

Ein Soziologe im Kunstmarkt.

Alain Quemin zwischen Observation und Partizipation.

Olivier Moeschler

Quemin, Alain. 2021. *Le monde des galeries. Art contemporain, structure du marché et internationalisation*. Paris: CNRS Editions, 470 Seiten. ISBN: 978-2271132161. Preis: € 28,00.

In der französischen Kunstsoziologie ist Alain Quemin bekannt als der Mann, der den ›Stars‹ der Gegenwartskunst ein dickes Buch gewidmet hat.⁴⁶⁶ Seit über 25 Jahren interessiert sich der 1967 in Lyon geborene Autor für den Kunstmarkt in seinen mannigfachen Facetten. Nach einer umfangreichen Dissertation (1997) zu Kunstauktionatoren und den Mutationen dieses unter den Bedingungen der EU in seinem königlichen 1556er-Monopol gefährdeten Berufes,⁴⁶⁷ wandte sich Quemin im Auftrag des französischen Außenministeriums der Frage der Bedeutung verschiedener Länder auf dem internationalen Kunstmarkt zu. Sein Bericht (2001) diagnostizierte eine sinkende Relevanz Frankreichs gegenüber den USA und Deutschland und wurde damals ›schubladiert‹. Quemin publizierte ihn umgehend in Buchform (2002) – mit dem Untertitel »der verschwundene Bericht«⁴⁶⁸.

Über zehn Jahre dauerte es dann, bis das genannte Stars-Buch (2013) erschien, gefolgt von einem in Open-edition in Marseille in zwei Sprachen herausgegebenen, umfassenden Sammelband (2016) zum kunstsoziologischen Austausch mit Brasilien.⁴⁶⁹ Denn der globetrotzende Kunstmarktsoziologe ist nicht nur Soziologieprofessor an der Universität Paris 8 und Mitglied des prestigeträchtigen Institut universitaire de France: Er lehrte auch an den Universitäten von Montreal, São Paulo und Moskau und forschte zeitweise an der Columbia University, der New School for Social Research in New York, der London School of Economics, der UCLA, in Bologna, Barcelona

⁴⁶⁶ Quemin. *Les stars de l'art contemporain*.

⁴⁶⁷ Quemin. *Les commissaires-priseurs*.

⁴⁶⁸ Quemin. *Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l'art contemporain et l'art contemporain international*.

⁴⁶⁹ Quemin/Kruse Villas Boas. *Art et société : recherches récentes et regards croisés Brésil – France*.

und Zürich. Parallel zu seiner akademischen Karriere ist Quemin seit über zehn Jahren auch als Kunstjournalist und -kritiker tätig.

Seine wiederum äußerst umfangreiche (470 Seiten) neue Publikation zur Welt der Galerien ist denn auch das Ergebnis seiner mehrjährigen partizipativen Feldarbeit. Die kürzlich verstorbene Pionierin der Soziologie des Kunstmarktes, Raymonde Moulin (1924-2019),⁴⁷⁰ bei der er promovierte, und der das Buch gewidmet ist, erscheint als omniprésente Mentorin des Unterfangens. Obschon klar kunstmarktsoziologisch und somit sozio-ökonomisch ausgerichtet, verortet sich das reich dokumentierte, in weiten Teilen ethnografisch anmutende Buch in aktuellen Debatten der Kunstsoziologie: Es liefert einen interessanten empirischen Beitrag zur Frage von Determinismus und Agency und zum Spannungsverhältnis zwischen Engagement und Distanzierung in den Sozialwissenschaften.⁴⁷¹

