

Erschienen in: Birgit Richard / Klaus Neumann-Braun (Hg.):

Ich-Armeen. Täuschen - Tarnen - Drill, Wilhelm Fink Verlag, Berlin 2006

Sven Drühl

Der Künstler als Einzelkämpfer

1. Der Individualkünstler

Im Kunstkontext steht von jeher der Künstler als genialischer Solitär im Rampenlicht. Auch wenn in der Moderne im Zuge der Industrialisierung arbeitsteilige Prinzipien, Teamfähigkeit und Kollektivität ihren Siegeszug angetreten haben, bleibt das Bild des Künstlers mit den zugehörigen Schlüsselqualifikationen davon unangetastet. Der Künstler stellt einen subjektzentrierten Anachronismus im Feld des gesellschaftlichen Fortschritts dar. Er schöpft angeblich aus sich selbst, ist nur sich selbst gegenüber verpflichtet und steht über allen Dingen – diese Projektion frönt gleichermaßen der Verklärung wie dem Elitismus. Schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts reichte die Verklärung soweit, dass der Künstlerberuf zum Gegenmodell der Lebenswirklichkeit in der technisierten Welt stilisiert wurde, was natürlich alle Zwänge und Widrigkeiten des damals bereits etablierten Kunstbetriebes vernachlässigte. Der Kunstsoziologe Wolfgang Ruppert bemerkt dazu:

„Die Tätigkeit des modernen Künstlers ist als ein Beruf anzusehen, der in der kulturellen Moderne mit dem Aufstieg des Bürgers und der Etablierung der bürgerlichen Gesellschaft umgeformt wurde. Der moderne Künstler arbeitet für deren symbolischen Bedarf in einem spezifischen sozialen Raum; ihm wurde als Akteur eine kulturelle Stellvertreterschaft für ‚den Bürger‘ übertragen. Man erhob ihn ferner zum Repräsentanten der kreativen Individualität. Es wurde ihm zugewiesen, ungebunden von den normativen Standards der Bürgerlichkeit, die symbolische Repräsentation, das ‚geistige‘ und ästhetische Leben, in origineller Weise zu entfalten.“ⁱ

Mit der breiten gesellschaftlichen Anerkennung, den sozialen Aufstiegsmöglichkeiten für einige wenige Künstler (etwa die Malerfürsten des 19. Jahrhunderts, die sogar in den Kreis des Adels aufstiegen, wie Franz von Stuck oder Franz von Lenbach) und dem medial transportierten, idealisierten Vorstellungsbild veränderten sich auch die

öffentliche Inszenierung des Künstlerauftritts, die Selbstdarstellung, die Ausdrucksmittel, die mentalen Einstellungsmuster - kurz: der gesamte Künstlerhabitus.ⁱⁱ Dadurch wurde die auf Individualität basierende gesellschaftliche Sonderstellung des Künstlers zementiert.

Auffällig ist, dass die Solitärkonstruktion auch heute noch gesellschaftlich und institutionell gestützt wird, denn nach wie vor – oder besser: mehr denn je – ist alles im Kunstkontext auf das Individuum zugeschnitten bzw. darauf ausgerichtet: Finanzielle Unterstützung, Stipendien, Preise und Auszeichnungen sind ebenso am Individualkünstler orientiert wie das Ausbildungssystem der Kunsthochschulen und Akademien sowie das gesamte Galerien-, Kunstmarkt- und Starsystem.

2. Solitär versus Kollektiv

Dem Künstler als Solitär steht das in der Moderne aufkommende Modell der Künstlergruppe bzw. des Kunstkollektivs gegenüber. Es handelt sich dabei um einen Verbund von Solitären, was eigentlich einen Widerspruch darstellt, bedenkt man, dass das moderne Künstlertum sich besonders auf Individualität, Originalität und Virtuosität gründet, auf Qualitäten also, die eng ans einzelne Subjekt und nicht an ein Kollektiv gebunden sind. Betrachtet man jedoch die Beweggründe für das Zustandekommen solcher Gruppierungen, erschließt sich ihr Sinn und Zweck, der dem Solitarismus der Kunstschaffenden nicht unbedingt entgegenstehen muss. Was veranlasst also die Künstler, sich in solchen Kollektiv-Formen zu organisieren? Wozu dient der Zusammenschluss?

