Zeitschrift: Outlines

Herausgeber: Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft

Band: 9 (2015)

Artikel: Takeovers und Deutungsmonopole? : Wenn Unternehmen Kunst konsumieren

Autor: Ullrich, Wolfgang

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-872120

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Wolfgang Ullrich

Takeovers und Deutungsmonopole?
Wenn Unternehmen Kunst konsumieren

Im Jahr 2007 erteilte die Deutsche Bank dem Künstlerduo Clegg & Guttmann[1] den Auftrag zu Porträts von drei ihrer führenden Manager. Anlass war das 10-jährige Bestehen der Kooperation zwischen der Bank und der Guggenheim Foundation. Die Persönlichkeiten, die dafür die Initiative ergriffen hatten und verantwortlich waren, die ehemaligen Vorstandssprecher Hilmar Kopper und Rolf-Ernst Breuer sowie Tessen von Heydebreck, Vorstandsvorsitzender der Deutsche Bank Stiftung, sollten in einem grossen Fototriptychon – mit den Gesamtmassen von 158 × 288 cm – gewürdigt werden. Dieses wurde dann unter dem Titel *The Board I, II, III* in einer Ausstellung gezeigt, mit der man das Jubiläum in den Berliner Räumen der Deutschen Guggenheim feierte; im dazugehörigen Katalog sind die Fotos reproduziert, ebenso in einer Sonderbeilage in der Tageszeitung «Die Welt», welche die Deutsche Bank zur selben Zeit als Imagewerbung drucken liess.[2]

Auf Clegg & Guttmann fiel die Wahl, weil die beiden schon seit den frühen 1980er Jahren Fotoporträts machen, deren Komposition auf Repräsentation angelegt ist. Setzten Clegg & Guttmann auf einigen Fotos sogar Schauspieler ein, um Bildmuster der Herrschaftsikonografie nachzustellen, fotografieren sie in anderen Fällen Unternehmer, Kunstsammler oder Minister. Der Arbeit mit herkömmlichen Bildformeln liegt die Beobachtung zugrunde, dass sich gerade Haltungen und Gesten der Macht über Jahrhunderte hinweg kaum verändert haben. Was auf Bildnissen der Renaissance oder in holländischen Gruppenporträts des 17. Jahrhunderts festzustellen ist, lässt sich folglich ähnlich re-inszenieren, wenn man Vertreter aus Politik oder Wirtschaft heutzutage repräsentativ fotografiert.

Doch interpretieren Clegg & Guttmann nicht nur traditionelle Porträtstile mit modernen – fotografischen – Mitteln; vielmehr begeben sie sich zugleich in die ebenso althergebrachte Rolle von Auftragskünstlern, die sie aber ihrerseits neu bestimmen. Wie zu früheren Zeiten werden bei ihnen

viele Details des Werkprozesses in einem Vertrag geregelt. Dabei achten Clegg & Guttmann darauf, dass die Autorität, die sie als Künstler besitzen, zur Geltung kommt, sie also mit ihren Fotos nicht bloss Dienstleister sind, sondern im Gegenteil weitreichende Autonomie zugesichert bekommen. So geben sie vor, wie die Porträtierten sich kleiden und positionieren und welche Gesten sie ausführen sollen. Ohne Rücksprache mit den Auftraggebern wählen die Künstler aus den bei einem Fototermin entstandenen Aufnahmen diejenigen, aus denen sie das fertige Bild komponieren. Dieses kann der Porträtierte zwar ablehnen, doch wird es dann nicht etwa vernichtet, sondern darf von Clegg & Guttmann in Werkmonografien reproduziert oder bei Ausstellungen gezeigt sowie an Dritte verkauft werden.

Andererseits lassen sich so machtgewohnte Personen wie die Chefs einer grossen Bank nicht alles vorschreiben. Beispielsweise boykottierte in diesem Fall Rolf-Ernst Breuer den Wunsch der Künstler, ein weisses Hemd anzuziehen. Auch setzten die Porträtierten durch, dass die durch die Fenster ihrer Büros sichtbare Skyline Frankfurts verändert wurde und Clegg & Guttmann die Logos auf den Türmen konkurrierender Banken wegretuschierten. Schliesslich weigerten sich die drei Manager, zu einem gemeinsamen Fototermin zusammenzukommen; sie bestanden darauf, einzeln fotografiert zu werden (wozu die Künstler jeweils eigens aus New York anzureisen hatten).

