Zeitschrift: Unsere Kunstdenkmäler : Mitteilungsblatt für die Mitglieder der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte = Nos monuments d'art et d'histoire : bulletin destiné aux membres de la Société d'Histoire de l'Art en Suisse = I nostri monumenti storici : bollettino per i membri della Società di Storia dell'Arte in Svizzera

Herausgeber: Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte

Band: 40 (1989)

Heft: 3

Artikel: Private Kulturförderung : vom Tauschhandel zum Ausverkauf

Autor: Wiebel, Bernhard

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-393792

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: 04.12.2025

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

BERNHARD WIEBEL

Private Kulturförderung – Vom Tauschhandel zum Ausverkauf

Was dem frühneuzeitlichen mitteleuropäischen Bürger der Kauf des Ablasszettels war, ist dem VW-Konzern die Baumpflanz-Aktion und der Bank die Auftragserteilung für eine Skulptur. Dass die – kompensatorisch zu verstehende – Förderung von Umweltschutz, Kultur und Sozialarbeit durch die Privatwirtschaft inzwischen fast als selbstverständlich angesehen wird, ist Zeichen einerseits für einen Einstellungswandel gegenüber dem Verhältnis von öffentlich und privat, andererseits für den Charakter derjenigen Kunst, Kultur und Sozialtechnologie die sich für eine umsatzfördernde Funktionalisierung anbietet. Am Beispiel einer zensurierten Ausstellung und der Eidgenössischen Kulturinitiative wird hier diese Entwicklung aufgrund persönlicher Erfahrungen veranschaulicht.

Kunstproduktion und Kulturvermittlung sind feste Bestandteile von PR-Strategien grosser Firmen und werden zunehmend durch deren Sponsoring genährt. Die legitimatorischen Anstrengungen zur gegenseitigen Annäherung sind gross. Während Befürworter und Gegner auf beiden Seiten um Berechtigung und Gefahren des Sponsorings streiten, ist die Debatte bereits obsolet geworden; sie erinnert an die ideologische Auseinandersetzung über die Einführung der Informatik als neuer Kulturtechnik: Die Praxis war schneller als der Diskurs.

Auch «Unsere Kunstdenkmäler» macht mit den Themenheften zur Entwicklung vom Stiftertum zum Sponsoring die eigene Situation zum Thema[1]. Wenn sich nun zum Beispiel in einer «Art'econ» Vertreter von Kultur und Wirtschaft zusammenschliessen, um «ein(en) Verzicht auf übertriebene Autonomievorstellungen im Kunst- und Kulturbereich und die Abkehr von einem einseitig auf materielle Werte ausgerichteten Denken der Wirtschaft» anzustreben[2], kann es interessant sein, Erfahrungen, Implikationen und der Bedeutung solcher Verbindungen nachzugehen.

«Szenen einer Ehe»

Die Etymologie weist auf eine Spur: Sponsoring ist eine Hochzeit, zwischen Kunst und Privatwirtschaft, und begründet gleichzeitig ein Schuldverhältnis[3]. Die Kunst ist Gattin und Schuldnerin, die Wirtschaft Ehemann und Bürge; seine Rolle ist widersprüchlich: Einerseits bürgt er solidarisch und prophylaktisch für die Schuld der Kunst, andererseits ist er selber ihr Gläubiger.

Die historischen Vorstufen dieser Vernunft-Ehe haben Ähnlichkeiten mit den Phasen einer «Beziehung»: Auf den ersten Blick

selbstlos stellt beispielsweise Maecenas dem Dichter Horaz (65–8 v. Chr.) in Freundschaft eine Villa zur Verfügung. Der auftraggebende Renaissance-Fürst prüft bei aller Sympathie für seinen künstlerischen Partner dessen ideologische und technische Mitgift[4]. Und exemplarisch führt heute die scheinbar gegenwertfreie Förderung von Kunstvermittlung durch eine private Stiftung zur Verlobung: Aus Liebe zur Kultur werden Geschenke verteilt, für die nicht materieller Gegenwert, aber das Gelöbnis zur Treue erwartet wird. Das Sponsoring schliesslich legt der Kunst die widersprüchlichen Bande der Ehe an: Im falschen Glauben an die eigene Selbständigkeit etablieren sich dennoch auf beiden Seiten Gewohnheit und gegenseitige Angleichung; der – fragwürdige – Vorteil beider liegt im Zuwachs an Sicherheit.

