

DOKUMENTATION

**4. Werkstattgespräch**

MEHRWERT  
KUNST AM BAU

PRIVATE ENGAGEMENT UND SEINE MOTIVE

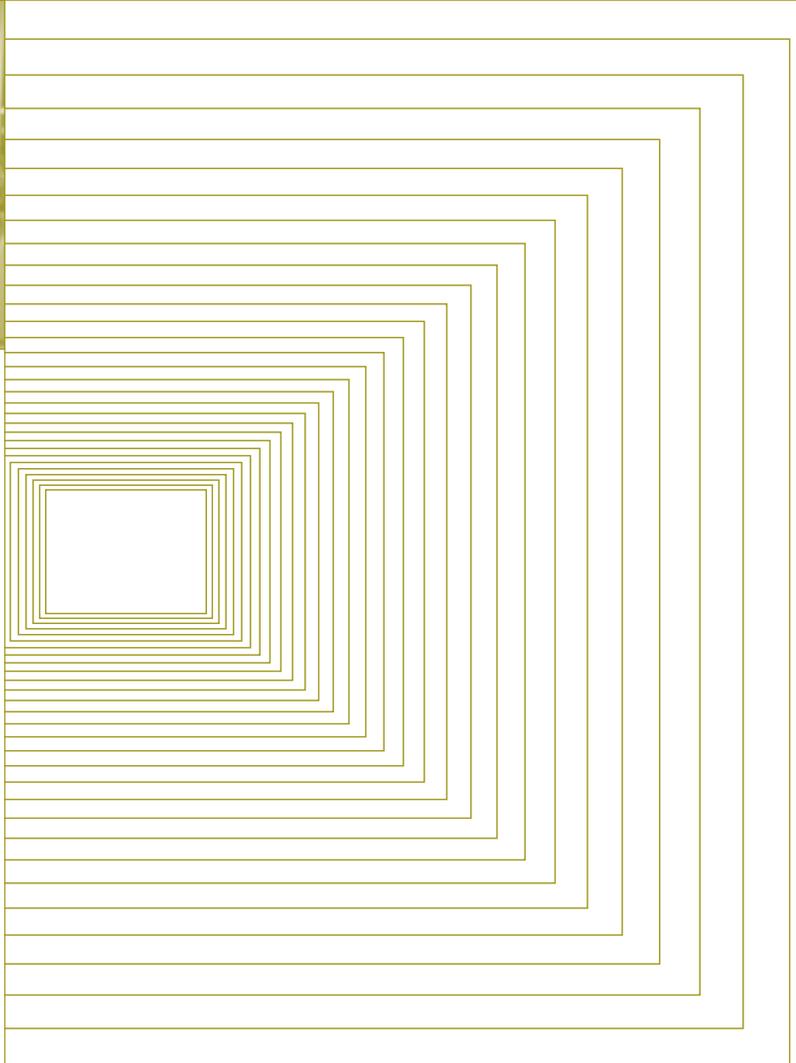


Bundesministerium  
für Verkehr, Bau  
und Stadtentwicklung



## INHALT

- 1** Vorwort  
Hans-Dieter Hegner
  
- 3** Kunst am Bau bei privaten Unternehmen  
in Deutschland  
Dr. Claudia Büttner
  
- 17** Kunst am Bau im internationalen  
Kreditinstitut  
Dr. Bärbel Kopplin
  
- 23** Treptowers Allianz, Berlin  
Nicole Hesseln
  
- 27** Hotel Wedina, Hamburg  
Felix Schlatter
  
- 31** Kunst am Bau beim Bauherren Bund  
Birgit Jacke-Ziegert
  
- 33** Fünf Voraussetzungen für Kunst am Bau  
Jo Schöpfer
  
- 36** Kunst am Bau aktuell





**Hans-Dieter Hegner, Baudirektor im Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, Leiter des Referats Bauingenieurwesen, nachhaltiges Bauen, Bauforschung, baupolitische Ziele**

## Hans-Dieter Hegner

### Vorwort

Das vierte Werkstattgespräch zu Kunst am Bau zeigt, dass es weiterhin großes Interesse an einem breiten Dialog zu diesem Thema gibt. Mittlerweile sind die Werkstattgespräche zu einer Serie geworden. Das aktuelle Werkstattgespräch zum Thema »Kunst am Bau, privates Engagement und seine Motive« greift ein durchaus heikles Thema auf und fordert zum Dialog öffentliche Hand/privater Bauherr heraus. Viele Fragen werfen sich auf: Schafft Kunst am Bau dauerhafte Werte und trägt so zum Werterhalt von Immobilien bei? Was trauen sich Private in dieser Beziehung? Welche Motive haben sie, sich bei Kunst am Bau einzubringen? Wie organisieren Private Kunst am Bau? Wie demokratisch geht es dabei zu und hebt es die Baukultur ...?

Es zeigt sich, dass diese Motive nicht überall gleich gestreut und gleich heftig sind.

Der Bund als einer der großen Bauherren in Deutschland hat sich sehr gut aufgestellt. Mit dem »Leitfaden Kunst am Bau« gibt es gute Regeln und Vorgaben beim Bund. Sie können geradezu ein Vorbild für das Handeln privater Bauherren sein. Darüber hinaus hat das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung mit der Initiative »Architektur und Baukultur« eine Vielfalt baukultureller Maßnahmen auf den Weg gebracht, in die sich das Engagement für Kunst am Bau einfügt. Auf der Habenseite stehen heute die neu gegründete Stiftung Baukultur, die »Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt«, die neue Wettbewerbsordnung RPW 2008 (Richtlinie für Planungswettbewerbe 2008) und vieles andere mehr. Alle diese Maßnahmen sind nicht nur geeignet, den Bund als Bauherren zu fordern, sondern sie sind auch Signal und Programm für private Bauherren.