In der Bildgenese artikuliert sich demnach ein Machtkampf; fortgesetzt geht es um einen Ausgleich von Interessen. Und das braucht mit der Fertigstellung des Auftragswerks nicht zu enden. Während nämlich die Porträtierten selbst entscheiden wollen, ob und wo sie ihr Bild zu zeigen gedenken, verfolgen die Künstler das Ziel, ihre Werke publik zu machen, damit sie in verschiedenen Zusammenhängen diskutiert werden. Im Fall von *The Board I, II, III* gab es 2009 eine Anfrage an die Deutsche Bank, das Triptychon als Leihgabe für eine Ausstellung zu erhalten, die 2010 im Deutschen Historischen Museum in Berlin unter dem Titel «Macht zeigen. Kunst als Herrschaftsstrategie» stattfand und das Ziel verfolgte, zeitgenössische Topoi des Herrscherporträts und dabei vor allem die Rolle der Kunst zu erörtern. Die Abteilung Corporate Citizenship / Art der Bank lehnte das Ersuchen aber ab. Diese Absage erscheint auch nachvollziehbar, war doch zu erwarten, dass die Arbeit von Clegg & Guttmann spätestens innerhalb einer kunstsoziologischen Ausstellung weniger als Inszenierung denn als Dekonstruktion von Macht zur Geltung kommen würde.

Gerade weil sich die Künstler überdeutlich – beinahe manieristisch – auf tradierte Herrschaftsikonografien beziehen, isolieren und brechen sie auch einzelne Codes der Machtrepräsentation, die sich etwa im Blick, der Handhaltung oder der Ausleuchtung manifestieren. Unversehens reduzieren sie die Mächtigen, die sich vermeintlich im Stil alter Auftragskunst porträtieren lassen, auf Anschauungsmaterial. Sie geraten gar in die Rolle von Darstellern, an denen die Mechanismen autoritären Auftretens erklärt werden.

Die Angst der Deutschen Bank, das Triptychon könnte imageschädigend wirken, vielleicht auch ein Gespür dafür, dass die Öffentlichkeit 2010 kritischer auf eine aufwendige Repräsentation von Bankmanagern reagieren würde als noch 2007, führte aber sogar dazu, dass selbst eine Reproduktion der Arbeit von Clegg & Guttmann im Katalog der Berliner Ausstellung untersagt wurde. Die Bank-Chefs neben Tizians *Karl V.* oder Bildern von Kaiser Maximilian, König Ludwig II. oder Kanzler Gerhard Schröder zu zeigen, war nicht erwünscht. So gerne sich die Herren also von Clegg & Guttmann im Stil von Renaissancefürsten abbilden lassen wollten, so wenig waren sie zu einem Vergleich zwischen ihrer Imagepolitik und den Repräsentationsgepflogenheiten früherer Jahrhunderte und anderer Führungsfiguren bereit.

Tatsächlich war die Deutsche Bank jedoch gar nicht befugt, eine Reproduktion von *The Board I, II, III* zu verhindern. Darüber selbst entscheiden zu können, hatten sich Clegg & Guttmann nämlich ebenfalls vertraglich zusichern lassen. Und nicht nur das. Im Vertrag ist ferner festgelegt, dass die Künstler jederzeit zwei Varianten einer Auftragsarbeit anfertigen, ausstellen und verkaufen dürfen. Wer erst einmal von Clegg & Guttmann porträtiert wurde, kann die dabei entstandenen Bilder nicht mehr aus der Welt schaffen.

