

Individuelle Ressourcenausstattung und der Zugang zum Feld der Kunst¹

Jörg Rössel

1. Einleitung: Inklusion und Exklusion im Feld der Kunst

Kunst boomt. Medienberichten zufolge gehen immer mehr Menschen in Kunstmuseen, kaufen sich Kunstposter oder Originalgemälde (Rauterberg 2006). Ebenso konstatieren die Medien boomende Preise für Kunstwerke; nahezu monatlich werden Rekordpreise von den großen internationalen Auktionshäusern gemeldet (Schreiber 2007), wobei mittlerweile selbst die Werke relativ junger Künstler außergewöhnliche Preise bei Auktionen erzielen. Auf den ersten Blick ist damit ein widersprüchliches Bild der Entwicklung des zeitgenössischen Kunstfeldes gegeben: Auf der einen Seite scheinen sich immer mehr Menschen für Kunst zu interessieren, was für eine zunehmende Inklusion in dieses Feld spricht. Auf der anderen Seite werden die monetären Preise für Kunstwerke für den Normalverdiener aber immer unerschwinglicher. Dieser Aufsatz will dieses medial verbreitete Bild korrigieren: Einerseits wird die These vertreten, dass das Interesse an Kunst faktisch sehr viel weniger inklusiv ist, als es häufig den Anschein hat, andererseits wird gezeigt, dass der Blick auf die Rekordauktionspreise weniger Kunstwerke eine zentrale Tatsache in den Hintergrund rückt, dass nämlich ein großer Teil der Kunstwerke für recht niedrige Preise verkauft wird und daher für ein nicht unerhebliches Bevölkerungssegment in den wohlhabenden OECD-Staaten erschwinglicher ist, als man beim Blick auf die Rekordpreise vermuten könnte.

Die Begründung dieser These erfolgt in drei Schritten: Zunächst werden im Anschluss an Howard Becker und Pierre Bourdieu Grundzüge einer Theorie sozialer Felder skizziert, die hier für die Analyse der Kunst herangezogen werden soll. Der Zugang und die Grenzen sozialer Felder werden von Bourdieu als umkämpft betrachtet, wobei die Zugangs- und Beeinflussungschancen von der Kapital- bzw. der Ressourcenausstattung der Akteure abhängig sind. Im Anschluss an diese theoretische Exposition des Konzepts des sozialen Feldes werden im zweiten Schritt zwei Subfelder des Kunstfeldes empirisch genauer betrachtet: Zum einen der Bereich der Museen und Kunstaustellungen, der für die ästhetische Sakralisierung von Kunstwerken auch gegenwärtig noch von größter Bedeutung ist, und zum anderen der Bereich des Kunstmarktes, auf dem sich Sammler und Kunstkäufer bewegen. Hier werden auf der Grundlage von empirischen Indikatoren Einschätzungen über die Exklusivität dieser beiden Teilbereiche des Kunstfeldes formuliert. Im Anschluss soll auch die Frage der Interdependenz zwischen diesen beiden Subfeldern skizzenhaft behandelt werden, so dass die subfeldspezifischen Entwicklungen und Ergebnisse in ihrem Kontext besser verstanden werden können.

¹ Für Hinweise und Material für diesen Artikel möchte ich mich bei Heine von Alemann, Petra Schuck-Wersig und Stephan Renner bedanken.

2. Ressourcenausstattung und Feldzugang

In diesem Aufsatz greife ich auf Konzepte aus der handlungstheoretischen Diskussion zurück, die die Differenzierung moderner Gesellschaften zu erfassen versuchen, die bisher in diesem Themenbereich jedoch nur wenig Resonanz gefunden haben (vgl. Schimank 1996). An dieser Stelle werde ich mich vor allem auf den Symbolischen Interaktionismus und die Feldtheorie von Pierre Bourdieu beziehen. Im Kontext des Symbolischen Interaktionismus sind für die vorliegende Fragestellung vor allem Howard Beckers Arbeiten zur Welt der Kunst einschlägig (Becker 1982). Eine soziale Welt ist bei Becker durch zwei Merkmale charakterisiert: erstens durch die Existenz arbeitsteiliger sozialer Beziehungen bei der Herstellung ihrer typischen Produkte, beispielsweise Kunstwerken. So benötigt auch der scheinbar dem Modell des kreativen Genies entsprechende Maler dennoch ein Geschäft für Malerbedarf, das die entsprechenden Farben und Leinwände zur Verfügung stellt. Damit das hergestellte Objekt tatsächlich als Kunstwerk anerkannt wird, bedarf es freilich noch der Präsentation durch einen Galeristen, der Wertschätzung von Kritikern, Kuratoren und gegebenenfalls auch durch Museumsbesucher und Sammler. Dabei sind die Beziehungen zwischen den Beteiligten in einer sozialen Welt zweitens durch Konventionen, also durch ausgehandelte Regeln und Vereinbarungen koordiniert. So ist den Künstlern bekannt, welche Größe Kunstwerke für ein Museum nicht überschreiten dürfen und welche Art von Kunstwerken an einem bestimmten Punkt der historischen Entwicklung in der Welt der Kunst als hoffnungslos veraltet gelten würden. Die Konventionen sind auch für die Nachfrager von Kunstwerken, also vor allem Sammler, Galerien- und Museumsbesucher von besonderer Bedeutung, da sie die Grundlage für die Herstellung und damit auch für das Verständnis von Kunstwerken darstellen. Aus dieser Perspektive wird deutlich, dass die Grenzen von Kunstwelten nicht einfach gegeben sind, sondern zwischen den beteiligten Akteuren genauso wie die Konventionen ausgehandelt werden. Was als Kunst betrachtet wird, und damit auch die Grenzen der Welt der Kunst, wird vor allem von den wichtigen Akteuren in der Kunstwelt selbst festgelegt.²

Beckers Analyse der Kunstwelt demonstriert nachdrücklich, dass soziale Akteure unterschiedliche, arbeitsteilig organisierte Bedeutungswelten erzeugen, deren Grenzen nicht ein für allemal definiert sind, sondern zwischen den beteiligten Personen und Personengruppen ausgehandelt werden. In dieser Konzeption bleiben allerdings die strukturellen Positionen der beteiligten Akteure weithin unberücksichtigt, so dass Fragen von unterschiedlicher Deutungs- oder Durchsetzungsmacht kaum gestellt bzw. analysiert werden können (Bourdieu 1999: 327-328), was für eine Analyse von Inklusion und Exklusion jedoch von zentraler Bedeutung wäre. Eine interessante Ergänzung zu diesem interaktionistischen Konzept stellt daher die Theorie sozialer Felder von Pierre Bourdieu dar (Bohn/Hahn 1999: 261). Der Begriff des sozialen Feldes nimmt in Pierre Bourdieus Sozialtheorie einen vergleichbaren Stellenwert ein wie das Konzept der Subsysteme in Luhmanns Systemtheorie (Bourdieu/Wacquant 1996: 134; Kneer 2004). Ähnlich wie Luhmann die Gesellschaft in

2 Insofern ist auch die Abgrenzung einer sozialen Welt durch den Forscher bis zu einem gewissen Grad immer arbiträr. In dieser Studie wird Kunst im engsten Sinne, also als bildende Kunst, verstanden, da diese Konzeption einerseits in der Alltagssprache weit verbreitet ist und damit andererseits auch die Leitvorstellung der Akteure im Kunstfeld erfasst wird. Ein breiterer Zugang zur Welt der Kunst, wie ihn z.B. Burzan (2005) mit ihrer Berücksichtigung aller Kunstsparten und der Populärkultur verfolgt, führt gewiss auch zu interessanten Resultaten, übersieht aber die spezifischen Zugangsvoraussetzungen zur Kunst und zu ihren Subfeldern.

verschiedene Subsysteme differenziert sieht, betrachtet Bourdieu den sozialen Raum als sphärendifferenziert in verschiedene soziale Felder. Anders als Luhmann konzipiert Bourdieu soziale Felder aber als nur begrenzt autonom: Erstens ist in modernen Gesellschaften aus der Sicht Bourdieus das ökonomische Kapital dominant, so dass sich auch die Akteure in nichtökonomischen Feldern teilweise an der herrschenden ökonomischen Logik orientieren müssen (Bourdieu 1999: 341-342). Zweitens ist die relative Autonomie der sozialen Felder historisch variabel.³ Ablesbar ist die jeweilige Autonomie eines Feldes an dem Grad, in dem sich die Akteure innerhalb des Feldes an feldinternen Hierarchisierungen und Kriterien orientieren und nicht an feldexternen, z.B. ökonomischen, Kriterien (Bourdieu 1999: 344). In einer Hinsicht nimmt allerdings die Autonomie sozialer Felder nahezu linear zu. Im Laufe der Zeit kumulieren Felder eine eigene Geschichte und einen damit verbundenen Diskurs, der eine zunehmende Reflexivität der Akteure erfordert, um sich im Feld angemessen zu positionieren (Bourdieu 1999: 384-395).