Die Signale kommen nicht bei allen Bauherren gleichermaßen an. Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung und die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen bereiten gegenwärtig ein deutsches Gütesiegel für nachhaltiges Bauen vor. Die ersten Gütesiegel sollen auf der BAU 2009, der weltgrößten Baumesse in München vergeben werden. Bei den zu bewertenden Kriterien hat der Bund bei der Bewertung der soziokulturellen Qualität eingebracht, auch die Initiativen für Kunst am Bau einzubeziehen. Das hat durchaus bei privaten Bauherren zu Kritik geführt. Man könne das nicht bewerten und das wäre ein Punkt, den man bisher noch nicht so richtig auf der Agenda habe. Die Objekte, die sich gerade jetzt in einer Pilotphase befinden, sollten doch bitte davon ausgenommen werden. Nun gut, wir haben

uns hier zu Kompromissen gefügt, aber es zeigt doch, dass wir offensichtlich auf diesem Gebiet noch Nachholbedarf haben.

Auf der anderen Seite zeigt der Tagungsort, aber auch andere interessante Bauten der letzten Jahre wie das Aviation-Center der Lufthansa in Frankfurt/Main, dass durchaus auch bei Privaten sehr gute Kunst am Bau durchgesetzt und realisiert worden ist. Deshalb finde ich die heutige Diskussion angebracht, weil sich diese Botschaft viel stärker verbreiten muss.

Die Veranstaltung fällt in eine Zeit, in der große Projekte, zum Teil auch von nationaler Bedeutung, in die Planung oder die Bauphase kommen. Ich verweise insbesondere auf den Flughafen Berlin Brandenburg International oder das Humboldtforum. Hier sind öffentliche Hand und private Gesellschaften gleichermaßen in der Pflicht. Wir werden bei Maßnahmen, die von Zuwendungen des Bundes gespeist werden, versuchen, die gleichen Regeln und hohen Maßstäbe anzulegen wie bei den eigenen Bauten. Wir brauchen eine baukünstlerische Note, die sich sehen lassen kann und die für die Hauptstadt und das Land angemessen ist. In diesem Sinne muss die Diskussion zur Stärkung von Kunst am Bau auch mit privaten Investoren geführt werden.

Mit Unterstützung der Allianz AG konnten wir das hier dokumentierte Gespräch in den Berliner Treptowers durchführen und hatten damit einen Tagungsort, der selbst beispielhaft für das Kunstkonzept eines privaten Bauherren ist. Die bildreiche Publikation spiegelt dies und andere Konzepte wie auch eine anregende Diskussion wieder.



Copyright-geschütztes Bildmaterial

**Dan Flavin, Untitled, for Janet Chamberlain, 1995, HypoVereinsbank München, Arabellastr. 12**

**Lichtinstallation aus Leuchtstoffröhren an der Unterseite einer über drei Podeste diagonal aufsteigenden Treppe, die das Treppenhaus mittig als freischwebender Körper teilt und einen Höhenunterschied von ca. 17.00 m überwindet.**



**Claudia Büttner ist promovierte Kunsthistorikerin und freie Kuratorin in München. Sie ist spezialisiert auf öffentliche Kunst und arbeitete u.a. an Skulptur. Projekte in Münster 1997 und Dream City in München 1999 mit, leitete 1999–2003 kunstprojekte\_riem, ein Modellprogramm für Kunst im öffentlichen Raum in München. Außerdem lehrte sie Kunstgeschichte 1990–1995 in Berlin (TU), 1999 in München (TU) und 2002 als Gastprofessorin in Linz, schreibt Aufsätze und Gutachten (Expertisen zu Kunst am Bau für das BMVBS 2007 und 2008).**

## Dr. Claudia Büttner

### Kunst am Bau bei privaten Unternehmen in Deutschland

Realisieren Sie in Ihrem Unternehmen Kunst am Bau? Scheinbar eine einfache Frage. Die Antworten, sofern sie überhaupt eintrafen, sprechen eine andere Sprache: Was man denn dazu zähle? Wir haben keine Kunst, wir machen Gewinn! Und wer man denn eigentlich sei, dass man dies frage?

Kunst am Bau, so sei kurz definiert, ist die Kunst, die für einen spezifischen räumlichen Zusammenhang im Unternehmen in Auftrag gegeben wird. Neben Skulpturen und Wandbildern sind dies alle Formen der Installationskunst. Grenzfälle sind Kunstwerke, die nicht fest mit dem Bauwerk verbunden sind wie große, eigens für den Ort geschaffene Gemälde auf Leinwand oder Fotografien.