Für die Ausstellung im Deutschen Historischen Museum machten die Künstler von ihrem Recht Gebrauch und fertigten eine zweite Version der drei Bankchefs an, diesmal nicht als Triptychon, sondern als Gruppenbildnis unter dem Titel *Group Portrait The Board I, II, III* (Abb. 1). Damit machten sie deutlich, dass es nicht nur Geld kostet, sich von ihnen fotografieren zu lassen, sondern dass der Auftraggeber dafür auch in grossem Umfang das Recht, selbst über sein Bild zu bestimmen, aufgeben muss. Dass sich die Deutsche Bank überhaupt auf einen solchen für ihre Führungsfiguren riskanten Vertrag eingelassen hat, zeugt vom hohen Status, den Kunst in

1 Clegg & Guttmann, *Group Portrait The Board I, II, III*, 2010, Fotografie, 162 × 298 cm, Privatbesitz

der heutigen Gesellschaft besitzt: Wohl keiner anderen Instanz würden sich Mächtige so einseitig unterwerfen.

Doch verraten die Vertragsbestimmungen auch, wie bewusst es Clegg & Guttmann ist, dass sie als Künstler immer mit Sammlerwillkür rechnen und sich daher eigens absichern müssen. Sonst drohen ihre Werke wechselndem Geschmack oder kunstfremden Erwägungen zum Opfer zu fallen und schlimmstenfalls jeglichem kunstkritischen und wissenschaftlichen Diskurs entzogen zu werden. Verwöhnt von staatlichen Museen, deren Umgang mit Kunst strikten Vorschriften unterliegt und die ihr in jeder Hinsicht dienen, neigen viele – Künstler ebenso wie Kunstinteressierte – dazu, die Verfügungsgewalt von Sammlern und Auftraggebern in ihren Folgen zu unterschätzen. Und da viele Künstler, trainiert nur im Selbstverständnis der Autonomie, auch nicht gewohnt sind, ihre Interessen mit denen von Auftraggebern abzugleichen, verhalten sie sich häufig naiv. Sie bedenken nicht, welchen Risiken der Vereinnahmung und Fremdbestimmung ihre Werke ausgesetzt sind, sobald sie sich in Privatbesitz befinden. Dabei war Kunst wohl nie so schutzlos wie in der Moderne. Sofern ihre Urheber auf eigenständige – eben autonome – Werkmuster, Formensprachen und ästhetische Codes Wert legen, laufen sie nämlich auch Gefahr, dass die Werke nur schwer Verständnis finden. Dann jedoch werden sie vor allem

in ihrer Erscheinung – ihrer Materialität, ihrer Faktur, ihrer Komposition – wahrgenommen und auf diese Weise bedeutungsoffen und deutbar. Jeder Rezipient fängt an, sie auf seine Weise zu interpretieren. Und da eine künstlerische Intention aus den Werken selbst nicht erschliessbar ist, wird eine nachträgliche Umdeutung auch nicht als Manko oder Gewaltakt empfunden.

So kam kein Widerspruch auf, als sich etwa Bernd Fahrholz im Jahr 2000 – damals als Vorstandssprecher der Dresdner Bank – vor einem Gemälde von Richard Paul Lohse fotografieren liess (Abb. 2). Vielmehr scheinen dessen abstrakte Bildmodule in Form verschiedenfarbiger Streifen sogar in der Krawatte des Bankers noch eine zusätzliche Variation zu erfahren. Die streng konstruierte Kunst dient dazu, Fahrholz als fortschrittlichen Analytiker zu präsentieren, der alles gut im Griff hat. Als Accessoire fungiert das Gemälde innerhalb des Fotos somit als Imagefaktor: Einige seiner Eigenschaften sollen auf die Person übertragen werden und diese positiv charakterisieren.