„Ihr Ziel war es in der Regel - und blieb es bis auf den heutigen Tag - der Einsamkeit des Künstlers, einmal stärker mit der Betonung des Ideellen und Sozialen, zum anderen aber auch des Materiellen, im Prinzip doch auf beides gerichtet, entgegenzuwirken.“ⁱⁱⁱ

Künstlergruppen wirken also der Isolation entgegen, geben Halt und vermitteln ein Gefühl von aufgehobenem Sein im Verbund der Kollegen und Mitstreiter. Allerdings dienen sie bei genauerer Betrachtung meist doch wieder der Stärkung von Einzelposition bzw. der Durchsetzung der Kunst einzelner Mitglieder im hart umkämpften Kunstmarkt mit seinen Verdrängungsmechanismen.

„Die soziale Anerkennung von außen, die den Gruppenmitgliedern als einzelnen ästhetischen Produzenten und Neuerern zukommt, ihr Verkaufserfolg, beschleunigt tatsächlich genau den Rückbildungsprozess zum losen Agglomerat, das zu überwinden die Gruppe sich jeweils anschickte.“^{iv}

Künstlergruppen sind maßgeblich funktionale, z.T. strategische Zusammenschlüsse künstlerisch Gleichgesinnter. Es handelt sich um eine gezielt eingesetzte Inszenierung, die der Distinktion im Markt dienen kann, gemäß dem Motto: kollektiv gleich und dadurch anders. Sind die Interessen jedoch erst einmal durchgesetzt oder einzelne Namen im Markt eingeführt, zerfallen die Künstlergruppen manchmal schlagartig, in anderen Fällen lösen sie sich langsam auf. Übrig bleiben in der Regel einige Individualkünstler, die anderen Namen der Gruppe verschwinden meist sehr schnell aus dem öffentlichen Gedächtnis.^v

Aus dieser Perspektive bleibt wenig von den Idealen des Kollektivs erhalten, obwohl vielen Künstlergruppen ein starker ideeller Charakter eigen ist und sie sich explizit als utopischen Gegenentwurf zum Modell des Individualkünstlers verstehen. Gruppensozologisch handelt es sich bei Künstlergruppen um Pressure-groups, Bündnisse auf Zeit, die ihre Ziele durchsetzen wollen.

Seit den achtziger Jahren etabliert sich im Kunstkontext verstärkt ein Modell, das vielleicht tatsächlich als wirkungsvolles Instrument zur Überwindung des Individualkünstlers geeignet ist: das des Kollektivs, das explizit anonym oder mit politischer Stoßrichtung arbeitet – manchmal auch beides zugleich. Mit dem Aufkommen der Neuen Medien und der Verbreitung des Internets lösen sich diese Aktivistengruppen verstärkt von den herkömmlichen Gruppenmustern hin zu einer eigenständigen Form von Gruppierung, den anonymen Kollektiven bzw. den Netzaktivisten.

Zu den gängigen Vorurteilen gegenüber Künstlergruppen und Kollektiven zählt, dass die Unterdrückung von Individualität und genialischer Einzelleistung lediglich ästhetisch Mittelmäßiges hervorbringen könne. Viele der neuen Gruppierungen haben versucht, das negative Image von Kollektiven, den Kult ums Genie bzw. die Einzigartigkeit des Subjekt sowie die vorherrschende Ideologie des Unikats zu bekämpfen.

Das tradierte Konzept vom solitären Künstler/Autor, das theoretisch schon im Kontext der frühen Künstlergruppen angegriffen wurde, steht bei anonymen Kollektiven zur Disposition. Werke dieser speziellen Gruppierungen sind nun definitiv nicht mehr an

Einzelpersonen bzw. Individualkünstler gebunden. Zur Positionierung der Kollektive erklärt Justin Hoffmann:

„Schon von seiner Ausbildung her wird der Künstler dazu erzogen, mit seinem Werk ganz im Sinne des kapitalistischen Systems seine privaten Interessen zu artikulieren und auf dem freien Markt des Kunstbetriebs als privater Hersteller mit anderen Produzenten und seinem Troß (Galerist/Art Consultant) zu konkurrieren. Sich dem zu widersetzen und im Kollektiv zu arbeiten, stellt zumindest symbolisch einen Akt des Widerstands gegen das herrschende System dar.“^{vi}

Der hier von Hoffmann angeführte „Akt des Widerstands gegen das herrschende System“ durch das Arbeiten von Künstlern im Kollektiv ist deshalb höchstens ein symbolischer, weil die Kollektivproduktion bestehende Kunstmarktpraxis nicht ändert, sondern die vorherrschenden Strukturen in der Regel bloß reproduziert und damit bestätigt. An die Stelle der Individualsignatur tritt der zur Marke bzw. zum Brand werdende Gruppenname, aber das zugrunde liegende kapitalistische Wertschöpfungs-system bleibt unangetastet.

