport, der wahrscheinlich ausführlichsten Analyse und Beschreibung der Situation der künstlerischen Berufe,[106] gilt der Maler als Künstler im Berufsbereich Bildende Kunst.[107] Bei Betrachtung der Künstlermerkmale, wie sie Steuerrecht, Künstler-

[97] Was u.a. im Grimmschen Wörterbuch nachzulesen ist.
[98] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Situation, 2005, S. 160.
[99] Vgl. Ronte, D., Ist Kunst vermittelbar? Ist Kunstvermittlung eine Kunst?, 1997, S. 17.
[100] § 2 Künstlersozialversicherungsgesetz.
[101] Zacher, J., Zacher, M., Soziale Sicherheit für Künstler und Publizisten, 2000, S. 181.
[102] Vgl. Deutscher Kulturrat, Künstlersozialversicherung, 2000, S. 28.
[103] Vgl. Zacher, J., Zacher, M., Soziale Sicherheit für Künstler und Publizisten, 2000, S. 96 mit Verweis auf das Urteil des LSG Baden-Würtemberg vom 08.10.1993 – L 4 Kr 2326/91.
[104] Aus dem Urteil des LSG Baden-Würtemberg vom 08.10.1993 – L 4 Kr 2326/91.
[105] Vgl. Deutscher Kulturrat, Künstlersozialversicherung, 2000, S. 29.
[106] Der Künstlerreport wurde als Auftrag vom damaligen Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung in den Jahren 1972 bis 1974 erstellt.
[107] Vgl. Fohrbeck, K., Wiesand, A. J., Der Künstlerreport, 1975, S. 17.

sozialgesetzt und Rechtssprechung vorgeben, wird ebenfalls deutlich, dass es sich beim Beruf des Malers um eine künstlerische Tätigkeit handelt. Der Maler ist ein Künstler der Bildenden Kunst, d.h. seine Werke sind gegenständlich und im Gegensatz zur Darstellenden Kunst nicht Ausdruck einer bloßen, vergänglichen Handlung. Zudem wird vom Maler Kunst geschaffen. Mit Hilfe von Kohle, Kreide, Tusche, Aquarellfarbe, Ölfarbe oder anderen Materialien und Werkzeugen werden vom Maler Bilder hergestellt, die Ergebnis eines schöpferischen Prozesses sind und sich in Art und Aussehen nicht wiederholen. Der Maler, als einer der beiden Hauptakteure der Betrachtungen innerhalb dieser Diplomarbeit, kann diesen Merkmalen zur Folge als Künstler bezeichnet werden.

4.3.2 Der Künstlerhabitus

Der Blick auf den Künstlerhabitus ist ein spannender, wenn sogleich diskutiert werden muss, von welchen Faktoren der Habitus des Künstlers abhängig ist und wie er geprägt wird. So soll zuerst aber der Stereotyp des Künstlers nachgezeichnet werden, so wie er in der Gesellschaft häufig formuliert und betrachtet wird.

Der Künstler wird erst in seiner Selbsteinschätzung aber auch in der gesellschaftlichen Legitimation, seinen Anspruch Künstler zu sein, finden.[108] Der Stereotyp des Künstlers ist ein Autodidakt, der keiner Schulung, Übung oder Ausbildung bedarf.[109] Er wird als Künstler geboren und das Ingenium des Künstlers wird schon in früher Kindheit entdeckt, da es frühzeitig nach Ausdruck drängt.[110] Die Berufsentscheidung des Wunderkinds zum Künstler, wird ihm oftmals von seiner engsten Umgebung erschwert. Der Künstler besitzt die Fähigkeit, die Wirklichkeit aus seinem Inneren erkennbar abzubilden, was dem Laien ausdrücklich Staunen bereitet.[111] In diesem Zusammenhang wird die Vorstellung der Überlegenheit des Künstlers zur Umwelt geprägt.[112] Das Schaffen des Künstlers ist geprägt von Rausch und Wahn, zudem ist er oft Außenseiter der Gesellschaft.[113] Die Lebensführung des Künstlers bildet einen Gegenpol zu den bürgerlich geordneten Normen und Werten, in ihm verbindet sich Schöpferkraft und eine unkonventionelle Lebensweise. Der Künstler wird aber auch als innerlich zerrissen dargestellt. Als Schöpfer und Sinnstifter auf der einen Seite und Melancholiker auf der anderen.

Die Aufzählung der Eigenschaften des Künstlerhabitus könnte in ihren Details fraglos fortgesetzt werden. Interessant ist nun allerdings die Frage, wie und von wem diese Eigenschaften geprägt

[108] Vgl. Thurn, H.P., Soziologie der Bildenden Kunst. Forschungsgegenstand und Forschungsperspektiven, 1974, S. 132.
[109] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Situation, 2005, S. 161.
[110] Vgl. Kris, E., Kurz, O., Die Legende vom Künstler, Ein geschichtlicher Versuch , 1995, S. 53.
[111] Vgl. Kris, E., Kurz, O., Die Legende vom Künstler, Ein geschichtlicher Versuch, 1995, S. 127.
[112] Vgl. Kris, E., Kurz, O., Die Legende vom Künstler, Ein geschichtlicher Versuch, 1995, S. 131.
[113] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Situation, 2005, S. 161.

worden sind. Die Kunstwissenschaftler Kurz und Kris[114] erklären, dass die Künstlerbiografie und damit auch der Künstlerhabitus weniger einer empirischen Person entsprechen, sondern vielmehr durch gesellschaftliche Konstellationen geprägt sind. Durch die Gesellschaft werden dem Künstler Eigenschaften, Verhaltensweisen und Charakterzüge zugesprochen. Dieser gesellschaftlich geschaffene Stereotyp wirkt indes auf den Künstler zurück. Er übernimmt die, dem Künstlerstatus zugeschriebene, soziale Rolle und verinnerlicht sie zum Künstlerhabitus.[115]

Die Künstlerpersönlichkeit kann von der Gesellschaft entworfen und idealisiert sein und den Künstler zu einem Schauspieler seiner Selbst machen. Vielleicht sollte diese Feststellung mit Abstand betrachtet werden, genauso wie die Beschreibungen von Arbeit und Leben des Künstlers, wie sie von vielen Autoren vorgenommen wurden. Im Bewusstsein sollte stets die Tatsache bleiben, dass jeder Künstler individuell ist, in seiner Persönlichkeit und in seinem Leben, seiner Einstellung zur Arbeit und in seiner Arbeitsorganisation. Dieses Bewusstsein sollte helfen, Abweichungen wahrzunehmen und als natürlich anzuerkennen.

4.3.3 Das Berufsbild des Malers

Die Bundesagentur für Arbeit beschreibt die Tätigkeiten des Kunstmalers[116] als Darstellung von „Wirklichkeit, Empfindungen oder Ideen mit verschiedenen bildnerischen, malerischen und zeichnerischen Mitteln.“[117] Maler beschäftigen sich demnach mit der freien und angewandten Gestaltung von Bildwerken, welche verschiedene Formen annehmen können. Zeichnungen, Grafiken, Lithografien, Radierungen, Mosaike, Malerei, Muster, Skulpturen und Objekte[118] sowie Holzschnitte oder die Bemalung von Glasfenstern sind Ergebnisse ihres künstlerischen Schaffens.[119] Zum Teil sind Maler aber auch mit Bildrestauration oder der Anfertigung von Kopien bedeutender Originalwerke betraut.[120] Viele Maler entwickeln während ihrer Arbeit eigene Methoden und eine oft unverwechselbare Handschrift,[121] welche zum Wiedererkennungswert ihrer Werke bei-

[114] Vgl. Kris, E., Kurz, O., Die Legende vom Künstler, Ein geschichtlicher Versuch, 1995.
[115] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Situation, 2005, S. 161.
[116] Die Bezeichnung *Kunst*maler ist notwendig, um eine genügende Abgrenzung zum Handwerksberuf Maler vorzunehmen.
[117] Arbeitsagentur, Kunstmaler/in, http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/resultList.do?searchString=%27+kunstmaler*+%27&resultListItemsValues=59464_8430&suchweg=begriff&doNext=forwardToResultShort&duration=, [06.03.2011].
[118] Vgl. Fohrbeck, K., Wiesand, A. J., Der Künstlerreport, 1975, S. 436.
[119] Arbeitsagentur, BerufeNet Steckbrief Kunstmaler, 01.06.2010, http://berufenet.arbeitsagentur.de/ berufe/docroot/r1/blobs/pdf/bkb/59464.pdf [06.03.2011].
[120] Schule für bildende Kunst und Gestaltung, Berlin: Berufsbeschreibung Kunstmaler/in, Kunstzeichner/in, http://www.kunstschuleberlin.de/down/Berufsbildung_Kunstmaler_Kunstzeichner.pdf [06.03.2011].
[121] Bundesagentur für Arbeit, BerufeNet Steckbrief: Kunstmaler, 2010, S. 1, 01.06.2010, http://berufenet.arbeitsagentur.de/ berufe/docroot/r1/blobs/pdf/bkb/59464.pdf [06.03.2011].

trägt.[122] Maler arbeiten nach freiem Verlangen oder nach Auftrag, meist freischaffend in Ateliers oder Werkstätten.[123] Dabei sind Kenntnisse über Form und Farbe, Papier, Leinwand, Bindemittel und deren Wirkung notwendig. Zu den Arbeitsmitteln eines Malers gehören Staffelei, Papier oder Leinwand, Stifte und Pinsel aller Art und Stärke, Kohle, Tusche, Ölfarbe, Plakat- und Wasserfarbe.[124] Zudem können Maler eine entwerfende, planende und beratende Tätigkeit z.B. im architektonischen oder städtebaulichen Bereich wahrnehmen. Aber auch pädagogische Funktionen in der Jugend- und Erwachsenenbildung in Form von Ausbildung oder Anleitung an Hochschulen, Kunstakademien oder Volkshochschulen können vom Maler übernommen werden.[125] Auch in Museen können es Maler sein, die als Museumsführer agieren oder Bildbetrachtungen vornehmen. Aufgrund ihrer vielfältigen Einsatzfähigkeit in verschiedenen Bereichen, kommt es häufig zu einer Überschneidung des Berufsbilds mit anderen Berufen wie z.B. Kunstpädagogen, Kunsthandwerkern, Grafik-Designern oder künstlerischen Ausstattern.

4.3.4 Arbeits- und Berufsverhältnisse der Künstler[126]

Der Beruf des Künstlers wird, wie der des Arztes, Architekten, Juristen und Ingenieurs landläufig als Profession bezeichnet.[127] Nach Max Weber handelt es sich hierbei um eine „Spezifizierung, Spezialisierung und Kombination von Leistungen einer Person“.[128] Professionen zeichnen sich durch ein hohes gesellschaftliches Prestige aus, welches hervor gerufen wird durch eine sozial orientierte Aufgabenerfüllung, die innerhalb einer autonomen Praxis durchgeführt wird. Zudem wird den Berufsangehörigen der Professionen Kompetenz und gesellschaftliche Unersetzbarkeit zugeschrieben.[129] Professionen sind oftmals in Kammern organisiert, welche vor berufsfremder Konkurrenz schützen und den Mitgliedern ein verhältnismäßig hohes Einkommen gewährleis-

[122] Der deutsche Maler Georg Baselitz, z.B. wurde mit Bildern, die auf dem Kopf stehen berühmt. Seit über 40 Jahren macht ihn diese Besonderheit seiner Bilder unverwechselbar und prägt somit seine persönliche Handschrift.

[123] Bundesagentur für Arbeit, BerufeNet Steckbrief: Kunstmaler, 2010, S. 1. 01.06.2010, http://berufenet.arbeitsagentur.de/ berufe/docroot/r1/blobs/pdf/bkb/59464.pdf [06.03.2011].

[124] Schule für bildende Kunst und Gestaltung, Berlin: Berufsbeschreibung Kunstmaler/in, Kunstzeichner/in, http://www.kunstschuleberlin.de/down/Berufsbildung_Kunstmaler_Kunstzeichner.pdf.

[125] Vgl. Fohrbeck, K., Wiesand, A. J., Der Künstlerreport, 1975, S. 436 sowie Bundesagentur für Arbeit, BerufeNet Steckbrief: Kunstmaler, 2010, S. 1.

[126] Folgende Beschreibungen der Arbeits- und Berufsverhältnisse werden auf den Künstler im Allgemeinen bezogen dargestellt. Die Annahmen können auf den Beruf des Malers übernommen werden, da in den vorhergehenden Kapiteln bereits festgestellt wurde, dass der Maler als Künstler tätig ist. Eventuell existierende Abweichungen, welche sich beim Beruf des Malers ergeben, werden jedoch vermerkt.

[127] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Profession, 2005, S. 159. Dass diese Sichtweise nicht die Alleinige ist und einige Autoren die Erwerbsformen der Künstler anders platzieren, wird im weiteren Verlauf des Kapitels beschrieben.

[128] Weber, M., Wirtschaft und Gesellschaft, 1964, S. 104.

[129] Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Profession, 2005, S. 159.

ten.[130] Die Zugangsvoraussetzungen zum Beruf sind durch einheitliche, formale und qualifikatorische Festlegungen gekennzeichnet und werden, genauso wie Qualitätsstandards, Preise und Eintrittsbarrieren durch staatliche oder halbstaatliche Institutionen verhandelt und überwacht.[131] Auch die private Vorsorge für Risiken sozialer und individueller Art, wird durch die genannten Rahmenbedingungen sichergestellt. Der Staat agiert als Regulator und Garant sozialer Sicherheit für Professionen.[132]

Der Beruf des Künstlers gehört allerdings nicht zu den geschützten, bürgerlichen Professionen, wie sie für Juristen, Ärzte, Architekten oder Ingenieure typisch sind. Die Profession des Künstlers nimmt innerhalb der bürgerlichen Professionen eine prekäre Stellung ein und ist von einer Vielzahl von Besonderheiten geprägt.[133] Vor allem Professionalisierungsprozess, Arbeitsmarktsituation, Entgrenzung von Arbeit und Leben sowie eine prekäre finanzielle und soziale Sicherheit kennzeichnen diese Sonderstellung innerhalb der Professionen.[134] Im Folgenden sollen diese Bereiche aufzeigt werden.

4.3.4.1 Der Professionalisierungsprozess des Künstlers

Der Beruf des Künstlers kann als Begabungsberuf interpretiert werden,[135] dessen Zugang nicht institutionell und einheitlich geregelt ist[136] und für den keine vorgeschriebene Berufsausbildung existiert.[137] Viele Künstler arbeiten aufgrund einer akademischen Vorbildung und auch das Bildungsniveau dieser Berufsgruppe ist grundsätzlich sehr hoch. Nach Angaben Haaks verfügten im Jahr 2000 55,4% der Männer und 61,3% der Frauen im Bereich der Bildenden Kunst über einen Fachhochschul- oder Hochschulabschluss.[138] Jedoch erwerben Künstler auch durch Volontariate, Praktika oder „on-the-job“ Qualifikationen, die zur Ausübung des Berufes befähigen.[139] Hochschulen und staatliche Akademien der bildenden Künste sowie privatwirtschaftlich organisierte Ein-

[130] Vgl. Gottschall, K., Betzelz, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 11.
[131] Vgl. Gottschall, K., Betzelz, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 11.
[132] Vgl. Gottschall, K., Betzelz, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 11.
[133] Vgl. Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Profession, 2005, S. 159.
[134] In Anlehnung an Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen, Soziologische Ansichten einer prekären Profession, 2005, S. 160.
[135] Vgl. Manske, A., Schnell, C., Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2010, S. 702.
[136] Vgl. Fohrbeck, K., Wiesand, A. J., Der Künstlerreport, 1975, S. 436.
[137] Vgl. Sahner, H. et.al., Zur Lage der Freien Berufe, 1989, S. 753.
[138] Nach Angaben Haaks verfügten im Jahr 2005, 4% der Männer und 61,3% der Frauen im Bereich der Bildenden Kunst über einen Fachhochschul- oder Hochschulabschluss. Vgl. Haak, C., Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit, 2005, S. 582.
[139] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der künftigen Arbeitswelt?, 2001, S. 162.

richtungen[140] bieten Ausbildungs- und Studiengänge in künstlerischen Bereichen an. Diese sind äußerst vielfältig und von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich ausgeprägt.[141] Um den Beruf des Malers auszuüben, kann z.B. Freie Kunst oder Bildende Kunst mit dem Schwerpunkt Malerei studiert werden, auch Malerei und Grafik sowie Freie Kunst und Kunsterziehung gehören zu den möglichen Studiengängen.[142] Der jeweilige Inhalt eines Ausbildungs- oder Studienganges ist gesetzlich nicht definiert oder eingefasst.[143] Zur Zulassungsvoraussetzung gehören meist Abitur bzw. entsprechende Berufserfahrung sowie das Bestehen einer Eignungsprüfung.[144] Der Professionalisierungsprozess eines Künstlers kann letztendlich immer unterschiedlich und individuell verlaufen und unterliegt keinem Ideal.

4.3.4.2 Arbeitsmarktsituation

Im Bereich der Bildenden Künstler befinden sich unter den insgesamt 165.646 Versicherten der Künstlersozialkasse[145] 58.678 Männern und Frauen.[146] Dabei hat sich die Anzahl der Versicherten seit dem Jahr 1992 mehr als verdoppelt.[147] Der größte Anteil der Versicherten ist zwischen 40 und 50 Jahre alt[148] und das Durchschnittsalter lag 2005 im Bereich der Bildenden Kunst bei 51 Jahren. Somit ist das Durchschnittsalter gegenüber den Bereichen Musik (43 Jahre) und Darstellende Kunst (44 Jahre) in der Bildenden Kunst höher.[149] Zudem ist der Anteil der Frauen im Bereich der künstlerischen Berufe relativ hoch. Dem Mikrozensus zu Folge lag der Anteil von Frauen in künstlerischen Berufen 2009 bei 51,7%. Nach Angaben der Künstlersozialkasse lag der Frauenanteil im

[140] Vgl. Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 13.
[141] Vgl. Enquete-Bericht, Kultur in Deutschland, 2007, S. 240 f.
[142] Studieren.de, Ergebnisse zur Studienplatzsuche unter dem Stichwort Malerei, http://studieren.de/studenten-studium-suche.0.html?id=229&type=&tx_assearchengine_pi3[searchType]=L4&tx_assearchengine_pi3[locationData]=&tx_assearchengine_pi3[searchWords]=malerei&tx_assearchengine_pi3[submit].x=41&tx_assearchengine_pi3[submit].y=57 [27.03.2011]
[143] Vgl. Gottschall, K., Betzelz, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 13.
[144] Vgl. Fohrbeck, K., Wiesand, A. J., Der Künstlerreport, 1975, S. 436.
[145] Nähere Erläuterungen dazu im weiteren Verlauf der Arbeit.
[146] Angaben der Versichertenzahlen auf Bundesebene zum Stichtag 01.01.2010. Abrufbar unter http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/statistik/versichertenbestandaufbundesebene.php [24.03.2011].
[147] 1992 waren 23.192 Künstler im Bereich der Bildenden Kunst in der Künstlersozialkasse versichert. Angaben abrufbar unter: http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/statistik/versichertenbestands-entwicklung.php [24.03.2011].
[148] Von den 58.678 Versicherten sind 28.359 Frauen und 30.319 Männer. Die Versichertenzahl nach Alter stellt sich wie folgt dar: unter 30 Jahre 1.608, 30-40 Jahre: 13.629, 40-50 Jahre: 22.982, 50-60 Jahre: 14.962, über 60 Jahre: 5.497. [23.03.2011] http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/statistik/versicherten-bestandaufbundesebene.php.
[149] Vgl. Dangel, et al., Existenzgründung und Selbständigkeit von Künstlern, 2005.

Bereich der Bildenden Kunst im Jahr 2009 bei 60,1%.[150] Eine Auflistung bei Haak und Schmid, welche den Frauenanteil nach Berufen aufführt, zeigt jedoch, dass dieser stark variieren kann. Der Frauenanteil bei Dolmetschern liegt mit 80% erheblich über dem Durchschnitt. Im Bereich der Musiker und Fotografen liegt er jedoch bei jeweils niedrigen 21,2% und 33,5%. Ebenfalls unterdurchschnittlich vertreten sind Frauen in den Berufen der Stein- und Edelsteinbearbeiter mit nur 4,7%.[151] Für den Beruf des Malers konnten keine spezifischen Zahlen ermittelt werden, es wird jedoch angenommen, dass die Frauenquote der Bildenden Kunst allgemein auch für die Berufsgruppe der Maler repräsentativ ist.

Der Arbeitsmarkt für Künstler zeichnet sich vor allem durch die Koexistenz von selbständiger und abhängiger Beschäftigung aus.[152] Im Jahr 2009 lag der Anteil der Selbständigen im künstlerischen Bereich bei 49%, 46% waren in einem Angestelltenverhältnis und 4% konnten den Arbeitern zugeordnet werden.[153] Haak bestätigt dies für den Bereich der Bildenden Kunst mit der Angabe, dass der Anteil der Selbständigen im Jahr 2000 bei 56,3% lag und vor allem Kreativkünstler überwiegend selbständig tätig sind.[154] Im Bericht der Enquete-Kommission aus dem Jahr 2007 wird beschrieben, dass im Bereich der Bildendenden Kunst mit 94%, der insgesamt höchste Anteil an Selbständigen zu verzeichnen ist. Die zahlenmäßigen Abweichungen sind möglicherweise auf die unterschiedlichen Analysejahre zurückzuführen. Unter diesem Gesichtspunkt wäre zu beobachten, dass sich der Anteil der Selbständigen in den letzten Jahren zunehmend erhöht hat. Einen anderen Grund für die Diskrepanzen stellt wahrscheinlich auch die unterschiedliche Datenbasis der jeweiligen Autoren dar. So ist die Anzahl der Bildenden Künstler z.B. bei den Statistiken der Künstlersozialkasse eine andere als beim statistischen Bundesamt.[155] Trotz dieser Unebenheiten bleibt der Charakter der Ergebnisse erhalten, nur ein geringer Teil der Bildenden Künstler befindet sich in einem festen Arbeitsverhältnis. Neben der Selbständigkeit sind auf Künstlerarbeitsmärken

[150] Angaben einsehbar unter: http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/ statistik/berufsanfaengeraufbundesebene.php [15.03.2011].

[151] Alle Angaben nach Berechnungen von Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 161 auf Grundlage des Mikrozensus aus dem Jahr 1995.

[152] Vgl. Haak, C. / Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 159.

[153] Vgl. Statistisches Bundesamt, Mikrozensus - Bevölkerung und Erwerbstätigkeit, Beruf, Ausbildung und Arbeitsbedingungen der Erwerbstätigen, Deutschland, 2009, S. 102.

[154] Vgl. Haak, C., Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit, 2005, S. 577. Im Gegensatz dazu sind Darstellende Künstler um ein Vielfaches Häufiger innerhalb einer (temporären) abhängigen Beschäftigung an Theatern, bei Film und Fernsehen usw.

[155] So besteht zwar nach dem KSVG eine Versicherungspflicht für alle Künstler, welche die Versicherungsvoraussetzungen erfüllen, die Künstlersozialkasse (KSK) ist aber auf das Aktivwerden der Künstler angewiesen. D.h., ein Künstler, der sich nicht selbständig bei der KSK meldet, wird auch nicht erfasst. Des Weiteren wird z.B. im hier zitierten Mikrozensus darauf hingewiesen, dass sich aufgrund der Analysetechnik Abweichungen zu anderen erwerbsstatistischen Datenquellen ergeben.

weitere Kombinationen verschiedener Erwerbsformen zu finden.[156] Dazu gehören Teilzeitarbeit, kurz- und mittelfristige Verträge, Mehrfachbeschäftigung sowie Neben- und Teilberuflichkeit.[157] Haak[158] hinterfragt diese Situation dahingehend, ob das selbständige Arbeiten der Künstler auf deren individuelle Wahl zurückzuführen ist oder ob Künstler in diese Erwerbsform gedrängt werden. Ergebnis ihrer Untersuchungen ist, dass gerade in großen Städten, die gleichzeitig Ballungszentren für Künstler sind, eine Vielzahl unfreiwillig selbständig arbeitet. Gleichzeitig gibt es aber einen Teil der Künstler, die Selbständigkeit einem abhängigen Arbeitsverhältnis vorziehen.

Viele Autoren vertreten die Auffassung, dass sich die Tätigkeiten von Künstlern nicht in die traditionellen Erwerbsformen einordnen lassen. Manske und Merkel sowie Manske und Schnell z.B. erläutern, dass die Erwerbsarbeit von Künstlern „weder der lohnabhängigen noch der selbständigen unternehmerischen Tätigkeit entspricht."[159] und sich „weder den klassischen freien Berufen […] noch den klassischen Selbständigen" zuordnen lassen.[160] Auch Gottschall und Betzelt artikulieren, dass Kulturberufe eine Zwitterstellung einnehmen „zwischen dem wohlfahrtsstaatlichen abgesicherten Arbeitnehmer einerseits, und der "klassischen" vielfältig privilegierten Freiberuflichkeit andererseits."[161] Von Osten nimmt diese Debatte ebenfalls auf und postuliert den Künstler dabei als „erfolgreiche Kombination einer unbegrenzten Bandbreite von Ideen, einer Kreativität auf Abruf und einer gescheiten Selbstvermarktung."[162] Der Künstler wird dabei als Ausnahmefigur betrachtet, dessen Selbstvermarktung, Lebensform und flexible Arbeitskraft gegenwärtige Diskurse über den gesellschaftlichen Wandel, in Bezug zu einem neuen Verständnis von Arbeit und Leben anführt.[163] Die Arbeitsformen der Kunst können deshalb auch als Vorreiter (hyper)flexibler Arbeitsformen betrachtet werden.[164] Um diese Behauptung zu untermauern, ist es notwendig, näher und gezielter Arbeitsweise und Lebensform von Künstlern zu betrachten.

Die Arbeitsorganisation von Künstlern ist durch atypische Beschäftigungsformen geprägt. Als atypisch gelten alle Arbeitsformen, die nicht dem Normalarbeitsverhältnis entsprechen, also nicht die Merkmale Vollzeittätigkeit entsprechend einer 40 Stunden Woche mit entsprechendem Einkommen, Integration in das soziale Sicherungssystem, einem unbefristetem Beschäftigungsverhältnis, Identität von Arbeits- und Beschäftigungsverhältnis sowie Weisungsgebundenheit des

[156] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 159.
[157] Vgl. Fohrbeck, K., Wiesand, A. J., Der Künstlerreport, 1975, S. 107 und Haak, C., Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit, 2005, S. 570.
[158] Vgl. Haak, C., Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit, 2005, S. 574 und 593.
[159] Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 295.
[160] Manske, A., Schnell, C., Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2010, S. 710.
[161] Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 5.
[162] Von Osten, M., Unberechenbare Ausgänge, 2007, S.44.
[163] Vgl. Von Osten, M., Unberechenbare Ausgänge, 2007, S.44.
[164] Vgl. Menger, P.M., Kunst und Brot, 2006, S. 70.

Arbeitnehmers vom Arbeitgeber vorweisen können.[165] Wie bereits festgestellt, ist der Arbeitsmarkt für Künstler geprägt von einer gemischtgeschlechtlichen Arbeiterschaft, die vornehmlich hoch qualifiziert ist. Es gibt kaum einen tarifpolitischen und rechtlichen Schutz für Künstler.[166] Künstler sind in der Regel zu einem hohen Grad intrinsisch motiviert, autonomiebestrebt[167] und setzen ihre Grundfähigkeiten im darstellerischen, gestalterischen oder musischen Bereich oft auf verschiedenen Gebieten ein. Dabei gruppieren sich die ausgeübten Tätigkeiten der Künstler in der Regel um eine Kernprofessionalität.[168] Es kann beim Künstler deshalb von einer innerberuflichen Mobilität gesprochen werden. Diese Situation erfordert vom Künstler eine verhältnismäßig hohe Flexibilität. Ein weiteres gravierendes Merkmal des Künstlerarbeitsmarktes ist die unterdurchschnittliche und unsichere Einkommenssituation. Ein Fünftel der Künstler lebt derzeit unter der Armutsgrenze. 68.000 Alleinunternehmer im Berufsfeld Kunst leben von einem Einkommen unter 900€, 84.000 Künstler liegen bei einem Einkommen zwischen 900€ und 1.500€, 102.000 Künstler verfügen über ein Einkommen von 1.500€ bis 2.600€ und 56.000 Künstler können ein Einkommen von über 2.600€ nachweisen. Die Hälfte der Künstler verfügt demnach über ein Einkommen von unter 1.500€.[169] Der Großteil der Künstler arbeitet zudem auf Rechnung, was mit sich bringt, dass Leistungen und damit verbundene Kosten im Voraus erbracht werden müssen. Eine teilweise lange Wartezeit auf Honorarzahlungen intensiviert die finanziell schwierige Situation für Künstler damit zusätzlich.[170] Betrachtet man dies vor dem Hintergrund des hohen Qualifikationsniveaus von Künstlern, wird die Problematik der Situation besonders deutlich.[171] Die finanziell prekäre Situation zwingt einige Künstler zusätzlich „Brotjobs“ wahrzunehmen, d.h. neben ihrem eigentlichen Beruf als Künstler in Call-Centern oder Tankstellen zu arbeiten.[172] Zu beobachten ist zudem ein „degendering of work“, was bedeutet, dass weder der existenzsichernde, familienernährende, lebenslang arbeitende, männliche Familienvater, noch die nichtexistenzsichernde, Teilzeit arbeitende Frau in ihren Rollen existieren.[173] Im Bereich der Kunst existieren auch verkammerte Berufsorganisationen, deren Mitgliedschaft freiwillig ist,[174] diese verfügen jedoch über eine nur ge-

[165] Vgl. Keller, B., Seifert, H. Atypische Beschäftigung – Flexibilisierung und soziale Risiken, 2007, S. 12.
[166] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 298.
[Vgl]. Manske, A., Schnell, C., Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2010, S. 702 sowie Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 295.
[168] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 163.
[169] Alle Angaben basieren auf den Analysen des Mikrozensus von 2005 und wurden u.a. von Manske, A., Schnell, C., Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2010, S. 711 aufgearbeitet.
[170] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 298.
[171] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 163.
[172] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 298.
[173] Vgl. Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 18.
[174] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 298.

ringe Regulationsmacht.[175]

Der Markterfolg eines Künstlers ist maßgeblich von seinem sozialen Kapital abhängig, wobei nicht das Volumen, sondern die Struktur des sozialen Kapitals von Bedeutung ist.[176] Um mit der Situation auf dem Arbeitsmarkt und den Rahmenbedingungen umzugehen, verfolgen Künstler z.T. rationale Strategien. Eine solche Strategie kann das Erreichen einer Monopolstellung durch Nischenstrategie sein. Der Künstler kann das Arbeitsmarktrisiko aber auch versuchen zu mindern, indem er eine Vielzahl von Aufträgen zur gleichen Zeit bearbeitet.[177] Dabei spielen auch Netzwerke und Kontakte eine wichtige Rolle. Für den Künstler ist die Einbettung in ein solches Geflecht unabdingbar, da die Reputation eines Künstlers innerhalb eines solchen Netzwerkes zu weiteren Aufträgen, Empfehlungen und Kontakten führen kann. Der Künstler muss deshalb auch in der Lage sein, durch Kommunikation und dem Aufbau von Vertrauen erfolgreich in Netzwerken zu agieren.[178]

Aufgrund der zahlreichen finanziellen und sozialen Unsicherheiten von Künstlern, welche durch die empirischen Arbeiten Künstlerreport und Künstler-Enquete aufgedeckt wurden, trat im Jahr 1983 das Künstlersozialversicherungsgesetz in Kraft.[179] Bis zu diesem Zeitpunkt mussten Krankenversicherung sowie Altersvorsorge vom selbständig arbeitenden Künstler privat abgeschlossen werden. Künstler waren somit bis dato aus dem gesetzlichen sozialen Sicherungssystem vollständig ausgeschlossen. Vor dem Hintergrund einer finanziell schwierigen Situation und unregelmäßigem Einkommen, waren deshalb nur wenige Künstler im Krankheitsfall und im Alter sozial abgesichert. Mit dem Inkrafttreten des Künstlersozialversicherungsgesetzes wurde festgelegt, dass Kranken-, Pflege- und Rentenversicherungsbeiträge jeweils zur Hälfte vom Künstler, den Kulturverwertern und vom Staat getragen werden. Dabei werden 50% vom Künstler, 30% vom Verwerter und 20% der Beiträge vom Staat getragen. Die eigens eingerichtete Künstlersozialkasse zieht die Versicherungsbeiträge der Zahlungspflichtigen ein und führt diese gebündelt an die Versicherungsträger ab.[180] Die Einführung der Künstlersozialversicherung kann zusätzlich als Ausdruck der Sonderstellung von künstlerischen Berufen betrachtet werden.

[175] Vgl. Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 13.
[176] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 299.
[177] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 165.
[178] Vgl. Haak, C., Schmid, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? 2001, S. 165.
[179] Vgl. Deutscher Kulturrat, Künstlersozialversicherung, 2000, S.15.
[180] Vgl. Zacher, J., Zacher, M., Soziale Sicherheit für Künstler und Publizisten, Das Handbuch zur Künstlersozialversicherung, 2000, S. 29.

4.3.4.3 Entgrenzung von Arbeit und Leben

Bei der Betrachtung von Arbeitsmarktsituation und Künstlereigenschaften kann eine zunehmende Entgrenzung von Arbeit und Leben beobachtet werden.[181] Voß versteht unter dem Begriff Entgrenzung die Veränderung der Arbeitsverhältnisse, bei der alle sozialen Ebenen betroffen sind.[182] Neben den gesamtgesellschaftlichen Strukturen von Arbeit sind dabei auch die Arbeitssubjekte, ihre Persönlichkeitseigenschaften und ihre Lebensverhältnisse betroffen.[183] Insgesamt kommt es also zu einer starken Flexibilisierung von Arbeit und Leben, welche schon seit langem im Bereich der Kunst beobachtbar ist.[184] Arbeit und Leben vermischen bei sich Künstlern sehr oft, so dass eine Trennung dieser beiden Lebensbereiche kaum mehr möglich ist.[185] Die Grenzen sind fließend, so befindet sich beispielsweise das Atelier, also der Arbeitsplatz des Künstler im oder am privaten Wohnraum. Damit ist allein eine räumliche Trennung von Arbeit und Leben nur schwierig zu gestalten. Aber auch die Arbeitszeiten eines Künstlers entsprechen nicht denen eines Normalarbeitsverhältnisses. Es gibt keine vertraglichen Vorgaben oder Festlegungen, die dem Künstler eine Arbeitszeit vorgeben. Der Arbeitszeitrhythmus wird jedoch von betriebswirtschaftlichen Termin- und Zielvorgaben oder aus finanziellem Arbeitsdruck bestimmt.[186] Der Künstler ist dadurch einer Ökonomisierung der eigenen Arbeitskraft ausgesetzt, welche ihn evtl. veranlasst effizienzorientierter zu arbeiten. Seine Lebensführung unterliegt damit der Gefahr zu verbetrieblichen. Selbstrationalisierung und erweiterte Selbstkontrolle bekräftigen dies. Der wahrscheinlich auschlaggebende Punkt für die Entgrenzung von Arbeit und Leben ist aber die Arbeit bzw. der Arbeitsprozess selbst. Der Künstler ist schöpferisch und kreativ tätig. Er folgt einer inneren Berufung und dem Verlangen etwas Neues zu erschaffen und wird diese Energie bei seiner Arbeit im Atelier aber auch am Frühstückstisch oder beim Theaterbesuch nicht abstellen können.

4.3.4.4 Prekarität des Künstlers

Manske und Merkel unterscheiden bezüglich der Prekarität[187] von Künstlern drei Strukturdimensionen. Innerhalb der materiell-reproduktiven Dimension kann von einer prekären Situation ge-

[181] Vgl. Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 14.
[182] Vgl. Voß, G., Die Entgrenzung von Arbeit und Arbeitskraft, Eine subjektorientierte Interpretation des Wandels der Arbeit, 1998, S. 474.
[183] Vgl. Voß, G., Die Entgrenzung von Arbeit und Arbeitskraft, Eine subjektorientierte Interpretation des Wandels der Arbeit, 1998, S. 474.
[184] Vgl. Manske, A., Schnell, C., Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2010, S. 713.
[185] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 299.
[186] Vgl. Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, 2001, S. 14.
[187] Bei Manske und Merkel wird Prekarität verstanden, als das nicht Vorhandensein sozialer Regulation und Schutzmechanismen. Allgemein wird unter dem Begriff Prekarität eine missliche, problematische oder kritische Situation verstanden. In diesem Kapitel, der sich weitestgehend auf Manske und Merkel bezieht, findet natürlich die von ihnen aufgefasste Bedeutung Anwendung. Im Hintergrund steht jedoch stets, dass die Situation der Künstler allgemein als misslich, problematisch oder kritisch bezeichnet werden kann.

sprochen werden, wenn die Haupteinnahmequelle, also die Schaffung von Kunst nicht existenzsichernd ist. Wie schon im Kapitel zur Arbeitsmarktsituation beschrieben, ist die finanzielle und materielle Lage der Künstler unsicher und unterdurchschnittlich. Unstete Aufträge und Marktrisiken tragen negativ zu dieser Situation bei. Vor allem die Kombination von überdurchschnittlicher Bildung und unterdurchschnittlichem Einkommen verdeutlichen, dass Künstler in materiell-reproduktiver Dimension unter prekären Umständen leiden müssen.[188] Eine prekäre Situation in institutionell-rechtlicher Dimension liegt dann vor, wenn die Erwerbsarbeit von tariflichen Schutzbestimmungen ausgeschlossen ist und nur unzureichender Schutz im Falle von Krankheit und im Alter besteht. Mit Einführung des Künstlersozialgesetzes ist eine Mindestabsicherung für Krankheit und Alter gewährleistet. Nicht beinhaltet ist jedoch eine Absicherung im Falle von Arbeitslosigkeit. Vor allem zur Überbrückung von einkommensschwachen Zeiten oder länger anhaltender Auftragslosigkeit existiert für den Künstler keine Existenzsicherung. Die Bundesverbände Bildende Künste e.V., Deutsche Autoren oder der Berufsverband Handwerk Kunst Design e.V.,[189] um nur einige beispielhaft zu nennen, sind nicht in korporatistische Strukturen eingebunden und beschränken sich meist nur auf die Vermittlung von Preis- und Qualitätsstandards. Ihre Regulationsmacht reicht nicht zur Durchsetzung künstlerischer Interessen oder einem vollständigem Schutz aus.[190] Die Situation kann in dieser Dimension insgesamt als prekär bezeichnet werden, wobei durch die Einführung des Künstlersozialversicherungsgesetzes bereits eine weitgehende Absicherung für Künstler besteht. Innerhalb der sozial-kommunikativen Situation liegt eine prekäre Situation immer dann vor, wenn Erwerbsarbeit nicht gleichberechtigt in sozialen Netzwerken am Arbeitsort integriert ist. Künstler sind durchweg sozial eingebunden. Auch der Zugang zu berufsinternen sowie berufsübergreifenden Netzwerken steht Künstlern unbegrenzt zur Verfügung. Der Aufbau und die Ausnutzung von Kontakten sind für den Künstler dabei oftmals Grundlage der Einkommens- und Existenzsicherung. Eine Prekarität liegt innerhalb dieser Dimension somit nicht vor, wenngleich der Künstler in hohem Maße davon abhängig ist.

Die Existenz von Künstlern ist fragil und verwundbar. Durch die Tatsache, dass Künstler in o.g. Dimensionen prekären Umständen und Marktschwankungen ohne institutionalisierten Schutzmechanismus ausgesetzt sind und sich daneben weder auf soziale Teilhabe noch auf individuelle Daseinsvorsorge verlassen können, befinden sich Künstler in einer sozialen Gefährdungslage.[191]

[188] Wobei an dieser Stelle noch einmal betont werden muss, dass dies nicht auf alle Künstler zu trifft. Wie bereits erwähnt, gibt es auch einen Teil der Künstler, die innerhalb eines festen Arbeitsverhältnisses nicht von diesen Umständen betroffen sind oder auch durch eine selbständige Arbeit über ein durchschnittliches oder überdurchschnittliches Einkommen verfügen.

[189] Vgl. Zacher, J., Zacher, M., Soziale Sicherheit für Künstler und Publizisten, Das Handbuch zur Künstlersozialversicherung, 2000, S. 417 ff.

[190] Vgl. Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Künstlern, 2009, S. 298.

[191] Manske, A., Unsicherheit und kreative Arbeit – Stellungskämpfe von Soloselbständigen in der Kulturwirtschaft, 2009, S. 284.

4.4 Die Beziehung von Maler und Galerist[192]

Künstler gehen oftmals langfristige Partnerschaften mit einem Galeristen ein.[193] Dabei sind Maler und Galerist durch eine besondere Beziehung miteinander verbunden. Kein anderer Akteur arbeitet auf dem Kunstmarkt so eng mit einem Produzenten zusammen.[194] Der Galerist sichert dem Künstler die finanzielle Lebensgrundlage, stellt zudem aber auch die erste und mitunter wichtigste Quelle für Kritik dar.[195] Nach Menger kommt es bei einer Zusammenarbeit von Künstlern und Mittlerunternehmen, in diesem Fall also bei Malern und Galeristen zu einer Selektion von Gleich zu Gleich.[196] D.h. beide Akteure haben vergleichbare Talente und ein ähnliches Stilempfinden, wenn sie erfolgreich miteinander arbeiten. Deutlich wird dies beispielsweise daran, dass sich Galerien im Normalfall auf ein stilistisches und personelles Programm spezialisiert haben.[197] Der Galerist, welcher die von ihm präsentierte Kunst auch nur dann erfolgreich verkaufen kann, wenn er von ihr überzeugt ist, muss demnach auch vom Künstler selbst überzeugt sein. Stilistisches Empfinden von Maler und Galerist sind einander also vielmals ähnlich. Diese Tatsache intensiviert die Beziehung der beiden zusätzlich. Durch die intensive Begleitung und jahrelange Förderung der Künstler durch Galeristen[198] entsteht zusätzlich eine rückhaltlose Beziehung. Zudem ist auch der Galerist vom Maler abhängig. Nur durch die vom Maler geschaffenen Werke und die durch den Verkauf dieser Werke erzielten Provisionen, kann der Galerist seinen Lebensunterhalt verdienen. Maler und Galerist leben in einer symbioseähnlichen Beziehung. Unter diesen Gesichtspunkten kann man von einem gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis von Maler und Galerist sprechen.

[192] Die Beziehung von Malern und Galeristen wurde wissenschaftlich bisher kaum wahrgenommen. Es existieren keine detaillierten Beschreibungen oder Analysen der Beziehung von Maler und Galerist. Einzig problemorientierte Betrachtungen (Scheyerer, N., Sie liebten und sie schlugen sich, 2009.) oder die Analyse der Beziehung aus marketingorientierter Sicht (Meyer, J.-A., Even, R., Marketing im Markt für bildende Kunst, 1997) bzw. aufgabenorientierter Sicht (Raap, J., Vom Tellerwäscher zum Malerfürsten, 2006. Rebmann, V., Der Galerievertrag - Die Rechtsverhältnisse zwischen Galerie und Künstler, 2010, Grin Verlag und Salsa, Alena, Die Funktionen eines Galeristen als Intermediär, 2003, Grin Verlag) wurde vorgenommen.

[193] Vgl. Dornbracht, A., Die Zukunft des Kunstmarktes, 2002, S. 97.

[194] Vgl. Wittenbrink, B., Kooperation und Wettbewerb- Analyse des deutschen Kunstmarktes mit Blick auf Nordrhein-Westfalen, 2005.

[195] Vgl. Scheyerer, N., Sie liebten und sie schlugen sich, 2009.

[196] Vgl. Menger, P.M., Kunst und Brot, 2006, S. 45.

[197] Vgl. Raap, J., Vom Tellerwäscher zum Malerfürsten, 2006, S. 115.