2 Josef Heinrich Darchinger, *Bernd Fahrholz, Vorstandssprecher Dresdner Bank AG*, 2000, Fotografie, Frank und Marc Darchinger, Bonn

Dabei geht jedoch völlig unter, dass Lohse eigentlich Kommunist war. Seine Bildkonzepte sollten Modelle von Hierarchiefreiheit liefern, um einen Wandel der sozialen Verhältnisse einzuleiten. Namentlich berief er sich auf Mondrian und Malewitsch, wenn er forderte, «durch Kunst und mit Kunst eine Humanisierung der Umwelt und der Gesellschaft zu erreichen». Andere Strömungen der Moderne – der Expressionismus oder der Surrealismus und erst recht Duchamp – erschienen ihm hingegen als ungenügend, da sie nicht auf «die Veränderung der Welt» ausgerichtet waren.[3] Dass gerade eines seiner Gemälde als Wand- und Kopfschmuck eines Bankchefs zu fungieren und dessen überlegene Position zu bestätigen haben würde, wäre gewiss das Letzte gewesen, was der Avantgardist gewollt hätte.

Allerdings hatte Lohse die mögliche Umfunktionierung seiner Bilder bereits vorhergesehen – ohne jedoch ein Programm entwickeln zu können, wie sich dagegen vorgehen liesse. In einem Aufsatz, den er 1984 – im Alter von 82 Jahren – verfasste, beharrte er zwar darauf, dass «allen bedeutenden Kunstbewegungen [...] ein politisches, religiöses, strukturelles, oder ein sozial reformatorisches Ziel zu Grunde» liege, stellte dann aber eine Frage, die sein gesamtes Lebenswerk zu relativieren drohte: «Ist es das Schicksal der Kunstrevolutionen, dass diese mit einem Programm beginnen und mit Ästhetik enden, d. h. Frieden mit derjenigen Ordnung machen, zu deren Veränderung sie antraten?»[4]

In dieser Frage klingen Zweifel an der Charakterstärke der bildenden Kunst an. Lohse ahnt zumindest, dass Kunst – und mutmasslich insbesondere moderne und abstrakte Kunst – zu unverbindlich in ihrer Gestaltung ist, um nicht auch für anderes – selbst für das Gegenteil des Intendierten – verwendet werden zu können. Das aber heisst, dass man dem Bankchef nicht einmal Vorhaltungen machen darf. Ihm kommt nur eine Promiskuität der Bilder zugute. Plötzlich hört man die bewundernde Floskel, wonach Kunst vieldeutig und unerschöpflich sei, mit anderen Ohren. Und man versteht, was gerade ungegenständliche Malerei so beliebt macht. Sie kann ihre Herkunft abstreifen und sich den Vorlieben ihres jeweiligen Eigners anpassen, der über ihre weitere Wahrnehmung entscheidet. Sie verrät ihre Verräter nicht.

Es gibt jedoch auch Fälle, in denen die künstlerische Intention gerade nicht verleugnet wird. Dann weisen die Besitzer – etwa eine Bank – sogar eigens auf den ideologischen Hintergrund eines Werkkonzepts hin, obwohl dieses ihrer eigenen Weltanschauung nicht selten völlig fremd ist. Das lässt vermuten, dass Kunst, selbst wenn sie ausdrücklich in ihrer politischen Dimension angesprochen wird, dezent genug sein kann, um Andersdenkende nicht zu stören. Während eine Bank kaum auf die Idee käme, einen streng kapitalismuskritischen Verlag mit Druckzuschüssen zu unterstützen oder Dokumentarfilmer in ihr Sponsoringprogramm aufzunehmen, die die Verflechtungen der internationalen Finanzwelt erkunden wollen, müssen sich ihre Kunstabteilungen nicht einmal rechtfertigen, wenn sie Werke erklärter Gegner der herrschenden Wirtschaftsordnung erwerben.

So erfährt man in einem 2009 publizierten Katalog, der die Sammlung der Landesbank Baden-Württemberg vorstellt, in einem Kapitel über Josephine