### Wer realisiert Kunst am Bau?

Vor allem Großunternehmen der Finanz- und Versicherungsbranche sowie Versorger, aber auch einige kleine und mittlere Betriebe fallen durch ihr Engagement auf. Zunächst erwies es sich als gar nicht so einfach, herauszufinden, wer in Deutschland neben öffentlichen Einrichtungen eigentlich Kunst am Bau realisiert hat. Freiwillig, d. h. anders als öffentliche Bauherren, ohne die Verpflichtung, einen Teil der Bausumme für Kunst am Bau einzusetzen. Nicht immer steht die Kunst direkt vor der Tür und ist überregional so bekannt wie die anthropomorphen Figuren von Jonathan Borofsky vor dem Frankfurter Messeturm, der Münchener Rückversicherungs-AG und in Berlin vor den Treptowers der Allianz AG. Zu ihren Aktivitäten in Sachen Kunst am Bau befragte ich etwa 300 Unternehmen, u. a. die 30 im Deutschen Aktienindex notierten Gesellschaften sowie die Mitglieder des Kulturkreises des BDI und diejenigen Firmen, die sich um den Kulturförderpreis des BDI 2006 und 2007 bewarben. Obwohl damit ein breiter Querschnitt durch Branchen und Unternehmensgrößen gewährleistet war, zielte das Verfahren nicht darauf, eine allgemein gültige Zahl zum Anteil der Kunst am Bau bei deutschen Unternehmen zu erfahren, sondern eher von vielen Beispielen der Kunst am Bau zu erfahren. Die zugrunde gelegte Annahme, dass sich kulturfördernde Unternehmen auch besonders stark im Bereich der Kunst am Bau engagieren würden, bestätigte sich nicht. Von den 298 angefragten Unternehmen aller Branchen und Betriebsgrößen antworteten zwar immerhin 57,91 %, nämlich 172 Firmen. 84 Unternehmen, d. h. 28,28 % der Befragten, hatten Kunst am Bau realisiert.

## **EINFÜHRUNG**

Auffällig, aber kaum anders zu erwarten war das Ergebnis nicht nur hinsichtlich der Unternehmensgröße, sondern auch hinsichtlich der Branchen. So realisierten vor allem Großunternehmen, aber auch einige mittlere und kleine Unternehmen Kunst am Bau. Doch bedarf es für Kunst am Bau nicht nur eigener Gebäude und eines gewissen Kapitals, sondern vor allem des entsprechenden Interesses. Und dieses differiert vor allem zwischen den Branchen: Während 68,75 % der befragten Versicherungen, 48,28 % der befragten Banken und noch 44,45 % der befragten Versorger Kunst am Bau realisiert hatten, bildeten die Verlage (15,38 %), die Transport- und Verkehrsbranche (16,67 %) sowie die Dienstleister (17,95 %) und die Automobilbranche (18,18 %) die Schlusslichter.

Copyright-geschütztes Bildmaterial

**Olafur Eliasson »Mooswand«, 2002,  
Wandinstallation, Münchener  
Rückversicherungs-AG, München.  
Foto: Lachenmann/Bruchhaus,  
München**

Bevor ich auf die Gründe eingehe, warum Versicherungen, Banken, Versorger, aber auch andere Unternehmen Kunst am Bau realisieren, kurz etwas zu dem Verhalten derjenigen, die ohne Kunst am Bau auszukommen glauben.

Zunächst fallen hier produzierende Branchen auf, die kein spezifisches Erscheinungsbild entwickeln und so selten Wert auf Kunst oder gute Architektur legen. Bei vielen ist die Unternehmensausrichtung ganz auf das Produkt und sein Marketing orientiert. Kunst scheint sich hier nicht immer mit der Wertigkeit der eigenen Produkte oder der Selbstdarstellung in Einklang bringen zu lassen. So begründete der Geschäftsführer eines Büromöbelherstellers das Fehlen von Kunst am Bau in seinem Betrieb folgendermaßen »Wir vertreiben (leider) recht ›schlichte, sachliche‹ Artikel, die in einem schlichten Industriegebäude stehen. In unserem Kundenkreis sind wir als bodenständig usw. bekannt. Insofern wollen wir hier auch ganz bewusst ›zurückhaltend‹ auftreten.«

Anders sieht die Begründung bei vielen Automobilherstellern aus, die bis auf eine wichtige Ausnahme – die Daimler AG – auf Kunst am Bau verzichten. Sie setzen ganz auf aufwendige Architektur. Stichwort mag hier die Corporate Architecture sein – also der Versuch, mittels Architektur eine der Marke entsprechende Erlebniswelt zu schaffen. Einige Automobil-, aber auch Modehersteller versuchen, mit besonders spektakulären Architekturen aufzufallen. Hier wird die Architektur zum Teil eines Gesamtbildes, in das sich eigenständige Kunst nur noch schwer integrieren lässt.

Daneben gibt es einige designorientierte Hersteller, die ganz auf gute Architektur als Alleinstellungsmerkmal setzen. Und selbst die wenigen produzierenden Unternehmen, deren Eigner ein ausgesprochenes Kunst- und Architekturinteresse bekunden, realisieren eher selten Kunst am Bau. So lässt der Schraubenhersteller Würth seine weltweit entstehenden Produktionsstätten als aufsehenerregende Bauten kreieren. Und obwohl er seine Werke in fast allen Ländern mit Kunstaustellungsräumen ausstattet, setzt er, trotz der einen oder anderen vereinzelt Skulptur vor den Häusern, nicht auf Kunst am Bau, sondern auf mobile Kunstwerke im Bau.

Es ließe sich daher die Frage stellen, ob etwa das Interesse an guter, besonderer Architektur ein Grund gegen Kunst am Bau ist?

Dass dies nicht so sein muss, zeigen viele der Unternehmen, die in den letzten Jahren mit Neubauten wichtige architektonische Beiträge leisteten und Kunst am Bau integrierten. Vor allem große Unternehmen der Finanz- und

Versicherungswirtschaft, Versorger, einzelne Unternehmen anderer Branchen wie Berater, Investmentgesellschaften, Gesellschaften und Verbände, allerdings nur wenige Produzenten sowie wenige mittlere und kleinere Unternehmen realisieren Kunst am Bau.