[198] Vgl. Wittenbrink, B., Kooperation und Wettbewerb- Analyse des deutschen Kunstmarktes mit Blick auf Nordrhein-Westfalen, 2005.

5 Die strategische Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg

Die Organisationssoziologen Crozier und Friedberg geben mit der von ihnen entwickelten strategischen Organisationsanalyse eine Antwort auf die Frage, unter „welchen Bedingungen und verbunden mit welchen Zwängen kollektives Handeln der Menschen möglich“ ist.[199] Mit Hilfe der Konzepte Strategie, Macht und Spiele entwickelten sie eine neue Sichtweise auf das Handeln von Menschen innerhalb von Organisationen, ohne dabei die strukturellen Rahmenbedingungen zu vernachlässigen.[200] Im Folgenden soll eine Einordnung der Theorie in den mikropolitischen Hintergrund vorgenommen werden, zudem erfolgt eine ausführliche Beschreibung des Konzeptes mit den Schwerpunkten Strategie, Spiel und Macht.

5.1 Einordnung der strategischen Organisationsanalyse in den mikropolitischen Hintergrund

Nach heutiger Auffassung[201] geht der Begriff „Mikropolitik“ auf den britischen Organisationssoziologen Tom Burns zurück.[202] In seiner Abhandlung aus dem Jahr 1961 beschreibt er, dass die Prozesse in Unternehmen vergleichbar mit denen im staatlichen Bereich sind. Bosetzky überführt den Begriff 1972 in den deutschen Sprachraum und verbreitet ihn durch die Verwendung in einigen seiner Beiträge.[203] Er beschreibt Mikropolitik als

> „Bemühung, die systemeigenen materiellen und menschlichen Ressourcen zur Erreichung persönlicher Ziele, insbesondere des Aufstiegs im System selbst und in anderen Systemen, zu verwenden sowie zur Sicherung und Verbesserung der eigenen Existenzbedingungen.“[204]

Weitere Autoren, die zu den Wichtigsten innerhalb der mikropolitischen Diskussion gezählt werden können sind March, Pettigrew, Crozier und Friedberg, Ortmann und Neuberger.[205] Aus mikropolitischer Perspektive stehen stets Menschen im Vordergrund, welche innerhalb einer Organisation eigene Interessen und Ziele verfolgen und mit anderen Akteuren interagieren. Alt befand,

---

[199] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 7.
[200] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S. 315.
[201] Bosetzky, H., Heinrich, P., Mensch und Organisation, 1980, 154f.; Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 14; Alt, R., Mikropolitik, 2005, S. 299; Ortmann, G. et.al., Computer und Macht in Organisationen, 1990, S. 55.
[202] Vgl. Burns, T., Micropolitics: Mechanism of Institutional Change, 1962, S. 257.
[203] Vgl. Bosetzky, H., Heinrich, P., Mensch und Organisation, 1980, 154 f; Bosetzky, H., Die instrumentelle Funktion der Beförderung, 1972, S. 382.
[204] Bosetzky, H., Die instrumentelle Funktion der Beförderung, 1972, S. 382.
[205] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S. 299 sowie Winkler, I., Aktuelle theoretische Ansätze der Führungsforschung, 2004, S. 35. March beschreibt Organisation als politische Koalition wogegen sich Pettigrew Entscheidungsprozessen aus politischer Perspektive betrachtet und die Bedeutsamkeit von Macht innerhalb dieser Prozesse herausstellt. Bosetzky beschäftigte sich u.a. mit dem Typus des Mikropolitikers. Crozier und Friedberg legten ihren Schwerpunkt auf die strategische Organisationsanalyse, welche von Ortmann aufgegriffen und weiterentwickelt wurde. Neuberger wiederum legt seinen Forschungsschwerpunkt u.a. auf mikropolitische Taktiken.

dass der Begriff der Mikropolitik auf zwei unterschiedlichen Ebenen betrachtet werden kann. [206] Grundlage für diese Betrachtungsebenen stellen die verschiedenen Konzepte dar, in denen der Begriff Mikropolitik verwendet wird.[207] Die erste Ebene umfasst die Identifikation von Handlungen und Taktiken sowie Interaktionen, welche stets personenzentriert betrachtet werden. Diese Ebene wird von Alt aus diesem Grund als *Nahsicht* bezeichnet. Auf der zweiten Ebene wird der Begriff Mikropolitik bei der Analyse der Strukturen von Organisationen verwendet. Die auf dieser Ebene stattfindenden Überlegungen können deshalb als *mikropolitische Organisationsanalysen* bezeichnet werden. Charakterisierend für die mikropolitische Organisationsanalyse ist, dass die Organisation an sich durch die Handlungen der Akteure konstruiert wird. Auch Crozier und Friedberg nehmen in ihren Überlegungen diese Position ein. Sie identifizieren Akteure als die wesentlichen Bestandteile einer Organisation und ihr Handeln als Grundlage für das Bestehen dieser. Aus diesem Grund, gründen alle Überlegungen im Prinzip auf einer Theorie dieses Akteurs.[208] Die dabei entstehenden sozialen Ordnungen, Strukturen und Regeln bilden wiederum die Grundlage für künftiges Handeln.[209] Der Akteur verfügt über Entscheidungsspielräume, welche ihm die Auswahl verschiedener Verhaltensweisen ermöglichen.[210] Die Handlungsspielräume, über welche die Akteure verfügen, verschaffen ihnen wiederum Macht. Crozier und Friedberg beschreiben das Verhalten der Akteure prinzipiell als rational. Aufgrund der beobachtbaren Regelmäßigkeiten, welche jedem rationalem Handeln zu Grunde liegen, kann man letztlich von Strategien sprechen, welche die Akteure verfolgen.[211] Um die Vernetzung der Strategien verschiedener Akteure zu betrachten, führen Crozier und Friedberg die Spiel-Metapher als Integrationsmechanismus ein. Der Ansatz von Crozier und Friedberg mit seinen Grundzügen der Strategie, des Spiels und der Macht stellen eine Methodologie für die strategische Organisationsanalyse dar.[212]

5.2 Der Akteur und seine Strategie

Ausgangspunkt der Überlegungen von Crozier und Friedberg ist nicht die Organisation als soziales Objekt, sondern das organisierte Handeln der Menschen[213] innerhalb der Organisation und die dadurch entstehenden Bedingungen und Zwänge, welche das Handeln überhaupt ermöglichen.[214]

[206] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S. 305 f.
[207] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S. 305.
[208] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 198.
[209] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 305.
[210] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 8.
[211] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation. 1993, S. 34.
[212] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 204.
[213] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 2.
[214] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 7.

Crozier und Friedberg sprechen in diesem Zusammenhang von kollektivem Handeln. Es verdeutlicht die unbedingte Tatsache, dass es sich bei den Handlungen immer um Interaktionen verschiedener Akteure handelt, womit auch deren Beziehung und die daraus entstehenden Abhängigkeiten von Bedeutung sind. Innerhalb des organisatorischen Ansatzes sollen diese Interaktionen, ihre Strukturierung und Stabilisierung untersucht werden.[215]

Friedberg charakterisiert den Akteur durch die Eigenschaften empirisch, human und berechnend.[216] Der empirische Charakter eines Akteurs, lässt sich durch sein Auftreten in einem Feld und die Strukturierung dieses Feldes durch sein Verhalten begründen. Alle Probleme, Lösungen, Strukturen, Institutionen und Einrichtungen existieren ausschließlich durch die Handlungen der Akteure. Und obwohl alle diese Umstände Einschränkungen für den Akteur darstellen, kann nur der Akteur diese Umstände durch sein Verhalten aktivieren, aktualisieren, erhalten und verwandeln.[217] Der humane Akteur ist durch seine Fähigkeit gekennzeichnet Strategien zu entwickeln.[218] Als berechnender Akteur verfügt dieser zudem über einen strategischen Instinkt, d.h. sein Verhalten beruht nicht ausschließlich auf der vorangegangenen Sozialisierung. Er registriert zudem die Möglichkeiten und Zwänge seines Handlungsfeldes, die Erwartungen in Bezug auf das Verhalten anderer Akteure und die Berechnung, bezogen auf die langfristige Sicht eigener Interessen.[219] Er hat die Fähigkeit aus seinen Handlungsoptionen zu wählen, weshalb sein Verhalten als rational bezeichnet werden kann. Dem Handeln in Organisationen liegt demnach ein methodologischer Rationalismus zu Grunde. Gemeint ist das methodologische Prinzip, alles Handeln in Organisationen als rational wahrzunehmen.[220] Rationales Verhalten entsteht dabei nicht nur in Bezug auf Ziele, auch „im Hinblick auf Handlungsgelegenheiten“[221] kann von rationalem Verhalten der Akteure gesprochen werden. Aufgrund der beobachtbaren Regelmäßigkeiten, welche jedem rationalen Handeln zu Grunde liegen, kann man letztlich von Strategien sprechen.[222] Neben den charakteristischen Eigenschaften empirisch, human und berechnend, ist der Akteur nach Crozier und Friedberg stets autonom, er handelt rational, kann berechnend und manipulierend operieren und sich dem Verhalten anderer Akteure anpassen. Er kann als aktiv handelnder Akteur bezeichnet werden, obwohl seine Ziele nur selten klar und kohärent sind.[223]

---

[215] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 8.
[216] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 203.
[217] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 206.
[218] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 206.
[219] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 215.
[220] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 208.
[221] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation,1993, S. 33 f.
[222] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 34.
[223] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 27.

Das Verhalten des Akteurs, welches einerseits offensiv und andererseits defensiv ist, spiegelt daneben die Art seiner Ziele wieder. Durch offensives Handeln werden Gelegenheiten genutzt, um die eigene Situation zu verbessern.[224] Der Akteur wird also versuchen seine eigenen Interessen durchzusetzen und dafür ggf. Druck und Zwang auf andere Akteure ausüben. Zum anderen wird er aber auch versuchen seine Handlungsmöglichkeiten zu erhalten und auszudehnen. Diese Verhaltensweise spiegelt das defensive Handeln der Akteure wieder. Jede Organisation ist gekennzeichnet von Strukturen und Regeln, welche die Aufrechterhaltung der Beziehung der Akteure und das Fortbestehen der Organisation gewährleisten, für den Akteur aber Einschränkungen darstellen.[225] Zudem müssen die Akteure zum Teil Kompromisse eingehen, indem sie ihre Strategien an denen anderer Akteure ausrichten. Die Akteure sind aus diesem Grund „Gefangene der Mittel", denn sie können den ihnen auferlegten Zwängen nie vollständig entkommen.[226] Der Akteur wird aber niemals vollständig von diesen Zwängen determiniert sein. In jeder Situation wird er Freiräume finden, denen er sich bemächtigen kann. Das Handeln des Akteurs kann deshalb als kontingent bezeichnet werden.[227] Der Begriff kontingentes Handeln verweist deshalb nicht nur auf die Freiheit des Akteurs. Im Sinne dieses Wortes bedeutet es ebenfalls, dass der Akteur abhängig von dem Kontext und den darin befindlichen Gelegenheiten und Zwängen ist. Der Akteur befindet sich folglich stets in einer Situation, die geprägt ist von Freiheit und Zwang. Um die Freiheit der Akteure und den Zwang des Handlungssystems auch theoretisch integrieren zu können, haben Crozier und Friedberg die Metapher des Spiels eingeführt.

5.3 Das Spiel als Integrationsmechanismus

Kollektives Handeln findet stets in konkreten Handlungssystemen statt. Diese sind definiert als ein

> *„strukturiertes, menschliches Gebilde, das die Handlungen seiner Angehörigen durch relativ stabile Spielmechanismen koordiniert, und seine Struktur, d.h. die Stabilität seiner Spiele und der Beziehung zwischen diesen, durch Regulierungsmechanismen aufrechterhält, die wiederum andere Spiele darstellen."*[228]

Crozier und Friedberg führen innerhalb ihrer Überlegungen die Metapher des Spiels ein, welches wie im Zitat angeführt, die Handlungen der Akteure koordinieren soll. Vor allem soll durch das Spiel die Möglichkeit geschaffen werden, die zwei Gegensätze Freiheit und Zwang zu vereinen. Den Zwang, sich Regeln zu unterwerfen, um nicht durch rücksichtsloses und egoistisches Handeln,

[224] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 34.
[225] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 64.
[226] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 10.
[227] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 27.
[228] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation 1993, S. 172. (Hervorhebungen im Original).

die Organisation und somit das Spielen an sich zu gefährden. Zum anderen die Freiheit, aus der Vielzahl der Freiräume zu wählen, welche die Regeln zulassen und die Handlungsoptionen ermöglichen.[229] Das Spiel dient den Akteuren damit als grundlegendes Instrument kollektiven Handelns. Die Akteure sind innerhalb der Organisation voneinander abhängig, sie verfolgen eine eigene Strategie und eigene Ziele, üben aufeinander Macht aus und sind dadurch miteinander vernetzt. Dabei werden die divergierenden und teilweise widersprüchlichen Verhaltensweisen der Akteure selbst durch das Spiel strukturiert und geregelt.[230] Der Spielbegriff bestimmt zugleich den Organisationsbegriff auf eine andere Weise.[231] Eine Organisation ist unter diesem Gesichtspunkt nur eine Aneinanderreihung gegliederter Spiele und der Fortbestand der Organisation wird ausschließlich durch Bedingungen gewährleistet, welche von den Akteuren eingehalten werden müssen. Diese Bedingungen oder Spielregeln gehen dem Spiel nicht voraus, die Regeln, Normen- und Wertesysteme entstehen beim Spielen selbst. [232]

Will der Akteur gewinnen, d.h. seine Interessen möglichst gewinnbringend durchsetzen, muss er in erster Linie das Fortbestehen der Organisation sichern und zudem eine Strategie wählen, die für ihn zu möglichst hohen Gewinnchancen beiträgt. Er wird sich also freiwillig den Regeln des Spiels unterordnen, um weiterspielen zu können. Gleichzeitig sind die Regeln aber mehrdeutig und interpretationswürdig. Sie definieren keine exakten Handlungen, sondern lassen eine Vielzahl verschiedener Strategien zu.[233] Der Akteur hat durch die Mehrdeutigkeit der Spielregeln die Möglichkeit, eine Fülle an Spielsituationen zu generieren. Die Strategien der Akteure können dabei durchaus variabel sein. Sie können im Risikograd und der Aggressivität variieren und mehr oder weniger defensiv sein.[234] Es ist möglich, eine Strategie zu wählen, die ihnen den Zugriff auf relevante Ressourcen ermöglicht oder ihr strategisches Feld in einer Art und Weise umstrukturieren, dass mögliche Gewinnchancen erhöht werden. In jedem Fall steht es dem Akteur frei, seine Strategie taktisch klug zu wählen[235] und diejenige Handlungsoption zu wählen, welche seine Interessen am ehesten verwirklicht.[236]

Die Verteilung der materiellen Ressourcen, die individuellen Fähigkeiten der Akteure und die Interpretation der Regeln durch die Individuen sind stets heterogen. Crozier und Friedberg betonen

[229] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 210.
[230] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 4.
[231] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 212.
[232] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation 1993, S. 70.
[233] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S.316.
[234] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 71.
[235] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 213.
[236] Vgl. Schulze, H., Organisationsgestaltung und strategische Organisationsanalyse, 1989, S. 18.

deshalb, dass die Ausgangssituation der Spieler nicht gleich ist und auch unter den Spielern kein Konsens über die Spielregeln herrscht.[237]

5.4 Die Organisation als Rahmenbedingung

Betrachtet man jetzt, auf Grundlage der vorangegangenen Überlegungen, die Rahmenbedingung Organisation, welche für den Akteur maßgebliche Voraussetzung zum Handeln ist, ergeben sich folgende Attribute. Organisation kann als Konstrukt kollektiven Handelns betrachtet werden, d.h. die Organisation an sich besteht ausschließlich deshalb, weil Akteure miteinander interagieren.[238] Die Organisation ist demnach zugleich ein soziales Konstrukt, denn es agieren stets Menschen als Akteure, welche die Organisation durch gemeinsame Aufbauarbeit erschaffen.[239] Crozier und Friedberg beschreiben Organisation auf eine mechanische Art, nämlich als vollendet angeordnetes Räderwerk. Der mechanische und damit einhergehende logische Aufbau einer planbaren und konkret strukturierten Organisation wird von ihnen im nächsten Augenblick aber wieder relativiert, indem herausgestellt wird, wie das Räderwerk gebildet wird. Auch in diesem Vergleich sind es wieder die Menschen, welche das Räderwerk bilden und dadurch die Bestandteile der Organisation ausmachen. Mit dieser Tatsache schwindet die Vorstellung, dass es sich bei einer Organisation um ein rein logisches, planbares und strukturiertes System handelt. Durch die komplexen Verhaltensweisen der Menschen, die Freiheit, welche von den Akteuren ausgenutzt wird, um eigene Interessen durchzusetzen und ihre Anpassungsfähigkeit wird die Organisation zum „Alptraum der Modernen Zeiten".[240] Auf der anderen Seite handelt es sich bei der Organisation trotz allem um eine gewollte und eingesetzte Ordnung, die auf formalisierten, klar abgegrenzten und stabilen Strukturen besteht.[241] Und obwohl sich durch das Handeln der Akteure diese Strukturen in Form von Regeln ausbilden, werden die Akteure aufgrund ihrer Freiheit nie vollständig von der Organisation determiniert. Das Handeln innerhalb der Organisation folgt stets einer instrumentalen Rationalität und wird durch eindeutige und explizite Zweck-Mittel-Beziehungen begründet.[242] Eine Organisation besteht nach den Annahmen von Crozier und Friedberg demnach nur so lange, wie die Akteure, welche innerhalb der Organisation handeln, am Fortbestand dieser interessiert sind. Sind die Gewinnchancen, welche durch die Interaktionen und Handlungen für die Akteure innerhalb der Organisation entstehen nicht mehr lukrativ, wird auch die Organisation in ihrem Bestehen gefährdet sein.

[237] Vgl. Crozier, M.; Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 69.
[238] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 5.
[239] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 215.
[240] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 25.
[241] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 5.
[242] Vgl. Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns, 1995, S. 4.

5.5 Macht als Merkmal sozialer Beziehung

Der Machtbegriff wird von vielen Menschen intuitiv aufgefasst und dessen Bedeutung subjektiv ausgelegt. Crozier und Friedberg lehnen ihre Auffassung von Macht grundlegend an die Bedeutung des Begriffs an, wie ihn der amerikanischen Politologe Robert A. Dahl beschrieben hat.[243] Dahl wollte den Begriff der Macht aussagekräftig definieren, ihn dadurch verwendbar für wissenschaftliche Annahmen machen und Studien zu dem sozialen Phänomen an sich durchführen.[244] Nach Dahl bedeutet Macht auf der allgemeinsten Ebene die Fähigkeit der Person A, dass Person B etwas tut, was sie ohne den Eingriff von Person A nicht getan hätte.[245] Es geht also um die Möglichkeit auf andere Akteure einzuwirken, wodurch ein weiterer, sehr wichtiger Kernpunkt entfaltet werden kann, nämlich der beziehungsmäßige Charakter von Macht.[246] Die Möglichkeit auf andere einzuwirken bedeutet stets, dass die Akteure miteinander in Beziehung treten müssen.[247] Die Voraussetzung zur Entstehung einer solchen Beziehung ist das Vorhandensein gemeinsamer Ziele und die Befriedigung der persönlichen Interessen durch das Erreichen der Ziele. Zwischen den Akteuren entstehen dadurch Abhängigkeiten,[248] welche eine instrumentelle, nicht-transitive, gegenseitige aber unausgewogene Tausch- und Verhandlungsbeziehung zwischen den Akteuren induziert.[249] Der instrumentelle Charakter der Beziehung ist der Tatsache geschuldet, dass sich Macht nur unter der Perspektive des Ziels begreifen lässt, welche „in einer instrumentellen Logik die Mobilisierung von Ressourcen seitens der Akteure motiviert."[250] Die Nicht-Transitivität der Macht bezieht sich auf der Untrennbarkeit der beteiligten Akteure sowie die Untrennbarkeit der jeweiligen Handlungen.[251] Die gegenseitige aber unausgewogene Beziehung als Merkmal von Macht, wird begründet von dem Tauschakt, der Teil jeder Verhandlungsbeziehung ist. Getauscht werden dabei die Handlungsmöglichkeiten der jeweiligen Akteure. Akteur A wird nur dann eine

[243] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 39 sowie die zugehörige Fußnote S. 316. Betont wird jedoch, dass der Machtbegriff, wie ihn Dahl beschrieben hat, ihrer Meinung nach Lücken aufweist. Insbesondere die fehlende Unterscheidbarkeit von unwissentlicher Einflussnahme und intentionaler Macht sowie eine Gewichtung der Definition zugunsten des Begriffs als Besitzstand.

[244] Vgl. Dahl, R., The Concept of Power, 1957, S. 201.

[245] Vgl. Dahl, R., The Concept of Power, 1957, S. 202 f.

[246] Vgl. Crozier, M.; Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 39.

[247] Vgl. Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 94.

[248] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 39.

[249] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 40.

[250] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 40.

[251] So ist es bspw. möglich, dass A eine Handlung von B erwirken kann und B wiederum eine Handlung von C erreichen kann. Damit ist jedoch nicht vorausgesetzt, dass es auch für A möglich ist, die Handlung von C zu erzielen. Bezogen auf die Handlung heißt nicht-transitiv, dass es für A möglich ist von B eine Handlung X zu erzielen, die Handlungen Y, Z müssen zwangsläufig nicht auch erwirkt werden.

Beziehung zu Akteur B aufnehmen, wenn er sich aus dem Verhalten von B Vorteile für die eigene Handlungsfähigkeit erhofft, weil er z.B. selbst nicht handlungsfähig ist. Unter diesem Gesichtspunkt kann B, allein durch sein Verhalten die Zielerreichung von A kontrollieren und beeinflussen. Je mehr es Akteur B möglich ist, seine Handlungsfähigkeit zu verweigern, desto unvorhersehbarer ist sein Verhalten für A. Diese Unvorhersehbarkeit vergrößert die Macht des Akteurs B sukzessiv. Sind auf Seiten der Akteure keine Ressourcen mehr vorhanden, um einen Tausch durchzuführen,[252] existiert auch keine Machtbeziehung mehr.[253] Da allerdings jeder Akteur stets über einen persönlichen Freiheits- und Verhandlungsspielraum verfügt, welcher für die anderen Akteure eine Ungewissheitsquelle und somit Macht darstellt, „besitzt jeder Akteur Macht über andere Akteure."[254]

Von einer Machtbeziehung spricht man immer dann, wenn Unausgewogenheit herrscht. Diese Unausgewogenheit ist dabei durch die strukturellen Bedingungen der Situation begründet.[255] Die Organisation hat maßgeblichen Einfluss auf die Machtbeziehungen ihrer Akteure. Durch die strukturellen Merkmale der Organisation,[256] werden die Machtbeziehungen bestimmt und strukturiert, zugleich bilden diese Bedingungen dann die Zwänge, welche den Akteuren auferlegt sind.[257] Die Strukturen und Regeln schaffen wiederum organisatorische Ungewissheitszonen, um welche herum weitere Machtbeziehungen entstehen.[258] Sind diese organisatorischen Ungewissheitszonen entscheidend für die Leistungsfähigkeit der Organisation, desto größer ist wiederum die Macht der Akteure, die diese Ungewissheitszonen beherrschen. Die Organisation reguliert weiterhin den Ablauf der Machtbeziehungen. Durch die Regeln und Strukturen und die dadurch entstehenden Zwänge werden die Strategien der Akteure in Inhalt und Orientierung beeinflusst.[259] Die Organisation legt durch ihren Zweck und ihre Funktionsweise alle relevanten und mobilisierbaren Ressourcen fest. Dadurch verleiht sie den Akteuren zugleich ihre Spielfähigkeit, sie beeinflusst aber auch

[252] Kann in diesem Sinn der Akteur B die von A geforderte Aufgabe, aufgrund fehlender Ressourcen, nicht mehr durchführen, ist es ihm auch nicht mehr möglich diese Aufgabe zu verweigern, was die Machtbeziehung zum Erliegen bringt.

[253] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 41.

[254] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 56.

[255] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 41.

[256] Vgl. Nach Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 95 sind dies z.B. Hierarchie, Arbeitsorganisation, Verhaltensregeln usw.

[257] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 46 f.

[258] Vgl. Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 95.

[259] Vgl. Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 47.

den Willen der Akteure, indem sie durch die Festlegung von Trümpfen bestimmt, was ein Akteur gewinnen oder verlieren kann.[260]

Zusammenfassend schließen Crozier und Friedberg mit der Beschreibung, dass es sich bei Macht um ein Kräfteverhältnis handelt, *„aus dem der eine mehr heraus holen kann als der andere, bei dem aber gleichfalls der eine dem anderen nie völlig ausgeliefert ist.“*[261] Zudem ist Macht *„letztlich in den Freiräumen angesiedelt, über den jeder der in der Machtbeziehung eingetretene Gegenspieler verfügt.“*[262] Diese Freiräume, welche in der Machtbeziehung Ungewissheitszonen darstellen, werden von den Akteuren größtmöglich ausgedehnt. Zudem werden die Akteure versuchen, die Freiräume der Anderen einzuschränken, um damit die Vorhersehbarkeit der eigenen Handlungsfähigkeit und die Handlungsfähigkeit der anderen zu manipulieren. Sind die Ungewissheitszonen letztlich relevant für das Problem, wird die Macht des Individuums zu einer „Funktion der Größe der Ungewissheitszone, die er durch sein Verhalten seinen Gegenspielern gegenüber kontrollieren kann.“[263]

Macht ist nach Crozier und Friedberg grundlegender Aspekt jeder sozialen Beziehung und stellt einen täglichen Mechanismus sozialer Existenz dar.[264] Denn nicht nur in Organisationen wird innerhalb von Beziehungen von Macht Gebrauch gemacht. Auch in der Familie und zwischen Freunden spielt Macht immer eine Rolle. Es ist aus diesem Grund von großer Wichtigkeit, Macht nicht ausschließlich als negativ und repressiv zu betrachten.[265] Der Mensch nutzt Ungewissheitszonen nicht deshalb aus, weil er schlecht oder verdorben ist. Als Akteur kann er nur autonom bleiben und nicht zum bloßen Mittel werden, wenn er eben diese Ungewissheit gegenüber anderen Akteuren erhält und ausnutzt.[266] Die Vorstellung, Macht könne gänzlich zum Verschwinden gebracht werden, hätte nach Crozier und Friedberg zur Folge, dass auch für die Akteure das Recht verschwinden würde, „etwas anderes zu tun, als das was von ihm erwartet wird.“[267] Aus diesem Grund ist es auch wichtig Macht als Bestandteil allen kollektiven Handelns zu akzeptieren, denn

[260] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 47.
[261] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 41. (Hervorhebungen im Original).
[262] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 41.
[263] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 43.
[264] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 17.
[265] Vgl. Crozier und Friedberg betonen, dass daneben natürlich auch entfremdete Machtverhältnisse existieren, diese aber nicht dazu führen sollten, die Augen vor der Art von Macht zu verschließen, welche unsere Beziehungen bestimmen.
[266] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 205.
[267] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 18.

> „Macht zum Verschwinden bringen heißt im Grunde nichts anderes, als Autonomie der Akteure aus der Welt zu schaffen, um sie zu bloßen Maschinen zu machen.“[268]

5.5.1 Machtquellen

Crozier und Friedberg haben vier unterschiedliche Quellen identifiziert, aus denen für die Organisation relevante Ungewissheitszonen hervorgehen und somit Macht entstehen kann. Es handelt sich um Expertise, Beziehungen zwischen der Organisation und ihrer Umwelt, Ablauf der Kommunikation und den Informationsflüsse sowie die Benutzung organisatorischer Regeln.[269]

Bei der Expertise handelt es sich um den „Besitz einer nur schwer ersetzbaren funktionalen Fähigkeit oder Spezialisierung.“[270] Diese Fähigkeiten, Kenntnisse oder Erfahrungen ermöglichen dem Experten Probleme für die Organisation zu lösen, welche für diese von hoher Bedeutung sind. In solch einer Situation ist der reibungslose Ablauf der Prozesse in der Organisation in hohem Maße vom Experten abhängig.[271] Seine Position verleiht ihm aus diesem Grund viel Macht, welche sich für ihn positiv auf das Aushandeln von Vorteilen und Privilegien auswirkt. Crozier und Friedberg weisen in ihren Ausführungen jedoch darauf hin, dass die „Expertise als Machtquelle im eigentlichen Sinn“[272] relativ selten ist. Begründet wird dies durch die Komplexität der Gesellschaft, in der nur sehr wenige Personen als Einzige in der Lage sind, ein Problem der Organisation zu lösen.[273] Trotzdem besitzen viele Experten ein Monopol für Sachwissen, weil es vielleicht zu teuer, zu zeitaufwendig oder zu schwierig ist sie zu ersetzen.[274] Aber auch die unverständliche und unzugängliche Gestaltung und Verbreitung ihrer spezifischen Kenntnisse und Erfahrungen tragen dazu bei, eine solche Monopolstellung innerhalb der Organisation zu erlangen.[275] Schon allein der Ersatz einer Person ist für die Organisation mit Kosten verbunden, zudem verfügt jeder Akteur über ein „Minimum an Sachverstand“[276] was für jeden, in einem mehr oder weniger großen Umfang, Expertise bedeutet.

Keine Organisation kann existieren, ohne Beziehungen mit den unterschiedlichen Segmenten

[268] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 18.
[269] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 51 ff.
[270] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 51.
[271] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 207.
[272] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 51.
[273] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 51.
[274] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S.317.
[275] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 51.
[276] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 51.

ihrer Umwelt aufzunehmen.[277] Die Organisation ist dabei in zweifacher Weise von ihrer Umwelt abhängig. Zum Einen kann sie nur aus der Umwelt materielle und personelle Ressourcen erhalten, um überhaupt irgendeine Leistung zu erstellen.[278] Auf der anderen Seite kann die erstellte Leistung aber auch nur in der Unternehmensumwelt abgesetzt, d.h. verkauft werden.[279] Die Umweltsegmente, welche für die Organisation Input liefern und den Output der Organisation aufnehmen, stellen immer potentielle Störungsquellen und somit Ungewissheitszonen dar. Akteure, welche in Form von Maklern, Vermittlern, Übersetzern oder allein durch Sachwissen diese Umweltsegmente über Kontakte, Beziehungen und Einsichten kontrollieren und beherrschen können, verfügen über die Macht des marginal-sécant. Als marginal-sécant gehört der Akteur „mehreren in Beziehung zueinander stehenden Handlungssystemen" an und hat „daher die unerlässliche Rolle eines Vermittlers und Übersetzers zwischen verschiedenen, oft sogar widersprüchlichen Handlungslogiken."[280] In dieser Rolle kann er aus der Machtquelle der Beziehungen zwischen der Organisation und ihrer Umwelt schöpfen.

Sobald Akteure innerhalb einer Organisation interagieren, entstehen Probleme in den Funktionsprozessen, welche durch Kommunikation und Informationsflüsse bestimmt sind. Um seine Aufgaben erfüllen zu können, benötigt ein Akteur Informationen, welche wiederum nur von anderen Akteuren bereitgestellt werden können.[281] Je wichtiger diese Informationen zur Erfüllung der Aufgaben sind, d.h. je entscheidender die Stellung des Akteurs im Kommunikationsnetzt ist, desto mehr Macht hat derjenige, der die Informationen verteilt.[282] Der Informationsabsender kann in der Art und Weise, wie er die Informationen weitergibt die Handlungsfähigkeit des Informationsempfängers beeinflussen. So können Informationen bspw. verzögert oder ganz zurückgehalten werden. Es ist aber auch denkbar, dass die Informationen vollkommen ungefiltert, also weder systematisiert oder ausgewählt, noch mit verständnisfördernden Beiträgen versehen, weitergegeben werden.[283]

Crozier und Friedberg verstehen die vierte Machtquelle, die Benutzung organisatorischer Regeln, als Instrument der Organisationsleitung, um die drei erst genannten Machtquellen zu eliminie-

[277] Vgl. Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 97.
[278] Egal, ob diese materieller oder immaterieller Natur, auf Produkte oder Dienstleistungen bezogen ist.
[279] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 52.
[280] Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 52.
[281] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 52.
[282] Vgl. Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 97.
[283] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 320.

ren.[284] Die Aufstellung von Regeln, um andere Ungewissheitsquellen auszuschalten ist jedoch ein Paradoxon. Paradox ist es deshalb, weil zum Einen nie alle Ungewissheiten ausgeschaltet werden können, zum Anderen werden durch den Einsatz von Regeln neue Ungewissheitszonen geschaffen. Crozier und Friedberg verdeutlichen das Paradoxon an einem Beispiel.[285] Ein Vorgesetzter wird Regeln vorgeben und genau vorschreiben, was in welcher Art zu tun ist, um den Freiraum seiner Untergebenen zu verringern. Indem ein regelkonformes Verhalten erzeugt wird, soll seine eigene Macht zudem erhöht werden. Betrachtet man dieses Vorgehen aus einem anderen Blickwinkel, zeigt sich, dass die Einführung organisatorischer Regeln auch in eine andere Richtung wirkt. Sie begrenzt nicht nur die Freiheit der Untergebenen, auch die Willkür des Vorgesetzten wird eingeschränkt. So kann er Sanktionen z.B. nur noch unter bestimmten Umständen gebrauchen, womit die Regel, welche eigentlich für die Untergeben vorgesehen war, für diese selbst zum Schutzschild werden. Regeln können somit auch oder vor allem gegen den Vorgesetzten angewendet werden. Der Vorgesetzte hat daneben auch kein Mittel, was die Untergeben dazu bringen wird, mehr zu tun, als durch die Regel vorgeschrieben ist, obwohl gerade das, für einen reibungslosen und effizienten Ablauf innerhalb der Organisation notwendig ist.[286] Die Position des Vorgesetzten ist aus genau diesem Grund eher schwach. Den Ausgleich wird er in der Verfolgung mehrerer Regeln sehen. Er wird in diesem Fall den Verstoß gegen einige Regeln tolerieren, wodurch er ein Mittel hat, Druck auf die Untergeben auszuüben. Dieser Druck, kann die Untergeben in bestimmten Situation zu einem stärkeren Einsatz veranlassen. Dennoch steht er stets in der Gefahr, dass die Untergebenen ausschließlich ihren Dienst nach Vorschrift verrichten und sich wiederum hinter den aufgestellten Regeln verschanzen.[287] Der Verstoß gegen Regeln ist somit notwendig, um die Funktionsfähigkeit der Organisation aufrecht zu erhalten.[288]

5.5.2 Warum Macht notwendig ist

Auf die Frage nach der Notwendigkeit von Macht kann, bezogen auf die bisherigen Ausführungen und auf Grundlage von Crozier und Friedberg, eine eindeutige Antwort gegeben werden. Davon ausgehend, dass Macht ein natürliches Phänomen ist und innerhalb jeder Beziehung und jeder Interaktion von Individuen existiert, liegt die Notwendigkeit der Macht in der Bewahrung der Autonomie der Individuen. Das Ausmaß und der Gebrauch der Freiräume, über die jeder verfügt, ist dabei aber nicht definiert und vorgeformt. Wünschenswert ist natürlich ein verantwortungsvoller

[284] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 53.
[285] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 53 f.
[286] Vgl. Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, 2010, S. 98.
[287] Vgl. Crozier, M., Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation, 1993, S. 54.
[288] Vgl. Alt, R., Mikropolitik, 2005, S.317.

Umgang mit den Handlungsmöglichkeiten, über welche ein Akteur verfügt. Wobei in jedem Fall die Ziele und die Verfolgung der eigenen Interessen als Rahmen und Richtungsweiser gilt.

5.6 Kritik am Ansatz der strategischen Organisationsanalyse

Der größte Kritikpunkt, den vor allem Neuberger anführt, bezieht sich auf den fehlenden empirischen Bezug der Theorie und die damit verbundene fehlende Handlungsanleitung zur Umsetzung.[289] Crozier und Friedberg bekräftigen ihre Annahmen und Aussagen nur zu einem geringen Teil an einzelnen Beispielen, jedoch nie an einem kompletten Fall, welcher den Ansatz umfassend und systematisch verdeutlicht. Neuberger begründet das Fehlen eines solchen Falles dadurch, dass Crozier und Friedberg ausschließlich die Grundzüge ihres Ansatzes skizziert haben und eine Operationalisierung des Konzeptes unter diesem Gesichtspunkt nicht möglich ist.[290] Auch Ortmann et.al. kritisieren die forschungspraktische Handhabung des Ansatzes.[291] Vor allem die Spiel-Metapher und die Erklärung, warum verschiedene Strategien zur gleichen Zeit rational sein können, stellten innerhalb der Anwendung des Ansatzes nach ihrer Auffassung das größte Problem dar.[292] Neuberger jedoch argumentiert, dass gerade durch die Diffusheit des Spiele-Konzepts eine breitere Anwendung in der Praxis gefunden werden kann. Fischer empfindet die Betrachtungsweisen von Crozier und Friedberg als einseitig in Bezug auf die Akteursperspektive.[293] Durch diese Einseitigkeit werden laut Fischer relevante Aspekte der Macht vernachlässigt.[294] Alt argumentiert, dass Crozier und Friedberg in ihrem Ansatz die Strukturaspekte vernachlässigen. Zwar könnten relativ stabile Strategiegebilde entstehen, die Stabilität dieser hänge aber nicht von den Rollenerwartungen der Akteure oder dem gemeinsamen Wertesystem ab, sondern vom Kräfteverhältnis zwischen den Akteuren. Kritisch wird deshalb das „Sammelsurium wechselnder Kräfteverhältnisse“ [295] im Ansatz gesehen.

5.7 Anwendbarkeit des Ansatzes

Obwohl sich viele Autoren über die fehlende Operationalisierung der strategischen Organisationsanalyse äußerten und den mangelnden empirischen Bezug als kritisch empfanden, liegen heute zahlreiche empirische Arbeiten vor, in welcher die strategische Organisationsanalyse Anwen-

[289] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 215 ff.
[290] Vgl. Neuberger, O., Mikropolitik, 1995, S. 216.
[291] Vgl. Ortmann, G. et.al., Computer und Macht in Organisationen. Mikropolitische Analysen, 1990, 57.
[292] Vgl. Ortmann, G. et.al., Computer und Macht in Organisationen. Mikropolitische Analysen, 1990, 57. Ortmann et.al. betonen die Schwierigkeit, welche die Spiel-Metapher mit sich bringt, sie schließen für ihre Bearbeitung damit, dass sie die Unschärfe des Begriffs „Spiel“ als unabänderlich hin nehmen.
[293] Vgl. Fischer, J.H., Macht in Organisationen, 2004, S. 156.
[294] Nach Fischer, J.H., Macht in Organisationen, 2004, S. 156. Sind werden beispielsweise die Beschränkung der Ausübung der Macht ausschließlich durch Systemstrukturen als zu begrenzt empfunden. Auch die Begründung warum Macht ausgeübt wird, weitet Fischer auf soziale Erwartungen auf. Zudem beschreibt er, dass die Entstehung von Macht und Regeln auch unabhängig von den einzelnen Akteuren erfolgen kann.
[295] Alt, R., Mikropolitik, 2005, S. 318.

dung findet. Ortmann et.al 1990., Reichel 2010, Muhr 2004, Bogumil & Schmid 2001, Schulze 1989 und Iding 2000 nutzen das Konzept von Crozier und Friedberg für ihre Analysen und zeigen damit, dass es trotz kleiner Schwachpunkte anwendbar ist.

Teil II - Empirie

Im Folgenden werden die in den Interviews gemachten Aussagen und Erfahrungen der Maler verarbeitet und ausgewertet. Es wird zudem versucht einen Bezug zu den, im Voraus aufgearbeiteten Theorien zu schaffen. Wie sich der theoretische Teil der Diplomarbeit zuerst mit den Rahmenbedingungen in Form der Beschreibung der Akteure Galerist, Maler und dem Kunstmarkt beschäftigt hat, soll in Kapitel 7 dargestellt werden, welche Ergebnisse diesbezüglich bei den Interviews erzielt werden konnten. In Kapitel 8 wird hingegen versucht, die theoretischen Ausführungen zur strategischen Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg auf die untersuchte Praxis zu beziehen.

Da sich der Schwerpunkt der Empirie vor allem auf die Beziehung von Maler und Galerist im Sinne der strategischen Organisationsanalyse konzentriert hat, wurden in den Interviews nicht alle in Kapitel 4 dargestellten Aussagen zu Künstlern und Galeristen im Allgemeinen nachgefragt. Die Wichtigsten und für die Beziehung von Maler und Galerist grundlegenden Eigenschaften und Situationen wurden jedoch ermittelt und nachfolgend dargestellt. Dabei sind die theoretischen Annahmen jedoch nie als getrennt und unabhängig voneinander zu betrachten. In Kapitel 7 soll die Verschmelzung beider Teile bzw. der Bezug der Beziehung von Maler und Galerist auf die strategische Organisationsanalyse geschaffen werden.

6 Durchführung der Interviews und Beschreibung der Interviewpartner

Im folgenden Kapitel werden grundlegende Angaben über die befragten Maler und die Durchführung der Interviews gemacht. Zudem soll dargestellt werden, welche Schwierigkeiten und Probleme bei den durchgeführten Interviews aufgetreten sind. Da sich eine weitere Besonderheit bei der befragten Künstlergruppe ergeben hat, wird auch diese in einem Unterkapitel näher betrachtet. Die befragten Maler und Galeristen erfüllten alle, die in Kapitel 3 beschrieben Voraussetzungen für ein Interview. Die befragten Akteure arbeiteten alle mindestens seit einem Jahr zusammen, wobei der Großteil eine deutlich längere Beziehung führte. Zudem wurden von den Galeristen schon mehrere Ausstellungen für den jeweiligen Malers organisiert und durchgeführt.

6.1 Maler

Es konnten insgesamt fünf Interviews mit Malern geführt werden. Bei einem Interview handelte es sich um ein Ehepaar, welches gemeinsam befragt wurde. Die Interviews wurden stets im Voraus telefonisch vereinbart[296] und fanden bei zwei Malern im Atelier und bei drei Malern in deren

[296] Die Maler wurden im Voraus über das Thema und das Ziel der Diplomarbeit informiert. Den Malern wurde auch mitgeteilt, dass in einem ersten Interviewteil Fragen zur Person und der Arbeit gestellt werden und in einem zweiten Teil die Beziehung zum Galeristen thematisiert wird. Den Malern wurden im Vorfeld we-

Privatwohnung statt. In diesen drei Fällen befand sich das Atelier im privaten Wohngebäude und konnte vor bzw. nach den Interviews besichtigt werden. Den Malern wurde vor Beginn der Interviews die Anonymisierung ihrer Person und der von ihnen gemachten Angaben zugesagt. Aus diesem Grund werden die Maler nachfolgend mit Maler A, Maler B, Maler C, Maler D und Maler E bezeichnet. Die Reihenfolge der Maler entspricht der Reihenfolge der geführten Interviews. Zu Beginn der Interviews wurde stets gefragt, ob es möglich ist, das Interview aufzunehmen. Alle beteiligten Maler waren damit einverstanden, so dass eine anschließende Transkription der Interviews möglich war.[297] Zu bemerken ist, dass einige der befragten Maler zu Abschweifungen neigten und innerhalb der gestellten Fragen über philosophische, politische oder private Themen sprachen. Abschweifungen, welche in keinster Weise inhaltlich zu den Fragen oder Intentionen der Diplomarbeit passen, wurden in der Transkription ausgelassen und entsprechend gekennzeichnet.[298] Das Gespräch folgte dem im Voraus erstellten Interviewleitfaden.[299] Dieser verblieb einzig beim Interviewer und wurde den Interviewpartner nicht vorgelegt. Das Gespräch mit den Malern gestaltete sich stets dynamisch, d.h. sobald ein Maler ein Stichwort zu einer, im Interviewleitfaden aufgeführten Frage gab, wurde dieses angesprochen, auch wenn sie reihenfolgenmäßig im Leitfaden erst später angeführt war. Einige andere Fragen wurden zudem aus zeitlichen Gründen nicht gestellt. Die Interviews dauerten im Durchschnitt 67 Minuten, was den Einschätzungen und Angaben, welche den Malern vorab gegenüber gemacht wurden, entsprach.