Meckseper, von der gleich mehrere Installationen erworben wurden, dass die Künstlerin bereits als Kind «im sozialen Umfeld von Atomkraft-Gegnern, RAF und DKP mit der Realität konfrontiert worden» sei und sich daher in ihrer Arbeit, wie sie selbst wiederholt erklärte, für «eine dezidierte Konsum- und Kapitalismuskritik» entschieden habe.[5] Man fragt sich, ob die Bank sich mit ihrer Ankaufspolitik ihrerseits einen gesellschaftskritischen Anstrich geben will, ob damit eine feindliche Übernahme – ein Takeover – der Künstlerin versucht wird, um deren Haltung in einen grösseren Zusammenhang zu integrieren und so zu marginalisieren, oder ob den Verantwortlichen nicht einmal auffällt, welche Art von Kunst sie fördern. Vermutlich ist es eine Mischung von allem, ermöglicht eben dadurch, dass die Kunst selbst nicht eindeutig genug auftritt. Tatsächlich kann man Mecksepers Arbeiten auch gänzlich unpolitisch in der Tradition von Readymades oder postmodern als Reflexion verschiedener Strömungen der klassischen Moderne interpretieren. Einzelne Arbeiten sind schon im Titel eine Hommage an Heroen wie Malewitsch, auf den sich Meckseper auch in einem Interview beruft, um ihn dort jedoch gerade zum Gewährsmann ihrer politischen Ambitionen zu erheben. Sie zitiert ihn mit der Aussage, die figürliche Malerei sei «die Krawatte auf dem gestärkten Hemd des feinen Herrn» gewesen, also eine gefällige Schmuckdienstleistung, während sie in der Moderne dank der Abstraktion von dieser «ästhetischen Funktion» befreit werde. Daraus folgert Meckseper für ihre eigene Arbeit: «Bei mir konkretisiert sich die Ablösung der formalen Funktion von Kunst zugunsten einer politischen».[6]

Hier wird demnach suggeriert, zumal abstrakte Kunst könne politisch und insbesondere kapitalismuskritisch sein. Die Selbstzweifel von Künstlern wie Lohse sowie die vielen Beispiele, bei denen Kunst entpolitisiert wird und gerade «mit Ästhetik endet», lässt sie hingegen unbeachtet. Das überrascht und ist entweder als besonders ausgeprägter Fall von künstlerischer Naivität zu deuten oder aber Indiz einer Unaufrichtigkeit. Könnte es vielleicht sogar sein, dass Meckseper die Unverbindlichkeit abstrakter sowie readymadeartiger Kunst eigens für sich nutzt? Dass sie gezielt damit arbeitet, so dass ihre Werke in vielen Zusammenhängen passend erscheinen und zumindest nicht weh tun, während sie selbst sie dafür einsetzt, ihre eigenen politischen Ansichten zu lancieren? Wenn Meckseper ihre Arbeit in Interviews links-oppositionell codiert, könnte man darin also nicht minder die nachträgliche und kalkulierte Instrumentalisierung einer

vieldeutigen Form sehen als im Fall des Bankers, der ein Kunstwerk dazu nutzt, für ihn – seinen Habitus, seine Werte – Werbung zu machen. Beide – Künstler und Eigentümer – verwenden das Werk als Medium ihrer Interessen.

Man sieht daran: Kunst mag zwar Kompromisslosigkeit proklamieren, doch verlangt sie noch nicht einmal einen Kompromiss. Vielmehr liegt ihr enormer und vielfältiger Erfolg darin begründet, anpassungsfähig zu sein, sich immer wieder mühelos umcodieren zu lassen. Das heisst aber auch, dass jemand, der unbedingt eine bestimmte Interpretation eines Werks pflegen will, darauf achten muss, dass nicht zugleich andere Interpretationen im Umlauf sind, die ähnlich plausibel erscheinen. Einige Unternehmen versuchen daher, sich für Werke, die für ihre Image-Interessen bedeutsam sind, Deutungsmonopole zu sichern. Dazu verweigern sie nicht nur, wie im Fall der Deutschen Bank, Leihgaben von Werken für Ausstellungen, die alternative Verständnisweisen eröffnen könnten, sondern wollen sogar kontrollieren, wie darüber geschrieben wird.