Die Geschichte des Verhältnisses von Privatvermögen und Kunst ist auch diejenige eines Tauschverhältnisses; sie ist charakterisiert durch eine zunehmende Monetarisierung und Abstraktion. Gab es zwischen Maecenas und Horaz einen Tauschhandel «Gedicht gegen Villa», so ist das spätere Warenverhältnis ein «Bild gegen Geld», während sich in der heutigen Kulturförderung à fonds perdu der Austausch «Ideologie gegen Geld» vollzieht.

Bevor die Ehevermittlung zwischen Kunst und Kommerz selber zum Geschäft für Sponsoring-Berater wurde, haben die kulturpolitischen Diskussionen um die Demokratisierung der Kultur dazu geführt, dass zum Beispiel 1975 die Stiftung Landis & Gyr den Firmen-Mitarbeitern und museumsungewohnten Leuten die Kunst von Giovanni Segantini näherbringen wollte. Ein aufklärerischer Impuls in der Museumsdebatte wurde von der Privatwirtschaft aufgegriffen. Das Beispiel zeigt anschaulich, wie schnell und warum der Gatte aus der Rolle des grosszügigen Ernährers in die des knallharten Gläubigers wechseln kann.

Kulturförderung – ein verlorenes Paradies?

Die Stiftung Landis & Gyr, Zug, war 1974 massgeblich beteiligt an der Finanzierung eines Œuvre-Katalogs zu Giovanni Segantini (1858–1899), dessen Realisierung in Händen des Schweizerischen Instituts für Kunstwissenschaft (SIK), Zürich, lag. Als Ergänzung zu dem in Arbeit befindlichen fachwissenschaftlichen Werk[5] wurden dem SIK von der Stiftung weitere 50 000 Franken zur Verfügung gestellt, um eine dokumentarische Wanderausstellung über Segantini zu erarbeiten.

Die Vereinbarung zwischen Stiftung und SIK sah vor, dass eine argumentierende, auf ein nicht museumsgewohntes Publikum ausgerichtete Ausstellung ohne Originale realisiert werden solle, für deren Inhalt das SIK die Verantwortung trage. Als Ausstellungsorte waren Betriebskantinen, Einkaufszentren, Schulen vorgesehen.

Das SIK beauftragte eine Kunsthistorikerin und einen Kunsthistoriker[6], Konzept, Bildauswahl und Text für eine Ausstellung zu erarbeiten, die sich auf verständliche Weise mit der Gestaltung, Bedeu-

Satire auf den Ablass: Titelholzschnitt zu «Beclagung aines leyens genant hanns schwalb ...» Augsburg: Melchior Ramminger, 1521 – Berlin, Staatliche Museen, Stiftung Preussischer Kulturbesitz, Kunstbibliothek.

tung und Rezeption von Segantinis Bildern auseinandersetzen und die Aussagen visualisieren sollte.

Die in Bild und Text vom Institut genehmigten Grundlagen zur Ausstellung «Segantini – ein verlorenes Paradies?» wurden der Stiftung Landis & Gyr zur Kenntnis übergeben. Ein Telefonat der Stiftung führte jedoch sofort zur Zensur der Ausstellung und zur Auflösung des Vertragsverhältnisses mit den Kunsthistorikern[7].

Die Ausstellung dokumentiert – kurz gesagt – die Biographie Segantinis als sozialen Aufstieg, den historischen Erfolg seiner Landschaftsbilder als Korrelat zur industriellen Entwicklung, die innere Widersprüchlichkeit seiner Frauenbilder als Ausdruck einer Doppelmoral und seine aktuelle Beliebtheit als Zeichen der Zuspitzung von Arbeitsteilung, Geschlechterkampf und ökologischer Krise. Die Didaktik der Ausstellung beruht wesentlich auf der kommentierten Konfrontation von Segantinis Bildern mit Kunstwerken und anderen Illustrationen aus seiner Zeit und – gleichberechtigt – mit solchen aus den 1970er Jahren.