### Warum wird Kunst am Bau realisiert?

Kunst am Bau als Teil der Corporate Identity steht für Kultur und gesellschaftliche Verantwortung und dient als hochwertige Gestaltung der Arbeitswelt der Mitarbeitermotivation. Die meisten Unternehmen begründen ihr Engagement mit gesellschaftlicher Verantwortung, Unternehmenskultur und nicht zuletzt mit Mitarbeitermotivation. Wie die Architektur gehört Kunst am Bau zur Selbstdarstellung der Unternehmen, zur Corporate Identity. Insbesondere im Finanzgewerbe hat das repräsentative, mit Kunst ausgestattete Gebäude eine lange Tradition »da es sich hierbei im Vergleich zu den immateriellen Produkten und Dienstleistungen um einen sicht- und erlebbaren Raum handelt«<sup>1</sup>, so auch die Begründung von Ute Bopp-Schumacher, die 2007 ihre Dissertation zum visuellen Erscheinungsbild von Großbanken schrieb. Diese These, dass immaterielle Dienstleistungen eher nach visuellen Eindrücken und Erfahrungen einer Unternehmenskultur verlangen, lässt sich auch im Hinblick auf das allgemeine kulturelle Engagement von Unternehmen stützen. Nach einer Untersuchung der Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants und dem Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft 2004<sup>2</sup> versprechen sich die Unternehmen vom Kulturengagement Wettbewerbsvorteile, die sie vor allem im Unternehmensimage (60,7 %) und im gesellschaftlichen Wohlwollen (45,9 %), nicht aber für den Produkt- und Marktauftritt (37 %) sehen. Als Gründe für Kunst am Bau wurde immer wieder auf die Bedeutung der Kunst als Teil der Außenwirkung und Kultur eines Unternehmens hingewiesen. Ihre Wirkung richtet sich auf die Wahrnehmung der Unternehmen in der Öffentlichkeit, im lokalen städtischen Umfeld. Wichtiger aber – und dies lässt sich auch durch die Anbringung der Kunst zeigen – ist das Erscheinungsbild für die eigenen Kunden und Geschäftspartner sowie die Mitarbeiter.

### Wo ist welche Kunst am Bau zu finden?

Der Ort im Unternehmen bestimmt die Funktion und Art der Kunst am Bau. Kunst findet sich natürlich und vor allem, wenn sie als Solitär in einem Unternehmen auftaucht, vor der Haustür, vor den Unternehmenszentralen. Max Bills Schleife vor der Deutschen Bank in Frankfurt seit 1986 oder seine Stele

1 Ute Bopp-Schumacher: Werden Bankgebäude zum Museum? Ein langer Weg. Wie Corporate Design und zeitgenössische Kunst das visuelle Erscheinungsbild der Großbanken seit den 70er Jahren beeinflussen, in: Kritische Berichte, 30.2002 N2. 3, S. 30–50, S. 30. Vgl. auch Ute Bopp-Schumacher: Die Architektur der Großbanken. Zum architektonischen Erscheinungsbild der Commerzbank, Deutschen Bank und Dresdner Bank seit Gründung. Phil. Diss., Halle 2007.

2 Kulturengagement von Unternehmen – integrierter Teil der Strategie? Ergebnisse einer Umfrage bei kulturell engagierten Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Anregungen für einen übergreifenden Diskurs, hg. v. Hans-Jörg Heusser, Barbara Stahl, Martin Wittig, Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft, Roland Berger Strategy Consultants, München 2004.

Copyright-geschütztes  
Bildmaterial

vor der Daimler-Hauptverwaltung in Stuttgart 1989 sind so prominente Beispiele der klassischen autonomen, formalen Skulptur, dass sie zum Zeichen von Kultur an sich werden und im Stuttgarter Fall auch beim Unternehmensumzug 2006 vor dem neuen Haus Aufstellung fanden. Besonders beliebt sind außerdem die bereits erwähnten anthropomorphen Figuren, von denen u. a. Stefan Balkenhol viele für private Unternehmen produziert hat.

Kunst am Bau, das war in früheren Jahrzehnten oft prominent platzierter Fassadenschmuck mit Bildreliefs, Wandbildern und Portalskulpturen. Auch heute gibt es architektonisch eingebundene Kunst an den Fassaden, wie Olafur Eliassons »Mooswand« von 2002 am Neubau der Münchener Rückversicherungs-AG oder Liam Gillicks »Four Levels of Exchange« von 2006 an den Stützen des Lufthansa Aviation Centers in Frankfurt. Beide Werke sind gute Beispiele für thematische Arbeiten, die sich dezidiert inhaltlich mit den Unternehmen selbst auseinandersetzen. Eliasson nimmt mit der Installation von lebendigem Moos auf der Fassade eine alte Tradition des Unternehmens, nämlich Naturelemente und -prozesse als Grundlage der Regulierungsschäden der Rückversicherung, in das Kunstwerk auf. Anders als auf den illustrativen Wandbildern der 1910er Jahre werden hier komplexe Prozesse selbst sichtbar. Liam Gillick gibt mit seinen vier Schriftbändern mit Texten wie »one unit of energy one unit of output« Leitsätze einer Idee des ökonomischen Kräftegleichgewichts wieder, wie sie in früheren Zeiten durchaus über einem Eingangsbereich platziert worden sein könnten. Formal passt sich die Arbeit in Farbe und Materialität der Architektur und dem Corporate Design der Lufthansa an.

**Stefan Balkenhol »Stelzenmänner«, 2004, Bronzeskulpturen, Sparkassenversicherungs AG, Stuttgart, Vorplatz. Foto: Wolf-Dieter Gericke, Waiblingen**

Dass es nur noch wenige skulpturale Arbeiten an den Fassaden neuer Architektur gibt, dies ist vor allem dem Trend zum Glas, zu transparenten Eingangshallen und offenen Atrien geschuldet. Einige Künstler haben sich, wie Beat Streuli mit seinen Fotoporträts, längst auf die Arbeit an gläsernen Fassaden und Wänden spezialisiert.

