

Macht und Kultur : Potentaten als Mäzene

Autor(en): **Nobel, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **85 (2005)**

Heft 2

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-167308>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Mäzenatentum spielt sich seit je im Spannungsfeld politischer, ökonomischer und kultureller Potentaten ab. Auch in der grundsätzlich machtskeptischen Demokratie braucht es die wirtschaftlichen Potentaten als Mäzene. «Weg vom Staat» heisst nicht weniger, sondern freiwillig mehr für anderes zahlen.

(7) Macht und Kultur – Potentaten als Mäzene

Peter Nobel

Kunst ist eng mit Macht und Machthabern verbunden, und ihre Entwicklung als Auftragskunst war stets der Visualisierung prächtiger, absolutistischer Erhabenheit dienlich. Dieser Befund trifft selbst noch im modernen demokratischen Staat zu. Neben Staat und Kirche gab es immer auch private Kunstförderer. Auch dieses Feld ist aber nicht frei von menschlichen Eitelkeiten. Heutige Potentaten sind wirtschaftliche Unternehmen. Warum sollen diese nutzengerichteten Organisationen der Kunst Geld geben? Es gibt einen Grund: Kreativität wird nicht im Versandhauskatalog angeboten, und Seminare dazu sind meist unfruchtbar.

Macht entsteht – wie Elias Canetti bemerkt – *«wenn Gewalt sich Zeit nimmt»*. Sie ist ein Phänomen, um dessen Erfassung schon viel gerungen wurde. Am berühmtesten ist wohl Max Webers Umschreibung der Macht als Chance, den eigenen Willen durchzusetzen. Jacob Burckhardt sah sie in seinen «Weltgeschichtlichen Betrachtungen» durchaus von der bösen Seite: *«Und nun ist die Macht an sich böse, gleichviel wer sie ausübt. Sie ist kein Beharren, sondern eine Gier und eo ipso unerfüllbar, daher in sich unglücklich und muss also andere unglücklich machen.»*

Als Jurist konstatiert man zunächst, dass der Staat sich letztlich (auch) aus dem Gewaltmonopol legitimiert. *«Obrigkeit ohne Macht wird verlacht»*, lautet ein Sprichwort. Der Staat als Nachfolger der Potentaten wird heute als der territoriale Monopolist der Gewalt bezeichnet. Er hat Macht, doch hat er sie nicht mehr unbeschränkt. Ein anderes Sprichwort charakterisiert

den Rechtsstaat, der Recht vor Macht stellt und dabei stets gefährdet ist: *«Kommt die Macht, so fällt das Recht in Acht.»*

Macht wollen wir heute im demokratischen Rechtsstaat aber brechen, banalisieren, moderieren usw., doch können wir uns keinen Illusionen hingeben: mit Machtphänomenen kämpfen wir täglich, auch mit kleinen und grossen Missbräuchen. Elfriede Jelineks Titel «Macht nichts» ist zynisch gemeint.

Die Feudalherren des 18. und die Diktatoren des 20. Jahrhunderts hatten vielfältige machtpolitische und auch psychologische Motive, um sich die Gunst von Künstlern zu erwerben und sich dadurch auch einen Platz in der Kulturgeschichte zu sichern. Ludwig XIV. verewigte sich nicht nur in Prunkbauten, sondern auch in der Musik eines Jean Baptiste Lully, Friedrich II. von Preussen holte Voltaire nach Potsdam und ging überdies als dilettierender Flötist in die Musikgeschichte ein. Selbst Stalin fand in Schostakowitsch einen Komponisten, der ihm in seiner Leningrader Symphonie ein wohl unverdientes, aber eindrucksvolles Denkmal setzte.

Was sind nun aber die Gründe, die wirtschaftliche Unternehmen, also moderne Potentaten, veranlassen könnten, als Mäzene aufzutreten?