Die Stiftung begründete ihren Eingriff unter dem Motto: «Zuwenig Segantini und zuviel Politik»[8]. Mit dieser Aussage fanden interessante Übertragungen statt, stand doch Landis & Gyr zu jenem Zeitpunkt unter öffentlichem Druck, der die Zensur ihrerseits als politisch motiviert erscheinen lässt:

- Die Abstimmung über die Mitbestimmungsinitiative stand vor der Tür: In der Ausstellung war ein – selbstironisches – Plakat der Gewerkschaften zu diesem Thema vorgesehen.
- Infolge der Ölkrise 1974 litt auch Landis & Gyr unter der Rezession, Kurzarbeit stand ins Haus; es gab Aufrufe zu Warnstreiks[9]: In der Ausstellung illustrierte eine Karikatur die Auswirkung der Produktionsverhältnisse auf Betriebsschliessungen.
- Der Mitbesitzer des Konzerns, Nationalrat Andreas Brunner-Gyr, exponiert in der damals aktuellen AHV-Revision, musste – wie sich später zeigte, zu Recht – um seinen Sitz in Bern bangen: In der Ausstellung wurden die lebensbedrohenden Faktoren industrieller Produktion im 19. wie im 20. Jahrhundert in Beziehung gebracht zur Rezeption von Segantinis Bildern.

Soweit die synchrone Übertragung. Es gab auch eine diachrone: Zwischen Segantini und seinem Kunsthändler A. Grubicy war vertraglich vereinbart, dass dieser, nicht der Künstler, die Bilder signiere. Nicht der Produzent also – Segantini bzw. die Kunsthistoriker – sondern der Financier – Grubicy bzw. Landis & Gyr – gibt das Produkt frei zur Distribution. Ist es eine Ironie der Geschichte, dass die zensurierte Ausstellung ihren Titel ausgerechnet vom «Paradise lost» des republikanischen John Milton (1608–1674) entlehnte, dessen Bücher nach Restauration der Monarchie in England öffentlich verbrannt worden waren?

Kulturpolitik – vom politischen Feld zum Ersatz für Politik

Das SIK, öffentlich subventioniert, fügte sich dem Urteil der Stiftung und erarbeitete eine neue Ausstellung unter dem Titel «Die Welt des Giovanni Segantini»[10]. Sie unterscheidet sich von der ursprünglichen in erster Linie durch den Verzicht auf explizite Bezüge zwischen damals und heute[11].

Der gleichen kulturpolitischen Aufbruchstimmung, die das Segantini-Projekt bei Landis & Gyr ins Rollen brachte, ist es zu verdanken, dass die Ausstellung «Segantini – ein verlorenes Paradies?» doch

noch produziert und in Umlauf gesetzt werden konnte[12], auf dem Wege einer dezentralen Finanzierung: Wer dieses Projekt unterstützte, verstand sein Engagement entweder als eine öffentliche Aufgabe[13] oder als (kultur-)politische, solidarische Aktion[14].

An mehreren Orten wurden beide Ausstellungen nebeneinander gezeigt[15]. Die öffentliche Debatte um die Existenz der heterogenen Ausstellungen behandelte Fragen um Ausstellungs-Didaktik, Bildanalyse sowie Kulturförderung und fand statt an kontradiktorischen Veranstaltungen, in der Tagespresse[16] und in Fachzeitschriften[17] sowie an einer Fachtagung[18]. Die Korrelation zwischen tagespolitischen Fragen, einem kulturpolitischen Ereignis und kunstwissenschaftlicher Arbeit veranschaulicht exemplarisch, wer die Grenzen «übertriebene(r) Autonomievorstellungen» setzt und dass auch die Beschäftigung mit historischer Kunst aktuelle Interessengegensätze evozieren kann.