Theoretisch bietet das Konzept der Kollektive allerdings tatsächlich einen Ausweg aus der Individualkünstler-Problematik, denn das, was gemeinhin den Künstlergruppen und Kollektiven als Schwäche ausgelegt wird, kann man ebenso als Stärke begreifen. Wie soll ein Einzelner die heutzutage maßgeblichen vielschichtigen Eigenschaften und Fähigkeiten für eine Karriere im Kunstkontext allesamt abdecken: in einem bzw. mehreren Medien produzieren, schreiben (eigene Texte, Statements, etc.) und sich verbal artikulieren zu können (Pressekonferenz, Interview, etc.), Erfahrung und Wissen in diversen Disziplinen wie Kunstgeschichte, Ästhetik, Kritischer Theorie, Soziologie, Psychologie, diversen Bio- und Naturwissenschaften aufzuweisen und öffentlich zu reden (Vorträge, Lehrveranstaltungen, etc.) und gleichzeitig noch diplomatische Fähigkeiten aufzuweisen, um sich in all den unterschiedlichen Szenen und Subkulturen des Kunstbetriebs adäquat zurecht zu finden. Natürlich gibt es einige wenige Künstlerpersönlichkeiten, die all dies in ihrer Person vereinen, aber in der Regel kann ein einzelner Künstler immer nur einen Bruchteil davon bieten bzw. leisten. In einem Kollektiv kann jedoch für jede dieser Aufgaben ein Spezialist (mit einem jeweils anders definierten Aufgabenbereich) bereit stehen. Durch kollektives Arbeiten könnte sich in allen Bereichen ein hohes Niveau ausbilden. Besteht ein Kol-

lektiv beispielsweise aus Malern, Fotografen, Bildhauern, Medienkünstlern, aber auch Theoretikern, Wissenschaftlern, Programmierern, PR-Profis und Aktivisten ist es fähig, sehr viel mehr Anforderungen zu bedienen und sein kulturelles Spektrum zwangsläufig um ein hohes Maß zu erweitern. Ein Kollektiv könnte sich also sehr viel mehr Möglichkeiten und kulturelle Räume als eine Einzelperson erschließen. Diese veränderte Form künstlerischer Inszenierungspraxis ermöglicht (d.h. nicht garantiert!) höhere und vor allem medienübergreifende Produktivität, Variabilität und größere inhaltliche wie auch formale Bandbreite. Ein Kollektiv, das so konzipiert und organisiert ist, könnte z.B. gleichzeitig in einer Galerie bzw. Institution ausstellen, an einem Buchprojekt arbeiten, auf Kongressen oder Tagungen Vorträge halten, an Universitäten unterrichten, eine Performance auf einem Festival aufführen und ein Netzkunstprojekt starten. Diese Aufzählung zeigt lediglich einige Möglichkeiten auf, die im Konzept des kollektiven künstlerischen Schaffens dem Prinzip nach angelegt sind. Leider ist das Ansehen und der Erfolg von Kollektiven im Kunstkontext bislang eher gering und eine gewisse Bedeutung erlangen sie meist nur in Randgebieten wie der Kontext- und Medienkunst. Die wenigen relevanten Kollektive sind derzeit nicht wirkungsmächtig genug, um das Konzept des Individualkünstlers ernsthaft zu gefährden.

3. Der Künstler als Star

Zu den Neuerungen im 20. Jahrhundert zählt, dass sich der Individualkünstler auch im sogenannten Starsystem etabliert hat.^{vii} Das Starsystem (der Begriff wurde ursprünglich zur Beschreibung des Phänomens der Hollywood-Stars eingeführt) ist heute in beinahe allen kulturellen Sparten situiert, denn es gründet ganz allgemein auf Medienstars, d.h. auf Schauspielern, Sportlern, Musikern, Entertainern, Journalisten, Künstlern, Models und Prominenten aus Politik und Wirtschaft, die unsere Realitätswahrnehmung im Sinne von Leitbildern oder Meinungsmachern prägen.^{viii} Die Publizität von Stars ist direkt an die massenmediale Vermittlung gekoppelt, d.h. ohne moderne Massenmedien wie Film, Fernsehen, Radio oder Print gäbe es keine Stars, denn nur durch sie kann ein hoher Bekanntheitsgrad, Vorbedingung des Star-Seins, erreicht werden.