Mit den gläsernen Bauten kam ein anderer Trend, der der permanenten Lichtinstallation. Von Künstlern in den 60er und 70er Jahren als temporäre Maßnahme entwickelt, sind Illuminationen ganzer Gebäude heute eher die Regel als die Ausnahme. Einer der Klassiker der Lichtkunst, James Turrell, entwickelte ein Gesamtkonzept für eine wechselnde Beleuchtung des Neubaus der Verbundnetzgas AG in Leipzig 1997. Im Gebäude des Versorgers, entworfen von den Architekten Becker, Gewers, Kühn & Kühn, reagieren



Energieeinsatz und das Lichtsystem mit Neonröhren auf Umgebungstemperatur, Witterung und Lichtverhältnisse. Auch die Erco Leuchten GmbH in Lüdenscheid ließ bei seinem Hochregallager Erco P3 2002 die Architekten Schneider & Schumacher mit dem Lichtkünstler Uwe Belzner ein Gesamtkonzept entwickeln. Das Unternehmen lehnt den Begriff der Kunst am Bau ab und weist auf ihr seit 1975 von Otl Aicher entwickeltes Corporate Design hin: »unsere firmenarchitektur ist von einer kultur geprägt, die einen ästhetischen wert weniger durch die applikation von kunstwerken an ansonsten möglicherweise banale formen erzielen möchte, sondern den gesamten originär unternehmerischen output von der drucksache über die produkte bis zu den bauten auch unter kulturellen aspekten betrachtet und entsprechend sorgfältig gestaltet.«<sup>3</sup> Entsprechend wurde ein genauso zeichenhaftes wie funktionales Lichtkunstkonzept in die Architektur integriert. Das Lichtsystem macht das Gebäude nicht nur nach außen sichtbar, sondern beleuchtet die Lagerarbeiten. Neben der auffälligen Hervorhebung der

Copyright-geschütztes Bildmaterial

<sup>3</sup> Martin Krautter, Marketing Gruppenleiter der Erco Leuchten GmbH, Schreiben vom 17.07.2008.

**links: Uwe Belzner, 2002, Lichtinstallation, Erco Leuchten GmbH, Hochregallager Erco P3, Lüdenscheid, Architektur von Schneider & Schumacher. Foto: Jörg Hempel**

**rechts: Walter de Marias »Fünf Kontinente Skulptur«, 1989, Skulptur, ehemalige Hauptverwaltung der Daimler-Benz AG in Stuttgart-Möhringen. Foto: Dieter Leistner, Mainz**

Gebäude repräsentieren diese Kunstwerke die Unternehmen inhaltlich, indem sie auf die Produkte Energie und Lichtsystem eingehen, diese in ihrer funktionalen Eigenschaft betonen und auch wirklich funktional nutzen. Anders als viele der verbreiteten Lichtilluminationen, die lediglich Architekturelemente wirkungsvoll hervorheben, stellen sie eine Einheit von Architektur und Kunst her.

Neben dem Außeneindruck, für den Architektur, Fassade und Vorplatz bestimmend sind, ist der Eingangsbereich die Visitenkarte der Unternehmen. Die Unternehmen, die Kunst zu einem wichtigen Bestandteil ihrer Unternehmenskultur zählen, zeigen diese bereits im Foyer. Immerhin haben rund 34 % der befragten Unternehmen, die Kunst am Bau realisierten, darüber hinaus auch eine Kunstsammlung. Oft werden Kunden und Geschäftspartner mit monumentalen Kunstwerken bedeutender Künstler empfangen. Dies gilt für große, international agierende Versicherungen und Banken wie die Hypo Vereinsbank AG genauso wie für die Sparkasse Fulda als ein Unternehmen mittlerer Größe. Neben großen, für den Raum gearbeiteten Leinwänden werden fest installierte Wandbilder in Auftrag gegeben wie Sol LeWitts »Walldrawing #860« von 1997 in einem Foyer der Victoria Versicherung in Düsseldorf. Auch Lichtinstallationen sind in Foyers und Atrien beliebt. Großskulpturen finden in den großen Hallen, als die viele Foyers heute erscheinen, ihre Aufstellung, wenngleich wenige die Räume derart bestimmen und musealisieren wie Walter de Marias »Fünf Kontinente Skulptur« die ehemalige Hauptverwaltung der Daimler-Benz AG in Stuttgart Möhringen 1989. In den entsprechend großen Räumen, wie dem Aviation Center der Lufthansa AG in Frankfurt, erscheint auch Michael Beutlers 16 Meter hoher »Pagodenturm« von 2006 nicht mehr überdimensioniert.

Ihre Funktion ist hier eindeutig auch eine unterhaltsame, eine dekorative und belebende. Damit setzen sie sich auch einer Gefahr aus, insbesondere, wenn sie immer öfter (entsprechend einem ähnlich gescheiterten Versuch im öffentlichen Raum innerstädtischer Einkaufszonen in den 80er Jahren) mitten im quirligen Konsumalltag von Einkaufszentren auftauchen. Hier finden sie, anders als in Konzernfoyers, keine bei Stehempfängen parlierenden Betrachter vor, sondern vorbeieilende Kunden, die die mit den bunten Schaufensterauslagen konkurrierenden Kunstwerke kaum beachten. Umso konsequenter ist es, wenn nicht nur die Betreiber, sondern auch die Künstler die Räume nicht zustellen, sondern die Kunst über den Köpfen ihrer Betrachter schweben

Franz Erhard Walther »Wortfeld«,  
2005, Wandinstallation, Daimler  
AG, Mercedes-Benz Museum,  
Stuttgart-Untertürkheim. Foto:  
Uwe Seyl, Stuttgart



lassen wie die gewaltige, 10 Meter durchmessende Stahlkugel von Olafur Eliasson in der Einkaufspassage »Fünf Höfe« in München, 2003 für die Hypo-Vereinsbank AG entstanden, heute im Besitz der Union Investment. So schweben auch in den großen, mehrgeschossigen Foyeratrien der Unternehmen monumentale Skulpturen oder mobileartige Installationen.