Fast zur gleichen Zeit formierten sich in der Schweiz Künstler und Kulturvermittler, um eine Eidgenössische Kulturinitiative zu lancieren. Die Ausstellung über Segantini wurde zensuriert, die Kulturinitiative 1986 in der Abstimmung abgelehnt. Beide Sachverhalte weisen darauf hin, dass es bei der Ehegeschichte nicht nur um das materielle und ideologische Vermögen der Partner geht, sondern dass es auch eine Rolle spielt, ob man die Ehe als ein öffentliches oder privates Verhältnis ansieht: Verkörpern Kunst und Kulturvermittlung – sozusagen als öffentliche Instanzen – einen inhärenten Anspruch auf Freiheit und Allgemeinverbindlichkeit? Oder gilt für gesponserte Kultur vielmehr, dass sie Teil der als privat definierten Ökonomie ist mit der Konsequenz eines «Wer zahlt, befiehlt»?

Fehlende Kultur-Gelder bei Kantonen und Gemeinden, Bittgänge zu Stiftungen, Zensurerfahrungen auch im Theater und Film sowie der Anspruch, Kunst und Kulturvermittlung zu demokratisieren, waren die erfahrungsbezogenen und ideologischen Quellen zur Lancierung der Kulturinitiative.

Sie lag im Trend, was den wachsenden Stellenwert des «kulturellen Faktors» im öffentlichen Bewusstsein anging, verhielt sich aber antizyklisch in ihrer politischen Stossrichtung: Zu einem Zeitpunkt, da eine (Re-)Privatisierung öffentlicher Aufgabenfelder eingesetzt hatte (z.B. Privatradios; 2.Säule der Altersvorsorge), versuchte sie, dem Bund im Bereich der Kulturförderung neue Kompetenzen und Finanzen zu erschliessen[19]. Der – in der Abstimmung ebenfalls abgelehnte – Gegenvorschlag des Bundesrates hätte es ermöglicht, in den Kantonen steuerliche Entlastungen für private Kulturförderung einzurichten. Damit hätte sich auf Verfassungsebene abgebildet, was am Beispiel der Segantini-Ausstellung im kleinen gesehen werden kann: Die Entscheidungskompetenz gegenüber kulturellen Aktivitäten läge in privater Hand, auch wenn – direkt mittels Subvention wie beim SIK oder indirekt mittels Steuerbefreiung – öffentliche Gelder im Spiel wären.

Mit der Eskalation des Sponsorings ist die Frage um öffentlich oder privat, wie sie sich in den beiden Initiativtexten als eigentliche Alternative darbot, durch die Praxis fast überholt: Es ist so viel Geld

vorhanden, dass die Steuerbefreiung offenbar überflüssig geworden ist. Der Ruf nach mehr öffentlichen Geldern ist leiser geworden. Ausserdem hat das Sponsoring nach Sport und Kultur bereits eine weitere ehemals öffentliche Aufgabe angepeilt: das Sozial- und Gesundheitswesen[20].

Die ökonomische Funktion des Kulturlebens ist damit der herkömmlich im Vordergrund stehenden ideologischen ebenbürtig geworden. Die Komplementarität von Geld- und Kulturmenge senkt dabei scheinbar das Risiko, das von unverträglichen Inhalten ausgehen könnte. Die Werbegrafik hat mühelos und blitzschnell die gestalterischen Ausdrucksformen der 1980er Bewegung aufnehmen können[21]; und 1987 finanziert die Stiftung Landis & Gyr eine weitere dokumentarische Ausstellung, in der unbeanstandet ein Bild unter anderem wie folgt kommentiert wird: «Chiffren einer Lebenserfahrung in der Schweizer Metropole des Kapitals»[22].

Es ist auch möglich, einen kapitalismuskritischen Text wie «Ein anarchistischer Bankier» von Fernando Pessoa, gesponsert vom Schweizerischen Bankverein, in den Räumen der Bank als Theater zu inszenieren[23]. Hier scheint eine historische Entsprechung auf: Wie sich früher nach christlichem Verständnis das grundsätzlich mit Sünde behaftete Individuum durch geldliche Zuwendung an die Kirche von Schuld freikaufen konnte, so steht die Kulturtechnik der materiellen Busse zu Zeiten der Geldwasch-Affären und der Südafrika-Frage den legitimatorisch angeschlagenen Banken zur Verfügung[24]. Im Unterlaufen der ästhetischen Kritik durch ihre Finanzierung liegt der ideale ideologische Gebrauchswert des Kultursponsorings[25].

