

Alexander Mejstrik

Kunstmarkt: Feld als Raum

Die österreichischen Galerien zeitgenössischer Kunst 1991–1993*

Feld als Ort

In wissenschaftlichen Publikationen zur bildenden Kunst ist der Begriff Kontext von den Begriffen Kunst-Welt, Kunstfeld und Kunstsystem abgelöst worden.¹ Oft werden diese nebeneinander, teils sogar synonym verwendet. In empirischer Hinsicht bewährt sich dies ausgezeichnet als heuristische Flexibilität: Jede Entscheidung für einen Begriff und gegen einen anderen wäre nur abstrakte Willkür. In theoretischer Hinsicht mangelt es dabei an Kohärenz. So ist etwa das künstlerische Feld oder Kunstfeld nach Bourdieu theoretisch eine direkte Kritik an der Beckerschen Kunst-Welt und der Luhmannschen Kunstsystemtheorie: Kunst-Welt beruhe auf subjektivistischen Vorstellungen, Kunst werde auf eine Summe von Interaktionen reduziert; die Luhmannsche Systemtheorie hingegen sei idealistischer Objektivismus, denn Kunst gebe es nicht »ohne Konflikte, ohne Kräfteverhältnisse und ohne Kämpfe«.² Sind Welten, Felder, Systeme als Dinge *irgendwie* (also: im Groben, mehr oder weniger u.ä.) dasselbe, so schließen sie sich als Theorien gegenseitig aus.

Der Widerspruch fällt selten auf. Zu selbstverständlich ist es, dass, was empirisch geschieht, keine theoretischen Auswirkungen haben muss, und umgekehrt. Man kann den Widerspruch aber auch ernst nehmen und beide Perspektiven kontrastieren. Den Standpunkt der Theorie finden wir wortreich argumentiert. Doch worauf stützt sich die heuristische Identifizierung der Konzepte, die ja immer nur praktisch unterstellt, aber nie eigens begründet wird? Kunst-Welten, -felder und -systeme müssen schon eine »global resemblance«³ aufweisen, damit der unmittelbare Eindruck möglich wird, sie seien doch irgendwie dasselbe.

Bei allen Differenzen teilen Kunst-Welt, -feld und -system die Vorannahme, dass sie wie Orte sind, an denen das, was (auch immer) Kunst ausmacht, geschieht.⁴ Orte liegen neben-, in- oder zwischen einander, können sich überlappen und -schneiden. Sie funktionieren als Einheiten mit Grenzen: Was Kunst ausmacht, ist jeweils innen

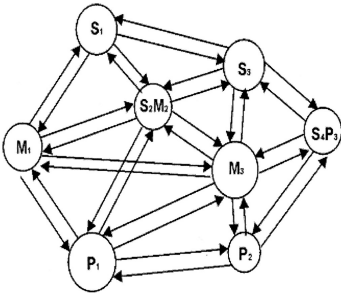
(in der Kunst, kunstintern), und was mit ihr nichts zu tun hat, ist außen (*nicht in* der Kunst, kunstextern). Hat etwas mit Kunst, aber auch anderem zu tun – etwa mit Wirtschaft (Kunstmarkt), Erziehung (Kunsthochschulen), Politik (staatliche Kunstaufträge), Öffentlichkeit (Ausstellungen) usw. –, ist es *in* beiden. Dazu dienen bei den relativ autonomen Feldern die Überschneidungen, bei sozialen Welten die *Boundary Objects* oder Verbindungsakteure und bei den Funktionssystemen die strukturellen Koppelungen.⁵ Doch irgendetwas ist immer ausgeschlossen: Es gibt Elemente, die *nicht* in allen Welten, Feldern oder Systemen sein können, wenn diese als Orte vorgestellt werden (das Gegenteil anzunehmen hieße ja, eine magische Ubiquität dieser Elemente zu unterstellen). Der Wechsel eines Elements von einer Welt, einem Feld, einem System in ein/e andere/s erfordert dann oft Wege (also eine Veränderung, die als Bewegung vorgestellt wird). Daher sind Welten, Felder, Systeme als Orte durch Pfade verbunden und können als Netzwerke dargestellt werden.⁶

Kurz: Als Orte beruhen soziale Welten, relativ autonome Felder und Funktionssysteme (gleich ob der Kunst, der Wirtschaft, des Rechts, der Wissenschaft usw.; Abb. 1, 2 u. 3) auf dem topologischen Prinzip. Dies macht sie *irgendwie* austauschbar.

Diese raumrealistische⁷ Vorannahme hat Konsequenzen für die Forschungen. Ist Kunst wie ein Ort, muss man sich erstens entscheiden, was im je gegebenen Forschungsfall dazu gehört und was nicht: Was ist hier (noch) Kunst? Wer ist hier (noch) KünstlerIn? usw. Solche Fragen sind nie neutral. Zu definieren heißt, sich für eine oder einige der praktischen Perspektiven und damit gegen alle anderen zu entscheiden. Dann aber lassen sich nicht die multiperspektivischen Auseinandersetzungen als solche erfassen, denen sich alle Perspektiven (auch die, für die man sich entschieden hat) verdanken. Die Geschichtlichkeit des Phänomens ist damit aus dem Forschungsgegenstand ausgeklammert.⁸

Zweitens ist eine betont realistische Vorstellung vom historischen *agens*⁹ impliziert. Gleich, ob in der Kunst zu wirken als Sache von Willen (Beckers Kooperation), von Sinn (Luhmanns Kommunikation) oder von Macht (Bourdieu's Kapital) gedacht wird: Was kunstbezogen wirkt, muss *in* der Kunst sein, und was *in* der Kunst ist, muss auch direkt kunstbezogen wirken. Sind »Feldgrenzen [...] nichts Anderes, als der Ort, an dem die Feldwirkungen aufhören«, dann ist historische Wirksamkeit immer eine Wirksamkeit, die sich durch die qualitative Differenz zur »Abwesenheit« von Feldwirkungen bestimmt (bei Welt und System ist es ebenso):¹⁰ »Sich in einem Feld befinden heißt immer schon, dort Effekte hervorzurufen, sei es auch nur Reaktionen wie Widerstand oder Ausgrenzung.«¹¹ Solch eine Wirksamkeit funktioniert wie die Länge in der Schneiderwerkstatt, wo es positive Längen von Dingen zu messen gilt, die sich durch die qualitative Differenz zu all dem bestimmen, was eben »gar keine Länge« hat. Null-Länge und negative Längen sind hier absurd. Geht es aber um die rationalistische Konstruktion eines Koordinatensystems, werden

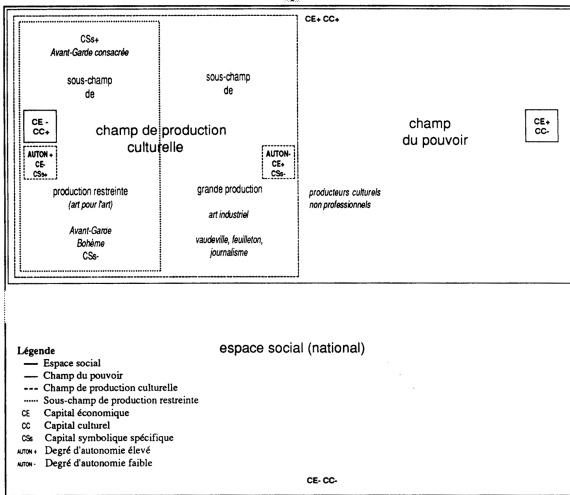
Soziale Welten, relativ autonome Felder und Funktionssysteme als Orte



S = scientific Social world
 M = media Social world
 P = public/audience Social world

Abb. 1: Hypothetical 'Social worlds' model of interactions and knowledge flow between a number of sciences, media forms and publics, aus: Angela Cassidy, *Of Academics, Publishers and Journalists: Popular Evolutionary Psychology in the UK*, unveröffentl. Diss., Edinburgh 2003, 55.

Le champ de production culturelle dans le champ du pouvoir et dans l'espace social



On a indiqué en pointillé les limites des champs pour marquer qu'il ne s'agit pas de frontières juridiques mais de limites statistiques. Voir détail du graphique p. 31

Abb. 2: Feld der Kulturproduktion, aus: Pierre Bourdieu, *Le champ littéraire*, in: *Actes de la recherche en sciences sociales* 89 (1991), 3–46, hier 11.

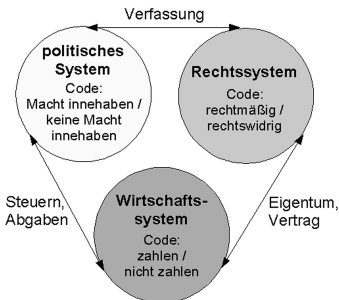


Abb. 3: Schaubild zur Systemtheorie Luhmanns: beispielhafte Systeme mit ihren Codes, strukturelle Kopplung. Urheber: C. Löser. in: *Artikel Soziologische Systemtheorie*, in: *Wikipedia, Die freie Enzyklopädie*. Bearbeitungsstand: 11. Januar 2007, 21:47 UTC. URL: http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Soziologische_Systemtheorie&oldid=26292271 (Abgerufen: 23. Januar 2007, 16:44 UTC).

Null- und negative Längen unabdingbar. Nimmt man Kunst als Ort und bezieht sich gleichzeitig auf Welt, Feld und/oder System, handelt man sich einen Wirksamkeitsbegriff ein, der fast so eingeschränkt funktioniert wie eine Schneidermessung im Koordinatensystem.

Es geht auch anders. Zumindest bei Feldern sind raumrealistische Vorstellungen nicht gegenstandskonstitutiv, sie begünstigen bloß eine unmittelbare Rezeption (wie leicht lässt sich verstehen: »Kunst ist ein Feld«, »Im Feld ringen die KünstlerInnen um Anerkennung« usw.). Ohne das Konzept aufgeben zu müssen, kann die Vorstellung, dass Felder wie Orte sind, berichtigt¹² werden: Felder lassen sich wissenschaftlich besser als Räume, genauer: als Vektorräume erfassen. Dafür ist es einerseits nötig, Felder weder als Dinge zu behandeln, die sich abbilden, beschreiben und in ihren Veränderungen nacherzählen lassen, noch als Theorien, die man nur denken und auf Daten anwenden kann. Dafür reicht es andererseits aus, Felder als Forschungsprogramm¹³ zu verwenden, das heißt: als Improvisationsanleitung zur Herstellung wissenschaftlicher Wirklichkeiten, die gemacht sind, um immer besser zu erklären und zu verstehen. Mit einem wissenschaftlichen Forschungsprogramm lassen sich historische Phänomene als Forschungsgegenstände *verwirklichen*: Erst wenn sie derart »phänomenotechnisch«¹⁴ konstruiert sind, werden sie zu Fällen wissenschaftlicher Realität. Dies möchte ich im Folgenden ausführen.

Die Berichtigung kann weder empirisch noch theoretisch erfolgen. Ich werde sie an einer konkreten Forschungskonstruktion *argumentieren und zeigen*: dem Feld österreichischer Galerien zeitgenössischer bildender Kunst 1991–1993. Die Untersuchung von Galerien bietet sich erstens an, weil Kunst und Kulturproduktion für die Entwicklung eines Forschungsprogramms Feld von Anfang an wichtig gewesen sind.¹⁵ Zweitens wird das für Feld als Ort wesentliche Konzept Feldüberschneidung an *agents* wie »der Kunsthändler« oder »der Verleger« erläutert: »Der Verleger übersetzt in seinen Praktiken die vereinten Bestimmungen, die aus den ökonomischen Zwängen des Marktes und aus den ästhetischen Zwängen des künstlerischen Feldes resultieren.«¹⁶ Die simultane Aktivität in Wirtschaft und Kunst sei deren Seltenheit und gelte gerade nicht für die meisten oder gar alle *agents*: »Der Unternehmer in Sachen Kulturproduktion muss eine ganz und gar unwahrscheinliche, jedenfalls seltene Kombination in sich vereinigen: Realismus, der minimale Konzessionen an die verleugneten (und nicht negierten) ›ökonomischen‹ Notwendigkeiten beinhaltet, und ›interesselose‹ Überzeugung, die diese ausschließt.«¹⁷ Um zu zeigen, dass solcher Raumrealismus für Felder nicht notwendig ist und dessen Berichtigung sogar zu besseren Erklärungskonstruktionen führt, ist eine Untersuchung von Galerien und GaleristInnen also eine gute Gelegenheit.

Galerien 1991–1993

Noch bis in die 1980er Jahre waren Galerien für die zeitgenössische bildende Kunst (im Folgenden kurz: Kunst) in Österreich von zentraler Bedeutung. Anders jedoch als in den USA, vor allem im New York der 1950er Jahre, wo Galerien die Zirkulation von Avantgarde-Kunst fast allein bestimmten und deren Produktion immer mehr prägten,¹⁸ hatten die österreichischen »Informationsgalerien« der 1970er Jahre vor allem einen staatlichen Bildungsauftrag: Sie sollten die beklagten Mängel öffentlicher Kunstpräsentation kompensieren.¹⁹ Es gab nur eine öffentliche und kaum private Sammlungen internationaler und österreichischer Gegenwartskunst. Spezialisiertes Publikum fehlte. Aktuelle Entwicklungen wurden in den Medien kaum rezipiert. Informationsgalerien erhielten staatliche Unterstützungen und waren damit den Ansprüchen verpflichtet, die mit der Verwendung öffentlicher Mittel verbunden sind. Sie sollten mit diesen Mitteln dem Gemeinwohl dienen und nicht persönliche – geschäftliche – Ziele verfolgen. Informationsgalerien scheinen tatsächlich als Orte funktioniert zu haben, an denen sich Interessierte (vor allem KünstlerInnen) treffen konnten, um Informationen auszutauschen und die engsten Begrenzungen informeller Bekanntenkreise zu überschreiten.²⁰

Die 1980er Jahre brachten nicht nur den Ausbau des *Museums Moderner Kunst* in Wien, sondern auch einen internationalen, von Zeitgenossen viel kommentierten *Boom* des Kunstmarkts.²¹ Zeitgenössische Kunstwerke ermöglichten als Spekulationsobjekte ungeahnte Geldgewinne.²² Auch österreichische GaleristInnen fanden neue Möglichkeiten vor: »Kunst ließ sich plötzlich verkaufen, wer hätte das gedacht.«²³ Galerien, die vor allem auf das Geschäft mit zeitgenössischer Kunst setzten, wurden gegründet. Die Wiederbelebung der Malerei durch den Erfolg der *Neuen Wilden* tat das ihre, um das Angebot an in Galerien verkaufbaren Kunstwerken zu vergrößern.²⁴

Mit dem *Crash* des Markts 1989 setzte nicht nur für die meisten GaleristInnen eine Krise ein. Der österreichische Kunstmarkt hatte sich deutlich verändert. Einerseits mussten viele Galerien – auch etablierte wie die Galerien Metropol, Pakesch, Ewerbeck, PINX, Zumtobel und Theuretzbacher – Anfang der 1990er Jahre schließen. Der Staat schien wieder aufgerufen, die Ausfälle an Privatinitiativen auszugleichen (etwa durch die Einrichtung der *Kunsthalle Wien* 1992). Die nun vor allem durch die Einführung des BundeskuratorInnensystems 1990 geförderte »junge«, »institutionenkritische« Kunst war jedoch schwer zu verkaufen und daher nur bedingt für Galerien geeignet.²⁵ Andererseits konnten der Markt zeitgenössischer Kunstwerke und vor allem dessen internationale Organisation nicht mehr ignoriert werden – ob dies von österreichischen GaleristInnen nun eher begrüßt oder abgelehnt wurde. Auch von der Produktion her gelang ab Beginn der 1990er Jahre eine Anbindung an internationale Entwicklungen, vor allem der konzept- und/oder kon-

textbezogenen Kunst.²⁶ Beides trug dazu bei, dass das Modell Informationsgalerie immer mehr zum Synonym für Mangel an Aktualität, Marktangemessenheit und Eigeninitiative wurde und das Label zum Schimpfwort geriet.

Dies wurde Anfang der 1990er Jahre in den teils auch öffentlich geführten Auseinandersetzungen zwischen GaleristInnen deutlich.²⁷ Es ging um staatliche Kunst- und Galerienförderung, die Ankaufpolitik staatlicher Museen, das schlechte Medienimage der KunsthändlerInnen²⁸ und um die erstmals aktuelle Frage des Sponsoring. »Kunstvermittlung« war das Thema, unter dem die veränderte Rolle von Galerien diskutiert wurde. Einige GaleristInnen entwickelten neue Aktivitäten – alleine, im Verband, in eigener Sache und/oder mit kulturpolitischen Ambitionen –, um auf die neue Situation zu reagieren. So ging auch die von der ersten Bundeskuratorin Cathrin Pichler in Auftrag gegebene und 1994 vorgestellte Studie über *Probleme des Kunstmarkts in Österreich*²⁹ auf die Anregung eines Galeristen (Christian Meyer, Galerie Metropol) zurück.

Das für diese Studie produzierte Material dokumentiert eine Situation, in der unterschiedliche Arten von Kunstvermittlung und Galerieführung offen zur Diskussion standen, die sich (irgendwann) teils bewährt, teils nicht bewährt hatten, teils ganz neu waren: Eine Konstruktion des Feldes österreichischer Galerien zeitgenössischer Kunst 1991–1993³⁰ mit Hilfe dieses Materials lässt die Kräfte- und Sinnverhältnisse dieser Auseinandersetzungen erkennen.

Die von Juli 1992 bis Dezember 1993 in Fragebogenerhebungen, halboffenen Interviews, Publikationsrecherchen und in Konsultationen von ExpertInnen produzierten Informationen zu Galerien zeitgenössischer Kunst des österreichischen Bundesgebiets sind vielfältig.³¹ So ließ etwa der Interviewleitfaden der Behandlung von aktuellen kunstpolitischen Ereignissen genug Raum und wurde während der Interviews zugunsten einer möglichst offenen Unterhaltung modifiziert. Die Gespräche dauerten zwischen ein und drei Stunden, fanden in den Arbeitsstätten der Interviewten statt, wurden aufgenommen und transkribiert. Die Interviewerin war den meisten Interviewten persönlich, allen jedoch namentlich bekannt, da sie schon in mehreren Galerien gearbeitet hatte. Sie galt als Kennerin von Kunst und Szene. Ein Datenerhebungsbogen wurde an 210 österreichische private und/oder öffentliche Ausstellungsräume verschickt; 140 Bögen (66 Prozent) wurden beantwortet, oft erst nach zwei bis drei schriftlichen und zahlreichen telefonischen Erinnerungen.

Aus der Sicht konventioneller Methodologien ist dieses Material so gut wie unbrauchbar. Es ist heterogen: Meinungen und Fakten scheinen durcheinander gewürfelt, oft gar untrennbar vermengt; die Perspektiven in Interviews, Fragebögen und anderen Quellen wechseln häufig. Es ist lückenhaft: Worüber diese sprachen, schwiegen jene, was die einen schriftlich beantworteten, ließen die anderen offen. Viele der nachgefragten Informationen – und je nach Galerie ganz unterschiedliche –

zählten zum Arbeitskapital der GaleristInnen und wurden daher nicht einfach preisgegeben. Im vorgestellten Forschungsprogramm erweisen sich Heterogenität und Lückenhaftigkeit der Informationen jedoch nicht als Defizit, sondern als genuine Stärken. Sie können als wesentliche Informationen zum Phänomen konstruiert werden – unter zwei Bedingungen.

Die erste Bedingung ist das von Bourdieu vorgeschlagene strukturelle Sampling, das die Kombination von unterschiedlichen Auswahltechniken ermöglicht. Die Idee (numerischer) Repräsentativität wird dabei durch den Begriff »strukturell homologer Repräsentation«³² ersetzt. Da es für historische Phänomene nie eindeutig abgegrenzte Grundgesamtheiten gibt, ist jeder Versuch, sie numerisch zu repräsentieren, vom Prinzip her inadäquat.³³ Keine noch so zufällige Ziehung, nicht der beste Wille zur Selbstausschöpfung der ForscherInnen kann die Angemessenheit eines Samples garantieren. Dessen Erstellung muss daher als Konstruktion organisiert und explizit an den Hypothesen zur Gegenstandsstruktur ausgerichtet werden.

Die Lückenhaftigkeit der Materialbasis war so nicht mehr bloß verfehlte Vollständigkeit. Das Material konnte bestens für ein Sampling verwendet werden, dessen Qualität von der Konstruktionsleistung der ForscherInnen abhängt, anstatt von der (Annahme der) methodologischen Makellosigkeit einer vorgegebenen realistisch-faktischen Wirklichkeit. Die Heterogenität des Materials wiederum war nicht mehr verfehlte Homogenität, sondern der Schlüssel zur Geschichtlichkeit der untersuchten Phänomene selbst. Da es um die Auseinandersetzungen darüber geht, was eine Galerie, was Kunst, was der Kunstmarkt usw. sein sollen und was nicht,³⁴ manifestieren die Widersprüche und Auslassungen in den Daten die historischen Logiken (auch) jener Tätigkeiten, die den Gegenstand der Untersuchung ausmachen.

Statt mit einer glatt zu operationalisierenden Definition vorweg zu bestimmen, was eine Galerie zu sein hat, sollte die Auswahl der 22 Erhebungseinheiten (Ausstellungsräume) und der Merkmale für das Sample möglichst viele Arten, eine Galerie zu leiten, erfassen und möglichst wenige ausschließen – unabhängig davon, ob diese Arten selten oder häufig vorkamen. Das Auswahlprinzip war die Maximierung von Variationen und Kontrasten. Kunsthandlungen wurden ebenso ins Sample miteinbezogen wie Ausstellungs- und Veranstaltungsräume, Produzentengalerien, KünstlerInnenateliers usw. Die geringe Zahl an Erhebungseinheiten ist dem Forschungsgegenstand angemessen. Die Erhebungseinheiten wurden über 78 Fragen zu insgesamt 270 Antworten konstruiert. (Die Fragen sind kategoriale Variablen, die Antworten sind die Variablenausprägungen oder Modalitäten).

Das strukturelle Sampling hat sich bewährt, selbst *ex negativo* in jenem Punkt, bei dem ich unter dem Zeitdruck der Projektarbeit entschied, auf die Maximierung der Variationen zu verzichten und nur Galerien in den Sample aufzunehmen, zu denen Interviews vorlagen.³⁵ Ich werde darauf zurückkommen (S. 168f.).

Das Sample

22 **Erhebungseinheiten** (Ausstellungsräume) in alphabetischer Reihenfolge (19 Interviews):

- Galerie A4, Wels (Karin Oppitz, Lienhard Pinkhauser)
- Galerie Bleich-Rossi, Graz (Alexander und Gabriella Bleich-Rossi)
- Galerie Curtze, Wien (Heike Curtze)
- Galerie/Edition, Graz (Rolf Schilcher)
- Galerie Ewerbeck, Wien (Niels Ewerbeck)
- Galerie Hilger, Wien (Ernst Hilger, Monika Schlucker)
- Galerie H.S. Steinek, Wien I und Wien IX (Sylvia Steinek)
- Galerie Insam, Wien (Grita Insam)
- Galerie Knoll, Wien (Hans Knoll)
- Galerie Lendl, Graz (Eugen Lendl)
- Galerie Metropol, Wien (Georg Kargl, Christian Meyer)
- Galerie Nächst St. Stephan, Wien (Rosemarie Schwarzwälder)
- Galerie Pakesch, Wien I und Wien III, geschlossen Oktober 1993
(Peter Pakesch)
- Galerie PINX, Wien, geschlossen Oktober 1992 (Oscar Schmid Jr.)
- Galerie Winter, Wien (Hubert Winter)
- museum in progress, Wien (Josef Ortner)
- Schauplatz zeitgenössischer Kunst, Wien (Andreas Fieber)
- Werkstatt Kollerschlag, Oberösterreich und Wien I (Werner Baumüller)
- WUK Ausstellungsraum, Wien (Franziska Kasper)

Zur **Beantwortung der 78 Samplefragen** wurden herangezogen:

- Angaben aus unterschiedlichen Publikationen und ExpertInnenbefragungen bei 7 Fragen zu Name, Ort und räumlicher Organisation der Ausstellungsräume, Anzahl, Geschlecht und gegenseitiger Beziehung der GalerieleiterInnen;
- Angaben aus den Fragebögen (inklusive Beilagen) bei 44 Fragen zu Alter, Öffnungszeiten, Ausstellungsorganisation, »Künstler der Galerie« und MitarbeiterInnen, Teilnahme an Kunstmessen und Anzeigenschaltungen in Zeitungen und Zeitschriften, Kooperationen, Initiativen und Medienpräsenz;
- Angaben aus den Interviews bei 27 Fragen zu Familie, Ausbildung und beruflicher Laufbahn, Sponsoring, Aufgaben und Praxis der GaleristInnen, Aktivitäten, Service- und Betreuungsleistungen der Galerie, Kunstmarkt und Kunstkritik.