Neben der repräsentativen und dekorativen Funktion wird von den Unternehmen immer wieder auf eine andere Funktion der Kunst verwiesen, und diese lässt sich eher als intern bezeichnen, sowohl was die Architektur als auch was die Rezipienten betrifft. Dabei geht es um die Mitarbeiter, die in Büros und Produktionshallen arbeiten, in Korridoren und Treppenhäusern unterwegs sind oder in Tagungsräumen und Kantinen aufeinandertreffen. Ihnen soll die Kunst den Arbeitsplatz verschönern, eine angenehme Atmosphäre schaffen. Besonders häufig sind die Kantinen der Unternehmen mit beweglicher Kunst oder Kunst am Bau ausgestattet. Es wird betont, die Kunst am Arbeitsplatz solle den Dialog und die Kommunikation anregen, Anstöße und Reflexionen ermöglichen. Im besten Falle kann sie »geistige Beweglichkeit« der Mitarbeiter fördern, ihre »Persönlichkeitsbildung« unterstützen: »mit kunst in der arbeitswelt kommen die bauherren nicht nur ihrer mitverantwortung für kultur nach, sie profitieren auch davon: mehr anregung, mehr freude, besseres klima, mehr motivation«<sup>4</sup>, so die These Michael Tackes, der als Zweigstellenleiter bei Siemens mit seinem Programm »Büro Orange« schon seit Anfang der 80er Jahre Künstler mit Kunst am Arbeitsplatz beauftragte. Zunächst war dies eine ästhetische Kampagne, die alle Bereiche der Arbeitswelt einschloss.

Der Kunst kommt dabei auch die Funktion einer Orientierungshilfe zu, die gleichzeitig der Identifikation von Orten im Unternehmen dient: »Die Baupläne machen deutlich, dass der Kunst im Neubau statt dekorativer Aufgaben eine funktionale Bestimmung zufallen muss, indem sie zur Unterscheidung und zur Identifikation der ansonsten gleichartigen Geschosse in beiden Türmen beiträgt«<sup>5</sup>, so formulierte bereits Klaus Gallwitz, Kunstvermittler und Berater bei der Einrichtung der sicher bekanntesten Unternehmenskunstsammlung in den neuen Bürotürmen der Deutschen Bank 1987. Während dort die Künstler der mobilen Papierkunstsammlung den Stockwerken sogar ihren Namen geben, charakterisieren andernorts eigens geschaffene Kunstwerke Treppenhäuser, Büroetagen und Arbeitsbereiche. Ganze Verwaltungshäuser mit ihren endlosen Bürokorridoren erhalten über die Gestaltung eine innere

<sup>4</sup> Michael Tacke, Büro Orange, [www.buero-orange.de/ziele.html](http://www.buero-orange.de/ziele.html)

<sup>5</sup> Klaus Gallwitz: Zeitgenössische Kunst am Arbeitsplatz, in: Zeitgenössische Kunst in der Deutschen Bank Frankfurt, Frankfurt a. M. 1987, S. 9–22, S. 10.

Copyright-geschütztes Bildmaterial

Struktur wie bei der Allianz AG in Berlin, wo sich durch die Kunst Stockwerke und Gebäudeausrichtung identifizieren lassen.

Indem die Kunst am Bau heute ganz offensiv die alte Rolle als ästhetischer Lückenbüßer einnimmt, findet sie ihren großen Auftritt: in den Fluren der Bürobauten. Neben Wandmalereien, insbesondere solchen, die während des Gehens perspektivisch interessante Wahrnehmungen zulassen, kommen in langen, oft unterirdischen Gängen vor allem Lichtinstallationen zur Wirkung. Die wichtigsten Protagonisten der Lichtkunst konnten hier große permanente Arbeiten schaffen wie Mauricio Nannucci 1995 und James Turrell 2001 für Verbindungsgänge unter den Gebäuden der Münchener Rückversicherungs-AG oder Keith Sonnier 1992 für den Flughafen München.

Die Kunst übernimmt häufig repräsentative und dekorative Funktionen vor dem Gebäude, an der Fassade, im Foyer und in großen Atrien. Sie richtet sich an die lokale Öffentlichkeit, in Fluren, Kantinen, Treppenhäusern eher an Kunden und Mitarbeiter, dient als Anregung und Orientierung. Diese Kunst ist keineswegs immer leicht konsumierbar. Und dies hängt nicht von der Unternehmensgröße ab: dazu zwei Beispiele unterschiedlichster Unternehmensgröße für einen offensiven und dazu noch konzeptionellen Umgang von Kunst und Architektur. Erstaunlich wenig repräsentativ erscheinen die Eingangsbereiche von Franz Erhard Walther zum Mercedes-Benz Museum in Stuttgart von 2005 und von Barbara Steppe 2002 zum Blauen Haus des Hotels Wedina in Hamburg. Beide Künstler integrieren ihre Arbeit in den rohen Beton, indem sie seine Materialästhetik wahren, und nutzen ihn für inhaltlich anspruchsvolle Textarbeiten. Während Walther ein offenes Bedeutungsfeld schafft, setzt Steppe das Ergebnis einer konkreten Gästebefragung visuell um. Die Farbfelder und Texte geben die Tagesbeschäftigung der Hotelgäste vom Kofferpacken bis zum Lesen quantitativ wieder.