Das zentrale Merkmal sozialer Felder ist ihre objektive Struktur, die durch die Verteilung von zentralen Ressourcen – von Bourdieu Kapitalformen genannt – bedingt ist und das Verhalten der Akteure in einem Feld strukturiert (Bourdieu/Wacquant 1996: 124-147). Dabei berücksichtigt Bourdieu vor allem die Ausstattung der Akteure mit drei Typen von Ressourcen: ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital (Fröhlich 1994: 34-37; Bourdieu 1983). Obwohl Bourdieu den klassischen Kapitalbegriff erweitert, bleibt in seiner Konzeption das ökonomische Kapital in Form von Geld und Eigentumsrechten dominant. Als soziales Kapital bezeichnet er die formalen und informalen Beziehungsnetze von Personen, die für den Erwerb anderer Kapitalsorten von Relevanz sein können. Schließlich differenziert er das kulturelle Kapital in drei Formen aus: erstens das institutionalisierte Kulturkapital in Form von Bildungstiteln, zweitens das objektivierte Kulturkapital in Form von Gegenständen (Bilder, Bücher, Musikinstrumente, Partituren) und drittens das inkorporierte Kulturkapital. Letzteres meint einverlebte Fähigkeiten, Dispositionen und Fertigkeiten, welche eine Person z.B. zur Rezeption von Kunstwerken befähigen; dabei bezieht sich Bourdieu vor allem auf Werke der klassischen Hochkultur, die er als legitime Kultur bezeichnet (Bourdieu 1982). Vor allem das kulturelle Kapital kann unterschiedliche feldspezifische Ausprägungen annehmen (Holt 1997). Die Ausstattung mit unterschiedlichen Formen von Kapital ermöglicht den Akteuren den Zugang zum und Einflusschancen im Feld. Daher werden diese Felder von Bourdieu immer auch als Machtstrukturen und Konfliktfelder betrachtet. Die Akteure setzen ihre Ressourcen strategisch ein, um ihre Position im Feld zu verbessern und um damit auch die Definition der Grenzen des Feldes zu bestimmen. Die jeweils gültige Definition des „wahren Künstlers oder Schriftstellers“ stellt sich als das Ergebnis der bisherigen Konflikte zwischen den verschiedenen Akteuren im jeweiligen Feld dar (Bourdieu 1999: 355). Dies gilt in gleichem Maße auch für die Strukturen und Institutionen der Felder. Diese werden typischerweise eher die Interessen der ressourcenstärkeren Akteure berücksichtigen und eine Verteilungswirkung zu deren Gunsten haben, wie in der Forschung der Machtressourcentheorie vielfach empirisch gezeigt werden konnte (Korpi 2001, Knight 1992).

Die Felder der kulturellen Produktion weisen dabei zumeist eine zweipolige Struktur auf: Während sich auf dem einen Pol die Akteure befinden, die in stärkerem Maße am

3 So sieht Bourdieu in den gegenwärtigen Formen des Kultursponsorings und den damit verbundenen Formen von Zensur eine deutliche Rücknahme der einstmaligen Autonomie der Kunst (Bourdieu/Wacquant 1996: 141; Bourdieu 1999: 523 - 535).

kommerziellen Erfolg und am Gewinn von ökonomischen Kapital orientiert sind, findet man am anderen Pol diejenigen Akteure, die ihre Zielsetzungen stärker an kulturellen Kriterien festmachen (Bourdieu 1999: 227-229). Dabei bedeutet aus Bourdieus Perspektive die Orientierung am kommerziellen Gewinn, dass die jeweiligen Akteure sich nur bedingt den feldinternen kulturellen Kriterien unterwerfen und sich in stärkerem Maße an externen Kriterien orientieren (Bourdieu 1999: 227-229; 346). Die eingeschränkte – an den internen Kriterien des kulturellen Feldes orientierte – Produktionsweise zielt dagegen auf das hoch gebildete Publikum, im Extremfall nur auf die künstlerischen Kollegen als Bezugsgruppe; ihre Rezeption ist im Vergleich zu kommerziellen Produkten häufig hochgradig voraussetzungsvoll, weil sich der Inhalt nur reflexiv zur Geschichte des Feldes verstehen lässt (Bourdieu 1999: 237). Die Werke dieser Künstler sind häufig durch einen avantgardistischen Charakter geprägt, der einen bewussten Bruch mit den existierenden Wahrnehmungs- und Interpretationskonventionen darstellt (Becker 1982) und damit auch dem Publikum gegenüber durch eine Irritationsabsicht gekennzeichnet ist.

Die sozialen Felder der kulturellen Produktion weisen eine Vielzahl von institutionalisierten Rollen auf, die an der Herstellung der Aura eines Kunstwerkes beteiligt sind (Bourdieu 1999: 270-279; 360-365): Diese reichen von den Entdeckern eines Autors oder dem Galeristen eines Künstlers, über die Kritiker bis hin zu den Entscheidungsträgern in Museen und in der Kulturpolitik. Nicht zuletzt – und häufig übersehen – ist die Konsekration eines Künstlers bzw. von dessen Werk auch von der Bildungspolitik abhängig. Erst wenn die Lektüre der Romane eines Schriftstellers, die Interpretation der Objekte eines bildenden Künstlers oder der Werke eines Komponisten in das Curriculum der allgemein bildenden Schulen aufgenommen wurde, sind sie endgültig im Pantheon der Klassiker angekommen (Bourdieu 1999: 237).⁴ Über die Bildungseinrichtungen und die auf die Kunst bezogenen spezifischen Öffentlichkeiten wird auch die entsprechende Nachfrage nach Kunst hergestellt, auf der einen Seite in Form von Kunstinteressierten, die die Museen und Galerien bevölkern und auf der anderen Seite in Form von Sammlern und Kunstkäufern, die tatsächlich Kunstwerke auch auf dem Kunstmarkt nachfragen. Diese beiden Gruppen sollen auch im Zentrum der folgenden empirischen Analyse stehen. Folgt man der Theorie der Kunstrezeption von Bourdieu, so ist ein angemessenes und damit auch genussbringendes Verständnis von Kunstwerken nur dann möglich, wenn eine Person über das entsprechende Wissen über die bei der Produktion relevanten Codes und Konventionen verfügt. Für viele Personen der unteren und mittleren sozialen Klassen stellen Werke der zeitgenössischen Kunst insofern eine Quelle von Verwirrung und Missverständnis dar, als sie zumeist ihr alltägliches Wissen nutzen, um diese Kunstwerke zu entschlüsseln (Bourdieu 1970). Dieses alltägliche kulturelle Kapital erlaubt allerdings nur eine Entschlüsselung der oberflächlichen Bedeutung von Kunstwerken. Dies führt typischerweise dazu, dass Personen aus den unteren und mittleren sozialen Klassen Kunstwerke vor allem dann als schön empfinden, wenn sie Dinge darstellen, die selbst als schön betrachtet werden können, wie eine attraktive Frau oder ein Sonnenuntergang (Bourdieu 1982; Bourdieu et al. 1981). Die formalen und stilistischen Aspekte eines Kunstwerks, die aus der Stellung seines Produzenten in der Geschichte des künstlerischen Feldes erwachsen und die erst ein tiefer gehendes Verständnis und damit

4 Dies gilt freilich nur für einen Teil der künstlerischen Produkte, da auch einige klassische Werke für die schulische Rezeption zu anspruchsvoll sind. Der Schule als Institution kommt vor allem deshalb eine so große Bedeutung zu, weil sie eine zentrale Vermittlungsinstanz zwischen den in einer Gesellschaft sakralisierten kulturellen Werken einerseits und der ästhetischen Kompetenz der Laien andererseits darstellt.

den Genuss des Kunstwerks ermöglichen, bleiben diesen Betrachtern verborgen. Bourdieu spricht hier auch vom Gegensatz zwischen einem Substanz- und einem Formgeschmack. Damit verlieren Angehörige der unteren und mittleren Klassen typischerweise auch das Interesse und die Motivation zur Beschäftigung mit zeitgenössischer Kunst, da diese meist als verstörend und wenig interessant wahrgenommen wird (Bourdieu 1970). Ganz offensichtlich ist die Grundlage für eine angemessene Kunstwahrnehmung, die dem Betrachter auch einen Kunstgenuss verschafft, die Verfügung über ausreichende ästhetische Kompetenz bzw. kulturelles Kapital, was eine grundlegendere Dekodierung eines Kunstwerks erlaubt. Neben der wiederholten Beschäftigung mit Kunstwerken sind die wichtigsten Quellen für das hier benötigte kulturelle Kapital einerseits das Bildungssystem und andererseits als Voraussetzung für den Erwerb von kulturellem Kapital im Bildungssystem das kulturelle Klima im Herkunftshaushalt. Sollte die Theorie von Bourdieu zutreffen, so dürfen wir erwarten, dass Kunstaussstellungen weiterhin überwiegend von Personen mit einer ausreichenden Ausstattung mit kulturellem Kapital besucht werden. Dies gilt nicht zuletzt für Ausstellungen mit zeitgenössischer Kunst (Bourdieu 1982: 212). Dagegen sollte für die Sammler und Käufer von Kunst, die sich im ökonomisch ausgerichteten Subfeld der Kunst betätigen, neben ihrem durch Bildung gestützten Verständnis für Kunst, vor allem die Ausstattung mit ökonomischen Ressourcen eine zentrale Voraussetzung darstellen (Bourdieu 1982: 212). Insofern wird an dieser Stelle deutlich, dass der Zugang bzw. die Inklusion in das Feld der Kunst formal zwar optional ist (Burzan/Schimank 2004: 218-219), d.h. es wird niemand formal gezwungen sich in diesem Bereich zu betätigen und es wird auch niemand formal davon abgehalten, am Kunstfeld zu partizipieren. Aus theoretischer Perspektive erweist sich dennoch die Ausstattung der Akteure mit verschiedenen Arten von Ressourcen als entscheidend für ihren faktischen Zugang, d.h. ihre Inklusion in das Feld der Kunst. Dies soll im folgenden Abschnitt sowohl für Museumsbesucher einerseits und für Kunstkäufer und Sammler andererseits auf empirischer Grundlage demonstriert werden.