Die zweite Bedingung stellt die Verrechnung des Samples mit Hilfe einer Multiplen Korrespondenzanalyse (MKA) dar. Aus einer Reihe von Gründen (Anhang 1) ist die MKA am besten geeignet, die Erfordernisse des Forschungsprogramms technisch umzusetzen. Sie erlaubt,

- offiziell Unvergleichbares zu vergleichen (das heißt, große wie kleine Mengen an unterschiedlich strukturierten Daten zu bearbeiten),
- auch Datenlücken als positive Informationen zu konstruieren (das heißt, fragmentierte Samples zu bearbeiten),
- unterschiedliche Beziehungen zwischen Variablen zu untersuchen (das heißt, auf eine *a priori* Einschränkung der möglichen Variablenbeziehungen auf lineare oder nicht lineare, lokale oder globale, auf Beziehungen der Abhängigkeit oder Unabhängigkeit usw. zu verzichten),
- das Strukturprinzip der Regelmäßigkeiten eines Samples zu erfassen (das heißt, eine analytisch-synthetische Strukturkonstruktion einer bloß klassifikatorischen Ordnung der Informationen vorzuziehen) und
- die Unterscheidung von qualitativem und quantitativem Vorgehen praktisch überflüssig zu machen.

Um all dies zu gewährleisten, müssen jedoch erstens die Organisation der Rechnung (Anhang 2) und zweitens die Interpretation der Ergebnisse (Anhang 3) explizit auf das Forschungsprogramm abgestimmt werden. Dies kann epistemologisch begründet werden, und es ist technisch machbar. Allerdings widerspricht dieses Vorgehen in einigen Punkten den oft formulierten method(olog)ischen Regeln zur Anwendung der MKA. Ob mein Gebrauch dieser statistischen Technik sinnvoll ist, lässt sich deshalb nur am Forschungsgegenstand diskutieren, den ich so konstruieren konnte.

Jene Rechnung, die den folgenden Ausführungen zugrunde liegt, stellt die letzte im Rahmen von mehreren Rechnungsserien dar, bei denen die Ergebnisse der MKA einerseits auf Stabilität und Signifikanz sowie andererseits auf Sinnhaftigkeit im Rahmen der Forschungskonstruktion geprüft wurden. Die Interpretation der Ergebnisse erlaubt, die Struktur der regelmäßigen Zusammenhänge des Samples als Struktur des Galerien-Feldes zu konstruieren. Diese vieldimensionale Struktur kann mit der Interpretation ihrer ersten und zweiten Dimensionen, die ich im Folgenden präsentiere, zumindest in zweidimensionaler Annäherung erfasst werden – in der *besten* aller möglichen zweidimensionalen Annäherungen (Anhang 3, 180).

Kunstmarkt als Feld

Kunst

»Kunst ist erstmal eine direkte Konfrontation mit der Arbeit [dem Kunstwerk, AM], und jeder hat hier seine eigenen Wertmaßstäbe.«³⁶

Galerien können unterschiedliches sein: Geschäfte, Stätten der Kontemplation, Öffentlichkeiten, Orte für politische Interventionen, Treffpunkte für mondäne Unterhaltung usw. Allerdings sind diese Gebrauchsweisen nicht gleich wichtig. Der wichtigste Aspekt, unter dem sich die im Sample versammelten Galeriestile erfassen lassen, ist die Kunst. Die primäre Dimension der MKA funktioniert als Spektrum aller im Sample möglichen Arten, zur historischen Herstellung von Kunst beizutragen. Sie präsentiert die Praktiken³⁷ als Einsätze im Kunst-Feld, kurz: als Kunst-Einsätze.

Zwei kurze Erläuterungen scheinen mir hier wichtig. Eine Praktik ist erstens Kunst-Einsatz, insoweit sie zur Kunst beiträgt, oder pointiert: insoweit sie Kunst tut. Kunst meint dabei nicht nur die Kunstwerke, sondern auch jene Akteure (KünstlerInnen, SammlerInnen, ExpertInnen, HändlerInnen usw.), Dinge (Kataloge, Publikationen, *white cubes*, Geld, Werkzeuge und Werkmaterialien usw.) und Situationen (Ausstellungen, Messen, Vernissagen, Preisverleihungen usw.), ohne die es keine Kunstwerke gäbe. Eine Praktik ist also Kunst-Einsatz, gleich, ob sie eher als Sache der Kunstproduktion, -rezeption oder -zirkulation angesehen wird. Kunst tun beschränkt sich nicht aufs »Kunst machen«, das heißt nicht auf das Schaffen von Kunstwerken im engen Sinn. Zweitens ist das Kunst-Feld hier nicht *per se* relevant, sondern nur als Einsatzdimension der Galerien-Praktiken (der Forschungsgegenstand ist ja das Galerien-Feld 1991–1993). Daher ist es möglich – und, wie die folgenden Ausführungen zeigen wollen, notwendig – von Kunst-Feld zu sprechen, auch wenn im Sample keine Praktiken von KünstlerInnen, KritikerInnen, KuratorInnen, SammlerInnen usw. enthalten sind.³⁸

Die erste durch die MKA errechnete Dimension des Samples zeigt, dass jede Praktik als Kunst-Einsatz verstanden werden muss. Das heißt: Keine ist ausgenommen, auch wenn sie auf den ersten Blick gar nichts mit Kunst zu tun zu haben scheint (wie etwa GaleristIn hat keine Matura³⁹). Und es heißt: In der ersten Dimension der MKA wird jede Praktik nicht ganz, sondern nur in einer – allerdings der wichtigsten – ihrer Wirkungsdimensionen erfasst: eben als Kunst-Einsatz.

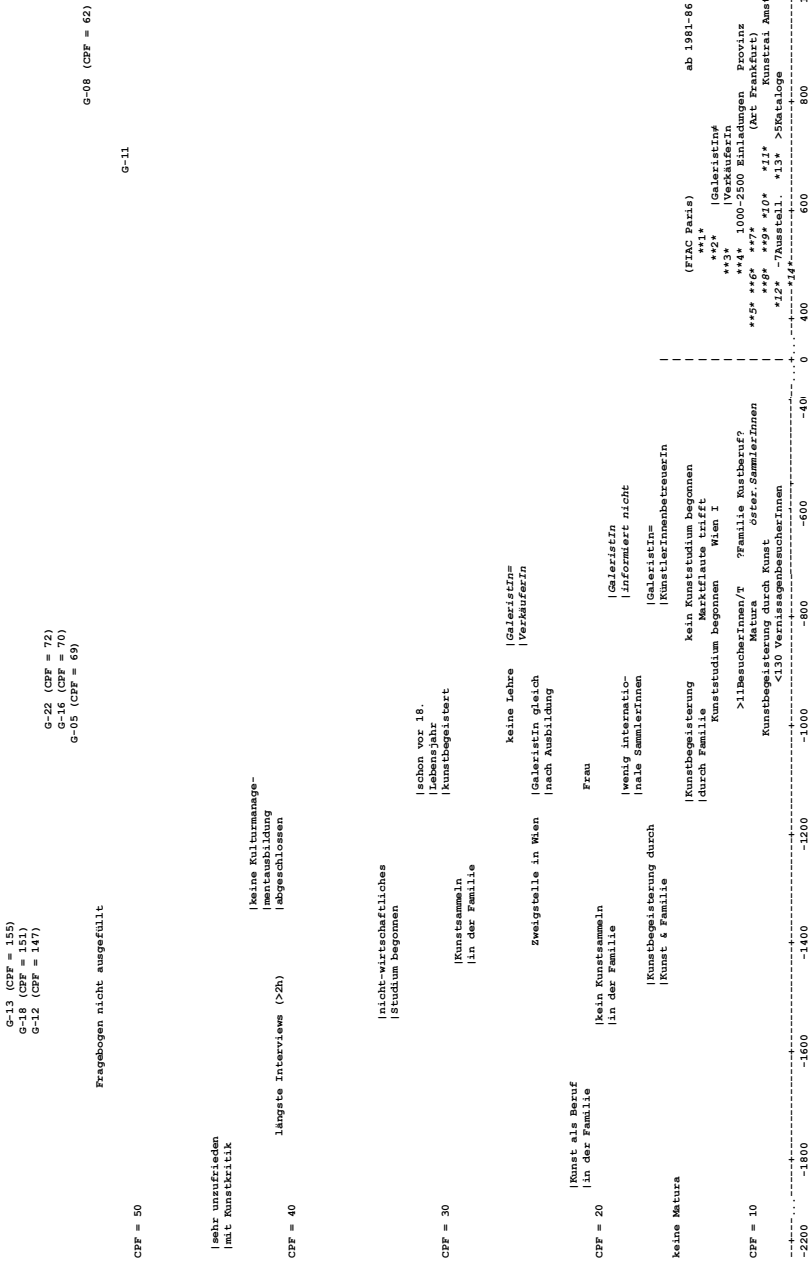
Kunst-Einsätze sind mannigfaltig und widersprüchlich, da sie sich ja – in unterschiedlichen Intensitäten – gegeneinander definieren. Ob Kunst eher als Geschäft

betrieben oder eher als persönliches Erlebnis zelebriert wird, ob sie eine Sache von Produktion und/oder von Rezeption ist, von kreativer Arbeit, Unterhaltung und/oder Politik – dies stellt sich als Frage praktischer Konflikte dar, die auf unterschiedliche Weise ausgetragen werden und doch auf dem Konsens gründen, dass es dabei um Kunst geht und nicht um anderes.

Kunst-Einsätze sind nicht gleichwertig. Sie ziehen nicht dieselben (positiven wie negativen) Folgen, das heißt Kunst-Konsekrationen wie -Sanktionen, nach sich. Es gibt einen offiziell-legitimen Einsatz: nämlich Kunst persönlich, in ästhetischer Kontemplation zu erleben (und nicht Geschäfte, Politik, Unterhaltung usw. mit ihr zu machen). Diesen einen Einsatz erkennen alle Praktiken an als (Beschäftigung mit) Kunst und nicht als (Beschäftigung mit) Geschäft, Politik usw. Und diesen einen Einsatz erkennen alle Praktiken als legitime (Beschäftigung mit) Kunst, ohne deren Legitimität deshalb anerkennen zu müssen. Dieser eine Einsatz muss sich als (Beschäftigung mit) Kunst nicht verstecken, nicht eigens erklären und nicht rechtfertigen – im Gegensatz, wie wir sehen werden, zu anderen, damit offiziellen oder inoffiziellen Einsätzen. Je mehr die Beschäftigung mit Kunst eine Sache des persönlichen Erlebens ist (und nicht des Geschäfts, des Konsums, der Politik usw.), umso dominanter wirkt die entsprechende Praktik im vorliegenden Kunst-Feld.

Die Struktur des Kunst-Feldes lässt dies erkennen. Ich werde sie Schritt für Schritt besprechen, und zwar von den dominanten Positionen hin zu den dominierten (Grafik 1, von links nach rechts). Die Modalitäten und Individuen (Galerien), die ich dabei erwähne, sind zum besseren Verständnis auf Grafik 1 nachzuschlagen.

Die Modalitäten Fragebogen nicht ausgefüllt und längste Interviews (>2h) auf der dominanten Seite sind für den Aufbau der ersten Dimension der MKA von größter Wichtigkeit. Trotz mehrfacher Erinnerung und grundsätzlicher Zustimmung wurden von den hier relevanten GaleristInnen die Erhebungsbögen nicht retourniert. Im ausführlichen Gespräch mit einer bekannten Kunstkennerin hingegen und mit der Möglichkeit, aus persönlicher Sicht die Position und Vision der Galerie zu erläutern, entstanden detaillierte Schilderungen: Objektivierung profanisiert, Individualisierung heiligt. Werden Galerien als Sache eines charismatischen Kunsterlebens geführt, dann geht es vor allem um die persönliche Konfrontation mit Kunstwerken und um den persönlichen Austausch mit KünstlerInnen und KunstliebhaberInnen. Das meint bei diesen Praktiken: Vermittlung. Nach links auf der Dimension hin wird diese Orientierung immer deutlicher. Ganz links ist die im Sample negativste Einstellung zur Kunstkritik, sehr unzufrieden mit Kunstkritik, platziert, denn jene GaleristInnen, die am meisten auf das eigene Sprechen über Kunst spezialisiert sind, dulden Konkurrenz am wenigsten.



G-08 (CPF = 62)

G-11

G-22 (CPF = 72)

G-16 (CPF = 70)

G-05 (CPF = 69)

G-13 (CPF = 155)
G-18 (CPF = 151)
G-12 (CPF = 147)

Fragebogen nicht ausgefüllt

CPF = 50

sehr unzufrieden
mit Kunstkritik

keine Kulturmanagementausbildung
abgeschlossen

längste Interviews (>2h)

CPF = 40

nicht-wirtschaftliches
Studium begonnen

schon vor 18. Lebensjahr
Kunstabgabe
Kunstabgabe

Kunstsammeln
in der Familie

CPF = 30

keine Lehre
Galeristin
Verkaufsin

Kunst als Beruf
in der Familie

CPF = 20

kein Kunstsammeln
in der Familie

Kunstabgabe durch
Kunst & Familie

Keine Metaura

CPF = 10

(KAC Paris) ab 1981-86
**1
**2
**3
**4
**5
**6
**7
**8
**9
**10
**11
**12
**13
**14

kunst-neutral

14

kunst-dominant

kunst-dominiert

Erläuterungen Grafik 1

Die Grafik 1 stellt die Struktur des Kunst-Feldes dar. Ihr Aufbau wird im Anhang 3 (S. 181) im Detail erklärt. Die Wortgruppen bezeichnen statistische Modalitäten (Reproduktionsstrategien) und die »G-...« Zahlen statistische Individuen (Habitus). Modalitäten und Individuen verteilen sich von links nach rechts nach ihren Positionen in der Feldstruktur (Koordinatenwerte von -2200 bis >1000 auf der Achse), von oben nach unten entsprechend ihren Wichtigkeiten für die Feldstruktur (CPF-Werte von acht bis 50 kontinuierlich, weiter bis 155 diskontinuierlich; zu den CPF-Werten als Maß für die Wichtigkeit von Modalitäten und Individuen; Anhang 3, 181). In der Grafik sind nur Modalitäten und Individuen abgebildet, die überdurchschnittlich wichtig für die Feldstruktur sind (also einen überdurchschnittlichen CPF-Wert aufweisen).

Die Grafik liest sich folgendermaßen: Je weiter links Modalitäten und Individuen platziert sind, umso kunst-dominanter wirken die so bezeichneten Praktiken, je weiter rechts, umso kunst-dominierter; je höher sie platziert sind, umso wichtiger sind sie für den Aufbau der eindimensionalen Verteilung und damit auch für die Interpretation. Supplementierte Modalitäten sind kursiv gesetzt (Anhang 2, 177f.).

Legende

allgemeine Legende:

- (...) tut nicht ..., ist nicht ..., hat nicht ...
- ?...? keine Information zu ...
- <... weniger (kleiner) als ...
- >... mehr (größer) als ...
- |... markiert Wortgruppen, die mehrzeilig notiert sind

spezifische Legende:

- **1* = keine Teilnahme an *NICAF Yokohama*; keine Anzeigenschaltung in *Kunst Bulletin* und *Galleries Magazine*
- **2* = keine Teilnahme an *Decouvertes*, *SAGA Paris*, *Art Basel*; keine Anzeigenschaltung in *Flash Art*, *Forum International*, *Noema*
- **3* = keine Teilnahme an *Kunstmesse Montreal*, *Unfair Köln*, *Art Cologne*, *Art Chicago*; keine Anzeigenschaltung in *Artefactum*, *Falter*, *Standard*, *Kunstforum International*
- **4* = keine Teilnahme an *Art Los Angeles*, *Art Brüssel*, *Arco Madrid*, *Art Frankfurt*
- **5* = keine Anzeigenschaltung in *Airportjournal Graz*
- **6* = keine Anzeigenschaltung in *Artis*
- **7* = keine Teilnahme an *Art Brüssel* und *Arco Madrid*
- **8* = keine Anzeigenschaltung in *Art Diary* und keine diversen Anzeigenschaltungen
- **9* = keine Aktionen in *Rundfunk*, *Zeitungen* und *TV*
- *10* = keine Teilnahme an *Antik Aktuell*
- *11* = keine Interviewfragen nach *Ausbildung* und *Entstehen der eigenen Kunstbegeisterung*
- *12* = keine Anzeigenschaltung in *Texte zur Kunst* und *Artscribe*
- *13* = mehr feste als freie MitarbeiterInnen
- *14* = *GaleristIn informiert*

In den Interviews wurde der Weg zur eigenen Galerie weniger als Ausbildungsgang oder Berufskarriere dargestellt denn als quasi natürliche Übersetzung persönlicher Leidenschaft in eine Beschäftigung fürs (zum) Leben.^a Offizielle Ausbildungsabschlüsse gibt es umso weniger, je weiter nach links wir der Punktverteilung auf der Achse folgen^b – auch die Praktik, dass die Galerie von einer Frau geleitet wird, ist hier wichtig. Demgegenüber erscheint die Liebe zur Kunst als auch zeitlich-biografisch erste Voraussetzung, die sich in tagtäglichem persönlichen Kontakt mit Kunst und KunstliebhaberInnen herausgebildet hat, zumal mit Familienmitgliedern, die ebenfalls von der und für die Kunst leben.^c

Meine Galerie hat begonnen, die Neugier war geweckt, die aufgekratzte Neugier geweckt durch Literaten, [...] und dann habe ich einen Film gesehen von Ferry Radax und Konrad Bayer [...] und habe nach der Szene gesucht [...] Das war für mich ein Schlüsselerlebnis, und daraufhin habe ich gesucht, geschaut, Ausstellungen besucht, Museen besucht. (G-05,⁴⁰ Grafik 1)

Die Galerien selbst sind Kunsterlebnisorte für kleine Kreise auserlesener KennerInnen. Hier lässt sich das Geheimnis der Werke, deren Charisma, kontemplieren, mit anderen LiebhaberInnen sprechen und durch die persönliche Nähe zu den KünstlerInnen am künstlerischen Schaffen teilhaben. Die Ausstellungsräume befinden sich im Zentrum des galeristischen Wien (Innenstadt) und werden von Wiener Zweigstellen ergänzt.^d Eine Orientierung auf die heimischen Verhältnisse findet sich auch beim Publikum wieder.^e Der Tagesbesuch ist der höchste im Sample, der Besuch von Vernissagen hingegen der niedrigste^f – ganz so, als ob diese Galerien von nicht allzu vielen InteressentInnen häufig aufgesucht werden. GaleristInnen sollen, so wird in den Interviews erläutert, Transaktionen zwischen KennerInnen und KünstlerInnen vermitteln und KünstlerInnen betreuen. Ihre Aufgabe sei es aber nicht, ein großes Publikum zu informieren.^g

-
- a Grafik 1: keine Kulturmanagementausbildung abgeschlossen, nicht-wirtschaftliches Studium begonnen, keine Lehre, GaleristIn gleich nach Ausbildung.
 - b Grafik 1: von Matura mit Studienabbruch (Kunststudium begonnen) über kein Kunststudium begonnen bis hin zum extremen keine Matura.
 - c Grafik 1: schon vor 18. Lebensjahr kunstbegeistert, Kunstbegeisterung durch Familie, Kunstbegeisterung durch Kunst, Kunstbegeisterung durch Kunst & Familie und Kunst als Beruf in der Familie, Kunstsammeln in der Familie, kein Kunstsammeln in der Familie. (Es geht hier um die Thematisierung des Kunstsammelns im Interview überhaupt, nicht um den Gegensatz von Sammeln vs. nicht Sammeln.)
 - d Grafik 1: Wien I, Zweigstelle in Wien.
 - e Grafik 1: Öster. SammlerInnen, wenig internationale SammlerInnen.
 - f Grafik 1: 11 BesucherInnen/T, <130 VernissagenbesucherInnen.
 - g Grafik 1: GaleristIn=VerkäuferIn, GaleristIn=KünstlerInnenbetreuerIn, GaleristIn informiert nicht.

Je weiter links in der Grafik 1 ein Punkt zu liegen kommt, umso eindeutiger setzt sich die bezeichnete Praktik für eine charismatische (Beschäftigung mit) Kunst als Sache persönlichen Erlebens und intimer Kennerschaft ein; das heißt: umso eindeutiger manifestiert sie eine positive Orientierung an diesem offiziellen Kunst-Einsatz. Dieser Einsatz lässt sich damit als von den Praktiken unerreichter Fluchtpunkt der Einsatzverteilung verstehen (also als jenseits des linken Rands der Grafik 1 platziert).

Umgekehrt, hin zur Grafikmitte nimmt die Eindeutigkeit der Orientierung auf den offiziellen Kunst-Einsatz ab. Aber erst um den Achsenursprung (Graphik 1, Koordinatenwert 0) neutralisieren sich positive und negative Bezüge auf ihn (neutrale Einsatzorientierung). Noch weiter hin nach rechts schlägt die Orientierung um: Persönliches Erleben ist zwar weiterhin die primäre Referenz bei der (Beschäftigung mit) Kunst, aber auf klar negative Weise. Je weiter rechts ein Punkt positioniert ist, umso deutlicher manifestiert die so bezeichnete Praktik eine (Beschäftigung mit) Kunst, die jedes persönliche Kunsterleben von Eingeweihten gerade vermeidet.

Auf den ersten Blick erscheinen die Praktiken der rechten Seite von Grafik 1 als Leerstellen. Kunst gerade nicht als persönliches Erleben zu tun gilt vor allem als Mangel am Wesentlichen – auch für die GaleristInnen selbst. Die mit ihnen geführten Interviews sind vom Gefühl geprägt, die eigene Praxis als GaleristIn und deren Grenzen rechtfertigen zu müssen, etwa die mangelhaften Möglichkeiten, KünstlerInnen persönlich zu betreuen:

Meine Galerietätigkeit wird nur aus Geldern, die hier verdient werden, gespeist, d.h. ich kann kaum »Hilfestellung« hinsichtlich der künstlerischen Produktion geben, sondern im einfachsten Sinn dadurch »eingreifen«, indem ich möglichst nichts hinein rede. Ich versuche, einen hohen Vertrauensvorschuß zu geben; zu sagen: »Das sind die Räume und die gehören jetzt dir«. Wenn es um kleine Summen geht, dann kann man ein bisschen helfen, aber nie kann ich es mir leisten, ein Atelier zu bezahlen oder den Katalog vorzufinanzieren. (G-08,⁴¹ Grafik 1)

Die Fülle an Verneinungen, besonders keine Teilnahme an ... fast allen Kunstmes-
sen und keine Anzeigenschaltung in ... fast allen Zeitschriften, weist diese Praktiken als Defizite vor dem offiziellen Kunst-Einsatz aus, der ja auch die Routinen von Erhebung und Kodierung wesentlich prägte. Die Galerien sind nicht besonders alt und befinden sich in der Provinz^a – schlechte Bedingungen für einen regelmäßigen

a Grafik 1: ab 1981–86, Provinz.

Treffpunkt eines etablierten Kreises von LiebhaberInnen. Und die wenigen Messe- teilnahmen beziehen sich auf künstlerisch offiziell mindere Veranstaltungen, bei denen ›bloß‹ Grafiken und Serienprodukte zu sehen sind.^a

Auf den zweiten Blick hingegen verwalten die Praktiken der rechten Achsenseite nicht einfach nur Mangel. GaleristInnen von Ausstellungsräumen in der Provinz sind auf aktive, breite und unpersönliche(re) Publikumsarbeit angewiesen.^b Dies kann zum Programm werden, zumal Galerien in den Bundesländern strukturell, wie es heißt, die Aufgabe haben, grundsätzliche Informationsarbeit zu leisten, da es viel weniger intime Zirkel von LiebhaberInnen gibt als in Wien. So ging es in den hier relevanten Interviews gerade nicht um die persönliche Kunstpassion, sondern etwa um die Probleme, Galeriearbeit als pädagogische Aktion auf ein potentielles Publikum hin zu betreiben, das es überhaupt erst zu interessieren gilt. Und die Fragebögen wurden mit Engagement beantwortet.^c

Gleich ob Kunst Sache der Pädagogik sein soll, der Politik oder des Geschäfts, der Medienöffentlichkeit oder der Unterhaltung – die in den dominierten Positionen des Kunst-Feldes verorteten Praktiken (Grafik 1, rechte Seite) sind vereint im Bemühen, jede Beschäftigung mit Kunst, die auf das persönliche Erleben ästhetischer Geheimnisse setzt, zu vermeiden oder sogar offensiv zu verhindern. Diese Praktiken manifestieren also auch eine Opposition gegen das charismatische Kunsterleben, das für sie bloß esoterisches Getue darstellt, indem sie etwa der elitären Abgeschlossenheit der KennerInnenzirkel die Information größerer Öffentlichkeiten oder die Werbung für KundInnen entgegensetzen.^d Sie haben (und machen) es (sich) nicht leicht, diese oppositionelle Eigenständigkeit als solche zu behaupten. Leicht hingegen erliegen sie dem Verdacht, von der richtigen (Beschäftigung mit) Kunst meilenweit entfernt zu sein und – skandalös und entlarvend zugleich – auf den eigenen provinziellen Defiziten als Tugend (etwa Informations- oder Verkaufsgalerien versus Elitegalerien) zu bestehen.

