Zeitschrift: Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art

Herausgeber: Visarte Schweiz

Band: 116 (2014)

Heft: -: Kunst im öffentlichen Raum : Kunst und Bau = Art et bâtiment : art dans l'espace public = Arte nell'architettura : arte negli spazi pubblici = Art and Architecture : art in Public Spaces

Artikel: 630 Millionen für die Kunst! = 630 millions pour l'art! = 630 milioni per l'arte!

Autor: Doswald, Christoph

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-622908

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

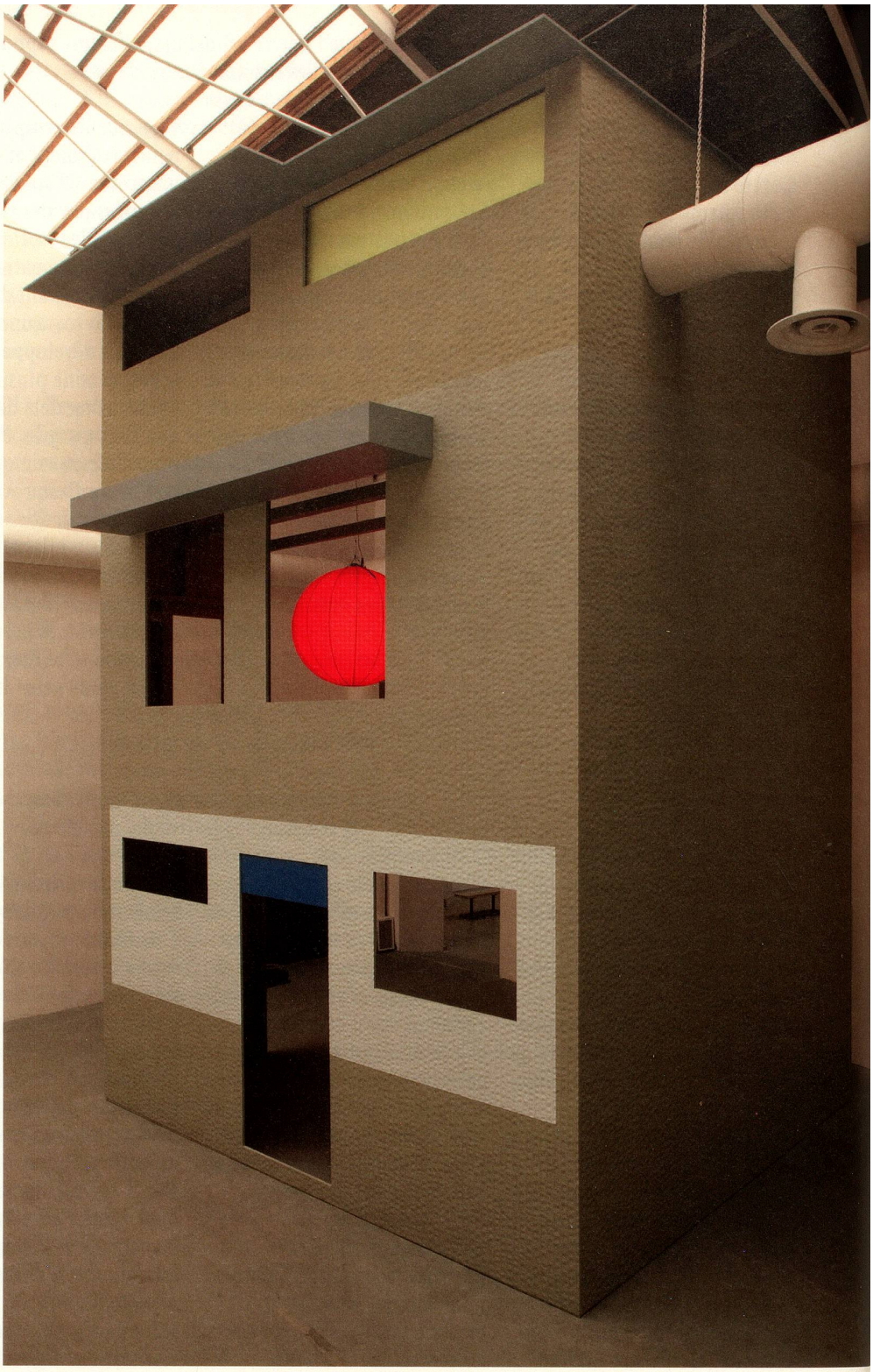
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 09.07.2025

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



A Thomas Demand und Caruso St.John, *Nagelhaus, Projekt für Escher-Wyss-Platz*, Zürich. Installationsansicht, 12th Architecture Biennale, Venedig, 2010 © Thomas Demand und Caruso St.John, VG Bild-Kunst, Bonn / ProLitteris, Zürich

630 Millionen für die Kunst!
630 millions pour l'art!
630 milioni per l'arte!

Von Christoph Doswald

Warum öffentliche Räume nicht nur der Werbung, der Architektur, der Verkehrsplanung und den Sprayern überlassen werden sollten

