

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 85 (2005)
Heft: 6-7

Artikel: Die Enteignung der Kultur
Autor: Wyss, Beat
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-167367>

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: 24.01.2026

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

Wo Kunsthandel zum Termingeschäft verkommt, läuft letztlich auch die Kunst Gefahr, ihre Stetigkeit als Institution zu verlieren. Der Autor beschreibt eine ungute Entwicklung, deren Ursachen er nicht etwa im Kapitalismus, wohl aber in Auswüchsen neoliberalen Wirtschaftens festmacht.

(9) Die Enteignung der Kultur

Beat Wyss

Das Museum hat sich zum Antagonisten des Kunstmarkts entwickelt. Dafür gibt es zwei Gründe. Ausgenommen das Getty Museum in Los Angeles mit seinem jährlichen Etat von 100 Millionen Dollar für Anschaffungen, können die institutionellen Habenichtse einfach nicht mitbieten. Der zweite Grund hängt direkt mit dem Mechanismus der *New Art Economy* zusammen, an dessen Ende nicht der Erwerb eines Kunstwerks steht, sondern der Erlös aus dessen Wertsteigerung. Das Museum entzieht die Werke dem permanenten Kreislauf von Geld – Ware – Geld. Permanente Sammlungen sind, vom Standpunkt des Markts gesehen, gefrorenes Kapital, Golddukaten im Schatzkästlein des kulturellen Warentauschs. Natürlich gründet der Preis der Marktheroen auf musealen Weihen. Ein Werk muss mit Diskurswährung gedeckt sein; ohne museale und kunstkritische Bonität kommt Kunst nicht über die Subsistenzwirtschaft zwischen Wohnzimmer und Zahnarztpraxis hinaus. Und doch bleibt die Tatsache, dass zuviel Museumsware das handelbare Material blockiert. Bezeichnend für einen Zeitgeist, der dem kanonischen Endlager-Gedanken abhold ist, sind die Sammlerleihgaben, die auf Zeit den Museen überlassen werden. Damit wird die Option auf einen Wiedereintritt ins Kunst-Bingo offen gelassen. Die Zwitterform des «Sammlermuseums» hat Gestalt angenommen. Die Fondation Beyeler in Riehen und die Sammlung Berggruen in Berlin erfreuen sich auch beim Publikum grösster Beliebtheit. Museen sind out.

Mit der Sammlung F.C. Flick empfängt Berlin die Gunst eines privaten Sammlers, für sieben

Jahre auf das Niveau der Kunstmetropolen New York, Paris und London gehoben zu werden. Diese Abhängigkeit des Staates ist das wirklich Bedenkliche an diesem denkwürdigen Ereignis. Die Kultur und die Wirtschaft ziehen an einem Strang, wenn es darum geht, ihren Segen zu globalisieren. Kein Wunder, denn es handelt sich um dieselben Entscheidungsträger und um dieselbe Logik, die darüber befindet, wann ein Unternehmen oder eine Sammlung in eine profitablere Zone zu verlagern sei. Wir sind Zeugen beim Umbau der republikanischen Strukturen des bürgerlichen Staates in einen neuen Absolutismus der Superreichen, die die Kultur bestimmen wie einst die Medici. Die Politiker, wir alle werden zu Hofschanzen eines internationalen Kunstkartells.

Auch unsere Banken sind grosse Sammler. Warum sammelt eine Bank Kunstwerke, da sie doch selbst schon eine Sammlung verkörpert? Wertpapiere, Goldreserven, Aktienfonds und Spareinlagen machen aus der Bank ein Museum des Geldes. Warum bleibt die Bank also nicht bei ihrem Leisten und sammelt das, wovon sie von Berufs wegen auch wirklich etwas versteht? Weil sich Geld in eher unansehnlichen Kunstdrucken darstellt. Geldwert bekommt erst *sex appeal*, wenn er sich in sinnlich gewandelter Form vorführt: als Luxus. Verschwendug und Grosszügigkeit sind Ausdruck souveräner Macht, der sich in allen Kulturen findet. Aus dem Indianischen kommt das Wort «Potlatsch». Es bezeichnet die mutwillige Vernichtung von Werten durch Opfer und öffentlich dargebrachte Geschenke. Der Häuptling erweist sich darin erhaben über den Kreislauf von Nehmen und Geben, wie ihn die blanke Notdurft des Lebens diktieren. Feste und Feuerwerke der Könige sind, wie auch ihre Kriege, grandiose Vernichtungsmassnahmen von Gütern, die das Ansehen und die Macht des Spenders manifestieren sollen. Könige sammelten auch Kunst, und dies umso mehr, als sie im Zeitalter des Mercantilismus sich in Handel und Märkte einzumischen begannen. Kunstwerke sind, wie Feste und Krieg, zwar unnütze Verausgabungen; doch lässt sich der Wert, der im Kunstwerk eingebracht ist, wieder leicht in Geld zurückverwandeln. Kunst ermöglicht den Kompromiss zwischen Potlatsch und Wertanlage.