Der offizielle Einsatz im Kunst-Feld, das charismatische Kunsterleben, gilt für alle Praktiken als primäre Referenz. Er ist ganz selbstverständlich für jede Beschäftigung mit Kunst, gleich ob diese ihn eher stützt und/oder eher hintertreibt. Der offizielle Einsatz wirkt somit als Monopol, das heißt als jener Einsatz, an dem sich alle Praktiken messen, messen lassen und messen lassen müssen, wenn es um ihren Wert in der und für die Kunst geht. Die unterschiedlichen Abstände zu diesem Monopol

a Grafik 1: Kunstrai Amsterdam, Lineart Gent.

b Grafik 1: die hohe Zahl von 1000–2500 Einladungen pro Veranstaltung, die höchste Zahl an Kataloge (≥5 Kataloge) bei den wenigsten Ausstellungen pro Jahr (–7 Ausstell.).

c Dies ergibt sich aus den auf der rechten Seite von Grafik 1 versammelten Antworten auf die Fragen des Fragebogens.

d Grafik 1: GaleristIn ist nicht VerkäuferIn, GaleristIn informiert.

(auf der Grafik 1 jenseits des linken Randes) hierarchisieren die möglichen Arten, eine Galerie zu leiten, in Entsprechung zur eindimensionalen Kunst-Feldstruktur. Je näher hin die Praktiken zum Kunst-Monopol platziert sind, umso mehr stützen sie die intime KennerInnenschaft (als feldspezifische Konsekration) und umso weniger ästhetische Deklassierung (als feldspezifische Sanktion) bewirken sie. In den neutralen Positionen um den Achsenursprung halten sich Kunst-Konsekrationen und -Sanktionen die Waage. Die Praktiken des Samples werden so in eine lineare Ordnung unterschiedlicher Kunst-Wirksamkeiten gebracht: Je mehr sie sich für eine (Beschäftigung mit) Kunst im Sinn des Monopols einsetzen, desto kunst-dominanter fallen sie aus (Grafik 1, nach links); je mehr sie sich für eine (Beschäftigung mit) Kunst gerade gegen den Sinn des Monopols einsetzen, desto kunst-dominierter fallen sie aus (Grafik 1, nach rechts).

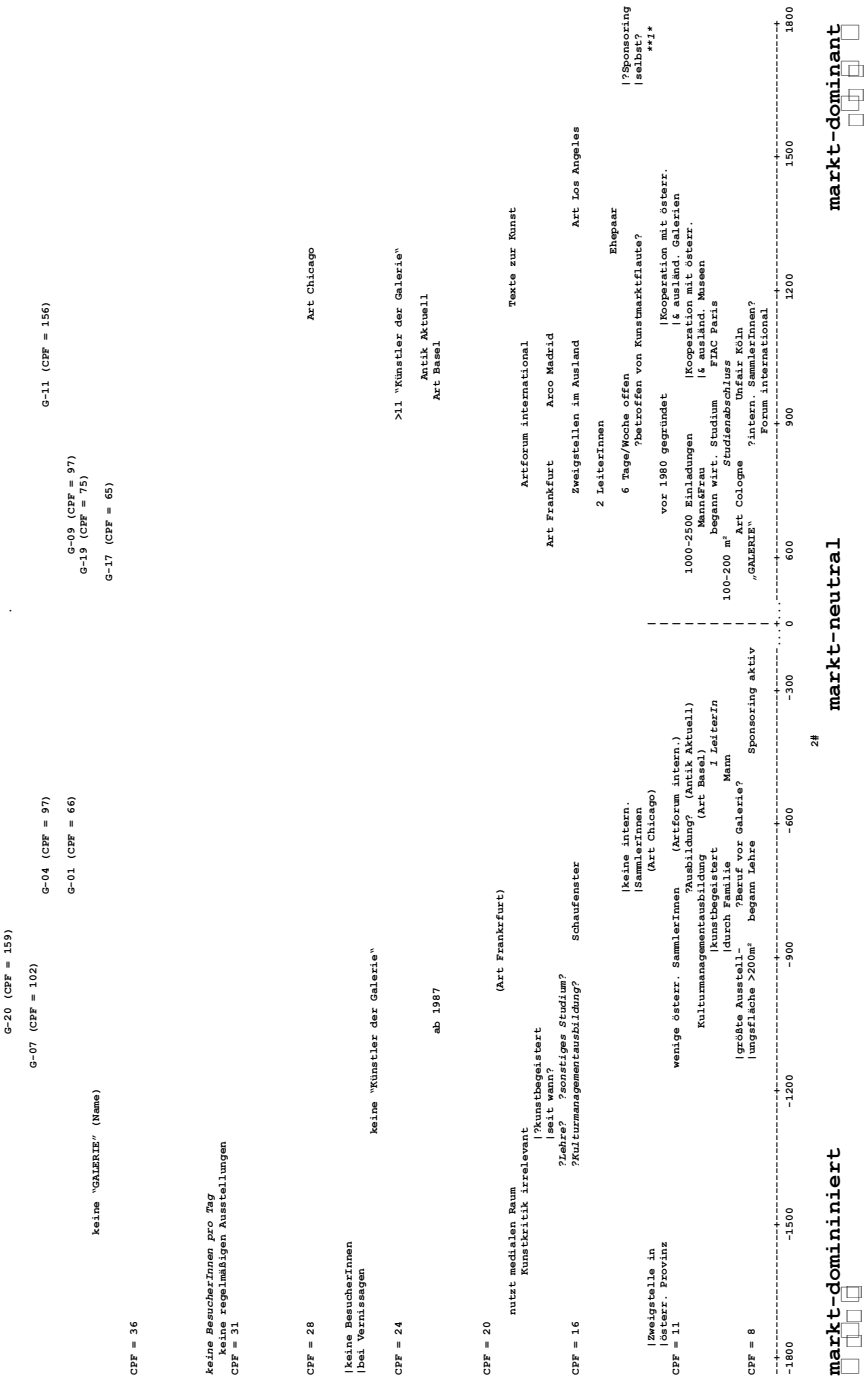
Markt

Der zweitwichtigste Aspekt, unter dem sich die im Sample versammelten Galeriestile erfassen lassen, ist der Markt. Die sekundäre Dimension der MKA (Grafik 2) präsentiert die Praktiken als Markt-Einsätze. Sie funktioniert als Spektrum aller im Sample möglichen Arten, am Markt zu agieren, das heißt zur historischen Herstellung von Markt beizutragen.

Wie die Kunst lässt sich im vorliegenden Forschungsgegenstand auch der Markt als eindimensionales Feld erfassen. Er ist eine lineare Einsatzhierarchie aller Praktiken des Samples, deren Ordnung vor allem durch die offizielle Wirksamkeit eines Monopoleinsatzes konstituiert wird: Am Markt legitim agieren heißt, Geschäfte zu machen (und nicht Kunst zu erleben, Öffentlichkeiten zu informieren, Bekannte zu unterhalten, einen Beruf zu erlernen usw.). Die Praktiken wirken umso markt-dominanter, je mehr sie den profitorientierten Kommerz stützen, das heißt: je näher hin zum Markt-Monopol sie platziert sind, das sich in Grafik 2 als unerreichter Fluchtpunkt der Einsatzverteilung jenseits des rechten Grafikrands verstehen lässt.

Eine Galerie erfolgreich als Geschäft zu führen und mit Kunstwerken gute Geschäfte zu machen erfordert von den GaleristInnen, gekonnt als UnternehmerInnen zu handeln: Investitionsrisikos zu streuen, einen großen Kundenstock zu betreuen, gezielt Werbung zu machen, mit Kunstwerken als Waren umzugehen, finanzielle Gewinne zu maximieren. Nicht umsonst sind auf der rechten Seite der Grafik 2 die Teilnahmen an den größten Verkaufsveranstaltungen wichtig.^a Hier

a Grafik 2: [Art Chicago](#), [Antik Aktuell](#), [Art Basel](#).



Grafik 2: Markt-Feld (sekundäre eindimensionale Annäherung des Galerien-Felds), MKA - CPF-Hilfsgrafik der 2. faktoriellen Dimension

Erläuterungen Grafik 2

Grafik 2 funktioniert wie Grafik 1. Sie präsentiert jedoch die zweite Dimension der MKA und stellt die Struktur des Markt-Felds dar.

Legende

Zur allgemeinen Legende vgl. die Erläuterungen zur Grafik 1

****1*** = *nach SammlerInnen nicht gefragt; diverse Anzeigenschaltungen; Anzeigenschaltung in Artis*

kumulieren die Messeteilnahmen.^a Die besten Geschäfte lassen sich auf dem internationalen Markt tätigen.⁴² Dazu führen diese Galerien auch die meisten KünstlerInnen in ihrem Angebot (>11 »Künstler der Galerie«), das breit gestreut sein muss, um häufigere Verkäufe zu ermöglichen. Zahlreiche Anzeigenschaltungen in einschlägigen Fachzeitschriften werden in den Fragebögen aufgelistet, umfangreiche Kooperationen erwähnt,^b die für den internationalen Geschäftserfolg wesentlich sind.⁴³

Die internationale Orientierung zeigt sich auch an der Organisation der Galerien. Sie sind etabliert, denn sie haben die damals veranschlagten zehn Jahre »Anlaufphase, die eine Galerie durch alltägliche Verkäufe und Handel überbrücken können sollte, bis sich eine realistische Chance für eine akzeptable Rendite des eingesetzten Kapitals gibt«,⁴⁴ bereits hinter sich gebracht.^c Die anfallenden Geschäfte werden in Arbeitsteilung erledigt, die mit einer Geschlechterteilung einhergeht.^d Deren familiäre Organisation als Ehepaar in den extremeren Positionen der Feldstruktur deutet auf eine Geschäftsführung nach zunehmend gewerblichem Muster hin. Die Geschäftslokale, die Galerie heißen, haben die längsten Öffnungszeiten und die größten Ausstellungsflächen. Umfangreiche Kundenwerbung wird betrieben.^e Die ganze unternehmerische Organisation erscheint als Teil eines Berufsplans.^f

Informationslücken gibt es nur bei der genaueren Beschreibung der Geschäftsabwicklungen, über die nicht einmal in den Interviews gesprochen wurde.^g So öffentlich Geschäfte (im Gegensatz zum Privatleben) sind, so wenig sind sie für die

a Grafik 2: Art Frankfurt, Arco Madrid, FIAC Paris, Art Cologne, Art Los Angeles, Unfair Köln.

b Grafik 2: Artforum international, Texte zur Kunst, Forum international, Artis, diverse Anzeigenschaltungen; Kooperation mit österr. & ausländ. Galerien, Kooperation mit österr. & ausländ. Museen.

c Grafik 2: Zweigstellen im Ausland, vor 1980 gegründet.

d Grafik 2: 2 LeiterInnen, Mann&Frau.

e Grafik 2: »GALERIE«, 6 Tage/Woche offen, 100–200 m², 1000–2500 Einladungen.

f Grafik 2: begann wirt. Studium, Studienabschluss.

g Grafik 2: ?betroffen von Kunstmarktflaute?, ?Sponsoring selbst?, ?intern. SammlerInnen?.

Öffentlichkeit gedacht, schon gar nicht für jene, in der es hoch angesehen ist, die eigene Befindlichkeit in deren ästhetischen Resonanzen anzusprechen. Genau und ausführlich sind jedoch die Fragebögen beantwortet, so als ob das Wesentliche der Galeriearbeit in harten Fakten, aber weniger im persönlichen Gespräch präsentiert werden könnte: Beim Geschäftemachen ist Objektivierung eine Tugend.

Man kann sagen, daß ich immer versuche, eine Art von Maßstab festzusetzen [...] In den ganzen Jahren ist es sehr stark um den Kontext gegangen und um die Frage der Qualität. Natürlich ist das eine subjektive Sache, aber so subjektiv dann auch wieder nicht. (G-17,⁴⁵ Grafik 2)

Je weiter weg die Praktiken vom Markt-Monopol (Grafik 2, Fluchtpunkt rechts jenseits des Randes) platziert sind, umso weniger markt-dominant wirken sie: das heißt, umso weniger finanziellen Profit (als feldspezifische Konsekration) erzielen sie und umso mehr kommerzielle Unsicherheiten (als feldspezifische Sanktionen) bewirken sie. In der Passage um den Dimensionsursprung (Grafik 2, Koordinatenwert 0) halten sich Konsekrationen und Sanktionen noch die Waage (neutrale Einsatzorientierung). Jedoch hin zum linken Rand der Grafik 2 werden die Markt-Einsätze immer dominiertes, die Markt-Sanktionen überwiegen zunehmend gegenüber den Markt-Konsekrationen.

Wie bei der für das Kunst-Feld gezeigten Rationalität dominierter Einsätze gilt auch hier die Logik von offizieller Not und offiziösen Tugenden: Markt-Beherrschung bedeutet, Mängel an Geschäftstüchtigkeit zu kumulieren, weil gegen das Geschäftemachen als richtige Art, am Markt zu agieren, opponiert wird – und umgekehrt. Wieder herrscht der Maßstab des Feldmonopols vor: Am wichtigsten sind die Leerstellen an all dem, was richtige Geschäfte erfordern. Die Einrichtungen heißen nicht Galerie,^a es gibt keine regelmäßigen Ausstellungen, keine BesucherInnen pro Tag, keine BesucherInnen bei Vernissagen, keine »Künstler der Galerie«, keine internationalen SammlerInnen, keine Teilnahme an großen internationalen Verkaufsveranstaltungen^b und keine Werbung im Artforum international. Ohne GaleristInnen, Galerien, KünstlerInnen, Publikum, abseits von den Orten und Zeiten des großen nationalen und internationalen Handels gibt es kein richtiges Geschäft, sondern nur »diese Formen, die außerhalb des normalen Marktes stehen.«⁴⁶

Dieser offiziellen Marktschwäche entsprechen eine Reihe ganz unterschiedlicher offiziöser Stärken. Der Mangel an Geschäftlichkeit ist auch aktive Ablehnung von

a Grafik 2: keine »GALERIE« (Name).

b Grafik 2: (Art Frankfurt), (Art Chicago), (Art Basel), (Antik Aktuell).

Kommerz. Finanzierung ist hier weniger Ergebnis der Galerientätigkeit als deren Bedingung. Es wird nicht selbstständig in der Wirtschaft verdient, sondern fremde Verdienste dienen den eigenen galeristischen Projekten.^a Das geringe Alter der Ausstellungseinrichtungen weist nicht nur auf eine unternehmerisch prekäre Situation hin, sondern auch auf neue galeristische Konzepte.^b Statt Ausstellungen, Werbung und Berichterstattung gibt es den medialen Raum, Projekte im öffentlichen Raum abseits galeristischer Ballungszentren und sogar die Präsentation vor der Laufkundschaft,^c dafür aber nur wenige österr. SammlerInnen. Wenn auch nicht auf kommerzielle Weise, so geht es doch um die Eroberung von Märkten. Das macht die Markt-Dominiertheit dieser Einsätze aus. Dabei ist es gleichgültig, ob sie Kenner-schaft, Politik, kreative Produktion oder Unterhaltung als offiziös-richtiges Agieren am Markt den Geschäften entgegensetzen.

Nein, auf Kunstmessen fahre ich nicht. Meine Information beziehe ich aus Literatur und lebender Skulptur, durch regen Austausch mit Kuratoren und Künstlern. Kunstmessen vergleiche ich eher mit Landwirtschaftsmessen, wo ein Handelsschema eingezogen wird. Wie hoch wird der gehandelt, wie hoch jener, das ist eigentlich eher eine Insider-Geschichte. Mich interessieren Messen wie die Foto-Kina wesentlich mehr. (G-07,⁴⁷ Grafik 2)

Kunst und Markt: Kunstmarkt

»[E]s gibt auch Objektivität, wo mehrere Leute zusammen eine Qualität unterschreiben, daß das ein großer Künstler ist. Da gibt es eine werkimmanente, aber auch sehr viele kontextuelle Kriterien. Die einen haben eine kunsthistorische, ikonografische Kriterienkonstellation, die anderen, ein mehr marktorientiertes Kriterium.«⁴⁸

Kunst und Markt habe ich bislang getrennt behandelt: als relativ autonome Felder in eindimensionaler Annäherung. Sie lassen sich auch simultan in Betracht ziehen, indem sie zu einem zweidimensionalen Feld Kunstmarkt integriert werden.

a Grafik 2: Sponsoring aktiv.

b Grafik 2: ab 1987, 1 LeiterIn, Mann, Kulturmanagementausbildung, kunstbegeistert durch Familie.

c Grafik 2: Kunstkritik irrelevant; größte Ausstellungsfläche >200m², Zweigstelle in österr. Provinz; Schaufenster. Die wenigsten Galerien verfügten über Schaufenster. Das übliche nationale wie internationale Publikum wurde anders adressiert.

Der Kunstmarkt ist der wichtigste von allen zweidimensionalen Kontexten, die für die Vermittlung zeitgenössischer Kunst in österreichischen Galerien zu Anfang der 1990er Jahre relevant waren. Der Kunstmarkt stellt die beste zweidimensionale Annäherung an die Struktur des Galerien-Felds dar. *Alles* galeristische Agieren des Samples ist zuerst ein Einsatz auf dem Kunstmarkt, das heißt Sache von Kunst und Markt in einem. Jede Praktik nimmt simultan auf Kunsterleben und Geschäfte Bezug – wie konsensuell, neutral und/oder oppositionell auch immer. Keine einzige Praktik hat nur mit Kunst oder nur mit dem Markt allein zu tun.

Die Integration von Kunst und Markt zu Kunstmarkt lässt sich grafisch einfach darstellen, indem man mit den beiden besprochenen Dimensionen das Koordinatensystem einer Fläche konstruiert: etwa mit der ersten Dimension (Kunst-Feld) waagrecht als x-Achse und der zweiten (Markt-Feld) senkrecht als y-Achse. So ist die primäre Fläche der MKA aufgebaut. Grafik 3 liefert ihren Strukturplan.

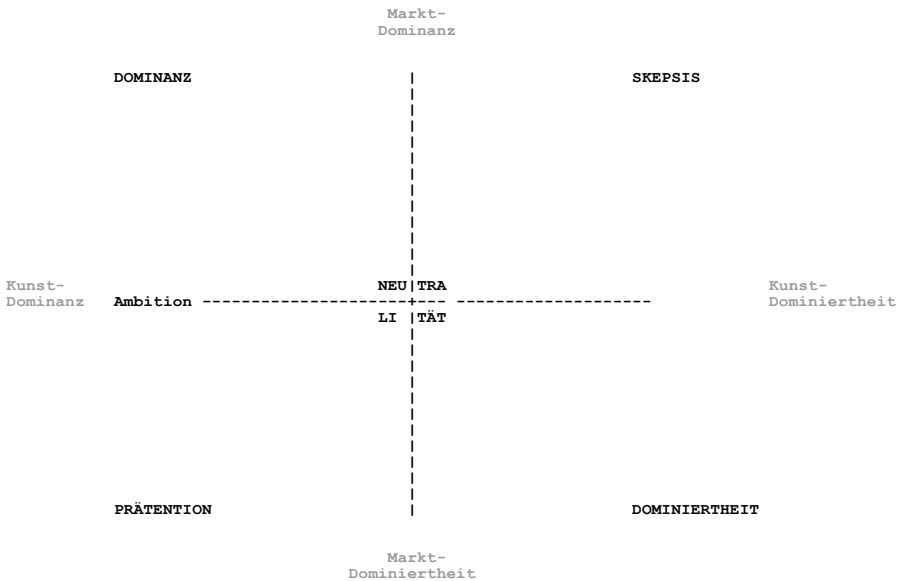
Die waagrechte – primäre – Dimension der Fläche (Grafik 3, graue Beschriftungen) stellt die bereits bekannte Kunsthierarchie dar: von der Kunst-Dominanz links (das Monopol des persönlichen Erlebens ist links jenseits der Grafik 3 platziert) zur Kunst-Dominiertheit nach rechts hin. Die senkrechte – sekundäre – Dimension stellt die Markthierarchie dar: von der Markt-Dominanz oben (das Monopol der Geschäfte ist oben jenseits der Grafik 3 platziert) zur Markt-Dominiertheit nach unten hin. Die Ursprünge der Dimensionen fallen in einem Punkt, dem Flächenursprung, zusammen, in dem die neutrale Einsatzorientierungen von Markt- und Kunst-Feld kumulieren. Die Dimensionen der Fläche sind (im Unterschied zu einem üblichen Koordinatensystem) nicht gleichwertig, die primäre ist wichtiger als die sekundäre (ungefähr im Verhältnis 4:3⁴⁹). Jeder mögliche Punkt dieser Fläche ist damit durch seine Positionen in Kunst und Markt, also durch seine Position im Kunstmarkt bestimmt. Der Kunstmarkt stellt sich so als Möglichkeitsraum für die Praktiken des Samples dar. Damit ist die Transpositionsformel für die Feldstruktur benannt, mit der alle möglichen Platzierungen und Verlagerungen von Kunstmarkt-Einsätzen erschöpfend erfasst werden.

Die zweidimensionale Feldstruktur des Kunstmarkts ist auf vier Fluchrichtungen bezogen (Grafik 3, schwarze Beschriftungen), und zwar auf

- die Kunstmarkt-Dominanz (nach oben links),
- die Kunstmarkt-Dominiertheit (nach unten rechts)

und zwei extreme Passagen zwischen ihnen, nämlich

- die Kunstmarkt-Prätention (als dominierte Dominanz, nach unten links) und
- die Kunstmarkt-Skepsis⁵⁰ (als dominante Dominiertheit, nach oben rechts).



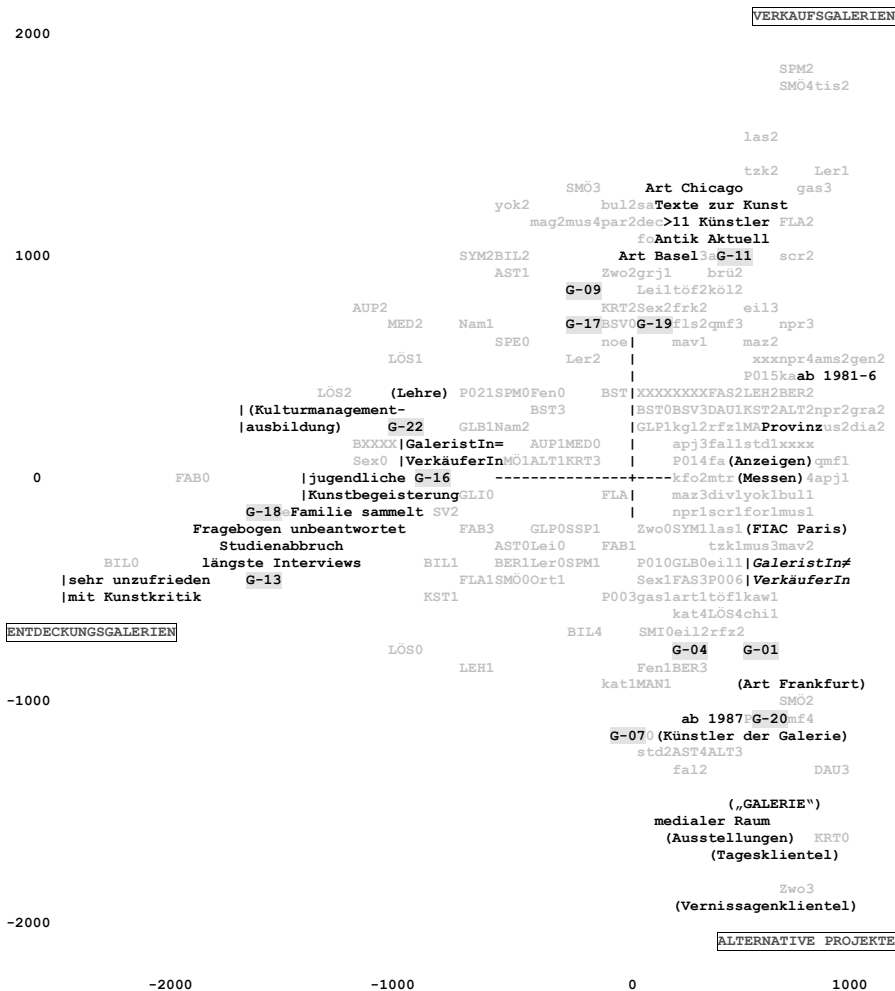
Grafik 3: Kunstmarkt-Feld (primäre zweidimensionale Annäherung des Galerien-Felds) – Strukturplan

Als Kunstmarkt-Einsatz definiert sich jede Praktik über ihre Position relativ zu diesen vier Fluchtrichtungen. Damit ist das Hierarchisierungs- und Differenzierungsprinzip der Feldstruktur benannt.

Galerien-Praktiken als Kunstmarkt-Einsätze

Grafik 4 präsentiert die primäre Fläche der MKA: die konkrete Verteilung der Galerien-Praktiken als Einsätze im Kunstmarkt-Feld. Da es sich um eine strukturelle Stichprobe handelt, lässt sich anhand dieser Einsatzverteilung erkennen, welche Möglichkeiten galeristischer Tätigkeit am Kunstmarkt im Österreich der frühen 1990er Jahre realisiert waren und welche nicht (vgl. S. 168f.).

Die Punktverteilung weist erstens Dreieckform auf, die noch dazu von einer tripolaren (und nicht gleichmäßigen) Verteilung jener Praktiken geprägt wird, die im Kunstmarkt-Feld am besten erklärt werden (Grafik 4, ausgeschriebene Modalitäten und Individuen). Zweitens ist sie auf besondere Weise in der Feldstruktur platziert. Eine Diskussion dieser beiden Aspekte erlaubt, konjunkturelle Besonderheiten ebenso wie strukturelle Invarianzen des Felds zeitgenössischer Kunstgalerien Anfang der 1990er Jahre zu erfassen.



