

## **KUNST UND WIRTSCHAFT. EINE HISTORISCHE SYMBIOSE**

**Jochen Ressel zur permanenten Ausstellung im SENAT DER WIRTSCHAFT in Wien (Juni 2016)**

### WELCHE ASPEKTE FÜR UNTERNEHMEN UND KÜNSTLERINNEN HÖCHST RELEVANT SIND

Die Geschichte der Kunst ist auch die Geschichte der Unternehmen. Seit jeher waren unternehmerisch agierende Personen diejenigen, die der Kultur zu besonderen Ausdrucksformen verhalfen – ob im bildnerischen oder darstellenden Bereich. Heute spielen einige Faktoren zusätzlich mit, die beide Seiten bewusst wahrnehmen sollten. Es lohnt sich einen genaueren Blick darauf zu werfen.

In vorindustriellen Zeiten waren Malerei, Bildhauerei sowie Theater und Oper ausschließlich eine Sache für die „Upper Class“. Erst im Zuge der Aufklärung und der Industriellen Revolution entstand das Bildungsbürgertum und erweiterte die Wahrnehmung für Kunst in Bevölkerungsschichten, die davon bislang vollkommen ausgenommen waren. Die starke Verbindung des Unternehmertums mit der Kunst ist allerdings bis heute bestehen geblieben und dies ist in manchen Branchen besonders spürbar. Die Dynastie der Medici z.B. erwarben den Grundstock ihres Reichtums durch den Textilhandel und begründeten in weiterer Folge das moderne Bankwesen. Ohne Medici ist die europäische Finanzwelt der Frühen

Neuzeit undenkbar und diese Familie wurde zum Inbegriff des gelebten Mäzenatentums. Gerade Finanzinstitute sind heute nach wie vor in der ersten Reihe der Mäzene zu finden, wie Praxisbeispiele, z. B. die Deutsche Bank, zeigen. In dem zu diesem Thema von Doris Rothauer 2007 verfassten Essay „Business is business is business“ werden David Barry und Stefan Meisiek zitiert, die eine Änderung und Erweiterung des althergebrachten Mäzenatentums wie folgt zusammenfassen: „Das wichtigste an Produkt & Vision ist, dass es begonnen hat Künstler zu organisieren mit dem Ziel, über eine andere Organisation – und damit über Organisationen im Allgemeinen – nachzudenken und sie herauszufordern. Das ist eine neue Art und Weise, über das Innenleben von Organisationen nachzudenken, eine Domäne, die bisher größtenteils Soziologen, Psychologen, Ökonomen und Management-Theoretikern vorbehalten war. Produkt & Vision signalisiert zudem eine Veränderung in der Beziehung von Kunst und Unternehmen, eine mögliche Erosion des alten Sponsoring-Modells und die Einführung einer neuen, gleichberechtigten Beziehung.“ Für moderne Unternehmen geht es heute in diesem Bereich daher um weit mehr als um reines Sponsoring oder um das Ausleben einer in sich gefühlten Verpflichtung, etwas für Kunst und Kultur beizutragen. Es geht auch für Unternehmen um einen ganz rational feststellbaren Nutzen.

Der künstlerischen Kreativität in den Räumlichkeiten des Unternehmens Raum zu geben umfasst weit mehr als lediglich den dekorativen Charakter oder den Aspekt der Gewissensberuhigung, um auch „etwas Gutes getan zu haben“. Kunst ist das Symbol für Erneuerung und Weiterentwicklung in sich, die im unternehmerischen Prozess eine unabdingbar notwendige Lebensader ist und gemeinhin als „Innovation“ bezeichnet wird. Daher wird durch Kunst nicht nur das „Image“ als kunstförderndes Unternehmen ausgeprägt, sondern das Image als Heimstätte innovativer Personen manifestiert. Gute und erfolgreiche UnternehmerInnen müssen kreativ sein. Dafür brauchen sie Inspiration, die sie z.B. aus der Malerei beziehen können. Sie ist der Ausdruck der Sehnsucht nach Kreativität und Weiterentwicklung. Dabei spielt das Individuum eine wesentliche Rolle, denn auch wenn in Unternehmen Kunst als fixer Bestandteil verankert ist, so hängt es doch immer an Einzelpersonen, die einen Zugang zum Thema gefunden oder schon immer in sich getragen haben, um hierarchische Strukturen zu durchbrechen und weiter zu gehen, als dies allseits üblich ist. Einen Kunstschatz im und für das Unternehmen aufzubauen und damit trotz Compliance-Regularien und Spar-Gedanken langfristig beständige Werte zu generieren, macht ein Unternehmen oder eine Institution zu etwas Besonderem.

Der SENAT DER WIRTSCHAFT ist seit jeher aus allen mit der Wirtschaft ursächlich verbundenen Intentionen der Kunst verwoben. Kulturinstitutionen zählen zu den Mitgliedsunternehmen, große Veranstaltungen werden immer mit einem kulturellen Schwerpunkt versehen und auch bildende Kunst ist ein fixer Bestandteil des SENATs-Lebens. Für einen unbestimmten Zeitrahmen werden in den Räumlichkeiten der Bundesgeschäftsstelle in Wien die Werke von Ingrid Pröller als Leihgaben gezeigt. Zur aktuellen Präsentation ihrer Bilder erklärt sie: „Viele Büros von Unternehmen sind lediglich dekoriert und oftmals mit schauerhaften Dingen. Die Auswirkung von guter Kunst auf die MitarbeiterInnen ist jedoch nicht zu unterschätzen, sowohl bei ihrer täglichen Arbeit, wie auch bei ihrer Reflexion auf die Bilder.“

Oft laufen diese Vorgänge unbewusst ab. Das gedankliche und phantasievolle Abschweifen in eine Bildbetrachtung kann zum Lösen eines Problems beitragen oder überhaupt neue und unerwartete Ideen herbeiführen. Gute Kunst wirkt immer – schlechte leider auch!“ SENATs-Vorstand Hans Harrer ergänzt: „Durch Ausstellungen in Unternehmen und Institutionen bekommt Kunst einen breiteren und nachhaltigeren Wirkungskreis als lediglich den der gängigen Szene, bestehend aus Museen, Sammlungen und Galerien. Damit tragen Unternehmen aktiv zur Förderung unserer Kultur bei.“

*Jochen Ressel, Geschäftsführungs-Operations-SENAT DER WIRTSCHAFT in: SENATE. Magazin für eine weltweite, Ökosoziale Marktwirtschaft 2/2016, S.61-69.*