1. Eine Ethnografie der Galerienwelt

Das Buch gliedert sich in drei Teile zu je drei bis vier Kapiteln. Eingangs werden in zwei nichtnummerierten Kapiteln die Grundlagen der Studie präsentiert. Die Einführung umreißt nebst wirtschaftlichen Eckdaten vor allem die notorisch schwierige Frage der Definition zeitgenössischer Kunst: ab Marcel Duchamps *Fontaine* in den 1910er-Jahren? Pauschal nach 1945? Ab der wegweisenden 1969er-Ausstellung Harald Szeemanns *When Attitudes Become Form* an der Kunsthalle Bern? Sicher ist, dass, wie Alain Quemin anführt, »die große Mehrheit der heute produzierten Werke nicht zeitgenössisch« ist, denn um als zeitgenössische Kunst zu gelten, »muss eine Produktion«, wie Quemin mit Howard S. Becker sagt, als solche »von der Kunstwelt gelabelt werden«, d.h. sie muss einer spezifischen sozial konstruierten Definition von ›zeitgenössischer Kunst‹ genügen (S. 12-13)⁴⁷², die jedoch keine rein zeitbezogene ist. Die Frage der Definition einer ›Galerie zeitgenössischer Kunst‹ – und somit der Grundgesamtheit der Studie – schließt hier an. Es wird deutlich, dass die offiziellen Statistiken des französischen Kulturministeriums gemäß Quemin mit über 2.000 Einheiten im Lande weit übers Tor hinauschießen, weil sie auch Händler dazuzählen, die eben heutige, aber nicht vom Feld als ›zeitgenössisch‹ anerkannte Werke verkaufen – der Autor schätzt die effektive Anzahl ›Galerien zeitgenössischer Kunst‹ in Frankreich auf rund zehnmal weniger.

⁴⁷⁰ Moulin. *Le marché de la peinture en France*.

⁴⁷¹ Elias. *Engagement und Distanzierung*.

⁴⁷² Alle Zitate wurden vom Autor dieser Rezension übersetzt.

Im Weiteren wird die Methode der Studie, die teilnehmenden Beobachtung präsentiert, die bekanntlich von Howard S. Becker prominent in die Kunstsoziologie eingeführt wurde: Durch seine »Undercover-Arbeit« (S. 25) als Kunstmarktjournalist und -kritiker hat der Soziologe Quemin seit über einem Jahrzehnt einen direkten – und, wie er mehrfach herausstellt, »wahren« (S. 24) – Zugang zur von Geheimnissen, Gerüchten und Fehlinformationen gekennzeichneten Galerienwelt und ihren tatsächlichen Praktiken. Dieser spezifische Zugang ist es, der ihm als Grundlage seiner Untersuchung dient.

Im ersten Teil werden die Galerien als physischer Raum (Kap. 1), im urbanen Kontext (Kap. 2) sowie – zusammen mit den immer grösser werdenden Kunstmesse – in ihrer internationalen Verteilung (Kap. 3) untersucht. Dabei zeigt Quemin mit Pierre Bourdieu,⁴⁷³ dass es zwischen dieser vielfachen räumlichen und der sozio-ökonomischen Strukturierung der Galerien eine ›Homologie‹ gibt: Die Größe und die Art der räumlichen Ausstattung (mit dem berühmten White Cube als Modell), das Stadtviertel und dessen Prestige sowie die von den Galerien abgedeckten Metropolen, Länder und Kunstmesse (als erfolgreiche »Deterritorialisierung« der Galerienaktivität, S. 123) sind sowohl Produkt wie Vektor ihrer Positionierung in der von einer gnadenlosen Konkurrenz geprägten Galerienwelt. Vom Autor selber erstellte Karten der Galerienviertel in Paris, New York und London sowie Exkurse zu den kleineren Galerienszenen zeitgenössischer Kunst in Berlin (dieser »armen Stadt«, wo es »fast keine lokale Nachfrage« gibt; S. 117), Moskau, São Paulo und Hong Kong illustrieren dies.

Im zweiten Teil, dem umfangreichsten, wird der ›Galeristenberuf‹ ausgelotet – dem ja kürzlich eine größere Monografie auf Deutsch gewidmet wurde, die hier auch Erwähnung findet.⁴⁷⁴ Die fundamentale, aber in Kunst und Kultur per se ambivalente Aktivität des Verkaufens (Kap. 4), die Soziabilität und Personalisierung – ja die Freundschaft – als ausgenutzte »Ressource« (Kap. 5) der von einer »generellen Beschönigung« (S. 168) geprägten Verkaufsaktivität sowie die – immer auch kommerziellen – Aktivitäten »jenseits des Verkaufs« (S. 231), wie Imagepflege, Kontaktarbeit zu den Künstlern (damit sie nicht zur Konkurrenz abspringen) und diskrete Suche nach finanziellen Garanten (Kap. 6) werden mit mannigfachen (immer sorgfältig anonymisierten) Feldbeispielen untersucht. Eine Analyse neuester Trends zu weltweiten ›Mega-Galerien‹, ›Art advisors‹ und einem verstärkten In-Konkurrenz-Treten der größten Galerien zu Museen (Kap. 7) rundet diesen Teil ab.