Die Zahlen sprechen für sich. Im Jahr 2012 wurden in der Schweiz 61'780'000'000 Franken für Bauvorhaben ausgegeben, fast 62 Milliarden Franken. 2013 war es nochmals mehr, nämlich 62'701'000'000 Franken.[1] Rund ein Drittel dieser Investitionen stammen von der öffentlichen Hand, von Gemeinden, Kantonen oder dem Bund. Der grösste Teil der Aktivitäten findet im Hochbau statt; nur gerade rund 15 Prozent entfallen auf den Tiefbau. Gemessen am gesamten Bruttoinlandprodukt, das 2012 rund 593 Milliarden Franken betrug,[2] erwirtschaftet die Baubranche einen Anteil an der Landesproduktivität von rund 10 Prozent. Diese Bilanz ist eindrücklich. Und sie wird mit Blick auf die Wachstumsraten seit dem Millenium noch beeindruckender: Im Jahr 2000 betrug der Umsatz der Baubranche gerade mal 41.9 Milliarden Franken; innert 13 Jahren konnte die Branche eine Zunahme von 50 Prozent verzeichnen.

Die Schweiz steckt also mitten in einem Bauboom, der vergleichbar ist mit der Entwicklung in der Gründerzeit in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Nicht nur aufgrund wirtschaftlicher und urbanistischer Analogien lohnt ein Blick zurück; auch die sozialen und kulturellen Folgen weisen frappierende Parallelen zu einer Periode auf, deren Bauten noch immer das Bild vieler europäischer Innenstädte prägen, deren historistische Ästhetik aus heutiger Sicht aber auch allzu gerne verklärt wird.

Der Gestaltungswille der Gründerzeit

Wirtschaftlicher Ausgangspunkt der Gründerzeit sind Kapital-Mehrwerte, die als Folge der Industrialisierung und der Ausbeutung überseeischer Kolonien in Europa ab den 1840er Jahren akkumuliert werden konnten. Vorab das Bürgertum als neue mittelständische und urbane Klasse, erlangte einigen Wohlstand und manchmal auch unermesslichen Reichtum. Aufgrund vieler neuer Arbeitsplätze, die in den neuen Fabriken entstanden, musste innert kürzester Zeit auch neuer Wohnraum für die vom Land kommenden Arbeiterinnen und Arbeiter geschaffen werden. In Städten wie Chemnitz, Berlin, Wien oder Graz explodierten die Bevölkerungszahlen; es entstanden neue Quartiere, die Strassenzüge wurden im Akkord und mit Hilfe proto-industrieller Fertigungsmethoden hochgezogen. Das neu erfundene Bauen mit tragenden Stahlgerüsten, wie es mit dem Crystal Palace an der Londoner Weltausstellung von 1851 der staunenden Weltöffentlichkeit vorgeführt wurde, ermöglichte die Vorfertigung von Bauteilen und damit ein neues Tempo bei der Umsetzung. Wenn heute kulturaffine Touristen mit romantischen Gefühlen durch Berlin-Mitte und den Prenzlauer-Berg promenieren, wird systematisch ausgeblendet, dass diese Stadteile der Initiative von Spekulanten und Investoren zu verdanken sind, die sich viele Errungenschaften der neuen, modularen Bau-Techniken zu Nutze machten. Aber das ist eine andere Geschichte.

Relevant für unsere Betrachtungsweise ist der Umstand, dass in der Gründerzeit nicht nur investiert wurde, um unternehmerische Mehrwerte zu erzeugen. Wir verdanken dieser Epoche auch einen grossen urbanistischen Gestaltungswillen hinsichtlich der Wirkung von Plätzen, Strassenzügen und Fassaden im öffentlichen Raum. In den noch immer feudalistisch geprägten Staaten Europas, war die Ästhetik des öffentlichen Raumes häufig Chefsache. Könige und Fürsten verfügten vorab in Russland, Frankreich, Deutschland und Österreich eine konsistente Handhabung des Themas, die ganz in Einklang mit dem historistischen Zeitgeist stand. Der Zar stampfte St. Petersburg aus dem Boden; der Kaiser Franz-Joseph liess das stark wachsende Wien neu bauen. Und in Paris beauftragte Napoléon III. im Jahr 1853 den Stadtplaner Georges-Eugène Haussmann mit der Neu-Konzeption der französischen Kapitale, die unter seiner Aegide bis 1870 eine grundlegende infrastrukturelle Aufwertung erfuhr und stilistisch stark von der Académie des Beaux-Arts geprägt war.[3]

Der formale Auftritt spielte eine wesentliche Rolle im Wettrüsten der neuen Industrienationen, so dass der Wiener Denkmalpfleger und Bauforscher Friedmund Hueber über den damaligen Zeitgeist notiert: «Das gesellschaftliche und künstlerische Streben war auf die Wirkung aller Taten und Objekte ausgerichtet, nicht darauf, was sie tatsächlich waren. Diese Haltung oder Einstellung war prägend und führte zu bühnenhaften Inszenierungen der Architekturen, welche die Inhalte verfälschten, indem man aus dem historischen Formenrepertoire Stilelemente und Versatzstücke zu Dekorationen arrangierte. Der architektonische Ausdruck konzentrierte sich auf das Formale. Man folgte einer strengen Definition der Kompositions- und Proportionsregeln der antiken Architektur, die anfangs romantisch, dann strenger interpretiert wurde.»[4]