Grafik 4: Kunstmarkt-Feld (primäre zweidimensionale Annäherung des Galerien-Felds), MKA – primäre Fläche
 x-Achse – primäre Dimension (Kunst-Feld, $\% \Phi^2=12,9$)
 y-Achse – sekundäre Dimension (Markt-Feld, $\% \Phi^2=9,7$)

Dazu werde ich zunächst die Pole der Dreiecksverteilung beschreiben: Ging es bislang darum, die mit Hilfe der MKA konstruierte Struktur des Kunstmarktes darzustellen, so gilt es jetzt, die Variationen von Vermittlungsarbeit und Galerienführung (angenähert) zu verstehen, indem alle Praktiken als Einsätze im Kunstmarkt-Feld erklärt werden – wofür ich auch Informationen aus den Recherchen⁵¹ mit einbeziehen kann, die nicht für die MKA verwendet worden sind.

Erläuterungen Grafik 4

Grafik 4 stellt die Struktur des Kunstmarkt-Feldes nach dem in Grafik 3 präsentierten Plan und gleichzeitig die konkrete Verteilung der Galerien-Praktiken in dieser Struktur dar. Nur jene unter allen Modalitäten bzw. Individuen sind hervorgehoben (schwarz ausgeschrieben), die im Vergleich aller Modalitäten bzw. Individuen untereinander am besten durch ihre Positionen in der primären Fläche, also: als Kunstmarkt-Einsätze, erklärt werden – so weit sie auf der kleinen Grafik Platz finden können. Das Kriterium für diese Auswahl sind die COS²-Werte von Modalitäten und Individuen (Anhang 3, 181). Die Positionen aller anderen Modalitäten und Individuen sind ohne Unterschiede durch hellgraue Platzhalter bezeichnet, damit zumindest die Form der Punktverteilung zu erkennen ist. Grobe Richtwerte für die x-Koordinaten (ca. <-2000 bis >1000) und die y-Koordinaten (ca. -2000 bis 2000) sind am linken und am unteren Rand der Grafik notiert. Supplementierte Modalitäten sind kursiv gesetzt (Anhang 2, 177f.). Die umrahmten Bezeichnungen der drei Pole der Punkteverteilung (Entdeckungsgalerien, Verkaufsgalerien, alternative Projekte) sind nicht Teil der Rechenergebnisse, sondern wurden mit Bezug auf die Interpretation in die Flächengrafik hineinnotiert.

Zur allgemeinen *Legende* vgl. die Erläuterungen zur Grafik 1.

Entdeckungsgalerien

»Ist Kunst eine Sache, die man demokratisch verordnen kann oder ist es etwas Elitäres? Ich würde sagen, Kunst ist per definitionem elitär und die Vermittlungsinstitutionen sind dazu da, dieses Elitäre einem breiten Publikum zugänglich zu machen, damit die Kunst nicht gezwungen ist, Massenkultur zu werden, damit sie elitär bleiben kann.«⁵²

Die Praktiken hin zur linken Spitze der Dreiecksverteilung (Grafik 4) kombinieren Kunst-Dominanz und (leicht dominierte) Markt-Neutralität: ein ambitiöses⁵³ Verhältnis zum Kunstmarkt-Monopol. Vermittlung meint hier spezialisiertes Kunst-erleben im Rahmen einer aufs unabdingbare Maß beschränkten, aber sonst schlichtweg unwichtigen Geschäftstätigkeit. Galerieführung wird mit dem persönlichen Stil der GaleristInnen identifiziert (zum Folgenden Grafik 5).

Diese Vermittlungsarbeit konzentriert sich darauf, die Bedingungen für unmittelbare »Konfrontationen« mit Unvertrautem zu schaffen. Von erfolgreicher Ambition auf dem Kunstmarkt zeugt es nicht nur, als Frau allein eine Galerie zu führen.

Vor allem sind mit hohem Engagement und nach Maßgabe der Kunstvorlieben der GaleristInnen einige junge Unbekannte zu »Künstlern der Galerie« aufgebaut worden. Die GaleristInnen sind deren EntdeckerInnen. Mit den »Künstlern der

Erläuterungen Grafik 5

Grafik 5 präsentiert einen vergrößerten Ausschnitt aus Grafik 4, und zwar jene linke Spitze der Dreiecksverteilung, die im Abschnitt zu den Entdeckungsgalerien besprochen wird. Die genaue Platzierung dieses Ausschnitts in der Fläche lässt sich mit Hilfe der Koordinatenwerte am unteren Rand (x-Koordinaten) und am linken Rand (y-Koordinaten) von Grafik 5 bestimmen.

Abgebildet sind erstens in fester Schrift Modalitäten und Individuen, die überdurchschnittlich gut, das heißt zu mehr als 23 Prozent (Anhang 3, 179) durch ihre Positionierung in der primären Fläche (also: als Kunstmarkt-Einsätze) erklärt werden. Technisch gesehen handelt es sich um jene, deren COS^2 -Werte für die erste und zweite Dimension zusammen genommen >230 betragen. Unter diesen sind noch die Modalitäten und Individuen hervorgehoben (mit grau unterlegt), die zu mehr als fünfzig Prozent als Kunstmarkt-Einsätze erklärt werden. Zweitens und in normaler Schrift sind jene Modalitäten und Individuen abgebildet, die zwar nicht in der Fläche, aber doch in einer der beiden Dimensionen überdurchschnittlich gut erklärt werden. Deren COS^2 -Werte betragen entweder für die erste Dimension >130 oder für die zweite >100 , sind jedoch in Summe ≤ 230 .

Supplementäre Modalitäten sind kursiv gesetzt (Anhang 2, 177f.). Zur allgemeinen Legende vgl. die Erläuterungen zur Grafik 1.

Galerie« haben sie lange Zeit kontinuierlich gearbeitet^a, auch wenn es nicht unbedingt oft gelingt, deren Werke außerhalb der Galerie öffentlich zu präsentieren. Ganz so, als ob die GaleristInnen mit ästhetischer Weitsicht schon jetzt erkennen könnten, was niemand sonst (schon gar nicht akademische Traditionalität) sieht^b und was doch künstlerische Zukunft sein wird. Die Qualität von Kunst erscheint geschichtslos, als ob sich gute Kunst nicht auf etablierte Standards beziehen kann, sondern für sich steht und neu ist, radikal neu.

Wenn ich heute zurückdenke und mir überlegen müsste, was man braucht für eine Galerie, dann gäbe es drei Studienrichtungen, die mir einfallen; und ich sage, die letzte, die ich fertig machen würde, ist Kunstgeschichte; denn das ist genau das, was man für eine Galerie nicht gebrauchen kann. (G-18,⁵⁴ Grafik 5)

So stellen sich die GaleristInnen in den ausführlichen Interviews^c nicht nur als langjährige KennerInnen des Kunstbetriebs und »ihrer« KünstlerInnen dar. Deren Betreuung steht im Zentrum der Galeriearbeit.

a Grafik 5: GaleristIn betreut kontinuierlich KünstlerInnen, *GaleristIn produziert nicht Kunst*.

b Grafik 5: sehr unzufrieden mit Kunstkritik, Kunststudium begonnen (was auch »nicht abgeschlossen« heißt), kein Kunststudium begonnen; schon vor 18. Lebensjahr kunstbegeistert, Kunstbegeisterung durch Kunst, Kunstbegeisterung durch Kunst & Familie und Kunst als Beruf in der Familie, Kunstsammeln in der Familie, kein Kunstsammeln in der Familie.

c Grafik 5: längste Interviews (>2h), Fragebogen unbeantwortet.

500	Kunstbegeist- rung durch Kunst
250	Kunstbegeisterung durch Kunst & Familie keine Kulturmanage- mentsausbildung kein Kunstsameln in der Familie G-22 keine Lehre G-05 GaleristIn betreut kon- tinuierlich KünstlerInnen "GALERIE (NAME)" GaleristIn gleich nach Ausbildung Frau G-16 schon vor 18. Lebens- Jahr Kunstbegeistert GaleristIn=Verkäufer kein Kunststudium begonnen Osterr., SammlerInnen BesucherInnen Wien I Bei Vernissage?
0	Kunstberuf in der Familie Kunststudium begonnen GaleristIn informiert nicht veranstaltet keine Symposien Kunststudium begonnen GaleristIn produziert nicht Kunst ?Kunstberuf in der Familie?
-250	Kunststudium begonnen Kunstsameln in der Familie G-12 Fragebogen unbeantwortet G-18 sonstiges Studium begonnen G-13 Matura Zweigstelle in Wien
keine Matura	Matura von der Kunstmarktaulaute betroffen
-500	sehr unzufrieden mit Kunstkritik G-12 -1750 -1500 -1250 -1000 -750 -500 Kunststudium begonnen -750 -500

Grafik 5: Kunstmarkt-Feld – ambitionöse Einsätze zum Pol Entdeckungsgalerien, MKA – primäre Fläche (Ausschnitt)

Da ist es wichtig, dass es kontinuierliche Orte gibt, die solche Sachen auffangen. Als solches verstehe ich meine Galerie. Es geht nicht darum, einen bestimmten Starrummel zu bestätigen, sondern eine kontinuierliche Arbeit mit Künstlern zu machen, die sich als solche formuliert. Das ist das eigentlich Wichtige. (G-16,⁵⁵ Grafik 5)

Die Betreuung reicht von Hilfestellung und teilweiser finanzieller Unterstützung bei der Produktion von Werken, der Beratung und Zusammenarbeit bei größeren Projekten, der Übermittlung von Tipps und Informationen, über die Veranstaltung regelmäßiger Ausstellungen im Lauf der Jahre, den Verkauf der Werke und eventuell deren Ankauf für das Lager der Galerie, die Dokumentationen der Arbeiten und des Werdegangs der KünstlerInnen, über die Herstellung von Kontakten und die Vermittlung von Ausstellungen (in Kunstvereinen, Museen oder anderen Galerien) bis zur Platzierung der Werke in namhaften Sammlungen und ihre Präsentation auf Kunstmessen, zur Übernahme von Transport- und Reisekosten sowie bis zur Pressearbeit.⁵⁶

Am wichtigsten jedoch erscheint die Organisation eines kontinuierlichen Austauschs zwischen den betreuten KünstlerInnen, der stets an die Galerie gebunden bleibt. Es sind persönliche Beziehungen zwischen Passionierten gleichen Alters, an denen die GaleristInnen als KennerInnen, GesprächspartnerInnen und SammlerInnen teilhaben. Die Galerie, so wird in den Interviews betont, bezieht ihre Dynamik aus der Kommunikation mit ihren »ersten« KünstlerInnen und deren Freundeskreis. Dieser praktische Umgang miteinander erzeugt Vertrautheit, welche die »Künstler der Galerie« als Gruppe erscheinen lässt. »Ich sage generell, daß das die Qualität der Kunst nicht beeinflußt, wie jetzt Arbeitssituationen ausschauen, daß eine Gesamtstruktur darauf viel Einfluß nimmt, [...] Ich meine daher, daß eine Gesamtstruktur und ein Netzwerk viel wichtiger sind.« (G-16,⁵⁷ Grafik 5)

Dies macht die Konzentration auf Österreich vernünftig, wo die GaleristInnen^a und die meisten ihrer KünstlerInnen den Lebensmittelpunkt haben. »Ich meine das, was es in Österreich gibt [...] das finde ich phantastisch.« (G-18, vgl. Grafik 5); »Ich denke nicht, daß die Produktionsbedingungen hier schlecht sind. [...] Im objektiven Vergleich ist die Immobiliensituation in Wien viel entspannter als anderswo« (G-16, vgl. Grafik 5).⁵⁸ Internationale Projekte dienen vor allem einer adäquaten Präsentation der »Künstler der Galerie« in größeren Kontexten und gehen teilweise auf deren Vorschläge und Beziehungen zurück.

a Grafik 5: Wien I, Zweigstelle in Wien.

Persönliche Vertrautheit prägt insgesamt den ambitiösen Stil der GaleristInnen. Wie in den Interviews suchen diese den persönlichen Kontakt mit anderen Interessierten, so wie KunstliebhaberInnen sich an andere KunstliebhaberInnen wenden, und sie machen sich dabei zum/r AnwältIn »ihrer« KünstlerInnen. Vermittelt werden hier die ästhetischen Standards des Galeriestils, was nach einiger Zeit auch zu Verkäufen führen kann.^a Vermittlung ist Sache von Bekanntenkreisen, die als kleiner Markt funktionieren können, wenn es gelungen ist, eine Bindung an die künstlerischen Anliegen der GaleristInnen und KünstlerInnen herzustellen. Wie die »Künstler der Galerie«, so müssen auch deren Publikum und SammlerInnen aufgebaut werden: Die Nachfrage hat dem Angebot zu folgen, Vermittlung ist daher eine Art von erzieherischer Herausforderung.⁵⁹

Kauf und Eigentum künstlerischer Arbeit werden somit zur Krönung persönlichen Kunsterlebens. Der Wert eines Kunstwerks gilt als Ausdruck der charismatischen Schaffenskraft von KünstlerInnen⁶⁰ und wird in direkter Konfrontation (mit Werk und KünstlerIn) erlebbar. Daher muss für gute Kunst nicht viel Geld eingenommen und ausgegeben werden. Junge Kunst preiswert zu erwerben ist ja auch eine Unterstützung von KünstlerInnen wie deren Betreuung durch die GaleristInnen. Persönlich gestaltete Konfrontationen mit den KünstlerInnen mögen auch bei Atelierkäufen gelingen.⁶¹ Entdeckungsgalerien bieten darüber hinaus jedoch die multiplizierte Kennerschaft eines Kreises von Auserwählten: eine Art Garantie für den Glauben an den Wert einer Kunst, die keinen bewährten Erwartungen, sondern nur einer persönlichen Vision entsprechen will. Das Vertrauen, das bei der Vermittlung dieses charismatischen Sinns von Kunst erforderlich ist und hergestellt wird, bedarf der GaleristInnen als ExpertInnen eines Sinns (eines Gespürs) für Kunst, dessen Subjektivität und geschäftliche Zurückhaltung gerade den Wert der radikal neuen Kunst garantieren.^b In den Zirkeln persönlichen Charismas kann der Sinn von etwas entstehen, das zunächst für fast niemanden Sinn macht.

Unternehmerisch betrachtet ist das Entdecken und Aufbauen von KünstlerInnen eine extrem risikoreiche Investition. Sie hat einen langen Vorlauf und ihr Ausgang ist ungewiss. Künstlerisch betrachtet handelt es sich um jenen höchsten Wagemut, der Avantgarden würdig ist. Die GaleristInnen können bei ihrem Einsatz nur auf den eigenen Sinn für Kunst, auf ihren langen Atem und – am wichtigsten – auf ihr Charisma bauen, das heißt auf ihre interaktive Fähigkeit, (zunächst noch ine-

a Grafik 5: GaleristIn=VerkäuferIn, GaleristIn informiert nicht, veranstaltet keine Symposien, >11 BesucherInnen/Tag, österr. SammlerInnen, nur wenige internationale SammlerInnen.

b Grafik 5: von Matura mit Studienabbruch (Kunststudium begonnen und kein Kunststudium begonnen) bis hin zum extremen keine Matura; keine Lehre, keine Kulturmanagementausbildung, GaleristIn gleich nach Ausbildung.

xistente) KünstlerInnen und Publikum mit hervorzubringen und nachhaltig an die Galerie zu binden.⁶² Diese große Ambition am Kunstmarkt erfordert persönliches Engagement und Engagement in persönlichen Belangen (Kunst-Dominanz) sowie gleichzeitig ein distanziertes Verhältnis zu den Geschäften (Markt-Neutralität), die zwar funktionieren müssen, aber sicher nicht mit jener Schnelligkeit und hohen Erfolgsaussicht, um die sich offiziell-richtige UnternehmerInnen bemühen.

Verkaufsgalerien

»Wir sind Anbieter und keine Missionare.«⁶³

Die Praktiken hin zur oberen Spitze der Dreieckverteilung (Grafik 4) kombinieren Kunst-Dominanz und Markt-Dominanz: ein skeptisches Verhältnis zum Kunstmarkt-Monopol. Vermittlung meint hier vor allem das Geschäft mit einer Kunst, die – im Rahmen des konkreten Angebots an zeitgenössischer Kunst – zugänglich ist und unmittelbar gefällt, weil sie sich schon am Markt bewährt hat. Die Galerieführung wird mit dem faktischen Programm der Galerie identifiziert (zum Folgenden Grafik 6).

Diese Vermittlungsarbeit konzentriert sich auf die Zusammenführung von Waren und KäuferInnen. Von Skepsis am Kunstmarkt zeugt das Bemühen, wie bei anderen Geschäften das Mögliche ans Wahrscheinliche anzupassen, oder in der Sprache der Ökonomie: das Angebot an die Nachfrage.⁶⁴

Ich glaube, dass das Publikum – wenn Sie jetzt von einem ganz, ganz engen Fachpublikum oder von der Szene selbst absehen – einfach ein Ereignis braucht, um sich mit bildender Kunst überhaupt einzulassen. [...] Der

Erläuterungen Grafik 6

Grafik 6 funktioniert wie Grafik 5. Sie präsentiert jedoch jenen Ausschnitt aus Grafik 4 im Detail, der im Abschnitt zu den Verkaufsgalerien besprochen wird.

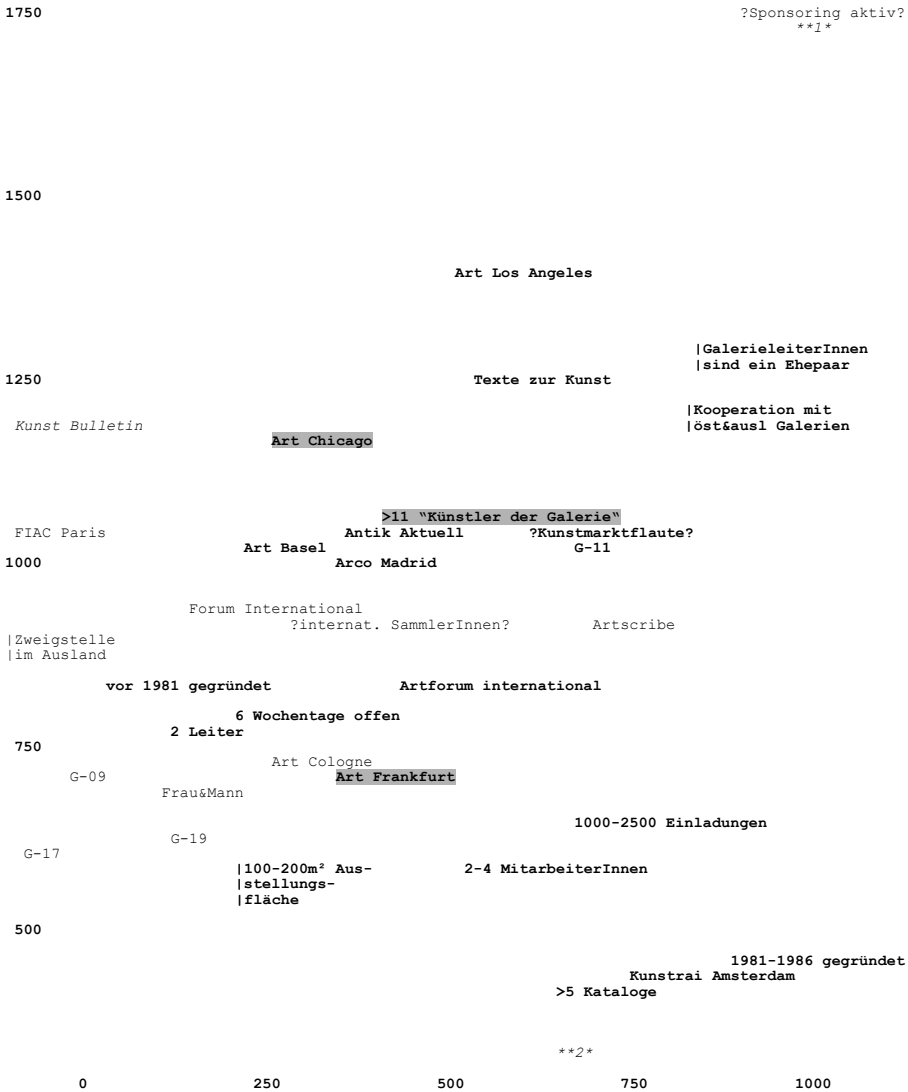
Legende

Zur allgemeinen *Legende* vgl. die Erläuterungen zur Grafik 1

****1*** = keine Anzeigenschaltung in *Artis* und diversen Zeitschriften; keine Frage nach österreichischen und internationalen SammlerInnen

****2*** = keine Frage nach Kunstberuf in Familie, Sammeln in Familie, Beginn eines Kunststudiums, Beginn eines anderen Studiums, Beginn einer Lehre, Kunstmanagementausbildung, höchster Bildungsabschluss, Auslöser der Kunstbegeisterung, Berufslaufbahn vor GaleristInnentätigkeit

Kunstmarkt hat sich als solcher in den letzten Jahren zunehmend ausgeweitet. Und überall, wo Sie einen Markt haben, brauchen sie einfach – da sind ja die Marktmechanismen am Kunstmarkt nicht so viel anders als in anderen ökonomischen Märkten – Highlights, um diesen Markt [...] stärker zu machen. (G-11, 1,⁶⁵ Grafik 6)



Grafik 6: Kunstmarkt-Feld – skeptische Einsätze zum Pol Verkaufsgalerien, MKA, primäre Fläche (Ausschnitt)

Daher werden etablierte ästhetische Standards, berühmte Namen und/oder leicht wiedererkennbare Genres (etwa Editionen, Serigrafien, Multiples) zu Anliegen der Galerie gemacht. Die Qualität von Kunst ist Funktion der Geschichte: Gute Kunst ist hier nie das radikal Neue, sondern schließt an eine Vergangenheit von bekannten und bewährten Werken an: »Man kann ja Qualität auch durch eine ältere Generation von Künstlern verstehen lernen, derer Arbeiten eine Art von Parameter verdeutlichen.« (G-17,⁶⁶ Grafik 6)

Das Programm der Galerien wird nach den Zielvorgaben »relevanter Diskurse« und den Notwendigkeiten »des Markts« ausgerichtet.⁶⁷ Werbung und Kunstberichterstattung sind ebenso wichtig wie die Teilnahme an großen Verkaufsveranstaltungen.^a So entstehen ja Trends und Stars. So werden die entsprechenden Informationen hergestellt und verteilt – nicht bloß an jene, die selbst immer in der Szene mit dabei sind. So funktioniert der große Markt, den Crane als *dealer-critics system*⁶⁸ beschreibt. Die eher unpersönlichen Selbstdarstellungen in Interviews und Fragebögen^b präsentieren Erfolgsbilder nach jenen Kriterien, die von den Massenmedien verwendet werden, um erfolgreiche Galerien zu präsentieren: betriebswirtschaftliche Professionalität, Marktüberblick, geschäftliche Seriosität, Stabilität und Vertrauenswürdigkeit (daher die extreme Positionierung der »Familienbetriebe«^c) sowie unternehmerische Klugheit.^d

Die gesamte Galerientätigkeit ist auf Internationalität ausgerichtet. Auch das Selbstverständnis orientiert sich an internationalen Standards galeristischer Unternehmensführung. Und um Unternehmer handelt es sich bei den GaleristInnen viel mehr als um LiebhaberInnen: »Es kann niemals eine unkommerzielle Institution die Funktion eines auf eigenen Profit bedachten, sehr engagierten Galeristen ersetzen. Das ist ja das Geheimnis einer funktionierenden Galerie: Daß einer dahinter ist, der auch für sich selbst etwas will.« (G-19,⁶⁹ Grafik 6)

Die Internationalisierung erfolgt über Kooperationen vor allem mit anderen Galerien,^e über jene Selbstorganisation also, mit der Ende der 1960er Jahre die Erfindung der unternehmerischen Galerieführung in Westeuropa verbunden war.⁷⁰ Sie erfolgt auch über die Vertretung von etablierten, am besten sogar schon inter-

-
- a Grafik 6: 1000–2500 Einladungen, >5 Kataloge, Texte zur Kunst, Forum International, Kunst Bulletin, Artscribe, Artforum international, Art Chicago, Art Los Angeles, Art Basel, Arco Madrid, Antik Aktuell, FIAC Paris, Art Cologne, Art Frankfurt, Kunstrai Amsterdam.
 - b Grafik 6: die vielen unter **2* zusammengefassten nicht behandelten persönlichen Fragen.
 - c Grafik 6: 2 Leiter, Frau&Mann, GalerieleiterInnen sind ein Ehepaar.
 - d Grafik 6: vor 1981 gegründet, 6 Wochentage offen, Zweigstelle im Ausland, 100–200m² Ausstellungsfläche, 2–4 MitarbeiterInnen. Hierher gehört auch das Schweigen über geschäftsrelevante Informationen: ?Sponsoring aktiv?, ?Kunstmarktflaute?, ?internat. SammlerInnen?.
 - e Grafik 6: Kooperation mit öst&ausl Galerien.

national bekannten KünstlerInnen. International große Namen sind wichtig, um Aufmerksamkeit für das eigene Angebot zu erreichen.

