

5 Fragen an ...

INTERVIEW STEFANIE STADEL

Um den einen Künstler buhlen alle und blättern die Millionen hin. Derweil der nicht weniger interessante Kollege ohne Auskommen dasteht. Wer hat heute noch den Durchblick im System Kunstmarkt? Vielleicht kein Zufall, dass gerade jetzt ein kaum beackertes Forschungsgebiet in den Blick gerät. Seit 2015 arbeitet Dr. Nadine Oberste-Hetbleck als deutschlandweit erste Juniorprofessorin für Kunstgeschichte und Kunstmarkt an der Universität zu Köln.



Dr. Nadine Oberste-Hetbleck. Foto: privat.

k.west: Kunst als Ware zu begreifen, davor schrecken Kunsthistoriker zurück. Sie hatten ein klassisches Kunstgeschichtsstudium absolviert, als Sie 2005 das Merkantile in den Blick nahmen und eine Dissertation über die »Selbstvermarktung von Künstlern der Düsseldorfer Malerschule« geschrieben haben. Wurden Sie schief angesehen?

Oberste-Hetbleck: Das wäre untertrieben. Als ich Aspekte meiner Doktorarbeit in Vorträgen präsentierte, bin ich immer wieder scharf angeschossen worden: Welchen Mehrwert zum Verständnis des einzelnen Kunstwerks meine Untersuchungen denn bringen würden? Oft fühlte ich mich regelrecht in die Defensive gedrängt.

k.west: Kunst und Geld – das geht heute reibungsloser zusammen als noch vor zehn Jahren. Ein aufstrebendes Forschungsgebiet?

Oberste-Hetbleck: Das Fach ist klar im Aufwind. Inzwischen gibt es eine Vielzahl von Tagungen, eine internationale Vereinigung (TIAMSA) und erste thematische Journals. Ein Grund könnte sein, dass die Provenienzforschung, auch durch Gurlitt, verstärkt Aufmerksamkeit erhält. Hinzu kommen Forschungen aus jüngerer Zeit, die belegen, wie stark Marktstrukturen auf die Kunstproduktion wirken. Nehmen wir etwa die Pop Art, für deren Durchsetzung der US-Galerist Leo Castelli maßgeblich war. Er versuchte, gemeinsam mit seiner Exfrau Ileana Sonnabend in Paris einen europäischen Exklusivvertrieb aufzubauen. Bis dann europäische Akteure persönlich nach New York reisten und die Werke hierher holten.

k.west: Was genau ist Gegenstand Ihres Faches?

Oberste-Hetbleck: Ich fasse die Kunstmarktforschung sehr breit. Sie untersucht die Beziehungen der Akteurs-Gruppen im Kunstsystem und ihre Auswirkung auf die Entwicklung, auf die Durchsetzung, Etablierung oder Kanonisierung der Kunst. Kunstmarktforschung geht aber über das rein Merkantile hinaus; es geht um ein besseres Verständnis historischer Kommunikationen generell. Dabei ist sie grundsätzlich eine interdisziplinäre Angelegenheit; die Erkenntnisse von kunsthistorischer Seite sind nur ein Beitrag unter vielen.

k.west: Mehr denn je scheinen Netzwerke maßgeblich: Galeristen, Kuratoren, Kritiker machen den Künstler gemeinsam groß. Ist dies auch Thema?

Oberste-Hetbleck: Ja, zuletzt habe ich etwa mit einer Gruppe von Studierenden in einer Online-Befragung untersucht, wie die Zusammenarbeit in Galeriehäusern oder -arealen funktioniert, welche Vorteile oder Synergien solche Cluster mit sich bringen. Die Ergebnisse sind auf meinem wissenschaftlichen Blog publiziert.

k.west: Die Kunsthistoriker-Stellen an Museen sind rar, die Zahl der Absolventen ist groß. Bereitet ihr Fachbereich Studierende besser darauf vor, auf anderen Feldern tätig zu werden?

Oberste-Hetbleck: Die Kunstmarktforschung ist für jeden Kunsthistoriker/in relevant. Wer sich mit der italienischen Renaissance beschäftigt, sollte auch die Marktstrukturen kennen. Zum Verständnis des goldenen Zeitalters in den Niederlanden trägt das Wissen über die Ausprägung des damaligen Kunstmarktes wesentlich bei. Nicht anders ist es mit Blick auf das Kunstsystem seit der Entstehung des modernen Galerienwesens. Die Kunstmarktforschung bietet einfach eine weitere sehr wichtige Diskursebene. ■