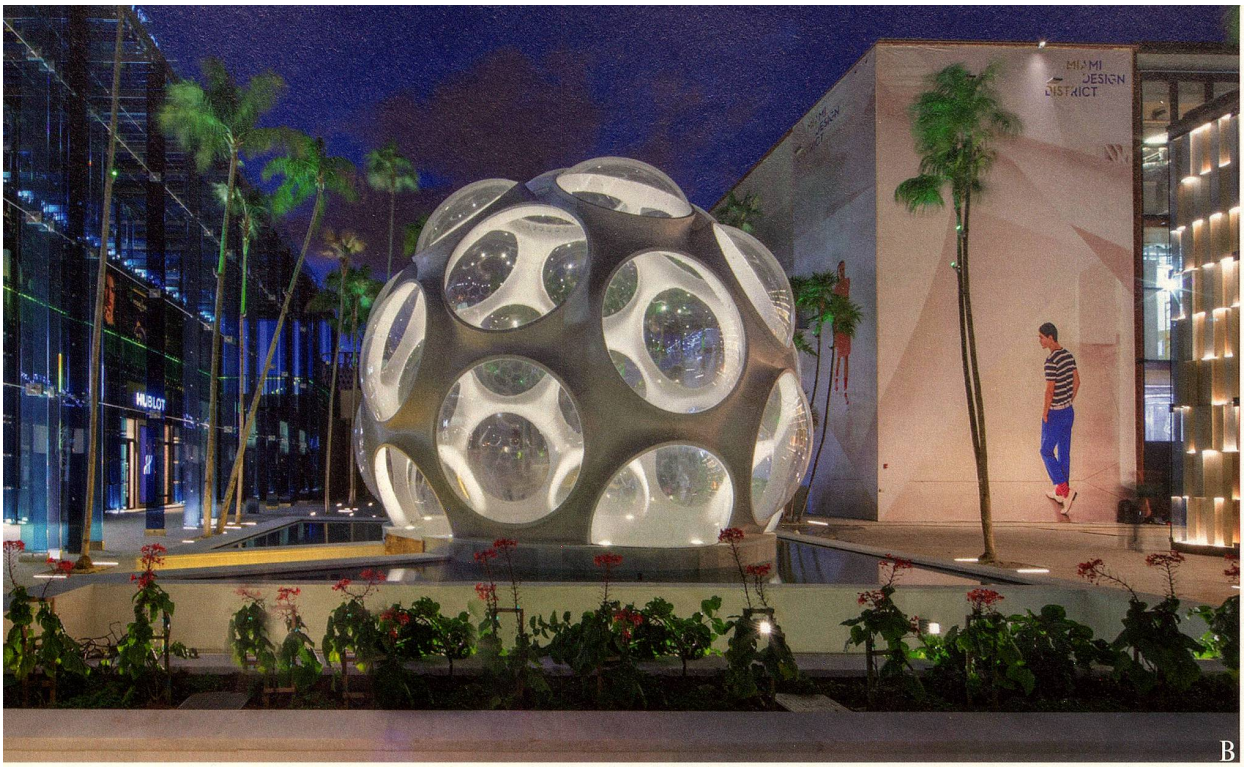
Mit grosser Geste und autokratischem Habitus wurden mittelalterliche Baustrukturen zerstört und kulturelle

Die Post
Kurt Strässle, Leiter Briefmarken und Philatelie, Mitglied der Kunstkommission, Die Post
Nadine Haldemann, Leiterin des Projekts *Kunst im Hauptsitz*, Die Post

Warum vergeben Sie Kunst-und-Bau-Projekte?
Kurt Strässle: Kunst am Bau ist ein Element von Baukultur, das deren Qualität und Ausdruckskraft mitprägt. Sie ist daher – so mein Verständnis – ein integraler Bestandteil der Bauaufgabe und Bauherrenverantwortung.

Welche Verfahren kommen bei Ihren Projekten zur Anwendung?
Kurt Strässle: Projekt- und Gestaltungswettbewerbe auf Einladung, sowie eine persönliche Präsentation der Kunstschaffenden ihrer Projekte.

Nadine Haldemann: Grundsätzlich ist es wichtig, dass die eingeladenen Künstler/innen die architektonischen und nutzerseitigen Voraussetzungen kennen, um den Rahmen, in dem sie sich künstlerisch entfalten können, genau zu kennen. Ansonsten kann es sein, dass bei der Umsetzung Probleme zutage treten, die leicht hätten vermieden werden können.