Es ist auch wesentlich, dass man Künstler [...] mit einbaut in ein Programm von Künstlern, die etwas weiter sind. [...] Wenn ich jetzt also nur junge Leute fördere, dann ist die Wahrscheinlichkeit eher geringer, daß ich zum Beispiel auf einer Kunstmesse wahrgenommen werde, weil kein Mensch in der Lage ist, fünfhundert Stände auf einer Kunstmesse wirklich anzuschauen. [...] Aber wenn einer etwas sieht, das er] kennt und das ihn interessiert, etwas von dem er schon weiß, dann kommt er hin. (G-11, 8, Grafik 6)

Das Angebot der Galerien ist nach ästhetischen Kriterien heterogen. Es müssen viele KünstlerInnen angeboten (und weniger betreut) werden,^a um die Produktpalette offen zu halten. Häufigere Wechsel gerade bei unbekannteren KünstlerInnen sind notwendig, um Umsatzausfälle zu reduzieren. Dennoch wird durch das Galerien-Label ein klares Profil nach außen vermittelt. In einer Verkaufsgalerie agiert keine Gruppe von KünstlerInnen, die sich durch eigene Kooptationen langsam erweitert. Die Dynamik der Galerienarbeit ergibt sich vor allem aus den Geschäftsüberlegungen der GaleristInnen, die kein Interesse haben, nur abgeschlossene Zirkel zu betreuen. Die Verwendung emblematischer und gerade modischer Begriffe für die Öffentlichkeitsarbeit zielt auf möglichst große Publikumswirksamkeit.

Ich bin auch nicht der Meinung, daß bildende Kunst für alle sein muß. Das darf sie ja nie werden, weil dann wird es ja wahrscheinlich auch schlecht. Aber zumindest eine Kunst für die, die in der Lage wären, damit umzugehen, aber bisher einfach so gar keine Berührungspunkte haben. Das wäre wahnsinnig wichtig, geht mit Geld alleine aber nicht [..., sondern braucht ein] großes Spektakel [...] Da ist Fernsehen. Da wird man gesehen. Dort sind dann Leute, die mit Kunst null komma null zu tun haben, aber die Vorbildfunktion dieser Leute wäre sehr wichtig. Damit kommt die Isolation ein bißchen weg. (G-11, 15, Grafik 6)

Etablierte, modische oder gar bekannte Kunst hat ihren Preis, weil sie für finanzstarke SammlerInnen einen hohen Gebrauchswert aufweist – nicht nur in ästhetischer Hinsicht, sondern auch für deren Selbstbild und Prestige als »Angehörige der Kunstwelt« sowie als Geldanlage.⁷¹

a Grafik 6: >11 »Künstler der Galerie«.

Ich kenne sehr viele Leute, die sagen [...]: »Wenn ich jetzt irgendein steuerbegünstigtes Wertpapier kaufe, dann erspar ich mir Steuern. Das kommt mir wesentlich billiger. Mich interessiert Kunst zwar sehr, aber mich kostet sie dann auch fast das Doppelte«. Und das führt oft zu Zögern. (G-11, 4, Grafik 6)

Der Wert eines Kunstwerks ist vor allem Funktion von dessen offiziell-richtigem Preis, das heißt vom Preis am internationalen Markt; so, als ob die große Zahl an Beteiligten (besonders der ExpertInnen wie KritikerInnen und GaleristInnen) dort verhindert, dass große Kunst übersehen wird, und verbürgt, dass Fehlinvestitionen vermieden werden können – zumindest solange nichts *boomt* oder *crasht*. Dies ist ein skeptischer Umgang mit Kunst am Markt. Solch ein Wert hat weniger mit Charisma zu tun als mit einem in pragmatischer Haltung beobachtbaren Sachverhalt. Er ist objektivierbar und unabhängig von jedem individuell intimen Erlebnis. Daher auch die Wichtigkeit, die Objektivierungsinstrumenten wie dem *Kunst Kompass* zukommt. »Der Markt« macht nicht nur den Preis eines Kunstwerks, sondern auch dessen Wert.

Wenn ein Kunstobjekt 100.000 Schilling kostet, dann ist das ein Wert. Sonst verkaufe ich es ja nicht. Wenn es nur ein inhaltlicher Wert ist, dann kann ich ja nicht 100.000 Schilling dafür verlangen. Wenn ich aber diesen Betrag verlange, da bewerte ich dieses Kunstobjekt mit einem Geldwert, und dann ist es eine Wertanlage. Und warum soll dann die Kunst anders gestellt sein als andere Wertanlagen? (G-11, 4, Grafik 6)

Das Vertrauen, das bei dieser Vermittlung von Kunstgeschäften erforderlich ist und hergestellt wird, bedarf der GaleristInnen als ExpertInnen eines Marktes, dessen Geschäftslogik und Unpersönlichkeit nicht die Kunstwerke entzaubern, sondern gerade deren Wert garantieren. In der internationalen Zirkulation objektivierbarer Garantien wird für ein immer größeres Publikum der Sinn von Werken als große Kunstwerke bekräftigt, die schon von vielen KennerInnen als große Kunstwerke erlebt worden sind.

Künstlerisch betrachtet ist das Geschäft mit zeitgenössischer Kunst eine zweifelhafte Angelegenheit, die von KünstlerInnen routinemäßig kritisiert wird und leicht zu einem schlechten Image »in der Kunstwelt« führt. Unternehmerisch betrachtet kann es durchaus vernünftig sein, ja sogar hohe Gewinne einbringen. Die GaleristInnen können bei ihrem Einsatz auf ihren eigenen Geschäftssinn und ihre unternehmerischen Garantien bauen, das heißt auf ihre Fähigkeit, in den Augen von KünstlerInnen, KundInnen und KritikerInnen als seriöse Geschäftsleute auf dem

internationalen Markt zu gelten. Diese Skepsis am Kunstmarkt erfordert ein überlegt sachliches Engagement für das Unternehmen und die Vermeidung jeder ästhetisierenden Innerlichkeit.

Was uns interessiert, ist wirklich ein Modell oder es hat zumindest Modellcharakter, wenn ich von kultureller Produktion spreche, meine ich damit, dass zuerst eine Arbeit geleistet werden muß von allen. Research-Arbeit, Arbeit an Informationen, das Feld zu betreten, und darauf erst kann man alles setzen, was man als Fiktion des kreativen Aktes setzen will. (G-09,⁷² Grafik 6)

Alternative Projekte

Die Praktiken hin zur unteren Spitze der Dreiecksverteilung (Grafik 4) kombinieren Kunst- und Markt-Dominiertheit: ein beherrscht oppositionelles Verhältnis zum Kunstmarkt-Monopol. Galerieführung dreht sich um eine Vermittlung von zeitgenössischer Kunst, die weder intimes Erlebnis noch Marktware sein kann (dazu fehlen die nötigen Ressourcen), weil nicht sein soll – und umgekehrt. Der offiziellen Not am Kunstmarkt entspricht die offiziöse Tugend der alternativen Projekte (zum Folgenden Grafik 7).

Diese Vermittlungsarbeit erscheint am Kunstmarkt auf den ersten Blick als Defizit an all dem, worum sich EntdeckerInnen und VerkäuferInnen von KünstlerInnen und Kunstwerken streiten und worüber sie sich dabei einig sind. KünstlerInnen werden weder betreut noch vertreten und angeboten, es gibt keine »Künstler der Galerie« (Grafik 7). Weder die etablierten noch die jungen Messen werden besucht, in Fachzeitschriften wird nicht geworben.^a Es gibt keine regelmäßigen Ausstellungen, daher nur die wenigsten Veranstaltungseinladungen, keine BesucherInnen, kaum SammlerInnen.^b Kunstkritik erscheint irrelevant, die Räume heißen gar nicht »Galerie«.^c Die LeiterInnen setzten sich bei den Recherchen weder als KunstliebhaberInnen noch als Geschäftsleute in Szene.^d Unternehmerisch wie künstlerisch sind die Ausstellungsräume schwach,^e auch weil sie von je einem Mann alleine geführt werden.

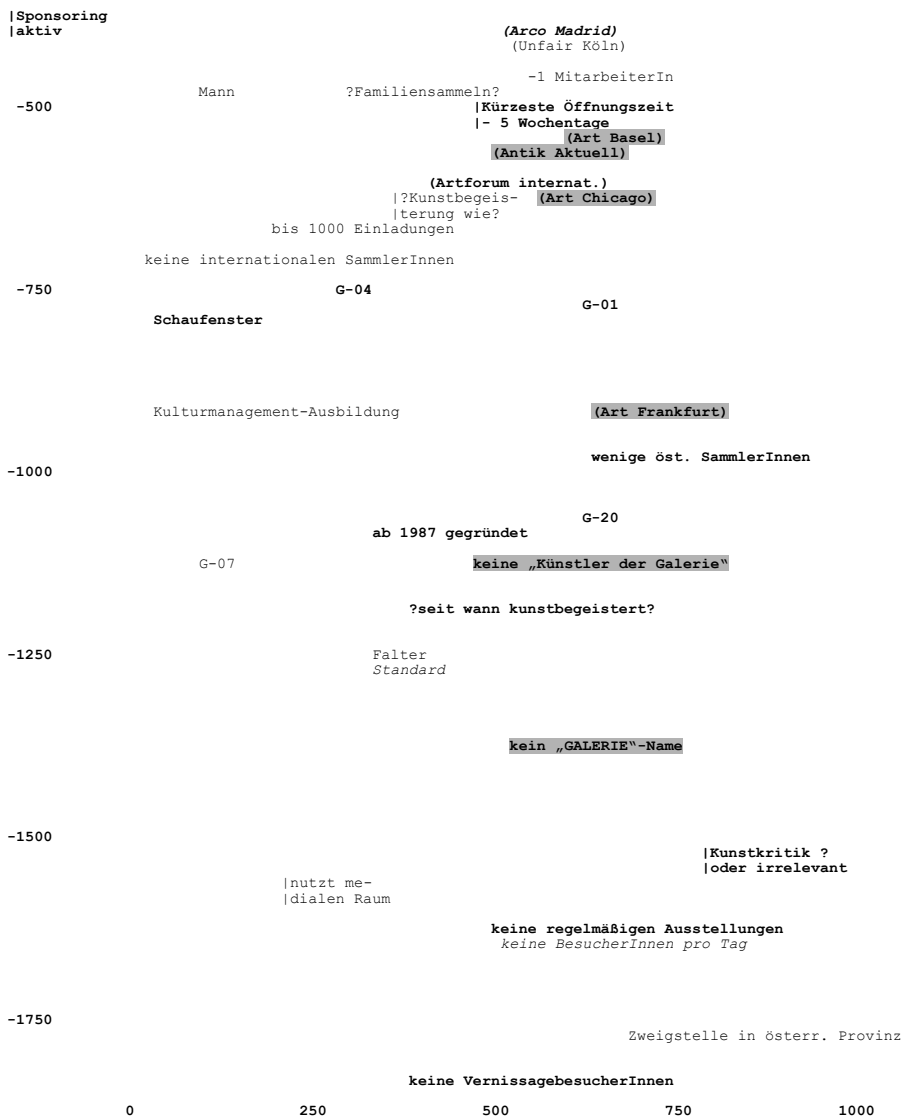
a Grafik 7: (Art Basel), (Antik Aktuell), (Art Chicago), (Art Frankfurt), (Arco Madrid), (Unfair Köln), (Artforum internat.).

b Grafik 7: bis 1000 Einladungen, keine VernissagenbesucherInnen, keine BesucherInnen pro Tag, wenige öst. SammlerInnen, keine internationalen SammlerInnen.

c Grafik 7: Kunstkritik ? oder irrelevant, kein »GALERIE«-Name.

d Grafik 7: ?Familiensammeln?, ?Kunstbegeisterung wie?, ?seit wann kunstbegeistert?.

e Grafik 7: –1 MitarbeiterIn, Kürzeste Öffnungszeit – 5 Wochentage, ab 1987 gegründet, Zweigstelle in österr. Provinz.



Grafik 7: Kunstmarkt-Feld – dominierte Einsätze zum Pol alternative Projekte, MKA – primäre Fläche (Ausschnitt)

Erläuterungen Grafik 7

Grafik 7 funktioniert wie Grafik 5. Sie präsentiert jedoch jenen Ausschnitt aus Grafik 4 im Detail, der im Abschnitt zu den alternativen Projekten besprochen wird.

Zur allgemeinen *Legende* vgl. die Erläuterungen zur Grafik 1.

Dennoch handelt es sich nicht bloß um defizitäre oder junge Unternehmungen, die einfach einem der beiden anderen Pole, Entdeckung oder Verkauf, zuzuordnen wären, wenn sie ihr Programm nur besser zustande gebracht hätten oder haben werden. (Solcherart junge Galerien, die nur zur Entdeckungsgalerie oder zur Verkaufsgalerie hinaltern müssen, sind in der Dreiecksverteilung der Grafik 4 nicht am unteren Pol, sondern zwischen diesen und den beiden anderen Polen platziert.)

Bei den alternativen Projekten werden einiges und einige vermittelt, nur gerade nicht Kunsterlebnis und Kunstverkauf. Hin zum doppelt beherrschten Pol der Verteilung (Grafik 7) sind alte/neue alternative Modelle von Galerieführung versammelt: Ausstellungsräume, Non-Profit Einrichtungen und jüngste Vermittlungsprojekte, geeint – bei allen Unterschieden – in der Opposition gegen die konsekrierte Alternative von Entdeckung versus Verkauf.

Es findet sich eine Vielzahl so genannter autonomer Produktionen, kollektiver Arbeitsweisen und interventionistischer Strategien, auch von den KünstlerInnen selbst, die als Gruppen und »Firmen« mit »Markenartikelvertrieb« agieren und sich der populären Unterhaltungen bedienen. Es geht um Kunst, die im etablierten Galerienbetrieb keinen Platz findet, weil sie gerade nicht elitär-charismatisch auftritt und/oder als gerade nicht verkäuflich gilt (experimentelle Kunst, Installationen, Arbeiten im »medialen Raum«^a u. ä.): »Kunst, die einen eigenen Verwertungskontext mitkonstituiert und sich vielfach der Verdinglichung der künstlerischen Produktion zur ›Kunstware‹ entzieht.«⁷³ Der Kunst werden hier oft ein öffentlicher Auftrag und ein politisches und/oder intellektuelles Potential zugemessen:

Die Künstler sind natürlich immer die Vorreiter der Gesellschaft, und gerade bei so einem krassen Wertewandel [...] Ich glaube oder besser, ich bin davon überzeugt, daß die Künstler, aber auch die Philosophen und auch die Architekten die Bauherrn einer neuen Generation und auch einer neuen Idee sind, die [wir] später einmal nachvollziehen können. [...] Kunst ist eigentlich die Spitze des Intellekts und sicher das beste Geschenk, das man der Gesellschaft machen kann. (G-20, 1 u. 5,⁷⁴ Grafik 7)

Für diese galeristischen Praktiken ist die Kritik von Elitismus wie Kommerzialisierung der etablierten Galerien Programm, das in den eigenen Projekten – also auch kunstimmanent und »institutionenkritisch« – umgesetzt wird. Die Kunstmarkt-Dominanz erklärt auch das Selbstverständnis als neue Kulturprofessionelle.^b Die

a Grafik 7: nutzt medialen Raum.

b Grafik 7: Kulturmanagement-Ausbildung.

Konzentration auf »Neue Medien« (Video, Computer u. ä.) prägt die Öffentlichkeitsarbeit ebenso wie die offensive Benutzung unterschiedlicher Massenmedien. Regelmäßige Inserate in der Stadtzeitung Falter und der Tageszeitung Standard gehören dabei noch zu den konventionelleren Vorgangsweisen, obwohl im Sample schon diese Zuwendung ans Publikum von gerade nicht kunstspezialisierten österreichischen Massenmedien außergewöhnlich ist (ähnlich außergewöhnlich wie die Bestückung eines Schaufensters).

Non-Profit-Räume etwa konzentrieren sich auf Kunst mit politischer Thematik und stellen schwer verkäufliche Objekte aus. Sie verstehen sich als notwendige Ergänzung zu den etablierten Galerien, gerade in ihrer Betonung einer Vermittlungsarbeit zwischen KünstlerInnen und Publikum, die keine KennerInnen, ExpertInnen und VerkäuferInnen zwischenschaltet.

Für das nächste Jahr wird die Verschränkung von ästhetischer Arbeit mit einer klaren Haltung zu gesellschaftssozialen und politischen Themen wichtig sein, was sich vor allem in Form von Medienarbeit, literarischer und bildnerischer Arbeit ausdrücken wird [...] Dieser Ort soll eine Art Alternative zum kommerziellen Kunstmarkt darstellen, dass es möglich wird für Jemanden, der nicht verpflichtet ist und es auch nicht sein will, Möglichkeiten einer Öffentlichkeit herzustellen. (G-04,⁷⁵ Grafik 7)

Auf KennerInnen, ExpertInnen und VerkäuferInnen versuchen auch Projekte zu verzichten, die direkt auf Kunstproduktion konzentriert sind, obwohl deren Vermittlung ganz anders aussieht:

Weil die Uridee war einmal, von Künstlern, also nur Künstlern eine Ausstellung zu machen und damit auf den Markt zu gehen [...] Solche Sachen wollen wir eben auch in Österreich machen, wo wir eben dann Kunst vermitteln, Künstler mit Bauherrn zusammenbringen, den Bauherrn Vorschläge [des Architekten vermitteln], also immer erst der Architekt und dann erst der Bauherr. (G-20, 3, Grafik 7)

Für diese Vermittlung ist Sponsoring vernünftig, auch (oder gerade) wenn dabei Modifikationen des inhaltlichen Programms, des Finanzierungsgebarens und überhaupt des Konzepts »Galerie« notwendig werden. Sponsoring aktiv zu betreiben bedeutet anfangs der 1990er Jahre, sich dem Verdacht auszusetzen, gegen das Prinzip Geheimnis zu agieren, das für etablierte Galerien wesentlich ist (entweder in der elitären Exklusivität der Entdeckungsgalerien oder in der geschäftlichen Diskretion der Verkaufsgalerien). Es gilt als unangemessene Strategie, die gegen die Vertrauens-

grundsätze galeristischer Vermittlung (von seltenen Kulturwerten und/oder Geldgeschäften) verstößt. »Sponsoring basiert ja auf dem Prinzip: ›Tu Gutes und sage es!‹ Und sagen kannst du es nur den Medien. Aber wenn in den Medien noch immer steht: ›Es gab einen Wettbewerb eines Mineralwasserherstellers [und die Kunst als Anhängsel davon erscheint], dann frage ich mich, warum!« (G-20, 4, Grafik 7) Sponsoring ist zu dieser Zeit eine Kunstmarkt-Not, auf die nur kommt, wer nicht anders kann. Und wer nicht anders kann, hat nicht wenig Mühe, es als reine Tugend erscheinen zu lassen und auf das Defizit, den Ausstellungsraum nicht offiziell richtig führen zu können, nicht einzugehen.

Wenn ich einen schlüssigen Partner in der Wirtschaft habe und das Konzept in die gesamte Struktur der Galerie paßt, das ist reziprok. Die Ideen des Künstlers fließen ein, und umgekehrt, wenn Möglichkeiten entstehen, werden Künstler herangezogen und mit dieser Möglichkeit betraut. [...] Wir müssen uns komplett selbst finanzieren und das funktioniert über die Wirtschaft, durch schlüssige Konzepte, dazu sagt die Wirtschaft: »OK, unter dieser Bedingung mache ich das.« (G-07,⁷⁶ Grafik 7)

Die emphatische Formulierung eines Einsatzes »von ›unten‹ her« (also eine rein positive Formulierung der Kunstmarkt-Beherrschtheit als doppelte Opposition gegen die etablierte Vermittlungspraxis, die sich nicht dauernd mit dem Stigma des offiziellen Defizits herumschlägt) findet sich nicht zufällig eher bei KritikerInnen oder PolitikerInnen, etwa in Robert Flecks *Kunstbericht* von 1993. Als erster Kurator war Fleck für avantgardistische Kunstproduktion und -vermittlung zuständig und zum Beispiel an der Einrichtung des *museum in progress* wesentlich beteiligt,⁷⁷ das in den beherrschten Positionen der Feldstruktur platziert ist. In dem *Kunstbericht* heißt es:

Das Ziel dieser Aktivität war ganz allgemein nicht ein »Export« [die Folge der Entdeckung, AM] oder ein »marktgerechtes Herrichten« [die Bedingung des Verkaufs, AM] der österreichischen Künstler (was beides illusionäre Zielsetzungen wären), sondern eine Öffnung und internationale Verwebung des österreichischen Kunstbetriebes vornehmlich von »unten« her, von den Künstlern und Kritikern aus.⁷⁸

Entdeckungsgalerien, Verkaufsgalerien und alternative Projekte stellen die drei Pole der konkreten Verteilung von Galerien-Praktiken in der Struktur des Kunstmarktfelds dar (Grafik 4). Es handelt sich nicht um Typen, denn mit einer Typologie ist einer Verteilung nicht beizukommen, wenn es um wissenschaftlich konstruierte Wirklichkeiten geht.

Für die galeristischen Wirklichkeiten⁷⁹ jedoch ist Typisierung praktisch, um die »Galerienlandschaft« und den eigenen Ort darin zu behaupten. Praktisch heißt einerseits: nicht völlig falsch (unrealistisch), aber auch nicht allzu genau und kompliziert. Praktisch heißt andererseits: bestens politisier- und moralisierbar. Es ist praktisch, sich (eher) einem Typ zuzurechnen und damit von anderen Typen abzugrenzen; und es ist praktisch zu wissen, dass es die anderen ebenso machen.

Wissenschaftliche und galeristische Wirklichkeiten sind also unterschiedlich, aber sie sind nicht voneinander unabhängig. Die wechselseitigen Typisierungen der GaleristInnen beziehen sich nämlich genau auf die tripolare Verteilung von Galerien-Praktiken als Kunstmarkt-Einsätze. Erst die Konstruktion dieser Verteilung ermöglicht, jene Typisierungen wissenschaftlich zu verstehen. Oder anders: Das Feldmodell erlaubt eine Systematisierung jener Typen, die in den praktischen Auseinandersetzungen darüber, was Galerieführung und Kunstvermittlung sein sollen, die wichtigsten Bezugs- und Streitpunkte für alle Praktiken abgeben, und eine Systematisierung der möglichen (positiven wie negativen) Perspektiven auf diese Typen.

Je näher die Praktiken zu einem der drei Verteilungspole hin platziert sind (Grafik 4), umso deutlicher manifestieren sie auch (implizit wie explizit) die diesem Pol entsprechende Perspektive. Für die mehr oder weniger EntdeckungsgaleristInnen (Grafiken 4 und 5), welche die Ambition am Kunstmarkt pflegen, sind die Verkaufsgalerien schon reiner Kunsthandel und dem Starrummel verfallen, die alternativen Projekte hingegen »informieren« doch nur irgendwelche Öffentlichkeiten. Umgekehrt wird den EntdeckungsgaleristInnen von allen anderen illusionäres Kunstverständnis (»Fiktion des kreativen Aktes«) und insbesondere Elitismus vorgeworfen: »Wenn man die Leute aber davon abhält, weil man es so schwierig und intellektuell macht, finden sie natürlich keinen Einstieg in die Kunst.« (G-09,⁸⁰ Grafik 4)

Die mehr oder weniger VerkaufsgaleristInnen (Grafiken 4 und 6) verteidigen sich gegen die Unterstellung, nur Kunsthandel zu treiben. Sie wissen ja, es gibt die »grundsätzliche Position, »Kunsthandel ist schlecht« [...] und eine Galerie wird immer noch ein bißchen als Geschäft gesehen. So jetzt als eine Form des Kunsthandels. Ein klassischer Kunsthändler hat halt Regale und voll geknallte Wände. Da geht man hinein, um etwas zu kaufen. Das ist die extreme Form.« (G-11, 10 u. 12, Grafik

4). Entdeckungsgalerien hintertreiben aus ihrer Perspektive einen funktionierenden Kunstmarkt: »Ich bin ein Gegner der sogenannten [...] österreichischen Exportgalerie [...] Da tun sie den Künstlern nichts Gutes [...] denn der Markt hört dann an der Grenze auf.« (G-11, 8 f., Grafik 4). Die alternativen Projekte wiederum, egal ob öffentlich gefördert und/oder privat betrieben, erscheinen als unternehmerischer Altraum. »Es ist [...] langfristig sicher nicht möglich, diese Formen [...] dauernd auf eine staatliche Basis zu stellen«,⁸¹ und:

Es ist aber auch [...] unmöglich für den Künstler, sich permanent um den Markt zu kümmern, weil das zuviel Arbeit ist. [...] Man kann entweder malen oder sich um die Vermarktung kümmern. Oder es sind ganz schlechte Künstler, die ihre eigenen Galerien haben, wo sie andere Kollegen ausstellen, das sind die sogenannten Selbstvermarkter, das ist zum großen Teil eine Katastrophe. (G-19,⁸² Grafik 4)

Für die BetreiberInnen von mehr oder weniger alternativen Projekten (Grafiken 4 und 7) ist, wie schon gezeigt, weder der selbstgenügsam-elitäre Export der Entdeckungsgalerien noch der kommerzielle Import der Verkaufsgalerien akzeptabel.