Das wendet den Blick von der Expansion des Sponsorings auf das Wesen der Kunst und die Inhalte der Kulturvermittlung, die geeignet sind, gesponsert zu werden. Entweder haben Kunst und Kulturvermittlung im Zeitalter der Beliebigkeit und des weitgehenden Ersatzes von politischen durch moralisierende Aussagen jeden Stachel eingebüsst, der einer Funktionalisierung zur Umsatzförderung im Wege stehen würde. Oder ihre Widerborstigkeit ist so versteckt, dass sie sich erst in historischer Distanz entpuppt.

Unter solchen Umständen ist es eine Ausnahme, wenn die Künstlerin Bettina Eichin mit ihrem vorgesehenen Memento mori zur Katastrophe von «Schweizerhalle» überhaupt den Widerspruch der auftraggebenden Firma Sandoz wecken konnte[26].

Inflationäre Einheit von Inhalt und Form

Dass Kunstwerke einen Warencharakter haben, hat sich als Tatsache und Einsicht vom 15. bis 20. Jahrhundert langsam einen Platz erobert. Etwas schneller haben sich Umstand und Analyse davon ergeben, dass die Warenästhetik ein entscheidendes Moment im Prozess der Warenzirkulation darstellt. Eine Koinzidenz beider Entwicklungen liegt vor, wenn Kunstförderung mit Werbung identisch wird. In der Migros-Kultur-Tragtasche ist das der Fall: Der Künstler Rolf Iseli gestaltet ein Bild als Druckvorlage für eine Million Tragtaschen. Das

Multiple-Kunstwerk kostet 20 Rappen. In diese günstige Kunst kann der Käufer direkt an der Kasse hineinlegen, was er an Produkten der Warenästhetik gerade erworben hat. Die besondere Qualität dieser Tragtasche liegt – als Einheit von Form und Inhalt – im Funktionalen, nicht im Gestalterischen.

Die alte terminologische Differenzierung zwischen Kunstauftrag, Kulturförderung oder Sponsoring durch die Privatwirtschaft erweist sich in dieser Entwicklung als nebensächlich. Investitionen in und Werbung mit Kunst und Kulturförderung nivellieren tendenziell die letzten Unterschiede zwischen praktischen und ideologischen Gebrauchswerten. Schliesslich weisen auch greise Eheleute öfters eine frappante physiognomische Ähnlichkeit auf.

Vom Sponsoring zum Ausverkauf – ein Vorschlag

Jürgen Habermas zeigt auf, dass dem Sozialstaat heute keine neuen Aufgaben mehr überantwortet würden, weil er über keine utopischen Energien mehr verfüge und ausserdem seine die Willkür des Kapitalismus bändigende Funktion zugunsten eigener Willkür zu verlieren drohe[27]. Wenn das so ist und andererseits private Kulturförderung und Ausbau der Warenästhetik in Eins fallen, liegt es nahe, diese Entwicklungen konsequent voranzutreiben:

1991 findet am 1. August in der neuen Zürcher Börse die grosse Versteigerung statt: Bund, Kantone und Gemeinden sowie die halböffentlichen Träger können ihre Kulturinstitutionen feilbieten. Das Ergebnis an Beispielen: Das Wohnmuseum Bärengasse in Zürich geht an Möbel-Pfister, das Schweizerische Landesmuseum und das Zinnfiguren-Museum an Oerlikon-Bührle, das Verkehrshaus Luzern an den Touring Club der Schweiz TCS, das Freilichtmuseum Ballenberg an Garten- und Landschaftsbau Spross AG, Zürich. Der Kampf unter den Grossbanken ums Opernhaus Zürich muss am 2. August fortgesetzt werden. Das Kaffee-Museum in Zürich ist unverkäuflich, weil es Herrn Jacobs schon gehört. Das Theater am Neumarkt, Zürich, will glücklicherweise niemand haben.