Im Kontext der bildenden Kunst zählt heute überraschender- und zugleich konsequenterweise nicht mehr allein das Werk. Dem Künstler wird als Person zunehmend

eine Bedeutung beigemessen. Auch vormals nebensächliche Dinge wie die Imagepflege und die mediale Dokumentation öffentlicher Auftritte von Künstlern werden wichtig. Die Folge dieser Fokusverschiebung ist, dass der moderne Künstler nun nie mehr zur Gänze hinter sein Werk zurücktreten kann. Er unterliegt einem hohen Repräsentationsdruck und bedient sich - wie der Soziologe Hans-Peter Thurn es formuliert - persönlich geformter Selbstdarstellungsriten bzw. einer künstlerischen Inszenierungspraxis:

„Die Kunstaussstellung, speziell die Vernissage erhält ein Szenario, das den latenten Verzauberungsbedürfnissen des Publikums in einer tendenziell entzauberten Welt akut Rechnung trägt. Den Künstler nötigt dies neben der Werkofferte zu intensiverer Persondarstellung: Inmitten seiner Arbeiten muß auch er selbst präsent sein.“^{ix}

Zu den Kunststars des 20. Jahrhunderts, die allesamt auch als Person medial präsent waren bzw. sich als Person inszenierten, zählen Künstler wie Salvador Dali, Andy Warhol, Joseph Beuys oder Markus Lüpertz. Besonders seit den neunziger Jahren, mit dem Aufkommen der YBA (Young British Artists) ist im Kunstbereich vermehrt von ‚shooting stars‘ die Rede. Namen wie Sarah Lucas oder Chris Ofili stehen für dieses Phänomen, außerhalb der YBA sind es Takashi Murakami oder Jeff Koons. *Der junge, coole Kunststar der Neunziger schlechthin ist jedoch Damien Hirst, der sich selbst (neben seinem Werk) geschickt medial in Szene setzte. Sein Konterfei zierte nicht nur unzählige Zeitschriftentitelseiten, sondern war auch in TV-Spots und Printwerbekampagnen für Parfüm und Mode zu sehen. Außerdem posierte er u.a. als Coverboy des radikal-schicken britischen Magazins ‚Dazed and Confused‘.*^x

‚shooting stars‘ sind die Künstler mit den höchsten Preisanstiegen und der höchsten Medienpräsenz. Im Zuge dessen werden ihre Werke zu Spekulations- bzw. Investitionsobjekten und die Namen der Künstler werden zu Markenzeichen, bei denen das alljährliche Ranking in Wirtschaftszeitschriften wie ‚Bilanz‘ und ‚Capital‘ beinahe wichtiger wird als die in den Kunstwerken verhandelten Inhalte bzw. die Qualität der Arbeiten. Die „shooting stars“ sind mittlerweile Teil einer riesigen Vermarktungsmaschinerie, die stets auf der Suche nach dem nächsten Hype, dem neuesten Trend oder eben dem kommenden Star ist bzw. die versucht, solche gezielt zu lancieren und zu etablieren. Die Starmacher von heute sind mächtige Galeristen im Verbund mit e-

benso mächtigen Sammlern und Kuratoren. Aus dieser Warte ist der Individualkünstler, der als Star gehandelt wird, alles andere als ein unabhängiger Solitär. Viel eher erscheint er als Spielball der Marktstrategen des Kunstbetriebs.

Grundsätzlich unterliegen alle Stars den Mechanismen der Mediengesellschaft. Jedoch sind nicht alle unterschiedlichen Kontexte mit gleicher Intensität ans Starsystem gekoppelt. Die mediale Präsenz von bildenden Künstlern ist keineswegs vergleichbar mit der von Film-, Sport- oder Popstars. Es gibt kaum Künstler, die jenseits eines kleinen szenespezifischen Zirkels (Personen, die in der Regel professionell mit Kunst zu tun haben), überhaupt bekannt sind. Bildende Kunst ist eben kein Massen-, sondern ein Insiderphänomen. Künstler sind in der Regel Stars für andere Künstler, in der Öffentlichkeit und in den Medien sind sie nur selten präsent. Wer außerhalb des Kunstkontextes weiß schon, wie Gerhard Richter oder Sigmar Polke aussehen?