Feld als Raum

Die Galerien 1991–1993 und der Kunstmarkt

Mit *Boom* und *Crash* des internationalen Kunstmarkts in den 1980er Jahren wurde auch in Österreich ein unternehmerisches Modell von Galerieführung durchgesetzt. Zum Untersuchungszeitpunkt kam keine Galerie zeitgenössischer Kunst mehr herum, zum geschäftlichen Aspekt von Kunstvermittlung praktisch Stellung zu beziehen. Diese Vermarktung war gleichzeitig eine Internationalisierung.⁸³ Die vorher oft als Ausnahme beschworene wie beklagte Situation der zeitgenössischen bildenden Kunst in Österreich (Konzentration auf inländische, eigentlich Wiener Verhältnisse, Primat öffentlicher Förderungen, Information als Programm) hatte sich grundlegend geändert – wenngleich die österreichischen Besonderheiten die Galeriearbeit in den 1990er Jahren immer noch stark prägen sollten.⁸⁴ Die Feldkonstruktion zeigt das hierarchische Zusammenwirken des für Österreich alten wie des neuen Hierarchisierungs- und Differenzierungsprinzips – und zwar global wie lokal in jeder einzelnen Praktik.

Zu diesen historisch-konkreten kommen allgemeinere Ergebnisse. Erstens lässt sich mit dem Forschungsgegenstand zeigen, was zumeist nur behauptet wird, näm-

lich die »Verzahnung von ökonomischen und künstlerischen Gesichtspunkten bei der Reproduktion der zeitgenössischen Kunst [..., wobei] ästhetische und ökonomische Wertgesichtspunkte [...] in gegenseitiger Beziehung bleiben.«⁸⁵

Zweitens lässt die tripolare Verteilung der Praktiken in der Feldstruktur erkennen, dass die Positionen in Richtung Kunstmarkt-Dominanz (Grafik 4, nach links oben) unbesetzt sind. Es gibt so gut wie keine Praktik, die sowohl in der Kunst als auch am Markt ausgeprägter dominant wirkt. Diese doppelte Dominanz gilt als wesentliches Charakteristikum von *leader galleries*,⁸⁶ wobei »finanzielle Mittel und kulturelle Reputation [...] voneinander abhängen [...] : An jedem großen Handelsplatz ist der Sektor zeitgenössischer Kunst um wenige Leader Galerien strukturiert, die imstande sind, neue Produkte durch- und [...] die Preise festzusetzen.«⁸⁷ Leo Castelli etwa, der »Archetyp« eines Leaders, verband in seinem Gespür für neue Tendenzen »das Staunen vor dem nie zuvor Gesehenen mit der historistischen Interpretation des bislang Unveröffentlichten, welche die Neuheit in Notwendigkeit verwandelt«⁸⁸ – also genau jene beiden widersprüchlichen Beziehungen zur Geschichte der Kunstwerke, die Entdeckungs- und VerkaufsgaleristInnen auszeichnet. Dass im vorliegenden Kunstmarkt-Feld 1991–1993 diese dominante Möglichkeit von Galerie-Einsätzen unrealisiert bleibt, mag wohl damit zusammen hängen, dass Wien keinen »großen Handelsplatz« darstellte: Sehr erfolgreich Geschäfte zu machen ging hier mit einem Ruf als besonders charismatische KunstkennerIn nicht zusammen, und umgekehrt.

Diese Aussage gilt allerdings nur mit einem Vorbehalt. Eine der Galerien, die auf Grund fehlender Interviews nicht in das Sample aufgenommen wurden (nämlich Galerie Krinzinger), könnte eventuell extremer dominant im Kunstmarkt-Feld platziert sein als die tatsächlich verrechneten Galerien und würde damit als Leader Galerie mehr oder weniger in Frage kommen. Diese Vermutung müsste in einer berichtigten Feldkonstruktion geprüft werden (womit sich *ex negativo* zeigt, wie wichtig es ist, die Variationen und Kontraste in einem strukturalen Sample zu maximieren). Doch auch wenn diese Vermutung bestätigt werden sollte, bliebe zu konstatieren, dass eine Leader Galerie im hier präsentierten Kunstmarkt-Feld eine nur sehr selten realisierte Möglichkeit darstellt.

So scheint der vorliegenden Befund für Österreich 1991–1993 (ob er nun im angesprochenen Sinn korrigiert werden muss oder nicht) eine oft betonte invariante Problematik von Kunstmärkten zu bestätigen, auf denen wirklich erfolgreich zu agieren »eine ganz und gar unwahrscheinliche, jedenfalls seltene Kombination«⁸⁹ von Geschäftssinn und ästhetischer Passion erfordern würde. Das Unvereinbare zu vereinen,⁹⁰ was den Leader Galerien in auffällender Weise gelingt, ist viel unwahrscheinlicher als jene »chiasmatische«⁹¹ Spaltung, von der auch die Einsatzverteilung im Kunstmarkt-Feld 1991–1993 zeugt.

Die vorliegende Konstruktion macht jedoch einerseits klar, dass die chiasmatische Struktur (eben weil sie zwei unterschiedliche Differenzierungskriterien impliziert) nicht in der Opposition von zwei Polen (etwa »dealer-artist system« vs. »dealer-critics system« oder »galérie de recherche« vs. »galérie de vente«, »Entdecker« vs. »Verkäufer« u. ä.)⁹² darstellbar ist. Sie erfordert einen dritten Pol jener Galerien, die beide Differenzierungskriterien zurückweisen – und damit eine zumindest zweidimensionale Strukturkonstruktion. Andererseits sind die beiden Differenzierungskriterien (Kunsterleben und Geschäft) nicht gleichwertig: Die Pole der chiasmatischen Verteilung sind untereinander hierarchisiert. Im Vergleich der Grafiken 3 und 4 wird deutlich, dass die Entdeckungsgalerien am Kunstmarkt die Verkaufsgalerien und alternativen Projekte dominierten, wobei letztere überhaupt die dominierendsten Einsätze im Feld abgaben.

Zuletzt und in ganz allgemeiner Perspektive zeigt die vorgestellte Untersuchung, dass sich Galerien als Feld darstellen lassen. Und dass solch ein Galerien-Feld hier in seinen zwei wichtigsten Dimensionen als Kunstmarkt angenähert wurde, zeigt, dass der Kunstmarkt keine Überschneidung von Feldern (oder sonst eine Verbindung von oder zwischen Orten) darstellt. Er ist selbst ein Feld, in dem die Galerien-Praktiken als Einsätze existieren. Weitere Arbeit am Gegenstand könnte die folgenden Dimensionen der MKA (zuerst die dritte, dann die vierte usw.) als weitere, jedoch immer weniger wichtige Sub-Felder (Einsatzkontexte) des Galerien-Feldes konstruieren, also als weitere Felder, in denen die Galerien-Praktiken als Einsätze wirken. (Es sei hier zumindest erwähnt, dass die dritte Dimension der MKA das Politik-Feld und die vierte das Öffentlichkeits-Feld darstellen). Das Galerien-Feld würde damit in immer besseren, weil höher dimensional Annäherungen verwirklicht werden.⁹³

Forschungsprogramm

Ich kann nun die Argumentation der Einleitung wieder aufnehmen. Ein Feld zu konstruieren erfordert, *systematische Hypothesen* zur Feldstruktur *explorativ zu testen*. Folgt man diesem augenscheinlich paradoxen Forschungsprogramm konsequent, kommt man in des Teufels method(olog)ische und theoretische Küchen. Hält man es dort allerdings ein wenig aus, kann man aus empiristischen und rationalistischen Nöten wissenschaftlich-forscherische (surrationalistische⁹⁴) Tugenden machen.

Wenn ein Feld konstruieren heißt, Hypothesen zu rektifizieren (anstatt bloß zu verifizieren/falsifizieren), dann reicht es nicht aus, Theorien und Methoden auf Daten anzuwenden. Methoden funktionieren ja methodisch, Theorien theoretisch.

Wendet man sie *an*, bekommt man wieder Methoden bzw. Theorien, aber keine Forschungsgegenstände. Ein Forschungsprogramm hingegen (etwa Feld) lässt sich *verwenden*. Es impliziert eine dialektisierte Beziehung von Konzepten und Techniken: Änderungen der einen erfordern Änderungen der anderen, und zwar nach Maßgabe von deren integriertem Zusammenwirken in einer systematischen Forschungskonstruktion.

So steht jeder Versuch, mit dem Feldprogramm zu arbeiten, vor der Anfangsschwierigkeit, Konzepte zu verwenden, deren systematische Funktionslogik die Funktionslogik vieler methodisch definierter und methodologisch legitimierter Techniken wohl begründet negiert. Das Feldprogramm ernst zu nehmen heißt daher zuerst einmal, Techniken unüblich zu verwenden.

Es machte ebenso wenig Sinn, bestimmte Techniken, einer method(olog)ischen Parteinahme wegen, aus der Forschungsarbeit auszuschließen, wie die Verwendungen der Techniken säuberlich voneinander zu trennen. Wie sollte für einen Gegenstand nach Art des Galerien-Felds auf Recherche, Interviews, Fragebogenerhebung, direkte wie indirekte Beobachtung, Publikationsanalysen oder Statistik, und vor allem: wie sollte auf deren gegenseitige Verzahnung in *einer* Konstruktion verzichtet werden? Methoden würden jedoch genau das erfordern. Sie lassen sich höchstens *nach-* und *nebeneinander* anwenden.

Gerade die Vielfalt von Techniken, deren Vermischungen sowie die Variationen von deren Verwendungen (etwa der systematisch unterschiedliche Gebrauch von Interviews und Fragebögen durch die GaleristInnen) brachte die wesentlichsten Informationen zum Gegenstand selbst hervor.⁹⁵ Die Verwendung der MKA verschränkte etwa explorative und erklärende Perspektiven.⁹⁶ Beobachtung und Experiment in ein und demselben Vorgehen zu vereinen erwies sich für die fortwährenden Berichtigungen besonders effektiv. Ebenso ließ sich mit den Interviews nur arbeiten, weil sie »quantifiziert« wurden, und mit der Statistik nur, weil sie »qualitativ« verwendet wurde.

Gerade die in diesem Sinn unübliche Verwendung der MKA (Anhang 2 u. 3) hat zu einer Konstruktion geführt, die einige problematische – realistische, aber auch rationalistische – Aspekte des Feldprogramms zu berichtigen erlaubt, was Reformulierungen einiger der verwendeten Konzepte mit einschließt.⁹⁷ Ich kann dies hier nur kurz anreißen.

Felder müssen weder wie (realistische) Orte vorgestellt noch wie ein (rationalistischer) sozialer Raum gedacht, sondern können als surrationalistische Räume, nach Art einfacher mathematischer Räume,⁹⁸ konstruiert werden. Interessante Ansätze dazu finden sich schon in älteren Arbeiten,⁹⁹ wurden jedoch meines Wissens nicht systematisch aufeinander bezogen. Die im Konzept Feld vorhandenen Widersprüche zwischen realistischen, rationalistischen und surrationalistischen

Raumvorstellungen blieben dadurch implizit und ihre Berichtigungspotentiale ungenutzt.

Als Raum (im Folgenden sind immer surrationalistische Räume im obigen Sinn gemeint) hat ein Feld keine Außengrenzen, jenseits der es nicht mehr ist. Einem Ort lässt sich entkommen, einem Raum nicht.¹⁰⁰ Ein Feld als Raum hört nicht irgendWO auf zu sein. Hat es keine Peripherie, so doch ein Zentrum. Dort ist allerdings nicht das platziert, worum es im Feld geht. Das Feldzentrum ist kein zentraler Ort von Macht, Ressourcen, Vernetzungen u. ä. Es ist der neutrale Teil des Feldes, jener Teil, in dem sich alles ballt, was für die Feldstruktur nur gering wichtig ist (Neutralität wie Indifferenz gegenüber, ja sogar augenscheinliche Irrelevanz vor dem Feld-Monopol). Was jenseits der Grenzen eines als Ort verstandenen Feldes ist, ist im Zentrum eines als surrationalistischer Raum organisierten Feldes. (Die Grenzen eines Gegenstandes gehören damit ebenso zu ihm wie das, was jenseits dieser Grenzen zu liegen scheint). Weg vom Feldzentrum hingegen finden sich jene Einsätze, die für die Feldstruktur wesentlich sind: Dominanzen und Dominiertheiten. (Und weil Macht nicht oben oder innen ist und Ohn-Macht nicht unten oder außen, macht es keinen Sinn, sich die Relation von Dominanz und Dominiertheiten als UNTERdrückung oder MARGINALisierung vorzustellen.)

Als Räume können sich Felder nicht gegenseitig umschließen, begrenzen oder überschneiden. Zwischen Feldern bleibt kein (wie auch immer gearteter) Platz. Auch Andockstellen oder Pfadverbindungen zwischen ihnen gibt es nicht. Felder haben keine fixe Dimensionenzahl. Es gibt eindimensionale Felder (wie das vorgestellte Kunst-Feld), zweidimensionale Felder (wie das Kunstmarkt-Feld), drei-, vier- usw. -dimensionale Felder. Da Felder keine Teile von Räumen (also keine Orte, Zonen, Bereiche, Schichten, Klassen u. ä.) darstellen, sondern selbst Räume sind, basiert ihr gegenseitiges Verhältnis nicht auf dem topologischen Prinzip der Umgebung, sondern auf dem systematischen Prinzip von Analyse und Synthese, oder anders: von Dekomposition und Rekombosition: Mehrere niedriger dimensionale Felder können zu einem höher-dimensionalen Feld integriert werden (etwa Kunst-Feld und Markt-Feld zum Kunstmarkt-Feld); diese können in jene dekomponiert werden (etwa das Kunstmarkt-Feld in Kunst-Feld und Markt-Feld).

Topologische Beziehungen zueinander unterhalten hingegen die Elemente eines als Vektorraum organisierten Feldes: die Praktiken. Jede Praktik hat eine eindeutige Position, die zwischen anderen Positionen liegt, wieder andere Positionen umschließen und selbst umschlossen werden kann. Darüber hinaus sind (mit Hilfe der MKA) auch die Abstände (die gerichteten Distanzen) zwischen Positionen und somit zwischen Praktiken messbar. Ein historisches Phänomen als Praktik(en) zu erklären/verstehen heißt, es phänomenotechnisch als Feld zu konstruieren.

Und umgekehrt: Ein historisches Phänomen als Feld verstehen/erklären heißt, es als Zusammenhang von Praktiken phänomenotechnisch zu ver-wirklichen. Denn in einem wie dem hier präsentierten Feld wirken Praktiken: Relationen von Habitus und Reproduktionsstrategien (nach der Formel: »Habitus X macht/hat/ist/... Strategie Y«; Anm. 37).¹⁰¹ Dies setzt die MKA technisch um, bei der die Beziehungen zwischen den statistischen Individuen (Habitus) anhand der Beziehungen zwischen den statistischen Modalitäten (Strategien) und umgekehrt konstruiert werden (Anhang 1, 177).¹⁰²

In einem Feld wirken allerdings nicht Praktiken schlechthin, sondern nur jene von deren Einsatzdimensionen, die im Feld existieren (wirken) können. So sind im Kunstmarkt-Feld nicht die Galerien-Praktiken schlechthin wirksam, sondern die Galerien-Praktiken als Kunstmarkt-Einsätze.

Ein Feld als Vektorraum ist also ein spezifischer Einsatzzusammenhang von Praktiken (etwa der Zusammenhang an Kunst- oder Markt-Einsätzen: So habe ich Kunst-Feld und Markt-Feld mit den Grafiken 1 und 2 vorgestellt). Und Praktiken existieren nur als Einsätze in spezifischen Feldern (etwa als Einsätze im Kunstmarkt-Feld: So habe ich mit den Grafiken 4 bis 7 gearbeitet). Bei der MKA werden diese beiden Beziehungen mit Hilfe der Maßzahlen CPF und COS^2 gemessen, die für die verwendeten Grafiken wesentlich sind (Anhang 3, 181). Praktiken außerhalb eines Feldes (etwa eine Praktik des Samples, die Kunst-Einsatz wäre, jedoch kein Markt-Einsatz oder umgekehrt) gibt es nicht. Bei einer Forschungskonstruktion wirkt jede Praktik in jedem Feld. Damit erübrigt sich die Entscheidung, was feldintern und was feldextern sein soll.

Wirken alle Praktiken in jedem Feld, so doch nicht identisch. Erstens wirken sie nicht gleich stark. Die Messung der *Wirksamkeitsstärken* ist für die vorgestellte Feld-konstruktion wesentlich (Maßzahl CPF, Grafiken 1 und 2; Anhang 3, 181). Null- oder schwache Wirksamkeiten sind dabei ebenso wichtig und messbar. Sie stellen nicht einfach die Abwesenheit von Wirkungen dar. Zweitens wirken Praktiken als Feldeinsätze nicht gleich orientiert: Sie haben positive wie negative Konsequenzen (Konsekrationen wie Sanktionen), aus deren Verhältnis sich unterschiedliche *Wirksamkeitsorientierungen* ergeben (Koordinatenwerte in den Grafiken 1, 2, 4 bis 7). Deren Differenzierungen nehmen mit steigender Dimensionenanzahl zu. Gibt es bei eindimensionalen Feldern (Kunst oder Markt) nur das Richtungsspektrum Dominanz–Neutralität–Dominiertheit, so kommen etwa bei zweidimensionalen Feldern zwei weitere Passagen zwischen Dominanz und Dominiertheit hinzu, nämlich Präention und Skepsis (Grafik 3). Diese Variation von Wirksamkeitsorientierungen weist eine Feldstruktur als hierarchische Ordnung von Praktiken aus, was nahe legt, diese Ordnung als Kapitalverteilung zu fassen – unter der Voraussetzung, das Konzept Kapital etwas zu reformulieren.¹⁰³

Die Wirksamkeitsorientierungen von Praktiken in einem Feld sind unterschiedlich: ungleich und verschieden in einem. Kunst-beherrschten Praktiken mangelt es nicht nur an charismatisch-elitärer Beschäftigung mit Kunst, sie insistieren ja auch skandalös auf anderen Arten der Beschäftigung. Bei der Wirksamkeitshierarchie in einem Feld geht es nicht nur darum, wer wie viel von den jeweils monopolisierten Ressourcen für sich beanspruchen kann, sondern auch darum, ob das durchgesetzte Monopol überhaupt das richtige ist. Die Hierarchie zwischen Praktiken ist ebenso Sache eines Verteilungs- wie eines Definitionskampfes.

Diese Erkenntnis ist für die Bourdieusche Theorie sozialer Räume grundlegend, welche die soziale Logik von Ungleichheit, Konkurrenz und Distanz mit der kulturellen Logik von Verschiedenheit, Aushandeln/Durchsetzen und Ausrichtung verbindet¹⁰⁴ – zumindest theoretisch. Bei den empirischen Umsetzungen wird Kapital jedoch oft nur als Maß für die Verteilung von legitimen Ressourcen genommen, aber nicht als Maß für die Verteilung von Konsens mit der und Opposition gegen die Legitimität dieser Ressourcen.¹⁰⁵ Konstruiert man Kapital hingegen als dimensionale Wirksamkeitshierarchie (mit den Aspekten von Wirksamkeitsstärke und -orientierung) lässt sich das theoretische Postulat in einen Forschungsgegenstand übersetzen.

Dies hat schließlich zur Folge, das zumeist als theoretisch geschlossen behandelte Set an Kapitalsorten (nämlich kulturelles, ökonomisches, soziales und symbolisches Kapital) im surrationalistischen Sinn zu öffnen. Natürlich ließe sich beim vorgestellten Kunst-Feld ein kulturelles Kapital annehmen und beim Markt-Feld ein ökonomisches. Das Wesentliche bliebe trotzdem noch zu tun, nämlich die konkreten historischen Manifestationen dieser »Kultur« und »Ökonomie« (also hier: charismatisches Kunsterleben und Geschäfte) zu bestimmen. Große Begriffe machen es einem/r nicht schwer, in der großen Theorie stecken zu bleiben. Das Allgemeine ist auch hier leicht das Banale.¹⁰⁶ Ebenso erscheint das vordefinierte Modell der Kapitalverteilung des sozialen Raums – Kapitalvolumen als erste und Kapitalstruktur als zweite Dimension – für offen dimensionale Felder zu starr. Es unterstellt ja, dass sich ein Feld zumeist auf zwei Kapitalsorten beschränkt und, folgenschwerer, dass diese beiden Kapitalien dasselbe Gewicht in der Feldstruktur haben. Beides trifft für Felder als dimensionale Einsatzhierarchien von Praktiken nicht zu.

Phänomenotechnischer Anhang

Anhang 1: Multiple Korrespondenzanalyse (MKA)

Die Verwendung der multiplen Korrespondenzanalyse (MKA)¹⁰⁷ erlaubte eine Lösung des technischen Grundproblems der vorgestellten Forschungsarbeit: nämlich die in einem strukturalen Sample konstituierten Daten derart systematisch aufeinander zu beziehen, dass es möglich wurde, die Gegenstandskonstruktion fortgesetzt zu berichtigen. Ich werde diese Feststellung in zwei Schritten erläutern.

Systematischer Vergleich

Will man die Daten eines strukturalen Samples systematisch aufeinander beziehen, lässt sich dessen statistische Bearbeitung nicht umgehen. Die schönste Collage ausgewählter Zitate und die sorgfältigste Auflistung von Informationen (etwa mit Datenbanken) ist ja ebenso wenig systematisches Vergleichen wie die Präsentation von typischen Einzelfällen oder Fallstudien. Ein Beispiel, auch eine Fülle von Beispielen, ist kein Argument. Ein Detail, auch eine Fülle von Details, ist kein Beweis.

Um die Besonderheiten eines strukturalen Samples als Stärken nutzen zu können, muss eine statistische Technik viele, unterschiedlich strukturierte und stark fragmentierte Informationen sinnvoll verarbeiten können. Mit den meisten Statistiken ist dies nicht möglich. Mit einer MKA jedoch lassen sich erstens Samples mit beliebig vielen statistischen Individuen (im Folgenden kurz: Individuen) und Variablen bearbeiten.

Zweitens müssen die Variablen dabei nominal strukturiert (kategorial) sein – im Unterschied nicht nur zu den Techniken der klassischen *Multivariate Analysis* (etwa multipler Regression oder Varianzanalyse), sondern auch zu anderen faktoriellen Verfahren (etwa der Hauptkomponentenanalyse von Korrelationen). Nun lässt sich jede Variable, ob sie numerisch erscheint oder nicht, statistisch als nominal strukturierte Variable behandeln. Daher können x-beliebige Variablen bei einer MKA aufeinander bezogen, also miteinander verglichen werden: etwa das »Verhalten der GaleristInnen beim Interview« mit der »Anzahl der Einladungsaussendungen bei Vernissagen«.

In der Perspektive von Skalenhierarchie und Privilegierung numerisierbarer Daten¹⁰⁸ würde damit die wesentliche, weil quantifizierbare Information verloren gehen. Für die vorgestellte Forschungs konstruktion jedoch wird dies von der Chance aufgewogen, auch das systematisch vergleichen zu können, was man angeblich nicht vergleichen kann (weil dies die Vergleichstechnik nicht vorsieht oder weil es dem

Commonsens gemäß unvergleichbar wäre). Bei einer MKA lässt sich sehen, was wie womit in einem Sample zusammenhängt, auch wenn dies gegen Erwartungen und vorkonstruierte Variablen quer läuft.¹⁰⁹

Drittens werden die Regelmäßigkeiten, die eine MKA in einem Sample konstruiert und analysiert, nicht über ihre Häufigkeiten, sondern über ihre relativen Stärken untereinander verglichen. Sie werden als Abstände vom Zustand der Unabhängigkeit (aller Individuen und Variablen untereinander) gemessen. Dabei wird die Unabhängigkeit nicht datenunabhängig bestimmt, sondern nach Maßgabe der Variablenverteilungen im Sample. Weiters sind die Abstände (im Unterschied zur Hauptkomponentenanalyse) gewichtet: Sie bemessen sich nicht an den absoluten, sondern relativen Differenzen zwischen Unabhängigkeit und tatsächlich im Sample beobachteter Abhängigkeit.¹¹⁰ Dieses Regelmäßigkeitskriterium (gewichteter Abstand zur Unabhängigkeit) stellt die Maßzahl X^2 dar.¹¹¹ Es entspricht gut dem mit einem strukturalen Sample verbundenen Konzept historischer Wirksamkeit. Für historische Phänomene ist ja nicht zwingend wichtig, was häufig vorkommt. Oft (wie bei Märkten seltener Güter) gilt gerade das Gegenteil.