So können wir die eingangs gestellte Frage beantworten: die Bank sieht in der Kunst einen Parallelwert zum Geld, der den doppelten Vorteil hat, sowohl den Reichtum des Unternehmens sichtbar zu machen, als auch Wertspeicher zu

sein. Aus der Perspektive der Bank lässt sich das Kunstwerk als ein Wertpapier definieren, das dem Auge angenehm auffällt.

Für die Wirtschaftsfähigkeit des Kunstsystems gibt es kulturgeschichtliche Gründe. Die heutige Kunst ist ein Produkt des freien Marktes. Zumindest in einem Punkt unterscheidet sich aber ein Kunstwerk klar von einem Wertpapier. Sein Hauptzweck ist das Herstellen von Kommunikation. Wer Kunst sammelt und diese öffentlich ausstellt, macht ein Gesprächsangebot. Im Prozess der Globalisierung stossen Kulturtraditionen aufeinander, die über Religion, über Ökonomie und Politik sehr verschiedene Ansichten und Interessen hegen. Eine Kunstausstellung nun kann der erste Schritt sein, sich näher zu kommen. Auch hier gibt es sehr abweichende Auffassungen darüber, was gefällt. Doch im Gegensatz zur Frage, wie die Beschäftigungspolitik einer Bank zu bewerten sei, bleibt die Bewertung ihrer Kunstsammlung immer offen. Kunst ermöglicht eine Kommunikation, bei der die Beteiligten gegensätzliche Urteile fällen können, ohne den Verlauf des Gesprächs zu gefährden. Das Reden über Kunst sei liberaler Art, sagt Hegel. In diesem Sinne bekräftigt jede Kunstausstellung das Fundament der offenen Gesellschaft.

Als die absolutistischen Herrscher im Verlauf des 18. Jahrhunderts begannen, ihre kostbaren Sammlungen öffentlich zugänglich zu machen, gab es dazu verschiedene Gründe. Man sicherte sich durch demonstrative Zurschaustellung des Besitzes das Ansehen legitimer *potestas*; zugleich folgte man dem Ruf der Aufklärung und leistete seinen Beitrag zur Volksbildung. Die nachhaltigste Wirkung aber war, dass durch die Öffentlichkeit die Sammlungen eine Neubewertung erfuhren. Pionier, ein Jahrhundert zuvor, war Ludwig XIV, der mit der Förderung der Akademie zugleich die diskursive Durchdringung seines Kronbesitzes durch Künstler und Intellektuelle verband. Dieses Konzept haben die Nationalstaaten im 19. Jahrhundert übernommen, indem sie die wissenschaftliche Erfassung, die gezielte Öffentlichkeitsarbeit, die Publikation von Sammlungen zum kulturpolitischen Schwerpunkt ausbauten. Der Kronschatz verwandelte sich zum nationalen Kulturgut und erfuhr damit eine Wertsteigerung, die durch die kollektive Wertschätzung der Gesellschaft mitgetragen wurde. Kulturgut ist ein Gegenstand kollektiver Identifikation.