B Buckminster Fuller, *Fly's Eye DomeTM*, 1978–2014, a commission from The Buckminster Fuller Institute, Foto: Robin Hill

Identitäten geopfert, um dafür neue städtische Quartiere zu errichten. Kunst gehörte von Anfang an als Programmpunkt zum neuen Stadtbild – ob in Gebäude integriert oder freistehend im öffentlichen Raum. Trotz teilweise feudalen Herrschaftssystemen spielte dabei die Mehrheitsfähigkeit künstlerischer Interventionen durchaus schon eine Rolle. In der Ausschreibung zum Wettbewerb zur Gestaltung der Wiener Ringstrasse von 1857, das vom Kaiser in der Wiener Zeitung öffentlich ausgeschrieben wurde, heisst es: «Die Vorschläge sollten die praktischen Bedürfnisse der Bevölkerung in technischer und künstlerischer Beziehung beachten.»[5]

Wehrloses Opfer des New Public Management

Im darauffolgenden Jugendstil manifestiert sich dagegen auch eine inhaltliche Auseinandersetzung mit der reinen Oberflächengestaltung. Aber, so Hueber, «erst durch den Ausgang des Ersten Weltkrieges und die klassische Moderne kam es zur Abkehr von allen inszenierenden Dekorationen. Der große Umschwung bestand darin, dass es nun darauf ankam, wie und woraus etwas ist und nicht wie es wirkt! Damit war die größte Wende seit dem Beginn der Renaissance eingeleitet.»[6] Nicht zuletzt durch die politische Vereinnahmung der Kunst durch Faschismus und Nationalsozialismus erfolgte nach dem Ende des 2. Weltkrieges eine fundamentale Abkehr vom Repräsentationshabitus, und die vormals integrale Durchdringung von Kunst, Städtebau und Architektur wurde auch aufgrund dieser Instrumentalisierungen der urbanen Ästhetik durch Diktatoren in Frage gestellt.

Die daraus erwachsende neue, formale Austerität, die stark geprägt wurde vom funktionalistischen Paradigma des Bauhauses und der Klassischen Moderne zeigte sich wehrlos gegen Übergriffe von ganz anderer Seite: Ab den 1950er Jahren manifestierten sich vermehrt Signaletik und Werbung im öffentlichen Raum, die sich dort vollkommen unreglementiert verbreiten konnten. Im Gegensatz zu den Interventionen der Gründerzeit sind diese Kommunikations-Manifestationen meist auf temporären Einsatz angelegt. Und sie unterstehen – abgesehen von wenigen Ausnahmen – keiner ästhetischen Qualitätskontrolle. Prägendes Kriterium ist heute meist der ökonomische Mehrwert, der im Stadtraum erzeugt werden kann. Denn der öffentliche Raum ist vor allem ein Kapital, das im Zeitalter des New Public Managements zu Gunsten des Steuerzahlers zu bewirtschaften ist. Häufig kommen vor allem formalistische statt formale Kriterien zur Anwendung. So heisst es etwa in den Präliminarien zum Reglement für Aussenwerbung in der Stadt Zürich: «Aussenwerbeelemente wie Leuchtschriften, Schilder, Tafeln, Leuchtkästen, Megaposter und Plakate prägen das Stadtbild nachhaltig. Damit die Stadt attraktiv bleibt, braucht es Regeln und Vorgaben für die Beurteilung und Bewilligung. […] Aussenwerbung ist Teil der modernen Stadt. Sie wird immer im Zusammengang mit anderen stadtgestaltenden Elementen wahrgenommen. Aspekte wie

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit Kunst-und-Bau-Projekten gemacht?
Nadine Haldemann: Positiv ist insbesondere die Erfahrung, mit Künstler/innen zusammen zu arbeiten und zu sehen, was sie im Rahmen der technischen Rahmenbedingungen schaffen. Wie sie mit einem vorgegebenen Raum umgehen und diesen ergänzen, vervollständigen oder auch durch ihre Arbeit in den Hintergrund rücken, fasziniert mich immer wieder. Schwierig wird es, wenn ein Gebäude umgebaut wird und Kunst-am-Bau-Werke dadurch entfernt werden müssen. Hier gilt es, gemeinsam mit dem/r Künstler/in eine befriedigende Lösung zu finden. Hilfreich ist es, bereits bei der Auftragsvergabe einen entsprechenden Vertrag mit dem Künstler auszuarbeiten, der ihn auf die Möglichkeit vorbereitet, dass seine Arbeit eine zeitliche Begrenzung hat und auch die beidseitigen Rechte und Pflichten regelt.