3. Wer hat Zugang zum Feld der Kunst?

Folgt man den Argumenten von Becker und Bourdieu über die Konstitution von sozialen Welten bzw. sozialen Feldern, dann kommt der individuellen Ressourcenausstattung von Akteuren für ihren Zugang zu diesen Teilbereichen der Gesellschaft eine zentrale Rolle zu. Aus Bourdieus Theorie kann abgeleitet werden, dass im Bereich des Museumsbesuchs vor allem die Ausstattung von Personen mit kulturellem Kapital von besonderer Bedeutung für ihren Zugang zu diesem Bereich des Kunstfeldes ist, während auf dem Kunstmarkt zwar auch ein hohes kulturelles Kapital vorausgesetzt werden muss, darüber hinaus aber auch eine entsprechende Ausstattung mit ökonomischem Kapital. Ob und in welchem Maße diese beiden Ressourcen weiterhin – auch in Zeiten des Kunstbooms – entscheidend für den Zugang zum Feld der Kunst sind, soll in den beiden folgenden Unterabschnitten analysiert werden. Dabei kann einerseits auf vorgängige Studien über Museumsbesucher und Sammler zurückgegriffen werden, andererseits können Daten einer Bevölkerungsumfrage in einem Leipziger Stadtteil verwendet werden, die für beide Fragestellungen relevant sind (vgl. zu dieser Umfrage Rössel 2008). Angemerkt sei, dass es sich dabei nicht um eine bevölkerungsrepräsentative Studie handelt, inhaltlich eignen sich die Daten allerdings besonders,

weil sowohl der Besuch von Museen und von Galerien als auch der Besitz von Kunstwerken als eigenständige Variablen abgefragt wurden.⁵

3.1. *Kulturelles Kapital und Museumsbesuch*

Neben der klassischen Musik gehört die bildende Kunst laut Bourdieu zu den Bereichen der so genannten legitimen Kultur, die am stärksten klassifizierende Wirkungen haben (Bourdieu 1982: 36-38). Dies zeigen auch vergleichende Studien über die Besucherstruktur unterschiedlicher Arten von kulturellen Veranstaltungen. Generell kann festgestellt werden, dass höher gebildete Personen bei kulturellen Veranstaltungen aller Art etwas überrepräsentiert sind, dies gilt insbesondere für den Besuch von Einrichtungen der klassischen Musik oder der bildenden Kunst (Dollase et al. 1986; Rössel et al. 2002, 2005). So beobachtet man in Theatern, Kinos, Freizeitparks und Museen mit technischen, naturkundlichen oder historischen Schwerpunkten ein deutlich stärker dem Bevölkerungsquerschnitt entsprechendes Publikum als in Aufführungen klassischer Musik oder in Kunstmuseen. In den letztgenannten Einrichtungen sind typischerweise Arbeiter und Hauptschulabsolventen dramatisch unterrepräsentiert und Hochschulabsolventen stark überrepräsentiert (Rössel et al. 2002; 2005). Im Hinblick auf die historische Entwicklung der Besucherstruktur in den vergangenen Jahrzehnten sprechen die vorliegenden Studien sogar eher für eine zunehmende Elitisierung des Publikums derartiger Veranstaltungen und nicht für einen Prozess der Inklusion breiterer Bevölkerungsschichten (Rössel et al. 2005; Otte 2005; Keuchel 2005). Man kann also erstens davon sprechen, dass der Besuch von Kunstmuseen in hohem Maße vom kulturellen Kapital, hier gemessen durch die formale Bildung, der Akteure abhängt und zweitens konstatieren, dass sich dies im Verlauf der vergangenen Jahrzehnte auch nicht verändert, sondern eher verschärft hat. Um diese Thesen an einem prominenten und aktuellen Beispiel zu illustrieren, habe ich in Tabelle 1 Daten zu den Besucherstrukturen einer Auswahl von Kunsthäusern, einer Auswahl von Museen mit anderen Schwerpunkten und der MoMA Ausstellung in Berlin vergleichend gegenübergestellt. Die Gastausstellung des Museum of Modern Art im Kulturforum in Berlin eignet sich besonders für die Untersuchung der Fragestellung dieses Aufsatzes. Es handelt sich um eine der meistbesuchten Kunstaussstellungen Deutschlands, die mit sehr großem Aufwand beworben wurde und von der angenommen wurde, dass sie der Kunst neue Gruppen von Interessenten gewonnen habe (MetaDesign 2006). Betrachtet man allerdings die Angaben in Tabelle 1, so wird deutlich, dass die Kunstmuseen und die MoMA-Ausstellung in ihren Besucherstrukturen überraschend ähnlich sind. In beiden sind hoch gebildete Personen deutlich überrepräsentiert und Frauen stärker als im Bevölkerungsdurchschnitt vertreten. Andere Museen mit einem nichtkünstlerischen Sammlungsschwerpunkt haben dagegen eine Besucherstruktur, die sehr viel stärker dem Bevölkerungsdurchschnitt entspricht (vgl. Rössel et al. 2005: 231; Kirchberg 2005: 266). Dies kann auch im Vergleich zu einer anderen so genannten „Blockbuster-Ausstellung“ in Berlin demonstriert werden, die noch ein etwas größeres Publikum als die MoMA-Schau angezogen hat, die umstrittene Ausstellung „Körperwelten“. Die Chance, einen beliebigen Hauptschulabsolventen im Vergleich zu einem beliebigen Hochschulabsolventen in der MoMA-Ausstellung anzutreffen, lag bei ca. 1 zu 35, dieser Wert lag bei der Körperwelten-

5 Von anekdotischem Interesse dürfte am Rande auch die Tatsache sein, dass es sich um den Stadtteil handelt, an den die Leipziger Baumwollspinnerei grenzt. Auf diesem Gelände befinden sich die Ateliers zahlreicher Künstler und mehrere Galerien, die der so genannten Neuen Leipziger Schule zuzurechnen sind.

schau bei 1 zu 9 (Lantermann 2001). Dieser Vergleich macht noch einmal deutlich, dass der Zugang zu Kunstmuseen im Vergleich zu anderen Museen in besonderem Maße von der Ausstattung der Akteure mit kulturellem Kapital abhängig ist.

Tabelle 1: Soziale Struktur der Museumsbesucher

	MoMA-Ausstellung ⁶	Kunstmuseen	Andere Museen
Alter	46	41	37,5
Frauenanteil	65	54	50,5
Arbeiter	---	3	6,5
Selbstständige	---	12,5	8,5
Hauptschule	3,8	7	11
Hochschule	51,9	51,5	31
N	1	17	16

An dieser Stelle stellt sich natürlich die Frage, wie es genau zu der Exklusion von wenig gebildeten Bevölkerungsgruppen aus den Museen kommt, da ja zumindest formal keine Zugangsbeschränkungen für diesen Bereich existieren. Eine erste Hypothese könnte sich auf den Eintrittspreis als Barriere beziehen. Tatsächlich kommt Kirchberg auf der Basis von Umfragedaten zu dem Ergebnis, dass die Eintrittspreise von Museen als die subjektiv bedeutsamste Barriere angesehen werden (Kirchberg 1998). Hummel et al. (1996) können diese Einschätzung noch weiter differenzieren: Sie können nachweisen, dass vor allem Besucher von Kunstmuseen eine Bereitschaft zur Zahlung von höheren Eintrittspreisen haben, während dies für die Besucher anderer Museen in geringerem Maße gilt. Eine Untersuchung aus dem Bereich der Musik, die einem Experimentum Crucis nahe kommt, nährt allerdings Zweifel an der Bedeutung der Eintrittspreise als zentraler Barriere für den Besuch von Kunstmuseen. In dieser Studie wurden die Besucherstrukturen gewöhnlicher klassischer Konzerte mit den Besucherstrukturen einer Konzertreihe verglichen, die mit einem minimalen Eintritt verbunden war. Dabei wurde deutlich, dass der Eintrittspreis überhaupt keinen Effekt auf die Besucherstruktur hatte (Rössel 2005: 309), d.h. in Konzerten mit minimalem Eintritt gab es eine genauso große Überrepräsentation von hoch gebildeten Personen, wie in Konzerten mit normalen Eintrittspreisen. Daher kann an der Bedeutung des Eintrittspreises als Barriere für den Besuch von Kunstmuseen durchaus gezweifelt werden. Diese Schlussfolgerung wird auch durch die Ergebnisse der Leipziger Studie unterstützt, die in Tabelle 2 dargestellt werden. Hier zeigt sich, dass vor allem die Bildung der befragten Personen als Indikator für ihre Ausstattung mit kulturellem Kapital relevant für den Museumsbesuch ist, während dies nicht für das Einkommen als Indikator für das ökonomische Kapital gilt (vgl. auch Kirchberg 2005: 266). Die bisherigen Resultate sprechen recht deutlich gegen die Bedeutung von ökonomischen Ressourcen als zentralen Zugangsvoraussetzungen für den Museumsbesuch.

