

„Alles ist Kunst“, postulierte Joseph Beuys. Falsch, findet special-Autor Dietmar Pieper: Ein Kunstwerk ist erst dann ein Kunstwerk, wenn es Käufer gibt, die dafür Geld zahlen.

Sage niemand, es gebe keine Definition von Kunst! Wir kennen diese Klagen, wir haben genug davon. Es gibt eine Definition, nur will sie keiner wahrhaben – die Künstler verdrängen sie, die Sammler ahnen sie kaum, und die Händler, die mehr wissen als sie zugeben, schweigen mit Absicht. Doch nun muß es heraus: Kunst kommt von Kaufen.

Ja, das Geld macht's – weder der Schweiß noch die Inspiration, weder das Augenmaß noch die Mundfertigkeit, weder der feine Pinselstrich noch die harte Linienführung. Das alles ist schön, ist wichtig, ist gut. Aber es reicht nicht aus: Nur das Geld läßt toten Stoff schweben, beseelt Fett und Filz und Öl, verwandelt Marmor in Kunst.

Ausgerechnet das Geld? Der schmutzigste Stoff auf Erden, dessen Besitzer behaupten, er stinke nicht, weil er so anrühlich sei? Selbstverständlich. Nur ein Werk, das einen konvertierbaren Wert besitzt, ist ein Kunstwerk. Was nichts kostet, kann zwar schön aussehen; wir können es wie ein gefeiertes Opus als Wand schmuck benutzen, als Briefbeschwerer oder als Aphrodisiakum. Aber es ist keine Kunst.

Ein Maler, Bildhauer oder Fotograf, der alle seine Werke vom ersten bis zum letzten Stück verschenken würde, wäre kein Künstler. Er könnte alles mögliche sein, ein Weltverbesserer zum Beispiel, ein Magier oder eine Nervensäge. Aber ein Künstler wäre er nicht, weil niemand wüßte, was die Dinge, die er verschenkt, eigentlich taugen.

Schon ein einziger Kauf würde das ändern. Am Geld, das dabei fließt, könnte sich zum erstenmal die Phantasie entzünden, die jedes Material adelt: Da schau her, anscheinend ist es Kunst!

Duchamps berühmtes Pißbecken war nicht deshalb Kunst, weil Duchamp es behauptete und weil die Kritik ihm zustimmte. Es war Kunst, weil es Leute gab, die auf Duchamp gesetzt hatten, ähnlich wie bei einer Wette, und die bereit waren, ihre Hoffnung nicht nur in Worten, sondern in Geld auszudrücken. Die Käufer haben auf den Kunstcharakter der Pißbecken, Flaschenhalter und Fahrrad-Räder Duchamps spekuliert – und gewonnen.

So lockt der Kunstmarkt seine Opfer. Sein liebstes Spiel ist der Betrug: Er gaukelt uns vor, die größten Künstler seien die teuersten. Die Helden des Gewerbes heißen Picasso, Matisse, Monet, van Gogh; und strömt diesen

Was ist Kunst?

Meistern nicht wahrlich Zauberkraft aus jedem Farbpigment?

Nein. Markt täuscht eine Ursache vor, wo wir nur Beute seiner Wirkung werden. Die Picassos und van Goghs sind berühmt, weil ihre Gemälde viel kosten. Wären ihre Werke billig, hätten sie vielleicht die Gunst einiger Kritiker und Professoren. Aber niemand würde ihnen einen Platz im Olymp reservieren.

Daß der arme Vincent zu Lebzeiten weder vom Glück verfolgt noch von Mäzenen belagert wurde, ist gar nicht so ungerecht, wie romantische Gemüter glauben. Immerhin ist nun sein Name unsterblich, und das verdankt er denen, die sich seine Signatur samt zugehörigem Bild viel kosten lassen.

Zudem ist einer wie van Gogh ein Ansporn für Millionen, die heute noch namenlose Sklaven ihrer Kreativität sind. Sie alle können hoffen, daß auch in ihrem Werk der Keim großer Kunst steckt.

Der Nährstoff, der ihn zur Blüte treibt, ist das Geld, das rieselnde, fließende, sprudelnde, schäumende Geld. Seine Kraft schenkt unseren Augen die leuchtendsten Farben. Seine Wahl ist wahrhaftiger als die subtilste Kritik.

Doch ein Geheimnis bleibt. Warum geben Menschen überhaupt für Malerei und ähnlich nutzlose Dinge Geld aus? Welcher rätselhafte Trieb steckt dahinter? Niemand weiß es. Sicher ist nur: Die Kunst hat erfunden, wer als erster beim Anblick gemalter oder gemeiselter Figuren sein Portemonnaie zückte.



Duchamp-Objekte
„Porte-chapeau“
und „Fountain“

Die Käufer haben auf den Kunstcharakter der Pißbecken spekuliert – und gewonnen