Die Musen sind Töchter des Zeus, eines auch ziemlich üblen Potentaten und sogar bulligen Schürzenjägers, zum Beispiel nach der armen Europa, wozu Heinrich Heine anmerkte: *«Ja, Europa ist erlegen – Wer kann Ochsen widerstehen?»*. Mutter der Musen ist die Mnemosyne, also die Erinnerung, das Gedenken (von den Römern dann schlicht auch Moneta genannt). Der Musen gemeinsame, allgemeine Aufgabe wurde es, den Menschen Wissen, überzeugende Beredsamkeit und ein friedliches Gemüt einzugeben. Kunst kann also nach Belieben angriffig, verdrehend, subversiv oder bestätigend, ja affirmativ sein. Das ist auch nicht ohne Gefahren. Soweit wir in der Literatur zurückgehen können, steht die Kunstaübung in einem sozialen Verhältnis zur jeweiligen Herrschaftsform, dienend oder unterstützend, kritisierend oder oppositionell.

Fragt man nach Gehalt und Ursprung des Mäzenatentums im eigentlichen Sinne, so stammt der Name ja von dem geschichtlich in der augusteischen Epoche ausgewiesenen Manne Mæcenas ab, der als Stellvertreter des Augustus eine bedeutende und auch enorm einträgliche Machtstellung innehatte, die erst abnahm, als sich das Verhältnis zum Princeps wegen dessen betonten Interesses für Mæcenas' Frau Teren-

tia abkühlte. Mæcenus gilt aber in guter antiker Tradition auch als durchaus bisexuell. In das Gedächtnis und den Sprachschatz der Nachwelt eingegangen ist sein Name aber vor allem durch seine grosszügige Förderung der Literatur.

Es wäre interessant, eine Geschichte des Mäzenatentums anhand des über die Zeiten wechselnden Mæcenus-Bildes zu schreiben. Die Bewertung seiner Leistungen unterlag im Verlauf der Jahrhunderte einigen Schwankungen. Die Lobpreisungen seines Gebrauchs von Reichtum fanden etwa bei dem im Banne protestantischer Ethik aufstrebenden Bürgertum wenig Gefallen. Lessing wandte sein Mæcenus-Bild sogar gegen Friedrich II. und zwar im Namen der Kunstfreiheit: *«Dort der Regent, ernährt eine Menge schöner Geister, und braucht sie des Abends, wenn er sich von Sorgen des Staates durch Schwänke erholen will, zu seinen lustigen Räten. Wieviel fehlt ihm, ein Mäzen zu sein.»* Es war aber auch Lessing, der sagte, Kunst gehe nach Brot.

Der Weg geht vom herrschaftlich-fürstlichen über das staatliche und dann das bürgerliche und Stiftungsmäzenatentum, bis zum modernen Sponsor, wozu es in der schweizerischen «Branchenbroschüre Nr. 22 – Kultur» zur Mehrwertsteuer bildungslos schlicht heisst: *«Wie das Verhältnis von den Parteien bezeichnet wird (Sponsoring, Partnerschaft, Mäzenat, Donation), ist für die steuerliche Behandlung unerheblich.»* Die Welt ist heute prosaisch.

Bei der geschichtlich vorherrschenden Sicht der künstlerischen Versinnbildlichung der Potenz von Potentaten tritt die italienische Renaissance in den Vordergrund. Auch die Kirche, vor allem die bilderreiche katholische, kann man in diesem Kontext nicht vergessen. Kirchen und Orden waren bedeutende Auftraggeber der Künstler, und die Ergebnisse der Demonstration von spiritueller wie auch weltlicher Macht ziehen heute noch Touristenströme an. Das ist alles evident und wir wissen auch, dass das liebe Geld, das man nicht zur weiteren Verschönerung nach Rom schicken wollte, ein Hauptanlass war für die Reformation und die heraufkommende protestantische Nüchternheit. Eines ist aber wichtig: in der Renaissance trat das Individuum aus der religiösen Beherrschung hinaus und begann sein Geschick selbst in die Hand zu nehmen.

Mäzenatentum ist neuerdings Forschungsgegenstand geworden, interessanterweise im Zusammenhang mit der Neubestimmung des Verhältnisses zwischen Staat und Gesellschaft. Auch der bürgerliche Staat hat sich ja, und in

dankenswert weitem Umfange, der Kulturunterstützung angenommen. Er setzte praktisch die in der Geschichte feststellbare Kulturpolitik des Machtzentrums fort. Von Aberrationen und auch Bürokratisierungstendenzen wollen wir hier nicht sprechen. Was uns aber beschäftigt, ist, dass der Staat an seine finanziellen Grenzen gekommen zu sein scheint. Der gute Wille scheint die finanziellen Möglichkeiten zunehmend zu überschreiten. Da sucht man nach anderen Quellen und lässt die Vokabel der neuen Zivilgesellschaft kursieren.