Heute gibt es die Tendenz, das kulturelle Tafelsilber der Gesellschaft abzustossen. Es

wird dabei übersehen, dass den Museen, als Diskursbanken der Kunst, eine zentrale Aufgabe im Wertsystem zukommt. Die hohen Preise am Markt zehren vom Erbe der alten linearen Auffassung, wonach Kunst ein langfristiger, stabiler Wert sei, Tendenz steigend. Gekrönt wurde bisher die Markt-Performance eines Lebenswerks durch die Aufnahme in den musealen Olymp, was einer immerwährenden Wertgarantie gleichgekommen ist. Die kurzfristige Abfackelung von Gewinnen, die Peristaltik des steten Ansaugens und Ausschlusses von frischem Kunstmateriel zwecks Abschöpfung von Gewinn lässt den Kunsthandel zum Warentermingeschäft verkommen

Es ist höchst fraglich, welcher Wertspiegel nach dem Abwickeln der Diskursbank Museum die Deckung der Kunstreise übernehmen könnte. Nach aller bisherigen Erfahrung war es die gesellschaftliche Annahme eines verbindlichen Kanons der Kultur, auf dem der materielle Wert von Sammlungen beruhte. Die Kapitalanlage Kunst gründet auf der Stetigkeit der Institution Kunst: Diese besteht in der Übereinkunft einer *«ars perennis»*, einer ewigen Kunstpflage, die im

Die Geringschätzung der Kulturarbeit ist
Symptom einer Goldgräberpolitik,
die das kulturelle Erbe abholzt wie den Regenwald.

Aufbau von Kenntnis und Erinnerung die Basis der Wertschöpfung bildet. Der Kunstmarkt muss im Interesse einer stabilen Preispolitik in die Infrastruktur der Institution Kunst investieren. In diesem Fall bedeutet dies: investieren in die Agenturen des Diskurses – die Akademien, die Museen, die Universitäten. Die Geringschätzung der Kulturarbeit, jener schlecht bis gar nicht bezahlten Gehilfin des Markts, ist ein Symptom einer Goldgräberpolitik, die das kulturelle Erbe abholzt wie Regenwald.

So global heute die Unternehmer und Manager auftreten, sie brauchen Standorte, wo sie ihre Produktionen nicht nur realisieren, sondern auch vermarkten können. Kultur ist Lebensqualität, und Lebensqualität ist ein Marktargument. Daimler Chrysler glaubte, der Konzern sei als *Global Player* seiner Stuttgarter Heimat keine Gewerbesteuer mehr schuldig. Man müsste diese Chefetage durch Hausverbot vom Besuch von Museen, Theater und Oper ausschliessen. Einer neoliberal verkommenen Gesellschaft ist klar zu machen, was ihre bevorzugten Firmenstandorte noch wert sind, wenn die Kulturstandorte

abgezogen werden. Richten sich die Managermandarine nach der Logik von Aktienbörse und Billiglohnländern, wird eine Entwicklung sie einholen, die auch ihren kulturellen Lebensstandard auf das Niveau eines globalisierten Mittleren Westens drückt.

Nichts gegen Kapitalismus. Des guten alten Henry Ford einstiger Grundsatz wäre wieder zu beleben, wonach jeder Arbeiter am Fliessband das T-Modell, an dem er baut, mit seinem Lohn auch sollte kaufen können. Das war *New Deal*, so bringt man die Wirtschaft in Schwung. Blühende Kulturlandschaften sind auch Konsumlandschaften. Statt kleinlaut die Hand für Almosen hinzuhalten, muss Kulturarbeit die Gegenrechnung aufstellen. Der Kulturbetrieb in Baden-Württemberg, beispielsweise, weist ein Bruttosozialprodukt auf, das etwa demjenigen der Landwirtschaft entspricht. Es ist aber verdächtig, dass die statistischen Ämter darüber, im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen, keine Zahlen führen. Man will es offenbar nicht so genau wissen; Kultur soll in der Demutshaltung der Subventionsempfängerin verharren. Mana-

Die Wirtschaft kann von den Vikingern lernen: als Normannen sind sie wieder sesshaft geworden, was sich wirtschaftlich und kulturell gerechnet hat.

gern und Politikern ist vorzurechnen, wie viel Arbeitsplätze durch Kultur geschaffen werden. Der Denkmalschutz kurbelt die Baubranche an, und die durch diese instandgesetzten Sehenswürdigkeiten kommen wiederum den regionalen Verkehrsunternehmen und der örtlichen Gastronomie zugute. Die nach wissenschaftlichen Erkenntnissen aufbereiteten Ortsbilder werden von der Tourismusbranche wirtschaftlich abgeschöpft, ebenso wie die professionell geführten Museen, deren Programme in den Hotel-Lobbys aufliegen.