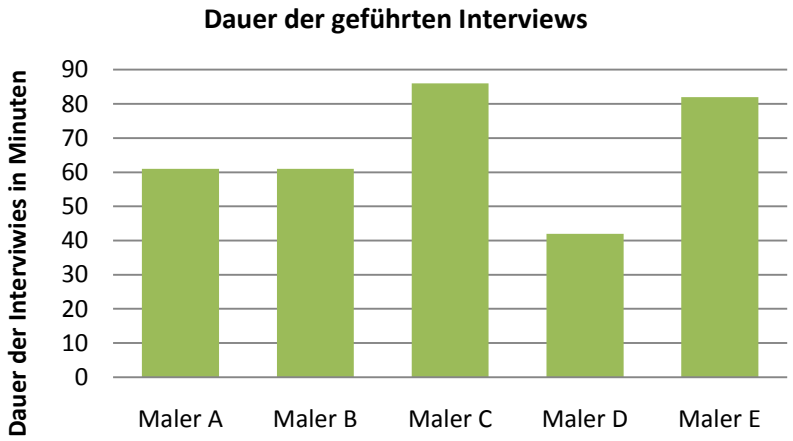

Abbildung 2 - Dauer der Interviews mit Malern

Es wurden vier Männer und eine Frau befragt, alle Interviewpartner befanden sich im Alter zwischen 45 und 69 Jahren. Das Alter der befragten Maler lag somit im Durchschnitt bei 60 Jahren.

der Interviewleitfaden noch konkrete Frage aus diesem zugeschickt. Zudem wurde den Malern im Vorfeld gesagt, dass mit einem zeitlichen Aufwand von ca. einer Stunde zu rechnen ist.

[297] Alle Interviews sind im Anhang einsehbar.

[298] So sprach ein Maler z.B. über Atomkraft und seine Einstellung dazu. Diese Aussagen wurden in der Transkription weggelassen und durch die Auslassungszeichen […] gekennzeichnet.

[299] Der Interviewleitfaden für die Maler, auf dessen Grundlage die Interviews geführt wurden, ist im Anhang eingefügt.

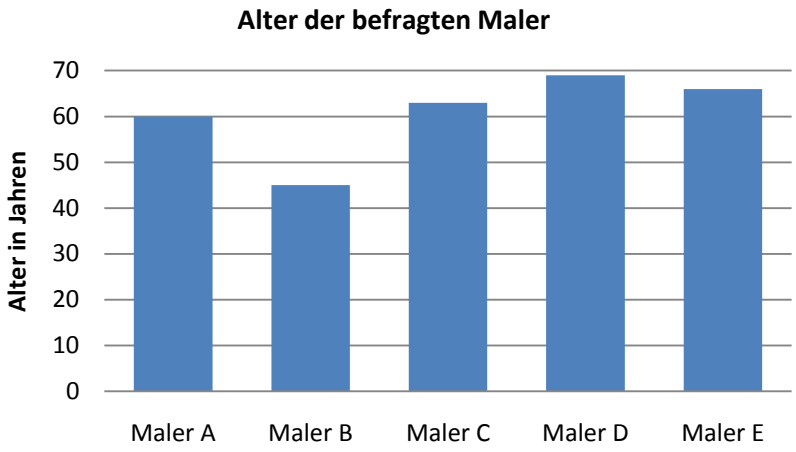

Abbildung 3 - Alter der befragten Maler

Zwei der fünf befragten Maler hatten den Schulabschluss Abitur. Alle beteiligten Interviewpartner verfügten jedoch über einen Diplom-Studienabschluss im künstlerischen Bereich. Den Schaffensschwerpunkt der Künstler bildete die Malerei, die Anfertigung von Skulpturen oder Objekten, Grafik, Radierung und Lithografie. Alle Maler waren zum Zeitpunkt der Befragung verheiratet oder lebten in einer festen Beziehung. Bei vier der fünf befragten Künstler lebten noch minderjährige und schulpflichtige Kinder im Haushalt. Es wurden von den Malern keine eindeutigen Aussagen zum Einkommen gemacht. Jedoch gaben zwei Maler an, von ihrer Arbeit leben zu können.

6.1.1 Schwierigkeiten bei der Durchführung der Interviews mit den Malern

Bei einigen Interviews waren die Künstler von Beginn an sehr auf die Beziehung zum Galeristen fixiert. Fragen zur Arbeitsorganisation oder den Zielen wurden dabei eher knapp beantwortet und das Gespräch wurde sehr schnell auf die Beziehung zum Galeristen gelenkt. Vor allem bei den Interviews mit den Malern C und E, konnte dieser Gesprächsverlauf beobachtet werden. In diesen Fällen hätte im Nachhinein konkreter nachgefragt werden müssen, um die Arbeitsorganisation und Intentionen der Maler genauer spezifizieren zu können. Maler E wirkte vor allem zu Beginn des Gespräches distanziert und dem Thema, zur Beziehung zum Galeristen gegenüber voreingenommen. Dieses Verhalten lässt sich im Nachhinein durch eine Vielzahl von schlechten Erfahrungen begründen, die der Maler mit Galeristen gemacht hat. Diese Situation ermöglichte jedoch die Wahrnehmung einer speziellen Sichtweise. Das erste Interview wurde mit einem Malerehepaar durchgeführt, welches gemeinsam befragt wurde. Das Interview war qualitativ sehr gut. Jedoch hätte eine getrennt durchgeführte Befragung wahrscheinlich zu einer noch größeren Antwortvielfalt beigetragen, da einzelne Fragen teilweise auch nur von einem der zwei befragten Maler beantwortet wurden. Die befragte Künstlergruppe ist in einigen Eigenschaften vergleichsweise homogen gewesen. Es handelte sich um Maler ähnlichen Alters und alle Maler teilten eine wichtige Gemeinsamkeit. Diese bezieht sich auf die Vergangenheit der Maler. Alle befragten Maler sind in

der ehemaligen DDR geboren und aufgewachsen, sie haben ihre Ausbildung in der DDR absolviert und waren lange Zeit als Künstler in der ehemaligen DDR tätig. Die Bedingungen und die Situation für Künstler, waren zu dieser Zeit jedoch grundverschieden, zu der Situation, wie sie heute vorzufinden ist. Da in den Gesprächen mit den Malern stets die Situation der Künstler in der ehemaligen DDR angesprochen wurde und im Laufe der Interviews deutlich geworden ist, dass auch der heutige Umgang der Maler mit den Galeristen von den früheren Erfahrungen geprägt ist, soll nachfolgend die Situation und die Bedingungen der DDR-Künstler dargestellt werden, um damit die Grundlage für ein besseres Verständnis zu schaffen.

6.1.1.1 Die Situation der Künstler in der DDR

Kunst und Kultur galten nach Gründung der DDR als Sache des Staates.[300] Durch die Führungsspitze der Einheitspartei wurden präzise Vorstellungen von Form und Inhalt künstlerischer Werke vorgegeben, wodurch Reglementierung und Kontrolle der produzierten Kunst angestrebt wurde.[301] Durch Gründung der Staatlichen Kommission für Kunstangelegenheiten wurde eine Institution für alle solche Belange geschaffen.[302] Die künstlerische Ausbildung der Maler in der DDR wurde durch vier Hochschulen und drei Fachschulen gewährleistet. Der Aufnahme eines Studiums gingen die Bewerbung mit einer Arbeitsmappe und das Bestehen einer mehrtägigen Eignungsprüfung voraus. Nach Beendigung des Studiums konnten besonders begabte Maler zudem ein Meisterstudium bei einem Universitätsprofessor anschließen. Alle Kunstschaffenden waren im Verband Bildender Künstler organisiert. Der Verband war eine selbständige Organisation, durch den Kunstschaffende organisiert und in den sozialistischen Aufbau einbezogen werden sollten.[303] Dieses SED-dominierte Instrument, durch welches die Kunst der DDR einer Kontrolle und Lenkung unterliegen sollte, hatte das vornehmlichen Ziel, die Künstler auf eine einheitliche Kunst auszurichten.[304] Dies wurde durch die Rechenschaftspflicht des Verbandes in allen Belangen gegenüber dem Zentral-Komitee der SED gefordert. Die Kontrolle der SED gegenüber dem Verband Bildender Künstler erfolgte über monatliche Berichte sowie direkten Einfluss auf Vorbereitungen der Verbandsveranstaltungen.[305] Die Bezirksorganisation des Verbands Bildender Künstler war durch 15 Bezirksverbände gewährleistet. Dieser selbst bestimmte aber nicht freie Berufsverband nahm pflichtgemäß Mitglieder auf, die „künstlerische Qualität im Sinne der Formulierung eines eigenen

[300] Vgl. Schätzke, A., Rückkehr aus dem Exil, Bildende Künstler und Architekten in der SBZ und frühen DDR, 1999, S. 42.
[301] Vgl. Schätzke, A., Rückkehr aus dem Exil, Bildende Künstler und Architekten in der SBZ und frühen DDR, 1999, S. 39.
[302] Vgl. Schätzke, A., Rückkehr aus dem Exil, Bildende Künstler und Architekten in der SBZ und frühen DDR, 1999, S. 40.
[303] Vgl. Weißbach, A., Frühstück im Freien - Freiräume im offiziellen Kunstbetrieb der DDR., 2009, S. 15.
[304] Vgl. Dr. Gerhard Strauss, Richtlinien zur Kunstpolitik vom 11.11.1946 in SAPMO, IV 2/9.06/170, Bl. 27 f.
[305] Vgl. Weißbach, A., Frühstück im Freien - Freiräume im offiziellen Kunstbetrieb der DDR., 2009, S. 15.

Anliegens sowie der Beherrschung technischer und gestalterischer Fähigkeiten“[306] nachweisen konnten. Absolventen der Kunsthochschulen wurden aufgrund ihres Abschlusses automatisch als befähigt angesehen, Autodidakten mussten einen Nachweis über ihre bisher erbrachte künstlerische Arbeit erbringen. Die Mitgliedschaft im Verband Bildender Künstler war Voraussetzung, um freiberuflich arbeiten zu können[307] und somit existenzielle Grundlage der Künstlerarbeit.[308] Im Jahr 1989, also dem Jahr vor der Auflösung des Verband Bildender Künstler zählte der Verband 6.200 Mitglieder, darunter 1.500 Maler und Grafiker.[309] Durch die Mitgliedschaft im Verband Bildender Künstler konnten die Künstler an Ausstellungen teilnehmen und öffentliche Aufträge erhalten.[310] Um die Auftragsvergabe- und genehmigung abzuwickeln, wurde 1949 ein Kulturfond gegründet. Finanziert wurde dieser durch eine Pflichtabgabe i.H. v. 5 bis 10 Pfennig, welcher beim Besuch von Kulturveranstaltungen geleistet werden musste.[311] Durch die staatliche Aufforderung wurden aufgrund der Auftragsvergaben Institutionen und Organisation, Kombinate und Betriebe aufgefordert, als Auftraggeber tätig zu werden. Dieser Tatsache ist auch geschuldet, dass sich für die Künstler, obwohl immer unter dem Schild staatlicher Kontrolle und Zuweisung, eine erhebliche materielle Förderung ergab. Durch den Kulturfond wurden zudem Arbeiten notleidender Maler ankauft, wodurch auch soziale Aufgaben wahrgenommen wurden.[312] Die radikale Ausrichtung und Reglementierung der DDR verlor im Laufe der Jahre an Strenge und wurde vor allem unter Kurt Hager im Jahr 1963 liberalisiert.[313] Neben den staatlichen Auftragsarbeiten war es den Künstlern zudem möglich, ihre Arbeiten über den 1974 eingeführten staatlichen Kunsthandel zu vertreiben.

Die Situation der Künstler, welche in der ehemaligen DDR lebten und arbeiteten, unterschied sich demnach vor allem in der inhaltlichen Ausrichtung der Gestaltung sowie der sozialen Sicherheit und dem Verkauf der Kunst. Die Künstler der DDR wurden in ihrer Gestaltungsfreiheit durch Vorgaben, Überwachung und Reglementierung stark eingeschränkt. Jedoch war es für die Künstler fast problemlos möglich, durch Auftragsarbeiten, den Verkauf der Kunst im staatlichen Kunsthandel oder durch Förderung des Kunstfonds ihre Kunst zu veräußern. Somit war die Situation der Künstler im materiell-reproduktiven Sinne in der DDR nicht prekär, wenn auch im freiheitlichen

[306] Vgl. Prange, H., Prange C., Bildende Kunst und Galeriearbeit in der DDR, S. 2.
[307] Vgl. Immisch, T.O., Vom „schönen“ Schein zum widerborstigen Sein, 1999.
[308] Vgl. Schätzke, A., Rückkehr aus dem Exil, Bildende Künstler und Architekten in der SBZ und frühen DDR, 1999, S. 42.
[309] Vgl. Schätzke, A., Rückkehr aus dem Exil, Bildende Künstler und Architekten in der SBZ und frühen DDR, 1999, S. 42.
[310] Vgl. Weißbach, A., Frühstück im Freien - Freiräume im offiziellen Kunstbetrieb der DDR., 2009, S. 18.
[311] Vgl. Weidner, K., DDR-Kunst – gab es das?, 1999, S. 547.
[312] Vgl. Flacke, M., Auftrag: Kunst 1949-1990, Bildende Künstler in der DDR zwischen Ästhetik und Politik S.17 f.
[313] Vgl. Flacke, M., Auftrag: Kunst 1949-1990, Bildende Künstler in der DDR zwischen Ästhetik und Politik S.24.

und schöpferischen Schaffen stark eingeschränkt.

Einige der befragten Maler äußerten zu der damaligen Situation folgende Gedanken: „Zu DDR-Zeiten stand die pekuniäre Frage gar nicht im Vordergrund, d.h. die finanzielle Frage hat sich gar nicht gestellt. Man konnte, da es eine Bedarfsgesellschaft war, schon mit geringstem Aufwand überleben. Z.B. konnte man Keramik machen, das hat sich fast automatisch verkauft. Dadurch war man unabhängig von Parteiaufträgen. […] Aber man konnte auch im Staatsapparat selbst Arbeiten machen, die auch aufgekauft wurden, so engmaschig war das diktatorische Netz nicht gespannt. […] Früher war das (die Galerie von heute) der staatliche Kunsthandel. Da hat man seine Arbeiten hingebracht und das wurde verkauft. Das waren auch bloß Händler." Auf diese Weise beschreibt Maler C seine Erinnerungen an die Situation zur DDR-Zeit. Maler E erklärte: „Naja, zu Ostzeiten gab's die Sachen (eine Beziehung zum Galeristen) überhaupt nicht, es gab da keine festen Bindungen zu Galerien. Ich hatte z.B. fast in allen Galerien (staatlicher Kunsthandel) der DDR, von Rostock, bis Suhl, Bautzen, Berlin, Leipzig, Dresden, Weimar meine Grafiken in den staatlichen Kunsthandlungen. Und da war man im Grunde genommen nicht an der Galerie persönlich interessiert. Man hat ja auch keine Messen besucht, das ging ja nicht." Maler D war in der ehemaligen DDR als Vorstand in einer genossenschaftlich organisierten Galerie tätig: „Die Galerie O. war eine Genossenschaft mit 300 Mitgliedern, die haben einen Vorstand gewählt und der Vorstand hat einen Galeristen eingestellt. Wir haben als Vorstand beschlossen was passiert und der Galerist hat das ausgeführt." Wie Maler C beschrieb, war diese Galerie in den Jahren nach der Vereinigung Deutschlands und nach der Umwandlung in eine GmbH, einigen Schwierigkeiten ausgesetzt: „Galerie O. hat auch eine schreckliche Geschichte. Früher Avantgardegalerie […], dann die Zersetzung durch die Stasi – das war eine gelungene Aktion, durch die viel passiert und kaputt gegangen ist. Und nach der Wende, die Vermarktung der Galerie und das Vertrauen in zwei junge Männer die ihre Arbeit nicht gemacht haben. Das ist eine traurige Entwicklung gewesen." Auch Maler D schilderte die damals schwierige Situation der Galerie O.: „Und irgendwann sind die (die angestellten Galeristen) dann auf die Idee gekommen, dass 100% (Beteiligung an den Verkäufen) besser sind als 50%. Und das ein halbes Jahr Urlaub besser ist als zu Arbeiten. Und da hat es einen großen Plautz gegeben und die letzte Erinnerung ist eigentlich, dass nach einer Hausdurchsuchung noch einmal 200 Arbeiten aufgetaucht sind – meine Besten, die überall in Katalogen abgebildet waren. […] Also wie gesagt, das sind äußerst unerfreuliche Erinnerungen."

Einige der befragten Maler sind durch die Probleme und Schwierigkeiten, welche in dieser ehemaligen genossenschaftlichen Galerie existierten, bis heute in ihrem Verhalten gegenüber Galeristen beeinflusst. Zudem ist jeder von der damaligen Situation geprägt und bei jedem der befragten Maler wirken sich diese Erfahrungen bewusst aber auch unbewusst auf das Verhältnis zum Galeristen aus.

6.2 Galeristen

Insgesamt wurden 5 Galeristen befragt, die jeweils mit einem der befragten Maler zusammenarbeiten. Die Galeristen wurden telefonisch mit der Bitte zur Teilnahme an einem Interview kontaktiert, dabei wurde das Thema genannt und es wurde erläutert, dass bereits mit einem Maler, welcher von der Galerie vertreten wird, ein Interview durchgeführt wurde. Zwei der fünf befragten Galeristen, baten um eine schriftliche Anfrage,[314] welche per Post bzw. Email zugestellt wurde. Über einen erneuten telefonischen Kontakt bzw. die Rückantwort per Email wurden die Interviewtermine vereinbart. Eins der fünf Interviews wurde telefonisch durchgeführt. Die Interviews fanden stets während der Öffnungszeiten in den Galerien statt, was teilweise zu kurzen Unterbrechungen durch Anrufe oder Kunden führte. Auch den Galeristen wurde vor Beginn des Interviews eine Anonymisierung ihrer Person sowie der Galerie zugesichert. Aus diesem Grund werden die Galeristen im Folgenden mit Galerist 1, Galerist 2, Galerist 3, Galerist 4 und Galerist 5 bezeichnet. Zudem wurden die Galeristen gebeten, das Interview aufnehmen zu dürfen. Alle Galeristen haben dem zugestimmt, weshalb die transkribierten Interviews im Anhang vollständig eingesehen werden können.[315] Die Interviews dauerten im Durchschnitt 36 Minuten, knapp halb so lang wie die Interviews mit den Malern.

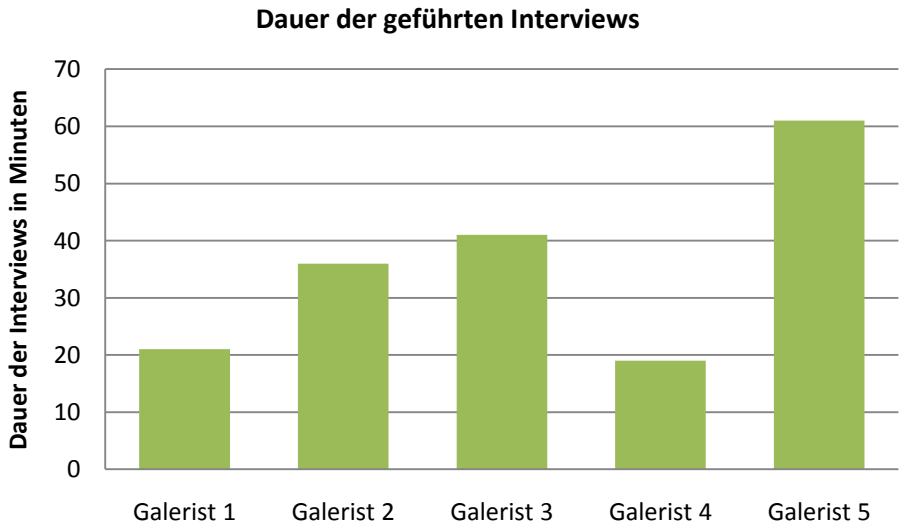

Abbildung 4 - Dauer der geführten Interviews mit den Galeristen

Zu beobachten war, dass die Galeristen um ein Vielfaches präziser und gezielter geantwortet haben als die befragten Maler. In keinem der Interviews kam es zu Abschweifungen oder persönlichen Gesprächen. Grund dafür könnte die Tatsache sein, dass alle Galeristen während ihrer regulären Arbeitszeit und dem Tagesgeschäft befragt wurden. Es wurden vier Männer und eine Frau

[314] Die Anfrage ist im Anhang beigefügt.
[315] Namen sowie weitere Hinweise, welche der Identifikation der Galerie dienen könnten, wurden dabei jedoch unkenntlich gemacht.

befragt. Drei der befragten Galeristen befanden sich im Alter zwischen 30 Jahren und 40 Jahren und jeweils ein Galerist war zwischen 50 und 60 Jahre alt bzw. über 60 Jahre.

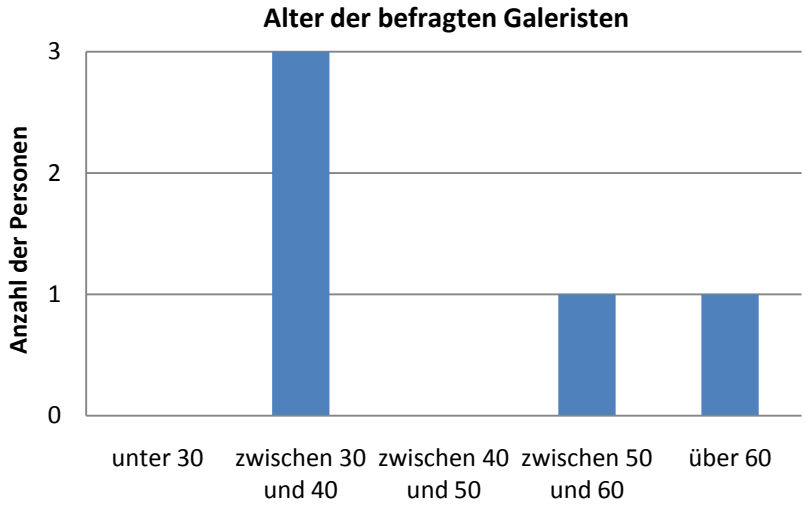

Abbildung 5 - Alter der befragten Galeristen

Zwei der fünf befragten Galeristen arbeiteten bereits 15 bzw. 20 Jahre als Galerist in ihrer eigenen Galerie. Drei der befragten Galeristen arbeiteten im Durchschnitt seit 5 Jahren als Galerist.

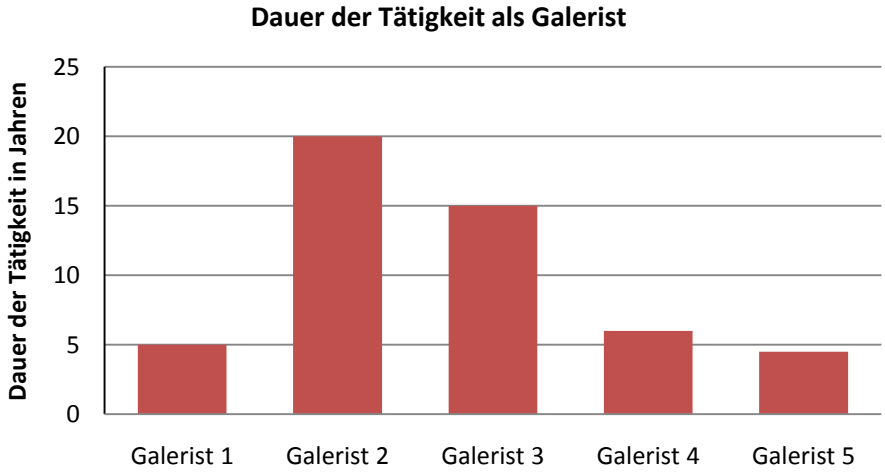

Abbildung 6 - Dauer der Tätigkeit als Galerist in Jahren

In vier der fünf aufgesuchten Galerien arbeiteten die Galeristen ohne weitere Mitarbeiter. Nur in einer der Galerien waren neben dem interviewten Galeristen zwei weitere Mitarbeiter angestellt. Bei drei der fünf befragten Galeristen handelte es sich um die Inhaber der Galerie. Eine Galerie wurde als GbR geführt, in diesem Fall wurde mit dem geschäftsführenden Galeristen gesprochen und bei einer weiteren Galerie handelte es sich um Einzelunternehmen mit insgesamt drei Mitarbeitern. In dieser Galerie wurde mit einem der angestellten Galeristen gesprochen. Der berufliche Werdegang der Galeristen unterschied sich zum Teil stark voneinander. Während Galerist 1 als

studierter Jurist als Quereinsteiger gelten kann, führte Galerist 3 als freischaffender Künstler erst selbst eine Produzentengalerie[316] und konnte mit Hilfe eines Sammlers anschließend selbst als Galerist arbeiten, wobei ihm seine Kontakte zu Künstlern äußerst hilfreich waren. Galerist 4 und Galerist 5 sind als Studierte der Kunstgeschichte bzw. Kunstwissenschaften in einem artverwandten Studium ausgebildet worden.

Im Durchschnitt betreuten die Galeristen 13 verschiedene Künstler.

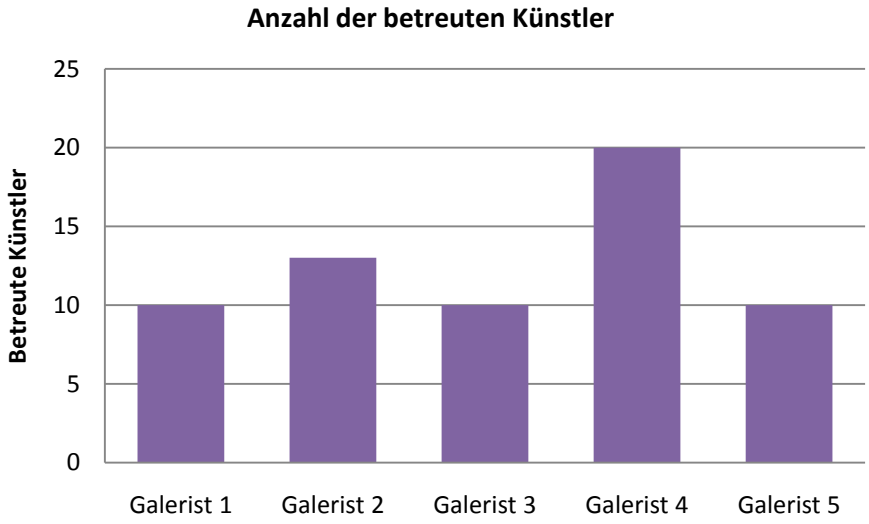

Abbildung 7 - Anzahl der betreuten Künstler

Zu beachten ist, dass bei drei der fünf befragten Galerien der Durchschnitt der betreuten Künstler bei 11 Malern lag. Nur Galerie 4 betreute weitaus mehr Künstler.

6.2.1 Schwierigkeiten bei der Durchführung der Interviews mit den Galeristen

Die Befragung der Galeristen wurde als sehr angenehm empfunden. Vor allem die klaren und konkreten Antworten erleichterten die Transkription und Auswertung der Interviews. Die Terminvereinbarung gestaltete sich in diesem Fall jedoch als etwas schwieriger, da die Teilnahme an Messen und weiteren Terminen der Galeristen den Interviews vorgingen. Bei einem Großteil der Interviews kam es vor allem bei den Fragen zur Identifikation von Machtquellen, bspw. bei der Bedeutung von Wissen und Information zu Verständnisschwierigkeiten. Viele der interviewten Galeristen fragten an dieser Stelle nochmals nach oder mussten mit Beispielen angeregt werden. Dies gestaltete sich insoweit schwierig, als dass die Galeristen oftmals auf diese Beispiele beharrten und kein weiterer Themenbereich angesprochen wurde. Jedoch ist es durchaus möglich, durch Antworten aus anderen Fragebereichen Ableitungen für das Vorhandensein von Machtquellen herzustellen.

[316] In einer Produzentengalerie schließen sich meist mehrere Künstler zusammen, welche selbständig Galerieräume anmieten, diese öffnen und die eigene Kunst ausstellen. Es werden für diese Art Galerien keine Galeristen beschäftigt, die Künstler selbst organisieren die Ausstellungen und den Verkauf.

7 Forschungsergebnisse

In Kapitel 7 sollen die Rahmenbedingungen, d.h. die Angaben zu Maler, Galerist und Kunstmarkt dargestellt und mit den in Kapitel 4 gemachten theoretischen Aussagen verglichen werden.

7.1 Akteur Maler

7.1.1 Arbeitsalltag und Selbstverständnis[317]

Insgesamt waren alle Maler in einen festen Arbeitsrhythmus eingebunden, welcher vornehmlich von der Familiensituation bestimmt wird. Da vier der fünf befragten Maler noch Kinder im Schulalter hatten, begann der Tag am Morgen durch gemeinsames Aufstehen, Frühstücken und das zur Schule bringen der Kinder. „Kinder […] sind das Maßgebliche […] was die Zeit bestimmt." antwortete Maler B auf die Frage wie Arbeitstag und Urlaub organisiert werden. Maler D empfand zwar, dass er als Künstler keinem Arbeitsalltag nachgehe, sich der Tag aber durch „Um 5 Uhr wecken, um 7 Uhr mein Spätwerk (Sohn) zur Schule bringen. Dann noch mal einen verzweifelten Kaffee trinken und dann beginnen.", seinen Anfang nimmt. Auch Maler E hat sich auf einen ähnlichen Rhythmus eingestellt. „Nachdem die Kinder zur Schule gebracht wurden, fängt der Arbeitstag um halb 8 Uhr im Atelier an." Dieser Maler berichtete jedoch auch, dass sich sein Arbeitsrhythmus mit seiner Frau und den Kindern verändert hat. „Früher […] bin ich längere Zeit alleine gewesen und da habe ich vornehmlich nachts gearbeitet. Weil ich da die meiste Ruhe hatte. Ich bin dann um 3 Uhr, um 4 Uhr nachts ins Bett und um 11 Uhr aufgestanden." Maler C, als einziger Maler ohne schulpflichtige Kinder sagte: „Ich arbeite vornehmlich nachts, bis früh um 3 Uhr und schlafe dann bis 9 Uhr. Aber um 10 Uhr schlägt der Gong und dann wird organisiert und telefoniert." Zur Arbeitszeit erläuterte Maler A zudem: „Es muss diesen disziplinierten Anfang haben, morgens halb 9 Uhr nach dem Frühstück […] und das hört dann abends irgendwann auf, je nachdem." Und weiter hieß es bei diesem Maler: „Es gibt auch Zeiten, da ist es abends um 8 Uhr und dann ist nichts mehr mit Atelier. Aber dann waren es auch 10 Stunden, die man im Atelier verbracht hat." Maler B antwortete auf die Frage, ob die Arbeit auch über den 8 Stunden Arbeitstag hinaus geht: „Richtig, richtig. Es hat sich verändert. Es ist früher anders gewesen. Die Anforderungen sind höher geworden." Zudem antwortete dieser Maler auf die Frage, ob es möglich ist für eine gewisse Zeit mit der Arbeit auszusetzen: „Nein, das geht nicht mehr. Ich habe das in den letzten Jahrzehnten gemacht, dass ich gesagt habe, im Herbst nehme ich mir einen Monat frei und baue am Haus. Das

[317] Innerhalb der Auswertung kommt es manchmal zum Vergleich der Arbeitssituation der Künstler zu sogenannten „normalen" Arbeitsverhältnissen. Vergleichend soll an dieser Stelle immer das Normalarbeitsverhältnis, wie es bereits in Kapitel 4.3.4.2 angeführt wurde, eingesetzt werden. Ob dieses heute in seiner idealen Form noch immer existiert oder auch von neuen Arbeitsformen abgelöst wurde, soll an dieser Stelle nicht diskutiert werden. Es dient lediglich zum Vergleich und zur Darstellung der Unterschiede, im Gegensatz zur Arbeitsorganisation des Künstlers.

ist nicht mehr drin."

Einige Maler erklärten die Motivation, die sie treibt, immer wieder Kunst zu machen. Maler A beschrieb, dass die Arbeit als Maler „hochprozentig Mühe und Disziplin ist", denn Kunst ist in seinen Augen „ein Vorgang der nur ganz schwer steuerbar ist." Auch Maler C sprach von einem „ständigen Selbstmotivationszwang", denn „Es gibt eigentlich keinen richtigen Sinn noch ein Bild zu machen und noch eine Skulptur mehr." Maler D verglich seine Arbeit mit einem Handwerkerdasein aber „Man hat natürlich Phasen, wo man mehr arbeitet, wo man weniger arbeitet." Dieser Maler beschrieb, dass der Grund oder die Motivation, immer wieder Kunst herzustellen von seinen Zielen abhängt. Denn diese zu erreichen, sind der wahrscheinlich größte Antrieb. Aber auch technische Prozesse beeinflussen den Gang der Arbeit. „Auch Grundierungsprozesse und Trocknungsprozesse laufen technisch ab und haben ihre Zeiten.", erläuterte Maler A.

Der Arbeitsplatz des Malers ist sein Atelier. Drei der fünf interviewten Maler hatten ihren Arbeitsplatz in Form eines Ateliers direkt im privaten Haus. Das Atelier zweier befragter Malern befand sich ausserhalb des Wohnhauses. Maler A, dessen Atelier im privaten Wohnhaus ist, gab zu dieser Situation an: „Normalerweise ist das so, dass Künstler ihre Ateliers ausserhalb haben […] Da gehen sie früh hin und kommen abends oder nachts oder mittags nach Hause. Da ist das getrennt. […] Bei uns sind es nur ein paar Schritte. Dadurch bist du viel näher dran und dadurch lässt es dich auch viel weniger los. Du kannst nicht zuschließen und gehen, sondern es ist immer möglich, nachts noch mal hinzugehen oder morgens als erstes." Auf die Frage, ob sich Arbeit und Leben trennen lassen, antwortete Maler D: „Nee. Wie man sich z.B. immer mit dem Finanzamt streitet, was Arbeitsräume sind. Ich habe hier nur Arbeitsräume und Wohnräume. Das ist ein untrennbares Verhältnis." Auch Maler B äußerte, dass Arbeit und Leben nicht getrennt werden können. Auf die Frage, ob das eine Belastung darstellt, antwortete der Maler: „Nein, es lässt einen innerlich sowieso nicht los." Und auch Maler D sagte zu dieser Problematik: „Wo hört die Arbeit auf?! Ich schalte ja mein Gehirn nicht aus."

Deutlich wird, dass der Arbeitsalltag der Maler einen geregelten Ablauf hat und weitestgehend dem Arbeitstag eines normalen Arbeitsverhältnisses entspricht, jedenfalls in Hinsicht des zeitlich geregelten Ablauf des Tages. Jeder der befragten Maler beginnt seine Arbeit morgens zu einer geregelten Uhrzeit, wobei nicht deutlich wurde, ob auch das Ende des Arbeitstages im Atelier zeitlich genau bestimmt ist. Bei allen Malern wurde deutlich, dass es sich bei ihrer Arbeit um keine abschließbaren Arbeitsaufgaben handelt, sondern Gedanken und Intentionen zur Kreativität und Schaffung von Kunst stets präsent sind. Zudem konnte festgestellt werden, dass es zwar eine innere Motivation oder einen Drang gibt, Kunst zu machen, diese aber stets durch Disziplin und Selbstmotivation angeregt werden muss. Es lässt sich zudem keine strikte Trennung von Arbeit und Leben erkennen. Dies führt auch dazu, dass sich die tatsächliche Arbeitszeit der Maler nicht in

Stunden ermitteln lässt. Deutlich wird jedoch, dass sich gerade Maler durch diese Trennungsunschärfe von Arbeit und Leben, länger und intensiver mit ihrer Arbeit beschäftigen, als normale Arbeitnehmer.

7.1.2 Ziele / Interessen

Für Maler D war die Frage nach den persönlichen Zielen, die mit der Arbeit verfolgt werden, die „allerschwierigste Frage." Zum einen „will man was herstellen, was man selber gern mal sehen würde, wie es aussieht." Zum anderen „habe ich das Gefühl, man will auch irgendwie geliebt werden. Ich denke, dass ist der größte Antrieb." Zudem wurde in diesem Zusammenhang gesagt: „Ich denke, dass ist vielleicht auch so ein Wahn von Anerkennung. Das denke ich, wird schon ein großer Antrieb sein." Aber auch der finanzielle Aspekt wurde von diesem Maler erwähnt: „Man freut sich natürlich auch, wenn man mal eine Mark verdient. Aber das kann nicht der Hauptantrieb sein. Dann würde ich andere Sachen machen." Auch Maler A und B äußerten zum Thema Geld verdienen: „Es ist ganz schön, wenn dieser Effekt (das Bilder ankommen oder verkauft werden) einsetzt […]." Das Bild zu verkaufen war nicht vordringliches Ziel: „Das Ding (Bilder zu malen) so zu Ende bringen, dass man selbst zufrieden ist. Nicht dass es ankommt, nicht dass es unbedingt verkauft wird. […] Dass man es aus der Hand gibt und denkt, das ist in Ordnung." Aber der finanzielle Aspekt spielte trotzdem eine Rolle: „Es kommt aber auch immer dieser unterbewusste Hintergedanke, dass man auch davon leben muss. Man muss ja auch arbeiten gehen. Es ist nicht nur diese Freude an der Arbeit, die stellt sich vielleicht ein, weil Dinge entstehen, die noch nicht da waren bis dahin." Maler C beschrieb seine Arbeit eher ganzheitlich: „Was mich aber interessiert hat, war nicht das Festgelegt sein als Maler oder Bildhauer. Sondern das Leben ist für mich ein grundsätzliches Experiment und das kann in alle Richtungen gehen." Es gibt für diesen Maler eine innere Motivation, die zielweisend ist. Er verglich seine Arbeit mit einer Art Spieltrieb. „Und ich habe mir die Freiheit genommen, mein Leben lang zu spielen und schaue, dass dieses Spiel auch zu finanzieren geht. […] Dann kommt immer die Frage, kann man damit Geld verdienen? Und dann sag ich, das ist immer die Frage, die ich mir selber stelle, selbst mit 60 noch. Kann man damit Geld verdienen? Man kann damit Geld verdienen, das ist klar. Aber es wird immer schwieriger damit Geld zu verdienen."

Das oberste Ziel der befragten Maler ist die Herstellung von Kunst. Dem Verwirklichen von etwas Neuem, was stets aus einer inneren Motivation heraus und aus dem Bedürfnis Kunst zu schaffen, entsteht. Mit der Schaffung von Kunst sind jedoch weitere Effekte verbunden. Anerkennung, geliebt werden, den inneren Drang stillen und etwas zu machen, was einen erfüllt und das man gut kann, sind die Ideale, nach denen oder aufgrund dessen die Künstler ihre Arbeit verrichten. Trotzdem sind es auch die finanziellen Aspekte, die den Künstler antreiben. Es ist auch der Gedanke,

mit Kunst das Leben zu finanzieren, denn letztendlich ist die Herstellung von Kunst für die Maler auch ein Beruf, bei dem Leistung mit Geld vergütet wird.

7.1.3 Vergleich mit den in der Theorie gemachten Aussagen zum Künstler

Betrachtet man die in den vorangegangenen Kapiteln gemachten Aussagen der Maler vor dem Hintergrund der theoretischen Annahmen, wie sie in Kapitel 4.3 gemacht wurden, ergeben sich Übereinstimmungen, jedoch sind auch Abweichungen von Theorie und Praxis vorzufinden. Angemerkt werden muss jedoch, dass im Interview nicht alle theoretisch ermittelten Aussagen zum Künstlerhabitus, dem Berufsbilder des Malers oder seinen Arbeits- und Berufsverhältnissen[318] nachgefragt wurden. Grund dafür ist der Schwerpunkt der Befragung. Dieser wurde vor allem auf das Verhältnis von Maler und Galerist gelegt und nahm bei der Befragung deshalb auch einen größeren Teil in Anspruch. Jedoch soll an dieser Stelle, wenn auch nicht vollständig, dokumentiert werden, inwieweit sich die in der Theorie gemachten Angaben in der Praxis darstellen.

Betreffend des Künstlerhabitus wird oftmals vermutet, dass es sich beim Künstler um einen Autodidakten handelt, der keiner Schulung bedarf,[319] zudem wird hinsichtlich des Professionalisierungsprozesses angegeben, dass Künstler oftmals eine akademische Vorbildung haben und über ein hohes Bildungsniveau verfügen. In den Interviews und durch das Studium der Künstlerbiografien[320] wurde deutlich, dass alle befragten Maler ein Studium in einem künstlerischen Fachbereich mit einem Diplom-Abschluss absolviert haben. Zwar verfügen die Befragten zweifellos über eine natürliche Begabung und Talent, weshalb auch bejaht werden kann, dass von ihnen ein Begabungsberuf ausgeübt wird, jedoch wurde diese Begabung stets geschult. In diesem Zusammenhang kann auch bekräftigt werden, dass die Künstler über ein hohes Bildungsniveau verfügen. Obwohl nur zwei der fünf befragten Künstler Abiturienten waren, konnten alle durch das Bestehen des Hochschulstudiums ein hohes Bildungsniveau nachweisen. Der Wirkungsbereich der befragten Maler beschränkte sich auf die Herstellung von Kunst in Form von Malerei und Grafik sowie der Schaffung von Skulpturen. Kein Maler war in der Situation, einer zusätzlichen Arbeit zum Broterwerb nachgehen zu müssen. Ein Maler gab an, dass ein Teil der Künstler sehr wohl von 400€ -600€ im Monat leben muss, der andere Teil aber gut von seiner Arbeit leben kann. Ein Maler gab zudem an, persönlich gut von seinem Beruf leben zu können. Beachtet werden muss jedoch, dass bei zwei der fünf befragten Maler der Partner einer geregelten Arbeit nachgegangen ist. Es ist demnach anzunehmen, dass in diesen beiden Fällen zusätzlich eine familiäre Absicherung vorhanden ist und einkommensschwache Zeiten problemlos überwunden werden können. Aus diesem Hintergrund heraus, scheint die Situation der befragten Künstler weniger prekär zu

[318] Vgl. Kapitel 4.3
[319] Vgl. Kapitel 4.3.2.
[320] Die Künstlerbiografien sind in jedem Fall bei der Galerie einsehbar, die den Künstler vertritt.

sein, jedenfalls auf materiell-reproduktiver Ebene. Eine Aussage über die Prekarität der Künstler auf institutionell-rechtlicher Dimension zu machen, ist nicht möglich, da für diesen Bereich keine Nachfragen stattgefunden haben. Aber die sozial-kommunikative Situation der Künstler scheint ebenfalls nicht prekär zu sein, denn alle Künstler gaben an, dass Beziehungen eine sehr wichtige Rolle spielen.[321]

Alle befragten Künstler arbeiten selbständig, keiner der Maler war zum Zeitpunkt der Befragung fest angestellt. Diese Tatsache verstärkt die theoretische Annahme, dass ein großer Teil der Bildenden Künstler selbständig und unabhängig arbeitet. In diesem Sinne kann man von atypischer Beschäftigung[322] sprechen. Die befragten Künstler arbeiten, wie auch in der Theorie angenommen[323] u.a. aufgrund des Verlangens, etwas Neues zu erschaffen. Zudem konnte festgestellt werden, dass die befragten Künstler zwar intrinsisch motiviert sind, wie auch in der Theorie angenommen, diese Motivation aber nicht ausschließlich aus der Liebe zur Kunst herrührt. Auch der finanzielle Aspekt und die Einstellung, dass es sich bei der Arbeit eines Malers um einen Beruf handelt, der ausgeübt werden muss, beeinflussen diese Motivation. Zur Entgrenzung von Arbeit und Leben kann festgestellt werden, dass auch bei den befragten Malern eine Entgrenzung, wie sie in Kapitel 4.3.4.3 beschrieben wurde, beobachtet werden kann. Konkret konnte eine Flexibilisierung beobachtet werden, die im Zusammenhang mit dem Arbeitsplatz steht. Vor allem die Maler, deren Ateliers sich im privaten Wohngebäude befinden, nutzen die Möglichkeit auch zwischendurch oder nachts zu arbeiten. Grundsätzlich, und das konnte bei allen Befragten beobachtet werden, begleiten die Maler ganzheitlich Gedanken und Intentionen zu Kunst und Malerei. Arbeit und Leben getrennt voneinander zu betrachten, scheint für die Maler nicht möglich zu sein. Nicht bestätigt werden kann jedoch, dass die Arbeitszeit eines Malers nicht vergleichbar mit der eines Normalarbeitsverhältnisses ist. Alle befragten Maler sprachen von einem regelmäßigem Zeitablauf und einem geregelten Arbeitsbeginn innerhalb ihres Arbeitstages.