⁴⁷³ Bourdieu/Delsaut. *Le couturier et sa griffe*.

⁴⁷⁴ Gauthier. *Passion und Kalkül*.

Im dritten Teil hält Quemin der von einer regelrechten »Faszination« (S. 309) für Hitparaden geprägten Welt der zeitgenössischen Kunst seine eigene, wissenschaftlich fundierte »Rangliste der ›besten‹ Galerien« (S. 353) entgegen. Nach einer akribischen Präsentation seines methodischen Vorgehens (Kap. 8), das de facto auf bereits bestehenden Selektionen basiert, nämlich der Teilnehmerliste der Art Basel und deren Gewichtung mit Hilfe der deutschen Artfacts-Liste, werden die internationale (Kap. 9) und die französische Rangliste (Kap. 10) detailreich beschrieben. Dabei scheint weniger die Hitparade selbst, als vielmehr die Diskussion der Fälle und ihrer Position in der Rangordnung die vom Autor anvisierte »heuristische Kapazität« (S. 312) dieser ungewöhnlichen Methode aufzuzeigen.

Die Conclusio – die ob des Buchumfangs mit weniger als 9 Seiten eher kurz ausfällt – fasst die Hauptergebnisse des Buches zusammen: In der Welt der Galerien spielt die räumliche Dimension eine strukturierende Rolle, sowohl bei den immer grösser werdenden Galerieräumen wie auch bezüglich ihrer Lokalisierung in regelrechten »Clusters« (S. 428) in prestigeträchtigen oder aufstrebenden Stadtvierteln. Die weltweite Ausbreitung der Galerien in etablierten oder aufkommenden Märkten und die fast obligat gewordene Teilnahme an internationalen Kunstmessen sind weitere Aspekte dieser fundamentalen räumlichen Strukturierung. Die Studie beschreibt im Detail die Aktivitäten in diesem Raum, allen voran die omnipräsente aber immer verneinte Tätigkeit der »Angebotsökonomie« des Verkaufens, bei welcher die Wahl des »›guten‹ Käufers« (S. 428) und der Aufbau dauerhafter, fast freundschaftlicher Beziehungen zu den Sammlern zentral sind. Die Erstellung und Diskussion einer Rangliste der »besten« Galerien (S. 429) schließlich fungiert als das weitreichendste Ergebnis dieser von einer »starken Integration in das zu untersuchende soziale Milieu« (S. 430) geprägten Studie. Die Vorteile der teilnehmenden Beobachtung – die zeitweise einer »beobachtenden Teilnahme« gleicht, wie Quemin einräumt (S. 431) – werden einmal mehr unterstrichen: Nur sie führe zu einer »starken und intimen Kenntnis des Objekts« und ermögliche eine »sowohl erklärende wie verstehende Soziologie« (S. 431, 435).

2. Ein scharfes, aber zweischneidiges Schwert

Alain Quemins Studie zur Welt der Galerien widmet sich einem in der Kunstsoziologie bislang erstaunlich wenig untersuchten Segment des Kunstmarktes. Trotz seines Umfangs ist der Band leicht zu lesen und überaus klar strukturiert, jedes Kapitel endet didaktisch mit einer Zusammenfassung. Das Buch fällt durch seinen scharfen analytischen Blick wie eine erfrischende theoretische Offenheit auf, die programmatisch in Buchtitel und -untertitel angekündigt wird: Hier begegnen sich das interaktionistische Opus Howard

S. Beckers,⁴⁷⁵ der genetische Strukturalismus Pierre Bourdieus⁴⁷⁶ und Raymonde Moulins Perspektive auf den Markt, die Interaktion und Struktur sozusagen vereint. Der Wille über Frankreich hinauszuschauen, stellt Alain Quemins höchst persönlichen Beitrag dar, geht er doch mit diesem Ansatz deutlich über die Forschungen seiner Mentorin hinaus.