4. Der Künstler als Ich-AG

Politisch-gesellschaftliche Konstrukte wie die Ich-AG, die eigentlich dazu gedacht waren, Arbeitslose in ökonomisch tragfähige Ein-Mann-Unternehmen zu verwandeln, d.h. ihnen den Weg in die Selbstständigkeit zu erleichtern, bleiben realiter weit hinter den hochgesteckten Erwartungen zurück. Kurioserweise geht auch am Künstlerberuf der Boom der Ich-AG nicht spurlos vorüber. Individualkünstler sind aufgrund der meist sehr schlechten wirtschaftlichen Bedingungen in nicht wenigen Fällen zur Ich-AG mutiert. Diverse ökonomisch weniger erfolgreiche Künstler beantragten in den letzten Jahren den Existenzgründungszuschuss des Arbeitsamtes, obwohl Künstler rechtlich gesehen nicht selbstständig, sondern freiberuflich tätig sind und sie somit eigentlich nicht in den Genuss der Selbständigen-Förderung kommen dürften. Dieses Problem wurde und wird dahingehend gemeistert, dass solche Künstler, die eine Ich-AG gegründet haben, (meist in Absprache mit extra dafür konsultierten Unternehmensberatern) vordergründig als selbständige Dienstleister auftreten (gerade nicht im Sinne der sogenannten Dienstleistungskunst) und gleichzeitig diverse Leistungen wie Ausstellungsorganisation, Aufbauarbeiten (Dekobau, Messebau, etc.), künstlerische Konzeption, künstlerische Beratung, Sammlungsbetreuung, künstlerische Produktion, Grafik, Textarbeit und dergleichen mehr anbieten. Und das lohnt sich auf den ersten Blick: monatlich 600 Euro im ersten, 360 Euro im zweiten und 240 Euro im dritten Jahr, d.h. im ersten Jahr liegt der Zuschuss sogar über dem durchschnittli-

chen Jahreseinkommen eines Künstlers, das die Künstlersozialkasse mit ca. 7000 Euro angibt. Ein Nachteil der Ich-AG-Konstruktion besteht darin, dass die meisten Ich-AG-Künstler nicht mehr über die KSK versichert sind und ihnen somit sehr viel höhere Kosten für die Beiträge in den gesetzlichen Renten-, Kranken-, Pflege- und Unfallversicherungen entstehen. Neben den Ich-AGs gab und gibt es noch diverse andere Töpfe, die zwecks Existenzgründung auch von Künstlern angezapft wurden, beispielsweise der Europäische Sozialfonds, der eine Existenzgründungsbeihilfe in strukturschwachen Gebieten wie dem Ruhrgebiet bereitstellt.

Die Ich-AG ist allerdings überhaupt nur für solche Künstler attraktiv, die noch am Anfang stehen oder sich nicht im hart umkämpften Markt bewähren konnten, da sie so wenigstens für die Dauer von 3 Jahren eine Förderung erhalten. Für Künstler, die sich allein durch ihre Kunst finanzieren, stellt die Ich-AG keine Alternative dar.

5. Der Künstler als Einzelkämpfer bzw. Ich-Armee

Das Bild des Künstlers als Solitär lässt sich leicht zum Bild des Künstlers als Einzelkämpfer bzw. als Ich-Armee hochstilisieren. Auf den ersten Blick scheint es auch tatsächlich die Situation der bildenden Künstler treffend zu beschreiben. Schließlich denkt man beim Künstler vielfach an einen ellbogenbewährten, ich-bezogenen Einzelkämpfer, der seine Kunst in den Institutionen wie auch am Markt kompromisslos durchsetzen möchte und dabei nicht sehr viel auf seine Kollegen oder besser Konkurrenten gibt. Gestützt wird diese Sichtweise vom Mythos des Künstlers als unverstandenem Genie bzw. Star, der seiner Zeit voraus ist und Dinge formuliert, die eben noch gar nicht verständlich sind. Allerdings wird dieses Bild im Zuge der Tatsache, dass der Künstler heute Teil der Unterhaltungsindustrie ist, zunehmend brüchig. Ein weiteres, kunstgeschichtlich verfestigtes Klischee besagt, der Künstler brauche nichts und niemanden, seine Kunst werde sich, wenn sie denn stark und gehaltvoll genug sei, schon von alleine durchsetzen und den ‚test of time‘ bestehen. Das sind natürlich unsinnige Annahmen, denn von jeher brauchten Künstler ihnen gewogene Förderer, Mäzene und Auftraggeber, um ihre Kunst durchzusetzen oder im öffentlichen Gedächtnis zu erhalten. Die Vorstellung vom Künstler als Einzelkämpfer ist von Beginn an ein Trugbild, das jedoch wirkungsmächtig zur Stilisierung des Künstlers beitrug. Gemeinhin hat es jedoch sehr wenig mit der Realität zu tun. Auch die großen Stars von heute sind ohne ihre zugehörigen Förderer und gut funktionierenden