7.2 Akteur Galerist

7.2.1 Arbeitsalltag und Selbstverständnis des Galeristen

Der Arbeitsrhythmus der Galeristen wird vornehmlich durch die Öffnungszeiten der Galerie bestimmt. In vier der fünf befragten Fälle arbeiten die Galeristen ohne weitere Mitarbeiter, d.h. die Galeristen müssen während der Öffnungszeiten in der Galerie anwesend sein.

[321] Vgl. Kapitel 4.3.4.4
[322] Vgl. Kapitel 4.3.4.2
[323] Vgl. kapitel 4.3.4.3

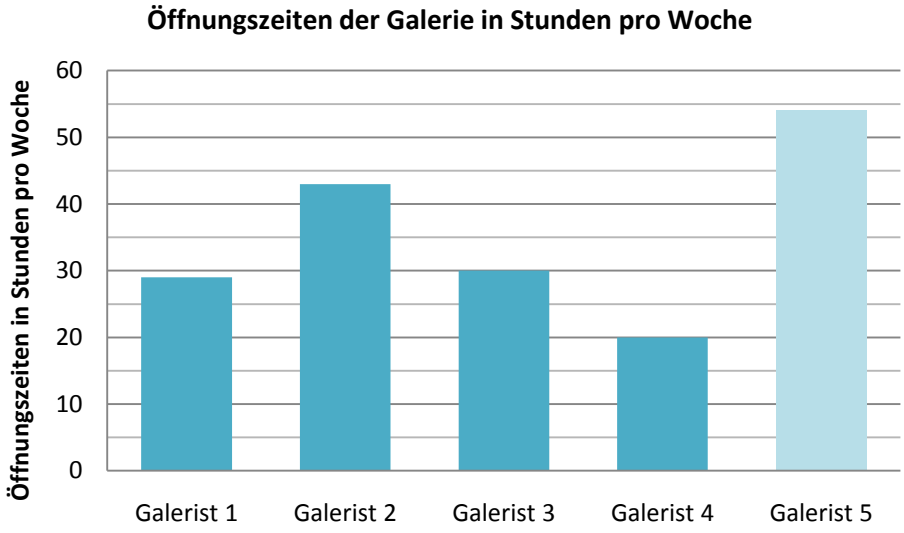

Abbildung 8 - Öffnungszeiten der Galerien in Stunden pro Woche

Die Galerien sind bei vier der fünf befragten Galeristen an 5 Tagen in der Woche geöffnet, einer der befragten Galeristen öffnete seine Galerie an 6 Tagen in der Woche. Diese Galerie, welche auch im Diagramm andersfarbig dargestellt wurde, bildet jedoch eine Ausnahme, denn mit einer Öffnungszeit von 54 Stunden in der Woche ist Galerie 5 die am längsten geöffnete Galerie. Zu beachten ist jedoch, dass es sich hierbei auch um die Galerie mit den drei Mitarbeitern handelt. Zusätzlich zu den Öffnungszeiten, an denen Interessenten und Besucher in die Galerie kommen können, gehören zur Arbeitszeit des Galeristen Ausstellungseröffnungen und Atelierbesuchen sowie der Besuch von Messen. Diese finden meist außerhalb der Öffnungszeiten der Galerien statt, weshalb angenommen werden kann, dass die befragten Galeristen mindestens entsprechend eines Normalarbeitsverhältnisses[324] arbeiten, es kann jedoch angenommen werden, dass es aufgrund der Aufgabenvielfalt über diesem Durchschnitt liegt.

Galerist 2 beschrieb sich als Jemand, „[…] der versucht die Arbeiten von Künstlern dem Publikum nahe zu bringen." Dieser Galerist reduzierte seinen Beruf jedoch letztlich darauf ein „Verkäufer für die Ware, die der Künstler herstellt" zu sein. Diese Aussage wurde von ihm selbst kommentiert: „Klingt brutal und nicht prosaisch, ist aber was dran." Auch Galerist 3 sah sich als „Mittler zwischen Künstler und Markt, Zielgruppen und Akteuren. Auf die Frage wie Galerist 3 seinen Beruf beschreiben würde, sagte dieser: „Es ist mehr als Handel. Es ist eine kulturelle Tätigkeit, wo man versucht die Kunst und die Künstler hier in der Stadt bekannt zu machen und zu vermitteln. Natürlich auch über die Stadtgrenzen hinaus, deutschlandweit und wenn es geht, international die Künstler und ihre Arbeiten bekannt machen. So dass es über eine reine Handelstätigkeit hinaus geht." Galerist 5 beschrieb seinen Beruf wie folgt: Das Hauptziel des Galeristen ist „natürlich die

[324] Die Arbeitszeit eines Normalarbeitsverhältnisses entspricht einer wöchentlichen Arbeitszeit von 40 Stunden.

Künstler am Markt zu platzieren und die Künstler in der Öffentlichkeit auch entsprechend zu verankern."

Die Eigenschaften, die ein guter Galerist braucht, wurden von Galerist 1 und Galerist 2 ähnlich beschrieben. Beide gaben an, dass man ein Gespür bzw. ein Gefühl für Kunst haben muss und die Liebe und Hingabe zur Kunst vorhanden sein muss. In diesem Sinne beschrieb Galerist 2: „Natürlich muss man ein Gefühl für Kunst haben oder ein Gefühl für Qualität. […] Und man muss es gerne machen. Mit Hingabe." „Man muss natürlich auch mit den Arbeiten der Künstler klar kommen und dafür auch Herzblut haben.", erklärte wiederum Galerist 3. Und Galerist 1 äußerte: „Man muss ein Gespür für Kunst haben und sie auch wirklich lieben. Nur wenn du hinter der Kunst stehst, die du verkaufst, kannst du Erfolg haben." Für Galerist 5 war es, zur Zeit des Interviews bedeutend „überhaupt Verständnis für Kunst entwickeln zu können." Zudem sagte dieser Galerist: „Darüber hinausgehende Eigenschaften sind dann sicher mehr in der Vermarktungsfähigkeit zu suchen. Marktchancen erkennen. Dass man das Publikum einzuschätzen vermag, dass man Klientels ausbilden kann etc." Für Galerist 4 gehörten zu den Eigenschaften eines guten Galeristen, die Kunst „adäquat an die Zielgruppen (zu) bringen." Laut Galerist 4 und Galerist 2 war es zudem wichtig, die Qualität der Kunst einschätzen zu können. Für Galerist 4 zeigte sich diese qualitätsprüfende Eigenschaft beim „Einschätzen können, was ist gute Kunst". Eine andere Ebene der Eigenschaften eines Galeristen betrifft die Kommunikations- und Beziehungsfähigkeit. In dieser Hinsicht beschrieb Galerist 3: „Man muss eine gute Beziehung zu den einzelnen Künstlern aufbauen können." Wichtig ist zudem, dass man die Künstler „mit Ausstellungen und Sammler bekannt macht und in Kontakt bringt." Auch Galerist 4 antwortete auf dieser Ebene „kommunikativ sein" gehöre zu den Eigenschaften eines guten Galeristen. Und Galerist 2 formulierte: „[…] man sollte auch mit Menschen umgehen können. Man sollte weitestgehend konsensfähig sein oder konsensbedacht sein. […] Man muss ja nicht nur kontaktfreudig und vertrauenswürdig dem Künstler gegenüber sein, auch den Kunden, auch den Mitarbeitern vom Museum, den Leuten von der Presse. Das muss alles harmonisch und kollegial und transparent ablaufen." Ein „[…] Verständnis und ein Gefühl für den Künstler zu haben", gehörte auch laut Galerist 1 zu wichtigsten Eigenschaften für gute Galeriearbeit. Und auch Galerist 4 empfand die Eigenschaften auf der kommunikativen Ebene wichtig: „Eine große persönliche Offenheit ist auch wichtig. Das man auf Menschen zugehen kann, das man Menschen für sich und auch für das künstlerische Programm der Galerie einnehmen kann."

Einige Galeristen wurden gefragt, wie sie sich diese Eigenschaften angeeignet haben. Galerist 4 antwortete: „Viel sehen, viel Bekanntschaft, bestenfalls Ausbildung." In diesem Fall hat der Galerist Kunstgeschichte und Betriebswirtschaftslehre studiert. Galerist 2 äußerte in Bezug zur Frage wie man sich den Beruf Galerist aneignet: „Das kann man schwer sagen. Denn Jemand der Gale-

rist ist oder als Galerist tätig ist, kommt immer von irgendwo her und er hat vorher immer irgendwas gemacht. Und bei mir war es so, dass ich meine Liebe, meine Leidenschaft, mein Hobby zum Beruf gemacht habe." Weiter hieß es: „Dass (die Eigenschaft eine Gefühl für Kunst und deren Qualität zu haben) kann man sich nur aneignen durch vieles Sehen, vieles Schauen, durch Spüren." Galerist 5 beschrieb die Situation wie folgt: „Die Eigenschaften kann man sich bestimmt teilweise erarbeiten. Aber im Grundsatz muss man Vieles mitbringen. Die Begeisterungsfähigkeit für Kunst, die lässt sich nicht antrainieren. Die muss man in sich spüren, da muss man eine entsprechende Emotion aus sich heraus entwickeln, die lässt sich nicht lernen. Was sich lernen lässt, sind gewisse Verständnisfähigkeiten, dass man sich einliest in bestimmte Grundschemata künstlerischer Sprache." In den Interviews mit den Malern wurden z.T. ebenfalls Eigenschaften genannt, über welche Galeristen verfügen bzw. unbedingt verfügen sollten.[325] Maler E erläuterte, dass ein Galerist mit den Personen, mit denen er korrespondiert, Gespräche führen können muss, wozu es hilfreich ist, allgemeingebildet zu sein. Des Weiteren sagte dieser Maler, dass der Galerist „rüberbringen können" muss, warum die Werke des Künstlers gut und kaufenswert sind. Maler E schätzte am Galeristen die Tugenden Ehrlichkeit und Vertrauen, zudem erwartete er eine gute Zahlungsmoral. Für Maler A war es wichtig, dass der Galerist hinter der Kunst des Malers steht. Auch Maler C sprach diese Eigenschaft an. Er nannte zudem aber auch Folgendes: „Die Galeristen (müssen) genauso flexibel denken wie man selbst. […] der Galerist muss ein guter Geschäftsmann sein, ein guter Börsenmakler und gleichzeitig muss er das Kunstgeschäft verstehen und gleichzeitig Kunst begreifen. Das muss auch dahinter stehen. Denn wenn du hinter einem Produkt oder einem Inhalt nicht stehst, kannst du es auch nicht verkaufen. Insofern ist es auch kein einfacher Job, noch dazu, dass du viel Geld brauchst und eine hohe Beziehungskiste haben musst."

Die Arbeitszeiten der Galeristen lassen sich mit denen eines Normalarbeitsverhältnisses vergleichen. Durch die Vielzahl der Aufgaben, welche der Galerist aber außerhalb der Galerieöffnungszeiten erfüllen muss, kann angenommen werden, dass auch Galeristen zeitlich gesehen überdurchschnittlich arbeiten. Der Großteil der befragten Galeristen sieht sich als Mittler zwischen Künstler und Kunstinteressierten, wobei die Händlereigenschaft mit der Eigenschaft die Kunst zu verkaufen nicht unbeachtet bleiben darf. Ausschließlich ein Galerist empfindet seine Arbeit zudem als kulturelle Tätigkeit. Die Eigenschaften, über welche ein Galerist verfügen sollte, können in die Bereiche Gespür für Kunst und deren Qualität und hochgradige Kommunikationsfähigkeit sowie die Fähigkeit zum Aufbau und zur Pflege von Beziehungen eingeteilt werden. Diese Eigenschaften lassen sich zum Teil durch Sehen, Lesen und Ausbildung erarbeiten und entwickeln, aber die Motivation und die Leidenschaft zum Beruf müssen im Innern des Galeristen vorhanden sein.

[325] Da diese eher persönlichen Eigenschaften oder auch Schlüsselkompetenzen für den Beruf des Galeristen darstellen, werden sie an dieser Stelle angeführt und nicht im Kapitel zu den Aufgaben des Galeristen.

Maler erachten es als wichtig, dass der Galerist hinter der angebotenen Kunst steht und diese auch gut vermittel kann. Neben der Eigenschaft, die Werke des Künstlers auch gut verkaufen zu können, sollte der Galerist zudem kommunikativ sein und dem Künstler Vertrauen und Ehrlichkeit gegenüber bringen.

7.2.2 Ziele / Interessen

Die Frage nach den Zielen, die Galerist 5 mit seiner Arbeit erreichen möchte, wurde wie folgt beantwortet: „Das sind vielfältige Ziele. Mein Hauptziel ist, diesem Betrieb auf Dauer einen gewissen Anspruch zu verleihen. Und dazu gehört ganz unbedingt, dass man sich für die richtigen Künstler entscheidet, das man eine gute Beziehung zu den Künstlern pflegt, die man sehr schätzt und das man ein passendes Programm zusammenstellt mit dem man sich selbst identifizieren kann und auf das man dann ein Klientel, ein Publikum einschwört. Und das dann auf Dauer zu platzieren. Nicht nur am Markt, vielmehr noch in einer gewissen kulturellen Öffentlichkeit.“ Zudem beschrieb dieser Galerist, dass es sein Ziel ist, bei den Interessenten „für ein tieferes Verständnis zu werben“ wodurch seines Erachtens nach eine „Scharnierfunktion“ eingenommen wird, was bedeutet, dass es Kunden gibt, „Die lassen sich die Welt, die Kunstwelt vom Galeristen erklären.“ Auch die Antwort von Galerist 1 ging in eine ähnliche Richtung: „Langfristig als Galerist zu arbeiten und etwas aufzubauen. Die Kunst, die ich mag, zu etablieren und nach vorne zu bringen.“ Galerist 4 beschrieb seine Ziele eher rational: „Um für einen Galerist zu sprechen, schlichtweg Vermarktung.“ Im Gegensatz dazu argumentierte Galerist 3: „Persönliche Ziele? Na, das es Freude und Spass macht eigentlich. Ich will nicht reich werden, es muss einfach Freude machen.“ Und Galerist 2 beschrieb, dass er heute „kein hehreres großes Ziel definieren“ kann, dass er noch erreichen möchte. Aber diese Ziele hatte er mit 30 und damals sagte er: „Da wollte ich gute Ausstellungen machen und mit guten Künstlern zusammen sein. Ich wollte meine Arbeit mit Liebe und einfach gut machen. Und das will ich immer noch.“

Die Ziele der Galeristen lassen sich charakterisieren durch den Wunsch, dauerhaft als Galerist zu arbeiten und mit dieser Arbeit etwas aufzubauen, was sich auch etabliert. Zudem soll die Arbeit Spass machen und es soll etwas Gutes daraus entstehen, z.T. auch in betriebswirtschaftlichem Sinn.

7.2.3 Vergleich mit den in der Theorie gemachten Aussagen zum Galeristen

Auch an dieser Stelle muss angemerkt werden, dass nicht alle in Kapitel 4.2 gemachten Aussagen zum Galeristen in den Interviews empirisch überprüft wurden. Genau wie beim Maler ist der Grund dafür der Schwerpunkt, welcher auf die Analyse der Beziehung zwischen Maler und Galerist gelegt wurde. In den Aussagen, die von den Galeristen zu den auch im theoretischen Teil der

Arbeit gemachten Ausführungen angegeben wurden, konnten Übereinstimmungen aber auch Abweichungen festgestellt werden.

Bestätigt werden kann, dass der Galerist als Vermittler von Kunst auf dem Markt auftritt und in einer Galerie, welche zu bestimmten Öffnungszeiten für jedermann frei zugänglich ist, Kunst ausstellt und anbietet. Der Galerist tritt dabei, wie auch in der Theorie beschrieben, als Schaltstelle zwischen Maler und Betrachter auf. Er fördert lebende Künstler und versucht diese auf dem Markt und in der Gesellschaft zu etablieren. Zudem konnte festgestellt werden, dass Galeristen zahlreiche, der in der Theorie angeführten Aufgaben wahrnehmen.[326] Auch die persönlichen Eigenschaften, welche ein Galerist theoretisch braucht, um erfolgreich auf dem Kunstmarkt agieren zu können, konnten in den Interviews identifiziert werden. Vor allem das Wissen über die Kunst, welche angeboten wird, sowie die kommunikativen Eigenschaften und Beziehungsfähigkeit wurden von den Galeristen genannt. Auch der unterschiedliche berufliche Werdegang und die Vorbildung der Galeristen, welche nicht durch ein einheitliches Ausbildungsprofil gekennzeichnet ist, wurden bei den Interviews deutlich. Auch diese Erkenntnis kann mit den Annahmen der Theorie geteilt werden. Zudem wurde deutlich, dass die Expertise des Galeristen stark von Erfahrung abhängt.

Abweichend war die Annahme, dass Galeristen vornehmlich als Einzelunternehmer arbeiten. Diesbezüglich konnte festgestellt werden, dass ausschließlich drei der fünf befragten Galeristen selbständig tätig waren. Zwei dieser Galeristen arbeiteten zudem mit jeweils einem Partner zusammen. Die anderen zwei interviewten Galeristen arbeiteten in einem Angestelltenverhältnis. Für diese Galeristen sinkt auch das persönliche und finanzielle Risiko, welches durch eine finanziell langfristige Förderung des Künstlers entsteht. Von keinem der Galeristen wurde zudem konkret erwähnt, dass es von Nöten sei, flexibel und mobil zu sein, wobei sich diese Eigenschaften auch indirekt durch die Aufgabenvielfalt und die Aufgabeninhalte ableiten lassen.

7.3 Kunstmarkt

Einen weiteren Schwerpunkt im theoretischen Teil der Arbeit bildete die Analyse des Kunstmarktes. Auch dazu wurden von Malern wie auch Galeristen Aussagen gemacht. Diese beschränkten sich zwar vornehmlich auf einzelne Schwerpunkte, sollen aber an dieser Stelle auch dargestellt und mit den in der Theorie gemachten Aussagen verglichen werden.

Angesprochen wurden die Interviewpartner auf die Preisbildung am Markt. Die befragten Maler beurteilen die Preisbildung wie folgt. Für Maler D stellen die Preise für Kunst „fiktive Werte“ dar, die sich mit der Zeit ergeben. Maler C beschrieb die Preisbildung auf diese Weise: „Du fängst als junger Künstler an und orientierst dich am Markt, was ein Preis für junge Kunst ist. Inzwischen

[326] Ausführlicher dazu im Kapitel 8.1.2.1

gibt es auch Magazine, die heißen Artinvestor und im Netzt kannst du die Erfolgskurve als Diagramm sehen.“ Maler E äußerte, dass sich die Preise für ein Bild durch Marktforschung ergeben. „Da schaut man auf Auktionshäuser, welche Preise da erzielt werden. Es gibt ja auch Bestsellerlisten und man schaut auch auf andere Galerien nach den Preisen.“ Zudem wird diesem Maler zu Folge der Marktwert eines Künstlers durch seine Popularität bestimmt. Maler A und B benannten die Faktoren zur Preisbildung wie folgt: „Im Prinzip bestimmt die Nachfrage den Preis. Der Bekanntheitsgrad des Künstlers. Aber es gibt auch Formeln, an die sich die Galeristen halten, auf Quadratzentimeter.“ Es geht aber nicht ausschließlich um die Größe des Bildes: „Es wird geschaut, hat er Diplom, ist er Meisterschüler gewesen, hat er dort ausgestellt und dort und dann steigert sich der Faktor.“ Es scheint also vor allem die Popularität des Künstlers zu sein, welche entscheidenden Einfluss auf seinen Marktwert und demzufolge auch auf die Preise für ein Bild hat. Diese These vertiefend, wurden die Maler gefragt, wie diese Popularität eines Künstlers entsteht. Maler A, B, D und E beschrieben, dass ein Kreis bestimmter Personen existiert, der maßgeblich daran beteiligt ist, Künstler populär zu machen und somit auch preisbestimmend zu wirken. Maler E bezeichnete diesen Kreis als Kunstmafia. „Die Kunstmafia auf der Welt ist ja aber das Aller schlimmste. Die machen ja die Preise nur auf höherem Niveau.“ Die Frage, wer diese Kunstmafia sei, wurde wie folgt beantwortet: „Ein Konsortium aus Großsammlern und Museumsleuten. Und die machen das so, angenommen die wollen jemanden groß machen, dann gehen die auf Aktionen, haben ihre Leute drin sitzen und die bieten dafür. Dann wird es das nächste Mal erhöht und das geht so lange, bis die anderen einsteigen und dann wird es weiter erhöht. Dann kommen große Museumsausstellungen mit dicken Katalogen und dann kommen Großsammler und Sammler die von Kunst keine Ahnung haben und kaufen das.“ Die Popularität wurde nach dieser Meinung aber auch durch Ausstellungen bestimmt: „Die Popularität entsteht durch die Ausstellungen, deswegen sind die Museumsdirektoren mit drin, die bekommen ja auch Geld von dieser Mafia, um auch entsprechende Künstler anzukaufen. Das steht dann in allen Zeitungen und dann steigt er im Wert.“ Auch Maler D bestätigte auf die Frage, ob es einen gewissen Dunstkreis an Personen gibt, die Entscheidungen treffen und bestimmte Künstler in den Vordergrund rücken.[327] Maler A und Maler B beschrieben: „[…] die große teure Kunst, die wird ja auch von ganz wenigen spekulierenden Galeristen bestimmt und Museumsleuten. Das ist ein merkwürdiger Zusammenklang von Kuratoren, die Ausstellungen bestücken, Galeristen, die die Bilder dahin liefern und was davon haben und der Öffentlichkeit, die das auch annimmt. Das treibt ein merkwürdiges Spiel mit den Preisen.“ Maler A beschrieb zudem, dass sich die Popularität eines Künstlers aufgrund der Medien entwickelt: „Heute hat es stark mit den Medien zu tun. In der Zeitschrift AD gab es z.B. Rankinglisten, was man haben muss. Letztendlich bekommt man mit, die sind aber in einem Verlagshaus.

[327] S. 21 der Interviews

Das eine wird zum anderen hingeschoben, und wenn du gute Kontakte hast, wirst du auch auftauchen. In der Zwischenzeit ist es auch so, dass sie dich auffordern, Anzeigen zu setzen. Es ist ein Wechselspiel, was viel mit persönlichen Beziehungen aber auch mit Geld zu tun hat."

Bei drei der fünf befragten Galeristen wurde im Gespräch ebenfalls die Entstehung der Preise angesprochen. Galerist 4 gab zur Frage wie die Preise für Bilder festgelegt werden folgendes an: „Jedes Mal auch ganz, ganz anders. Der Markt gibt primär vor, was ist realisierbar." Zudem spielte auch die Popularität des Künstlers eine Rolle: „Ja, die (Popularität) drückt sich aus im Preisfaktor, was ich für sehr sinnvoll halte, weil es ist ein sehr einfacher, schneller, guter Punkt." Auch Galerist 3 beschrieb bzgl. der Preisbildung: „Das kommt auf den Bekanntheitsgrad des Künstlers an, wie er im Geschäft steht und nach Museumsausstellungen, Katalogen, öffentliche Aufträge oder sonstige Dinge. Wir rechnen mit einem Faktor und wenn man dann auf Messen geht und verkauft und länger mit dem Künstler zusammen arbeitet, steigert sich der Faktor." Von welchen Faktoren diese Bekanntheit oder Popularität abhängt wurde von Galerist 4 beschrieben: „Da gibt`s viele Kriterien, die maßgeblich daran liegen, wie oft und an welchen Orten stellt er sich der Öffentlichkeit. Also hier geht es manchmal auch gar nicht um so viel Quantität, als vielmehr um Qualität. Also, wenn man liest, Maler XY hat drei Ausstellungen in der Presse und guckt tiefer, wo die dann sind. Also das geht um, wo wird ausgestellt. Im Primären raus an die Öffentlichkeit. Zeigen. Zeigen bringt Presse, Zeigen bringt Verkäufe. Einzige Plattform." Für Galerist 3 spielten Museumsausstellungen die wichtigste Rolle: „Vorrangig sind Museumsaustellungen, das ist sehr wichtig. Und das er über die Region hinaus bekannt wird und auch Ausstellungen hat. Das erreicht man auch viel durch Messen." Galerist 5 reagierte auf die Frage nach der Entstehung von Popularität eines Künstlers wie folgt: „Das wüsste ich auch gern. Das ist wirklich schwer zu beantworten, dazu können verschiedene Wege führen. Manchmal im allerglücklichsten Fall ist es die Qualität seiner Arbeit. Es gibt aber auch andere Fälle und die sind auch nicht selten, wo zu dieser Popularität Anderes geführt hat. Das hängt dann von Marktmechanismen ab, die man als Galerist beeinflussen kann, wenn man geschickt ist. Das hängt von zyklischen Entwicklungen des Markts in sich ab, auf die man als Galerist gar keinen Einfluss hat, vor allem wenn es um junge und eigentlich noch wenig bekannte Künstler geht. Da setzt der Kunstmarkt häufig in Form einer ungeschützten Blase auf Dinge, die sich eigentlich noch nirgendwo wirklich bestätigt haben und wo der Markt sich selbst befeuert."

Interessant ist, dass Maler wie auch Galeristen äußern, dass es Marktmechanismen, im Sinne von Angebot und Nachfrage sind, die den Preis bestimmen. Wichtigeren Einfluss[328] auf die Preisbildung seiner Kunstwerke scheint nach Ansicht der Maler und Galeristen jedoch die Bekanntheit

[328] Aufgrund der Nennhäufigkeit angenommen.

bzw. die Popularität eines Künstlers zu haben. Jedoch unterscheidet sich bei Malern und Galeristen maßgeblich, wie die Popularität eines Künstlers entsteht. Bei den Malern wurden mehrheitlich erwähnt, dass ein gewisser Personenkreis, bestehend aus Großsammlern, Museumsleuten und Galeristen die Popularität eines Künstlers steuert und beeinflusst. Die Galeristen, welche sich zur Popularität des Künstlers und deren Entstehung äußerten, erklärten, dass es vor allem Museumsausstellungen bzw. die Qualität der Orte, an denen der Künstler in die Öffentlichkeit tritt, sind, welche die Popularität beeinflussen. Von keinem der befragten Galeristen wurde angegeben, dass die Popularität eines Künstlers maßgeblich von bestimmten Personen beeinflusst wird.

Abgesehen davon, das in der Theorie wie auch bei den Antworten der befragten Experten angesprochen wurde, das sich der Preis eines Bildes auf dem Markt durch das Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage bildet, ließ sich, verglichen mit der in Kapitel 4.1 dargestellten Theorie, vor allem in einem Punkt eine Übereinstimmung feststellen. Beckert und Rössel beschrieben, dass der ökonomische Wert eines Bildes von dessen Qualität abhängt und diese wiederum durch „einen intersubjektiven Prozess der Bewertung und Reputationsverleihung durch Galeristen, Kuratoren, Kritiker, Kunsthändler, Journalisten und Sammler bestimmt“ wird.[329] Dieser These kann insoweit Recht gegeben werden, dass die befragten Maler fast einstimmig angaben, dass die Popularität eines Künstlers durch einen bestimmten Personenkreis beeinflusst wird. Die Popularität eines Künstlers spiegelt sich wiederum in den Bildpreisen wieder, d.h. dieser eben genannte Personenkreis hat einen Einfluss auf die Preisbildung am Markt. Die Popularität wiederum, wird nach Aussage der Maler von Museumsleitern, Galeristen und Sammlern aufgrund ihrer Bewertung und aufgrund ihres Handelns beeinflusst. Allerdings wird bei Beckert und Rössel nicht von einer bestimmten Gruppe oder einem zahlenmäßig begrenzten Personenkreis gesprochen, zudem ist dieser bei den genannten Autoren erweitert um Kritiker und Journalisten.
Weitere in der Theorie angeführte Faktoren zur Preisbildung wie Ungewissheit oder Gütereigenschaften wurden weder bei den interviewten Malern noch bei den Galeristen angesprochen.

7.4 Beziehung von Maler und Galerist

7.4.1 Entstehung einer Beziehung

Alle Maler wurden danach gefragt, wie der Kontakt zu einem Galeristen entsteht. Diese gaben an, dass es stets die Galeristen waren, die den Kontakt gesucht haben. Maler C, z.B. äußerte sich wie folgt: „Der Galerist sucht sich die Leute aus, oder du wirst empfohlen und dann schaut er sich mal deine Arbeiten an und denkt: Ja, das könnten wir machen, dass passt in mein Konzept. […] Heute ist es ja auch so, dass die Galeristen in die Hochschulen gehen und sich dort die Arbeiten anschauen und gucken: Wen kann ich mir als Nachwuchskünstler aufbauen. Dann suchen sie sich

[329] Vgl. S. 10 der Diplomarbeit, nach Beckert, J., Rössel, J., Kunst und Preise, 2004, S. 34.

einen raus und knebeln ihn mit einem 10jahres Vertrag und machen mit ihm richtig Kohle." Bei Maler A wurden die Erfahrung zur Entstehung eines Kontaktes in dieser Weise dargestellt: „Es gibt welche, die sich bewerben, in der Regel kommen aber Galeristen, entdecken dich und kommen auf dich zu. Das ist in der Regel auch der bessere Weg, weil das ein Weg ist, wo man weiß, das wird funktionieren. Die andere Geschichte (Bewerbung) ist auf gut Glück." Auch Maler C äußerte zur Kontaktaufnahme seitens des Malers: „Ja, das gehört auch mit dazu, obwohl das wenig Aussicht auf Erfolg hat." Maler D beschrieb die Kontaktaufnahme zum Galeristen am persönlichen Beispiel. Angemerkt werden muss an dieser Stelle nochmals die Situation der Künstler, welche vormals in der ehemaligen DDR tätig waren. Ein Kontakt zu Galeristen entstand also überhaupt erstmals nach der Vereinigung Deutschlands. Maler D äußerte dazu: „Wir waren ja schon fertige Künstler als das los ging. Da haben die mich gefragt. Hier war ja alles anders. Drüben warst du ein erfahrener Galerist der sich junge Künstler sucht. Hier waren wir erfahrene, alte Künstler, die sich einen jungen Galeristen genommen haben." Und auch bei Maler E gestaltete sich der Erstkontakt mit einer Galerie nach der Wende auf ähnliche Weise: „Bei der (Galeristin) A. war das wegen der Messe, die ist auch von Stand zu Stand gekommen und hat geschaut. Gerade nach der Wende waren ein paar Ostgalerien in Köln. Und die hat damals unseren Galeristen[330] angesprochen, dass sie mit mir gerne mal eine Ausstellung machen würde."

Die befragten Galeristen antworteten auf die Frage, wie der Kontakt zu Maler entsteht ganz ähnlich. Galerist 5 beschreibt die Situation folgendermaßen: „In der Regel muss man den Kontakt suchen. Es gibt Galeristen, die wachsen schon in einem Umfeld auf, aus dem sie schöpfen können. Wenn sie das nicht tun, dann müssen sie versuchen, in diese Zirkel, in diese Kreise Eingang zu finden. Auf welche Art und Weise sie das machen, da gibt es unterschiedliche Wege. Begegnungen können sich durch Zufall ergeben, das ist in der Regel aber nicht der Fall, denke ich. In der Regel müssen sie diese Begegnung suchen. […] Wir sind insgesamt so breit aufgestellt, das wir uns darauf verlegt haben, Künstler und Werke zu finden, die zu uns passen könnten und dann den Versuch zu unternehmen, den Kontakt herzustellen. Über welchen Weg auch immer." Galerist 4 erläuterte, die Kontaktierung ist: „Ganz verschieden, Auswahl und zwar bestenfalls galerieaktiv, weniger, dass ein Künstler auf die Galerie zukommt. Die Auswahl trifft aus Tradition und immer noch bestenfalls der Galerist selbst. Oder Künstler empfehlen Künstler, auch das kommt vor." Für den befragten Galerist 1 gestaltete sich die Kontaktaufnahme zurzeit der Befragung wie folgt: „Oft durch Zufall oder andere Leute, die einen dann vorstellen. Oder man geht direkt zur Hochschule und schaut dort nach jungen Künstlern." Auf die Frage, wie der Kontakt zum Maler entsteht, ant-

[330] Maler E wurde auf dieser Messe von einer Galerie vertreten, die in der ehemaligen DDR von einer Gruppe von Künstlern gegründet und genossenschaftlich geführt wurde. Der Vorstand dieser Genossenschaft, stellte zur Ausführung der Tagesgeschäfte einen Galeristen ein.

wortete Galerist 2: „Wie entsteht ein Kontakt zwischen Menschen? Indem man sich kennenlernt. Und jemand, der auf einer Partnerbörse unterwegs ist, der lernt dort Leute kennen. Und ein Galerist oder Jemand der sich mit Kunst beschäftigt, lernt Künstler kennen. In der Hochschule, auf Vernissagen, durch Empfehlungen von Künstlern, die einem und denen man selber vertraut. Das ergibt sich dann irgendwann. Dann ergibt sich ein Geflecht, ein Netzwerk wie das vielleicht bei Facebook oder Twitter ist. […] Klar, gibt es auch Künstler die sich einem anbieten, die man und deren Kunst man auch achtet. Bei denen man aber im Vornherein weiß, dafür werde ich niemals brennen, also kann ich das nicht mit Haut und Haaren vertreten also auch nicht verkaufen“ Auch bei Galerist 3 spielten persönliche Kontakte eine wichtige Rolle: „Man bekommt ab und zu Zuschriften mit Katalog, die Kontakte an sich ergeben sich aber aus persönlichen Kontakten, die ich hatte. Und wenn man Ausstellungen besucht oder Kunstmessen und dann etwas Interessantes sieht und den Künstler direkt anspricht. Oder das Künstler einen Bekannten wieder weiter empfehlen.“ Die Galeristen 2 und 3 wurden zudem gefragt, ob ganz gezielt nach bestimmten Malern gesucht wird. „Nicht so speziell, nicht so verkrampft.“, beschrieb Galerist 2 und Galerist 3 erläuterte: „Nein, das ergibt sich dann so. Man hat mit denen zu tun, die man in der Galerie hat. Mit denen muss man ja auch arbeiten und Ausstellungen machen und die vermitteln woanders hin. Man braucht eigentlich nicht suchen.“ Aber auch Galerist 4 kommentierte zu dieser Thematik: „Also auch Künstler die wir nicht direkt kennen, einfach anzusprechen, welche Art von Zusammenarbeit evtl. denkbar ist. Und das ist manchmal von Erfolg gekrönt und manchmal auch nicht.“

Maler, wie auch Galeristen beschreiben, dass es zwar grundsätzlich denkbar und auch praktikabel ist, dass sich Maler bei Galeristen um einen Kontakt bemühen, in der Regel aber Galeristen auf Maler zugehen und sich die Kontaktaufnahme nicht bilateral vollzieht. Kontakte entstehen dabei vornehmlich über ein Kennenlernen auf Ausstellungen, Vernissagen, Kunstmessen oder durch Empfehlungen von Künstlern oder Kunstinteressierten. Ein Maler sprach konkret davon, dass die Kontaktaufnahme durch den Galeristen der bessere Weg ist. Grund für diese Aussage und für die Regelmäßigkeit in der die Galeristen den Kontakt zu Malern suchen, könnte sein, dass sich eine Galerie in der Regel auf ein bestimmtes Programm oder einen bestimmten Stil spezialisiert hat. Zudem spielt für den Verkauf von Kunst die bereits erwähnte Liebe und Hingabe des Galeristen zum Werk eine wichtige Rolle. Bekräftig wird diese Annahme durch die Aussagen eines Galeristen, der betont, dass sich zwar Künstler anbieten, die Werke dieser Künstler aber nicht verkauft werden können, wenn dem Galeristen bewusst ist, das er dafür nicht brennen und die Bilder aus diesem Grund nicht mit „Haut und Haaren“ vertreten kann. Diese Tatsache, welche zwar nicht von allen befragten Experten in dieser Art dargestellt wurde, begründet, warum es vornehmlich die Galeristen sind, die den Kontakt zum Maler suchen.

7.4.2 Die Art der Beziehung

Maler wie auch Galeristen wurden gefragt, wie sie die Beziehung zum jeweiligen Gegenüber beschreiben würden.

Maler C charakterisierte die Beziehung folgendermaßen: „Die Zusammenarbeit mit einem Galeristen ist eine wirtschaftliche Zusammenarbeit. Wie das Management einer Firma, wo es verschiedene Abteilungen gibt. Der eine macht das, der andere das." Trotzdem spielt dabei auch ein anderer Aspekt eine Rolle. Dies wird deutlich, indem der Maler von seinen, jetzigen Galeristen sprach. „Jetzt habe ich noch Einen (Galeristen) in Stuttgart, Berlin und Venedig. Das ist wie eine Freundschaft. Wir sind jetzt schon über 20 Jahre zusammen. […] Früher war es mehr eine moralische Stütze als eine Finanzielle. Wenn etwas verkauft wurde, hat er sich gefreut, aber viel getan hat er dafür nicht." Maler A fasste die Beziehung zum Galeristen geschäftlich auf, sah dabei aber auch noch eine andere Perspektive: „Im Prinzip ist es in erster Linie eine geschäftliche Beziehung aber auch eine vertrauensvolle Beziehung, denn man gibt Dinge aus der Hand, wo man nicht weiß, wo es hingeht." Galerist E beschrieb die Beziehung zum Galeristen als ein „Geben und Nehmen", zudem erklärte dieser Maler weiter: „Und dann ist natürlich das Vertrauen da, das muss da sein, Ehrlichkeit usw." Für Maler B war zudem folgender Punkt in der Beziehung zum Galeristen wichtig: „Am Verhältnis ist auch wichtig, dass der Galerist nicht nur ein kommerzielles Interesse an deinen Bildern hat, sondern dass er auch damit zurecht kommt und etwas verkauft, was ihm auch am Herzen liegt." Zudem sagte dieser Galerist an anderer Stelle: „Galeristen und Künstler nein, das ist ja ein Boot." Auf die Frage, ob die Beziehung zum Galeristen als freundschaftliches Verhältnis bezeichnet werden kann, antwortete Maler D: „Ja, kann man. Bei uns hier war das wie eine Symbiose, das war eine Lebensgemeinschaft, fast wie eine Ehe, deshalb ist auch die Enttäuschung viel größer." Auch Maler E gab zu bedenken: „Diese ganzen Tugenden (Vertrauen, Ehrlichkeit), die Galeristen und Künstler mal hatten, sind alle weggefallen. Die Galeristen bescheißen die Künstler und die Künstler bescheißen die Galeristen." Maler C empfand in ähnlicher Weise: „Man ist früher mit der Illusion aufgewachsen, dass es einen Partner (Galerist) an deiner Seite geben müsste, der dich mitnimmt, der dich befördert, der dich unterbringt, der was für dich tut." Auf die Frage, ob er das heute nicht mehr so empfindet, antwortete dieser Maler: „Das gibt es nur ganz selten."

Nicht dargestellt werden kann, ob diese Unzufriedenheit bezüglich den Erwartungen gegenüber eines Galeristen bei einem Großteil der Beziehungen Maler-Galerist vorhanden sind. Der Anteil der Äußerungen in den geführten Interviews, welche dies bestätigten, ist sehr hoch, kann aber auch ausschließlich in der Vergangenheit der Maler begründet liegen. Eine Ableitung auf einen größeren Personenkreis ist an dieser Stelle deshalb nicht möglich.

Galerist 1 antwortete auf die Frage, ob man von einer Beziehung zwischen Maler und Galerist sprechen kann, folgendes: „Ja schon, aber eigentlich ist es eine rein geschäftliche Beziehung und das ist, denke ich, auch gut so. Es gab schon junge Künstler bei denen ich dachte, es würde auch freundschaftlich gut passen aber das war dann doch sehr schwierig." Auf die Frage, ob es sich bei Maler und Galerist um eine geschäftliche Beziehung handelt oder doch darüber hinaus geht, entgegnete Galerist 3: „Es geht darüber hinaus. Mit denen, mit denen ich hier zusammenarbeite, geht es über das Geschäftliche hinaus. Man kann schon sagen, es ist eine Freundschaft zum Künstler. Es sind schon engere Beziehungen als rein Geschäftliche." Und auch Galerist 2 gab auf diese Frage eine Antwort: „Das ist sowohl als auch. Das ist alles und nichts. Als Galerist ist man für den Künstler vieles. […] Als erstes muss man Vertrauen zueinander haben. Das ist das Allerwichtigste. Aber natürlich ist es eine Geschäftsbeziehung, denn eine Galerie ist ein kostenspieliges Unterfangen. […] Man ist Freund, Begleiter, Berater, Manager. Manager klingt komisch, ist aber so." Zudem gestaltet sich jede Beziehung anders, wie Galerist 4 erläuterte: „Als Geschäft ganz stark. Siehe z.B., ein klassisches Geschäftsgebaren als Indiz. Kurze, knappe Kommunikationswege - will er das ja/nein. Sowas. Aber genauso, dass man sich tiefer und zwar auch Stunden um das Werk kümmert. Also dann schon eher ein privater Austausch, freundschaftlich. Das ist alles eigentlich." Und auch für Galerist 5 gestaltete sich zum Zeitpunkt der Befragung jede Beziehung individuell, wobei die Art der Beziehung vor allem vom Künstler selbst abhängt: „Tja, das hängt von der Beziehung ab. Die gestalten sich ganz unterschiedlich. Eigentlich hängt es von der Künstlerpersönlichkeit ab und davon wozu der Künstler sich bereitfindet. Manche Künstler wollen nur die geschäftsmäßige Beziehung und darüber hinaus lassen sie sich auf keine tiefer gehende Verbindung ein. Das hängt von der Künstlerseite aber auch nicht nur vom Charakter oder der Wesensart ab, sondern auch davon, mit wie vielen Galerien der Künstler arbeitet. Auf welche Art und Weise er sein Werk vertreibt und an die Öffentlichkeit bringt. Wenn jemand mit sehr vielen Galerien zusammenarbeitet oder auch dazu gezwungen ist, weil er sonst seinen Lebensunterhalt nicht verdienen kann, dann wird er meistenteils eine weniger tiefe Beziehung anstreben, weil es von seiner Seite gar nicht zu bedienen ist. Wenn sie hingegen Künstler haben, die es gewohnt sind nur mit ein oder zwei Galerien zu arbeiten, dann gestaltet sich die Beziehung logischerweise auch anders. Aber dann hängt auch vieles davon ab, wie in anderen menschlichen Beziehung auch - das kann man schwer trennen - wie die Chemie stimmt und ob sich tiefere Verbindungen aus so einer, in Anführungszeichen „Geschäftsbeziehung" ergeben. Das hängt dann von Schicksalsfragen ab." Auf die Frage, ob Geschäftsbeziehungen mehr präferiert werden als Freundschaften äußerte dieser Galerist: „Das kommt auf die Bedeutung an, die ich dem künstlerischen Wert beimesse. Wenn ich es abstrakt betrachten soll - wenn ich mit Jemand befreundet bin, bin ich mit Jemand befreundet."