C John Baldessari, *Fun (Part 2)*, 2004/2014, Foto: Robin Hill

Dichte und Grösse spielen eine wichtige Rolle bei deren Wirkung im Stadtraum. Aussenwerbung soll sich in die gebaute und landschaftliche Umgebung einfügen und dem Charakter der vorherrschenden Situation entsprechen.»[7]

Stadtstruktur versus Stadtbild

Kommerzielle Kommunikation wird zunehmend als Attraktivitätsfaktor wahrgenommen, genauso wie das restliche, funktionale Mobiliar des öffentlichen Raums: Sitzbänke, Strassenbahn-Wartestellen, Abfalleimer, Abschrankungen, öffentliche Verkehrsmittel, Ampeln, Blechpolizisten, Verkehrs- und Hinweistafeln etc. sind jedenfalls beliebte Tätigkeitsfelder von Produktgestaltern und auch Beurteilungskriterien im alljährlich wiederkehrenden Städterating von *Wallpaper* oder *Monocle*. Kunst kommt bei diesen Städtevergleichen ebenfalls als Standortfaktor ins Spiel, allerdings nicht hinsichtlich künstlerischer Qualitätsmerkmale, sondern in Bezug auf formalästhetische und kommunikative Überlegungen.

Diese Sichtweise ist zulässig, aber zu eindimensional. Zumal viele Städte einen enormen demographischen Wandel durchmachen. Zürich ist ein gutes Beispiel für diese Entwicklung. Nahm die Bevölkerung der Limmatstadt von 1945 bis Mitte der 1990er Jahre signifikant ab – von 450'000 Bewohnerinnen und Bewohnern auf 350'000 – so stellen wir im neuen Jahrtausend eine Umkehrbewegung fest. Zürich wächst wieder, alleine in den letzten Jahren um mehr als zehn Prozent. Dieses Wachstum auf engstem Raum ist in Grössenordnung und Dynamik einzigartig. Die dynamische Verstädterung, die einher geht mit radikalen Veränderungen von Stadtbild und -struktur, lässt sich weltweit beobachten[8]; sie erzeugt neue Fragestellungen, schafft neue Potenziale und provoziert auch weit verbreitete Angstsymptome. Themen wie Europhobie, Dichtestress, Migrationsbeschränkungen und andere Reaktionen sind auf diese Prozesse zurückzuführen.

Kunst als gesellschaftliche Verantwortung

Der Umgang von Gesellschaften mit kulturellen Werken kann als ein Lackmustest für deren Dialog- und Diskursfähigkeit betrachtet werden. Das gilt im Besonderen für kulturelle Manifestationen, die öffentlich wahrgenommen oder mit Steuergeldern finanziert werden, also speziell für Kunst im öffentlichen Raum und für Kunst und Bau. Ihre Rolle als Diskurs-Katalysatoren kann nicht hoch genug eingeschätzt werden: Alleine am Beispiel der Stadt Zürich mit dem *Nagelhaus* und dem *Hafenkran* lässt sich für die letzten Jahre zeigen, dass Kunstwerke in der Lage sind gesellschaftliche Fragestellungen neu zu verorten.[9] Aber auch in anderen Städten finden sich künstlerische Projekte, die eine grosse Relevanz hinsichtlich der Wahrnehmung von gemeinsam genutztem Stadtraum und kollektiv erlebter Stadthistorie aufweisen. In Miamis Design District wurden im Herbst

La Poste
Kurt Strässle, Chef de l'unité Timbres et Philatélie, Membre de la Commission artistique, La Poste
Nadine Haldemann, directrice du projet « l'art au siège principal », La Poste

Pourquoi commandez-vous des projets art et bâtiment ?
Kurt Strässle: Art et bâtiment est un élément de la culture de la construction, qui en conditionne la qualité et la force d'expression. C'est donc – à mon avis – une partie intégrante de la mission de construction et de la responsabilité du maître de l'ouvrage.

Quelle procédure suivez-vous pour vos projets ?
Kurt Strässle: concours de projet et de composition formelle sur invitation, ainsi qu'une présentation personnelle de leurs projets par les créateurs.
Nadine Haldemann: en principe, il est important que les artistes invités connaissent les conditions architecturales et d'utilisation, afin de cerner le cadre dans lequel ils pourront déployer leur activité artistique. Sinon, il peut arriver que la mise en œuvre pose des problèmes imprévus qu'il aurait été facile d'éviter.

Les projets Art et bâtiment vous ont-ils apporté des expériences positives ou négatives ?
Nadine Haldemann: l'expérience de la collabora-

D Alex Hanimann, *Anne-Sophie*, Hardturm Park Zürich, Schenkung an die Stadt Zürich

2014 zwei gigantische Wandgemälde des US-Künstlers John Baldessari, eine Skulptur von Xavier Veilhan und eine Rekonstruktion von Buckminster Fullers *Fly's Eye Dome* von 1965 der Öffentlichkeit übergeben. Finanziert und organsiert wurden die Projekte von Privaten: Immobilienentwickler Craig Robbins mit seinem Unternehmen Dacra, das hinter dem Design District steht, und L Real Estate, eine Firma, die dem international tätigen Luxus-Konzern LVMH nahesteht. Zu den Motiven für die auf fünf bis zehn Millionen Dollar geschätzten Investitionen meinte Craig Robbins: «Public art gives a sense of place, but it takes time and costs a lot of money.»[10] Neben den privaten Investoren, die sich eine Aufwertung der Entwicklungsgebiete mittels Kunst versprechen, hat auch die Stadt Miami Beach, seit 2002 erster Auslandsstandort der Kunstmesse *Art Basel*, das Potenzial von Public Art entdeckt und gesetzlich verankert: 1.5 Prozent der Bausumme von öffentlichen oder öffentlich-privaten Bauprojekten soll jeweils für Kunstwerke zur Verfügung stehen – zuletzt wurde aus diesem Programm im August 2014 am South Point Park eine grosse Installation von Tobias Rehberger realisiert.