Netzwerke nicht denkbar. Die gesamte YBA hätte beispielsweise ohne den Großkäufer bzw. spekulativen britischen Kunstinvestor Charles Saatchi niemals weltweit soviel Aufsehen erregt. Fazit: Diejenigen Künstler, die wirklich Einzelkämpfer sind, kennt man in der Regel gar nicht, denn ohne Kontakte, Verbindungen und Netzwerke bestehend aus Galeristen, Künstlern, Sammlern, Kuratoren und Kritikern ist Erfolg im Kunstbetrieb nicht machbar. Der Künstler als Ich-Armee ist eine Fata Morgana.

ⁱ Wolfgang Ruppert: Der moderne Künstler. Frankfurt a.M. 1998, S. 38.

ⁱⁱ Nach Bourdieu ist der Habitus (also auch der Künstlerhabitus) ein System der organischen und mentalen Dispositionen und der unbewussten Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata, das sich als „Erzeugungsprinzip objektiv klassifizierbarer Formen von Praxis“ darstellt. Vgl. Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Frankfurt a.M. 1982, S. 277. Er definiert den Habitus wie folgt: „Der Geschmack, die Neigung und Fähigkeit zur (materiellen und/oder symbolischen) Aneignung einer bestimmten Klasse klassifizierter und klassifizierender Gegenstände und Praktiken, ist die Erzeugungsformel, die dem Lebensstil zugrunde liegt, anders gesagt, dem einheitlichen Gesamtkomplex distinktiver Präferenzen, in dem sich in der jeweiligen Logik eines spezifischen symbolischen Teil-Raums – des Mobiliars und der Kleidung so gut wie der Sprache oder der körperlichen Hexis – ein und dieselbe Ausdrucksintention niederschlägt.“ Bourdieu, a.a.O., S. 283

ⁱⁱⁱ Christoph Wilhelmi: Künstlergruppen in Deutschland, Österreich und der Schweiz seit 1900. Stuttgart 1996, S. 2.

^{iv} Friedhelm Kröll: Bauhaus 1919-1933. Düsseldorf 1974, S. 36.

^v Ein Beispiel: Selbst von gefeierten Künstlergruppen wie dem Blauen Reiter bleiben nur Namen wie Franz Marc und Wassily Kandinsky übrig. In kunstfremden Kreisen sind Maria Franck oder Bernhard Koehler, ebenfalls Mitglieder, völlig unbekannt.

^{vi} Justin Hoffmann: The Know-How of Kollektiv. In: Rita Baukowitz/Karin Günther (Hg.): team compendium: selfmade matches. Selbstorganisation im Bereich Kunst. Hamburg 1994, S. 50

^{vii} Siehe dazu: Sven Drühl: Sport versus Kunst - das Starsystem. In: Kunstforum International. Band 168. Ruppichterorth 2004, S. 82-95.

^{viii} Vgl. Werner Faulstich/Helmut Korte/Stephen Lowry/Ricarda Strobel: „Kontinuität“ - zur Imagefundierung des Film- und Fernsehstars, in: Werner Faulstich/Helmut Korte (Hrsg.): Der Star. Geschichte - Rezeption Bedeutung, München 1997, S. 11.

^{ix} Thurn, Hans Peter. Kunst als Beruf. In: Jürgen Gerhards (Hg.). Soziologie der Kunst. Opladen 1997, S. 117-118.

^x Vgl. Iwona Blazwick: Fine Young Cannibals. In: Zdenek Felix (Hg.): Emotion. Ostfildern 1998, S. 15-16.