Welche Faktoren können die Überrepräsentation von hoch gebildeten Personen in Kunstmuseen dann erklären? Eine sehr instruktive Studie zu diesem Thema wurde von Kleinalstede (2005) durchgeführt, die die Besuchsmotivationen und -barrieren, die den

6 Die Angaben stammen aus: Schuck-Wersig/Wersig 2004.

Einfluss der Bildung zum Teil erklären können, im Publikum von Kunst- und Naturkundemuseen systematisch verglichen hat. Dabei wurde deutlich, dass eine Orientierung an so genannten Formgeschmack stark mit der Vorliebe für Kunstmuseen korreliert, während eine Orientierung an stärker inhaltlich ausgerichteten Formen des Geschmacks einen positiven Einfluss auf die Vorliebe für Technik- und Naturkundemuseen hat (Kleinalstede 2005: 109). Weiterhin stellen offensichtlich die Interessen und die gemeinsamen Aktivitäten mit den Eltern eine gute Vorbereitung auf Besuche von Kunstmuseen dar. Dagegen gibt es eine Reihe von starken Barrieren, die manche Menschen vom Besuch von Kunstmuseen abhalten, dazu gehört die wahrgenommene Unverständlichkeit der dortigen Ausstellungsstücke und ihrer Präsentation, die ungemütliche Leere der Räume und die gezwungene Atmosphäre sowie die Vorstellung, dass solche Museen vor allem etwas für gebildete Personen sind. Diese Forschungsergebnisse unterstützen im hohen Maße die Theorie der Kunstrezeption von Pierre Bourdieu: Personen ohne entsprechende Ausstattung mit kulturellem Kapital haben wenig Gefallen an den formalen Experimenten in der Kunst, fühlen sich von der strengen und ernsthaften Atmosphäre der meisten Museen (white cube) und der damit verbundenen Anstrengung der Dekodierung von Kunstwerken nicht angezogen. Da diese Geschmacksvorlieben und kulturellen Kompetenzen zumindest zum Teil im Prozess der schulischen Bildung erworben werden, können sie die Überrepräsentation von hoch gebildeten Personen in Kunstmuseen verständlich machen. Auch in Kirchbergs vergleichender Studie über den Besuch von Kunst-, Geschichts- und Technikmuseen haben sich ähnliche Faktoren als Barrieren speziell für Kunstmuseen erwiesen: Die Befragten gingen im Falle von Kunstmuseen überdurchschnittlich häufig davon aus, dass sie in ihrer Freizeit besseres zu tun hätten, dass ein Besuch dort ermüdend, anstrengend und langweilig sei, und dass man schlussendlich nicht versteht, um was es dort geht (Kirchberg 2005: 292). Dies verweist auf den oben verdeutlichten, für die avantgardistische Kunst typischen Bruch mit konventionellen Wahrnehmungs- und Interpretationsweisen, die beim Laien meist für Verwirrung oder Verstörung sorgen (Becker 1982). Auch diese Resultate weisen zusammenfassend eine hohe Konsistenz mit Bourdieus Theorie der Kunstrezeption auf, da offensichtlich Unverständnis und mangelnde Motivation die wichtigsten Hindernisse für den Besuch von Kunstmuseen darstellen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Ausstattung mit kulturellem Kapital weiterhin eine zentrale Voraussetzung für den Besuch von Kunstmuseen sind. Der Zugang zu diesem Subfeld der Kunst zeigt sich als deutlich durch sozialstrukturelle Merkmale der Personen bzw. durch deren Ressourcenausstattung bestimmt. Dies hat sich auch im jüngst annoncierten Kunstboom nicht geändert, in den wesentlichen Merkmalen ist die Struktur des Kunstpublikums gleich geblieben.

3.2 Sammler und Käufer auf dem Kunstmarkt

Es hat sich sehr deutlich gezeigt, dass der in den Medien diskutierte Kunstboom zumindest in den Museen nicht zu einer Veränderung der Besucherstruktur geführt hat. Entsprechend der Theorie der Kunstrezeption von Bourdieu finden sich in den Museen weiterhin überwiegend hoch gebildete Personen mit einem umfangreichen kulturellen Kapital. Im nächsten Schritt treten wir allerdings in ein anderes Subfeld des Kunstfeldes ein: den Kunstmarkt, auf dem Kunstwerke als ökonomische Güter gehandelt werden. Im Anschluss an Bourdieu lässt sich für dieses Teilsegment des Kunstfeldes die Hypothese formulieren, dass

hier vor allem Personen aktiv sind, die sowohl über umfangreiches kulturelles Kapital, als auch über umfangreiches ökonomisches Kapital verfügen. Auch für den Genuss und die Aneignung käuflich erworbener Kunstwerke ist inkorporiertes kulturelles Kapital notwendig, für deren ökonomische Aneignung dagegen vor allem ökonomisches Kapital. Während in Museen die Eintrittspreise meist keine signifikante Barriere für den Besuch darstellen, ergibt sich im Falle des Marktpreises für Kunstwerke eine ganz andere Situation, egal ob es sich um einen Verkauf in einer Galerie oder um eine Auktion handelt. Dies illustriert auch Bourdieus Studie „Die feinen Unterschiede“, die zeigt, dass der Besitz von Gemäldesammlungen vor allem eine Eigenschaft von Unternehmern ist (Bourdieu 1982: 212).

Ähnlich wie im vorhergehenden Abschnitt soll nun auf der Basis von vorgängiger Forschung betrachtet werden, aus welchen sozialen Gruppen sich Käufer und Sammler von Kunst rekrutieren. Eine ersten Zugang kann man auf der Grundlage einer Studie von David Halle (1993) gewinnen, der in 160 Haushalten der amerikanischen Arbeiter, Mittel- und Oberklasse eine vollständige Erhebung aller von den Bewohnern präsentierten Bilder gemacht hat, von Familienfotographien, über religiöse Kunst bis hin zu Werken der zeitgenössischen Kunst. Dabei kommt er zu relativ eindeutigen Ergebnissen, was den Besitz von Kunstwerken angeht. So finden sich Bilder, die einem namentlich genannten Künstler zugeordnet werden können, vor allem in den Haushalten der oberen Mittelklasse und der Oberklasse (Halle 1993: 214), auch abstrakte Kunst, Kunstwerke aus Stammesgesellschaften und gemalte Portraits finden sich mit je einer Ausnahme ausschließlich in der oberen Mittelklasse und der Oberklasse (Halle 1993: 94, 123, 149, 218-219). Dagegen lassen sich allerdings auch Differenzierungen feststellen: Religiöse Kunstwerke finden sich z.B. fast ausschließlich in katholischen Arbeiterhaushalten (Halle 1993: 174). Insgesamt zeigt die Studie von Halle aber sehr deutlich, dass die Verfügung über Kunstwerke im engeren Sinne eine hochgradig klassenspezifische Angelegenheit ist, wobei vor allem Angehörige der oberen Klassen Gemälde oder Skulpturen besitzen. Allerdings lassen sich auf der Grundlage dieser Studie nur recht unspezifische Vermutungen über die Rolle des kulturellen und des ökonomischen Kapitals formulieren.

Die Studie von Halle lässt sich durch zwei weitere Studien ergänzen. So analysiert Kern (2004) die Sozialstruktur von 60 Sammlern in Köln. Diese sind überwiegend männlich (87%), hoch gebildet (80% mit Hochschulabschluss), verdienen überdurchschnittlich gut (51% über 6000 € im Monat, 20% mehr als 15000 € im Monat). Von den Sammlern sind 76% als Selbständige bzw. freiberuflich tätig. Darüber hinaus werden diese Resultate durch eine ältere Befragung der Besucher der Kunstmesse ART COLOGNE von 1995 gestützt. Unter den Personen, die sich selbst als Sammler bezeichnet haben, finden wir einen deutlichen Überschuss von Männern (69,9%), die relativ gut verdienen (29,5% mit Einkommen über 7500 DM), hoch gebildet sind (58,9% mit Universitätsabschluss), zu einem hohen Anteil selbständig oder freiberuflich tätig sind (45,2%); von diesen Befragten haben auch tatsächlich 26,4% ein Kunstwerk auf der ART COLOGNE gekauft. Ganz offensichtlich entspricht die hier befragte Personengruppe in hohem Maße den Hypothesen der soziokulturellen Klassentheorie von Pierre Bourdieu. Wir haben dabei mit Personen zu tun, die sowohl eine umfangreiche Ausstattung mit kulturellem, als auch mit ökonomischem Kapital besitzen. Diese zusammengefassten Ergebnisse von vorgängigen Studien können auch durch eine statistische Analyse auf der Grundlage der Bevölkerungsumfrage in Leipzig bestätigt werden (Tabelle 2). Hier wurde betrachtet, ob die befragten Personen schon einmal die Galerien in der Baumwollspinnerei in Leipzig besucht haben und ob sie

ein Kunstwerk besitzen. Es wird in beiden Fällen deutlich, dass nicht nur die Bildung als Indikator für das kulturelle Kapital der Befragten, sondern auch das Einkommen als Indikator für das ökonomische Kapital der Befragten einen statistisch signifikanten positiven Effekt aufweisen. Dies zeigt deutlich, dass der Zugang zum ökonomischen Subfeld der Kunst, dem Kunstmarkt, nicht allein von der ökonomischen Ressourcenausstattung, sondern auch vom kulturellen Kapital der Personen abhängig ist.⁷

