

„Viele Kunststudenten wissen nichts über ihre Berufschancen in der Wirtschaft.“
Karrieren zwischen Kunst und Kommerz
Von Constantin Gillies
In: Welt am Sonntag, 10. Juni 2001

Karrieren zwischen Kunst und Kommerz
Von Constantin Gillies
Welt am Sonntag, 10. Juni 2001

Viele Kunststudenten wissen nichts über ihre Berufschancen in der Wirtschaft. Ein Kongress in Köln will ihnen Wege und Nischen zeigen

Bonn - Rekord! Bei genau 20,5 Millionen Dollar krachte der Hammer des Auktionators nieder. Auf buchstäblich einen Schlag war damit erstmals ein deutsches Gemälde ins Preis-Penthouse des internationalen Kunsthandels eingezogen: Umgerechnet 46 Mio. Mark zahlte Anfang Mai ein New Yorker Kunsthändler für das "Selbstporträt mit Horn" von Max Beckmann. "Die Kunst ist nicht das Brot, aber der Wein des Lebens", hat Jean Paul einmal geschrieben. Doch die Auktion bei Sotheby's beweist: Kunst ist nicht brotlos, und der Handel mit ihr schon gar nicht - eine Einsicht, die sich auch zunehmend unter Kunsthistorikern verbreitet.

Vorbei sind die Zeiten, in denen das Studium der Kunstgeschichte nur Ehwartezimmer höherer Töchter war oder zum Beruf des Lebenskünstlers qualifizierte. "Nähe zum Kunstmarkt ist an der Uni längst kein Tabu mehr", sagt Verena Voigt, Kunsthistorikerin und Expertin für Kulturberufe. Immer mehr Studenten nehmen den Arbeitsmarkt Kunstmarkt ins Visier, wissend, dass nicht jeder Absolvent Museumsdirektor oder Wissenschaftler werden kann. "Die Suche nach diesem Berufsweg müssen wir professionalisieren", sagt Voigt. Ihr Beitrag: Gemeinsam mit Sponsoren veranstaltet sie am 12. Juni ein Praxisforum für Kunsthistoriker. Hier erfahren die Studenten, wie sie ihre Karriere zwischen Kunst und Kommerz richtig planen.

Der Knackpunkt: Viele Kunststudenten kennen ihre Jobchancen in der Wirtschaft gar nicht. Wer vermutet etwa Einstiegschancen in der Versicherungswirtschaft? Doch gerade hier liegt eine interessante Nische. Viele Spezialversicherungen suchen so genannte Kunstsachverständige. Deren Aufgabe ist es, die Kunstsammlungen der Kunden zu schätzen und passende Verträge auszuarbeiten. Hier sind echte Allrounder gefragt: "Sie müssen sich in allen Bereichen der Kunst auskennen - von Schmuck bis Möbeln, von Picasso bis Porzellan", erklärt Susanne Kelmes von der AXA Nordstern ART in Köln. Kein Job für introvertierte Persönlichkeiten: "Das ist Außendienst, es geht ums Verkaufen, da brauchen Sie den Killerinstinkt", erklärt die Marketingleiterin der Kunstversicherung. Einstiegsvoraussetzungen: Abgeschlossenes Studium der Kunstgeschichte und zwei Jahre Berufserfahrung im Kunsthandel oder Auktionsbereich. Dass man diese Qualifikationen nicht im Schnelldurchlauf zusammen bekommt, weiß Susanne Kelmes: "Bei uns gibt es Einstiegschancen bis 35."

Einen großen Teil des Arbeitsmarktes für Kunsthistoriker stellt der Kunsthandel, insbesondere Galerien. Doch auch hier reicht - entgegen gängiger Vorurteile - nicht der Besitz eines schwarzen Rollis zum Einstieg: "Vernunft im wirtschaftlichen Bereich" sei nötig, erklärt Bernd Fesel vom Bundesverband Deutscher Galerien in Köln. "Sie müssen zum Beispiel wissen, wie eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung funktioniert." Diese Fähigkeiten könnten sich die Studenten auch außerhalb einer Galerie aneignen.

Darüber hinaus rät Fesel den Studenten, "qualifizierte Praktika" zu machen, das heißt: keine Kopierjobs. Wer seine Semesterferien dafür opfern will, braucht finanziell allerdings einen langen Atem: Ob "qualifiziert" oder nicht - Geld verdient man bei den meisten Galerien als Praktikant nicht. Lediglich einige Versicherungen zahlen bis zu 1500 Mark monatlich.

Auch Auktionshäuser sind ein guter Startpunkt für eine Karriere im Kunsthandel - sogar ohne Studium. Viele Häuser bieten nämlich eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann an: "Diese Lehre bringt wirtschaftliches Wissen über Zoll, Steuern, Margen und Messen", erklärt Bernd Fesel. Doch es reicht nicht nur, die Ware verkaufen zu können: "Man muss sich und seine Arbeit gut vermarkten können", so der Experte.

Das gilt in zunehmendem Maße auch für den klassischen Einsatzbereich von Kunsthistorikern - den Museen: "Da die öffentlichen Budgets immer kleiner werden, greifen viele Museen auf Privatsammlungen zurück", berichtet Hermann Decker vom Hochschulteam des Kölner Arbeitsamtes,

„Viele Kunststudenten wissen nichts über ihre Berufschancen in der Wirtschaft.“
Karrieren zwischen Kunst und Kommerz
Von Constantin Gillies
In: Welt am Sonntag, 10. Juni 2001

"da ist viel Kommunikation und Bürgerkontakt nötig". Ein weiterer Grund für mehr Marktwirtschaft in die Museen: Viele Sammlungen werden in Stiftungen umgewandelt, "und dann ist Fundraising angesagt", so Verena Voigt. Sponsoren zu finden sei heute vielerorts eine wichtige Tätigkeit von Kunstgeschichtlern.

Bei allen Chancen ist auch eine Warnung angebracht: Massenweise Jobs bietet der Kunstmarkt keineswegs, das zeigen zwei Beispiele: Nur 18 Kunsthistoriker arbeiten bei der AXA Nordstern ART bundesweit, und in deutschen Galerien gibt es lediglich etwa 200 Vollzeitstellen - Tendenz gleichbleibend. Und so dämpft auch Bernd Fesel vom Bundesverband Deutscher Galerien die Hoffnungen: "Sie können nicht vom dauerhaften Vollzeitjob ausgehen." Die meisten Karrieren auf dem Kunstmarkt endeten in der Selbstständigkeit, so Fesel.

Was empfehlen die Experten also Studenten, die sich trotzdem auf den knappen Arbeitsmarkt wagen wollen? "Nutzen Sie jede Gelegenheit, sich die Wirtschaftsdenke anzueignen", rät Verena Voigt. Versicherungsexpertin Susanne Kelmes hat einen ganz konkreten Vorschlag: "Beginnen Sie heute damit, den Wirtschaftsteil zu lesen." Also, liebe Kunststudenten, blättern Sie zurück.