Fortgesetzte Berichtigung

Um eine Gegenstandskonstruktion fortgesetzt zu berichtigen, ist es *gleichzeitig* nötig, die jeweils aktuellen Vorstellungen vom Gegenstand experimentell zu überprüfen und andere Vorstellungen zu entwickeln, die experimentell besser funktionieren. Eine Feldkonstruktion zu berichtigen heißt daher, *gleichzeitig* die Hypothesen zur Feldstruktur zu verifizieren/falsifizieren und andere Strukturmöglichkeiten zu explorieren. Mit den meisten Statistiken ist dies nicht möglich. Die MKA hingegen kann erstens zur Konstruktion der lokalen wie globalen Strukturen eines Forschungsgegenstandes und damit auch zur Testung der jeweils aktuellen Vorstellungen von diesen Strukturen eingesetzt werden. Dies ermöglicht ihre analytisch-synthetische Arbeitsweise, die sie und alle anderen faktoriellen Verfahren der *Analyse des données* von rein klassifikatorischen oder typologischen Verfahren (etwa Clusteranalyse, aufsteigende oder absteigende hierarchische Klassifikationen) unterscheidet.¹¹²

Die faktorielle Dekomposition analysiert die Regelmäßigkeiten eines Samples in lineare Zusammenhänge, so wie ein Koordinatensystem die Dimensionen eines geometrischen Gegenstands analysiert. Anders als bei uns vertrauten Koordinatensystemen sind die Dimensionen einer MKA jedoch ungleich wichtig: Die erste faktorielle Dimension nimmt den stärksten linearen Zusammenhang in den Regelmäßigkeiten des Samples auf, die zweite Dimension den zweitstärksten usw., bis alle abgearbeitet sind.

The basic idea of the multiple correspondence analysis is to describe the variation of the individuals in the multidimensional space of the variables in terms of a set of uncorrelated »factors« which are linear combinations of the original variables. The new »factors« are derived in decreasing order of importance so that the first principal component accounts for as much as possible of the variation in the original data.¹¹³

Die dekomponierte Struktur kann wieder rekonstruiert, das heißt nicht-linear (weil multidimensional) synthetisiert werden. Die MKA erlaubt damit nicht nur zu erkennen, was womit im Sample zusammenhängt (das würden ja auch Klassifikationen leisten), sondern vor allem auch *wie* was womit zusammenhängt: Die Interpretation der faktoriellen Dimensionen liefert das Differenzierungs- und Hierarchisierungsprinzip sowie die Transpositionsformel für die (angenäherte) Feldstruktur (S. 148).

Zweitens dient die MKA der Exploration großer Datenmengen. Wenn es keine statistische Konstruktion gibt, die ohne jede Vorstellung vom Gegenstand auskäme, so sind diese Vorstellungen oft genug dürftig, unsicher und unklar – zumal am Forschungsbeginn. Die MKA erlaubt, in einem Überblick zu sehen, *was wie womit* zusammenhängt.

Classical statistical tools offer the researchers little for analyzing messy data in the context of incomplete sociological theories. These tools were developed to satisfy the deductive or causal requirements of the natural sciences. Their purpose is largely to test hypotheses and statistical interference, with little attention given to complementary problems, such as description and finding new viewpoints on data. In addition, most of these classical techniques involve drastic assumptions on data such as normality, independence, etc. which categorical data almost never satisfy.¹¹⁴

Die explorative Stärke der MKA gründet einerseits darin, dass keine Vorannahmen über die Zusammenhänge im Sample nötig sind. Eine Trennung von abhängigen und unabhängigen u.ä. Elementen ist nicht notwendig (wenngleich möglich, s.u.). Kein Element des Forschungsgegenstandes wird *a priori* aus der Logik der Gesamtkonstruktion ausgeschlossen, und jedes Element wird durch seine Beziehungen zu *allen* anderen Elementen des Gegenstandes konstruiert. Eine gegenstandsexterne Bestimmung, also eine Bestimmung, die im Gegenstand prinzipiell nicht ableitbar ist, gibt es nicht. Dies ist die technische Umsetzung des Grundprinzips relationaler Epistemologie, gemäß dem nur systematisch erklärt werden kann, was als Element eines Systems konstruiert wird.¹¹⁵

Andererseits unterstützt die MKA ein exploratives Vorgehen, indem sie eine enge Verschränkung von Statistik und anderen Forschungstechniken (etwa der Text- und Bildauswertung) ermöglicht. In ihren Ergebnissen können nämlich sowohl die Individuen (wie etwa bei Cluster- oder Netzwerkanalysen) als auch die Variablen/Modalitäten erhalten bleiben.¹¹⁶

Individuen und Modalitäten eines Samples bestimmen sich wechselseitig:¹¹⁷ Die Struktur der Relationen zwischen den Individuen eines Samples wird über die Modalitäten bestimmt und – simultan – die Struktur der Relationen zwischen den Modalitäten über die Individuen. Die Punktwolke der Individuen und die der Modalitäten haben dadurch homologe Strukturen. So können beide in denselben Grafiken abgebildet werden. Die MKA reduziert die Informationen eines Samples nicht auf einen von seinen beiden analytischen Aspekten (Individuen *oder* Modalitäten).

Dass Individuen und Modalitäten für die Interpretation zur Verfügung stehen, erlaubt, ab einem bestimmten Stadium der Interpretation – sobald es nämlich darum geht, ausgewählte Praktiken durch ihre Position in der konstruierten Feldstruktur zu erklären – auch Informationen zu verwenden, die in die Samplekonstruktion gar nicht eingegangen sind, weil sie allzu isoliert oder individuell erschienen. Diese bekommen nun im Rahmen der statistisch konstruierten Struktur ihren Sinn und tragen umgekehrt zur weiterführenden Interpretation bei. So kann die Interpretation der Interviews direkt in die Interpretation der MKA mit einbezogen und damit systematisch entwickelt werden. Im Zusammenwirken der nach Technik unterschiedlichen Perspektiven auf das Material lässt es sich effektiv organisieren, neue Ideen zu entwickeln.

Um all diese Möglichkeiten der MKA auszuschöpfen, muss sie allerdings auf bestimmte Weise verwendet werden (mit der MKA lässt sich auch bestens konventionelle Statistik betreiben). Zwei Punkte sind hierfür besonders wichtig: die Rechnungsorganisation und die Interpretation der Ergebnisse.

Anhang 2: Rechnungsorganisation der MKA

Muss bei einer MKA kein Individuum und keine Modalität aus der Rechnung ausgenommen werden (s.o.), so kann man es doch tun. Die MKA erlaubt zwischen aktiven und supplementären Elementen zu unterscheiden. Die aktiven werden tatsächlich für die faktorielle Dekomposition verwendet, die supplementären hingegen nur nachträglich in das Rechenergebnis eingepasst, zu dessen Erstellung sie nicht beigetragen haben (so als ob ich eine Altersverteilung von zehn Personen konstruiere und danach schaue, wo in dieser Verteilung irgendwelche anderen Personen

platziert wären). Die Unterscheidung von Aktiva und Supplementen bietet somit die Möglichkeit, zwischen abhängigen und unabhängigen Elementen zu unterscheiden.

Im Sinne einer konsequent relationalen Erklärungsorganisation ist auf *a priori* Unterscheidungen zwischen Informationsqualitäten (etwa Fakten vs. Meinungen oder erklärende vs. erklärte Variablen) zu verzichten. Um die wichtigen Regelmäßigkeiten im Sample zu explorieren und nicht bloß die vermuteten zu verifizieren/falsifizieren, müssen alle Elemente *im Prinzip aktiv* gestellt werden, gleich welchen vorkonstruierten Sinn und Status sie haben. Dies läuft den method(olog)ischen Regeln zuwider, die auf der prinzipiellen Unvergleichbarkeit von offiziell Unvergleichbarem (Fakten und Meinungen usw.) beharren oder auf die interpretatorischen Schwierigkeiten verweisen, die der Vergleich von Unvergleichbarem mit sich bringt.¹¹⁸ Beide Argumente mussten meine Konstruktion nicht kümmern, wollte ich doch weder bloß Offensichtliches reproduzieren noch Konstruktionsschwierigkeiten mit Erkenntnisunmöglichkeiten verwechseln.

Die Entscheidung für den prinzipiell aktiven Status aller Elemente erfordert allerdings eine *ex post* dynamische Bestimmung der Supplemente aus konstruktiven Notwendigkeiten. Ich habe also nach Untersuchung der MKA-Ergebnisse über einen komplett aktiven Sample einzelne Modalitäten, aber nicht ganze Variablen deaktiviert, entweder um die statistische Konstruktion selbst zu stärken¹¹⁹ oder um Kodierungsredundanzen zu eliminieren.¹²⁰ In die letzte Rechnung der MKA-Serie gingen alle 22 Erhebungseinheiten des Samples als aktive Individuen und 153 der 270 Antwortmodalitäten als aktive statistische Modalitäten ein (117 Modalitäten wurden also supplementär gesetzt).

Heterogenität und Lückenhaftigkeit der Informationen machten es auch unmöglich, die Anzahl der Variablen für die vorkonstruierten Bereiche der Untersuchung (also Markt, Kunst, Politik, Öffentlichkeit usw.) sowie die Anzahl der Antwortmöglichkeiten pro Frage konstant zu halten. Diese Unausgewogenheiten erwiesen sich allerdings selbst als wichtige Informationen, um die unterschiedlichen Felder und Einsätze zu identifizieren.

Diese beiden Probleme der Rechnungsorganisation zeigen, dass es, wie Schiltz gezeigt hat, möglich und manchmal notwendig ist, die Kohärenz des mathematischen Gegenstandes (der die theoretische Stimmigkeit eines statistischen Verfahrens beweist) zu reduzieren, um die Kohärenz des geschichtswissenschaftlichen Forschungsgegenstandes zu verbessern.¹²¹

Das Hauptanliegen bei der Interpretation der MKA war, die Berichtigung der Hypothesen zur Gegenstandsstruktur anzuregen und in Gang zu halten. Dabei würden die meisten mir bekannten Beispiele von MKA-Interpretationen nur bedingt helfen. Zumeist werden die faktoriellen Achsen nicht als Analytik/Synthetik der Gegenstandsstruktur, sondern als Partitionierungen von Individuen und Modalitäten (in Klassen, in Typen, in Gruppen usw.) behandelt, als würde es sich um eine rein klassifikatorische Statistik oder überhaupt nur um eine Typologie handeln:

In der Praxis, bei der soziologischen Analyse des *données*, werden die faktoriellen Achsen zumeist ausgehend von der Modalitätenwolke interpretiert, und zwar als Oppositionen zwischen Modalitäten: »Die erste Achse stellt die Modalitäten Mann und Frau gegenüber; die zweite die jüngsten und die ältesten; usw.« Es ist wohl bekannt, dass eine solche Interpretation zumeist intuitiv und bar jeder quantitativen Präzisierung bleibt. Darüber hinaus [...] beschäftigt sich die Interpretation nur selten mit der Wolke der Individuen.¹²²

Ich habe versucht, die für eine Feldkonstruktion wichtigen Charakteristika der MKA bei der Interpretation zu verwenden.¹²³ Den ersten Schritt der Interpretation stellt die Untersuchung der globalen Zusammenhänge im Sample mit Hilfe der Eigenwertliste dar. Hierfür beziehe ich mich auf die entsprechenden Anleitungen in der Literatur (Abb. 4).¹²⁴ Das Histogramm der Eigenwerte der 21 Strukturdimensionen lässt eine deutliche Abweichung der tatsächlichen Eigenwertverteilung (Sternbalken) von jener erkennen, die sich zeigen würde, wenn es keine Zusammenhänge im Sample gäbe (graue Fläche – Situation der statistischen Unabhängigkeit, s. o.). Mit der ersten faktoriellen Dimension werden 13 Prozent der gesamten Information des Samples erfassbar und mit der ersten faktoriellen Fläche 23 Prozent (im Fall der statistischen Unabhängigkeit von Zeilen und Spalten des Samples wären es hingegen nur 5 respektive 9,5 Prozent). Dieses Ergebnis ist für eine MKA in vorliegender Organisation (logisch-kodierte Eingangstabelle) beachtlich.

Üblicherweise arbeitet man sich bei der Interpretation einer MKA an den Standard-Computergrafiken der primären Fläche (erste und zweite Dimension) ab. Solche Grafiken stellen jedoch zu viel und gleichzeitig zu wenig dar, um mit der Interpretation zu beginnen: zu viel, weil sie jeden Punkt gleich zweidimensional präsentieren, ohne dass die beiden Dimensionen für sich genommen schon interpretiert wären; zu wenig, weil nur schwer und unzureichend festgestellt werden kann, welche Modalitäten/Individuen wie wichtig für die Flächenstruktur sind. Ein langsamerer Aufbau der Interpretation ist für meine Arbeit zielführender.

DIM.	EIGENWERTE (\square^2 -Beiträge der Dimensionen)			HISTOGRAMM
	ABSOLUT	%	Φ % CUMUL	
1	0.46040	12.903	12.903	*****
2	0.34565	9.687	22.590	*****
3	0.28046	7.860	30.451	*****
4	0.25357	7.107	37.557	*****
5	0.23515	6.590	44.148	*****
6	0.21280	5.964	50.112	*****
7	0.19560	5.482	55.594	*****
8	0.19386	5.433	61.027	*****
9	0.17831	4.997	66.025	*****
10	0.16180	4.535	70.559	*****
11	0.15391	4.313	74.873	*****
12	0.14913	4.180	79.052	*****
13	0.12726	3.567	82.619	*****
14	0.12047	3.376	85.995	*****
15	0.11085	3.107	89.102	*****
16	0.10582	2.966	92.068	*****
17	0.09256	2.594	94.662	*****
18	0.08354	2.341	97.003	*****
19	0.06853	1.921	98.924	****
20	0.02489	0.697	99.621	**
21	0.01351	0.379	100.000	*

Abb. 4: Histogramm der Eigenwerte der MKA

Die Samplestruktur verfügt über 21 Dimensionen, jede ein eigener Aspekt, unter dem das Sample betrachtet und interpretiert werden kann. Diese 21 Momente des Forschungsgegenstandes sind nicht gleichwertig. Die MKA weist deren unterschiedliche Wichtigkeiten aus (Abb. 4) und ermöglicht damit, kontrolliert zu entscheiden, wie die Interpretation sinnvoll verlaufen kann: Diese beginnt beim wichtigsten Aspekt (primäre Dimension), geht dann zum zweitwichtigsten (sekundäre Dimension) über und integriert danach die beiden (primäre Fläche); daraufhin könnte der drittwichtigste Aspekt (tertiäre Dimension) folgen, der dann wiederum mit den beiden vorigen integriert wird (primärer R^3) usw. Die <21-dimensionalen Annäherungen an die 21-dimensionale Samplestruktur bieten dadurch die Gewähr, die im Rahmen ihrer Dimensionalität jeweils besten Annäherungen zu sein. Ist ein halbwegs tragfähiges Verständnis (zumindest der wichtigsten Dimensionen) der konstruierten Samplestruktur erreicht, kann man beginnen, einzelne (wichtige) Praktiken durch ihre Strukturposition zu erklären. Manchmal steht also der induktive, manchmal der deduktive Aspekt der Interpretation im Vordergrund. Doch keiner kommt je ohne den anderen aus.

Für die Interpretation der ersten (wie jeder anderen) Dimension ist es ratsam, sich auf diese Dimension zu beschränken und mit den Modalitäten zu beginnen. (Die statistischen Individuen werden anfangs noch zu leicht mit den Personen der Erhebung verwechselt und sind daher emotional und konventionell überdeterminiert.) Dazu dient die CPF-Hilfsgrafik der ersten Dimension.

Eine CPF-Hilfsgrafik versammelt die für die Konstituierung der jeweiligen Achse wichtigsten Modalitäten und ordnet diese gemäß ihren Positionen entlang der Dimension (also nach Koordinatenwerten) an. Als Kriterium für die Wichtigkeit bei der Achsenkonstituierung kann die Maßzahl CPF (*contribution par facteur*) genommen werden, welche die Beiträge der Modalitäten (und Individuen) zum Φ^2 der Achse quantifiziert.¹²⁵ In der Sprache der Interpretation lässt sich das CPF einer Modalität (oder eines Individuums) für eine bestimmte faktorielle Dimension als Maß dafür verstehen, wie sehr die Modalität zur Erklärung der Dimensionsstruktur beiträgt. In den CPF-Hilfsgrafiken sind nur Modalitäten mit überdurchschnittlichem CPF abgebildet.¹²⁶ Diese Grafiken kombinieren die Präzision numerischer Interpretation mit der Direktheit grafischer Interpretation, und sie zeigen, dass es um lineare Spektren, aber nicht um Typologien oder Klassifikationen geht.

Ist eine halbwegs tragfähige Interpretation für eine Dimension erreicht, kann die Perspektive gewechselt und mit Hilfe einer COS^2 -Hilfsgrafik untersucht werden, welche Modalitäten (und nun auch schon Individuen) wie gut durch ihre Position in der Dimension erklärt sind. Die COS^2 -Hilfsgrafik wird nach dem Muster der CPF-Hilfsgrafik nur mit Hilfe einer anderen Wichtigkeitsmaßzahl konstruiert, eben des COS^2 , das die Beiträge einer Achse zum Φ^2 der Modalitäten und Individuen quantifiziert. Mit den CPF-Hilfsgrafiken lassen sich faktorielle Dimensionen als eindimensionale Felder konstruieren und mit den COS^2 -Hilfsgrafiken die Praktiken als die entsprechenden Feldeinsätze.

Ist auch die zweite Achse einer MKA auf diese Weise interpretiert, können beide Dimensionen zu einer Fläche verbunden werden. Von den eindimensionalen Analysen gelangt man so zu mehrdimensionalen Synthesen. Die Integration der beiden eindimensionalen Feldstrukturen ergibt den Strukturplan einer zweidimensionalen Annäherung an die Samplestruktur (also deren Hierarchisierungs- und Differenzierungsprinzip sowie deren Transpositionsformel; Grafik 3). Wiederum können nur jene Modalitäten und Individuen sinnvoll in die Interpretation mit einbezogen werden, welche die Fläche als zweidimensionale Feldstruktur »gut erklären« (CPF) und/oder von der Fläche als zweidimensionale Feldeinsätze »gut erklärt« (COS^2) werden.

Anmerkungen

- * Für ausführliche Kritik des Manuskripts zu diesem Beitrag danke ich Rita Hochwimmer.
- 1 Vgl. Howard S. Becker, *Art Worlds* [1982], Berkeley CA 1984; Pierre Bourdieu, *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes* [1992], Frankfurt am Main 1999; Niklas Luhmann, *Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt am Main 1995.
 - 2 Pierre Bourdieu u. Isabelle Graw, *Selbstbeziehung. Ein Interview mit Pierre Bourdieu von Isabelle Graw*, in: *Texte zur Kunst* 2/6 (1992), 114–129, hier 123 f. u. 126 f.; ders., *Regeln* 1999, 328; ders. u. Loïc J.D. Wacquant, *Les fins de la sociologie réflexive. Le séminaire de Chicago (hiver 1989)*, in: dies., *Réponses. Pour une anthropologie réflexive*, Paris 1992, 43–185, hier 97 f. u. 237; zum Prinzip dieser Kritik vgl. Pierre Bourdieu, *Über die symbolische Macht*, in: *ÖZG* 8/4 (1997), 556–564.
 - 3 Jean Nicod, *Geometry in the sensible world* [1924], in: ders., *Geometry and Induction*, London 1969, 1–155, hier 59.
 - 4 Zum Ort vgl. Alexander Mejstrik, *Welchen Raum braucht Geschichte? Vorstellungen von Räumlichkeit in den Geschichts-, Sozial- und Kulturwissenschaften*, in: *ÖZG* 17/1 (2006), 9–64, hier 22–31.
 - 5 Zu Feldüberschneidungen vgl. Pierre Bourdieu, *La noblesse d'État. Grandes écoles et esprit de corps*, Paris 1989, 472. Im Gegensatz dazu gibt es auch noch das Konzept der Brechung oder Rückübersetzung von Feldwirkungen, das jedoch ebenfalls von einem Feld als Ort ausgeht, vgl. etwa ders., *L'institutionnalisation de l'anomie*, in: *Les Cahiers du Musée national d'art moderne* 19–20 (1987), 6–19, hier 19; ders., *Ontologie politique de Martin Heidegger*, Paris 1988, etwa 45 ff. Zu *Boundary Objects* vgl. Susan Leigh Star, *Regions of the Mind: Brain Research and the Quest for Scientific Certainty*, Stanford CA 1989. Zu Akteuren als Verbindung zweier Welten vgl. Raymonde Moulin, *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies: Nouvelle édition revue et augmentée*, Paris 2003, 49. Zu strukturellen Koppelungen vgl. den Beitrag von Carsten Zorn in diesem Heft.
 - 6 Vgl. Diana Crane, *Avant-garde Art and Social Change: The New York Art World and the Transformation of the Reward System, 1940–1980*, in: Raymonde Moulin, Hg., *Sociologie de l'art. Colloque international Marseille* 13–14 juin 1985, Paris 1986, 69–82, hier 71.
 - 7 Zum Raumrealismus vgl. Mejstrik, *Raum* 2006, 22–31.
 - 8 Vgl. ders. u.a., *Berufsschädigungen in der nationalsozialistischen Neuordnung der Arbeit. Vom österreichischen Berufsleben 1934 zum völkischen Schaffen 1938–1940* (= Veröffentlichung der Österreichischen Historikerkommission 16), Wien u. München 2004, 12 f.
 - 9 Also vom historischen Wirksamkeitsprinzip: einer Vorstellung davon, kunstbezogen zu wirken (etwas in der Kunst zu bewirken und bewirkt zu werden, Folgen zu zeitigen, Konsequenzen zu haben, zu irgendetwas Kunstrelevantem zu führen, wichtig zu sein usw.) und damit etwa als Kunstwerk, als KünstlerIn und/oder als Publikum zu existieren. Jede noch so untheoretische Forschungsarbeit impliziert eine oder mehrere Vorstellungen von historischer Wirksamkeit, weil sie ja irgendwie eine Antwort auf die Frage mitliefert, was die beschriebenen Ereignisse – und damit Geschichte – antreibt.
 - 10 Bourdieu, *noblesse* 1989, 187, eigene Übersetzung. Dies wird auch unterstellt, etwa wenn »die kleinen Verleger, deren Verlage nicht ausreichend groß geworden sind, um im Verlagsfeld ihre Existenz zu behaupten, indem sie dort reale Wirkungen ausüben [...] aus der Untersuchung ausgeschlossen« werden; ders., *Une révolution conservatrice dans l'édition*, in: *Actes de la recherche en sciences sociales* 126–127 (1999), 3–26, hier 6 f., eigene Übersetzung. Zu den entsprechenden Ideen für die Kunstwelt vgl. Becker, *Art Worlds* 1982, etwa 35, 209 u. 258 ff.; für das Kunstsystem vgl. Luhmann, *Kunst* 1995, 301–318.
 - 11 Bourdieu, *Regeln* 1999, 357.
 - 12 Zur Berichtigung vgl. Gaston Bachelard, *Essai sur la connaissance approchée. Thèse pour le doctorat présentée devant la Faculté des Lettres de l'Université de Paris*, Paris 1927, 16; ders., *Le rationalisme appliqué* [1949], Paris 1986, 54–56.
 - 13 Vgl. Pierre Bourdieu, *La pratique de l'anthropologie réflexive (le séminaire de Paris)*, in: ders. u. Wacquant, *Réponses* 1992, 187–231, hier 196–201; Alexander Mejstrik, *Lecture et imitation. Apprentissage à grande distance*, in: *Rencontres avec Pierre Bourdieu. Textes rassemblés par Gérard Mauger*, Paris 2005, 387–397.