Obschon vom Autor nicht so formuliert, stellt sein Buch eine exemplarische Analyse der »verkehrten Ökonomie« (Bourdieu) der Kunst dar. In dieser ›Angebotsökonomie‹ sind es nicht die Kunstliebhaber (und noch weniger die Künstler), die im Zentrum stehen, sondern die Anbieter, die Galerien: Sie wählen die ›guten‹ Käufer aus, setzen die Preise und Rabatte fest und regulieren die Nachfrage, durch Vernissagen und Bankette (die soziale Rolle des Champagners – auch für den Forscher! – wird mehrfach betont), aber auch durch ›Waiting‹ und, gelegentlich, ›Black Lists‹. Die Galerien sind hierbei immer kommerzielle Akteure, dürfen jedoch nie als solche erscheinen. Wie die bisher einzige französischsprachige Rezension des Buches es treffend formulierte, bieten die Kunstgalerien ein willkommenes »Observatorium der Ambivalenzen des Verhältnisses von Kunst und Markt«⁴⁷⁷.

Durch die ethnografisch anmutende Methode ist das Buch stark im untersuchten Feld und in dessen Glaubensvorstellungen verwurzelt. Trotzdem weist es auch kritische Untertöne auf – so etwa wenn Quemin feststellt, dass sich »die Zertifizierung zeitgenössischer Kunst in den letzten 30 Jahren vom institutionellen zum kommerziellen Pol verschoben« hat (S. 255). Auch aktuelle Fragen wie die vieldiskutierte ›Krise der Galerien‹ ob der immer zahlreicher werdenden Kunstmessen, die immer größeren und teureren Galerienräume sowie die Digitalisierung als durch Covid beförderte – wenn auch für den Autor in diesem Sektor wenig zukunftssträchtige – Entwicklung, werden erörtert.

Die Stärke von Alain Quemins Studie ist zweifelsohne seine jahrelange berufliche und freundschaftliche Immersion in das Galerienmilieu, durch die er sozusagen inkognito einen wohl nie dagewesenen Einblick in das Funktionieren dieses intrinsisch kommerziellen und vielleicht deshalb auch so hermetisch abgeriegelten Segments des ›Marktes der symbolischen Objekte‹ (Bourdieu) erlangte. Der letzte Teil des Buches zeigt jedoch auch die Zweiseitigkeit dieses Engagements: Denn mit seiner soziologischen Galerienhitparade läuft Quemin Gefahr, sowohl von seinen Galerienfreunden wie von seinen Soziologenkollegen missverstanden zu werden. Vermischt sich hier

⁴⁷⁵ Becker. *Art Worlds*.

⁴⁷⁶ Bourdieu. *Die Regeln der Kunst*.

⁴⁷⁷ Martinache. *Alain Quemin, Le monde des galeries*.

nicht auf gefährliche Weise Observation und Partizipation? Wissensproduktion und Anerkennungsfabrikation? Deskription und Normativität? Oder stellt gerade diese Hybridität ein neuartiges soziologisch-soziales Experiment dar, dessen heuristische und praktische Tragweite nicht verneint werden kann? Nicht zuletzt durch seine Risikofreudigkeit fordert uns dieses Buch. Es fordert uns aber auch Respekt ab.

Literatur

- Becker, Howard. 1982. *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Bourdieu, Pierre/Delsaut, Yvette. 1975. *Le couturier et sa griffe. Contribution à une théorie de la magie*, in : Actes de la recherche en sciences sociales (ARSS) 1, S. 7-36.
- Bourdieu, Pierre. 1999. *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Elias, Norbert. 2003. *Engagement und Distanzierung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Gauthier, Michael. 2019. *Passion und Kalkül. Zur beruflichen Bewährung in der Galerie*. Frankfurt a. M./New York: Campus Verlag.
- Martinache, Igor. 2022. *Alain Quemin, ›Le monde des galeries‹*, in: Lectures. Les comptes rendus. <https://journals.openedition.org/lectures/57150>.
- Moulin, Raymonde. 1967. *Le marché de la peinture en France*. Paris : Ed. de Minuit.
- Quemin, Alain/Kruse Villas Boas, Glaucia (Hrsg.). 2016. *Art et société : recherches récentes et regards croisés Brésil – France*. Marseille: OpenEdition Press, Marseille (456 p.).
- Quemin, Alain. 1997. *Les commissaires-priseurs. La mutation d'une profession*. Paris: Anthropos/Economica.
- Quemin, Alain. 2001. *Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l'art contemporain*. Paris: Ministère des Affaires Etrangères.
- Quemin, Alain. 2002. *L'art contemporain international. Entre les institutions et le marché*. Nîmes: Jacqueline Chambon / Artprice.
- Quemin, Alain. 2013. *Les stars de l'art contemporain. Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels*. Paris: Éditions du CNRS.