In Zürich wie in Miami ist gut zu sehen, wie sich öffentliche Impulse und privates Unternehmertum gegenseitig stimulieren. Allerdings sind die Mittel im Vergleich in der Schweiz weitaus geringer als die Investitionen, die in Miami getätigt werden. Das ist unbefriedigend und muss sich ändern. Denn gerade in einer Epoche, in der bestehende urbane Räume verdichtet, zerstört und neu erfunden werden, ist es von entscheidender Bedeutung, eine gesteigerte Aufmerksamkeit für die kulturelle Prägung und Aufladung der Stadt zu leisten. Es kann und darf nicht sein, dass bei einem Bauvolumen von 63 Milliarden Franken der Fokus auf der Körnung von Asphalt und Beton und auf der Oberflächenbeschaffenheit von Stahl- und Glasfassaden liegt und damit ein uniformes, komplett funktionalisiertes Stadtbild entsteht, dem allenfalls Identität durch sprayende Jugendliche oder mittelmässige Investoren-Architektur verliehen wird.

Kunst und Kultur sind zivilisatorische Merkmale, deren Präsenz im öffentlichen Raum weit über die ästhetische und repräsentative Dimension hinausreicht. Ein Staatswesen, das nur auf Optimierung der Einnahmen und Ausgaben von Steuergeldern fusst, wird sich früher oder später der Identitätsfrage stellen müssen. Darum sind in den letzten Jahren einige wichtige Initiativen entstanden, die sich auf die gesellschaftliche Kraft von Kunst und Kultur berufen: die Arbeitsgruppe Kunst im öffentlichen Raum (AG KiöR) in der Stadt Zürich; die KÖR in Wien; die Nouveaux Commanditaires in Frankreich,[11] die mittlerweile eine Vernetzung in ganz Europa aufgebaut haben.

Im unternehmerischen Kontext sind ebenfalls neue Initiativen zu beobachten, die auf die Innovations- und Gesellschaftskraft von Kunst und Kultur setzen: Die Schweizerische Mobiliar, ein genossenschaftlich verankerter Versicherer, baut beispielsweise seit 2013 ein neues Gesellschaftsengagement auf, das zeitgenössische Kunst als

tion avec des artistes est notamment positive, et il est très intéressant de voir ce qu'ils parviennent à faire dans le cadre des conditions techniques. Je suis toujours fascinée de regarder comment ils traitent l'espace imposé et le complètent, le parachèvent ou encore le relèguent à l'arrière-plan par leur travail. Le difficile, c'est de devoir enlever une œuvre Art et bâtiment parce qu'un bâtiment va être transformé. Il faut alors trouver une solution satisfaisante avec les artistes. Il est avantageux d'avoir, dès l'adjudication du mandat, signé une convention à ce sujet avec l'artiste, qui prévoit la possibilité que le résultat de son travail ait une existence limitée dans le temps et qui règle les droits et obligations des parties.

E Christian Jankowski, *Die große Geste*, 2014, U-Bahn-Station U2 Donauspital (das Projekt wurde in Kooperation des KÖR Kunst im öffentlichen Raum Wien und den WIENER LINIEN realisiert), Foto: Iris Ranzinger, Courtesy KÖR GmbH

F *zürich transit maritime* (Jan Morgenthaler, Barbara Roth, Martin Senn, Fariba Sepehrnia), *Hafenkran*, April 2014 bis Januar 2015, temporäre Kunst-Intervention in Zürich, Limmatquai, Foto: Ruth Erdt, Courtesy Stadt Zürich

Katalysator für soziale Themen betrachtet.[12] Corporate Social Responsability (CSR) wird in diesem Zusammenhang gleichermassen in den Dienst von Unternehmen und Gesellschaft gestellt. Die Erkenntnis hat sich jedenfalls weitherum durchgesetzt, dass die Glaubwürdigkeit von Firmen neben betriebswirtschaftlichem Erfolg auch auf einer konsistenten Firmenkultur basiert, die über das eigentliche Kerngeschäft hinausgeht. Es ist vor diesem Hintergrund kein Zufall, dass die beiden führenden Chemie-Multis in Basel einen regelrechten Wettkampf in Sachen Architektur und Kunst austragen, um als Arbeitgeber für Forschende konkurrenzfähig zu bleiben.[13]