Die vor allem in Deutschland gepflegte Mäzenatenforschung kommt etwa zu folgender neo-wissenschaftlichen Umschreibung. Mäzenatentum ist *«die Bereitstellung privater Mittel für öffentliche Zwecke [...], und zwar in Bereichen, in denen auch staatliche Organe fördernd, finanzierend und gestaltend tätig sind. Solche Bereiche sind, jedenfalls in unserem Teil der Welt, Kunst und Kultur, Wissenschaft und Soziales.»*

Wir sehen uns diesbezüglich die Wirtschaft an. Es zeigt sich, dass erfolgreiche Unternehmen sich heute überhaupt nicht nur am *shareholder*

Kunst kann nach Belieben angriffig, verdrehend, subversiv oder bestätigend, ja affirmativ sein.

value ausrichten, sondern sich auch vermehrt an immateriellen Werten, wie Vertrauen und Integrität, Kreativität und Qualität, an Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit, sowie an sozialer und ökologischer Verantwortung orientieren. Immaterielle Werte, Codes, Spielregeln und Verhaltensweisen werden künftig eine stärkere ökonomische Bedeutung bekommen. Kurz, die Wertschöpfung verschiebt sich allmählich von den Rohstoffen zu den Informationen und von der Arbeitskraft zum Wissen als immer bedeutenderen Faktoren des Wettbewerbs (und Kunst ändert dabei das Wahrnehmungssystem). Kapital gibt es genug, fähige Menschen weniger: *wahres Kapital* ist zunehmend *Humankapital*.

Zwischen Kulturschaffen und Wirtschaft entsteht einerseits eine grosse Kompatibilität im Prinzipiellen und andererseits eine Widerstandsfähigkeit. *«Kompatibel ist der ständige Veränderungswille.»* Kulturschaffende nehmen weder Verhaltensweisen noch Strukturen als unveränderbar gegeben hin. Sie antizipieren vielmehr sensibel und nehmen auf, was sich am Horizont abzeichnet. Nimmt man diese Aspekte bewusst auf, so können sich zwischen Unternehmenswelt und

Kunst auch reziproke Lernmuster einspielen. Die einen können lernen, dass die Notwendigkeit von Wandel gesellschaftlich und unternehmenswirtschaftlich anerkannt ist – und zwar bis in die Psychologie der Führung menschlicher Verbände hinein, und die anderen können zeigen, dass man nicht von einem Tag auf den anderen alles umkrepeln kann, sondern dass auch Wandel ein geplanter, ökonomischen Zwängen unterworfenen Prozess sein muss.

Im Leben braucht es selbstverständlich für alles auch Marketing, im Sinne einer Interessenwerbung und Förderung des Verlangens. Überlegt man hier, so wäre etwa zu fragen, ob eher das Theater bei der Wirtschaft oder die Wirtschaft beim Theater in die Lehre gehen müsste. Für den Beginn des Marketings, sozusagen sein Frühlingserwachen, ist jedenfalls verbürgt, dass der Unternehmer Maggi den Schriftsteller Franz Wedekind engagierte und dieser so schöne Verse hinterliess wie: *«Alles Wohl beruht auf Paarung/ Wie dem Leben Poesie! Fehle Maggi's Suppennahrung/ Maggi's Speise-Würze nie!»*

Die heilige Johanna der Schlachthöfe bei

Zwischen moderner Ökonomie und Kultur ergeben sich Gleichklänge und Dissonanzen zugleich.