### Wie kommen die Unternehmen zur Kunst?

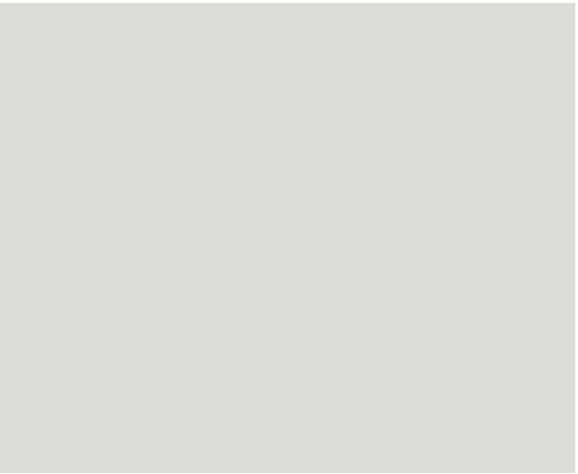
Kunst am Bau wird vielfach professionell ausgewählt und betreut, ist aber nicht strukturell verankert und bleibt damit »Chefsache«. Einige Kunst am Bau-Projekte bei Unternehmen, die bisher keine bildende Kunst realisiert hatten, kamen – wie das letztgenannte – durchaus auf Anregung und Vermittlung der Architekten zustande. Generell aber gilt, auch wenn Unternehmensbefragungen immer wieder das Gegenteil beweisen wollen, die Entscheidung für Kunst liegt bei kunstinteressierten Vorständen, Geschäfts-

Mauricio Nannucci »NOITTISOPPO-  
SEDARTSEES STRADESOPPO-  
SITION«, 1995, Lichtinstallation,  
Münchener Rückversicherungs-  
AG, München. Foto: Stefan Müller-  
Naumann, München

führern und Eignern. Schon Bettina Becker stellte 1994 in ihrer Untersuchung zum unternehmerischen Kulturengagement einen Widerspruch zwischen Selbstauskunft und Unternehmenswirklichkeit fest: »Nur 19,4 % der Unternehmen geben eine Präferenz der Unternehmensleitung für bildende Kunst als Motiv für ihr Engagement an, während ein Ergebnis der qualitativen Einzelstudien ist, dass hauptsächlich das persönliche ›Interesse an der Kunst an sich‹ von Vorständen, Geschäftsführern oder Direktoren die Prämisse für unternehmerisches Kunstengagement ist.«<sup>6</sup> Ihr Fazit schon damals: »Bei dem Aufbau von Kunstsammlungen in Unternehmen handelt es sich also in der Regel nicht um ›Corporate Collecting‹, wie Lippert (1990) schon im Titel seines Buches nahelegt, sondern um ›personal collecting in corporations‹.«<sup>7</sup> Auch bei der Kunst am Bau wird die Bedeutung kunstinteressierter Führungskräfte nicht erst mit der Frage nach der Initiative und aktiven Unterstützung der Kunst am Bau-Realisationen deutlich, sondern auch bei der Lektüre der Kataloge und Dokumentationen. Hier sind immer wieder begeisterte Erfahrungsberichte von Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführern aus der Einrichtungsphase eines Neubaus oder der Aufbauzeit eines Werkes zu lesen. Es wird von Atelierbesuchen berichtet, von der Auswahl der Kunst und der Diskussion mit den Beratern oder vom Blick über die Schulter der Künstler bei der Arbeit vor Ort.

Beraten lassen sich die Unternehmen häufig von den Kunsthistorikern aus den lokalen Institutionen vor Ort. Persönlich bekannt durch Sponsoring oder Mitgliedschaft in Freundeskreisen, werden häufig Kunstvereins- und Museumsleiter für die beratende Tätigkeit gewonnen. Als in den 80er Jahren auch international bekannte Kuratoren wie Harald Szeemann und Kasper König oder Museumsleute wie Klaus Gallwitz, Armin Zweite, Ursula Bode, Helmut Friedel usw. die Unternehmen über Jahre berieten, begann mit Helge Achenbach auch die Zeit der Kunstberater. Anders als die häufig nur in Jurys anwesenden institutionellen Kunstvermittler übernahmen sie das gesamte Management von der Präsentation der Künstlervorschläge über die Wettbewerbsdurchführung und die Projektleitung mit Betreuung von Künstlern und Handwerkern bis zur Dokumentation und Vermittlung. Allerdings besteht insbesondere bei sehr gefragten Beratern die Gefahr, dass erfolgreiche Konzepte kopiert und unreflektiert übernommen werden.

Der Kunstbereich hat sich bis hinein in mittlere Unternehmen mit eigener Kunstsammlung in den vergangenen Jahren entscheidend professionalisiert.



<sup>6</sup> Bettina M. Becker: Unternehmen zwischen Sponsoring und Mäzenatentum: Motive, Chancen und Grenzen unternehmerischen Kunstengagements, Phil. Diss., Frankfurt a. M. 1994, S. 73.

<sup>7</sup> Ebenda, S. 154.