Diese Beispiele sind positive Einzelfälle und können nicht darüber hinwegtäuschen, dass es in den Zeiten des aktuellen Baubooms und der dynamischen Stadtentwicklungen weitaus mehr, grössere und systematischere Anstrengungen braucht, um den öffentlichen Raum mit kulturellen Energien zu impfen, die über die Jetztzeit hinaus Wirkung erzeugen. Unsere Gesellschaft – und damit sind die Politiker, die Bürger, die Bauherren, die Künstler und die Unternehmer gemeint – darf die Strassen, Plätze und Bauten, die unseren gesellschaftlichen Raum bilden, kulturell nicht derart vernachlässigen wie das momentan geschieht. Es braucht auch, aber nicht nur, ein verstärktes Engagement des Staates für die Fragestellung der Raumgestaltung. Es braucht private Investoren, die den Kontext ihrer Bauvorhaben besser wertschätzen und in kulturellen Engagements einen Mehrwert erkennen. Es braucht Unternehmen, die ihre Firmenkultur als gesellschaftliches Engagement interpretieren. Es braucht Bürgerinnen und Bürger, die sich für die langfristige Mitgestaltung ihres Lebensraums engagieren. Und es braucht Mäzene und Stifter, die ihre Vermögen als philantropisches Bekenntnis zur gesellschaftlichen Gestaltung der Zukunft zur Verfügung stellen.

Denn erst wenn wir das Kunstprozent wirklich ernst nehmen, dann können wir die dringend benötigten 630 Millionen Franken für die Kunst generieren, die es braucht, um den öffentlichen Raum auch für zukünftige Generationen nachhaltig und mit substanziellen künstlerischen Beiträgen zu gestalten.

1 Angaben gemäss Bundesamt für Statistik, vgl. hierzu: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/09/04/blank/key/bauausgaben0/nach_auftraggeber.html
2 Angabe gemäss Wikipedia, vgl. hierzu: http://de.wikipedia.org/wiki/Wirtschaft_der_Schweiz
3 In der Aera Haussmann wurden in Paris ca. 27'000 Gebäude abgerissen und rund 100'000 neue Bauten errichtet.
4 Friedmund Hueber, *Studie Farbgestaltung Historischer Fassaden in Wien, Stadtentwicklung Wien*, Wien 2008, S. 12.
5 Zitiert in: http://de.wikipedia.org/wiki/Stadtbaugeschichte
6 Hueber (wie Anm. 4), S. 16.
7 Vgl. hierzu: https://www.stadt-zuerich.ch/hbd/de/index/bewilligungen_und_beratung/aussenwerbung
8 Die Verstädterung schreitet seit dem Spätmittelalter ständig voran und hängt ursächlich mit der Veränderung von Wertschöpfungsketten zusammen. In Deutschland lebten beispielsweise um 1800 gerade einmal 25 Prozent der Bevölkerung in städtischen Räumen; 2005 wies das Land einen Anteil von 85 Prozent an Stadtmenschen auf.
9 Vgl. hierzu: *Der Hafenkran oder: Wie Kunst Geschichten ins Gedächtnis der Menschen brennt, Ein Mail-Gespräch mit Christoph Doswald*, Kunstforum International, Vol. 226, 2014.
10 Zitiert von Gareth Harris, Anny Shaw: *A public art boom, but at what cost?*, in: *The Art Newspaper, Art Basel Miami Beach Daily Edition*, Friday 5 December 2014.
11 Vgl. hierzu: www.nouveauxcommanditaires.eu
12 Vgl. hierzu: www.mobi.ch
13 Während Roche auf die Lokalmatadoren Herzog & de Meuron setzen, liess Novartis einen Campus mit Bauten von Roger Diener, Adolf Krischanitz, Sanaa, Peter Märkli und Frank Gehry errichten, der mit künstlerischen Interventionen von Sigmar Polke, Helmut Federle, Jenny Holzer, Ulrich Rückriem, Dan Graham oder Eva Schlegel versehen wurde. Das Gelände ist nach Voranmeldung zugänglich.

Raiffeisen

Donata Gianesi, CSR-Management Kunst, Raiffeisen Schweiz

RB Untersee Rhein, Geschäftsstelle Diessenhofen, Kunst am Bau, Yves Netzhammer, *Das Instrument des Horizontes – Die Partitur der Blicke*, 2013

Warum vergeben Sie Kunst-und-Bau-Projekte?

Kunst am Bau ist in das Architekturleitbild von Raiffeisen eingebettet und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum gruppenweiten Erscheinungsbild von Raiffeisen. Die Raiffeisen Gruppe besteht in der Schweiz aus 300 juristisch und organisatorisch selbstständigen Raiffeisenbanken. Diese sind im Besitz der lokalen Genossenschafter. Gute Architektur und darin baulich eingebundene Werke von Schweizer Künstlern führen die zentralen Werte von Raiffeisen bildlich vor Augen. Dazu

630 millions pour l'art!

Pourquoi il ne faut pas laisser les espaces publics à la publicité, à l'architecture, à la planification du trafic et aux tagueurs.