Nur im Kulturbetrieb herrscht eine ungenierter Ausbeutung wie in den Tagen des finstersten Manchester-Kapitalismus. Komplette Dienstleistungsangebote tauchen in den Betriebsbudgets gar nicht auf, weil sie im Frondienst abgeleistet werden. Damit liefern wir den politischen Behörden Kulturarbeit zu Dumpingpreisen und betonen kurzsichtige Sparpläne auf lange Zeit hinaus zu Normalfällen.

Nicht die Kultur ist in der Krise, sondern eine neoliberalen Wirtschaft, die ein historisch beispielloses Desinteresse an Kultur entwickelt. Das Mo-

dell des Kultursponsoring gehört in die Zeit, als man nach dem Zusammenbruch des Ostblocks die westliche Wirtschaft zum Idealfall politischer Ökonomie stilisierte. Das ist gescheitert. Mit der Ära Lothar Späth ist eine ganze Generation vom Typ des bildungsbürgerlichen Allrounders abgetreten. Der Manager von heute ist eingespant in das Hamstertrettrad von Controlling und Aktienperformance.

«Kultur» entspricht dem Ethos der *Old Economy*, das Wort hat seine etymologische Wurzel im Ackerbau. Wie der Bauer aus seinem Stück Land, holt der Kapitalist immer nur heraus, was er zuvor in seinen Betrieb hineingesteckt hat; *New Economy* hingegen ist nomadisierendes Kapital, das auf dem Weg wirtschaftlicher Brandrodung nicht wieder kultivierbares Ödland hinterlässt. Der neoliberalen Kurzschluss besteht darin, Ökonomie mit Abzocken zu verwechseln. Auf ganzer Linie, vom Konsumenten zum Produzenten, sind wir eine Gesellschaft von Schnäppchenjägern: ja nichts investieren, zocken und dann abhauen, bevor die Folgekosten auftreten. Die Kritik geht an uns alle, jene, die das Kilo Putenfleisch zu 2,99 essen und jene, die sich die Fliesenleger fürs Badezimmer in Bulgarien einkaufen. Damit wird in einer Zangenbewegung das Netzwerk der wirtschaftlichen und kulturellen Produktion zerstört, oben von Managern, die nur Aktionärsprofit denken, und unten von den Konsumenten, die nach Billigpreisen gieren, die jeder Produktionslogik spotten.

Die Gesellschaft braucht Kunst zum Überleben, sonst kommt ihr der Sinn abhanden. Der Verlust der Sinngebung hätte die Desintegration der Gesellschaft zur Folge. Die globalisierte Welt droht zu einer kulturellen Wüste mit wenigen Oasen für die Reichen zu werden. Sie thronen in gläsernen Büroetagen mit Aussicht auf ein Meer urbaner Verelendung, wie schon heute in Rio de Janeiro oder in Los Angeles. Abends kehren diese wenigen in ihre befestigten *bungalow resorts* zurück, deren Golfplätze von Privatmilizen bewacht werden. Der *Global Player* zahlt keine Steuern und leistet sich dafür Kultur, bei einem verlängerten Wochenende in Paris, Madrid oder Venedig, Städten, die ihre historischen Zentren zu touristischen Trampelpfaden für betuchte Kurzurlauber zurechtmachen. Man kann nur hoffen, dass die Wirtschaft von den Vikingern lernt: als Normannen sind diese schliesslich doch wieder sesshaft geworden, was sich wirtschaftlich und kulturell gerechnet hat.

BEAT WYSS, geboren 1947 in Basel, studierte Kunstgeschichte, Philosophie und deutsche Literatur in Zürich. Von 1986 bis 1989 war er Lektor beim Artemis Verlag und Lehrbeauftragter für Architektur- und Kulturgeschichte an der Eidgenössisch-Technischen Hochschule (ETH) Zürich. Zur Zeit ist er Professor für Kunsthistorische und Medientheorie an der Hochschule für Gestaltung Karlsruhe.