Vier der fünf befragten Galeristen gaben an, dass die Beziehung zum Maler von zwei verschiedenen Dimensionen geprägt ist. Auf der einen Seite ist es eine geschäftliche Beziehung, zum Anderen geht die Beziehung aber auch darüber hinaus und es entwickelt sich eine Freundschaft, eine vertrauensvolle Beziehung, ein privater Austausch oder eine tiefere Verbindung. Ausschließlich ein Galerist beschrieb die Beziehung zum Maler als ausschließlich geschäftlich.

Insgesamt charakterisierten die Maler die Beziehung zum Galeristen ebenfalls als eine geschäftlich aber zugleich vertrauensvolle Beziehung, die geprägt ist von freundschaftlicher Zusammenarbeit, Ehrlichkeit, einem gegenseitigen Geben und Nehmen sowie symbioseähnlicher Verbindung. Drei der fünf interviewten Künstler beschreiben ein solches Ideal, betonen aber, dass dieses Ideal heute kaum mehr vorhanden ist und die Beziehung zum Galeristen nicht den eigentlichen Erwartungen entspricht. Auf Seiten der Galeristen gab es keine vergleichbaren Aussagen bei der Frage zur Beziehung von Maler und Galerist. Fraglich ist, aus welchem Grund diese Unzufriedenheit bei den Malern entsteht. Evtl. werden die Erwartungen, die ein Künstler gegenüber dem Galeristen hat, diesem gegenüber nicht transparent gemacht. Das würde dazu führen, dass es zu Enttäuschungen und Unzufriedenheit kommt. Wahrscheinlicher ist in diesen Fällen jedoch, dass die Vergangenheit der Maler, und die damals gemachten Erfahrungen Grund für diese Situation sind. Die Maler sind, wie bereits in Kapitel 6.1.1.1 erwähnt, durch ihr Leben und Schaffen in der ehemaligen DDR geprägt. Vor allem die Erfahrungen der Maler C, D und E mit den Galeristen der ehemals festen Galerie O. und den Schwierigkeiten und Problemen, welche mit den dort tätigen Galeristen bestanden, prägen wahrscheinlich noch heute Unzufriedenheit in den Beziehungen zum Galeristen.

Die Darstellungen der Maler und Galeristen entsprechen den wenigen, in der Literatur gemachten Aussagen.[331] Es werden intensive, symbioseähnliche Beziehungen beschrieben, welche Maler und Galeristen verbinden. Zudem wird auch in der Literatur beschrieben, dass die Beziehungen geprägt sind, von geschäftlichen aber auch persönlichen Einflüssen.[332] Ebenfalls wird in der Literatur dargestellt, dass bei Malern und Galeristen eine Selektion von Gleich zu Gleich beobachtet werden kann. Auch diese Annahme kann bestätigt werden, denn Maler wie auch Galeristen gaben in den Interviews an, dass es auschlaggebend ist, dass der Galerist die Kunst, welche er vertritt und präsentiert auch wirklich liebt und ihr einen Wert beimisst. Von daher ist es unerlässlich, das es, jedenfalls die Kunst betreffend, zu einer Selektion gleichen oder ähnlichen Geschmacks bzw. Stilempfindens kommt.

[331] Vgl. Kapitel 4.4.

[332] Nach Dornbrach sichert der Galerist dem Künstler die finanzielle Lebensgrundlage, stellt zudem aber auch die erste und mitunter wichtigste Quelle für Kritik dar. Vgl. Kapitel 4.4.

7.4.3 Die Gestaltung der Beziehung

Nachdem in den vorigen Kapiteln die Entstehung und die Art der Beziehung von Maler und Galerist mit Hilfe der Interviews herausgearbeitet wurden, soll sich nun ein weiterer Punkt mit der Gestaltung des Kontaktes befassen.

Für Maler C gestaltete sich der Kontakt zum Galeristen, durch sporadische Anrufe dieser Art: „Und weiter unten, wo du als Einzelkämpfer arbeitest, hast du Galeristen die du ab und zu anrufst und fragst: Läuft denn da gar nichts im Verkauf, du musst was tun, ich brauch Kohle." An anderer Stelle hieß es: „ Es gibt zwar auch Galeristen, wenn du da in der 30ten Position bist, kannst du dir für ein Gespräch einen Termin bei deinem Galeristen holen. Aber die großen Künstler und die großen Galeristen haben miteinander schon gute Beziehungen." Eine Ausnahme bildete die Vorbereitung von Ausstellungen: „Wenn eine Ausstellung ansteht – der Plan wird meistens ein Jahr vorher gemacht, und dann heißt es dreihundert Arbeiten müssen da hängen. Meine Düsseldorfer Ausstellung war aller 2 oder 3 Jahre […]." Maler E beschrieb die wünschenswerteste Variante über den Kontakt zum Galeristen: „Naja und dann vielleicht sogar, dass man sich zumindest einmal im Monat trifft oder in einem gewissen Abstand mit dem Künstler redet. Über ihre Sorgen, Probleme und Wünsche. Und das man auch mal gemeinsam eine Strategie entwickelt, was machen wir in den nächsten 3 Jahren, machen wir mal ein Werkverzeichnis." Dieser Galerist erläuterte aber, dass diese Vorstellung in der Realität kaum auffindbar ist: „Das ist schon eine große Aufgabe die ein Galerist hätte, was aber die Wenigsten machen. Ich kenne kaum jemanden, der sich so intensiv mit seinem Künstler auseinandersetzt. Es gibt bestimmt welche, aber die kenne ich nicht. […] Aber die richtige Aufmerksamkeit gegenüber den Künstlern gibt es selten." Für Maler E gestaltete sich der Kontakt zum Galeristen wie folgt: „Indem ich eine Ausstellung mache und er sich freut, wenn ich vorbeikomme. Ansonsten passiert nicht viel. Es ist nicht mehr *die* Zusammenarbeit."

Galerist 5 stellte, auf die Frage, wie sich der Kontakt zum Künstler gestaltet, seine Sonderstellung als gleichzeitiger Kunsthändler und Galerist dar: „Ich denke, da haben wir auch einen wesentlichen Unterschied zum normalen Galeristen. Ich denke der eigentliche Galerist, der nur als Galerist arbeitet, der wird um einen wesentlich intensiveren Kontakt zum Künstler bemüht sein müssen als wir, die wir die Galerie als ein Schwerpunkt unserer gesamten Arbeit betreiben. So dass sich die Kontakte, die wir mit dem Künstler regelmäßig haben, doch sehr beschränken. Es ist nicht so, dass wir aller zwei Monate anrufen und versuchen, so eine Regelmäßigkeit zu verfolgen. Es gibt Künstler die das einfordern, den werden wir meistens nicht ganz gerecht, weil wir das in der Bewältigung der Tagesarbeit nicht unterbekommen. Wünschenswert wäre es schon, aber es ist nicht alles machbar, was wünschenswert ist. Es ist auch so, dass die hin und wieder Dinge miteinander absprechen müssen. Das sie mal die Dinge, die sie präsentieren, austauschen, das was verkauft wurde, das es Anfragen gibt, die sie weiterleiten. Das von Seiten der Künstler auch hin und wieder

Fragen kommen, so dass die Kontaktaufnahme von beiden Seiten gleichermaßen gegeben ist. Vielleicht als zeitlichen Schnitt, aller 4 Monate. Es sei denn, man bereitet eine Ausstellung vor. Dann intensiviert sich das natürlich." Galerist 1 beschrieb: „Ideal ist ein enger Kontakt. Da reichen nicht nur Telefonate aus. Da trifft man sich auch mal." Und Galerist 3 betonte, dass sich die Beziehung zum Maler eher locker gestaltet und keinen festen Regeln unterliegt: „Naja, die kommen […] her und da spricht man Dinge ab. Oder wenn es neue Arbeiten gibt, geht man in das Atelier und sieht sich die neuen Arbeiten an. Macht die Ausstellungsvorbereitungen im Atelier mit dem Künstler. Ansonsten trifft man sich auch bei Eröffnungen oder wenn mal jemand in der Stadt ist, kommt er einfach vorbei. Das ist sehr locker." Für Galerist 2 hing im Interview die Gestaltung der Beziehung stark vom Maler selbst ab: „Das kann man so nicht sagen. Das ergibt sich dann eines Tages. Wenn man irgendwo eine Chance wahrnehmen will, muss man sich auch bemerkbar machen. Es gibt Künstler, die von sich der Meinung sind, dass ihre Kunst ganz toll ist, die trauen sich aber nicht raus. Und die werden dann vielleicht irgendwann mal erkannt, wenn sie vielleicht schon tot sind oder auch nicht. Man muss schon an Orte gehen, wo man sich begegnet. Ein Künstler der kommunikativ ist, der was zu sagen hat. Der auch Small Talk fähig ist, wird es leichter haben als der Introvertierte, der nur immer um sich rum Neider o.ä. sieht. Und da wird man mal in ein Atelier eingeladen. Oder ich nehme einen Künstler mit, wenn ich einen interessanten Künstler in Berlin besuche, um den Künstler dann wieder ein bisschen frische Luft zu vermitteln oder ihm später weitere Aktivitäten zu ermöglichen." Galerist 4 antwortete auf die Frage, ob mit den Malern regelmäßige Treffen stattfinden, folgendes: „Regelmäßig gar nicht. Jeder Kontakt ist anders." Kontakte gestalteten sich bei diesem Galeristen: „Meistens über eine Auftaktausstellung, nach einem Atelierbesuch, nach dem Studium von allen Ressourcen die einem zur Verfügung stehen über den Künstler […]."

Die Darstellung der Beziehungsgestaltung ist auf Seiten der Maler, wie auch auf Seiten der Galeristen ganz ähnlich. Maler wie auch Galeristen kennzeichnen ihren Kontakt als eher unregelmäßig, geprägt ist dieser durch Telefonate, Besuche im Atelier, Begegnungen auf Ausstellungen oder in der Galerie. Beide Seiten stellen auch heraus, dass sich der Kontakt vor Ausstellungen jedoch intensiviert. Gemeinsame Absprachen und Vereinbarungen rund um die Ausstellung, lassen den Kontakt dann intensiver und häufiger werden. Auffällig ist, dass sich aber die Maler auch außerhalb von Ausstellungsvorbereitungen einen engeren Kontakt wünschen. Dieses Bedürfnis wurde von den Galeristen nicht angesprochen. Grund dafür ist wahrscheinlich, dass Galeristen mit zahlenmäßig viel mehr Malern zusammenarbeiten als Maler mit Galeristen. Aus dieser Tatsache lässt sich leicht schließen, dass es für den Galeristen allein zeitlich aber auch kapazitätsmäßig[333] nicht

[333] So führt der Galerist in der Regel eine Ausstallung mit einem oder evtl. zwei Künstlern durch. Da es aufgrund der Galerieräumen in der Regel nicht möglich ist, Ausstellung parallel zu zeigen und die Ausstellungen

möglich ist, mit jedem Maler einen regelmäßigen und vor allem intensiven Kontakt zu pflegen. Maler C fasste diese Situation passend in Bezug auf Messebeteiligungen zusammen: „Ein Galerist hat ca. 15 Künstler und jeder will bedient werden und wie machst du das als Galerist, bei drei Messebeteiligungen."

zwei bis drei Monate gezeigt werden, wird deutlich, dass die Rahmenbedingungen gar nicht zulassen, dass jeder Maler in jedem Jahr eine Ausstellung durchführen kann.

8 Anwendbarkeit auf die strategische Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg

Im folgenden Kapitel soll ermittelt werden, ob die in Kapitel 5 beschriebene strategische Organisationsanalyse nach Crozier und Friedberg in der Beziehung zwischen Maler und Galerist Anwendung finden kann. Die im 5. Kapitel erläuterten Annahmen und Merkmale der strategischen Organisationsanalyse sollen dabei mit den, in den Experteninterviews gemachten Aussagen der Maler und Galeristen verglichen werden.

8.1 Der Akteur und seine Strategie

Wie in Kapitel 5.2 dargelegt, steht bei der strategischen Organisationsanalyse das kollektive Handeln mindestens zweier Akteure im Vordergrund. Zudem ist alles Handeln durch Regeln und Strukturen gekennzeichnet, welche die Aufrechterhaltung der Akteursbeziehung ermöglichen. Die Annahmen Crozier und Friedbergs sollen auf die Handlungen der Akteure Maler und Galerist Anwendung finden, welche bereits mit ihren Merkmalen und Eigenschaften in den Kapiteln 6 und 7 beschrieben wurden. Trotzdem sollen diese Eigenschaften nun nochmals betrachtet werden, diesmal aber unter dem Gesichtspunkt der Akteurseigenschaften von Crozier und Friedberg.

Grundlegend kann festgestellt werden, dass es sich bei Maler und Galerist um zwei Akteure handelt, die miteinander interagieren. Wie in Kapitel 7.4 dargestellt, besteht zwischen Maler und Galerist eine Beziehung mit gegenseitigen Abhängigkeiten[334] und es kann eindeutig festgestellt werden, dass Maler und Galerist durch kollektives Handeln miteinander verbunden sind.[335]

8.1.1 Die Akteurseigenschaften nach Crozier und Friedberg

Nach Crozier und Friedberg ist der Akteur charakterisiert durch die Eigenschaften empirisch, human und berechnend.[336] Ein empirischer Akteur ist durch das Auftreten in einem Feld und die Strukturierung dieses Feldes durch sein Verhalten gekennzeichnet. Probleme, Lösungen, Strukturen und Institutionen entstehen ausschließlich durch das Verhalten der Akteure in diesem Feld und stellen für ihn Einschränkungen dar. Maler und Galerist sind Akteure, die in ein Feld eintreten und dieses durch ihr Verhalten strukturieren. Dieses Feld ist auf erster Ebene die Galerie. Hier findet die Zusammenarbeit von Maler und Galerist statt, zudem ist die Galerie der Ort, an dem die vom Maler hergestellten Werke mit Kunstinteressierten in Verbindung gebracht und gehandelt werden.[337] Durch die Schaffung von Verkaufs- und Beratungsstrukturen durch den Galeristen so-

[334] Welche zudem im Kapitel 8.4 genauer untersucht und beschrieben werden.

[335] Die folgenden, von Crozier und Friedberg beschriebenen Eigenschaften, werden nachfolgend mit nur einigen Beispielen belegt bzw. widerlegt. Es ist leider nicht möglich, jedes Detail und jedes Merkmal mit allen in den Interviews gemachten Aussagen zu belegen, da das der Umfang der Arbeit nicht zulässt.

[336] Vgl. Kapitel 5.2.

[337] Eine zweite Ebene könnte der Kunstmarkt darstellen, da dort Weitere, für den Galeristen sowie für den Maler wichtige Akteure und Institutionen vorhanden sind.

wie die Einrichtung der Galerie und die Durchführungen von Ausstellungen wird das Feld Galerie vom Galeristen beeinflusst und strukturiert. Der Maler wiederum strukturiert das Feld Galerie durch die Kunstgegenstände die er gestaltet. Die Strukturen aber auch die Probleme, Lösungen und Institutionen, welche sich ausschließlich innerhalb des Feldes Galerie befinden, werden durch das Verhalten der Akteure Maler und Galerist bestimmt, stellen für ihn aber wiederum Einschränkungen dar. Als Problem kann bspw. der Wunsch der Kunstinteressierten nach Bildern identifiziert werden. Dieses Problem wird gelöst, indem der Maler solche Bilder produziert. Dies stellt für ihn gleichzeitig eine Einschränkung dar, denn da er Bilder produzieren muss, welche den Kunden ansprechen und welche auf der Plattform Galerie verkauft werden. Der Maler ist damit gezwungen, Vereinbarungen mit dem Galeristen zu treffen. Durch die Verkaufs- und Beratungsstrukturen, welche wiederum der Galerist durch seine Handlungen schafft, ist eine Problemlösung in Form des Bilderverkaufs überhaupt erst möglich. Diese Strukturen stellen wiederum für den Galeristen Einschränkungen dar, denn die Einhaltung der Öffnungszeiten und das Begleichen der Miete für die Galerieräume schränken ihn in seiner Handlungsfähigkeit ein. Jedoch ist das Feld der Galerie, welches durch die Akteure Maler und Galerist überhaupt erst erschaffen wird, stets auch externen Einflüssen ausgesetzt. Vor allem der Kunstmarkt, welcher wie in Kapitel 7.3 beschrieben, Einfluss auf die Bilderpreise aber auch das aktuelle Stilempfinden haben kann, beeinflusst das Verhalten innerhalb des Handlungsfeldes Galerie.[338]

Der humane Akteur ist dadurch gekennzeichnet, dass er Strategien entwickeln kann. Auch diese Eigenschaft kann vorausgesetzt werden, denn die Eigenschaft, Strategien zu entwickeln, ist im Menschen naturgemäß angelegt. Ein Beispiel für strategisches Handeln, welches sich auf den Galeristen bezieht, konnte im Interview mit Maler C identifiziert werden: „Weil du (als Galerist) im Vorfeld viel investieren musst, um die Aufmerksamkeit der großen Sammler zu bekommen. Also investierst du auch in einen Künstler, der mit dir mitzieht und das ist dann ein Wechselspiel. Das geht meistens nur mit jungen Leuten gut, siehe Judy Lybke, der erfolgreichste deutsche Galerist. Der hat sich nach der Wende eine junge Crew aufgebaut und hat mit denen jetzt viel Erfolg. Judy hat dabei geschickt gearbeitet, um seine Künstler in der Öffentlichkeit zu platzieren und das ist der gute Fall eines guten Galeristen der gute Arbeit macht. Der Museen einbezieht, der gesellschaftlichen Kunsträume einbezieht.“ Der Maler beschrieb am Beispiel von Judy Lybke eindeutig, wie dieser seine Galeristentätigkeit strategisch versteht und dementsprechend aufbaut. Der Galerist handelt auch strategisch, indem er ein stilistisches Galerieprogramm zusammenstellt und dafür bestimmte Künstler gewinnt. Auch die Einladung bestimmter Personen zu einer Vernissage ist von strategischem Handeln gekennzeichnet. Maler C handelt auch strategisch, indem er gezielt

[338] Haben z.B. alle Galerien, welche auf dem Kunsthandelsmarkt vertreten sind 24h am Tag geöffnet, wird auch der Galerist seine Öffnungszeiten anpassen, um keine Wettbewerbsnachteile zu erlangen.

Personen anspricht oder Kontakte sucht, die für die Produktion seiner Kunst hilfreich sind. So sucht der Maler den Kontakt zur Aluminiumgießerei und zum Betonwerk, um kostengünstig Skulpturen anfertigen zu können.

Als berechnender Akteur ist das Verhalten durch einen methodologischen Rationalismus gekennzeichnet, was bedeutet, dass alles Handeln als rational wahrgenommen werden kann. Grundsätzlich kann angenommen werden, dass Maler wie auch Galerist in der Lage sind, rational zu Handeln. Beide sind in der Lage, Handlungsoptionen zu wählen, welche, bezogen auf Möglichkeiten und Zwänge, langfristig die eigenen Interessen fördern. Der Galerist sucht z.B. den Kontakt zu Malern, welche Kunst schaffen, die ihn persönlich begeistert, denn langfristig kann der Galerist seiner Ansicht nach auch nur die Kunst verkaufen, zu der er Liebe und Leidenschaft entwickeln kann. Der Maler wiederum kann als rational handelnder Mensch bezeichnet werden, da es seine Passion ist, Kunst herzustellen und er dieser Aufgabe auch nachgeht. Durch die Schaffung immer wieder neuer Kunstwerke, handelt er in diesem Sinne rational.

Weiterhin beschreiben Crozier und Friedberg, dass das Verhalten der Akteure offensiv oder defensiv sein kann. Offensives Verhalten ist gekennzeichnet durch das Ausnutzen von Gelegenheiten, welche die eigene Situation verbessern. Indem der Galerist z.B. Pressemeldungen vor einer Ausstellungseröffnung verfasst oder sich auf Messen begibt und dort neue Kontakte knüpft, werden vom ihm Gelegenheiten genutzt, die dazu dienen seine Ziele zu erreichen. Auch der Maler kann sich offensiv verhalten, in dem er bspw. eigenständig einen Ausstellungskatalog erstellt oder Ausstellungen konzipiert. Der Galerist wird stets versuchen, durch eine gute Beratung und ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit auf Kunden und Sammler einzugehen und dadurch den Verkauf von Kunst zu fördern, wodurch er defensiv seine Handlungsmöglichkeiten erhält. Auch der Maler handelt defensiv, denn durch Kompromisse, die er gegenüber dem Galeristen eingeht, erhält er die Beziehung zum Galeristen.

Als konkretes Beispiel für die Eigenschaften der Akteure, kann eine Situation, die von Maler C beschrieben wurde, angeführt werden. Maler C hat jahrelang nur mit den Farben schwarz und weiß gearbeitet. Nach einer Studienreise nach Kapstadt, wurden die Bilder nunmehr auch farbig. Der Galerist reagierte auf diese Veränderung entrüstet: „Das ist doch alles Scheiße, was du jetzt machst, das geht doch überhaupt nicht. Wie soll ich das verkaufen? Ich liebe nur dein Schwarz. Das kannst du mir nicht antun.“ In der Folge hat der Galerist für den Maler keines der neuen, farbigen Bilder verkauft. Der Kontakt hatte nach diesem Ereignis 4 Jahre lang nicht stattgefunden, wurde aber nie vollständig abgebrochen: „Der starke Künstler lässt sich aber nicht (von der Reaktion des Galeristen und dem Versuch einer Einflussnahme) beeinflussen. Der versteht es geschickt den Galeristen zu umarmen. Und so ist es mir auch gegangen. Ich hatte meinen Stolz und hab den seinen Rausch ausleben lassen. Aber wenn du mit einer Ausstellung viel Geld verdient hast und

plötzlich reißt das ab, musst du Haltung mitbringen. Natürlich hab ich da nicht nachgelassen und als sich nach 4 Jahren das Gespräch mit dem Galeristen anbahnte: Machst du immer noch deine farbige Scheiße? Und ich hab gesagt: Die Scheiße wird immer besser aber man kann da ja auch einen Kompromiss eingehen. Wir machen eine Etage schwarz-weiß und eine Etage Farbe, da bin ich ja schon zufrieden. Und so ist es dann auch gekommen." Maler wie Galerist handeln zuerst rational. Der Maler, weil er seiner Empfindung bzgl. der Gestaltung seiner Bilder freien Lauf lässt und der Galerist, weil er die Bilder ablehnt, aus dem Hintergedanken heraus, dass sich diese nicht verkaufen lassen. Beide handeln in diesem Moment offensiv, denn beide denken, dass sie mit ihrem Verhalten ihre Situation verbessern. Der Maler, weil er sich vom Galeristen in seiner Kunst nicht einschränken lassen will und der Galerist, weil er keine Ausstellung organisieren möchte, in der keine Bilder verkauft werden. Nach 4 Jahren kommt es zu einer Annäherung von Maler und Galerist. Beide verhalten sich nunmehr defensiv, indem sie einen Kompromiss eingehen. Grund dafür ist, dass beide die Beziehung zueinander erhalten möchten. Auch dieses Verhalten ist rational, denn bezogen auf das Ziel der langfristigen Zusammenarbeit, treffen beide die Entscheidung die zu einem Erhalt der Beziehung führt. An diesem Beispiel kann aber auch strategisches Verhalten beobachtet werden. Der Maler taktierte sehr genau, wie er dem Galeristen gegenüber auftritt. Der Kontakt findet zwar vier Jahre lang nicht statt, weil der Maler seinen Prinzipien zur Schaffung von Kunst treu geblieben ist. Letztendlich hat er aber strategisch gehandelt, indem er die Beziehung weitergeführt hat und doch einen Kompromiss eingegangen ist.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Maler wie auch Galerist, die von Crozier und Friedberg beschriebenen Akteurseigenschaften aufweisen. Beide Akteure handeln empirisch, d.h. sie strukturieren und bestimmen das Feld der Galerie, sind dadurch aber auch Einschränkungen unterlegen. Zudem konnte auch die Eigenschaft eines humanen Akteurs aufgrund von Beispielen identifiziert werden. Konkret wurde dabei festgestellt, dass Maler wie auch Galerist strategisch handeln. Ebenfalls sind Maler wie auch Galerist berechnende Akteure, d.h. ihr Handeln unterliegt rationalem Verhalten. Des Weiteren wurde festgestellt, dass Maler wie auch Galerist in der Lage sind, offensiv sowie defensiv zu handeln.

8.1.2 Regeln und Strukturen im Arbeitsverhältnis von Maler und Galerist

Um die Regeln und Strukturen zwischen Maler und Galerist darzustellen, muss zuerst beschrieben werden, welche Aufgaben Maler und Galerist für den jeweiligen Partner übernehmen, dazu werden wieder die mit den Malern und Galeristen geführten Interviews ausgewertet.

8.1.2.1 Die Aufgaben des Galeristen

Maler C beschrieb die Aufgaben, welche eine Galerist seines Erachtens nach übernehmen muss wie folgt: „Das geht los mit Versicherung und Transport. Wobei das immer ein Geben und Neh-

men ist. […] Und das ist eigentlich schon alles. Bei den Messebeteiligungen […], da macht man noch eine 10prozentige Abgabe drauf, weil die Ausgaben für den Galeristen auf einer Messe größer sind und das ist eigentlich schon alles." Weitere Aufgaben des Galeristen waren seiner Auffassung nach: „seine Künstler in der Öffentlichkeit zu platzieren" zudem soll der Galerist Museen und die gesellschaftlichen Kunsträume einbeziehen. Dieser Künstler betonte jedoch auch, dass es sich beim Galeristen um eine Geschäftsbeziehung handelt und in Beispielen spricht dieser Maler auch immer wieder vom Verkauf der Bilder durch den Galeristen. Aus diesem Grund kann angenommen werden, dass auch die Aufgabe des Verkaufs der Bilder durch den Galeristen vorausgesetzt wird. Zudem beschrieb Maler C, dass die Galeristen auch finanzielle Verpflichtungen erfüllen müssen, auch wenn diese nicht in direktem Verhältnis zum Maler stehen: „Aber da Jeder (Galerist) unter dem materiellen Diktat lebt und jeder im Stress ist, seinen Strom zu bezahlen, die Steuern zu befrieden und die Raummiete zu bezahlen, die Transporte zu erledigen, da hat jeder Schweiß auf der Stirn einen Umsatz zu bringen." Maler E erläuterte, welche Anforderungen er an seinen Galeristen hat: „Auf alle Fälle Ausstellungen gut vorzubereiten. Zu einem bestimmten Thema wäre da auch gut angebracht […]. Dann versuchen die Künstler durch Vermittlung zu animieren. Auch zu gewissen Themen mal was zu machen. […] Dann müssten die Galeristen natürlich Verbindungen zu Museen herstellen. Man muss immer die Künstler als die Besten präsentieren, überall loben aber auch wissen warum. Man muss das auch erklären können. Und nicht nur der Eine ist toll, weil er bunt malt und der Andere, weil er schwarz malt. […] Und dann muss man auch Allgemeinbildung haben, was viele Galeristen nicht haben. Man muss mit den Leuten, mit denen man korrespondiert – Sammler, Museumsleute, Intellektuelle – auch mitreden können. […] Naja und dann vielleicht sogar, das man zumindest einmal im Monat oder in einem gewissen Abstand mit dem Künstler redet über ihre Sorgen, Probleme und Wünsche. Und das man auch mal gemeinsam eine Strategie entwickelt, was machen wir in den nächsten 3 Jahren. Machen wir mal ein Werkverzeichnis." Maler A beschrieb die Aufgaben des Galeristen auf folgende Weise: Er muss „Einladungen drucken, er muss die ganze Arbeit machen, er muss die Galerie bezahlen – Miete, Strom, Nebenkosten und er geht auf Messen. Die Messe ist in der Regel sein Risiko, da kann es sein, du bezahlst 20.000€ und verkaufst kein Bild." Auf die Frage, ob noch weitere Dinge vom Galeristen erwartet werden, sagte dieser Maler: „Es gibt keine Liste, das ist eine Geschichte, die am Galeristen liegt. Wie weit hat der Galerist z.B. Fuß gefasst. Du kannst als Galerist nicht sagen, ich gehe mit dem Künstler auf Messen, ich zeig den dort, weil der Galerist gar nicht unbedingt auf Messen kommt." Maler B beschrieb die weiteren Aufgaben der Galerie mit der Übernahme von: „Transportkosten, Einladungen, Presse, Werbung." Teilweise ist auch die Versicherung der Bilder oder die Erstellung eines Ausstellungskataloges Galeriesache. Maler E hatte aufgrund seiner schlechten Erfahrungen mit Galeristen gar keine Anforderungen mehr.

Auch die befragten Galeristen haben ihre Aufgabenbereiche gegenüber den Malern eingefasst. Galerist 3 erläuterte seine Aufgaben wie folgt: „Die Aufgaben, die ich als Galerie habe, ist dass […] man in einem gewissen Rhythmus Ausstellungen von neuen Arbeiten zeigt. Dass man hier in der Galerie ein ständiges Angebot hat von den Künstlern und dass man versucht, die Künstler mit Kunstinteressierten, mit Käufern zusammen zu bringen. Oder besser gesagt, die Arbeit an Kunstinteressierte und Käufer zu vermitteln. Und darüber hinaus, dass man versucht, die Künstler mit ihren Arbeiten in Museen oder bei Sonderausstellungen unterzubringen. Also, dass dort Arbeiten ausgestellt werden." Galerist 1 bezog seine Aufgaben vor allem auf die Ausstellungstätigkeit: „[…] wir machen die Eröffnung mit Getränken, evtl. Rede. Hängen die Ausstellung, machen die Einladungen und die Präsentation und evtl. einen Katalog. Wir übernehmen auch einen Transport. […] Aber das sind alles Verhandlungssachen." Auf die Frage, welche Aufgaben Galerist 4 gegenüber dem Maler hat, wurde folgende Antwort gegeben: „Konkret gesprochen, Vermarktung. Das was ich aktuell mache. Ich habe heute meinen Pool an Werken hier, meinen Pool an unglaublich vielen, vielen Adressen. Die entstanden sind über die vielen Ausstellungen, die entstanden sind über Kunstmessen. Diese werden verknüpft - Tägliches Geschehen, Werk auf der einen Seite, adäquater Interessent auf der anderen Seite. Viel Kommunikation." Dazu kommt: „Ausstellungen, Messen, viel Informieren über Neues aus dem Atelier. Informieren auf Seiten der Sammler natürlich. Und immer wieder Verknüpfung von Werk und Interessent." Für Galerist 5 lagen die Aufgaben eines Galeristen in diesen Bereichen: „Wir präsentieren den Künstler und sein Werk, wir vertreten ihn, wir erteilen Auskünfte über ihn, wir betreiben insofern auch Werbung. Und wir wickeln den gesamten Verkaufsablauf ab, d.h., dass wir auch im Verkaufsfall nicht auf den Künstler verweisen und er dann die Rechnung stellen muss und quasi mit dem Käufer in Kontakt tritt. Die Kaufabwicklung bleibt ganz auf unserer Seite und wir rechnen das im Nachhinein mit dem Künstler ab. Das ist der Aufgabenteil den wir übernehmen. Meistenteils übernehmen wir auch den Transport. Also den Her- und evtl. auch den Rücktransport der Objekte." Bezüglich Ausstellungen ergeben sich zudem noch folgende Aufgaben: „Da kommt dann noch die gesamte Ausstellungslogistik dazu. Und da übernehmen wir standardmäßig eigentlich fast alles." Auch die Hängung liegt dabei im Aufgabenbereich des Galeristen. Galerist 2 beschrieb seinen Aufgabenbereich ebenfalls sehr umfassend: „Wenn ein Künstler mit einer Galerie zusammen arbeitet oder eine Galerie mit einem Künstler. Dann leistet die Galerie einiges. Man macht Öffentlichkeitsarbeit, man spricht für die Werke dieses Künstlers seinen Kunden, Sammlern, Personenkreis an, den man sich über lange Jahre erarbeitet hat. Man stellt sich voll hinter die Kunst des Künstlers und sagt seinen Adressaten das ist toll, das kann ich euch besten Herzens anbieten. […] auch Steuern, Finanzamt. Dann gibt es noch die AV Bildkunst, das ist so was wie die GEMA, wo auch wieder Gelder abgeführt werden

müssen usw. […] Und der Künstler der sich in die Galerie begibt, dem stehen alle Kontakte des Galeristen unbeschränkt zur Verfügung."

Vergleicht man die Aussagen von Malern und Galeristen, ergibt sich ein konsistentes Bild. Man kann die Aufgaben, die ein Galerist für den Maler übernimmt in drei unterschiedliche Bereiche einteilen. Der erste Bereich umfasst alle technischen, logistischen und finanziellen Aufgaben. Dazu gehören Transport, Versicherung, Verkauf und Verkaufsabwicklung, Erstellung eines Werkverzeichnisses und die Abführung von Geldern. Dazu kommt in diesem Bereich die Vorbereitung und Durchführung von Ausstellungen inklusive Hängung, die Erstellung von Einladungen und evtl. einem Ausstellungskatalog und der Ausstellungseröffnung. Der zweite Aufgabenbereich des Galeristen betrifft die Bekanntmachung des Malers. In diesem Bereich präsentiert der Galerist die Kunst des Malers in der Galerie und auf Messen. Der Galerist spricht für die Werke des Künstlers und versucht die Werke sowie den Künstler an sich, in der Öffentlichkeit zu platzieren. Öffentlichkeitsarbeit spielt im Allgemeinen selbstverständlich ebenfalls eine große Rolle, ebenso wie die Verknüpfung von Werk und Kunstinteressent. Ein weiteres Instrument, welches dazu von den Galeristen bedient werden muss, ist der Kontaktaufbau zu Museen mit dem Ziel Museumsausstellungen zu generieren. Ein dritter Aufgabenbereich, welcher jedoch bei der Frage nach den Aufgaben des Galeristen nur von jeweils einem Maler und einem Galeristen angesprochen wurde, betrifft die Pflege der Beziehung zum Maler.

Die beschriebenen Aufgaben des ersten und zweiten Bereiches wurden einheitlich von Malern und Galeristen angegeben, bei den befragten Personengruppen konnten keine gravierenden Abweichungen festgestellt werden. Im Gegensatz zu den in Kapitel 4.2.2. dargestellten Aufgaben des Galeristen, wurden bei der konkreten Frage nach den Aufgaben des Galeristen gegenüber dem Maler, keine Aussagen zu Hinweisen oder Kritiken gegenüber der Kunst des Malers gemacht. Zudem überwiegt die Vielzahl der technischen, logistischen und finanziellen Aufgaben in der Theorien der Bekanntmachung des Malers, einem Bereich, der bei den Interviews von fast allen Beteiligten als Aufgabenbereich des Galeristen benannt wurde.

8.1.2.2 Die Aufgaben des Malers

Maler B betrachtete seine Tätigkeit als Beruf, mit dem Geld verdient werden muss, wodurch sich auch seine Aufgaben als Maler ableiten lassen. Ergebnis der beruflichen Tätigkeit, ist das fertige Produkt: „Man muss ja auch arbeiten gehen, es ist nicht nur die Freude an der Arbeit […]. Aber es ist letzten Endes mühselig, jedes Mal anzufangen. Vor dem Weiß, vor der Fläche zu stehen und zum Schluss ein fertiges Produkt haben zu müssen oder zu wollen. […] Wenn es dein Beruf ist, musst du es hinkriegen. […] Es muss fertig werden, du willst es und du musst." Auch Maler C empfand seine Aufgaben als harte Arbeit: „Man hat die Galerieräume und konzipiert die Arbeiten ge-

nau auf die Räume, damit ein Klang in den Räumen entsteht. Was du als Künstler machst, hat ja meistens Zusammenhänge miteinander und das strukturierst du dann in der Galerie. Aber das machst du vorher. […] Das ist eine richtig harte Arbeit, eine Konzeptionsarbeit. Und das mache ich mit jeder Ausstellung so. Du lädst nicht einfach die Bilder ins Auto und denkst jetzt schauen wir mal. Es gibt ja oft auch einen Titel für die Ausstellung oder ein Thema." Maler E hatte gegenüber dem Galeristen die Aufgabe „gute Kunst zu machen, die sich auch verkaufen kann." Und Maler D äußerte auf die Frage, welche Aufgaben ihm gegenüber dem Galeristen zu kommen: „Tja, da ich mit Niemandem jemals einen Vertrag gemacht habe, habe ich überhaupt keine Aufgaben. Außer das ich Kunst herstellen muss."

Galerist 5 antwortete auf die Frage, was er von einem Maler erwartet wie folgt: „Im Grunde genommen nichts. Das Wichtigste was der Maler liefern kann, ist Malerei. […] Und deshalb glaube ich, dass für den Künstler das einzig Wichtige sein kann und muss, wenn er seine Sprache gefunden hat, in dieser das auszudrücken, was ihn bewegt. Und wenn das diese Magie entfaltet, die Leute dazu zu bringen, zu staunen, begeistert zu sein, Emotionen zu zeigen. Dann ist das alles was er machen kann, das ist das Höchste und ich denke, dass ist für den Künstler auch das Schwerste. Und darüber hinaus gibt es vom Galeristen vom Künstler nichts zu verlangen […]." Galerist 3 erwartete von den Malern, die er in der Galerie vertritt folgendes: „Tja, dass er neue, gute Arbeiten bringt. Und das er mit der Galerie zusammenarbeitet und auch informiert, wenn er Ausstellungen hat oder ein Sammler an den Künstler herantritt, dass er das mit der Galerie abstimmt und abspricht. Nicht dass es so passiert, das die Galerie die Ausstellung macht und betreut und sich der Käufer hier die Arbeiten anguckt und er dann ins Atelier geht und der Künstler dann das Bild für 20% weniger verkauft." Für Galerist 4 stellte sich der Aufgabenbereich des Malers wie folgt dar: „Ich ermuntere immer wieder zum Zuschicken von Neuigkeiten. Werkabbildungen, Zuschicken von wo wird ausgestellt, Zuschicken von Katalogen, dass ich sozusagen hier immer im Stand einer gut informierten Galerie bin. Und weiß, o.k. das kann ich einbeziehen, für den Jenen, oder für die jene Institution. Ich brauche hier sozusagen immer einen Pool an Infos was wird da gegenwärtig produziert. Das ist das Einzige, was ich vom Künstler will. Ich will einfach sehen, was wird gemacht." Ebenfalls informiert sein, wollte Galerist 2: „Und wenn sich eine Zusammenarbeit ergibt, zwischen Galerist und Künstler erwartet man natürlich, dass der Künstler, wenn es Aktivitäten gibt, wenn es Verkäufe gibt, dass man als Galerist beteiligt und informiert ist."

Das Ergebnis dieser Fragestellung birgt einen interessanten Charakter. Seitens der Maler wurde ausschließlich angeführt, dass es die Aufgabe des Malers ist, Kunst zu schaffen. Dieser Aufgabenbereich wurde selbstverständlich auch von den befragten Galeristen genannt, jedoch wurde von diesen auch betont, dass es zu den Aufgaben des Malers gehört, die Galerie über jegliche Aktivitä-

ten zu informieren. Das betrifft zum Teil neue Werke aber auch Ausstellungsaktivitäten mit anderen Galerien und Informationen über Verkäufe. Diese Aufgabe wurde jedoch von keinem der befragten Maler genannt.

8.1.3 Strukturierung und Regelung der Aufgaben

Maler A antwortete auf die Frage, ob es zwischen Maler und Galerist vertragliche Festlegungen gibt: „Ja, es gibt alles. Es gibt Regelungen die man sowieso einhält oder man macht Verträge. Z.B., wenn die Galerie einen Kunden bringt, ist es klar, dass die Galerie finanziell beteiligt wird, weil es ihr Kunde ist. Wenn der Künstler im Atelier verkauft und der Kunde hat nichts mit der Galerie zu tun, ist es für die Galerie eigentlich egal. Aber wenn die Galerie mit dem Künstler einen Vertrag hat, hat sie grundsätzlich Ansprüche. Es gibt richtige Knebelverträge, die (Künstler) dürfen dann auch nichts in eine andere Galerie geben und keine anderen Ausstellungen machen, nur wenn er (der Galerist) sein ja dafür gibt." Dieser Maler hatte persönlich noch keinen dieser Knebelverträge unterschrieben: „Ich hatte mal den Vorschlag einer Galeristin einen Generalvertrag zu machen, das habe ich aber nicht gemacht. Das würde ich auch nicht machen. Denn die Freiheit zu bestimmen, wo die Bilder hin gehen, möchte ich schon behalten." Dass einige der Aufgaben jedoch nicht ganz klar festgelegt sind, wurde an der Aussage deutlich, in der es sich um die Erstellung von Ausstellungskatalogen handelte: „Je nachdem, es gibt keine festen Vereinbarungen." Maler B erläuterte aber auch die Vorteile, die ein solcher Vertrag mit sich bringt: „Ja, du hast dadurch wiederum eine Absicherung, dass du davon leben kannst. Der Galerist muss dir dann nämlich mindestens eine Grundabsicherung garantieren, dass du im Jahr so und so viel tausend Euro kriegst. Das muss er dir absichern und das kann auch sehr angenehm sein." Dieser Maler antwortete auf die Frage, ob es immer einen Vertrag zwischen Maler und Galerist gibt: „Den kann es geben, es muss keinen Vertrag geben. Wenn es diesen nicht gibt, ist es eine mündliche Absprache." Auf die Frage, ob mündliche Absprachen auch immer eingehalten werden, gab Maler B an: „Ja, eigentlich schon. In der Regel kann man darauf vertrauen." Für Maler C strukturierte sich die Zusammenarbeit mit dem Galeristen früher anders: „Früher war das so, da sind die Galeristen ins Atelier gekommen und haben alles gekauft und wir machen einen Vertrag zur gemeinsamen Zusammenarbeit – 60:40[339] oder je nachdem. Es gibt auch 90:10 und dann wurde ein Vertrag gemacht, weil man den Künstler sicher unter der Haube haben wollte. Denn man hat sich zuerst preiswert einen Stock angekauft, den man dann in den Keller gelegt hat." Heute stellt der Maler die Situation wie folgt dar: „Dadurch (durch die Vielzahl der Künstler, z.T. bedingt durch Kunstschulen) hast du ein Heer von Künstlerproletariat. Da kannst du dir als Galerist was rausnehmen […]. Du musst jetzt auch nichts mehr ankaufen, da ist jeder von vornherein froh, wenn er mit dem Galeristen einen Vertrag

[339] 60:40 stellt den prozentualen Anteil dar, denn der Maler bzw. der Galerist beim Verkauf der Bilder erhalten.

hat. Ich für meine Seite hab nur einmal einen Vertrag gemacht, was ein großer Fehler war. […] Da habe ich rechtzeitig die rote Karte gezogen und mich mit meinen Anwälten rausgefischt. Aber das war schwierig." Auf die Frage, was in den Verträgen geregelt wird, gab dieser Maler an: „Da gibt man sich viel Mühe viel zu schreiben […] da sagen alle, ach, das ist nur zur persönlichen Versicherung, das auch alles klar geht und man sich ein bisschen an die Regeln hält. Und als meine spätere Frau drauf schaute, bin ich aufgewacht. Sie sagte nur, was hast du denn da unterschrieben, da bekommen ja nicht mal deine Frauen was ab, wenn du mal stirbst. Da hatte sich die Galerie alles als Vorkaufsrecht gesichert." Maler D beschrieb, dass in der Zusammenarbeit allein die finanzielle Beteiligung geregelt ist: „Halbe-Halbe, ganz kurz gesagt." Auf die Frage, ob diese Regel das Einzige ist, was festgelegt wird, beschrieb der Maler weiter: „Nicht mal das wird festgelegt. Das ist eine Machtfrage. Das ist Angebot und Nachfrage. Wenn ich so teuer bin und so gut bin, dass alles weggerissen wird, kann ich zum Galeristen sagen, ich geb dir 20%, ob er das dann mitmacht oder nicht. Ich hab mein Leben lang immer Halbe-Halbe gemacht." Auf die Frage nach Regeln und Strukturen zwischen Maler und Galeristen antwortete Maler E folgendes: „Also, ich sag mal den Idealfall. Den es aber kaum mehr gibt. Der Idealfall war, das der Galerist den Künstler exklusiv aufgenommen hat. Das bedeutet aber dass der Künstler dann von dem Galeristen leben kann. Dadurch auch die 50%, wir machen Halbe-Halbe, du hast die Verantwortung in der Galerie und ich habe die Verantwortung gute Kunst zu machen, die sich auch verkaufen kann." Exklusiv in einer Galerie aufgenommen zu werden, bedeutet weiterhin, dass man nur in dieser Galerie ausstellt: „Ich darf dann nur mit Genehmigung mit meiner Hausgalerie ausstellen." Dieser Maler beklagte trotzdem die schlechte Zahlungsmoral der Galeristen. Auf die Frage, ob das denn aber nicht schriftlich fixiert ist, antwortet dieser Maler: „Klar wird sowas schriftlich festgelegt. Aber was nützt mir das, wenn sie es nicht bezahlen? […] die Galeristen nehmen das Geld ja ein und kriegen erst mal die 100%. Und die müssten dann die 50% an die Künstler überweisen und machen das aber nicht. […] Ja gut, ich könnte die verklagen aber das ist wieder ein Aufwand. Das tut mir letzten Endes auch leid. Ich glaube auch nicht, dass die das böse meinen. Die denken dann, ach die Künstler kommen schon über die Runden. Die wollen mich ja nicht hintergehen, das will ich denen auch nicht unterschieben. Die haben ja vielleicht auch wirklich Probleme. Galeristen sowieso, bestimmt. Die müssen ihre Miete bezahlen und, und, und. Und da haben die mal 3.000€ auf dem Konto, da gehört ihnen zwar nur die Hälfte, aber wenn eine Rechnung über 2.000€ kommt, dann bezahlen die das erst mal und der Künstler kann erst mal warten."