La Suisse est en train de vivre un processus de transformation sans précédent. Dans les villes et les agglomérations surtout, cette modification de l'espace vital est évidente. En 2013, environ 63 milliards de francs ont été investis dans le bâtiment et le génie civil, soit environ 10 % du produit intérieur brut. Cependant, une minime proportion de ces investissements est affectée aux activités de composition formelle ; il en résulte une monotonie et une uniformité de notre espace vital, qui se sature peu à peu de banale architecture d'investisseurs et de bâtiments industriels moroses. Il est urgent de donner plus de place aux compétences formelles dans le boom actuel de la construction. Le seul moyen de donner des qualités durables à notre espace vital est de réussir à faire entrer davantage de bonne architecture, de projets Art et bâtiment/Art dans l'espace public dans les processus de développement. Il y faut, entre autres, une dose accrue d'engagement de l'État pour la problématique de l'aménagement de l'espace. Il y faut des investisseurs privés qui apprennent à mieux estimer le contexte de leur projet de construction et à reconnaître une plus-value dans l'engagement culturel. Il faut des entreprises qui interprètent leur culture d'entreprise comme un engagement social. Il faut des citoyens qui s'engagent pour l'aménagement à long terme de leur espace vital en y participant. Et il faut des mécènes et des fondations qui mettent leur fortune à disposition d'un avenir social philanthropique. Le seul moyen de générer les 630 millions de francs nécessaires d'urgence pour l'art est de prendre vraiment au sérieux le pour-cent artistique, afin de rendre durable l'espace public pour les générations futures et l'aménager avec des contributions artistiques substantielles.

630 milioni per l'arte

Perché gli spazi pubblici non andrebbero lasciati solo alla pubblicità, all'architettura, ai graffiti, agli arredi urbani, alle infrastrutture e ai mezzi di trasporto

La Svizzera sta attraversando un processo di trasformazione mai visto prima. La metamorfosi degli spazi di vita è visibile soprattutto nelle città e negli agglomerati urbani. Basti pensare che nel 2013 sono stati investiti circa 63 miliardi di franchi in opere di edilizia e genio civile, ossia il 10 per cento del prodotto interno lordo. Tuttavia, solo una piccola parte di questi fondi sono stati investiti nella cultura e nella creazione artistica e architettonica. Questo crea monotonia e uniformità nei nostri spazi di vita, caratterizzati sempre più da una architettura banale basata unicamente sulla logica di investimento e da edifici commerciali poco estetici. È assolutamente necessario che nell'attuale fase di boom edilizio venga dato maggior peso alle competenze artistiche e architettoniche: solo se si riuscirà ad integrare di più l'architettura di qualità e i progetti di arte nell'architettura/arte negli spazi pubblici nei processi di sviluppo, gli spazi potranno sviluppare caratteristiche destinate a durare nel tempo. Occorre anche – ma non solo – un maggiore impegno da parte dello Stato a favore della progettazione degli spazi pubblici. Servono investitori privati che apprezzino maggiormente il contesto in cui i loro progetti si inseriscono e che riconoscano il valore aggiunto ricavabile dall'impegno culturale; servono imprese che interpretino la propria filosofia aziendale come impegno sociale e servono cittadini che si impegnino a favore della progettazione a lungo termine del proprio spazio di vita. Servono infine mecenati e donatori che, per pura filantropia, investano il loro patrimonio nella progettazione della società futura. Perché solo quando daremo il giusto valore al «percento culturale» potremo generare i 630 milioni di franchi di cui l'arte ha urgentemente bisogno per progettare e strutturare gli spazi pubblici in modo sostenibile e con validi contributi artistici anche per le generazioni future.

zählen besonders die lokale Verbundenheit, Individualität sowie die Bereitschaft zu Extraleistung im Umgang mit dem Kunden.

Kunst am Bau findet sich bei Raiffeisen in öffentlichen und halböffentlichen Räumen der jeweiligen Bank. Im Aussenraum kann sie der Witterung ausgesetzt sein. Sie ist für jeden Passanten oder Kunden sicht- und berührbar. Und genauso wie eine Kundenbeziehung benötigt sie Aufmerksamkeit und Pflege.

Kunst am Bau setzt ein öffentlich lesbares Zeichen für die genossenschaftliche Unternehmensform von Raiffeisen. Sie leistet einen wichtigen Beitrag zur Identifikation und zur Interaktion mit der örtlichen Bevölkerung. Kunst am Bau ist Teil des Zusammenlebens.

Welche Verfahren kommen bei Ihren Projekten zur Anwendung?
Mehrheitlich werden die Kunst-am-Bau-Projekte in einem Wettbewerb nach den Richtlinien von visarte vergeben. In einigen Fällen kommt es auch zum Direktauftrag. Dies hängt von der Entscheidung der auftraggebenden Bank ab.

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit Kunst-und-Bau-Projekten gemacht?
Die Erfahrungen mit Kunst am Bau sind aus meiner Sicht nicht in positive und negative Erfahrung zu fassen, sondern in einer Aufwand- und Ertragsbetrachtung:
Ertrag:
- Freude und Motivation bei Kunden und Mitarbeitenden