Und wenn es so ist, dass die Kunst in dieser Symbiose keine Schulden und keine Schuld mehr hat, braucht sie auch keinen Bürgen mehr. Als Verwertung des Versteigerungserlöses bleibt demnach nur, einmal mehr «das letzte Kunstwerk» zu kreieren und die stolze Summe von vielleicht 500 Millionen Franken öffentlich zu verbrennen.

Die Ehe ist glücklich, dauerhaft und fruchtbar. Die Kinder geraten gut; es zeigt sich vielleicht erst sehr spät, welches von ihnen stolz darauf sein darf, ein Bastard zu sein, bei dem man nicht weiss, ob der Sponsor der Vater war.

Résumé

L'engagement envers la nature du Konzern VW et la commande d'une sculpture par une banque est analogue à l'achat, par le bourgeois d'Europe centrale à la fin du moyen âge, d'une indulgence. De nos jours, la promotion – qu'il faut comprendre en termes de com-

pensation – de la protection de la nature, de la culture ou du travail social à travers l'économie privée est presque vue comme quelque chose de naturel; ceci est le signe d'un ajustement vis-à-vis des relations entre domaine public et privé, et des caractéristiques d'un art et d'une culture qui s'offre, de manière fonctionnelle, pour promouvoir les chiffres d'affaire. Ces développements sont révélés par l'exemple d'une exposition censurée et des initiatives culturelles de la Confédération.

Riassunto

L'acquisto delle indulgenze aveva per l'uomo mitteleuropeo agli albori dell'Età moderna lo stesso valore che oggi l'iniziativa diretta a piantare alberi riveste per il gruppo Volkswagen o l'ordinazione di una scultura assume per una banca. Il fatto che l'incentivazione – da intendersi in modo compensativo – della salvaguardia dell'ambiente, della cultura e del lavoro sociale promossa dall'economia privata sia ormai considerata cosa ovvia, è significativo da un lato di un mutato atteggiamento nei confronti del rapporto fra pubblico e privato, dall'altro di un carattere precipuo di quelle manifestazioni artistiche e culturali che sottostanno al fine programmatico teso all'incremento della cifra d'affari.

Anmerkungen

[1] Vgl. Unsere Kunstdenkmäler, 39. Jahrgang 1988, Heft 3, S. 364/365.
[2] Vgl. Tages-Anzeiger Zürich, 24. April 1989, S. 13.
[3] (lat.) spondere = sich verpflichten, sich verbürgen, sich verloben; sponsa = Verlobte; sponsor = Bürge. Engl. sponsor: Bürge, Taufpate; Gönner, Förderer. Zur Definition des Bürgen: vgl. Schweizerisches Obligationenrecht OR Art. 492.
[4] Vgl. BAXANDALL, MICHAEL. Die Wirklichkeit der Bilder. Frankfurt 1984. S. 12ff. (Kapitel I 2.: Verträge und die Macht des Klienten).
[5] QUINSAC, ANNE-PAULE. Segantini. Catalogo Generale. Mailand 1982.
[6] Irma Noseda und Bernhard Wiebel, Zürich.
[7] Zur Geschichte dieser Zensur vgl. Gewerkschaft Kultur Erziehung und Wissenschaft GKEW, Zürich, Info Nr. 2 und 7/8 1976 sowie 2/1977.
[8] Luzerner Neuste Nachrichten, Luzern, 3. April 1976/Nr. 79.
[9] Vgl. Tages-Anzeiger Zürich, 15. April 1976.
[10] Katalog: Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft, Hrsg. Die Welt des Giovanni Segantini. Zürich 1977.
[11] Zum Vergleich beider Ausstellungen vgl. a) MITTIG, HANS ERNST. Zwei argumentierende Segantini-Ausstellungen. (Kritische Berichte 1/2 1978, S. 5–31), b) FASSBIND, FRIDOLIN, und HOBI, URS. Probleme didaktischer Kunstausstellungen – Vergleich zweier Ausstellungen zum selben Thema: Giovanni Segantini. (Kunstnachrichten, 13. Jahrg., Heft 5, Juli 1977).
[12] Katalog: Gewerkschaft Kultur Erziehung und Wissenschaft, Hrsg. Segantini – ein verlorenes Paradies? Zürich 1977. – Ausstellungsorte: Zürich (Rote Fabrik, ETH-Zentrum, ETH-Hönggerberg), Chur, St. Gallen, Glarus, Aarau, Oberengstringen, Castasegna, Roveredo, Mailand, München.
[13] Präsidialabteilung Stadt Zürich, ETH-Zürich, Museen in Aarau, Glarus, München.
[14] Gewerkschaften, Studentenschaften, Schweizerischer Werkbund, MOMUZ (= Mobiles Museum Zürich).
[15] In Zürich (Rote Fabrik), Glarus, Aarau, Mailand, München (in zwei verschiedenen Instituten).
[16] Auszüge im Katalog «Segantini – ein verlorenes Paradies?», vgl. Anm. 12.
[17] Vgl. Anm. 11.
[18] Ulmer Verein – Verband für Kunst- und Kulturwissenschaften. Arbeitstagung «Kultur – Vermittlung – Öffentlichkeit» in der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe. 23.–26. Mai 1980.
[19] Ein Prozent der Ausgaben des Bundes sollten der Kulturförderung zur Verfügung stehen. – Der Autor dieses Aufsatzes hat während Jahren mit dem Initiativkomitee zusammengearbeitet.
[20] Vgl. zum Social Sponsoring: Mitleid im Big Mäc. (Der Spiegel. Hamburg Nr. 19/1989 S. 87–92).