Dazu ebenfalls ein Beispiel. In der Ausstellung «Macht zeigen. Kunst als Herrschaftsstrategie» im Berliner Deutschen Historischen Museum ging es auch darum, wie Unternehmen, etwa Daimler oder E.ON, durch das Zusammenspiel von Architektur und Kunst auf Erhabenheitseffekte setzen. Um den Ausstellungsbesuchern einen Eindruck davon zu vermitteln, wurden Filme in den repräsentativen Bereichen der entsprechenden Gebäude gedreht. Ein Film widmete sich der langjährigen Zentrale von Daimler in Stuttgart-Möhringen, in deren Mittelpunkt eine Arbeit von Walter De Maria platziert ist. Unter dem Titel *Fünf-Kontinente-Skulptur* enthält sie in einem von einem Stahlrahmen gefassten Kubus von 5 × 5 × 5 Metern weisse Quarzgesteinsbrocken aus Europa, Asien, Afrika, Nord- und Südamerika (und aus Australien nur deshalb nicht, weil diese Gesteinsart dort nicht vorkommt). Was läge näher, als in dieser Arbeit das Selbstverständnis des Automobilherstellers als Global Player wiederzuerkennen? In einem Katalogbeitrag zu Walter De Marias ortsspezifisch gestalteter Skulptur wollte die Autorin, Katharina Bedenbender, dies auch in einem grösseren historischen Zusammenhang betrachten, verweise die Arbeit doch «durch ihren Titel auf eine über Jahrhunderte tradierte Herrschaftsikonografie, welche den Auftraggeber als Herrn über die verschiedenen Teile der Welt feiert». Sie dachte dabei etwa an den Kartensaal des Dogenpalastes in Venedig, in dem vor allem zwei Globen die weltumspannende Bedeutung

der Republik signalisieren sollten, aber auch an das Treppenhaus der Residenz in Würzburg, für das Giambattista Tiepolo um 1750 Fresken malte, auf denen allegorisch die vier damals bekannten Erdteile dargestellt waren. Für die Fassaden des Kunsthistorischen sowie des Naturhistorischen Museums in Wien wurden im 19. Jahrhundert sogar ausdrücklich Steine aus allen Ländern der damaligen Habsburger Monarchie zusammengetragen.[7]

Solche Bezüge wies Renate Wiehager, Leiterin der Abteilung Kunstbesitz/Corporate Art Department der Daimler AG, in einer Mail an die Autorin jedoch als «absurd» zurück und behauptete, «genau das Gegenteil» sei der Fall: «Die Skulptur distanziert sich von jeder ikonografischen Indienstnahme und eröffnet einen Ausblick auf Kulturgeschichte als Geistesgeschichte, weit entfernt von jeglicher Machtbebilderung». Weiter schrieb sie, der Künstler werde «empört sein», wenn er erfahre, dass er von der Katalogautorin «als Bildlieferant für eine neue Herrschaftsikonografie» dargestellt werde.

Freilich ist zu bezweifeln, dass ein Künstler vom Rang Walter De Marias so naiv gewesen sein sollte, dass ihm nicht klar war, wie seine *Fünf-Kontinente-Skulptur* im Foyer eines weltweit agierenden Unternehmens zumindest auch verstanden werden würde. Abgesehen davon darf man erwarten, dass De Maria sich mit der Geschichte vergleichbarer Konstellationen befasst hat, bevor er sich zur Zusammenarbeit mit dem Automobilhersteller entschloss. Doch meint Renate Wiehager nicht nur den Künstler vor Deutungen Dritter schützen zu müssen, sondern will zugleich vorgeben, wie man über dessen Arbeit gefälligst zu schreiben habe. In derselben Mail knüpfte sie ihre weitere Kooperation für die Ausstellung daran, dass man ihre Textversion im Katalog abdruckte. Die entsprechende Passage «muss folgendermassen lauten»: «Innerhalb der rund 1800 Werke umfassenden Daimler Kunst Sammlung steht die *Fünf-Kontinente-Skulptur* in der Tradition des Schwarzen Quadrats von Kasimir Malewitsch (1845–1902)».[8]

Also: schon wieder Malewitsch. Doch abgesehen davon, dass dieser von 1878 bis 1935 lebte, erscheint es als kunsthistorisch fragwürdig, ihn zum Ahnherrn der Arbeit von De Maria zu erklären. Ausser dem Interesse am Quadrat, das sie jedoch mit vielen anderen Künstlern teilen, verbindet die beiden Künstler nämlich nicht viel. Während es Malewitsch mit seinem Suprematismus darum ging, jeglichen Zusammenhang zwischen der Kunst und der äusseren Welt zu dementieren, verschafft De Maria seiner