Galerist 4 beschrieb wie folgt die Regelung der Vereinbarungen: „Vorher, immer. Je nach langdauernder Arbeit miteinander, weniger schriftlich, sonst schriftlich und zwar vorher in einem ausgewogenem Verhältnis." Auf die Frage, warum so wenig schriftlich festgelegt wird, antwortete dieser Galerist: „Das ist eine Tradition, die wer weiß woher kommt. Wird aber immer wieder als

nachteilig beschrieben. Sogar der Bundesverband, neulich in der letzten Ausgaben von Kunst in Form, sagt, Gestaltung der - letztlich Geschäftsbeziehung - schriftlich, als dringende Empfehlung. Das erleichtert im Grunde. Das erleichtert das Gesamthandling, auch was das Thema Zeit angeht. Da muss man nicht tausend Sachen reden. Sondern man hat auch meistens wenigstens Minimum ein A4 Blatt vorbereitet, um in Kenntnis zu setzen. Das überrascht, dass im Kunstgeschehen immer wieder auf Mündliches zurück gegriffen wird." Auch Galerist 3 gab an, dass die Aufgaben von Maler und Galerist kaum schriftlich festgelegt werden: „Das kann man kaum schriftlich, vertraglich regeln. Das ist dann eine Erfahrungssache und eine Partnerschaftssache. Und da muss man sich, wenn es eben nicht hinhaut trennen." Auf Nachfrage zu vertraglichen Vereinbarungen sagte dieser Galerist: „Ne, das geht einfach nicht (vertragliche Vereinbarungen). Das ist wirklich eine Vertrauenssache. Man kann das zwar schreiben, aber man erfährt ja trotzdem nicht, wenn jemand mal ins Atelier kommt und dort was kauft. Das geht ganz schwer zu regeln. Und außerdem, wenn man einen Künstler direkt fest bindet an eine Galerie, dass er nur über die Galerie verkauft oder nur mit der Galerie zusammen arbeitet, muss man ihm als Galerie natürlich auch einen Absatz garantieren. Und das ist in der heutigen Zeit sehr schwer." Für Galerist 2 existierten Vereinbarungen in Form von Verträgen: „Die gibt es sicher. […] wie es unterschiedliche Künstler gibt, gibt es auch unterschiedliche Handhabungen – Möglichkeiten der Zusammenarbeit." Aber dieser Galerist relativierte die Wirksamkeit solcher vertraglichen Regelungen: „Ich habe früher, vor 20 Jahren geglaubt, dass durch Verträge alles zu regeln ist. Die Erfahrung hat mich aber gelehrt, dass Verträge – und da kann ich nur für mich sprechen – nicht notwendig sind. Es ist immer eine Vereinbarung. Es ist immer ein Händedruck, es ist ein Blick in die Augen. Bevor wir über den Vertrag sprechen, müssten wir ja erst mal wissen, was soll in so einem Vertrag stehen. Und was glaubt man als Außenstehender was in so einem *(in sarkastisch übertriebenem Ton)* Knebelvertrag – der will ja nur Geld verdienen und das ist ja meine Kunst und der kriegt jetzt wahrscheinlich die Hälfte, das ist ja Wahnsinn - steht. Das stimmt alles und stimmt auch wieder nicht. Weil im Endeffekt hält sich keiner an die Vereinbarung und dann gibt es immer mal Enttäuschungen." An anderer Stelle sagte Galerist 4 folgenden Satz: „Da gibt es Regeln, die man beachten sollte, die umgangen werden." Auch für Galerist 1 war die Existenz von Regeln und Strukturen wichtig: „Ja, die gibt es. Das sind alles Dinge, die allen klar sind. 50:50 inkl. Mehrwertsteuer. […] Aber das sind alles Verhandlungssachen." Auf die Frage, ob diese Aufgaben auch vertraglich fixiert werden, gab dieser Galerist an: „Nein, aber durch die Erfahrungen, die wir gemacht haben, werden wir bald Verträge machen. Aber gerade die alten Künstler werden da nicht unterschreiben, denke ich." Lediglich Galerist 5 regelte zum Zeitpunkt der Befragung im Umgang mit den Maler alles vertraglich: „Prinzipiell gibt es eine vertragliche Regelung. Das ist eigentlich der absolute Standard. Das vereinfacht uns auch die Verwaltung von den Künstlern oder der Vertretung von Künstlern. Sie haben einfach eine ge-

wisse Fixierung und es gibt ein gewisses Regelwerk, auf das sie auch Rücksicht nehmen können. Auf das sie auch, wenn es mal zu Abweichungen kommt, zurückgreifen können und schauen können, was hat man denn genau vereinbart. Und darauf kann man sich selbst und darauf kann man auch den Künstler verpflichten. Und das ist schon gut dass es das gibt. Deshalb machen wir das auch standardmäßig. Aber die Regelungen, die dort schriftlich niedergelegt sind, unterscheiden sich manchmal voneinander. Das ist von unserer Seite nicht gewünscht, weil es auch zu Problemen führen könnte, potentiell. Dadurch könnten sich Künstler benachteiligt fühlen. Aber wir lassen uns auch darauf ein, wenn es uns notwendig erscheint." Die Art der Verträge gestaltete sich dabei folgendermaßen: „Regeln und Strukturen werden eigentlich nur durch Verträge, sag ich mal vorgegeben, das sind in der Regel Kommissionsverträge, auf deren Basis die Zusammenarbeit einen gewissen rechtlichen Rahmen bekommt. Aber auch die sind im Grunde offen. Es ist nicht so, dass wir im Grunde darauf bestehen können, einen Kommissionsvertrag so wie wir ihn mit Jenem oder Jener machen auch mit dem nächsten Künstler zu machen. Wenn ein Künstler für uns wichtig ist und der Meinung ist, die Regularien müssten auf ihn angepasst werden, dann werden wir uns diesem Wunsch schwerlich entziehen können. Dafür ist uns dann die Zusammenarbeit wichtig, da gibt es immer Abweichungen." Was in diesen Verträgen geregelt wird, wurde wie folgt beschrieben: „Relativ wenig. Unsere Kommissionsverträge, wenn man mal von der Auflistung der betroffenen Objekte absieht, sind extrem kurz gehalten. Da geht es im Kern um zwei, drei Sätze. Da ist im Grunde genommen nur ein Erlösanteil für den Künstler geregelt, da ist meistenteils geregelt, ein bestimmter Spielraum für Nachlassverhandlungen mit den Kunden und manchmal ist darin vorgesehen eine Befristung des Kommissionsvertrages, der vertraglich fixierten Zusammenarbeit. […] Es ist im Grunde genommen zusammengeschnurrt auf das Allerwesentlichste."

Vier der fünf befragten Maler gaben an, dass zwischen Maler und Galeristen entweder schriftlich fixierte Verträge abgeschlossen werden oder die Zusammenarbeit durch mündliche Absprachen bzw. allgemein bekannte Regeln strukturiert wird. Lediglich einer der befragten Maler teilte mit, dass die Zusammenarbeit von Maler und Galerist ausschließlich schriftlich festgelegt wird. Die Verträge, welche die Maler beschrieben haben, unterscheiden sich jedoch sehr stark voneinander. Während in einem standardmäßigem Vertrag vor allem die finanzielle Beteiligung der Galeristen geregelt wird, welche im Normalfall 50% des Verkaufspreises beträgt, existieren auch Exklusiv- bzw. Knebelverträge.[340] Innerhalb dieser Verträge wird festgelegt, dass der beteiligte Maler allein mit dieser Galerie eine Zusammenarbeit pflegt. Der Verkauf der Bilder durch den Maler an private Interessenten oder andere Galerien ist in diesem Fall nicht gestattet. Zudem ist auch eine Ausstellung mit anderen Galerien genehmigungspflichtig. Im Gegensatz verpflichtet sich die Galerie, dem

[340] Nachfolgend wird diese Art von Verträgen als Exklusivvertrag bezeichnet.

Maler einen jährlichen Mindestabsatz zu bezahlen, d.h. die Zusammenarbeit von Maler und Galerist gleicht einem Angestelltenverhältnis. Zwei Maler haben diese Art von Verträgen nicht gut geheißen. Für einen Maler, war es die eingeschränkte Freiheit, für den anderen die Bedingungen (z.B. Vorkaufsrecht der Galerie), aufgrund deren eine solche Regelung abgelehnt wird. Lediglich ein Maler steht dieser Vertragsart positiv gegenüber. Allgemein bekannt und akzeptiert ist jedoch auch die Strukturierung der Zusammenarbeit aufgrund mündlicher Absprachen oder allgemein bekannter Regeln. Dabei scheint vor allem die finanzielle Beteiligung der Galeristen selbstverständlich. Ob diese Regeln immer eingehalten werden, scheint jedoch fraglich zu sein. Zwei Maler gaben an, dass diese Vereinbarungen auch eingehalten werden aber auch Regelbrüche und die Verletzung von Vereinbarungen wurden beschrieben.

Vier der fünf interviewten Galeristen gaben an, dass zwar schriftliche bzw. vertragliche Festlegungen existieren, größtenteils jedoch keine schriftlichen oder vertraglichen Vereinbarungen zwischen Maler und Galerist getroffen werden. Ein Galerist gab an, dass dies aus einer Tradition entstanden ist und Vertrauen, ein Händedruck oder der Blick in die Augen ausreicht, um die Beziehung zwischen Maler und Galerist zu strukturieren. Jedoch wurde auch von drei Galeristen angesprochen, dass es zu Enttäuschungen innerhalb dieser Beziehung gekommen ist. Zwei der fünf befragten Galeristen erläuterten zudem, dass es prinzipiell besser wäre, die Vereinbarungen von Malern und Galeristen schriftlich zu fixieren. Ein Galerist regelt die Zusammenarbeit mit dem Maler grundsätzlich durch Verträge. Die Kommissionsverträge beinhalten dabei die in Kommission genommenen Objekte, den Erlösanteil des Künstlers und den Spielraum für Nachlassverhandlungen. Deutlich wird zudem, dass die Vereinbarungen zwischen Malern und Galeristen, egal ob diese schriftlich fixiert sind oder aufgrund mündlicher Absprachen bestehen, stets einen Verhandlungsspielraum enthalten und somit individuell abgestimmt werden können.

Wie auch Crozier und Friedberg Regeln und Strukturen als für die Organisation notwendig aber für die Akteure einschränkend erachten, konnte festgestellt werden, dass zwischen Maler und Galerist auch solche Regeln und Strukturen bestehen. Diese können jedoch in ihrer Regelungstiefe und somit auch in ihrer Einschränkungskraft oder ihrem Zwang unterschiedlich stark bewertet werden. Diese Thematik soll im nachfolgenden Kapitel genauer betrachtet werden.

8.2 Das Spiel als Integrationsmechanismus

Durch das Spiel sollen die Handlungen der Akteure durch ein Handlungssystem koordiniert sowie Freiheit und Zwang der beteiligten Akteure vereint werden.

Die Freiheit der Akteure spiegelt sich vor allem darin wieder, dass Handlungsoptionen durch das Ausnutzen von Freiräumen, positiv gebraucht werden können. Diese Freiräume aber auch die Einschränkungen und Zwänge werden bspw. durch die Regeln und Strukturen, welche im vorher-

gehenden Kapitel dargelegt wurden, generiert und sollen nun näher betrachtet werden. Maler und Galeristen wurden dabei teilweise konkret zu ihren Freiräumen befragt, zum Teil lassen sich diese jedoch auch aus den Aussagen der Akteure ableiten. Auch die Zwänge, welche sich vor allem aus den Regeln und Strukturen ergeben, konnten größtenteils aus den Aussagen der Interviewpartner abgeleitet werden.

8.2.1 Freiheit und Zwang des Malers

Für den Maler stellt die Verbindung zum Galeristen in jedem Fall ein Zusammenspiel von Freiheit und Zwang dar. Die erste Freiheit ergibt sich für manche Maler, indem sie selbst entscheiden, mit welchem Galeristen tatsächlich eine Verbindung aufgebaut wird. Zudem ist kein Maler verpflichtet mit diesem oder jenen Galerist eine Beziehung einzugehen. Durch das Eingehen einer Verbindung, verpflichtet sich der Maler dem Galeristen Bilder zum Verkauf zur Verfügung zu stellen. Diese Tatsache verpflichtet ihn zur Produktion von Kunst, was für ihn mitunter einen Zwang oder eine Einschränkung bzgl. seiner Alltagsgestaltung darstellen kann. Gleichzeitig birgt das für den Maler jedoch auch eine große Freiheit, da er nunmehr in der Lage ist, sich vollkommen auf seinen Beruf, der ja oftmals eine Leidenschaft ist, zu konzentrieren und er alle vom Galeristen übernommen Aufgaben[341] nicht zusätzlich übernehmen muss. Auch in der Zusammenarbeit mit dem Galeristen ergeben sich weitere Freiheiten, so ist es dem Maler zum Teil möglich, ganze Ausstellungen zu konzipieren. In anderen Fällen ist es jedoch der Galerist, der die Bilder für die Ausstellung aussucht und auch die Hängung der Ausstellung übernimmt. Für die befragten Maler stellt die Entfaltung der persönlichen schöpferischen Kraft und die Erschaffung neuer, noch nie dagewesener Dinge die wahrscheinlich größte Freiheit dar. Maler C äußerte bezüglich seiner Motivation immer neue Bilder zu machen: „Ja, für mich ist es eine innere Motivation, eine Art Spieltrieb und ich habe mir die Freiheit genommen mein Leben lang zu spielen und schaue, dass dieses Spiel auch zu finanzieren geht.“ In dieser Aussage wird wieder beides deutlich, die Freiheit diesen künstlerischen Spieltrieb auszuleben aber auch der Zwang, damit den Lebensunterhalt zu verdienen. Auch die Tatsache, das Leben mit der Arbeit als Künstler zu finanzieren, stellt für die Maler einen Zwang dar. Der sogenannte Exklusivvertrag schränkt den Maler, aufgrund seiner Inhalte, stärker ein und stellt ihn somit vermehrt unter Zwang. Durch die Festlegung, Bilder ausschließlich über diese eine Galerie zu verkaufen, verfügt der Maler über keine weiteren Absatzmöglichkeiten. Vor allem der private Verkauf von Bildern ohne den Aufschlag für die Galerie ist dabei untersagt. Diese aber im Allgemeinen bekannte und anerkannte Regelung, welche auch außerhalb eines Exklusivvertrages gilt, schränken den Maler ebenfalls ein. Des Weiteren wird dem Maler innerhalb eines Exklusivvertrages untersagt, mit anderen Galerien Ausstellungen durchzuführen, was für ihn wiederum

[341] Siehe Kapitel 8.1.2.1.

eine Einschränkung darstellt, da dem Maler dadurch vielleicht ein neuer Kundenkreis verschlossen bleibt. In dieser Form der Zusammenarbeit liegt für den Maler jedoch auch eine große Freiheit, nämlich die Finanzielle. Zwar ist der Maler dem Galeristen in vielen Dingen verpflichtet und damit auch eingeschränkt aber der Maler kann eine große finanzielle Freiheiten erlangen, da ihm im Exklusivvertrag vom Galeristen ein gewisser Geldbetrag zugesichert wird, der unabhängig von den tatsächlichen Verkäufen gezahlt wird. Die normalerweise zwischen Maler und Galerist getroffenen mündlichen Vereinbarungen sind viel weniger einschränkend für den Maler. Meisten falls sind lediglich Vereinbarungen über die finanzielle Beteiligung getroffen. In diesem Fall ist jedoch die finanzielle Freiheit für den Maler weniger groß, da der Maler nur im tatsächlichen Verkaufsfall eine finanzielle Beteiligung erhält. Dafür ist seine Freiheit bezüglich der Zusammenarbeit mit anderen Galerien viel größer als innerhalb eines Exklusivvertrages. Eine Einschränkung für den Maler aber auch den Galeristen stellt der Kunstmarkt da. Die durch Angebot und Nachfrage bestimmten Preise, können weder vom Maler noch vom Galeristen beeinflusst werden und stellen für beide einen Zwang dar.

Deutlich wurde, dass Maler während ihrer Arbeit mit dem Galeristen stets Freiheit und Zwang erleben. Unterschiede entstehen jedoch bei einem Maler, der einen Exklusivvertrag mit einer Galerie und einem Maler, der aufgrund mündlicher Vereinbarungen mit einem Galeristen zusammenarbeitet. Für den Maler mit Exklusivvertrag ergeben sich zahlenmäßig deutlich mehr Zwänge, so ist die Zusammenarbeit mit andreren Galerien oder der Verkauf der Bilder außerhalb der Galerie eingeschränkt. In diesem Fall verfügt der Maler jedoch über eine große finanzielle Freiheit. Maler ohne Exklusivvertrag sind im Bildverkauf und der Zusammenarbeit mit anderen Galerien i.d.R. nicht eingeschränkt. Diese Maler unterliegen jedoch finanziellen Zwängen. Festgestellt werden konnte jedoch, dass die Freiheit der Maler in jedem Fall in der Schaffung neuer Werke und der Auslebung ihrer Kreativität sowie der Zusammenarbeit mit dem Galeristen liegt.

8.2.2 Freiheit und Zwang des Galeristen

Auch für den Galeristen besteht eine große Freiheit in der Zusammenarbeit mit dem Maler. Vor allem weil die Tatsache, dass es in fast allen Fällen die Galeristen sind, welche auf den Künstler zugehen, verdeutlicht diese Freiheit in besonderem Maße. Dem Galeristen steht es dann weiterhin frei, in welcher Art er die Werke des Künstlers anbietet und welchen Personenkreis er anspricht. Galerist 5 beschrieb seine Freiheit wie folgt: „Gefühlt sind wir eigentlich in allem frei. Wer schreibt Ihnen schon etwas vor? Sie können in allem entscheiden wie sie wollen, die Frage ist, ob sie Erfolg damit haben. Das hängt ein bisschen davon ab, wie stark der wirtschaftliche Druck ist. Manchmal ist der wirtschaftliche Druck so stark, dass sie sich von der Fokussierung des merkantilen Erfolgs einer Ausstellung schwer frei machen können. Dann spüren sie diese Freiheit die sie

haben, eigentlich nicht so. Dann haben sie das Gefühl sie müssen so oder so entscheiden, damit es am Ende gut ausgeht. Aber in der Regel sind sie komplett frei. Sie können sich auch von Künstlern trennen. Es schreibt ihnen niemand etwa vor.“ In dieser Aussage wird nochmals die Freiheit des Galeristen deutlich aber auch der Zwang, dem der Galerist ausgesetzt ist, wird angesprochen. Ähnlich wie beim Maler spielt der finanzielle Aspekt eine große Rolle. Für den Galeristen stellt dabei ein Exklusivvertrag vor allem finanzielle Einschränkungen seiner Handlungsfähigkeit dar, da er dem Maler eine regelmäßige Zahlung gewährleisten muss, unabhängig, ob er die Werke des Malers verkaufen kann. Dazu äußerte Galerist 3: „Und außerdem, wenn man einen Künstler direkt fest bindet an eine Galerie, dass er nur über die Galerie verkauft oder nur mit der Galerie zusammenarbeitet, muss man ihm als Galerie natürlich auch einen Absatz garantieren. Und das ist in der heutigen Zeit sehr schwer.“ Der Galerist ist aber auf einem viel weiteren Gebiet abgesichert. Vor allem die Gefahr, dass er den evtl. berühmt gewordenen Künstler mit anderen Galerien teilen muss, scheint durch einen Exklusivvertrag gebannt. Im Falle einer Preissteigerung der Bilder, kann der Galerist allein, natürlich unter der Beteiligung des Malers, die Gewinne abschöpfen. Zudem liegt es in seiner Fähigkeit den Markt und das Stilempfinden der Kunstinteressierten zu beeinflussen. Die mündlichen Absprachen, welche fast ausschließlich die finanzielle Beteiligung betreffen, stellen für den Galeristen wiederum stärkere Einschränkungen dar. Zwar geht er damit auch der Verpflichtung aus dem Weg, dem Maler regelmäßige Zahlungen zu leisten, was für ihn vor allem in verkaufsschwachen Zeiten einen Freiheitsgewinn darstellt, aber er ist bspw. im Umgang mit dem Maler beschränkt, da immer die Gefahr besteht, dass sich der Maler eine andere Galerie sucht. Zudem leistet der Galerist dem Maler gegenüber gewisse Aufgaben.[342] Die Verpflichtung, diese Aufgaben auch zu erfüllen, stellt den Galeristen unter Zwang. Zwar sind diese meist nicht vertraglich detailliert abgefasst, aber auch hier spielt der wirtschaftliche Aspekt wieder eine Rolle. Nur indem der Galerist seine Aufgaben z.B. in Form von Ausstellungsvorbereitung oder dem Versenden von Einladungen nachkommt, kann er Interessenten gewinnen, die Kunst des Malers bekannt machen und letztlich auch Verkäufe generieren.

Ähnlich wie beim Maler wird zuerst deutlich, dass auch der Galerist in seiner Arbeit von Freiheit und Zwang umgeben ist. Und auch wie beim Maler existieren Unterschiede zum Exklusivvertrag. Der Exklusivvertrag setzt den Galeristen vornehmlich unter finanziellen Zwang, da er sich verpflichtet gegenüber dem Maler regelmäßige Zahlungen zu leisten. Durch einen solchen Vertrag vergrößert sich aber auch die Freiheit des Galeristen, da er vor allem beim Bilderverkauf vor Konkurrenz gesichert ist. Unabhängig vom Vertrag steht der Galerist jedoch unter dem Zwang die Aufgaben, welcher er für den Maler übernimmt zu erledigen, zudem steht auch er persönlich un-

[342] Siehe Kapitel 8.1.2.1.

ter finanziellen Zwang, da er mit seiner Galeriearbeit seinen Lebensunterhalt begleichen muss.[343] Vollkommen frei ist der Galerist zudem in der Zusammenarbeit zum Maler und in der Art, wie die Werke des Künstlers angeboten werden.

Crozier und Friedberg haben ihre Definition des Spiels weinig konkret und abgrenzbar formuliert, was es in der Auswertung schwer macht, das Spiel als koordinierendes Handlungssystem zu identifizieren. Bestätigt werden konnte, dass bei beiden Akteuren Freiheiten und Zwänge bestehen und diese durch ihre Zusammenhänge und Untrennbarkeiten auch einer Vereinigung unterliegen. Zudem werden die teilweise widersprüchlichen Verhaltensweisen[344] der Akteure strukturiert. Die dafür notwendigen Regeln und Strukturen entstehen z.T. beim Spielen selbst, einige dieser Regeln werden jedoch traditionsgemäß beachtet, dabei aber wiederum auch angepasst oder variiert. Grundsätzlich kann nach Betrachtung und Auswertung der Interviews bestätigt werden, dass trotz oder aufgrund der undeutlichen Spieldefinition zwischen Maler und Galeristen das kollektive Handeln durch das Spiel als Instrument koordiniert wird.

8.3 Die Organisation als Rahmenbedingung

Nach Crozier und Friedberg ist die Organisation gekennzeichnet durch die Interaktionen der Akteure, weshalb sie auch als Konstrukt kollektiven Handelns bezeichnet werden kann. Diese gewollte und eingesetzte Ordnung besteht zudem aus formalisierten und klar abgegrenzten Strukturen. Es kann deshalb von einer instrumentalen Rationalität gesprochen werden. Für die Anwendbarkeit des Ansatzes in Hinsicht auf die in den Interviews gemachten Erfahrungen, kann Folgendes abgeleitet werden:

Die Beziehung von Maler und Galerist findet nicht in einer typischen Organisation statt. Wie bereits beschrieben, ist der Begriff der Organisation bei Crozier und Friedberg aber sehr weit gefasst. Zudem betonen Crozier und Friedberg, dass die „Denkweise, zu deren Gründung sie beitragen […] über das enge Feld der geschlossenen und gut definierten Organisation“[345] hinausgeht. Stellt man unter diesen Gesichtspunkten zudem das kollektive Handeln, als hauptsächlichen Bestandteil der Organisationen heraus, kann festgestellt werden, dass sich Maler und Galerist innerhalb einer Organisation befinden. Crozier und Friedberg beschreiben zudem, dass es sich bei der Organisation um eine gewollte und eingesetzte Ordnung handelt, die aus formalisierten, klar abgegrenzten Strukturen besteht. Wie bereits festgestellt, ist die Beziehung von Maler und Galerist zwar struk-

[343] Bei den Galeristen in einem Angestelltenverhältnis, trifft diese Aussage zwar weniger zu, jedoch stehen auch diese Galerist unter finanziellem oder wirtschaftlichen Zwang, denn die Gefahr vom Verlust des Arbeitsplatzes, wenn keine Verkäufe generiert werden können, ist sehr hoch.

[344] So beschrieb Galerist 5 z.B., dass der wirtschaftliche Druck (also der finanzielle Zwang) die Freiheit (bspw. die Auswahl der Bilder) überwiegt und damit beeinflusst.

[345] Crozier, M.; Friedberg, E., Die Zwänge des kollektiven Handelns. Über Macht und Organisation., 1993, S. 2.

turiert, z.T. sind diese Strukturen aber nicht klar abgegrenzt. So werden Details, z.B. die Katalogerstellung oder der Transport der Bilder jedes Mal neu verhandelt und besprochen, wobei die Regeln beim Spielen selbst entstehen. Abgesehen von den grundlegenden Vereinbarungen, wie finanzielle Beteiligung sind einige Strukturen somit nicht klar abgegrenzt und nicht stabil. Daraus folgt, dass es sich nicht um eine Organisation in Reinform handelt, Maler und Galerist aber trotzdem innerhalb einer Organisation miteinander handeln.

Crozier und Friedberg nehmen zudem an, dass sich die Organisation auflöst, wenn die Gewinnchancen der Akteure nicht mehr lukrativ sind. Ob diese Annahme auch auf die Organisation von Maler und Galerist bezogen werden kann, soll im Folgenden analysiert werden. Lediglich bei Maler A, B und D ergab sich im Gespräch, wie eine Beziehung zum Galeristen beendet wird. Maler A beschrieb auf die Frage, wie das Verhältnis endet: „Der Künstler holt seine Bilder ab." Aber auch von Seiten des Galeristen kann es heißen: „Ja, hol dein Zeug ab. Das gibt es auch." Maler B erläuterte daraufhin, was die Gründe für ein solches Verhalten sein können: „Z.B., weil der Galerist vom Künstler betrogen wurde, weil er heimlich Bilder billig verkauft hat. Es hat ja auch was mit Vertrauen zu tun, wenn der Galerist für dich Geld ausgibt, wenn er für dich arbeitet, muss ich mich an diese Bindung halten." Bei Maler D endete die Beziehung zu Galeristen bisher wie folgt: „Bei mir endet es mit Verrat und Betrug, Tod und ansonsten ist man noch befreundet. Ich von mir aus habe noch nie ein Verhältnis beendet." Galerist 3 beschrieb wie folgt, warum er sich bisher von Malern getrennt hat: „Es gibt so Künstler, die der Meinung sind, was über die Galerie verkauft wird, das läuft über die Galerie und was ich normal verkaufe ist meine. Und wenn das dann die Einstellung ist, gibt man die Zusammenarbeit dann auf. Oder es gibt einige Künstler, wo die Leute sehr viel ins Atelier kommen oder privat und so. Und das hat auch keinen Zweck. Das sind 2-3 Künstler gewesen, von denen ich mich getrennt habe." Auf die Frage, ob das der einzige Grund für eine Trennung ist, gab dieser Galerist folgende Antwort: „Nein, es kann auch sein, das sie dann eine andere Galerie als Hauptgalerie haben. Obwohl das eigentlich der Hauptgrund ist. Man kann einem Künstler nicht sagen, du darfst in Berlin nicht ausstellen oder in München oder sonst wo. Das kann ja manchmal auch bereichernd sein." Auch Galerist 2 formulierte die Trennungsgründe von einem Maler ähnlich: „Also, wenn sich Irgendjemand nicht an solche Abmachungen hält, die vorhanden sind, dann nützt auch ein Vertrag nichts. Will denn der Künstler zum Rechtsanwalt gehen? Soll ich sagen, der hat sich nicht daran gehalten. Das löst sich dann automatisch." Aber auch dieser Galerist erklärte: „Es gibt auch Künstler, die kann man nicht halten. Es gibt auch Künstler, die brauchen mehr Führung, andere – für die man viel getan hat, wie man selber glaubt – sind dann weg, wenn sie der Meinung sind, bei einem anderen lässt sich mehr verdienen. Letztendlich geht es auch dem Künstler danach. Es gibt auch den Spruch: Reisende kann man nicht aufhalten." Bei Galerist 1 wird über ein Ende der Beziehung nachgedacht, wenn sich Künstler

nicht an Vereinbarungen halten: „Naja, da denkt man schon über den Fortbestand der Beziehung nach. Das kommt dann immer auch auf den Künstler an. Wenn ich merke, ein Künstler ist sehr schwierig, dann beginne ich oftmals auch gar nicht erst mit ihm zu arbeiten. Sowas spricht sich ja rum, auch wenn sich ein Galerist nicht an Vereinbarungen hält." Und Galerist 5 beschrieb die Gründe für eine Trennung von Maler und Galerist auf folgende Weise: „Das wäre bei massiven Verstößen gegen Vereinbarungen nur denkbar. […] In der Regel wird die Zusammenarbeit von unserer Seite nur beendet, wenn wir von der Qualität nicht überzeugt sind. Selbst wenn die Verkäufe schlecht sind, stehen wir zu der Zusammenarbeit, wenn uns die Qualität überzeugt. Und das denke ich, sollte ein einigermaßen vernünftiger Galerist auch machen, weil er sich sonst total an die Masse, an den Geschmack anpasst. Man muss auch Dinge vertreten, gegen die Erfahrung von Monaten und Jahren, was grad gut verkäuflich ist. Daran sieht man dann auch, ob man noch eine Entscheidungshoheit gegenüber dem Markt hat und daran sieht man auch, ob man als Galerist fähig ist, den Markt zu beeinflussen. Wenn man eine gute Adresse ausbildet, wenn man einigermaßen erfolgreich arbeitet, ist man durchaus auch in der Lage, das darf man nicht unterschätzen, durchaus Dinge durchzusetzen. Und das ist auch ein kleiner Betrag dazu, die Qualität von Kunstproduktion zu halten oder zu heben, je nach dem auf welchem Niveau die gerade steht. Das man nicht irgendwelchen Mist verkauft, nur weil man merkt, das geht gut."

Maler wie auch Galeristen gaben an, dass es, nachdem Vereinbarungen nicht eingehalten wurden oder es zum Betrug kam, zu Trennungen von Maler und Galeristen kommt. In diesem Fall scheinen die Gewinnchancen der Akteure nicht im klassischen Sinn verletzt worden sein. Der Galerist ist auch nach einer Nichteinhaltung von Vereinbarungen noch in der Lage, durch den Verkauf der Bilder finanzielle Gewinne zu erzielen. Jedoch ist die Besonderheit der Beziehung, welche in den meisten Fällen auf einer vertrauensvollen und freundschaftlichen Grundlage basiert, verletzt und in diesem Sinne nicht mehr erhaltenswert. Weitere Trennungsgründe sind von Seiten der Galeristen eine schlechte Qualität der Bilder oder seitens der Maler eine erfolgversprechendere Zusammenarbeit mit einer anderen Galerie. Diese beiden Trennungsgründe können für die Akteure entweder bedeuten, dass die Zusammenarbeit nicht zielführend ist, da die Kunst des Malers nicht mehr dem Geschmack des Galeristen trifft oder nicht mehr voneinander erwartet wird, dass Bilder veräußert werden können. Es wird aber an anderer Stelle auch deutlich, dass nicht nur der finanzielle Erfolg für den Galeristen von Bedeutung ist. Auch wenn die Bilder eines Malers schlecht verkäuflich sind, wird die Beziehung aufrecht erhalten, weil der Galerist trotzdem das Ziel verfolgt, den Markt damit zu beeinflussen, wenn auch erst nach einigen Jahren. Diese Annahme kann bestätigt werden, indem nochmals aufgegriffen wird, dass viele Galeristen über Jahre hinweg einen Künstler fördern und vertreten ohne, dass die Werke des Malers gut verkäuflich sind.

Diese Galeristen verfolgen trotzdem noch das Ziel den Maler auf dem Markt zu platzieren, damit den Markt zu beeinflussen und letztlich auch Bildverkäufe zu generieren.

Schließend kann festgehalten werden, dass Maler und Galerist, aufgrund der von Crozier und Friedberg weit gefassten Organisationsdefinition, innerhalb einer Organisation miteinander agieren. Ausschlaggeben dafür sind die Merkmale des kollektive Handelns zwischen Maler und Galerist und das Vorhandensein von Strukturen, in Form von Regeln, auch wenn diese, nicht wie von Crozier und Friedberg gefordert klar abgegrenzt sind. Zudem konnte festgestellt werden, dass kollektives Handeln der Akteure und mit diesem die Organisation an sich, nur so lange besteht, bis einer der Akteure die Verfolgung seiner Ziele als nicht mehr erreichbar oder seine Gewinnchancen durch die Verbindung als nicht mehr existent einschätzt. Die Organisation kann sich demnach auch wieder auflösen.

8.4 Macht als Merkmal sozialer Bindung

Wie in Kapitel 5.5 dargestellt, ist Macht die Möglichkeit auf andere Akteure einzuwirken und ihr Verhalten in eine bestimmte Richtung zu lenken, um persönliche Ziele und Interessen zu erreichen. Die dadurch entstehenden Abhängigkeiten induzieren zwischen den Akteuren instrumentelle, nicht-transitive und gegenseitige aber unausgewogene Abhängigkeiten. Macht, welche stets ein Kräfteverhältnis darstellt, entsteht vor allem in den Freiräumen der Akteure, welche als Ungewissheitszonen bezeichnet werden können. Da Macht grundlegender Aspekt jeder Beziehung ist, kann angenommen werden, dass diese auch zwischen den Akteuren Maler und Galerist existiert. Diese Annahme soll nachfolgend betrachtet werden.

Die erste Voraussetzung für das Vorhandensein von Macht, ist das Bestehen einer Beziehung, welche, wie bereits festgestellt wurde, zwischen Maler und Galerist mit Gewissheit existiert.[346] Des Weiteren müssen die Akteure gemeinsame Ziele verfolgen, wodurch persönliche Interessen befriedigt werden sollen. Die Ziele des Malers sind geprägt von der Schaffung neuer Werke, der Herstellung von Kunst, welche durch den inneren Antrieb oder die persönliche Motivation hervorgerufen werden. Zudem zielt der Maler auch auf daraus resultierende Effekte ab. Anerkennung, der Wunsch geliebt zu werden aber auch das Ziel mit dieser Arbeit Geld zu verdienen und den Lebensunterhalt zu bestreiten, werden vom Maler verfolgt. Die Ziele der Galeristen gestalten sich auf eine andere Art. Die Galeristen möchten ihre Galerie dauerhaft etablieren, ihr einen gewissen Anspruch verleihen und auch die Kunst, welche sie leidenschaftlich vertreten, am Markt platzieren und einer kulturellen Öffentlichkeit zugänglich machen. Auch finanzielle Aspekte im Sinne der Vermarktung von Kunst werden von den Galeristen angestrebt. Gegenüber den Kunstinteressierten möchten sie für ein tieferes Verständnis werben und als Vermittler zwischen Kunst

[346] Vgl. Kapitel 7.4

und Kunden agieren.

Die Schnittstelle der gemeinsamen Ziele zwischen Maler und Galerist sind eher gering. Ausschließlich der finanzielle Aspekt steht auf beiden Seiten der Akteure. Deutlich wird allerdings bei beiden Perspektiven, dass die gemeinsamen Zielen sowie die unterschiedlichen Ziele der Akteure nur in Zusammenarbeit mit dem jeweils anderen Akteur erreicht werden können. Somit entstehen zwischen Maler und Galerist Abhängigkeiten. Diese Abhängigkeiten sind gekennzeichnet durch instrumentelle, nicht-transitive und gegenseitige aber unausgewogene Tausch- und Verhandlungsbeziehungen.

Eine instrumentelle Beziehung liegt dann vor, wenn Macht ausschließlich unter der zielperspektive zu verstehen ist, welche die Mobilisierung von Ressourcen seitens der Akteure hervorruft. Dieser instrumentelle Charakter kann auch bei Maler und Galerist angenommen werden. Denn das Ziel, die persönlichen Interessen durchzusetzen, bringt Maler wie auch Galerist dazu Ressourcen zu mobilisieren. Nicht-Transitivität bezieht sich auf die Nichttrennbarkeit der Akteure und deren Handlung. Auch dieser These kann zugestimmt werden, denn es bestehen immer nur direkte Abhängigkeiten zwischen den Akteuren Maler und Galerist[347] und auch die Handlungen stehen jeweils in direkter Abhängigkeit. Die Tatsache, dass der Maler ein Bild herstellt, was dem Galeristen persönlich gefällt, bedeutet nicht, das genau dieses Bild auch verkauft werden kann. Zudem kann festgestellt werden, dass die Beziehungen von Maler und Galerist gegenseitig aber unausgewogen ist. Wie in Kapitel 5.5 beschrieben, werden zwischen den Akteuren Handlungsmöglichkeiten ausgetauscht, welche jeweils nicht selbst erbracht werden können oder erbracht werden wollen. Der Maler hat in diesem Sinne die Handlungsfähigkeit, Kunst herzustellen, die für den Betrachter immer wieder neu und einzigartig ist, Emotionen auslösen kann, wertvoll ist und als Statussymbol gelten kann. Der Galerist ist nicht in der Lage, diese Tätigkeit zu vollbringen, er wiederum besitzt aber die Handlungsfähigkeit, die Bilder zu verkaufen und alle damit verbunden logistischen, technischen und finanziellen Aufgaben zu übernehmen. Zudem hat der Galerist die Möglichkeit den Künstler und seine Werke bekannt zu machen. In dieses Moment kommt eine äußerst interessante Tatsache. Dies alles sind theoretisch Aufgaben, die der Maler ohne den Galeristen durchführen könnte. Bestätig wird das auch durch die Aussage einiger Maler. Maler A beschrieb beispielsweise, dass es für den Maler nicht immer einen Galeristen gibt: „Ich denke heutzutage sind es vielleicht 30% die einen Galeristen haben." Auf die Frage, wie die restlichen 70% ihre Kunst verkaufen, antwortete der Maler Folgendes: „Im Westen wurden auch viele staatliche Gelder gegeben für Projekte. Das gibt es auch noch heute. Oder sie haben einen Partner der verdient. Oder über Produzentengalerien. D.h., dass sich Künstler zusammenschließen […], die tun sich zusammen und machen eine Galerie Sie sind ihre eigenen Galeristen, mieten einen Raum und stellen dort aus.

[347] Vgl. Fußnote 251

Dadurch sparen sie die bis zu 50%, die in der Regel der Galerist kriegt. Sie kriegen also weitaus mehr Geld und teilen sich in die Miete. Und das ist für die Künstler auch eine Möglichkeit auszustellen." Auch Maler D gab an, das er heute „eigentlich nur" noch unabhängig von Galeristen arbeitet. Auf die Frage, wie sich das gestaltet, antwortete er wie folgt: „Das ist eigentlich ganz komisch, ich wundere mich immer wieder. Es kommen plötzlich Leute und sagen ich hätte gerne was von Ihnen. Und dann wird manchmal was und manchmal wirds nicht." Maler C beschrieb seine Situation wie folgt: „Du musst die Kraft haben, dass der Betrachter angezogen wird und das kommt aus dir selbst heraus. Vordergründig spielen der Verkauf und die Galerie weniger eine Rolle. […] Ich kann mich zum Teil ja selbst vermarkten. Ich kann selbst Ausstellungen organisieren und mich selbst hinstellen und laut werden. Ich kann mir eine Performance ausdenken und öffentlich werden und wenn das öffentliche Interesse da ist, kommt auch der ein oder andere ins Atelier und findet das interessant und kauft." Auch Maler E erläuterte, dass nicht alle Verkäufe und Tätigkeiten über eine Galerie laufen. Auf die Frage, zu wie viel Prozent eine Galerie bei ihm persönlich noch beteiligt ist, antwortete er wie folgt: „Also ich würde sagen so 60% schon noch. Ich will auch nicht unbedingt Leute in meinem Atelier empfangen und was verkaufen. Es gibt zwar einige Sammler, gute Freunde und so, die mal kommen. Aber ich verkaufe ja nicht nur meine Sachen, ich habe auch eine umfangreiche Sammlung und das hält mich auch über Wasser." Ganz konkret äußerte zudem Maler A: „Der Galerist kann nicht ohne den Künstler leben, der Künstler könnte ohne den Galerist leben. Er hätte aber viel mehr Mühe und bestimmte Möglichkeiten gar nicht. Aber andererseits der Galerist ohne Kunst ist kein Galerist mehr."

Zwar hat auch der Galerist eine Vielzahl von Möglichkeiten, welche der Maler nicht erlangen kann, aber grundsätzlich, wäre der Maler in der Lage, auch ohne den Galerist seine Ziele zu verwirklichen.[348] Der Galerist hingegen könnte ohne die Zusammenarbeit mit dem Maler nicht existieren. An diesem Beispiel wird zudem deutlich, dass die Verweigerung der Handlungsfähigkeit des Malers gegenüber dem Galeristen ein hohes Machtpotential darstellt und somit auch die Unvorhersehbarkeit seines Verhaltens den Machtraum des Malers erhöht. Auch auf Seiten des Galeristen besteht natürlich die Möglichkeit, die von ihm übernommenen Aufgaben und Dienstleistungen gegenüber dem Maler zu verweigern, was auch dem Galeristen Macht verschafft. Jeder Akteur besitzt also in jedem Fall Macht über den jeweils Anderen, die Machtbeziehung ist jedoch unausgewogen. Strukturiert werden die Machtbeziehungen durch die Vereinbarungen, welche zwischen Maler und Galerist getroffen werden. Durch die Regeln und Strukturen, werden alle relevanten und mobilisierbaren Ressourcen der Akteure festgelegt. Unterschieden werden muss allerdings zwischen den Exklusivverträgen und den üblichen, meist mündlichen Vereinbarungen.

