



Pressemitteilung vom 30. Oktober 2007

Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit

Der jetzt erschienene Sammelband "oeconomenta" dokumentiert die zahlreichen Wechselwirkungen zwischen Kultur, Markt und Wirtschaft

"Die Kunst stört, die Wirtschaft ordnet. Oder war es umgekehrt? Die Wirtschaft zerrüttet die sozialen Verhältnisse und die Kunst stiftet Trost und Einklang?" Diese Fragen stellt sich der Soziologe Prof. Dr. Dirk Baecker, lange Jahre an der Universität Witten/Herdecke und jetzt an der Zeppelin University, in dem Sammelband "oeconomenta". Das nun von Marc Markowski und Hergen Wöbken im Kulturverlag Kadmos herausgegebene Buch beleuchtet die Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Kunst und Wirtschaft.

Zu den dreizehn Autoren gehört auch Prof. Dr. Birger P. Priddat, Ökonom, Philosoph und Präsident der Universität Witten/Herdecke. Er zeigt in seinem Essay auf, dass die alte Unterscheidung zwischen Kunst als Sphäre des Ideellen und Wirtschaft als Sphäre des Materiellen immer weniger greift. Wechselwirkungen und Kopplungen der beiden Sphären lassen Kunst stärker als "marktförmig" erscheinen und die Wirtschaft stärker als "kreativ".

Kunst zu hören oder zu sehen, so Priddat, ist selbst schon ein Konsumvorgang. Und Kunst wird bis auf wenige Ausnahmen explizit für Märkte hergestellt. Auf der anderen Seite beispielsweise hat die Wirtschaft eine eindeutige Schnittstelle zu Kunst und Kultur: die Werbung. Die Künstler selbst bewegen sich zuweilen als Wanderer zwischen den Welten. Birger Priddat: "Künstler arbeiten für die Werbung, bringen ihre Kompetenzen und Ideen ein, weil sie Geld verdienen müssen, um ihre Kunst zu machen."

Die Publikation betrachtet die Wechselwirkungen zwischen Kunst und Ökonomie aus dem Blickwinkel verschiedener Disziplinen - von der Konsumentenforschung bis zur Kunstwissenschaft, vom Marketing über die Systemtheorie bis zur Wirtschaftsgeschichte. Die Herausgeber gehörten in ihren Studienzeiten an der Universität Witten/Herdecke zu den Gründern eines gemeinsamen Projekts der Wirtschaftsfakultät und der Fakultät für das Studium fundamentale. Die Erfahrungen und Ergebnisse des damals ins Leben gerufenen "Master of Business Art"-Programms flossen in den vorliegenden Band ein.

Marc Markowski und Hergen Wöbken (Hg.): oeconomenta, mit Beiträgen von Dirk Baecker, Michael Hutter, Birger P. Priddat, Karen van den Berg, Wolfgang Ullrich, Franz Liebl, Antonio Strati, Jonathan Schroeder, Fuat Firat, Pierre Guillet de Monthoux und Fritz B. Simon, Kulturverlag Kadmos: Berlin 2007, ISBN: 978-3-86599-043-3, 184 Seiten, Euro 18,50