Tabelle 2: Determinanten des Museums-, Galeriebesuchs und des Kunstbesitzes im Vergleich⁸

	Museumsbesuch	Galeriebesuch	Kunstbesitz
Einkommen	1,33 (2,24)	1,53** (5,19)	2,37*** (13,91)
Bildung	1,77*** (14,00)	1,26* (2,90)	2,19*** (13,34)
Alter	1,00 (0,01)	0,98* (3,52)	1,02 (1,69)
Geschlecht	0,56** (4,83)	0,69 (2,24)	0,98 (0,03)
Pseudo-R2	0,062	0,038	0,164
N	306	304	292

* $p < 0,1$ ** $p < 0,05$ *** $p < 0,01$

Allerdings kann auch an dieser Stelle noch einmal genauer gefragt werden, auf welchem Wege das kulturelle und das ökonomische Kapital bei der Nachfrage nach Kunstwerken auf dem Markt relevant werden. Am Beispiel des Museumsbesuchs wurde gezeigt, dass die Eintrittspreise nur eine geringfügige Barriere darstellen und die spezifische Besucherstruktur von Veranstaltungen der klassischen Hochkultur kaum erklären können. Dies dürfte sich auf dem Kunstmarkt anders darstellen, auch wenn man sich in seinen Einschätzungen nicht zu stark durch die regelmäßigen Meldungen über Rekordpreise beeindrucken lassen sollte. Diese sind nur der Gipfel einer typischerweise ausgesprochen linkssteilen Verteilung, d.h. ein großer Teil der verkauften Kunstwerke weist Preise unter dem arithmetischen Mittelwert auf (Caves 2000: 78-83). Um dies zu illustrieren wurden hier drei Datensätze mit Preisen für Kunstwerke des 20. Jahrhunderts ausgewertet, erstens der frei zugängliche Auktionspreisindex des Auktionshauses Nagel in Stuttgart, zweitens Auktionspreise für die laut „Capital Kunstkompass“ international renommiertesten Künstler aus dem deutschsprachigen Raum und schließlich ein Datensatz mit Listenpreisen von Galerien in Leipzig, der Werke von Künstlern der alten und neuen Leipziger Schule enthält (vgl. Beckert/Rössel 2004). Für alle drei Datensätze wurden die Quartile berechnet, d.h. es wurde betrachtet, unter welchem Preis 25, 50 und 75 % der berücksichtigten Kunstwerke liegen. Darüber hinaus wurde auch der höchste Preis in Tabelle 3 berücksichtigt, der beim Auktionshaus Nagel bei 210000 € lag, bei den Leipziger Galerien bei rund 33000 € und bei den internati-

7 Ausgeblendet wird an dieser Stelle die Tatsache, dass Frauen zwar unter den Museumsbesuchern - wie generell bei hochkulturellen Veranstaltungen - überrepräsentiert sind, unter den Sammlern und Kunstkäufern aber deutlich unterrepräsentiert sind.

8 Bei allen drei statistischen Modellen handelt es sich um logistische Regressionen; angegeben sind jeweils die entlogarithmierten Effektparameter und die Waldstatistik (in Klammern).

onal agierenden Künstlern bei über 2,7 Millionen €. In allen drei Fällen haben wir es also mit nicht unerheblichen Summen zu tun, die das von den Rekordpreisen erzeugte Bild unterstützen. Der Eindruck ändert sich allerdings, wenn man auf die Quartilswerte schaut. Hier wird deutlich, dass von den beim Auktionshaus Nagel versteigerten Werken der Kunst des 20. Jahrhunderts erstaunliche 75 % höchstens 1400 € kosten, von den Gemälden und Skulpturen in den Leipziger Galerien immerhin noch 50 % mit höchstens 1276 € zu Buche schlagen und dann auch von den international renommierten Künstlern noch 25 % der Auktionspreise bei bis zu 1784 € liegen. Auch bei Velhuis (2004: 100) wird ein Mittelwert von 2227 € für in Galerien verkaufte Kunstwerke genannt Grundlage sind die Preise für 11869 Gemälde und Skulpturen, die in den Niederlanden von Galerien verkauft wurden. Da die Verteilung der Preise für Kunstwerke gewöhnlich linkssteil ist, kann man also davon ausgehen, dass mehr als 50 % der Kunstwerke Preise haben, die niedriger als 2227 € sind. Dies sind für einen Durchschnittsverdiener immer noch erhebliche Summen, die aber bei einem einschlägigen Interesse für Kunst durchaus zu bewältigen wären und weit von den in den Medien gemeldeten Rekordpreisen für Kunstwerke entfernt liegen. Insofern kann an dieser Stelle verdeutlicht werden, dass die Exklusion auf dem Kunstmarkt etwas weniger strikt ist, als auf den ersten Blick vermutet, was nicht von der Tatsache ablenken darf, dass die Entscheidung über den Kauf eines Kunstwerkes sehr viel stärker durch ökonomische Kriterien geprägt ist, als der Besuch eines Kunstmuseums. Dies kommt auch in der Tatsache zum Tragen, dass auch für die Kunstsammler der wichtigste Grund für den Nichtkauf eines Kunstwerkes im Preis liegt (Bundesverband Deutscher Galerien 1996: Grafik 21).

Tabelle 3: Struktur der Preise für Kunst des 20. Jahrhunderts

	NAX ⁹	Internationale Auktionen	Galeriepreise Leipzig
100 %	210000	2743230	33163
75 %	1400	36556	3214
50 %	450	7919	1276
25 %	200	1784	561
N	6256	1331	556

Wie sieht es nun aber mit der Motivation für den Kauf von Kunstwerken aus? Eine erste Vermutung, die durch die gegenwärtig wieder einmal blühenden Kunstmarktfonds unterstützt wird, könnte auf den Investitionscharakter von Kunst zielen. In den oben schon genannten Studien über Sammler wird allerdings deutlich, dass für diese der Investitionscharakter von Kunst ein untergeordnetes Motiv ist (Kern 2004; Bundesverband Deutscher Galerien 1996). Allerdings darf man nicht übersehen, dass es selbstverständlich Kunstsammler gibt, die ein nicht unerhebliches Investitionsmotiv haben, dies gilt nicht zuletzt für die so genannten corporate collectors, also für die von großen Unternehmen angelegten Sammlungen (Moulin 1987: 97-101; Herchenröder 1990: 40; Plattner 1996: 189-190; Talkenberg 1991: 41-42; Martorella 1990; Ebert 2005). Insgesamt kann aber dem Investitionsmotiv keine ausschließliche Rolle zugesprochen werden. Es ist durchaus möglich, mit den richtigen Kunstwerken zur richtigen Zeit überdurchschnittliche Wertsteigerungen zu erzielen. Im Durchschnitt sind Gemälde und Skulpturen allerdings ökonomisch betrachtet keine allzu sinnvollen Wertanlagen, da andere Wertanlagen typischerweise immer höhere

9 Zugriff am 11.9.2007.

Renditen erzielen (Frey/Eichenberger 1995). Daneben kann man noch zwei weitere zentrale Motive für den Kauf von Kunstwerken benennen: Erstens ist dies die ästhetische Freude an Kunstwerken, die auch zahlreiche der in den beiden oben genannten Studien befragten Sammler als relevant bezeichnen (Kern 2004; Bundesverband Deutscher Galerien 1996). Dabei hat dieses ästhetische Interesse durchaus unterschiedliche Ausprägungen, die von der intellektuellen Herausforderung durch Kunstwerke über die Passung in den Lebensstil bis hin zur Dekorierung der eigenen Wohnung reichen (Bundesverband Deutscher Galerien 1996: 26-28). Dieses ästhetische Motiv ist bei den Kunstsammlern auch in einer umfassenden Kenntnis und Suche nach Informationen über Kunst fundiert (Bundesverband Deutscher Galerien 1996: 15-16). Nicht nur kennen sich Kunstsammler überdurchschnittlich gut in der Kunstszene aus, sie suchen auch aktiv in Museen, bei Galeristen und in Kunstzeitschriften nach weiteren Informationen. Zweitens kann noch ein Prestige- und Distinktionsmotiv ausgemacht werden, das wiederum in ausgesprochen verschiedenen Formen auftauchen kann: Dieses reicht vom ostentativen Konsum eines Bildes, das vor allem anzeigt, dass man sich ein besonders teures Kunstwerk leisten kann, über die eigene Darstellung als kunstverständige Person bis hin zur Distinktion innerhalb der Kunstwelt selbst. Damit ist das Bedürfnis vieler Sammler gemeint, selbst direkten Zugang zu den Künstlern zu haben (Ostrower 1998) und sich in der Förderung und Entdeckung neuer Künstler hervorzutun (Bundesverband Deutscher Galerien 1996: Grafik 16; 26-28; Moulin 1987: 91-96; Kern 2004: 39 ff.). Damit wird aber deutlich, dass die Motivation für den Kauf von Kunstwerken sich nicht allein auf ökonomische Motive zurückführen lässt, sondern zu einem nicht unerheblichen Teil auch von der Fähigkeit, Kunst zu verstehen und zu genießen, abhängt, letztlich also von der Ausstattung der Akteure mit kulturellem Kapital.