Skulptur allein durch den Titel einen konkreten Weltbezug. Ihre Rezeption wird davon bestimmt, dass man weiss, Steine aus verschiedenen Kontinenten vor sich zu haben; man überlegt, wie sie wohl gesucht, ausgewählt und transportiert wurden, und es weckt erhebende Gefühle, sich vorzustellen, dass zuerst weit voneinander entfernte Stücke des Erdbodens nun auf engem Raum versammelt sind. Doch von solchen Gefühlen versucht Wiehager abzulenken – wohl aus Sorge, man könnte ihrem Unternehmen Grossspurigkeit vorwerfen. Dafür spekuliert sie auf andere Effekte, die allein durch Name-Dropping – das heisst die Erwähnung des als Held verehrten Malewitsch – ausgelöst werden. So soll das Pathos des Ursprungs, der dem Schwarzen Quadrat zu eigen ist, auch noch De Marias Skulptur auratisieren – alles andere wäre dem Unternehmen, das für sich in Anspruch nehmen darf, am Ursprung der Automobilgeschichte zu stehen, nicht gemäss. (Bezeichnenderweise hat man ins Foyer neben De Marias Skulptur einen Nachbau des ersten Benz-Wagens gestellt.)

Nachdem es abgelehnt wurde, den Katalogtext im vorgegebenen Sinne zu verfassen, durfte der Film über die *Fünf-Kontinente-Skulptur*, der wohlgemerkt ohne erläuternden Kommentar und als blosse Dokumentation der Stuttgarter Räumlichkeiten gelaufen wäre, in der Ausstellung tatsächlich nicht gezeigt werden. (Wobei bis zum Schluss unklar blieb, ob der «empörte» Künstler oder die ihrem Unternehmen verpflichtete Leiterin der Kunstbesitz-Abteilung dafür verantwortlich war.) Und es wurde nicht einmal erlaubt, ein Foto der Skulptur im Katalog abzudrucken: Wer sich der vorgegebenen Interpretation – die als unhinterfragbares Faktum ausgegeben wird – nicht anschliesst, ja wer seinerseits den Spielraum nutzen will, den ein Kunstwerk eröffnet, nimmt sich etwas heraus, was offenbar nur Eigentümern (und Urhebern) zusteht.

Das Beharren auf der Malewitsch-Lesart von De Marias Skulptur erscheint umso seltsamer, wenn man bedenkt, wie sehr Künstler wie Lohse und Meckseper ihr Werke ebenfalls mit Malewitsch zu legitimieren suchen, dabei aber Aspekte des Künstlers in den Blick nehmen, die jemand wie Renate Wiehager gerade ausblenden muss. Dafür kann sie sich auf eine Malewitsch-Verehrung bei anderen Unternehmen, namentlich bei der Deutschen Bank, beziehen. Diese veranstaltete in der Deutschen Guggenheim 2003 sogar eine Ausstellung unter dem Titel «Malewitsch – Suprematismus», mit der nicht zuletzt das eigene Markenlogo als späte Folge des Schwarzen Quadrats zur Geltung gebracht werden sollte. So

wurde Anton Stankowski, der das Logo 1974 entwickelte (und übrigens ein Freund Richard Paul Lohses war), damit zitiert, er sei von Malewitsch beeinflusst gewesen. Und dazu heisst es in einem begleitend zur Ausstellung im unternehmenseigenen Kunstmagazin der Deutschen Bank publizierten Aufsatz: «Stankowskis Richtlinien der gestalterischen Vereinfachung, Versachlichung und der Vermenschlichung von Ideen, Funktionen und Prozessen finden ihren Ursprung in der konstruktivistischen Kunst, in der das Quadrat aufgrund seiner Prägnanz, Neutralität und seines Gleichmasses eine besondere Stellung einnahm.» Und dann wird das quadratische Logo nicht nur als «Symbol des westlichen Kapitalismus» bezeichnet, sondern sogar mit einem Zitat von Malewitsch selbst zu legitimieren versucht. Für ihn nämlich war das Quadrat die «Formel für die Summe aller reinen Empfindung und zugleich [ein] Zeichen für den bildlichen Ausdruck eines übergeordneten, allumfassenden, geistigen Prinzips». Folglich stecke, so heisst es etwas neckisch, «ein Hauch von Revolution» auch noch in dem Markenlogo und damit in der Deutschen Bank.[9]