[348] Z.B. ist der Galerist in der Lage, durch die Vielzahl seiner Kontakte und Beziehungen die Kunst des Malers einem viel größerem Publikum zugänglich zu machen. Auch eine dauerhafte Präsentation der Werke innerhalb geregelter Öffnungszeiten könnte der Maler, aufgrund seiner Arbeitszeiten, nicht gewährleisten.

Während bei Exklusivverträgen mit einer sehr hohen Regelungsdichte, vor allem die Macht des Malers stark eingeschränkt werden soll, um ein ausgewogenes Machtverhältnis zu generieren, werden in der meist üblichen mündliche Absprache nur rudimentäre Regeln und Strukturen bestimmt. Das Kräfteverhältnis wird in diesem Fall weniger stark reguliert.

Es konnte insgesamt festgestellt werden, dass auch die Beziehung von Maler und Galerist von Macht gekennzeichnet ist. Die Voraussetzung, in Form der Existenz einer Beziehung ist vorhanden, zudem gibt es zwischen Maler und Galerist gemeinsame Ziele. Diese, wie auch die unterschiedlichen Ziele, können jedoch nur in Zusammenarbeit mit dem jeweils anderen Akteur erreicht werden. Interessant ist jedoch, dass es dem Maler möglich ist, auch ohne Zusammenarbeit mit einem Galeristen seine persönlichen Ziele zu erreichen. Im Gegensatz dazu, ist der Galerist stets auf die Kunstproduktion des Malers angewiesen. Es handelt sich deshalb um ein unausgewogenes Kräfteverhältnis, welches nach bisherigen Ergebnissen vom Maler überwogen wird. Welche Machtquellen für die betrachteten Akteure von Bedeutung sind und ausgenutzt werden, soll im folgenden Kapitel dargestellt werden.

8.4.1 Machtquellen

In Kapitel 5.5.1 wurden die vier, von Crozier und Friedberg identifizierten Machtquellen Expertise, Beziehungen zwischen der Organisation und ihrer Umwelt, Ablauf der Kommunikation und der Informationsflüsse sowie Benutzung organisatorischer Regeln, erläutert. Nachfolgend soll untersucht werden, ob bzw. welche Machtquellen von Maler und Galerist genutzt werden.

8.4.2 Expertise

Die Expertise, d.h. der Besitz einer schwer ersetzbaren funktionalen Fähigkeit oder Spezialisierung, konnte auf Seiten der Maler wie auch auf Seiten der Galeristen identifiziert werden. Zum Teil konnten diese aus den Eigenschaften und Aufgaben der Maler und Galeristen abgeleitet werden. Definitiv ist, dass der Maler die Fähigkeit hat, Kunst zu erschaffen, in Form von Bildern, Grafiken oder Skulpturen, seine Gefühle und Gedanken zum Ausdruck zu bringen, so dass der Betrachter davon berührt wird und seine persönlichen Bedürfnisse zur Kunst befriedigt werden. Des Weiteren beschrieb Maler E beispielsweise: „Man hat auch einen gewissen Erfahrungsschatz und den kann man ruhig dem Galeristen weitergeben. Dass man auch sagt: Mit dem musst du so umgehen und mit dem so.“ Auch Maler B antwortete diesbezüglich: „[…] z.B. Wissen. Ich kann dem Galeristen vorschlagen, guck dir den mal an, das könnte etwas sein, was interessant ist. Oder auch Ablehnung, z.B. das gibt es schon tausendfach. Oder mach mal mit dem eine Ausstellung das lohnt sich.“ Maler C ist zudem in der Lage, Verkaufsstrukturen zu generieren.

Galerist 4 beschrieb, dass es für den Galeristen wichtig ist, Expertise in der Einschätzung von Kunst zu haben und zudem über das Wissen zu verfügen, wie diese Kunst an die präferierten Zielgrup-

pen gebracht werden kann, in diesem Sinne wurde konkret von Vermarktung gesprochen. Auch Galerist 1 verfügt über das richtige Gespür für Kunst, sowie Wissen über den Kunstmarkt. Von Galerist 2 wurden im Gespräch folgende Kenntnisse verdeutlicht: „Man macht Öffentlichkeitsarbeit. […] auch Steuern, Finanzamt." Zudem hatte dieser Maler die Fähigkeit, durch die Präsentation der Werke, den Kunden anzusprechen: „Der Künstler an sich ist oft der Meinung, dass er seine Bilder am Besten kennt und genau weiß, welches Bild neben welchem zu hängen hat. Da sag ich aber mal ganz arrogant, da irrt er sich einfach. Da irrt er sich wirklich, weil der Besucher hat ganz andere Gene. Der sieht gar nicht das, was der Künstler da reingemalt hat. Das sieht nur der Künstler. Der Betrachter sieht etwas völlig andreres. Und ich stehe immer in der Mitte […] wir machen das für den Betrachter schmackhaft." Neben den bereits genannten Kenntnissen und Fähigkeiten über die Galeristen verfügen, wurde von Galerist 5 Folgendes hinzugefügt: „Wissen ist für uns wichtig, um dem Publikum etwas vermitteln zu können, was über den Moment oder den Eindruck des Augenblicks hinaus geht. Also über das Berührtsein von einem Werk. […] Die Aufgabe des Galeristen ist ja, das Werk zu vermitteln. […] Grundsätzlich ist es so, dass sie das Publikum einstimmen müssen auf etwas, über das sie sie näher informieren müssen. Dass sie dem Publikum Gelegenheit geben müssen, durch bestimmte Stichworte das Werk oder auch die Entwicklung des Künstlers einzuordnen. Und das können sie ohne Wissen nicht. Sie müssen einen gewissen Überblick über kunstgeschichtliche Abläufe haben, sie müssen ein Grundwissen darüber haben, wie man Bilder liest, wie man bspw. Gemäldetechnik beschreibt oder erliest oder sehen. Und um das wieder weitergeben zu können. Sie haben ja gegenüber dem Publikum die Aufgabe, Anhaltspunkte zu geben, wie Bilder zu lesen sind. Und die künstlerische Qualität, die sie schätzen und die sie vermitteln und fördern möchten, wie die zu erfassen ist. […] Und da kommen dann teilweise noch inhaltliche Fragen dazu, je nachdem in welchen inhaltlichen Bereichen die Malerei, die sie ausstellen, angelegt ist. Also wenn ein Künstler sich mit bestimmten Wissensgebieten beschäftigt, auch da müssen sie natürlich in der Lage sein, das weiterzugeben. Und darüber in ein Gespräch einzutreten […]." Zudem hat der Galerist die Fähigkeit, Ausstellungen zu organisieren und durchzuführen. Galerist 5 beschrieb: „Der Galerist muss ein Verständnis für die Dinge haben, die er vertritt und das muss auch entsprechend aufbereitet werden. Und zur Aufbereitung und zur Präsentation gehört unbedingt die Hängung also das Kuratieren einer Ausstellung. […] Die eigentliche Zielstellung der Ausstellungsgestaltung und der Hängung ist ja, für ein tieferes Verständnis zu werben."

Interessanterweise, scheint die Breite an Kenntnissen und Fähigkeiten auf Seiten der Galeristen stärker ausgebaut zu sein als beim Maler. Begründet werden kann das durch Vielzahl der Aufgaben und die ein Galerist übernimmt. Die Kenntnisse und Fähigkeiten, also die Expertise der Galeristen sind somit sehr Vielseitig, während der Maler vor allem bei der Herstellung von Kunst über eine ausgeprägte Expertise verfügt.

8.4.3 Kontrollieren und Beherrschen von Beziehungen

Eine weitere Machtquelle stellen nach Crozier und Friedberg das Kontrollieren und Beherrschen von Beziehungen dar. Maler A betonte auf Nachfragen, dass Beziehungen eine sehr wichtige Rolle spielen: „Ja, absolut. Sonst hast du gar keine Chance irgendwo ranzukommen." Auf die Frage, in welche Richtung diese Beziehungen gehen, sagte der Maler Folgendes: „Wenn Galeristen für dich sprechen oder für dich bürgen, dann wird es wahrscheinlich gut laufen." Dieser Maler beschrieb zudem, dass bei der Preisbildung von Kunst Kuratoren und andere Galeristen eine große Rolle spielen und innerhalb der Aufgaben des Galeristen wurde die Pressearbeit angesprochen. Somit ist die Beziehung dieses Malers vor allem in der Verbindung zum Galeristen gelagert. Maler 2 erwähnte Sammler und Mäzen, zu denen er eine Beziehung hat: „Dann kommen die sog. Mäzene, die sich zwar als solche bezeichnen, aber nicht mal eine Einladung für 300€ sponsern. Die sehen ihr Mäzenatentum so, dass du als Künstler gerne mal eine Ausstellung machen kannst und dann gerne auch daneben stehen kannst oder eine preiswerte Ateliermiete beziehen kannst bei dem Unternehmer und er sich dann mit dir eitelt und so sein Geschäft kultiviert." Dieser Künstler lebt zudem aus einem Geflecht von Sponsoren, er sagte: „Und du bist immer angewiesen auf den Gutwillen der Produzenten. Ob du mal eine Gießerei brauchst, wenn du da jemanden hast, mit dem du befreundet bist. […] Ich hab z.B. eine Aluminiumgießerei, der (Inhaber) hat meinen Katalog gesehen und mich als Typ toll gefunden und sagt: Komm doch mal und gieß mal ein paar Skulpturen. Das mach ich gern, Skulpturen sind eine tolle Sache, nur bezahlen kann ich es nicht, Aluminium ist unheimlich teuer. Da sagt der: Komm, wer redet denn hier von Geld, komm und mach mal was. Bingo, das ist ein Jahrhunderttreffer. Und jetzt mache ich Aluminiumskulpturen. Jetzt muss ich bloß noch das Betonwerk auf meine Seite ziehen, denn die müssen ja die Betonfüße machen. Aber da haben wir hier auch einen guten Mann." Maler E betonte wiederum, dass der Galerist in der Lage sein muss, mit den Leuten, mit denen man korrespondiert, „Sammler, Museumsleute, Intellektuelle" reden zu können. Der Personenkreis der Museumsleute ist dabei ein wichtiger Kontakt, da die Popularität des Künstlers mit seinen Museumsausstellungen wächst. Auch für Maler D spielten zum Zeitpunkt der Befragung Beziehungen eine große Rolle: „Ich denke schon, dass das (Beziehungen) eine riesige Rolle spielt aber ich nutze die zu wenig. Ich hab da nie Interesse entwickelt. Im Grunde blöd. Aber man merkt das ja jetzt. Ich habe jetzt diese Ausstellung im Museum. Aber überregional, wenn du da keinen hast – FAZ oder so, passiert nichts."

Galerist 5 beschrieb die Beziehungen zu folgenden Partnern als wichtig: „In der Regel wird es so sein, dass man zu öffentlichen Einrichtungen, die Sammeltätigkeit entfalten eine stärkere Bindung suchen muss, je nachdem wie sich die gestaltet, ist man im Freundesverein tätig. […] Dass man zu Kunstvereinen Kontakte pflegt und versucht, dort auch die eigenen Künstler zu lancieren. Da gibt es viele Möglichkeiten, Kooperationspartner zu finden. Natürlich ist auch die Zusammenarbeit mit

Galerien wichtig, das machen wir hin und wieder auch, das ist aber nicht einfach, weil es doch ein sehr starkes Konkurrenzgebaren gibt.“ Zudem gab dieser Galerist an, das es wichtig ist: „Das man das Publikum einzuschätzen vermag, das man Klientels ausbildet etc.“ Zu den erst genannten Personenkreisen kommen somit noch die Kunden und Kunstinteressierten hinzu. Galerist 2 sieht es als Aufgabe an, die Werke des Künstlers dem Publikum nahe zu bringen, womit das Publikum der Galerie als wichtiger Personenkreis identifiziert werden kann. Dabei wurden vor allem: „Kunden, Sammlern, (und dem) Personenkreis den man sich über lange Jahre erarbeitet hat.“, genannt. Auf die Frage, welche Rolle Beziehungen spielen, antwortete Galerist 1: „Eine große. Es ist gut, wenn du aus der Presse Jemanden kennst, der immer mal wieder was schreibt. Und wenn du einen guten Draht zu Museumsleuten hast, ist das immer gut für den Künstler und letztendlich auch für dich. Wichtig sind auch die Beziehungen zu anderen Galeristen. Dadurch entstehen auch viele Kontakte, die einem weiter helfen.“ Auf die konkrete Frage welche Rolle Beziehungen spielen, gab Galerist 4 folgende Antwort: „Wie überall, elementar.“ Auch an weiteren Aussagen dieses Galeristen lässt sich ablesen, das Beziehungen eine wichtige Rolle spielen: „Ich habe heute meinen Pool an Werken hier, meinen Pool an unglaublich, vielen, vielen Adressen. Die entstanden sind über die vielen Ausstellungen, die entstanden sind über Kunstmessen.“ Das Kunstmessen der Ort für Begegnung sind und für die Galerie hilfreich, um neue Beziehungen und Kontakte zu knüpfen, wurde bei Galerist 3 deutlich: „[…] das Wichtigste bei den Kunstmessen ist, das man in der Öffentlichkeit steht, dass man Kontakte, vor allem zu Käufern und Sammlern findet. Dass man sich präsentiert und das man neue Leute trifft und dann an die Galerie, an die Künstler anbindet und das Interesse weckt an den Arbeiten.“ Dieser Galerist stellte zudem weitere Beziehungen dar, die für die Galerie wichtig sind: „Was genauso wichtig ist, ist der Kontakt zu Museen und zu Kunstvereinen. Oder auch zu öffentlichen Einrichtungen.“

Bei den Malern, welche vorrangig selbstständig tätig sind und zu einem Teil auch ohne eine Galerie agieren, ist die Beziehung zu Sponsoren und Mäzene sowie dem produzierenden Gewerbe, welche als Materiallieferanten für den Künstler agieren können, wichtig. Für die Maler, die vornehmlich mit einer Galerie zusammenarbeiten, ist die Beziehung zum Galeristen die Wichtigste. Diese Maler scheinen auch kaum Kontakte zu anderen Personengruppen herzustellen, denn es wurde oftmals davon gesprochen, dass der Galerist in der Lage sein muss, mit Sammlern, Museumsleuten, Kuratoren und anderen Galeristen Kontakte zu knüpfen. Mehrheitlich wurde jedoch erwähnt, dass Beziehungen eine wichtige Rolle spielen. Bei den Galeristen wurden auch Kunden, Sammler, Museumsleute, öffentliche Einrichtungen, Kunst- und Freundesvereine sowie die Presse als wichtige externe Partner benannt. Zudem wurde in den Interviews deutlich, dass Messen der Ort für Begegnungen sind und dort vielfältige Kontakte geknüpft werden. Auch von den Galeristen wurde die Bedeutsamkeit von Beziehungen betont. Insgesamt kann die Machtquelle der externen

Beziehungen als äußerst wichtiger Sektor für den Verkauf und die Platzierung der Kunst in der Öffentlichkeit betrachtet werden. Dabei ist es in erster Linie der Galerist, der die Beziehungen knüpft und pflegt und somit Vorteile für sich und den Maler generieren kann. Nur wenn der Maler auch unabhängig vom Galeristen arbeitet, muss er selbst diese Kontakte und Beziehungen schaffen.

8.4.4 Kommunikation und Informationsflüsse

Kommunikation und Informationsflüsse stellen nach Crozier und Friedberg eine weitere Machtquelle dar. Vor allem Informationen, welche zur Erfüllung der Aufgaben dienen, sind dabei von großer Wichtigkeit. Bereits in Kapitel 8.1.3 konnte festgestellt werden, dass die Galeristen von den Malern erwarten, über jegliche Aktivitäten informiert zu werden. Das betrifft zum Teil neue Werke der Maler aber auch Ausstellungsaktivitäten mit anderen Galerien und Informationen über Verkäufe. Mehrheitlich wurde zudem erwähnt, dass Kommunikation und Kommunikationsfähigkeit zu den wichtigsten Eigenschaften des Galeristen gehören.[349] Zudem sind Informationen von bzw. über Zielgruppen wichtig, wie Galerist 4 auf eine Nachfrage erläuterte: „Die allerwichtigste Information ist – Was ist auf der Zielgruppenseite gefragt. Bedürfnisfragen. Im Grunde dreht sich das traditionelle Galeriegeschäft, wenn man Wirtschaftsbetriebe sieht, um. Man hat zuerst das Produkt und sucht dann die Interessenten. Aber es gibt mit der Zeit - in der Regel - einen Pool an Interessenten und die haben die und die Bedürfnisse und von dieser Seite aus betrachtet, kann und sollte mehrheitlich die Galeriearbeit geschehen. Wir wissen was da draußen gewünscht wird, das fängt an, große und kleine Formate, Sujets[350], Match-Sujets, Portait-Sujets, Landschaft.“ Maler B beschrieb, welche Informationen für den Galeristen zudem von Bedeutung sind: „Für einen Galeristen ist es wichtig zu wissen, wo stellt der Künstler noch aus. Wie reagiert die Presse, ist für den Künstler wichtig aber für den Galeristen noch mehr. Durch die ganzen elektronischen Geschichten kann er es ins Internet stellen und präsentieren. Auch Bilder sind sofort verfügbar. Das ist alles neu, früher gab es das erst in der Ausstellung. Künstler können sich heute durch das Internet ja auch selbst präsentieren in der Öffentlichkeit.“ Dieser Maler antwortete auf die Frage, ob er vollkommen losgelöst von Informationen ist, folgendes: „Es kommt darauf an, wo du bist. Wenn du dich in einer bestimmten Szene bewegst, bist du nicht losgelöst, dann kennst du vielleicht auch Museumsleute die dich puschen.“ Maler D erwartete Informationen darüber, wo die Bilder hingehen: „Ich freue mich, wenn meine Sachen bei relativ intelligenten Leuten landen. Dann denke ich mir, dann kann mein Zeug auch nicht so blöde sein. Wo will man sonst sein Selbstbewusstsein hernehmen. Bei mir ist es so. Ich bin keine Massenware. Ich bin auch niemand, den man sich als Laufkundschaft kauft. Das sind wirklich relativ bedeutende Leute, das ist mein

[349] Vgl. Kapitel 8.1.2.1.
[350] Mit Sujet ist an dieser Stelle eine Bestimmte Thematik der Bilder gemeint.

Glück." Zudem benötigt der Maler auch in der Vorbereitung auf Ausstellungen Informationen, so wird z.B. vermittelt, wie viele Bilder gebraucht werden oder wie die Räume für die Ausstellung gelagert sind.

Die Machtquelle der Kommunikation und Informationsflüssen scheint vor allem für die Galeristen von Bedeutung zu sein. Auf Seiten der Maler wurde lediglich davon gesprochen, dass es wichtig ist, in Bezug auf Ausstellungen Informationen auszutauschen und über den Verbleib der Bilder informiert zu werden. Für den Galeristen ist zum Einen Kommunikation gegenüber externen Personenkreisen notwendig und wichtig[351] aber vor allem ist der Galerist auf Informationen vom Maler angewiesen. Diese Tatsache wurde jedoch von nur einem Maler angesprochen und keiner der befragten Maler empfand es als seine Aufgaben gegenüber dem Galeristen regelmäßig Informationen abzugeben.[352] Ob es von den Malern das Ausnutzen der Machtquelle ist, den Informationsfluss gegenüber den Galeristen gering zu halten oder ob die Wertigkeit dieser Aufgabe lediglich als gering eingeschätzt wird und deshalb nicht benannt wird, kann an dieser Stelle nur vermutet werden.

8.4.5 Benutzung organisatorischer Regeln

Die vierte von Crozier und Friedberg beschriebene Machquelle, ist die Benutzung organisatorischer Regeln, welche grundsätzlich andere Ungewissheitsquellen ausschalten sollen. Diese Machtquelle ist im hier untersuchten Bereich eher gering ausgeprägt, da die Regeln und Strukturen zwischen Maler und Galerist, wie bereits beschrieben eher gering strukturiert sind. Ausschließlich beim sog. Exklusivvertrag kann eine hohe Regelungsdichte festgestellt werden. Da aber keiner der befragten Maler oder Galeristen zur Zeit der Befragung in einen solchen Vertrag eingebunden war, sollen dazu an dieser Stelle keine expliziten Aussagen gemacht werden. Die wenigen Vereinbarungen und Regelungen, welche üblicherweise zwischen Maler und Galerist bestehen,[353] betreffen vornehmlich die finanzielle Beteiligung von Maler an Galeristen am Bildverkauf. Diese Vereinbarung dient indes dazu, die Ungewissheit über den finanziellen Anteil auszuschalten. Einzige Ungewissheitsquelle, die daraus neu entstehen kann, ist die Unsicherheit des Malers, ob der Anteil auch gemäß der Vereinbarung ausgezahlt wird. Dass dies in einigen Fällen wirklich zweifelhaft ist, kann durch die bereits genannten[354] Beispiele zur schlechten Zahlungsmoral der Galeristen bekräftigt werden. Da der Verkaufserlös eines Bildes zuerst dem Galeristen zukommt, liegt es auch in seiner Verantwortung, den Anteil des Malers weiterzuleiten. Der Galerist verfügt demnach über Macht innerhalb dieser Machtquelle. Zudem ist es allgemein üblich, dass der Maler nicht

[351] Vgl. Machtquelle: Kontrolle und Beherrschung von Beziehungen dar.
[352] Vgl. Kapitel 8.1.2.2.
[353] Nachzulesen in Kapitel 8.1.4.
[354] Vgl. Kapitel 8.1.3.

privat, also im Atelier und ohne Galeriebeteiligung zu einem billigerem Preis Bilder verkauft. Auch dass diese Vereinbarung nicht eingehalten wird, wurde von Maler wie auch Galeristen angesprochen und gilt in dieser Erhebung als häufigster Trennungsgrund. Der Maler hat in diesem Moment die Macht, indem er die Regel verletzt.

Die Machtquelle der organisatorischen Regeln ist bei den befragten Malern und Galeristen eher gering ausgeprägt, da der stark regulierende Exklusivvertrag zur Zeit der Befragung bei keinem Interviewpartner Anwendung gefunden hat. Die ansonsten nur gering ausgeprägten Regeln und Strukturen zwischen Maler und Galerist betreffen fast ausschließlich die finanzielle Beteiligung und sind aus diesem Grund in ihrer Macht weniger intensiv.

8.4.6 Einflussnahme der Akteure aufeinander und Auswirkungen des Machtverhältnisses auf die Arbeitsorganisation des Malers bzw. die Arbeitsorganisation des Galeristen

Eine Fragestellung zu Beginn der Diplomarbeit war, ob Maler und Galerist durch ihre Beziehung an sich oder durch das Machtverhältnis der Beziehung in ihrer Arbeitsorganisation oder Arbeitsweise vom jeweils Anderen beeinflusst werden. Um dies festzustellen, wurden Maler und Galeristen konkret zu Einflüssen auf ihre Arbeit bzw. ihre Einflussnahme auf die Arbeit des anderen Akteurs befragt. Die Antworten der Akteure sollen nachfolgend dargestellt und bewertet werden.

Maler A antwortete auf die Frage, ob der Galerist einen Einfluss auf seine Arbeit hat wie folgt: „Im besten Fall kann das sein. Dass sich der Galerist, weil er sich eben auskennt, dass er sagt, du bist ja vorsichtig hier oder ich finde du bist hier noch nicht fertig. Das ist möglich.“ Der Maler räumte jedoch ein, dass Galeristen versuchen, Einfluss zu nehmen, besonders dann, wenn es um die Art, die Motive oder die Größe der Bilder geht: „Eins ist klar, Galeristen versuchen, ähnlich wie in der Plattenindustrie, Dinge nicht wiederholen zu lassen aber eben darauf zu pochen, könntest du nicht noch mal so ein blaues Bild malen. So etwas gibt’s durchaus. Aber das liegt am Künstler.“ Dieser Maler ließ sich persönlich aber nicht von solchen Vorschlägen leiten oder bestimmen: „Nein, du wirst ja nicht bestimmt. Das hast du ja noch in den Händen. Wenn du dich bestimmen lässt und dann sagst, ich mach jetzt mal noch 25 blaue Bilder, das verkauft sich so gut, lässt du dich bestimmen.“ Maler B glaubte, dass der Galerist z.T. konkret seine Arbeitsorganisation beeinflussen könnte: „Nein, das glaube ich nicht. Es sei denn, der Galerist vermittelt z.B. Jemanden zum Portrait zeichnen und der Maler malt in den Ausstellungsräumen der Galerie, weil der Kunde nicht zum Maler kommen kann. Ich denke, weiter geht es nicht.“ Maler E hingegen war offen für Anregungen der Galeristen: „Ja eben, das wäre ja sinnvoll (Anregungen seitens des Galeristen). […] Gerade wenn man keine Anforderung und keine Motivation mehr hat, auch keine Ideen mehr. Wenn man solche Projekte hat. In München ist in zwei Jahren eine Ausstellung – da ist man anders motiviert mal was zu machen. Auch mal ein Konzept für sich zu machen, was stellt man aus,

macht man auch mal was Neues, oder eine Plastik oder eine Zusammenstellung eines tollen Kataloges.“ Maler D antwortete auf die Frage, ob der Galerist Einfluss auf den Maler haben kann: „Auf Schwache ja. Das geht ja damit los, dass wenn du was gemacht hast, wo du merkst, das wollen die Leute haben – produzierst du das jetzt weiter oder machst du das nicht mehr? Jeder will gerne was verdienen und will nicht bettelarm sein. Aber das muss jeder für sich selber entscheiden.“
Aber auch umgedreht ist eine Einflussnahme möglich. Maler B empfand, das er in folgender Art Einfluss auf den Galeristen ausüben kann: „Ja, z.B. durch Wissen. Ich kann dem Galeristen vorschlagen, guck dir den mal an, das könnte etwas sein, was interessant ist. Oder auch Ablehnung, z.B. das gibt es schon tausendfach. Aber letzten Endes ist es die Entscheidung des Galeristen. Aber dieser Einfluss ist möglich.“ Auch Maler E, der Maler, der Anregungen seitens des Galeristen als sinnvoll erachtet, gab folgenden Kommentar: „Ja. Ich denke schon. Eigentlich müsste das auch so sein. Wenn es ein Geben und Nehmen ist müsste auch der Galerist auf Ratschläge des Künstlers hören. […] Man hat auch einen gewissen Erfahrungsschatz und den kann man ruhig dem Galeristen weitergeben. Das man auch sagt: Mit dem musst du so umgehen und mit dem so. Oder mach mal mit dem eine Ausstellung das lohnt sich. Oder wir machen eine thematische Ausstellung oder eine Veranstaltung in der Galerie unter dem oder dem Motto.“ Maler C beschrieb auch, dass es für ihn möglich ist, Einfluss auf den Galeristen zu haben: „Na sicher, du nimmst ja schon durch deine Ideen und deine Pläne Einfluss, denn du bist ja im Gespräch mit deinem Galeristen.“ Maler D dagegen beschrieb die Situation eines jungen Künstlers: „[…] normalerweise kommst du als junger Student und freust dich, wenn dich ein erfahrener Galerist langsam aufbaut.“ Hier ist die Einflussnahme auf den Galeristen also nicht gegeben.

Galerist 1 wurde gefragt, ob er Einfluss auf den Maler ausüben kann, geantwortet wurde folgendermaßen: „Ja, klar versuchen wir das, aber das klappt nicht immer. Wenn man z.B. merkt, dass kleine Bronzeskulpturen, die jemand mal gemacht hat, sehr gefragt sind und der macht jetzt nur noch große Holzsachen, da fragt man schon mal nach, ob er nicht mal wieder kleine Bronzesachen machen will. Und manchmal gehen die Künstler auch drauf ein und machen wieder was in der Richtung. Die Künstler wollen schließlich auch was von uns und wir nicht nur von den Künstlern!“ Auch Galerist 2 argumentierte auf ähnliche Weise: „Anregungen, könnte schon sein. Ja, ist klar. Also ich hatte auch mal, dass man gesagt hat, ich bin doch nicht die Hure des Galeristen und ich mach doch nicht was der sagt. Man muss es nicht tun, wenn ich aber weiß, der oder diese Künstler tendieren in diese Richtung und ich sage: Versuch‘s doch mal mit dem Thema. Das liegt dir und da gibt’s auch Leute die würden sich dafür interessieren. Es ist ja kein Zwang, es ist auch kein Druck. Und wenn ein Künstler meine Anregungen aufgreift aber es kann auch gut sein, wenn er sie nicht aufgreift. Das wissen wir vorher nicht.“ Galerist 3 betrachtete die Einflussnahme aus einem kritischeren Winkel, war ihr aber trotzdem nicht abgeneigt: „Man muss sich hüten davor,

zu sagen, das läuft oder das kaufen die Leute oder das wollen sie haben. Weil dann richtet man sich ja nach dem Geschmack oder nach dem Markt. Man kann von sich aus ein paar Vorschläge machen." Und auch Galerist 4 konstatierte: „Ich würde sagen die Werkproduktion oder die Vielfalt die jeder bietet, wenn er einmal ausgewählt ist, die ermöglicht, dass man sagen kann, man greift auf dieses zu oder mehr auf dieses, mehr auf diese Medien oder auf diese Sujets. Die Vielfalt in den Ateliers ermöglicht das schlichtweg. Die Werkgestaltung liegt beim Künstler. Das ist autonom, das bleibt frei, da mischt in seltenen Fällen, in ganz seltenen Fällen der Galerist mit." Galerist 5 antwortete auf die Frage, ob es möglich ist, Einfluss auf den Maler zu nehmen kategorisch: „Das wäre fatal. Das wäre wirklich fatal. Es gibt eigentlich keine Veranlassung dazu." Auf die Frage, ob es nicht doch Situationen gibt, in denen man geneigt ist, anzuregen, dass Bild in einer bestimmten Richtung zu gestalten, wurde Folgendes geantwortet: „Da gibt es schon den Fall, dass ich bestimmte Sachen nicht gerne zeigen möchte. Erstens gefallen sie mir nicht besonders gut […]. Und hier kommt das merkantile Moment zu tragen, das muss ich zugeben, dass ich denke, dass sie sich auch nicht gut verkaufen lassen, jedenfalls nicht in einer Galerie wie der unseren. […] Bei diesem Maler bin ich sehr darauf aus, Dinge zu bekommen, die ich auch verkaufen kann." Zusammenfassend äußerte dieser Galerist jedoch: „Es wäre auf keinen Fall, um die Frage abschließend zu beantworten, sinnvoll auf das Werk des Malers, auf das Entstehen von Werken selbst, also, zu sagen, wir brauchen mal… . […] dieser Mensch (der Maler) steht in der Bedeutung weit über mir […] und da steht es einem nicht zu, den Künstler auf bestimmte Dinge hinzuweisen oder ihn in eine bestimmte Richtung zu lenken. Nicht im Ansatz."

Umgedreht empfand es dieser Galerist als natürlich, dem Einfluss des Malers zu unterstehen: „Wir sind ja jetzt ganz, ganz jung. Und natürlich entwickeln wir uns an den Künstlern. Die Künstler die wir vertreten, haben uns an Arbeit und Erfahrung vieles, vieles voraus. Die sind meistens auch älter als wir selbst. Insofern schöpfen wir jetzt auch aus deren Erfahrung und entwickeln uns an den von uns vertretenen Dingen enorm. Wie das später sein wird, wenn man eher auf einer Ebene mit den Künstlern zusammen arbeitet, die vielleicht auch eher zu einer Generation gehören, die jünger ist, als man selbst, das weiß ich nicht einzuschätzen. Es sollte aber immer so sein, wenn man sich mit Kunst auseinander setzt, dass sie einen verändert." Auch Galerist 3 sah Einflussmöglichkeiten des Malers, wenn auch auf eine andere Art: „Doch (...) was heißt ausüben. Es muss eine gute Zusammenarbeit sein. Es geht darüber hinaus, dass Vorschläge kommen, welche Künstler man ausstellen kann. Das geht bis dahin, das ein Künstler der eine Ausstellung hat, auch seine Adressliste mitbringt von Kunstinteressierten die er kennt und mit denen er gute Kontakte hat. Dass die auch mit eingeladen werden. Und damit erweitert sich auch der Kreis von Kunstinteressierten für eine Galerie. Und dass er auch, wenn er irgendwo anders Ausstellungen hat, auch auf die Galerie aufmerksam macht." Galerist 4 sah keine Einflussmöglichkeiten des Galeristen: „Wüss-

te ich jetzt nicht, wo ich da beeinflusst werden könnte. Ich wüsste jetzt nicht an welcher Stelle. Es ist immer ein Abstimmungsthema. Wie hängt man, ist z.B. häufig ein Abstimmungsthema." Und auch Galerist 2 antwortete diesbezüglich: „Nein, ich denke nicht. Denn ich denke (…) ich will aber nicht, das darf nicht als arrogant verstanden werden. Ich glaube einfach, dass man als Galerist mehr Erfahrung hat. Dass man mehr Kontakte hat. Dass man mehr über das Handling mit Kunst weiß. Der Künstler ist viel klüger, denke ich, weiß viele andere Dinge, bringt seinen ganzen Geist, alles komplette Gefühl in das rein, was er erschafft. […] Also kann der Galerist oder der Betrachter oder der sich mit Kunst vom Künstler beschäftigt, unendlich viel lernen aber wenn es um Ausstellungsmanagement geht, ist der Galerist der Erfahrene. Da ist der Künstler gut beraten, wenn er sich in die Hand des Galeristen gibt. Der weiß dann schon an welcher Stelle, welches Bild am besten platziert ist. Er hat ja auch das Bestreben, die Bilder nicht zu verstecken, sondern einfach an den Mann zu bringen."

Die Meinungen zur Einflussnahme auf die eigene Arbeit bzw. die Arbeit des jeweils anderen Akteurs waren äußerst unterschiedlich. Alle befragten Maler gaben an, dass es für den Galeristen möglich ist, Einfluss auf die Arbeit des Malers zu nehmen. Vor allem Hinweise zur Bildgestaltung, Motiven die sich gut verkaufen lassen, Ideen für Konzepte oder vollkommen neue Kunstformen stehen dabei im Vordergrund. Jedoch gab ausschließlich einer dieser vier Maler an, dass er eine solche Einflussnahme ausnahmslose positiv findet. Alle anderen Maler wirkten dem gegenüber kritisch und betonten in jedem Fall, frei entscheiden zu können. Die Galeristen waren in ihrer Meinung, ob sie Einfluss auf den Maler ausüben, gespalten. Lediglich zwei Galeristen äußerten, dass sie den Maler ganz konkret durch Themenvorschläge beeinflussen. Zwei Galeristen gaben an, dass man zwar Vorschläge machen kann, die Werkproduktion aber vollständig beim Maler liegt und es zudem nicht positiv ist, sich vollständig dem Markt anzupassen. Ein Galerist lehnte es grundsätzlich ab, einen Einfluss auf das Werkentstehen des Künstlers auszuüben.
Drei der fünf befragten Maler gaben an, Einfluss auf den Galeristen durch Empfehlungen, Hinweise und Ratschläge auszuüben. Zudem kann der Maler durch seinen Erfahrungsschatz, seine Ideen und Vorschläge für Ausstellungen Einfluss ausüben. Ein Maler äußerte sich nicht zur Einflussnahme gegenüber dem Galeristen und ein Maler gab an, dass vor allem junge Künstler über eine Beziehung zum Maler froh sind und deshalb keinen Einfluss auf ihn ausüben. Zur Einflussnahme auf die eigene Arbeit äußerten sich vier der fünf befragten Galeristen. Auch hier differenzierten die Antworten. Zwei Galeristen empfanden es als selbstverständlich, dass der Maler einen Einfluss auf die eigene Arbeit hat. Dies kann durch Empfehlungen, das Vermitteln von Kontakten oder die Erfahrung des Künstlers stattfinden. Zwei Galeristen sahen keine Einflussmöglichkeiten des Malers auf die eigene Arbeit.

Interessant ist, dass die Empfindungen der Maler wie auch der Galeristen zur Einflussnahme auf den anderen Akteur aber auch die eigene Beeinflussung unterschiedlich und nicht homogen sind. Eine besondere Beobachtung konnte bei der Einflussnahme des Galeristen auf den Maler beobachtet werden. Fünf Maler gaben an, dass der Galerist versucht, Einfluss auf ihre Arbeit zu nehmen.[355] Aber nur zwei von vier Galeristen gaben an, überhaupt Einfluss nehmen zu wollen. Theoretisch hätte diese Befragung ein konsistenteres Bild geben müssen, der Grund für diese Abweichung kann nicht lokalisiert oder abgegrenzt werden. Deutlich wurde jedoch, dass nur ein Maler und zwei Galeristen positiv von einer Einflussnahme sprachen. Alle anderen beteiligten Akteure gaben zwar z.T. an, dass versucht wird, auf die eigenen Arbeiten Einfluss zu nehmen, dies aber nicht in jedem Fall, sondern nur in begründeten Fällen akzeptiert wird.

[355] Wobei dieser Einfluss nicht in jedem Fall zugelassen wird.

9 Schlussfolgerung und Empfehlungen

In diesem Kapitel sollen zusammenfassend alle Ergebnisse der Diplomarbeit sowie die, in den Interviews ermittelten Besonderheiten der Beziehung von Maler und Galerist dargestellt werden. Auch die Anwendbarkeit der strategischen Organisationsanalyse soll abschließend betrachtet werden.

Als zwei Akteure agieren Maler und Galerist aufgrund kollektiven Handelns und der von Crozier und Friedberg weit gefassten Definition, innerhalb einer Organisation. Die von Crozier und Friedberg beschriebenen Merkmale einer Organisation konnten dabei nur z.T. aufgefunden werden. Vor allem das Vorhandensein klar abgegrenzter Strukturen, konnte in der Beziehung von Maler und Galerist nicht gänzlich ausgemacht werden. Festgestellt wurde zudem, dass sich die Organisation auflöst, wenn seitens der Akteure angenommen wird, dass persönliche Ziele nicht erreicht werden können oder die Verbindung als nicht mehr existenzwürdig eingeschätzt wird. Die Verbindung kann dabei von beiden Seiten beendet werden. Das vordringlichste Ziel der Maler ist es, bedingt durch ihre Begabung und ihr künstlerisches Talent aus einer inneren Motivation und einem Bedürfnis heraus, Kunst zu schaffen und somit etwas Neuem, Einzigartigen und nie Dagewesenem, Gestalt zu geben. Dieser schöpferische Vorgang hat jedoch nicht ausschließlich die Befriedigung dieses inneren Bedürfnisses zur Folge, auch Anerkennung und geliebt zu werden, sind Effekte, welche der Maler erwirken möchte. Zudem leiten den Maler auch finanzielle Intentionen. Wie in den theoretischen Ausführungen beschrieben, verfügen Maler über ein natürliches Talent, weshalb von ihnen ein Begabungsberuf ausgeübt wird. Die Maler verfügt zudem über ein hohes Bildungsniveau und eine akademische Vorbildung. Ferner arbeiten die Maler selbständig und es kommt zunehmend zu einer Entgrenzung von Arbeit und Leben. Gegensätzlich zu den in der Theorie gemachten Aussagen zum Bildenden Künstler, gehen die Maler keiner zusätzlichen, nichtkünstlerischen Erwerbsarbeit nach, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Zudem ist die Arbeit der Maler durch einen geregelten Arbeitsablauf geprägt, wodurch er zeitlich einem Normalarbeitsverhältnis nahe kommt. Es konnte zudem festgestellt werden, dass die im Interview befragten Maler nicht unter materiell-reproduktiv prekären Umständen leiden, eine Feststellung, die gegensätzlich zu den in der Theorie gemachten Aussagen ist. Die in den Experteninterviews befragten Galeristen, agieren als Schaltstelle zwischen Maler und Betrachten indem sie durch die örtliche Gegebenheit der Galerie die Kunst des Malers präsentieren und erklären und einem öffentlichen Publikum zugänglich machen. Dadurch haben sie die Möglichkeit, den Maler zu fördern und seine Kunst in der Öffentlichkeit zu platzieren. Der Galerist verfolgt dabei zudem das Ziel, dauerhaft gute Galeriearbeit zu leisten und neben Freude an der Arbeit auch betriebswirtschaftliche Ziele zu erreichen, also durch den Verkauf der Bilder Einnahmen zu generieren. Der Galerist

muss dafür zahlreiche Aufgaben wahrnehmen. Diese befinden sich auf einer technischen, logistischen und finanziellen Ebene, einer Ebene welche die Bekanntmachung des Malers betrifft und einer Ebene welche die Beziehung zum Maler anbelangt. Im Gegensatz zu den in der Theorie gemachten Aussagen, arbeiteten nur drei der fünf befragten Galeristen selbständig, zwei dieser Galeristen arbeiteten zudem mit einem Partner zusammen. Festgestellt wurde auch, dass Galeristen über eine Vielzahl persönlicher Eigenschaften verfügen müssen. Vor allem Kommunikations- und Beziehungsfähigkeit sowie ein großer Erfahrungsschatz, sind dabei von Bedeutung. Der Galerist agiert zudem auf dem Kunstmarkt, auf dem die Preise durch Angebot und Nachfrage gebildet werden. Jedoch spielt auch die Popularität des Malers eine vornehmliche Rolle. Diese wird, wie auch in der Theorie beschrieben, durch einen zahlenmäßig begrenzten Personenkreis beeinflusst und gefördert, wobei ausschließlich die Maler, diese Theorie bestätigten. Es handelt sich bei Maler und Galerist um Akteure im Sinne von Crozier und Friedberg, da die Eigenschaften human, berechnend und empirisch sowie offensive und defensive Handlungsmöglichkeiten von Maler und Galerist nachgewiesen werden konnten. Der Kontakt zwischen Maler und Galerist entsteht vornehmlich auf Initiative des Galeristen und vollzieht sich auf persönlicher aber auch geschäftlicher Ebene. Die Verbindung zwischen Maler und Galerist kann als intensive, symbioseähnliche Beziehung beschrieben werden, obwohl der Kontakt zwischen Beiden vielmals unregelmäßig bis sporadisch ist, Ausgenommen sind die Vorbereitungen von Ausstellungen. Es kann zudem eine Selektion von gleich zu gleich beobachtet werden, welche sich vor allem auf das künstlerische Stilempfinden der Akteure bezieht. Festgestellt werden konnte zudem, dass die Beziehung zwischen Maler und Galerist teilweise durch die Vergangenheitserfahrungen der Maler beeinflusst ist. Durch Arbeit und Leben der Maler in der ehemaligen DDR und die dort vorherrschenden Bedingungen sowie die dort gemachten Erfahrungen, konnte eine teilweise spezielle Prägung der Beziehung festgestellt werden. Die Beziehung von Maler und Galerist ist durch schriftlich fixierte Verträge oder mündliche Abmachungen sowie allgemein bekannte Regeln strukturiert, wobei diese Form der Beziehungsstrukturierung weitaus häufiger verbreitet ist. Durch die von Crozier und Friedberg weinig konkret und abgrenzbar formuliert Definition des Spiels, erwies es ich als schwierig, dieses bei Maler und Galerist zu identifizieren. Festgestellt wurde, dass Maler wie auch Galerist innerhalb ihrer Beziehung und teilweise bedingt durch Regeln und Strukturen Freiheiten ausnutzen können aber auch Zwängen unterliegen. Freiheiten wie auch Zwänge gestalten sich jedoch abhängig von den Regelungen zwischen Maler und Galerist. Vor allem beim Exklusivvertrag, unterliegt der Maler, im Gegensatz zum Galerist größeren Zwängen. Die in den Interviews praktizierten mündlichen Vereinbarungen, mit nur wenigen Regeln geben dem Maler jedoch größere Freiheit und stellen den Galeristen unter größeren Zwang. Da Freiheit und Zwang bei Maler wie auch Galerist bestehen und diese durch ihre Zusammenhänge und Untrennbarkeiten auch einer Vereini-

gung unterliegen, wurde das Spiel als existent betrachtet. Die Grundlagen zur Entstehung von Macht zwischen Maler und Galerist nach Crozier und Friedberg, konnten ebenfalls als existent nachgewiesen werden. Dabei ist jedoch auffallend, dass die Schnittstelle der gemeinsamen Ziele relativ gering ist. Ebenfalls festgestellt werden konnte, dass zwischen Maler und Galerist Abhängigkeiten bestehen, die geprägt sind von den Eigenschaften instrumentell, nicht-transitiv und gegenseitig aber unausgewogen. Das Kräfteverhältnis zwischen Maler und Galerist ist unausgewogen, dabei überwiegt die Macht des Malers, da der Galerist durch die Verweigerung der Handlungsoptionen des Malers nicht mehr Handlungsfähig ist. Weiterhin wurde untersucht, ob Machtquellen entsprechend den Aussagen von Crozier und Friedberg auf Seiten von Maler und Galerist existieren. Die Machtquelle der Expertise konnte auf beiden Seiten beobachtet werden, jedoch wurde festgestellt, dass die Expertise des Galeristen vielfältiger und breiter aufgestellt ist, als die des Malers. Die Expertise des Malers, welche in der Schaffung von Kunst liegt, hat jedoch in ihrer Verweigerung ein deutlich höheres Machtpotential. Die Machtquelle, welche Beziehungen zu externen Personen oder Institutionen in den Vordergrund stellt, konnte vor allem bei Galeristen ausgemacht werden. Er ist es, der Beziehungen zu den unterschiedlichsten Personen und Institutionen knüpft, pflegt und gebraucht. Der Maler generiert diese Machtquelle vor allem dann, wenn er unabhängig von Galeristen arbeitet. Im Sinne der Machtquelle Informationsflüsse und Kommunikation ist der Galerist stark vom Maler abhängig. Dieser verfügt über alle Informationen bezüglich neuer Arbeiten oder der Zusammenarbeit mit anderen Galerien. Der Maler ist daher vornehmlich im Besitz dieser Machtquelle, wobei er diese nach den Untersuchungsergebnissen nicht wahrnimmt oder nur selten gebraucht. Die Benutzung organisatorischer Regeln ist als Machtquelle weder von Maler noch vom Galeristen von übermäßiger Bedeutung. Diese Machtquelle tritt vor allem beim Abschluss von Exklusivverträgen in den Vordergrund, da diese zum Zeitpunkt der Befragung aber weder von den interviewten Malern noch von den Galeristen wahrgenommen wurden, spielen sie auch als Machtquelle eine untergeordnete Rolle. Diese Tatsache ist jedoch äußerst interessant, da der Galerist die Möglichkeit, die Macht des Malers durch einen Exklusivvertrag einzuschränken, nicht wahrnimmt. Die direkte gegenseitige Beeinflussbarkeit wurde von den Malern aber auch von den Galeristen unterschiedlich wahrgenommen. Der Einfluss vom Galerist auf den Maler wurde von den Malern einheitlich als möglich aber nicht immer erwünscht bzw. angenommen bewertet. Im Gegensatz dazu gaben lediglich zwei von fünf Galeristen an, überhaupt Einfluss zu nehmen. Der Einfluss auf den Galeristen seitens des Malers wurde von Malern und Galeristen unterschiedlich beurteilt. Einige Galeristen schätzen als wertvoll ein, durch den Maler in ihrer Arbeit positiv beeinfluss zu werden, andere empfanden einen Einfluss als nicht möglich. Zudem gab nur ein Teil der Maler an, Einfluss auszuüben, der andere Teil der befragten Maler verneinte die Frage nach der Beeinflussung des Galeristen.