Es wurde demonstriert, dass eine entsprechende Ausstattung mit ökonomischem Kapital ganz im Sinne Bourdieus eine Voraussetzung für die Betätigung auf dem Kunstmarkt darstellt. Allerdings wurde auch gezeigt, dass die ökonomischen Hürden nicht so hoch sind, wie dies von den allfälligen Rekordauktionspreisen suggeriert wird. Allerdings reicht offensichtlich die Ausstattung mit ökonomischem Kapital für die Partizipation in der Kunstwelt normalerweise nicht aus, die Sammler und Kunstkäufer verfügen auch in hohem Umfang über kulturelles Kapital. Dies bildet die Grundlage für zwei der primären Motive des Kunstkaufs: Die Liebe zur Kunst und die Distinktion innerhalb der Kunstwelt selbst durch die Entdeckung neuer Stile oder Künstler.

4. Der ökonomische und der kulturelle Pol des Kunstfeldes – Interdependenzen

Die Welt der Kunst ist immer schon Gegenstand von Klagen über den Verfall der Kunst und für Verschwörungstheorien über den Einfluss von bestimmten Personengruppen auf die Entwicklung der Kunst gewesen. So finden sich in der Literatur immer wieder Hinweise auf die Macht der großen Sammler, die nicht nur durch ihre Einkaufspolitik, sondern auch durch ihren Einfluss auf Museen und staatliche Kunstförderung bestimmen, wohin sich die Kunst entwickelt (Burnham 1973: 161; Moulin 1987: 79; Rauterberg 2006; Dossi 2007). Eine soziologische Perspektive ist gegenüber solchen Verschwörungstheoretischen Vorstellungen ausgesprochen hilfreich, da sie uns auf die recht große Unvorhersagbarkeit von Entwicklungen im Bereich der Kunst verweist (Beckert/Rössel 2004; Rössel 2007). Das Thema ist offensichtlich auch für die großen Sammler relevant, die meist auf einen Stab von Kunsthistorikern und Beratern zurückgreifen, um die Unsicherheiten der Marktent-

wicklung einzuschätzen. Darüber hinaus spricht aber auch die Vielzahl von Akteuren, von den Galeristen über die Museen und ihre Kuratoren sowie die Kunstkritiker bis hin zu den Kunsthistorikern und den Verfassern der Curricula des Kunstunterrichts in den allgemein bildenden Schulen, die zur endgültigen Konsekration eines Künstlers bzw. Kunstwerkes nötig sind, gegen die Vorstellung, dass eine kleine Gruppe oder ein kleines Netzwerk von Personen die Entwicklung der Gegenwartskunst bestimmt. Dennoch kann diese These hier aufgenommen werden, um einige grundsätzliche Interdependenzen zwischen den beiden bisher separat besprochenen Bereichen der Museen und ihrer Besucher einerseits und den Sammlern und Käufern auf dem Kunstmarkt andererseits in den Blick zu nehmen.

Beginnen wir die Betrachtung mit der Situation der Museen. Museen und große Ausstellungen nehmen weiterhin eine wichtige Rolle bei der symbolischen Konsekration von Künstlern und Kunstwerken ein. Auch wenn es hier Ausnahmen gibt, ist eine Ausstellung im Museum eine wichtige Station in der Karriere eines Künstlers (Pommerehne/Frey 1990). Doch nicht nur in symbolischer Hinsicht spielen Museen immer noch eine wichtige Rolle im Feld der Kunst. Darüber hinaus kann man durchaus von einem quantitativen Museumsboom sprechen, da zahlreiche Museen neu gegründet wurden (vgl. Tabelle 4) und darüber hinaus auch einige beeindruckende Museumsneubauten entstanden sind (München, Baden-Baden, Leipzig, Güstrow, Rolandseck, Basel, um nur einige Beispiele zu nennen). Dieser Boom hat für die Kunstmuseen aber nicht nur positive Folgen, da er zu einer größeren Konkurrenz um die Besucher führt. Zwar hat es in den vergangenen Jahren einen gewissen Zuwachs von Museumsbesuchen gegeben (vgl. Tabelle 4), doch bis Mitte der neunziger Jahre ist Kirchbergs Fazit zum Museumsboom: „Der Museumsboom – zumindest hinsichtlich der Besuchszahlen – fand also nicht statt“ (Kirchberg 2005: 25). Dies wird vor allem an der Tatsache deutlich, dass erst im Jahr 2004 die Zahl der Durchschnittsbesucher aus dem Jahr 1993 zum ersten Mal übertroffen wird. Die Konkurrenz zwischen den Museen wird noch durch zwei weitere Entwicklungen verschärft. Erstens müssen sich Kunstmuseen in zunehmendem Maße gegenüber den Kommunen und den Ländern als wichtigsten Finanzgebern legitimieren. Dabei sind die Besucherzahlen das dominierende Kriterium in der Diskussion (vgl. Schulze 1992). Auch von einer anderen Seite wird der Druck auf die überwiegend öffentlich finanzierten Kunstmuseen verstärkt: Das sind die teilweise oder überwiegend privat organisierten Museen (Meier/Frey 2003; Dossi 2007: 82-83), die stärker an der Mobilisierung von Besuchern und an einer attraktiven Gestaltung für die Kunden orientiert sind. Daher ist der so genannte Kunstboom (Rauterberg 2006) – zumindest was die Besucher von Kunstmuseen und Kunstausstellungen angeht – vor allem ein Resultat der strategischen Reaktion der Museen auf diesen zunehmenden Druck: Der Aufbau und der Ausbau von PR- und Marketingabteilungen, die Fokussierung auf Sonderausstellungen (vgl. Institut für Museumskunde 2007; Schuck-Wersig et al. 1998; Hütter/Schulenburg 2004; Schuck-Wersig/Wersig 1999) und deren gut sichtbare Präsentation (vorbildlich in diesem Fall wieder einmal die MoMA Ausstellung in Berlin) sorgen für eine deutlich größere Wahrnehmbarkeit der Kunstwelt – auch wenn der faktische durchschnittliche Besuch von Kunstmuseen seit den frühen neunziger Jahren kaum zugenommen hat (vgl. Tabelle 4). Dies ist besonders auffällig bei den so genannten Superstarmuseen und den Blockbuster-ausstellungen, von denen häufig die Rede ist. Betrachtet man die Daten in Tabelle 4, so wird deutlich, dass die Anzahl der Museen mit sehr hohen Besucherzahlen (über 500000 Besuche) seit den späten achtziger Jahren nicht zugenommen hat. Dies spricht sehr deutlich dafür, dass sich die Kunstmuseen in der Öffentlichkeit sehr viel stärker bemerkbar machen

als in der Vergangenheit, dass dies aber keineswegs zu einem Boom bei den Besucherzahlen geführt hat.

Darüber hinaus ist für die Situation der Museen charakteristisch, dass sie angesichts knapper Etats (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2006) meist eine relativ vorsichtige Ankaufspolitik betreiben müssen, also einerseits Kunstwerke mit hohen Preisen kaum erwerben können und sich andererseits vor allem bei zeitgenössischer Kunst, deren langfristige Qualitätseinschätzung unsicher ist, zurückhalten müssen (Herchenröder 1990: 331). Damit werden die Museen – wenn sie denn zeitgenössische Kunst präsentieren wollen – abhängig von den großen Sammlern zeitgenössischer Kunst, die sich damit einen entsprechenden Einfluss sichern können (vgl. dazu die Fallbeispiele bei Herchenröder 1978; 1990; 2000 und die Diskussion über die Flick-Collection bei Kessen 2004). Insgesamt muss man allerdings zur Situation der Museen einräumen, dass sowohl deren Wendung zur PR – man könnte auch sagen, deren stärkere Beteiligung am Erlebnismarkt (Schulze 1992) – wie auch deren stärkere Abhängigkeit von Sammlern bisher nicht Gegenstand einer wirklich systematischen Analyse geworden wäre, die die hier skizzierte Zustandsbeschreibung tatsächlich mit empirischer Evidenz stützen würde.

In der Situationsanalyse der Museen wurde im letzten Punkt schon deren Abhängigkeit von den großen Sammlern zeitgenössischer Kunst angesprochen. Betrachtet man die vorliegenden Analysen des Kunstmarkts, besonders hinsichtlich der Rolle der Sammler, so erstaunt, dass auf außerordentlich schmaler Grundlage immer wieder die gleichen Stereotype reproduziert werden. Einerseits findet man sehr häufig die schon oben zitierte Äußerung, dass wenige große Sammler den Kunstmarkt bestimmen, andererseits stößt man im gleichen Atemzug auf die These, dass diese Sammler von Kunst keine Ahnung haben und daher auf Beratung durch Galeristen, Kunsthistoriker und persönliche Berater angewiesen seien (Rauterberg 2006; Dossi 2007: 106-107; Drinkuth 2003: 38; Herchenröder 1978: 258). Dagegen muss auf der Grundlage der oben zitierten Studien über Sammler darauf hingewiesen werden, dass diese sich weit besser mit der Kunstwelt auskennen, als die meisten kunstinteressierten Personen und dabei auch aktiv nach Informationen suchen (Bundesverband Deutscher Galerien 1996). Dies ändert selbstverständlich nichts an der Tatsache, dass sich die Sammler von zeitgenössischer Kunst auf einem Markt mit außerordentlich hoher Unsicherheit bewegen (Beckert/Rössel 2004; Rössel 2007; Plattner 1998). Diese Unsicherheit trifft aber auf alle Akteure im Feld der Kunst zu, seien es die Künstler selbst, deren Galeristen, die Kuratoren von Ausstellungen oder Kunstkritiker. Welche dieser Akteure so im Feld der Kunst positioniert sind, dass sie die zukünftigen Entwicklungen mitbestimmen oder prognostizieren können, lässt sich immer erst post hoc feststellen. Sammler unterscheiden sich in dieser Hinsicht offensichtlich nur graduell von anderen Akteuren im Feld der Kunst.