- 14 Das heißt: konzeptuell und technisch in einem. Gaston Bachelard, Die Bildung des wissenschaftlichen Geistes. Beitrag zu einer Psychoanalyse der objektiven Erkenntnis [1938], Frankfurt am Main, 111; vgl. auch Mejstrik, Raum 2006, 40–43.
- 15 Vgl. etwa Pierre Bourdieu, Champ intellectuel et projet créateur, in: Les Temps Modernes 246 (1966), 865–906; ders., Champ du pouvoir, champ intellectuel et habitus de classe, in: Scolies. Cahiers de recherche de l'école normale supérieure 1 (1971), 7–26; vor allem ders., Le marché des biens symboliques, in: Année Sociologique 22 (1971), 49–126.
- 16 Jean-Claude Chamboredon u. Jean-Lois Fabiani, Les albums pour enfants. Le champ de l'édition et les définitions sociales de l'enfance 1, in: Actes de la recherche en sciences sociales 13 (1977), 60–79, hier 66, eigene Übersetzung.
- 17 Bourdieu, Regeln 1999, 240. Ebenso wird der Intellektuelle als »zweidimensionales Wesen« entworfen, das sich durch die Simultaneität von Positionen im politischen wie im kulturellen Feld ergibt: Gerade dadurch bleibt er auch »ein paradoxes Wesen« (ebd., 209–214 u. 523 ff.). Zum Normalfall wird die Mehrdimensionalität von *agents* auch hier nicht.
- 18 Vgl. Diana Crane, The Transformation of the Avant-Garde: The New York Art World, 1940–1985, Chicago 1987.
- 19 Vgl. Susanne Habitzel, Das Bundeskuratorenmodell und die staatliche Kulturpolitik Österreichs in den 90er Jahren, unveröffent. Dipl.Arb. Wien 2000, 7.
- 20 Vgl. Kurt Kladler, Kontexte galeristischen Handelns. Strukturen des Wandels in österreichischen Kunstwelten. Eine Studie zu den Galerien in Österreich, unveröffent. Projektbericht, Wien 1999, 9 u. 13 f.
- 21 Vgl. Moulin, marché 2003, 65–75.
- 22 Vgl. Reinhard Kreissl, Holger Trülzsch u. Thomas Hölscher, Von Boom und Crash. Zur politischen Ökonomie des Kunstmarkts, in: Kunst Markt Staat. Ikus Lectures 2/8+9 (1993), 5–15, hier 5 f.
- 23 So eine »Galeristin, Wien« zit. in: Kladler, Kontexte 1999, 14.
- 24 Eben Bilder im Gegensatz etwa zu Happenings, Aktionen, großen Installationen u.ä. Vgl. dazu Habitzel, Bundeskuratorenmodell 2000, 7.
- 25 Vgl. ebd., 8; Kladler, Kontexte 1999, 66.
- 26 Vgl. Habitzel, Bundeskuratorenmodell 2000, 7 f.
- 27 Vgl. allein schon den Titel von C. Manomics (Pseudonym), Kunstvoll verflochten – Hochsubventionierte Informationsgalerien wirken wettbewerbsverzerrend auf den Kunsthandel – und sind trotzdem verschuldet, in: profil vom 27. Juli 1993; auch Horst Christoph, Neidgenossenschaft, in: profil vom 25. Juni 1993.
- 28 Werner Rodlauer, der damalige Generalsekretär des Verbands österreichischer Galerien moderner Kunst, beklagte, dass »Galeristen das Image von Waffenhändlern« hätten, zit. in: Kladler, Kontexte 1999, 19.
- 29 Vgl. Lioba Reddeker, »When Attitude becomes Norm«. Teilevaluierung des Feldes kultureller Produktion und Konsumtion unter besonderer Berücksichtigung der Galerientätigkeit in Österreich, in: dies., Ulf Wuggenig u. Vera Kockot, Zeitgenössische Kunstrezeption und Probleme des Kunstmarktes in Österreich. Analysen zu Galerien, Galerienpublikum und Käufern zeitgenössischer Kunst. Endbericht des Projekts am Institut für Kulturstudien im Auftrag der Kuratorin des Bundesministers für Unterricht und Kunst Catrin Pichler. Teil A, unveröffent. Projektbericht Wien 1994. Diese Untersuchung eröffnete eine Reihe an Studien, die u.a. die Einführung eines Galerienfördermodells 1996 begleiten und kommentieren sollten.
- 30 Diese Konstruktion habe ich 1993 gemacht, als ich knapp vor Ende der genannten Studie zur Auswertung der transkribierten Interviews beigezogen wurde. Vgl. ebd., 19–34.
- 31 Vgl. ebd., 15–18.
- 32 Bourdieu, noblesse 1989, 335, eigene Übersetzung.
- 33 Vgl. Mejstrik u.a., Berufsschädigungen 2004, 601–610.
- 34 Vgl. Pierre Bourdieu, Leçon sur la leçon, Paris 1982, 13–16.
- 35 VertreterInnen der Galerie Ropac (Salzburg), Galerie Krinzinger (Wien) und Galerie Hummel (Wien) konnten aufgrund von Termenschwierigkeiten und wiederholten Absagen nicht interviewt werden. Diese Galerien wurden nicht in die Samplekonstruktion einbezogen.

- 36 Franz W. Kaiser (*1957, 1982–1988 Kurator zahlreicher Ausstellungen in verschiedenen europäischen Ländern, ab 1989 Ausstellungskurator am *Haags Gemeentemuseum* in Den Haag und Mitglied eines staatlichen Ausschusses zur Galerienförderung in den Niederlanden), zit. in: Sabine Breitwieser u.a., Formen und Auswirkungen staatlicher Kunstförderung. Ein internationaler Vergleich, in: Kunst Markt Staat. Ikus Lectures 2/8+9 (1993), 27–49, hier 38 f.
- 37 Ab nun meine ich mit Praktik eine Relation zwischen einer bestimmten Reproduktionsstrategie und einem bestimmten Habitus nach der einfachen Formel »Habitus X macht/hat/ist/... Strategie Y«. In der Feldkonstruktion können die Fragen bzw. statistischen Modalitäten (Merkmale) des Samples als Reproduktionsstrategien verstanden werden und die Erhebungseinheiten bzw. statistischen Individuen (Galerien) als Habitus. Dies übersetzt die Logik der Samplekonstruktion, die ja eine Menge von Antworten (Beobachtungen) nach Erhebungseinheiten und Merkmale analysiert, in die Logik der Feldkonstruktion. Strategien wie Habitus sind dabei nicht an unmittelbare Einzelercheinungen (eine Tätigkeit, eine Person o.ä.) gebunden, sondern können unterschiedliche Verallgemeinerungsgrade aufweisen. Als Praktik gilt daher »Galeristin 18 spricht mehr als 2 Stunden im Interview« ebenso wie »Galerie 11 wird von einem Ehepaar geleitet« oder »Die kunst-dominanten Galerien setzen auf einen elitär-charismatischen Umgang mit Kunst« usw.
- 38 Dieses Kunst-Feld ist ja kein Ort, sondern ein Raum (S. 171). Um einen Ort zu beschreiben, darf man nichts auslassen. Jedes seiner Elemente muss aufgelistet werden. Um einen Raum zu erfassen, ist hingegen nur sein Strukturprinzip nötig. Vgl. Mejstrik, Raum, 22–40.
- 39 Die Modalitäten der statistischen Konstruktion sind im Haupttext und in den Fußnoten unterstrichen. Wenn ich im Folgenden von Praktiken (Anm. 37) schreibe und dazu nur Modalitäten (also Strategien) ohne Individuen (also Habitus) angebe, dann nur der Kürze wegen. Ich erspare mir so, jedes Mal zu notieren: »in Relation zu allen Individuen, für welche die bestimmte Modalität gilt«.
- 40 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 38.
- 41 Zit. in: ebd., 55.
- 42 Vgl. dazu den Beitrag von Alain Quemin in diesem Heft.
- 43 Vgl. Moulin, Marché 2003, 83.
- 44 Kreissl u.a., Boom 1993, 7.
- 45 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 47.
- 46 Werner Rodlauer, zit. in: Exkurs. Der »Verband österreichischer Galerien der modernen Kunst«, in: ebd., 97–115, hier 112.
- 47 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 62.
- 48 Kaiser zit. in: Breitwieser, Formen, 38 f.
- 49 Die Anteile der Φ^2 -Werte der beiden faktoriellen Dimensionen am gesamten Φ^2 betragen 12,9 % und 9,7 % (Anhang 3, 179 u. 175).
- 50 Zu den Konzepten Skepsis und Präntention vgl. Alexander Mejstrik, Totale Ertüchtigung und spezialisiertes Vergnügen. Die Tätigkeiten Wiener Arbeiterjugendlicher als Erziehungseinsätze. 1941–1944, Diss. Wien, 1993, 731–755.
- 51 Ich beziehe mich dafür vor allem auf Reddeker, Attitude 1994, 35–65.
- 52 Kaiser, zit. in: Breitwieser u.a., Formen, 41.
- 53 Als Ambition kann die Passage zwischen Dominanz und Präntention einer zweidimensionalen Feldstruktur (Grafik 3) verstanden werden.
- 54 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 39.
- 55 Zit. in: ebd., 37.
- 56 Vgl. Kladler, Kontexte 1999, 41.
- 57 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 38.
- 58 Beides zit. in: ebd.
- 59 Zur persönlichen Vertrautheit mit einem Publikum, das ja auch Klientel ist, als wesentlichem Indikator für einen »wenig kommerziellen Kunsthandel« vgl. Annie Verger, L'art d'estimer l'art. Comment classer l'incomparable, in: Actes de la recherche en sciences sociales 67–68 (1987), 105–121, hier 116.
- 60 Zur charismatischen Vorstellung künstlerischer Produktion als von jeder sozialen Bestimmung und Funktion freies Schaffen, vgl. Bourdieu, Regeln 1999, 364.
- 61 Vgl. Kladler, Kontexte 1999, 16 u. 40 ff.

- 62 Wie es Crane für ihr »dealer-artist system« beschreibt, vgl. Crane, Transformation 1987; u. auch Kladler, Kontexte 1999, 12 f.
- 63 G-19, zit. in: Exkurs 1994, 115.
- 64 Vgl. Verger, L'art 1987, 116.
- 65 Das Transkript des Interviews befindet sich in meinem Besitz.
- 66 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 47.
- 67 Kladler, Kontexte 1999, 17.
- 68 Die Etablierung dieses neuen Galerienmodells ging in den USA mit der Durchsetzung des abstrakten Expressionismus einher; vgl. Crane, Transformation 1987; auch Kladler, Kontexte 1999, 13. Vgl. dazu auch den Beitrag von Zahner in diesem Heft.
- 69 Zit. in: Exkurs 1994, 112.
- 70 Vgl. Verger, L'art 1987, 116; zu diesem damals neuen Programm der Vertriebswirtschaftlichung von Galerientätigkeit vgl. v.a. Willi Bongard, Kunst & Kommerz. Zwischen Passion und Spekulation, Oldenburg, 1967.
- 71 Vgl. Raymonde Moulin, L'artiste, l'institution et le marché. Avec la collaboration de Pascaline Costa [1992], Paris 1997, 217–231; auch die Beiträge von Frohne und Grebe in diesem Heft.
- 72 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 47.
- 73 Kladler, Kontexte 1999, 17 u. 21.
- 74 Das Transkript des Interviews befindet sich in meinem Besitz.
- 75 Zit. in: Reddeker, Attitude 1994, 62.
- 76 Zit. in: ebd., 63.
- 77 Vgl. Habitzel, Bundeskuratorenmodell 2000, 46–57.
- 78 Robert Fleck, Kunstbericht 1993, Wien 1993, 201.
- 79 »Spontansozioologische« Wirklichkeiten nach Pierre Bourdieu, Genèse et structure du champ religieux, in: Revue française de sociologie 12/3 (1971), 295–334, hier 298, eigene Übersetzung.
- 80 Zit. in: Exkurs 1994, 111.
- 81 Rodlauer, zit. in: ebd., 112.
- 82 Zit. in: ebd.
- 83 Vgl. Moulin, marché 2003, 79–108.
- 84 Vgl. Kladler, Kontexte 1999, 47–53.
- 85 Kreissl u.a., Boom 1993, 7.
- 86 Crane, Art 1986, 73.
- 87 Moulin, L'artiste 1997, 47, eigene Übersetzung.
- 88 Ebd, 49 f., eigene Übersetzung. Zu Leo Castelli vgl. den Beitrag von Zahner in diesem Heft.
- 89 Bourdieu, Regeln 1999, 240.
- 90 Vgl. ebd., 239 ff.
- 91 Ders., marché 1971, 84; ders., noblesse 1989, 212–225.
- 92 Vgl. etwa ders., Regeln 1999, 227–279; Chamboredon u. Fabiani, albums 1977; grundlegend zu einer Typologie von Avantgarde-Galerien vgl. Raymonde Moulin, Le marché de la peinture en France [1967], Paris 1989, Kap. III.
- 93 Solches Vorgehen habe ich schon gezeigt, etwa für das Feld jugendlicher Praktiken in Wien 1941–1944 in vierdimensionaler Annäherung vgl. Alexander Mejstrik, Urban Youth, National-Socialist Education and Specialized Fun: the Making of the Vienna Schlurfs, 1941–44, in: Axel Schildt u. Detlef Siegfried, Hg., European Cities, Youth and the Public Sphere in the Twentieth Century, London 2005, 57–79; für das Feld völkischen Schaffens 1938–1940 in dreidimensionaler Annäherung vgl. ders. u.a., Berufsschädigungen 2004; oder für das Feld der Wiener Advokatur 1908 in sechsdimensionaler Annäherung vgl. ders., L'espace Wiener Advokaten/Advokatur 1908: Vortrag gehalten beim französisch-österreichischen Arbeitstreffen zur Sozialgeschichte veranstaltet von Hannes Stekl und Christophe Charle in Wien, Juni 1996, unveröffent. Manuskript.
- 94 Gaston Bachelard, Die Philosophie des Nein. Versuch einer Philosophie des neuen wissenschaftlichen Geistes [1940], Frankfurt am Main 1984, 46 u. 57; ders., Le Surrealisme [1936], in: ders., L'engagement rationaliste, Paris 1972, 7–12.
- 95 Zu einer Reflexion über die Verwendung von Interviews, um die wesentlichen Differenzierungen in einem Feld für die Forschung zu objektivieren vgl. Chamboredon u. Fabiani, albums 1977, 75–79.

- 96 Vgl. Rouanet Henri, Werner Ackermann u. Brigitte Le Roux, The Geometric Analysis of Questionnaires: The Lesson of Bourdieu's La Distinction, in: Bulletin de méthodologie sociologique 65 (2000), 5–18, hier 9; Marie-Ange Schiltz, Influence of the Choice of Statistical Analysis on Basis Operations in Survey Research: Coding and Selection of Variables, in: Karl M. Van Meter, Hg., Interrelation between Type of Analysis and Type of Interpretation, Bern 2003, 43–74, hier 47.
- 97 Die Verwendung der MKA hatte schon von Beginn der 1970er Jahre an zu wesentlichen konzeptuellen Konsequenzen im Rahmen des Forschungsprogramms Feld geführt, vgl. Paul-André Rosental, Introduction. Outil ou fétiche: la laïcisation de l'analyse factorielle dans les sciences sociales, in: Histoire et mesure 3–4/12 (1997), 185–196, hier 185.
- 98 Genauer: Als n-dimensionale Vektorräume mit euklidischer Metrik, aber heterogener und anisotroper Struktur (die Dimensionen sind unterschiedlich wichtig, ihre Ursprünge liegen im Schwerpunkt der beiden Wolken gewichteter Punkte [der Wolke statistischer Individuen und der Wolke der statistischen Merkmale]). Zu surrationalistischen Räumen vgl. Mejstrik, Raum 2006, 40–45.
- 99 Vgl. etwa Luc Boltanski mit Yann Darré u. Marie-Ange Schiltz, La dénonciation, in: Actes de la recherche en sciences sociales 51 (1984), 3–40; u. Pierre Bourdieu, Homo academicus, Paris 1984, etwa 70 ff.
- 100 Vgl. Mejstrik, Raum 2006, 31 ff.
- 101 Dass Praktiken wirken, heißt auch, es wirken *nicht* Menschen, Personen, Akteure, *agents*, Typen, Habitus, Gruppen, Kollektive, Klassen, Schichten usw.; und es wirken *nicht* Verhältnisse, Umstände, Kräfte, Faktoren, Prozesse, Kulturen, Strukturen, Diskurse, Systemlogiken, Funktionslogiken, Merkmale, Kapitalien usf.
- 102 Solch ein Feld ist also nicht nur Raum von Stellungen oder Raum von Stellungnahmen allein und steht keinem Raum der Habitus gegenüber, wie es Bourdieu vorschlägt. Vgl. etwa ders., Regeln 1999, 365–378 u. 467 oder ders., noblesse 1989, 46 f. u. 259. Damit werden die Annahmen von Strukturhomologien zwischen diesen Räumen hinfällig, die meines Wissens experimentell nicht realisiert wurden: Eine MKA bestimmt die Strukturen der Punktwolken von statistischen Individuen und Merkmalen *per constructionem* in Homologie, so dass sie den Fall keiner Strukturhomologie zwischen Stellungen, Stellungnahmen und Habitus *per definitionem* nicht liefern kann. Diesen Fall im Prinzip konstruieren zu können, ist jedoch für den experimentellen Beweis der Homologiehypothese erforderlich.
- 103 Kapital ist eine konzeptuelle Konkretisierung des Prinzips (feld-)spezifischer Wirksamkeit, vgl. Pierre Bourdieu, Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques, Paris 1982, 59–83. Zum Folgenden vgl. auch Mejstrik, Lecture 2005, 393–397.
- 104 Vgl. etwa den »Geschmack am Notwendigen« in Pierre Bourdieu, La distinction. Critique sociale du jugement, Paris 1979; auch ders., Genèse 1971, 304 f; u. ders., Espace social et genèse des »classes«, in: Actes de la recherche en sciences sociales 52–53 (1984), 3–12; ders., Homo 1984, 22.
- 105 Daher finden sich Formulierungen wie: »Die Kraft eines *agent* hängt von seinen unterschiedlichen Atouts, von differentiellen Erfolgsfaktoren ab, die ihm einen Konkurrenzvorteil verschaffen können, genauer: von Volumen und Struktur der unterschiedlichen Kapitalsorten, die er besitzt.« ders., Science de la science et réflexivité. Cours du Collège de France 2000–2001, Paris 2001, 70, eigene Übersetzung. Ähnliche Gleichsetzungen der Legitimität von Merkmalen und deren Funktionieren als Kapital (also deren feldspezifischer Wirksamkeit) finden sich häufig. Vgl. etwa ders., Espace 1984, 3–4; ders., parler 1982, 43; ders. u. Wacquant, fins 1992, 83 f. Umgekehrt sind die Hinweise auf negative Wirksamkeiten eher selten und nicht systematisch ins Modell mit einbezogen, vgl. etwa ders., Les trois états du capital culturel, in: Actes de la recherche en sciences sociales 30 (1979), 3–6, hier 4 Fn 2.
- 106 Vgl. Claude Lévi-Strauss, Einleitung: Geschichte und Ethnologie [1949], in: ders., Strukturele Anthropologie I, Frankfurt am Main 1977, 11–40, hier 27; Pierre Bourdieu, Jean-Claude Chamboredon u. Jean-Claude Passeron, Le métier de sociologue. Préalables épistémologiques [1973 révisée], Berlin, New York u. Paris 1983, 35.
- 107 Vgl. J.-P. Benzécri et coll., L'Analyse des Données. Tome 2: L'analyse des correspondances, Paris 1973; ders., F. Benzécri et coll., Analyse des correspondances & classification. Exposé élémentaire. Pratique de l'analyse 1, Paris 1984; Henry Rouanet u. Brigitte Le Roux, Analyse des données multidimensionnelles. Statistique en sciences humaines, Paris 1993, 251–300; dies., Geometric Data Analysis. From Correspondence Analysis to Structured Data Analysis, Berlin u.a. 2004; Philippe Cibois, L'analyse factorielle. Analyse en composantes principales et analyse des correspondances,

- Paris, 1994; Michael Greenacre, Multiple and Joint Correspondence Analysis, in: ders. u. Jörg Blasius, Correspondence Analysis in the Social Sciences. Recent Developments and Applications, London u.a. 1994, 141–61; Jörg Blasius, Korrespondenzanalyse, München u. Wien 2001.
- 108 Eine »quantitative Obsession« laut Rouanet u. Le Roux, Analyse 1993, V f., eigene Übersetzung; vgl. auch Philippe Cibois, L'analyse des données en sociologie, Paris 1984, 216.
- 109 Vgl. Jean-Marie Bourouche u. Gilbert Saporta, L'analyse des données, Paris 1980, 107 f.
- 110 Die absolute Differenz wird auf den Bestand der Unabhängigkeit bezogen. Vgl. Cibois, L'analyse 1994, hier 121; ders., L'analyse 1984, 13–55.
- 111 Zur Interpretation von X^2 respektive Φ^2 als Indikator für Information vgl. Cibois, L'analyse 1994, 23 ff. Zur Diskussion der verschiedenen Maßzahlen, die bei faktoriellen Analysen von (Individuen x Modalitäten-)Tabellen mit nominal strukturierten Modalitätenmengen wichtig sind vgl. ders., L'analyse 1984, 13–46; u. Henry Rouanet, Note sur la notion de liaison entre les modalités d'un tableau, in: Informatique et sciences humaines 16/70–71 (1986), 83 f. Zur Ableitung der Relation von X^2 und Φ^2 zur Statistik der Varianz vgl. Henry Rouanet, Brigitte Le Roux u. Marie-Claude Bert, Statistique en sciences humaines: procédures naturelles. Paris 1987, 156–165.
- 112 Diese Arbeitsweise ist zum großen Teil für die »elective affinity« von Forschungsprogramm Feld und MKA verantwortlich, vgl. Rouanet u.a., Analysis 2000, 6. In den Worten Bourdieus wird die MKA zu »eine[r] Technik [...], die in Relationen ›denkt‹, genau so wie ich es mit dem Begriff Feld zu tun versuche.« Bourdieu u. Wacquant, fins 1992, 72, eigene Übersetzung.
- 113 Marie-Ange Schiltz, A French Reanalysis of a British Survey. Comparative Study of Statistical Methods applied to Social Data. A report work carried out as part of a joint anglo-french project. April 1985 – March 1988. Paris CAMS P.055 May 1990, 2.
- 114 Ebd., 1.
- 115 Vgl. etwa Emile Durkheim, Les règles de la méthode sociologique [1895], Paris 1986, 97 ff.; Ferdinand de Saussure, Cours de linguistique générale [1915]. Édition préparée par Tullio de Mauro, Paris 1987, 43; Pierre Bourdieu, Nécessiter, in: L'Herne. Cahier Francis Ponge, Paris 1986, 434–437; zusammenfassend Bourdieu u.a., métier 1983, 31.
- 116 Dies gilt nur für die MKA einer logisch-kodierten Eingangstabelle (Individuen X Modalitäten), nicht für die MKA einer Burt-Tabelle. Allerdings kann jedes Sample auf beide Arten organisiert werden.
- 117 Individuen und Modalitäten kommt bei der Korrespondenzanalyse (KA) eine »perfekt symmetrische Rolle« zu (Benzécri u.a., Analyse 1984, 80, eigene Übersetzung, insgesamt 80–93). Dafür sorgen die Transitions- und Rekonstitutionsformel sowie vor allem das Dualitätsprinzip der KA, in der sich die epistemologische Besonderheit der *Analyse des données* konzentriert, vgl. Rouanet u. Le Roux, Analyse 1993, 208–219.
- 118 Vgl. etwa J.-P. Benzécri u.a., Analyse 1984, 288, 296 f.; Cibois, L'analyse 1984, 130; Brigitte Escofier u. Jérôme Pagès, Analyses factorielles simples et multiples. Objectifs, méthodes et interprétation. Paris 1988, 104 f.
- 119 Vgl. Marie-Ange Schiltz, L'élimination des modalités non pertinentes dans un dépouillement d'enquête par analyse factorielle, in: Bulletin de méthodologie sociologique 1/1 (1983), 19–40.
- 120 Auf Grund der Verwendung heterogener Informationen sind bestimmte Merkmale nicht mit einer, sondern mit mehreren Modalitäten bezeichnet. Alle GaleristInnen etwa, die keinen Fragebogen abgegeben hatten, wurde das Merkmal »Fragebogen unbeantwortet« 44 Mal im Sample zugeordnet, nämlich als Antwort auf jede der 44 Fragen, die nur mit Informationen aus den Fragebögen beantwortet wurden. Diese Redundanz lässt sich durch die Deaktivierung von 43 der 44 gleichen Antworten vermeiden.
- 121 Vgl. Schiltz, L'élimination 1983.
- 122 Jean-Marc Bernard u.a., L'analyse des données multidimensionnelles par le langage d'interrogation des données (LID): Au delà de l'analyse des correspondances, in: Bulletin de méthodologie sociologique 23 (1989) 3–46, hier 4, eigene Übersetzung. Zu solchen Interpretationen vgl. etwa Cibois, L'analyse 1984, 123 ff.; Pierre Bourdieu u. Rosine Christine, La construction du marché. Le champ administratif et la production de la »politique du logement«, in: Actes de la recherche en sciences sociales 81–82 (1990), 65–85, hier 72–79.
- 123 Vgl. Mejstrik, Ertüchtigung 1993, 792–804. Wesentliche Elemente für eine systematisch dimensionale Interpretation einer MKA finden sich in Brigitte LeRoux u. Henry Rouanet, Interpreting Axis in

- Multiple Correspondence Analysis: Method of the Contributions of Points and Deviations, in: Jörg Blasius u. Michael Greenacre, Hg., *Visualization of Categorical Data*, San Diego u.a. 1998, 197–220.
- 124 Als Eigenwerte gelten bei einer MKA die Φ^2 Werte der faktoriellen Dimensionen. In Abb. 4 sind sie in der Spalte »ABSOLUT« aufgelistet. Bei einer MKA, die wie im vorliegenden Fall von einer logisch kodierten Eingangstabelle gerechnet wurde, lassen sich die globalen Zusammenhänge nicht mit Hilfe der absoluten Φ^2 Werte beurteilen, da diese ausschließlich vom formalen Aufbau der Eingangstabelle (Individuen x Modalitäten), aber nicht von deren Inhalten abhängen. Diese Beurteilung wird nur im Vergleich der Prozentverteilung der Φ^2 Werte möglich. Vgl. dazu Philippe Cibois, *L'usage social de l'analyse factorielle des correspondances*, in: *Informatique et sciences humaines* 10/46–47 (1980), 56–135, hier 94–101; u. ders., *L'analyse* 1984, 111–121.
- 125 Es handelt sich also um relative Beiträge. Je nach Statistik-Software und Sprache finden sich für diese Maßzahl auch andere Abkürzungen (etwa Ctr).
- 126 Durchschnittlich ist jener CPF-Wert, den alle Modalitäten (beziehungsweise Individuen) hätten, würden sie vollkommen gleich zum Φ^2 einer Achse beitragen; dementsprechend errechnet er sich als $1/(\text{Modalitätenanzahl})$. Vgl. Cibois, *L'analyse* 1994, 74–77.