Brecht ist da noch fundamentaler und lehrreicher und gibt auch Protestanten etwas: *«Betrachten Sie doch einmal den Dienst am Nächsten als Dienst am Kunden! Dann werden Sie das Neue Testament gleich verstehen und wie grundmodern das ist, auch heute noch. Service! Was heisst denn Service anders als Nächstenliebe? Das heisst, richtig verstanden!»*

Zwischen moderner Ökonomie und Kultur ergeben sich also Gleichklänge und Dissonanzen zugleich. Wie sehen hier die Entwicklungsperspektiven aus? Diese sind, halte ich mich an die neuere Literatur, gar nicht so schlecht. Ich bin nicht pessimistisch, obwohl es Leute gibt, die ein zunehmendes Schisma zwischen Kultur und Wirtschaft sehen. Die Wirtschaft der globalisierten Informationsgesellschaft ist auf der Suche nach neuen Prinzipien; man spricht von *«Business Re-engineering»*, *«Lean»* und *«Total Quality Management»* und – nota bene – neuer Unternehmenskultur. Das geht bis ins Rollenspiel: *«The Manager must move from being a controller and a judge to being an impresario of talent.»*

Wenn ich recht sehe, wird in einer neuen Art von gemeinschaftlichem Kulturverständnis die Kunst zunehmend sogar als Avantgarde der

Ökonomie gesehen. Der in Sponsoring-Sachen wahrlich erfahrene Zürcher Opernhausdirektor Pereira wagte von der Kunst als Vorreiterin der Gesellschaft zu sprechen, ja als Leuchtturm.

Es wird auch festgestellt, dass diese Entwicklung in der Theorie der Ökonomie noch wenig reflektiert ist. Dies wird noch einigen Aufwand bedingen und kann nicht in einem so plakativ kurzen Satz enden, wie ihn Beuys auf sein Bild malte: Kunst=Kapital. Es dürfte auch Andy Warhols ironische Reflexion nicht genügen, *«business»* sei *«the best art of all»*.

Um die Informations-, Kommunikations- und Wissensströme des Unternehmens in eine Form zu bringen, anschlussfähig, transparent und überschaubar zu machen, ist Kreativität gefordert. Kreativität wird dabei als die Fähigkeit verstanden, aus konventionellen Denkgewohnheiten und Schablonen auszubrechen, die Dinge zu verrücken oder zu kombinieren und sie schöpferisch zu einem neuen Ganzen zusammenzuführen. Dass zum Erlernen dieser Fähigkeiten Grenzüberschreitungen auf das Terrain der Künste unerlässlich sind, liegt auf der Hand. Denn Kunst ist mit Kreativität verbunden – und diese möchte die Wirtschaft ja lernen. Sie bemüht sich darum in vielen Seminaren, zu denen vor allem Künstler eingeladen werden. Insgesamt darf man damit sagen, dass Künste auch geeignet sind, einen wirtschaftlichen Nutzen zu stiften.

Sponsoren, die wollen aber etwas – und wohl zurecht, solange es nicht um Eingriffe in die künstlerische Freiheit geht. Diese Freiheit ist zu wahren und das unterscheidet uns fundamental vom alten Mäzenatentum. Aber nichtsdestoweniger: *«There is no such thing as free sponsoring.»* Der direkte Gegenwert ist dabei nicht einfach zu berechnen, wenn man auf den Drucksachen erscheint, Freikarten erhält und allenfalls die Räumlichkeiten für eine eigene Sonderveranstaltung nutzen kann. Auch bei wohlwollender Berechnung und unter Veranschlagung eines überschüssenden Imagenutzens bleibt die Gegenleistung in der Regel kleiner als die Beiträge. Wir sollten das Verhältnis zwischen Kultur als fröhlichem Laboratorium und der ernstesten Wirtschaft, im Hinblick auf eine gegenseitige Befruchtung, stets neu überdenken, nicht zuletzt indessen auch im Hinblick auf den Wandel der Finanzierung.

Dieser Beitrag basiert auf einem im Rahmen einer Veranstaltungsreihe der Bank Wegelin in St. Gallen gehaltenen Vortrag. Die ungekürzte Fassung kann bei der Redaktion angefordert werden.

PETER NOBEL, geboren 1945, ist Rechtsanwalt in Zürich, Extraordinarius für Wirtschaftsrecht an der Universität St. Gallen und Direktor des dortigen Instituts für Europarecht. Er ist Mitglied zahlreicher Stiftungs- und Verwaltungsräte, internationaler Schiedsgerichte und der Eidgenössischen Bankenkommission.