Tabelle 4: Die Entwicklung der Struktur der Museumsbesuche

Jahr	Museen Anzahl	< 10	10 - 20	20 - 50	50 - 100	100 - 500	500	Besuche	
								Gesamt	Ø Besuche
1987	231	76	38 (49,4)	56	27 (35,9)	31	3 (14,7)	---	
1988	242	85	37 (50,4)	66	24 (37,2)	28	2 (12,4)	---	
1993	414	195	65 (62,8)	82	42 (34,8)	27	3 (7,2)	15377	37142
1998	467	234	65 (64,0)	98	35 (28,5)	34	1 (7,5)	15298	32758
1999	462	218	72 (62,8)	93	45 (29,9)	34	0 (7,4)	15924	34467
2000	476	234	85 (67,0)	79	46 (26,3)	32	0 (6,7)	15122	31768
2001	497	247	78 (66,0)	90	45 (27,2)	37	0 (7,4)	16251	32698
2002	508	240	92 (65,4)	90	45 (26,6)	38	3 (8,1)	17251	33958
2003	503	243	84 (65,0)	95	40 (26,8)	40	1 (8,2)	17041	33878
2004	494	234	68 (61,1)	107	38 (29,4)	44	3 (9,3)	19088	38639
2005	489	232	77 (63,2)	87	45 (27,0)	46	2 (9,8)	19230	39325

Die Besucherzahlangaben sind (außer in der letzten Spalte) immer in 1000 Besuchern gerechnet. Die Angaben in Klammern stellen den Anteil von Museen in Prozent dar, der auf bestimmte Besucherzahlkategorien entfällt. Quelle: Statistisches Jahrbuch der Bundesrepublik Deutschland.

Betrachtet man das Verhältnis von Sammlern und Museen genauer, so denkt man vor allem an die spektakulären Fälle von großen Sammlern, die ihre privaten Interessen in der Verhandlung mit Museen zu einem hohen Grad durchsetzen können (Herchenröder 1978; 1990; 2000; Caves 2000: 345). Dabei wird aber leicht übersehen, dass es eine Vielzahl von Sammlern gibt, die ihre Sammlungen gerne Museen zur Verfügung stellen würden, weil nur diese die Ressourcen für eine angemessene Archivierung und wissenschaftliche Aufarbeitung zur Verfügung stellen können und darüber hinaus auch die Museen einen wichtigen Beitrag zur künstlerischen Konsekration der Werke leisten können. Dies war durchaus auch einer der Punkte in der Diskussion über die Flick-Collection. Dort wurde darauf verwiesen, dass ein Aufenthalt im Museum den ausgestellten Werken zu einer Steigerung ihres symbolischen und ökonomischen Wertes verhelfen würde (Kessen 2004). Es handelt es sich bei der Beziehung zwischen großen Sammlern und Museen also keinesfalls um eine völlig einseitige Abhängigkeitsbeziehung, sondern allenfalls um eine Beziehung der Interdependenz. Ob sich innerhalb dieser Interdependenzbeziehung die Machtbalance aufgrund der geschilderten Situation der Museen zugunsten der Sammler gewandelt hat, kann erst aufgrund einer systematischen empirischen Analyse entschieden werden und muss daher an dieser Stelle offen bleiben.

5. Zusammenfassung

Den Ausgangspunkt für diesen Artikel bildet die These vom so genannten „Kunstboom“, der sich in spektakulären, viel besuchten Ausstellungen einerseits, Rekordpreisen für Werke auch der zeitgenössischen Kunst andererseits äußert. Vor diesem Hintergrund wurde hier im Anschluss an Becker und Bourdieu ein theoretisches Konzept skizziert, das den Zugang

zum Feld der Kunst vor allem durch die Ressourcenausstattung der Akteure bestimmt sieht. Die Begriffe der Inklusion und der Exklusion wurden hier nicht in einem formalen Sinne verwendet, sondern lediglich um zu beschreiben, ob bestimmte Personen oder Personengruppen am Kunstfeld teilhaben oder nicht. Diese Partizipation ist im Sinne von Burzan und Schimank (2004) als optional zu betrachten, d.h. es gibt weder einen Zwang zur Teilnahme an der Kunst, noch einen formalen Ausschluss. Allerdings darf in diesem Zusammenhang auch nicht übersehen werden, dass die Fähigkeit zum informierten Umgang mit zeitgenössischen Gemälden und Skulpturen sich in zentralen Bereichen der Gesellschaft als vorteilhaft erweist. Zumindest konnte in zahlreichen Studien gezeigt werden, dass die Vertrautheit mit der klassischen Hochkultur einschließlich der bildenden Kunst sowohl im Bereich der Bildung, als auch auf dem Arbeitsmarkt Vorteile im Umgang mit den bereichsspezifischen Gatekeepern verschafft (DiMaggio 1982; Mohr/DiMaggio 1995; Rössel/Beckert-Zieglschmid 2002; Hartmann 1996, vgl. kritisch dazu Halle 1993). Insofern ist die Partizipation am Feld der Kunst zwar optional, doch mag ein Selbstausschluss auch mit gewissen Nachteilen verbunden sein, die sich nicht ausschließlich auf den entgangenen ästhetischen Genuss beziehen.

Zwei Subfelder der Kunst wurden hier einer genaueren Betrachtung unterzogen: einerseits die Kunstmuseen, die mit ihrer symbolisch konsekrierenden Funktion weiterhin eine wichtige Rolle im Kunstfeld spielen und andererseits die Kunstmärkte, auf denen Kunstwerke als Waren gehandelt werden. Dabei stand im Vordergrund die Frage nach den Ressourcen, die Akteure benötigen, um sich auf diesen beiden Subfeldern der Kunst zu beteiligen. Hier wurde erstens deutlich, dass die Besucherstruktur von Kunstmuseen weiterhin durch eine Überrepräsentation von hoch gebildeten Personen geprägt ist. Dies hat sich auch bei den jüngsten Blockbuster ausstellungen nicht verändert. Das kulturelle Kapital von Personen erweist sich als eine zentrale Zugangsvoraussetzung für dieses Subfeld der Kunst. Zweitens finden sich auch im Bereich der Kunstmärkte Personen mit sehr hoher Bildung, die über eine hohe kulturelle Kompetenz verfügen, überrepräsentiert. Im Gegensatz zum Besuch der Kunstmuseen ist drittens allerdings die aktive Teilnahme am Kunstmarkt auch mit der Notwendigkeit einer angemessenen Ausstattung mit ökonomischem Kapital verbunden, die für die untersuchten Gruppen von Sammlern und Kunstkäufern deutlich demonstriert werden konnte. Dabei wurde hier aber viertens verdeutlicht, dass die Rekordpreise, die zum Teil bei Auktionen erzielt werden, für den durchschnittlichen Sammler oder Käufer von Kunst irrelevant sind, da sich ein großer Teil der verkauften Kunstwerke weit unter diesen Preisen bewegt.

Eine wichtige Ursache für die weit verbreitete Wahrnehmung eines Kunstbooms liegt in der strukturellen Situation öffentlich finanzierter Kunsthäuser, die diese Museen zunehmend zur Organisation von publikumswirksamen Sonderausstellungen und zu einer verstärkten Hinwendung zur Öffentlichkeitsarbeit drängt. Diese Entwicklung dürfte einen nicht unerheblichen Anteil an der Entstehung der Vorstellung eines Kunstbooms haben, der sich zumindest auf der Ebene der faktischen Besucherzahlen bisher nur ansatzweise andeutet. Insgesamt muss daher auch für die Frage nach der Entwicklung von Inklusions- und Exklusionsprozessen festgehalten werden, dass der gesellschaftliche Bereich der bildenden Kunst formal zwar für alle Personen geöffnet ist, dass aber die faktische Partizipation weiterhin von einer umfangreichen Ausstattung mit kulturellem Kapital und im Falle des Kunstmarktes auch mit ökonomischem Kapital abhängig ist.