Bezogen auf die Fragestellung der Diplomarbeit ergaben die Untersuchungen und Analysen Folgendes. Die Rahmenbedingungen der Akteure Maler und Galerist, wiesen mehrheitlich Übereinstimmungen aber auch Abweichungen von den in der Theorie gemachten Aussagen auf. Bezüglich der strategischen Organisationsanalyse konnten die von Crozier und Friedberg aufgezeigten Voraussetzungen bezüglich der Akteure, der Organisation und des Spiels erfüllt werden, wenn auch vor allem die Analyse des Spiels, aufgrund der wenig konkret abgefassten Definition schwierig war. Zudem wurde festgestellt, dass zwischen Maler und Galerist eine Machtbeziehung besteht. Die Macht der Akteure rührt aus den Freiräumen ihrer Handlungsfähigkeit sowie aus den von Crozier und Friedberg beschriebenen Machtquellen her. Beachtenswert ist jedoch, dass das Machtpotential des Malers gegenüber dem Galeristen größer ist. Grund dafür ist die Tatsache, dass der Maler durch seine Handlungsfähigkeit, Bilder herzustellen über ein Machtpotential verfügt, welche vom Galeristen in keinem Fall selbst generiert werden kann. Alle vom Galeristen ausgeübten Tätigkeiten könnten jedoch auch vom Maler selbst ausgeführt werden. Der Galerist versucht, durch eine sehr breit angelegte Ausdifferenzierung der von ihm ausgenutzten Machtquellen, seiner Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen das Machtgleichgewicht zum Maler herzustellen. Zudem streut der Galerist das Risiko, welchem er durch die Macht des Malers ausgesetzt ist, durch den Aufbau von Beziehungen zu mehreren Malern. Interessanterweise wird vom Galeristen die Möglichkeit zur Einschränkung der Macht des Malers durch die Machtquelle der organisatorischen Regeln, in Form eines Exklusivvertrages, nicht eingesetzt. Grund dafür sind wahrscheinlich die überwiegend finanziellen Zwänge, welchen der Galerist dadurch unterlegen ist. Zudem ist die ablehnende Haltung eines solchen Vertrages seitens der Maler sehr groß, begründet werden kann diese Tatsache mit der Individualität der Maler und dem Künstlerhabitus an sich. Ein weiteres interessantes Ergebnis ist, das nur wenige Maler und Galeristen einen Einfluss auf die eigene Arbeit zulassen bzw. als positiv empfinden. Die Einflussnahme auf den jeweils Anderen Akteur wurde von ca. jeweils der Hälfte der Befragten bejaht und befürwortet. Obwohl die Einschätzung zur Einflussnahme so unterschiedlich ist, kann festgestellt werden, dass das Vorhandensein einer Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist indirekt stets einen Einfluss auf den jeweils anderen ausübt. Vereinbaren Maler und Galerist beispielsweise die Durchführung einer Ausstellung, beeinflusst das die Herstellung von Kunst, auf Seiten des Malers, weil für die Ausstellung eine bestimmte Anzahl von Bildern benötigt wird oder ein bestimmtes Ausstellungsthema vereinbart wurde. Der Galerist übernimmt für den Maler in Vorbereitung auf diese Ausstellung eine Vielzahl von Aufgaben, so bereitet er z.B. die Vernissage vor oder stellt die Gästeliste zusammen. Diese Tätigkeiten haben natürlich ebenfalls Einfluss auf seine Arbeit. Ein Einfluss auf die Arbeit des jeweils anderen Akteurs ist demnach, aufgrund der Machtbeziehung, stets existent und gegenwärtig. Eine weitere, interessante Beobachtung ist zudem, dass alle befragten Maler auch

ohne einen Galeristen Aktivitäten durchführen und somit nicht vollständig an die Beziehung zum Galeristen gebunden sind. Im Vorfeld der Bearbeitung wurde angenommen, dass jeder Maler prinzipiell ausschließlich mit Galeristen zusammenarbeitet. Diese selbständige Arbeitsweise, welche den Kontakt bzw. die Beziehung zum Galeristen ausklammert, wurde anfangs nicht vermutet. Trotzdem konnte letztlich eine Anwendung der strategischen Organisationsanalyse von Crozier und Friedberg auf die Beziehung von Maler und Galerist durchgeführt werden.

Obwohl aufgrund der ausgewählten Künstler die erzielten Interviewergebnisse eine breite und für die Auswertung stabile Grundlage lieferten, konnten z.B. junge Maler oder Maler ohne den Vergangenheitspolitischen Hintergrund der befragten Maler nicht in die Ergebnisse einbezogen werden. Anzunehmen ist, das Maler aus den alten Bundesländern der Bundesrepublik Deutschland aber vor allem junge Maler, welche schon während ihrer Ausbildung von einem Galeristen entdeckt und gefördert werden, eine andere Beziehung und einen anderen Zugang zum Galeristen haben. Zudem kann angenommen werden, dass in diesem Fall auch die Machtbeziehung zwischen Maler und Galerist anders ausgestaltet ist. Ebenso wurde nur von einem der befragten Maler der sogenannte Exklusivvertrag befürwortet. Zudem wurde dieser Exklusivvertrag von keinem der befragten Galeristen in der Galeriepraxis mit einem Maler abgeschlossen. Interessant wäre deshalb gewesen, Malern wie auch Galeristen mit Exklusivverträgen und deren Beziehung zu untersuchen. Anzunehmen ist, dass die Ergebnisse in dieser Situation evtl. abweichend zu den hiesigen ausgefallen wären. Aus diesem Grund muss festgestellt werden, dass die hier vorgenommen Untersuchungen und erzielten Ergebnisse nicht auf alle Maler-Galeristen-Konstellationen zutreffen und somit nur begrenzt repräsentativ sind.

Die aufgetretene und von der Diplomarbeit nicht geschlossene Forschungslücke bezüglich anderer Maler-Galeristen-Konstellationen, könnte Bestandteil oder Inhalt weiterer Forschungstätigkeit in der Beziehung von Maler und Galeristen sein. Zudem wird es als interessant und für die Forschungstätigkeit gewinnbringend erachtet, die Aufnahme und die Entwicklung der Beziehung von Malern und Galeristen, mit dem Hintergrund der Situation der Künstler in der ehemaligen DDR direkt nach der politischen Wende Deutschlands, zu untersuchen.

10 Anhang

10.1 Quellenverzeichnis

Alt, R., Mikropolitik. Erschienen in: Weik, E.; Lang, R. Moderne Organisationstheorien 1. Handlungsorientierte Ansätze. 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2005, S. 295-328.

Beckert, J., Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie? Ungewissheit und die Einbettung wirtschaftlichen Handelns. in: Zeitschrift für Soziologie, 25 (1996) S. 125-146.

Beckert, J.; Rössel, J., Kunst und Preise. Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 56 (2004) 1, S. 32-50.

Bosetzky, H.; Heinrich, P., Mensch und Organisation. Schriftenreihe: Verwaltung in Praxis und Wissenschaft, Band 15. Köln: Deutscher Gemeindeverlag, 1980.

Bundesagentur für Arbeit (2010): BerufeNet Kunstmaler, 01.06.2010, http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/docroot/r2/blobs/pdf/bkb/59464.pdf [06.03.2011]

Bundesagentur für Arbeit (2010): BerufeNet Kunstmaler, 23.03.2011, http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=59464 [06.03.2011]

Burns, T., Micropolitics: Mechanism of Institutional Change. in: Administrative Science Quarterly , 6 (1961), S. 257-281.

Crozier, M.; Friedberg, E., Die Zwänge kollektiven Handelns, Frankfurt/Main: Hain, 1993.

Dahl, Robert A., The Concept of Power. in: Behavioral Science, 2 (1957), S. 201-215

Dangel, C.; Piorkowsky, M.-B., Existenzgründung und Selbständigkeit von Künstlern. in: politik und kultur, Juli-August (2005), S. 20.

Deutscher Kulturrat, Künstlersozialversicherung. Bonn, Berlin: Deutscher Kulturrat, 2000.

Dornbracht, A., Die Zukunft des Kunstmarktes. in: Meyer, J.-A.; Even, R., Die Zukunft des Kunstmarktes. Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst. Lohmar, Köln: Josef Eul Verlag GmbH, 2002, S. 95-100.

Dörstel, W., Kunstmarkt ohne Kunstwerk. Die Zukunft des Kunstmarktes liegt in seiner Beschreibung. In: Meyer, J.-A.; Even, R., Die Zukunft des Kunstmarktes. Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst. Lohmar, Köln: Josef Eul Verlag GmbH, 2002, S. 13-18.

Duden, Wirtschaft von A bis Z: Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag. 4. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut, 2009.

Ehalt, H. C., Kunst im 20. Jahrhundert: Autonomie, Desintegration, neue Aufgaben. in: Ronte, D. (1997): Ist Kunst vermittelbar? Ist Kunstvermittlung eine Kunst? Vortrag im Festsaal des Wiener Rathauses am 2. April 1997. Wiener Vorlesungen im Rathaus, Band 64. Wien: Picus Verlag, 1997, S. 9-14.

Enquete-Bericht, „Kultur in Deutschland“, Schlussbericht der Enquete-Kommission Berlin, 2007

Fischer, J.H., Macht in Organisationen. Zu einigen Aspekten des Verhältnisses zwischen Individuum, Strukturen und Kommunikationsprozessen. Münster: LIT Verlag, 2004.

Flacke, M. (Hrsg.), Auftrag: Kunst 1949-1990, Bildende Künstler in der DDR zwischen Ästhetik und Politik, München/Berlin: Klinkhardt & Biermann Verlagsbuchhandlung, 1995.

Fohrbeck, K.; Wiesand, A. J., Der Autorenreport. Hamburg: Rowolth, 1973.

Frangen, U., Ökonomische Analyse des Marktes für Malerei in der Bundesrepublik Deutschland. Dissertation aus der Reihe Europäische Hochschulchriften, Reihe V, Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Frankfurt a.M.: Verlag Peter Lang GmbH, 1983.

Frey, B., Pommerehne, W. Musen und Märkte: Ansätze zu einer Ökonomik der Kunst. München: Vahlen, 1993.

Friedberg, E., Ordnung und Macht. Dynamiken organisierten Handelns. Frankfurt/Main: Campus Verlag, 1995.

Gottschall, K., Betzelt, S., Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur – Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung. Zentrum für Sozialpolitik, Universität Bremen. ZeS Arbeitspapier 18, 2001.

Grosenick, U., Stange, R., Insight. Galerien 1945 bis heute. Inside. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2005.

Günter, B.; Hausmann, A., Zur Entwicklung des Kunstmarktes. Thesen aus der Sicht des Marketing. In: Meyer, J.-A.; Even, R., Die Zukunft des Kunstmarktes. Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst. Lohmar, Köln: Josef Eul Verlag GmbH, 2002, S. 115-125.

Haak, C., Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit. Erschienen in: Schmollers Jahrbuch (2005), Nr.: 125 (2005), Berlin: Duncker & Humboldt, S. 573-595.

Haak, C.; Schmidt, G., Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der zukünftigen Arbeitswelt? Erschienen in: Leviathan 29 (2001) 2, S. 156-178.

Hartenstein, S., Galeriearbeit mit zeitgenössischer Kunst in der Bundesrepublik Deutschland, Kassel, 1997.

Herstatt, C., Galeriearbeit zum Beginn des 21. Jahrhunderts: Internationaler. Schneller, gnadenloser. In: Krips, M.; Fesel, B., Galerien in Deutschland. Schnittstelle Kunst+Markt. Köln: NCC Cultur Concept, 2001, S. 28-33.

Herstatt, C., Galerie. In: Lewenski-Reuter, V.; Lüddemann, S. (2011): Glossar für Kulturmanagement. Wiesbaden: VS Verlag, 2011.

Immisch, T.O., Vom „schönen" Schein zum widerborstigen Sein, in: FREELENS-Magazin, Nr 10 – 2. Quartal, 1999.

Keller, B., Seifert, H. (Hrsg.): Atypische Beschäftigung – Flexibilisierung und soziale Risiken, Forschung aus der Hans-Böckler-Stiftung Bd.81, Berlin, 2007.

Kollmann, T. , Virtuelle Marktplätze im Kunsthandel. In: Meyer, J.-A.; Even, R., Die Zukunft des Kunstmarktes. Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst. Lohmar, Köln: Josef Eul Verlag GmbH, 2002, S. 115-125.

Kris, E., Kurz, O., Die Legende vom Künstler. Ein geschichtlicher Versuch. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1995.

Kühnle, J., Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit von Berliner Galerien, in: Mitteilungen aus dem Institut für Museumsforschung, Nr. 42, Berlin, 2007

Manske, A., Unsicherheit und kreative Arbeit – Stellungskämpfe von Soloselbständigen in der Kulturwirtschaft. In: Castel, R., Dörre, K., Prekarität, Abstieg, Ausgrenzung. Die soziale Frage am Beginn des 21. Jahrhunderts. Frankfurt: Campus, 2009.

Manske, A., Merkel, J., Prekäre Freiheit – Die Arbeit von Kreativen. In: WSI Mitteilungen, 6 (2009), S. 295-301.

Manske, A.; Schnell, C., Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Erschienen in: Böhle, F.; Voß, G.; Wachtler, G., Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 699-727.

Marquart, C., Galerie. Beruf. Zukunft. In: Krips, M.; Fesel, B., Galerien in Deutschland. Schnittstelle Kunst+Markt. Köln: NCC Cultur Concept, 2001, S. 62-64.

Menger, C., Grundsätze der Volkswirtschaftslehre, Band 1, Nachdruck der Originalausgabe von 2. Auflage, Tübingen: Mohr, 1871.

Menger, P.-M., Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2006

Meyer, J.-A.; Even, R., Die Zukunft des Kunstmarktes. Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst. Lohmar, Köln: Josef Eul Verlag GmbH, 2002

Müller-Jentsch, W., Künstler und Künstlergruppen. Soziologische Ansichten einer prekären Profession. Erschienen in: Berliner Journal für Soziologie, 2 (2005), S. 159-177.

Neuberger, O., Mikropolitik. Der alltägliche Aufbau und Einsatz von Macht in Organisationen. Stuttgart: Enke Verlag, 1995.

Ortmann, G.; Windeler, A.; Becker, A.; Schulz, H.-J., Computer und Macht in Organisationen. Mikropolitische Analysen. Sozialverträgliche Technikgestaltung Band 15, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1990.

Osten von, M., Unberechenbare Ausgänge. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.), Kreativen: Wirkung. Urbane Kultur, Wissensökonomie und Stadtpolitik. Bd. 2, 2008, S. 42-47.

Pommehrene, W., Schneider, F., Warum bloß ist ein Rauschenberg so teuer? in: Clemens Andreae (Hg.), Kunst und Wirtschaft. Köln: Bachem, 1983, S. 50–81.

Prange, H., Prange C., Bildende Kunst und Galeriearbeit in der DDR, http://mlutkls1.landw.uni-halle.de/inhalte/Anlagen/Kultur.pdf [08.04.2011]

Raap, J., Vom Tellerwäscher zum Malerfürsten. Der ultimative Ratgeber für die Künstlerkarriere. Köln: Atelier Verlag, 2004.

Reichel, K., Reorganisation als politische Arena. Eine Fallstudie an der Schnittstelle zwischen öffentlichem und privatwirtschaftlichem Sektor, Wiesbaden: Gabler, 2010.

Ronte, D., Ist Kunst vermittelbar? Ist Kunstvermittlung eine Kunst? Vortrag im Festsaal des Wiener Rathauses am 2. April 1997. Wiener Vorlesungen im Rathaus, Band 64. Wien: Picus Verlag, 1997.

Sahner, H., Herrmann, H., Rönnau, A., Trautwein H.-M., Zur Lage der Freien Berufe 1989, Forschungsinstitut Freie, Berufe der Universität Lüneburg, Schriftenreihe Band 1, Teil I, Lüneburg, 1989.

Schätzke, A., Rückkehr aus dem Exil, Bildende Künstler und Architekten in der SBZ und frühen DDR, Berlin: Reimer, 1999.

Scheyerer, N., Sie liebten und sie schlugen sich. In: Falter, 15 (2009) vom 08.04.2009.

Schule für bildende Kunst und Gestaltung, Berlin: Berufsbeschreibung Kunstmaler/in, Kunstzeichner/in, http://www.kunstschuleberlin.de/down/Berufsbildung_ Kunstmaler_Kunstzeichner.pdf [06.03.2011]]

Schulze, H., Organisationsgestaltung und strategische Organisationsanalyse. Dargestellt am Beispiel der Krankenhausorganisation. Betriebswirtschaftliche Schriften, Heft 129. Berlin: Duncker & Humblot, 1989.

Siebenhaar, K., „Beziehungszauber“ oder Vom Unternehmen Kunst in der Entertainment-Gesellschaft. In: Meyer, J.-A.; Even, R., Die Zukunft des Kunstmarktes. Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst. Lohmar, Köln: Josef Eul Verlag GmbH, 2002, S. 39-52.

Statistisches Bundesamt, Mikrozensus: Bevölkerung und Erwerbstätigkeit; Beruf, Ausbildung und Arbeitsbedingungen der Erwerbstätigen; Deutschland. Fachserie 1, Reihe 4.1.2., 2009.

Statistisches Bundesamt, Finanzen und Steuern, Steuerpflichtige Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen nach wirtschaftlicher Gliederung, Tabelle 2.3 der Jahrespublikation, Fachserie 14 Reihe 8,1.April 2011, http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Fachveroeffentlichungen/FinanzenSteuern/Steuern/Umsatzsteuer/Umsatzsteuerstatistik5733101097004,property=file.pdf

Talkenberger, A., Die Ökonomie des Bildermarktes. Eine informationsökonomische Analyse. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1992

Thurn, H.P., Soziologie der Bildenden Kunst. Forschungsstand und Forschungsperspektiven. In: Silbermann, A.; König, R. (1974): Künstler und Gesellschaft. Sonderheft 17 der "Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie". Opladen: Westdeutscher Verlag, 1974, S. 120-181.

Voß, G., Die Entgrenzung von Arbeit und Arbeitskraft. Eine subjektorientierte Interpretation des Wandels der Arbeit. In: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 31. Jg., 1998, S. 473-487.

Weber, M., Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie. Studienausgabe. Köln: Kiepenhauer und Witsch, 1964.

Weidner, K., DDR-Kunst – gab es das? In: Kaiser, P., Rehberg, K.-S., Enge und Vielfalt, Auftragskunst und Kunstförderung in der DDR. Publikation des Kunstfonds des Freistaates Sachsen, 1999, S. 533-555., S. 533.

Weißbach, A., Frühstück im Freien - Freiräume im offiziellen Kunstbetrieb der DDR., Nr. 8 der Q-Serie der Humbold-Universität Berlin, 2009, S. 15.

Wittenbrink, B., Kooperation und Wettbewerb – Analyse des deutschen Kunstmarktes mit Blick auf Nordrhein-Westfalen. Vortrag im Rahmen des 5. Kulturwirtschaftstages in Nordrhein-Westfalen. art : economy - Chancen und Strategien im Kunstmarkt, Düsseldorf am 21. Februar 2005.

Zacher, J.; Zacher, M., Soziale Sicherheit für Künstler und Publizisten. Das Handbuch zur Künstlersozialversicherung. Starnberg: Verlag R. S. Schulz, 2000.

10.2 Übrige Verzeichnisse

10.2.1 Abkürzungsverzeichnis

AV Kunst	Ausgleichsvereinigung Kunst
DDR	Deutsche Demokratische Republik
e.V.	Eingetragener Verein
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
GEMA	Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte
KSK	Künstlersozialkasse
KSVG	Künstlersozialversicherungsgesetz
SAPMO	Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der Deutschen Demokratischen Republik
SBZ	Sowjetische Besatzungszone
SED	Sozialistische Einheitspartei Deutschlands
Zeitschrift AD	Zeitschrift Architectural Digest

10.2.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Darstellung des Kunstmarktes 5

Abbildung 2 - Dauer der Interviews mit Malern 45

Abbildung 3 - Alter der befragten Maler 46

Abbildung 4 - Dauer der geführten Interviews mit den Galeristen 50

Abbildung 5 - Alter der befragten Galeristen 51

Abbildung 6 - Dauer der Tätigkeit als Galerist in Jahren 51

Abbildung 7 - Anzahl der betreuten Künstler 52

Abbildung 8 - Öffnungszeiten der Galerien in Stunden pro Woche 58

10.3 Anschreiben Galerie

Zwei Galerien baten um ein Anschreiben, um die Terminvereinbarung vornehmen zu können. Dieses Anschreiben ist der Diplomarbeit nachfolgend beigefügt.

Frankenberger Str. 49
09669 Frankenberg/Sa.
Tel.: 037206/887972
Mobil: 01729448057
Mail: silvia.nobst@s2005.tu-chemnitz.de

Name der Galerie
Strasse, Hausnummer

PLZ Ort

Frankenberg/Sa., den 14.3.2011

Sehr geehrter Herr Mustermann,

bezug nehmend auf unser Telefonat vom 14.03.2011 würde ich Sie gern als Interviewpartner für ein Experteninterview innerhalb meiner Diplomarbeit zum Thema: *Analyse der Machtbeziehung zwischen Maler und Galeristen nach Crozier und Friedberg* gewinnen.

Intention der Diplomarbeit ist, die Besonderheit der Beziehung von Maler und Galeristen aus organisationswissenschaftlicher Perspektive zu beschreiben und zu analysieren, denn die symbiotische Beziehung von Maler und Galerist, welche in ihrer Art in Wirtschaft und Gesellschaft einzigartig ist, wurde bisher aus wissenschaftlicher Sicht nur in geringem Maße betrachtet. Auf Grundlage der von Crozier und Friedberg gemachten Annahmen im Jahr 1979 soll diese Beziehung empirisch untersucht werden. Crozier und Friedberg haben beschrieben, dass Akteure innerhalb ihres sozialen Handelns versuchen, eigene Ziele und Interessen durchzusetzen. Dabei sind sie aufgrund bestimmter Strukturen und Rahmenbedingungen in ihrem Handeln eingeschränkt, jedoch niemals vollständig determiniert, da jederzeit Handlungsspielräume ausgenutzt werden können. Innerhalb der Diplomarbeit soll versucht werden den Ansatz auf die Praxis zu beziehen.

Da es sich um eine empirische Diplomarbeit handelt, ist es mein Ziel ist, mit 5 Malern und 5 Galeristen Experteninterviews durchzuführen. Da ich bereits den Maler 1., welcher auch von Ihnen als Galerie vertreten wird, für ein Interview gewinnen konnte, wäre es für meine Forschungsarbeit sehr wertvoll auch mit Ihnen ein Interview durchführen zu können. Das Interview sollte bis spätesten 05.04.2011 durchgeführt werden und dauert ca. eine Stunde. Es werden dabei Fragen zum

- Berufsbild des Galeristen und seinen persönlichen Zielen sowie
- der Beziehung zum Maler gestellt (Verpflichtungen, Regeln, Strukturen, Gestaltung des Kontakts) gestellt.

Ich würde mich sehr freuen, Sie als Interviewpartner gewinnen zu können! Einen Terminvorschlag können Sie jederzeit telefonisch, per Email oder schriftlich an mich richten.

Mit freundlichen Grüßen

10.4 Fragebögen

Nachfolgend sind die Interviewleitfäden für Maler und Galeristen angeführt. Zu beachten ist, dass alle kursiv gedruckten Angaben im Leitfaden, lediglich zur Orientierung dienen sollten und dem befragten Maler bzw. Galerist in der Regel nicht vorgegeben wurden. Zudem wurden dem Maler bzw. dem Galerist im Vorfeld lediglich das Thema und einige Stichpunkte zu den Fragen genannt. Es war den befragten Experten demnach nicht möglich sich explizit auf das Interview vorzubereiten, was eine natürliche und spontane Äußerung unterstützte.

Interviewleitfaden

zur Durchführung eines Experteninterviews mit einem Maler im Rahmen der Diplomarbeit

Im Rahmen der Diplomarbeit soll die Beziehung von Maler und Galerist beschrieben und analysiert werden. Die Beziehung von Maler und Galerist ist aus unterschiedlichen Gesichtspunkten interessant. Der Maler, als typischer Künstler arbeite nach bisherigen empirischen Ergebnissen unabhängig und kreativ, steht nur selten in einem festen Arbeitsverhältnis und nimmt für seine Arbeit zum Teil prekäre Umstände in Kauf. Bemerkenswert ist, dass der Maler eine sehr enge Beziehung zu seinem Galeristen pflegt, eine Beziehung, die in ihrer Art in fast keinem anderen Bereich der Kunst beobachtet werden kann. Der Galerist vermarktet die Kunst des Malers über den Galeriebetrieb oder durch die Durchführung von Ausstellungen, zudem steht er dem Maler u.a. in wirtschaftlichen und verkaufsfördernden Fragen beratend zur Seite. Der Galerist wiederum ist von der ‚Kunstproduktion' des Malers abhängig, da er nur durch den Verkauf der Kunst eine Verkaufsprovision generieren kann. Diese ermöglicht dem Galeristen den Erhalt der Galerie und sein persönliches Einkommen. Die Beziehung der beiden Akteure kann aufgrund dieser Abhängigkeiten als symbiotisch bezeichnet werden, d.h. zwischen Maler und Galerist besteht ein wechselseitiges Abhängigkeitsverhältnis. Theoretische Grundlage für diese Betrachtung ist die strategische Organisationsanalyse der zwei Organisationssoziologen Crozier und Friedberg. Im Mittelpunk steht die Überlegung, dass jedes soziale Handeln von Macht gekennzeichnet ist. Macht entsteht bei der Ausnutzung von Handelsspielräumen, welche genutzt werden, um eigene Ziele und Interessen durchzusetzen. Dabei können unterschiedliche Machtquellen genutzt werden und auch die Einflussnahme auf andere Akteure ist in diesem Zusammenhang möglich.

Warm Up

- SmallTalk
- Kurze Vorstellung des Themas
- Dank für die Bereitschaft zur Durchführung des Interviews

→ Fragen nach Aufzeichnung des Interviews zur Transkription

Akteur Maler

1. Beschreiben Sie bitte Ihren üblichen Arbeitstag. Wie fangen Sie den Tag an?

2. Wie würde sie Ihren Beruf einem Schüler der 4. Klasse beschreiben?
    a. Welche Ausbildung haben Sie durchlaufen***?***
    b. Was haben sie „gelernt"?

3. Wie ist Ihre Arbeit organisiert?
    a. Strukturen
        i. *Arbeitspensum (z.B. 2 Bilder pro Woche)*
        ii. *Arbeitszeit*
        iii. *Arbeitsablauf*
        iv. *Arbeitsschritte*
        v. *Vorgaben*
        vi. *Selbstorganisation*
        vii. *Freiheiten*
        viii. *„Wenn mich die Muse küsst“*

    b. Grenzen zwischen Arbeit und Leben
        i. Gibt es eine klare Grenze zwischen Arbeit und Freizeit
        ii. Wenn nein, wie gehen Sie damit um? Stellt das eine Belastung für Sie dar?

4. Was macht den Beruf für Sie so spannend?

Individuelle Ziele/Interessen des Akteurs Malers

5. Was sind Ihre Ziele (Interessen) in Ihrer Arbeit? (Auch in der Beziehung zum Galeristen)
    a. *Profit*
    b. *Ruf/Prestige/Anerkennung*
    c. *Einfluss auf Kunstszene*
    d. *Menschen durch Kunst glücklich machen/beeinflussen*
    e. *Gesellschaftskritisch sein*
    f. *Selbstverwirklichung*
    g. *Kunst „an den Mann bringen“*
    h. *Hilfe bei Problemen, die nicht selbst gelöst werden können?*

Beziehung zum Akteur Maler

6. Wie entsteht allgemein der Kontakt zum Galeristen?
    a. *Galerist kommt auf Maler zu*
    b. *über Kontakte*
    c. *Maler sucht gezielt nach einer Galerie*

7. Wie entsteht der Kontakt zu einem konkreten Galeristen?

8. Wie gestaltet sich der Kontakt?
    a. *Regelmäßige Treffen, Telefon, E-Mail → Umfang des Kontaktes*

9. In welcher Weise kann man von einer Beziehung zwischen Maler und Galerist sprechen?
    a. *reines Arbeitsverhältnis (Produzent-Konsument; Auftraggeber-Auftragnehmer)*
    b. *freundschaftliches Verhältnis*
    c. *gegenseitige Hilfe*

Spiel

10. Was war eine besonders gelungene Zusammenarbeit mit einem Maler

11. Was eine besonders frustrierende?

Regeln und Strukturen

12. In welcher Form existieren in der Zusammenarbeit zwischen Ihnen und dem Galeristen feste Regeln und/oder Strukturen? (=Machtquelle: Organisationsregeln)
    a. *Vertrag*
    b. *Arbeitszeit*
    c. *Leistungserbringung*
        i. *Umfang*
        ii. *Genauigkeit der Beschreibung*

13. Welche Aufgaben werden zwischen Ihnen und dem Galeristen konkret festgelegt

14. Wie werden die Festlegungen formell festgehalten?
    a. *Schriftliche Festlegung*
    b. *Mündliche Vereinbarung*
    c. *Auf „Gut Glück“*

15. Ist die Festlegung der Regeln/Strukturen standardisiert?
    a. *Immer individuell*
    b. *Nach vorgefertigten Verträgen/Vorlagen*

16. Was passiert, wenn Regeln oder Festlegungen nicht eingehalten werden?
    a. Durch den Galeristen
    b. Durch den Maler
        i. *Können Restriktionen erteilt werden?*
        ii. *Kann das Arbeitsverhältnis einfach beendet werden?*
        iii. *Gibt es eine Absicherung für den Maler bei Nichtverkauf der Werke?*

17. Wie bzw. wann endet das Arbeitsverhältnis mit dem Galeristen?
    a. *Nach einer Ausstellung*
    b. *Bei Misserfolg*
    c. *Bei Unzufriedenheit*

18. Wie werden Sie finanziell für ihre Arbeit entlohnt?

19. Von welchen Faktoren ist ihre Bezahlung abhängig?

Macht

20. Welche Aufgabe haben Sie ausschließlich gegenüber dem Galeristen?
    a. *Produktion von Kunst*
    b. *Werke die Einzigartig, Original, qualitativ hochwertig, … sind*

21. Welche Aufgaben soll der Galerist ihnen gegenüber unbedingt erfüllen?
    a. *Handel und Verkauf der Werke des Malers*
    b. *Organisation und Durchführung von Ausstellung*
    c. *Präsentation auf Messen*
    d. *Übernahme von wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Belangen*
    e. *Lagerung von Kunst*
    f. *Regelung vom Transport der Werke*
    g. *Versicherungsfragen*
    h. *Aufbau von Kontakten*
    i. *Etablierung des Malers in der Kunstszene*

22. Wie entwickelt sich der Ruf oder die Popularität des Künstlers? (→ Wissen)
    a. *Was gefällt gerade*
    b. *Mögliche Käuferschicht*
    c. *Techniken*

23. Welche Beziehungen sind für Ihr Geschäft besonders wichtig?
    a. *Private Käufe*
    b. *Andere Galeristen*
    c. *Kritiker*

24. Welche Informationen sind für den Erfolg ihrer Arbeit wichtig? (→ Kontrolle von Informations- und Kommunikationskanälen)
    a. Nutzen Sie weitere Kommunikationskanäle?
    b. Gibt es Einschränkungen bzgl. einiger Informationen– Gibt es Infos die nicht an den Galeristen weitergegeben werden?

25. Haben Sie in irgendeiner Weise (durch die Beherrschung der Machtquellen) Einfluss auf die Arbeit des Galeristen? Wenn ja, wie hoch schätzen Sie Ihren Einfluss ein?
    a. *Anregung zum Aufbau von Kontakten*
    b. *Gestaltung der Ausstellung*
    c. *Preissetzung*

Freiheit vs. Zwang

26. Haben Sie in Ihrer Arbeitet Gestaltungsspielräume?
    a. Wenn ja, in welcher Form; in welchen Bereichen?

27. In welchen Bereichen sind sie Einflüssen ausgesetzt?

28. Organisieren Sie Ausstellungen auch ohne einen Galeristen?

Interviewleitfaden

zur Durchführung eines Experteninterviews mit einem Galeristen im Rahmen der Diplomarbeit

Im Rahmen der Diplomarbeit soll die Beziehung von Maler und Galerist beschrieben und analysiert werden. Die Beziehung von Maler und Galerist ist aus unterschiedlichen Gesichtspunkten interessant. Der Maler, als typischer Künstler arbeite nach bisherigen empirischen Ergebnissen unabhängig und kreativ, steht nur selten in einem festen Arbeitsverhältnis und nimmt für seine Arbeit zum Teil prekäre Umstände in Kauf. Bemerkenswert ist, dass der Maler eine sehr enge Beziehung zu seinem Galeristen pflegt, eine Beziehung, die in ihrer Art in fast keinem anderen Bereich der Kunst beobachtet werden kann. Der Galerist vermarktet die Kunst des Malers über den Galeriebetrieb oder durch die Durchführung von Ausstellungen, zudem steht er dem Maler u.a. in wirtschaftlichen und verkaufsfördernden Fragen beratend zur Seite. Der Galerist wiederum ist von der ‚Kunstproduktion' des Malers abhängig, da er nur durch den Verkauf der Kunst eine Verkaufsprovision generieren kann. Diese ermöglicht dem Galeristen den Erhalt der Galerie und sein persönliches Einkommen. Die Beziehung der beiden Akteure kann aufgrund dieser Abhängigkeiten als symbiotisch bezeichnet werden, d.h. zwischen Maler und Galerist besteht ein wechselseitiges Abhängigkeitsverhältnis. Theoretische Grundlage für diese Betrachtung ist die strategische Organisationsanalyse der zwei Organisationssoziologen Crozier und Friedberg. Im Mittelpunk steht die Überlegung, dass jedes soziale Handeln von Macht gekennzeichnet ist. Macht entsteht bei der Ausnutzung von Handelsspielräumen, welche genutzt werden, um eigene Ziele und Interessen durchzusetzen. Dabei können unterschiedliche Machtquellen genutzt werden und auch die Einflussnahme auf andere Akteure ist in diesem Zusammenhang möglich.

Warm Up

- Blick in die Galerie, auf aktuelle Ausstellung, SmallTalk
- Kurze Vorstellung des Themas
- Dank für die Bereitschaft zur Durchführung des Interviews

→Fragen nach Aufzeichnung des Interviews zur Transkription

Akteur Galerist

1. Wie ist das Berufsbild des Galeristen gekennzeichnet?
    a. Welche Ausbildung haben Sie durchlaufen?
    b. Was haben sie „gelernt"? Was ist ihr eigentlicher Beruf?
    c. Wie sind Sie Galerist geworden?
    d. Was macht den Beruf für Sie so spannend?
    e. Welche besonderen Eigenschaften brauchen Sie, um ein guter Galerist zu sein?
    f. Wie viele Maler/Künstler werden durchschnittlich von Ihnen betreut?

Individuelle Ziele/Interessen des Akteurs Galerist

2. Welche Ziele verfolgen Sie persönlich mit ihrer Arbeit?
    a. *Profit*
    b. *Ruf/Prestige*
    c. *Einfluss auf Kunstszene*
    d. *Berühmtheiten hervorbringen*
    e. *Anerkennung*
    f. *Kontakte*

Beziehung zum Akteur Maler

3. Wie entsteht allgemein der Kontakt zum Maler?
    a. *Maler kommt auf Galerist zu*
    b. *über Kontakte*
    c. *Galerist sucht gezielt nach neuen Talenten*

4. Wie entsteht der Kontakt zu einem konkreten Maler?

5. Wie gestaltet sich der Kontakt?
    b. *Regelmäßige Treffen, Telefon, E-Mail → Umfang des Kontaktes*

6. In welcher Weise kann man von einer Beziehung zwischen Maler und Galerist sprechen?
    a. *reines Arbeitsverhältnis (Produzent-Konsument; Auftraggeber-Auftragnehmer)*
    b. *freundschaftliches Verhältnis*
    c. *gegenseitige Hilfe*

Spiel

7. Was war eine besonders gelungene Zusammenarbeit mit einem Maler

8. Was eine besonders frustrierende?

Regeln und Strukturen

9. In welcher Form existieren in der Zusammenarbeit zwischen Ihnen und dem Maler feste Regeln und/oder Strukturen? (=Machtquelle: Organisationsregeln)
    a. *Vertrag*
    b. *Arbeitszeit*
    c. *Leistungserbringung*
        i. Umfang
        ii. Genauigkeit der Beschreibung

10. Welche Aufgaben werden zwischen Ihnen und dem Maler festgelegt?

11. Ist die Festlegung der Regeln/Strukturen standardisiert?

a. *Immer individuell*
b. *Nach vorgefertigten Verträgen/Vorlagen*

12. Wie werden die Festlegungen formell festgehalten?
    a. *Schriftliche Festlegung*
    b. *Mündliche Vereinbarung*
    c. *Auf „Gut Glück"*

13. Was passiert, wenn Regeln oder Festlegungen nicht eingehalten werden?
    a. Durch den Galeristen
    b. Durch den Maler
        i. *Können Restriktionen erteilt werden?*
        ii. *Kann das Arbeitsverhältnis einfach beendet werden?*
        iii. *Gibt es eine Absicherung für den Maler bei Nichtverkauf der Werke?*

14. Wie bzw. wann endet das Arbeitsverhältnis mit dem Galeristen?
    a. *Nach einer Ausstellung*
    b. *Bei Misserfolg*
    c. *Bei Unzufriedenheit*

15. Wie werden Sie finanziell für ihre Arbeit entlohnt?

16. Von welchen Faktoren ist ihre Bezahlung abhängig?

Macht

17. Welche Verpflichtungen haben Sie ausschließlich gegenüber dem Maler? (→ Handlungsfähigkeit)
    a. *Handel und Verkauf der Werke des Malers*
    b. *Organisation und Durchführung von Ausstellung*
    c. *Präsentation auf Messen*
    d. *Übernahme von wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Belangen*
    e. *Lagerung von Kunst*
    f. *Regelung vom Transport der Werke*
    g. *Versicherungsfragen*
    h. *Aufbau von Kontakten*
    i. *Etablierung des Malers in der Kunstszene*

18. Welche Aufgaben soll der Maler ihnen gegenüber unbedingt erfüllen?
    a. *Produktion von Kunst*
    b. *Werke die Einzigartig, Original, qualitativ hochwertig, … sind*

19. Welches Wissen ist nach ihrem Erachten nach für eine solide Arbeit notwendig? (→ Wissen)

d. *Kunstmarkt*
e. *Szene*
f. *Aktuellen Geschmack*
g. *Hintergrund über die Kunst des Malers(Bilder des Malers, Maltechniken,…)*
h. *Hintergrund über Kunst an sich*
i. *Wirtschaftliche, rechtliche, steuerliche Belange*

20. Welche Beziehungen sind für Ihr Geschäft besonders wichtig
    a. *Stammkunden*
    b. *Laufkunden*
    c. *Kritiker*
    d. *Fachleute*
    e. *Andere Maler*
    f. *Andere Galeristen*

21. Welche Informationen sind für den Erfolg ihrer Galerie wichtig? (→ Kontrolle von Informations- und Kommunikationskanälen)
    a. *Welche Möglichkeiten nutzen Sie, um Informationen zu erhalten oder auszuteilen?*
    b. *Gibt es Einschränkungen – Gibt es Infos die nicht an den Maler weitergegeben werden?*

22. Was denken Sie, üben Sie irgendeinen Einfluss auf die Arbeit des Malers aus? Wenn ja, wie hoch schätzen Sie Ihren Einfluss ein?
    a. Kunst:
        i. „Stil“ der Bilder (Landschaften, Formen, Farben,…)
        ii. Formate
    b. Arbeitsweise:
        i. Terminsetzung für Fertigstellung
        ii. Genaue Vorgaben (Stimmung, Material, Motiv,…)

Freiheit vs. Zwang

23. Wo finden sie in ihrer Arbeit konkrete Freiräume?

24. In welchen Bereichen sind sie Einflüssen ausgesetzt?