Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 90 (2010)
Heft: 978

Artikel: Anstoss : was heisst denn hier Freiheit?
Autor: Chesterton, Gilbert Keith / Bodin, Frank
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-168529

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: 14.12.2025

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

Was heisst denn hier Freiheit?

Zitiert aus «Tremendous Trifles» (1909)

Ein Anstoss von Gilbert Keith Chesterton:

«Die Kunst ist Begrenzung … Der schönste Teil eines Bildes ist der Rahmen.»

Eine Antwort aus dem Stegreif von Frank Bodin

FRANK BODIN, geboren 1962, ist Verwaltungsratsvorsitzender und Geschäftsführer der Euro-RSCG-Gruppe Schweiz.

Foto: S.-V. Renninger

«Über Freiheit zu reden und dies im Rahmen des Zitates von Chesterton, das kommt mir entgegen. Ich halte mich gerne an Rahmen.

Jeder, der mit Kreativität zu tun hat, weiss, wie wichtig es ist, sich selbst einen Rahmen zu geben oder einen zu bekommen. Ich bin in der Werbung tätig. Joseph Beuys hat einmal gesagt: «Ob Werbung Kunst ist, hängt nur davon ab, wofür sie wirbt.» Für mich ist Werbung keine Kunst. Der grosse Unterschied zwischen Werbung und Kunst ist, dass in der Werbung ein Auftraggeber ein *briefing* gibt. In der Kunst ist es der Künstler selbst, der sich den Rahmen setzt, der sein eigener Auftraggeber ist. Das macht die künstlerische Arbeit so schwierig.

Ich kenne beide Seiten. Ich habe als Künstler begonnen, Musik studiert, einen Roman und Gedichtbände geschrieben, auch Ausstellungen gemacht. Bis ich eigentlich durch Zufall in die Werbung gekommen bin. Die Werbung war für mich eine willkommene Abwechslung, weil ich dort eine Begrenzung erfahren habe. Ich musste mir nicht mehr selbst sagen, wann ich aufstehen und an welchem Thema ich arbeiten muss. Mir gefiel, dass ich jetzt einen Auftrag, einen Rahmen und gleichzeitig die Chance hatte, mit künstlerischen Mitteln eine Öffentlichkeit zu erreichen. Die muss man sich in der Kunst ja sehr oft erst erarbeiten. In der Werbung hingegen konnte ich Plakate gestalten, Anzeigen schreiben oder via Fernsehen in die Wohnstuben hineinstrahlen. Das fand ich einen schönen Kontrapunkt zur Kunst.

Mein Schlüsselwort in der Werbung heisst «kreativer Ungehorsam». Wir haben Auftraggeber, die mit einer genauen Vorstellung zu uns kommen, wie ihre Marke aussehen und im Markt präsent sein soll. Was ich jedoch immer wieder mache, ist, hinter diese Vorgaben zu gehen. Bis hin zur Frage: Braucht es überhaupt Werbung? Daraus ergibt sich ab und zu ein konsequentes *out-of-the-box thinking.* Ein Beispiel. Das Bundesamt für Gesundheit macht unter anderem die Stop-Aids-Kampagne. Wir kamen zum Schluss: «Stop Aids» ist eigentlich genauso unsinnig, wie wenn man «Stop Grippe» sagen würde; denn es gibt nun einmal diese Viren und die Gesellschaft muss lernen, wie sie mit ihnen umgeht. Wir haben daher das Heiligtum, den über Jahre proklamierten *claim,* in Frage gestellt und einen neuen kreiert: «Love Life – Stop Aids». Wir haben also etwas anderes in den Vordergrund gestellt: die Liebe zum Leben. Das ist ein völlig neuer Ansatz, der sich aus dieser Strategie des kreativen Ungehorsams ergeben hat. Das ist nicht Kür, sondern Pflicht.

Den Weg vom Künstler zum Werber habe ich nie als Freiheitsverlust empfunden. Ich habe ja aus freien Stücken das gewählt, was ich heute mache. Obwohl – ein bisschen war er doch erzwungen. Ich war an der Hamburger Staatsoper, als mich meine damalige Lebensgefährtin anrief und mir sagte, sie sei schwanger. Mit Zwillingen. Darauf musste ich mich natürlich einstellen. Und das bedeutete auch, Geld zu verdienen, jedenfalls mehr als bisher in der Opernregie. Ich wollte damals nur für ein oder zwei Jahre in der Werbung bleiben und danach als klassischer Pianist wieder zurück in die Musik gehen. Doch dann hat mich die Werbung gepackt und ich bin bis heute dabei.

Als 17jähriges Mitglied des Jugendweltorchesters hatte ich das Gefühl, mir stünde die ganze Welt mit all ihren Möglichkeiten offen. Dieses Denken, diese Möglichkeiten nehmen mit zunehmendem Alter ab. Spätestens die Kinder geben einem vor, wie das Leben läuft. Mit ihnen ist der existentielle Druck da. Und damit ein weiterer Rahmen, den ich nicht missen möchte.»

aufgezeichnet von Suzann-Viola Renninger