So wird immer wieder nach Belieben aus einem Pool an Malewitsch-Deutungen geschöpft und derselbe Künstler zur Legitimation ursprungsmetaphysischer oder utopischer, kapitalistischer oder kommunistischer Ambitionen herangezogen. Und man kann diese Deutungen sogar kombinieren und sich damit erst recht universal geben: neutral und revolutionär, wie im Fall der Deutschen Bank. Dort ist Malewitsch aber sogar noch in anderer Weise wichtig. Er kann zur Grundlage einer Karriere als Manager werden. So berichtet Tessen von Heydebreck in einem Interview, er sei beim Bewerbungsgespräch für eine Stelle im Büro des damaligen Vorstandsvorsitzenden Friedrich Wilhelm Christians aufgeflogen, als er nicht so viel über Malewitsch wusste, wie er vorgegeben hatte. Er bekam die Stelle also nur unter der Bedingung, «in drei Monaten mit einem geschliffenen Referat über Malewitsch zu erscheinen». Und so bilanziert er: «Meine Karriere begann [...] wirklich mit Kasimir Malewitsch».[10]

1 Michael Clegg (geb. 1957 in Dublin) und Martin Guttmann (geb. 1957 in Jerusalem) studierten ab 1978 an der New Yorker School of Visual Arts bei Joseph Kosuth. Ihre Zusammenarbeit begann 1980.
2 Für den Hinweis darauf danke ich Henning Arnecke herzlich!
3 Richard Paul Lohse, «Probleme der konstruktiven Kunst. Die Kunstsituation heute» (1977), in: Hans Heinz Holz (Hrsg.), *Lohse lesen. Texte von Richard Paul Lohse (Zürich 1902–1988 Zürich)* (Stiftung für Konstruktive und Konkrete Kunst Zürich. Studienbuch, 2), Zürich: Offizin, 2002, S. 292–295, hier S. 293.
4 Ders., «Monumentalität» (1984), ebd., S. 330–332, hier S. 330.
5 Andreas F. Beitin, «Josephine Meckseper», in: *Extended. Sammlung Landesbank Baden-Württemberg*, Ausst.-Kat. ZKM | Museum für Neue Kunst, Karlsruhe, 21.5.–18.10.2009, S. 186–189, hier S. 186.
6 Josephine Meckseper im Gespräch mit Simone Schimpf, in: *Josephine Meckseper*, Ausst.-Kat. Kunstmuseum Stuttgart, 14.7.–28.10.2007, S. 19–25, hier S. 21 und S. 20.
7 Vgl. Katharina Bedenbender, «Das Eingangs-Lob. Über das Verständnis von Tugendhaftigkeit in Politik und Wirtschaft», in: *Macht zeigen. Kunst als Herrschaftsstrategie*, Ausst.-Kat. Deutsches Historisches Museum, Berlin, 18.2.–13.6.2010, S. 43–53, hier S. 50–51.
8 E-Mail von Renate Wiehager an Katharina Bedenbender vom 2.9.2009.
9 Oliver Koerner von Gustorf, «Finden, Vereinfachen, Vermenschlichen: Anton Stankowski und das Logo der Deutschen Bank», in: *DB-Artmag* 7 (2003), auf: <http://www.db-artmag.de/07/d/artatwork-stankowski.html>.
10 Tessen von Heydebreck, «Der Streich ist gelungen», in: *25. Fünfundzwanzig Jahre Sammlung Deutsche Bank*, Ausst.-Kat. Deutsche Guggenheim, Berlin, 30.4.–19.6.2005, S. 221–223, hier S. 223.