[21] Vgl. Museum für Gestaltung Zürich, Hrsg. Anschläge. Plakatsprache in Zürich: 1978–1988. Passim.

[22] Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft, Hrsg., Aspekte der Schweizer Kunst. Zürich 1987, S. 16. – 1976 war der zensurierten Ausstellung eine «eher tendenziöse als dokumentarische» und daher «für schulische Zwecke nicht geeignet(e)» Sprache attestiert worden (Tages-Anzeiger Zürich, 21. April 1976).

[23] Vgl. Tages-Anzeiger Zürich, 11. April 1989, S. 13 (Pessao, Fernando. Ein anarchistischer Bankier. Berlin 1988). – Doch nicht immer geht es reibungslos: Die neuste Zensur in Zug betrifft das Theaterstück «Die Werbung oder Margarete und der schwarze Toni» von Manfred Züfle, welches in Zug in Auftrag gegeben wurde und sich kritisch mit dem Finanzplatz Zug auseinandersetzt (vgl. Die Wochenzeitung WoZ, Zürich, Nr. 21, 26. Mai 1989).

[24] Zur Wiederverwendung einmal geschaffener sprachlicher und kultureller Formen für neue Verwendungsweisen vgl. die Arbeiten von M. Foucault. Übersicht in: HUTTON, PATTRICK H. Die Geschichte der Mentalitäten – Eine andere Landkarte der Kulturgeschichte. (RAULFF, ULRICH. Vom Umschreiben der Geschichte. Berlin 1986, S. 103 ff., besonders S. 122–124).

[25] Diesen Vorgang hat Herbert Marcuse seinerzeit bezeichnet als «repressive Toleranz»: MARCUSE, HERBERT. Der eindimensionale Mensch – Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft. Neuwied und Berlin 1970, besonders S. 109/110, 206–208.

[26] Vgl. den Aufsatz von D. Gamboni und S. Laubscher in diesem Heft.

[27] Vgl. HABERMAS, JÜRGEN. Die neue Unübersichtlichkeit. Frankfurt 1985, S. 143, 147 ff., 156.

Abbildungsnachweis

Siehe Legende.

Adresse des Autors

Bernhard Wiebel, lic. phil., Konsulent, Beratungsgemeinschaft KEK/CDC Kultur Entwicklung Kommunikation, Bahnhofquai 11, 8001 Zürich