Literatur

- Becker, Howard S., 1982: *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Beckert, Jens und Jörg Rössel, 2004: Kunst und Preise. Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit auf dem Kunstmarkt. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 56: S. 32-50.
- Bohn, Cornelia und Alois Hahn, 1999: Pierre Bourdieu. S. 252-271 in: Kaesler, Dirk (Hg.): *Klassiker der Soziologie*, von Talcott Parsons bis Pierre Bourdieu. München: Beck'sche Verlagsbuchhandlung.
- Bourdieu, Pierre, 1970: *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre, 1982: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre, 1983: *Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt. Sonderband 2*: S. 183-198.
- Bourdieu, Pierre, 1999: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre et al., 1981: *Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie*. Frankfurt/Main: Europäische Verlagsanstalt.
- Bourdieu, Pierre und Loic Wacquant, 1996: *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Bundesverband Deutscher Galerien, 1996: *Kulturelle Praxis und bildende Kunst*. Bonn: Kunst und Forschung, Institut für Studien zur Kulturellen Praxis e. V.
- Burnham, Sophy, 1973: *The Art Crowd*. New York: David McKay Company.
- Burzan, Nicole, 2005: Die gesellschaftliche Teilhabe an der Kunst im Lichte von Inklusionsprofilen. *Sociologia Internationalis* 43: S. 213-237.
- Burzan, Nicole und Uwe Schimank, 2004: Inklusionsprofile – Überlegungen zu einer differenzierungstheoretischen „Sozialstrukturanalyse“. S. 209-237 in: Schwinn, Thomas (Hg.): *Differenzierung und soziale Ungleichheit: die zwei Soziologien und ihre Verknüpfung*. Frankfurt/Main: Humanities Online.
- Caves, Richard E., 2000: *Creative Industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Dollase, Rainer et al., 1986: *Demoskopie im Konzertsaal*. Mainz: Schott.
- DiMaggio, Paul, 1982: Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students. *American Sociological Review* 47: S. 189-201.
- Dossi, Piroshka, 2007: *Hype! Kunst und Geld*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Drinkuth, Friederike Sophie, 2003: *Der moderne Auktionshandel: Die Kunstwissenschaft und das Geschäft mit der Kunst*. Köln: Böhlau.
- Ebert, Hanna Marie, 2005: *Corporate Collections. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde* 32.
- Frey, Bruno S. und Reiner Eichenberger, 1995: On the rate of return in the art market: Survey and evaluation. *European Economic Review* 39: S. 528-537.
- Fröhlich, Gerhart, 1994: Kapital, Habitus, Feld, Symbol. Grundbegriffe der Kulturtheorie Pierre Bourdieus. S. 31-54 in: Mörth, I. und G. Fröhlich (Hg.): *Das symbolische Kapital der Lebensstile*. Frankfurt/Main: Campus
- Halle, David, 1993: *Inside Culture: Art and Class in the American Home*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hartmann, Michael, 1996: *Topmanager. Die Rekrutierung einer Elite*. Frankfurt: Campus.
- Herchenröder, Christian, 1978: *Die Kunstmärkte: Sammelgebiete – Museumspolitik – Auktionsstrategien – Messmärkte – Die großen Sammler – Fälschungen – Wert der Expertise*. Düsseldorf: Econ Verlag.
- Herchenröder, Christian, 1990: *Die neuen Kunstmärkte: Analyse, Bilanz, Ausblick*. Düsseldorf: Verlag Wirtschaft und Finanzen.
- Herchenröder, Christian, 2000: *Kunstmärkte im Wandel. Vom Jahrzehnt des Umbruchs in die Gegenwart*. Düsseldorf: Verlag Wirtschaft und Finanzen, Verlagsgruppe Handelsblatt.
- Holt, Douglas B., 1997: Distinction in America? Recovering Bourdieu's Theory of Tastes from its Critics. *Poetics* 25: S. 93-120.
- Hummel, Marlies und Bernhard Graf, 1996: *Eintrittspreise von Museen und Ausgabeverhalten der Museumsbesucher. Materialien aus dem Institut für Museumskunde* 46.
- Hütter, Hans und Sophie Schulenburg, 2004: *Museumsshops – ein Marketinginstrument für Museen. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde* 28.
- Institut für Museumsforschung, 2007: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2006*. Berlin: Institut für Museumsforschung.

- Kern, Susann, 2004: Kunstsammler als Akteure im Kunstmarkt. Eine empirische Studie unter Kölner Kunstsammlern. Köln: Diplomarbeit im Fach Soziologie an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln.
- Kessen, Peter, 2004: Von der Kunst des Erbens: die „Flick-Collection“ und die Berliner Republik. Berlin: Philo & Philo Fine Arts.
- Keuchel, Susanne, 2005: Das Kulturpublikum zwischen Kontinuität und Wandel-Empirische Perspektiven. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005 – Thema: Kulturpublikum. Essen: Klartext Verlag.
- Kirchberg, Volker, 1998: Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums. *Journal of Cultural Economics* 22: S. 1-13.
- Kirchberg, Volker, 2005: Gesellschaftliche Funktionen von Museen: makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kleinalstede, Waltje, 2005: Besucherstrukturen in Museen. Eine empirische Untersuchung von Bildungseinflüssen auf den Besuch unterschiedlicher Museumstypen in Leipzig. Magisterarbeit: Institut für Kulturwissenschaften an der Universität Leipzig.
- Kneer, Georg, 2004: Differenzierung bei Luhmann und Bourdieu. Ein Theorievergleich. S. 25-56 in: Nassehi, Armin und Gerd Nollmann (Hg.): Bourdieu und Luhmann. Frankfurt: Suhrkamp.
- Knight, Jack, 1992: *Institutions and Social Conflict*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Korpi, Walter, 2001: Contentious Institutions. An Augmented Rational-Action Analysis of the Origins and Path Dependency of Welfare State Institutions in Western Countries. *Rationality and Society* 13: S. 235-283.
- Lantermann, Ernst D., 2001: Der eigene Körper im Spiegel der Anatomie. S. 279-300 in: Franz J. Wetz und Brigitte Tag (Hg.): *Schöne neue Körperwelten. Der Streit um die Ausstellung*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Martorella, Roseanne, 1990: *Corporate Art*. New Brunswick: Rutgers UP.
- Meier, Stephan und Bruno S. Frey, 2003: Private Faces in Public Places: The Case of a Private Art Museum in Europe. *Cultural Economics* 3: S. 1-16.
- Metadesign, 2006: Das MoMa in Berlin. (<http://www.metadesign.de>)
- Mohr, John and Paul DiMaggio. 1995: The Intergenerational Transmission of Cultural Capital. *Research in Social Stratification and Mobility* 14: S. 167-200.
- Moulin, Raymonde, 1987: *The French Art Market: A Sociological View*. London: Rutgers University Press.
- Ostrower, Francie, 1998: The arts as cultural capital among elites: Bourdieu's theory reconsidered. *Poetics* 26: S. 43-53.
- Otte, Gunnar, 2005: Hat die Lebensstilforschung eine Zukunft? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 57: S. 1-31.
- Plattner, Stuart, 1996: *High Art Down Home. An Economic Ethnography of a Local Art Market*. Chicago: University of Chicago Press.
- Plattner, Stuart, 1998: A Most Ingenious Paradox. The Market for Contemporary Fine Art. *American Anthropologist* 100: S. 482-493.
- Pommerehne, Werner und Bruno S. Frey, 1990: *Museen und Märkte. Ansätze zu einer Ökonomik der Kunst*. München: Vahlen.
- Rauterberg, Hanno, 2006: Heiß auf Matisse. *Die Zeit* 20.04.2006.
- Rössel, Jörg, 2005: *Plurale Sozialstrukturanalyse: eine handlungstheoretische Rekonstruktion der Grundbegriffe der Sozialstrukturanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Rössel, Jörg, 2007: Ästhetisierung, Unsicherheit und die Entwicklung von Märkten. S. 167-181 in: Beckert, Jens et al., (Hg.) *Märkte als soziale Strukturen*, Frankfurt/Main: Campus.
- Rössel, Jörg, 2008: Conditions of the Explanatory Power of Life Styles. *European Sociological Review* 24: S. 231-241.
- Rössel, Jörg et al., 2002: Die soziale und kulturelle Differenzierung des Hochkulturpublikums, *Sociologia Internationalis* 40: S. 191-212.
- Rössel, Jörg und Claudia Beckert-Ziegelschmid, 2002: Die Reproduktion kulturellen Kapitals. *Zeitschrift für Soziologie* 31: S. 497-513.
- Rössel, Jörg et al., 2005: Soziale Differenzierung und Strukturwandel des Hochkulturpublikums. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2005 – Thema: Kulturpublikum*. Essen: Klartext Verlag.
- Schimank, Uwe, 1996: *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Schreiber, Susanne, 2007: Rekordpreise für zeitgenössische Kunst bei Sotheby's. *Handelsblatt* 16.05.2007.
- Schuck-Wersig, Petra und Gernot Wersig, 1999: *Museumsmarketing in den USA. Neue Tendenzen und Erscheinungsformen*. Opladen: Leske + Budrich.

- Schuck-Wersig, Petra und Gernot Wersig, 2004: Besucherumfrage am Kulturforum der Staatlichen Museen zu Berlin. Berlin: FU Berlin.
- Schuck-Wersig et al., 1998: Deutsche Museen im Internet. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde 13.
- Schulze, Gerhard, 1992: Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt: Campus.
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2006: Kulturfinanzbericht. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Talkenberg, Andrea, 1991: Die Ökonomie des Bildermarktes. Eine Informationsökonomische Analyse. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Velthuis, Olaf, 2004: Talking Prices. Princeton: Princeton University Press.