**Sol LeWitt »Walldrawing #860«, 1997, Wandmalerei, Victoria Versicherung, Düsseldorf, Foyer Victoriaplatz 2. Foto: ERGO Versicherungsgruppe**

Während in den Großunternehmen zunehmend eine zweite Generation ausgebildeter Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker die Kunstsammlungen und Kulturaktivitäten leitet, haben in den letzten Jahren weitere Unternehmen eigene Fachkräfte auch auf Honorar- und Stundenbasis eingestellt, um die Kunst professionell zu betreuen. Die Bereiche, in der Kunst und damit auch die Kunst am Bau im Unternehmen angesiedelt sind, tragen der besonderen Stellung der Kunst Rechnung. Interne Kunstabteilungen sind fast immer im Bereich der Unternehmenskommunikation, der Presseabteilung und des Marketings angesiedelt oder sind als lose Sonderstruktur dem Unternehmensleiter, der Geschäftsführung oder dem Vorstand direkt unterstellt.

Oft sind außerdem interne Gremien wie Kunstbeiräte oder Kunstkommissionen geschaffen worden, die sich unterschiedlich zusammensetzen. Meist sind Entscheidungsträger im Haus, Vorstand oder die Geschäftsleitung und interne Kunstexperten oder die Leiter der Kommunikations- und Bauabteilung beteiligt, oft auch externe Kuratoren und Museumsleute, selten betroffene Mitarbeiter. Nur wenige dieser Gremien werden wie der Arbeitskreis Kunst bei der Berliner Allianz von interessierten Mitarbeitern gebildet. In den Kommissionen wird über Ankäufe, Auftragsvergaben, Künstlervorschläge und Themen beraten und entschieden. Neben Direktaufträgen werden häufig einfache Einladungswettbewerbe mit drei bis fünf Künstlern durchgeführt. Bei der Betreuung der Künstler und der Werkrealisation kommen oft externe Vermittler als Projektleiter zum Einsatz. Diese stellen dann oft auch bei Unternehmen ohne Kunstabteilung sicher, dass es Dokumentationen, Presseinformationen und eine Vermittlung mittels Informationsblättern und Führungen gibt.

Kunst am Bau, wenngleich oft Bestandteil der Unternehmenskultur, bleibt also Chefsache. Die Organisation hat sich inzwischen häufig professionalisiert. Die Anlässe und Verfahren variieren.

Deshalb zum Abschluss noch einmal ein Beispiel für ein groß angelegtes, inhaltlich und formal auf das Unternehmen bezogenes Kunst am Bau-Projekt. Es handelt sich um eine interaktive Medieninstallation, die 30 Künstler des Ars Electronica Futurelab zusammen mit der SAP AG für ihr Kundencenter in Walldorf 2007 entwickelten. In zweijähriger Entwicklungsarbeit entstand ein orts- und unternehmensspezifisches Werk als eine Kombination aus echtem Wasserlauf außen, einer interaktiven Lichtstele, einem virtuellen Wasser- bzw. Datenstrom auf Displays von der Lobby bis zum 4. Oberge-

schoss. Die interaktiv agierenden Elemente in dem Strom sind Echtzeit-Visualisierungen von den Geschäftsprozessen, die sich erst am Ende der Installation dem Betrachter zu erkennen geben.

Ein solches Projekt mag die Möglichkeiten einer spezifischen Kunst am Bau für Unternehmen aufzeigen. Denn auch wenn es sich noch nicht für alle Branchen sagen lässt, so hat es sich, um Michael Hierholzer 2007 aus der FAZ zu zitieren, »mittlerweile herumgesprochen, dass sich eine Kunst im oder am Bau, die nichts als Dekoration oder schöner Schmuck sein will, mit einer innovativen Unternehmensführung kaum vereinbaren lässt. Die Kunst ist zum Gradmesser der Markttauglichkeit der Unternehmen geworden«<sup>8</sup>.

Wobei auch umgekehrt die Kunst von der Markttauglichkeit eines Unternehmens abhängt, ist doch die Globalisierung und Unternehmenskonzentration die größte Gefahr, insbesondere für raumgebundene und unternehmensspezifische Kunst. Die Position von Kunst am Bau ist wenig gesichert, sie ist durchaus gefährdet durch Konjunkturschwankungen und Unternehmensfusionen, verliert sie doch dabei oft nicht nur ihre Mentoren, sondern auch Aufgabe und Bedeutung.

Copyright-geschütztes Bildmaterial

<sup>8</sup> Michael Hierholzer: Lieber Kunst im Haus als Schrott am Bau, in: FAZ, 12.04.2007, Nr. 85, S. K3.



**Bärbel Kopplin ist promovierte Kunsthistorikerin, Buchautorin und Ausstellungskuratorin. Seit 1987 ist sie Kunstreferentin der HypoVereinsbank und dort im Bereich Kommunikation verantwortlich für die Konzeption und Realisierung von zahlreichen Ausstellungen zum Thema aktueller und historischer Kunst, Herausgabe von Publikationen zur Sammlung sowie kulturelles Sponsoring.**

**Seit über 15 Jahren betreut sie als Abteilungsleiterin die Kunstsammlung der Bank und zeichnet in diesem Bereich verantwortlich für die Ankaufspolitik, die Kunstausstattungen in den Bankgebäuden sowie die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zur Kunst.**

## **Dr. Bärbel Kopplin** **Kunst am Bau im internationalen Kreditinstitut**

### **HypoVereinsbank – Member of UniCredit Group**

Kunst und Kultur prägen wesentlich unser Leben und Gemeinwesen. In einer Zeit der schnellen Veränderungen, die neben allen anderen Anforderungen ein waches Wertebewusstsein fordert, kommt der Kunst eine wichtige Rolle zu. Aus dieser Motivation heraus engagiert sich die HypoVereinsbank seit vielen Jahrzehnten nachhaltig für Kunst und Kultur. Als eine der größten privaten Banken in Deutschland mit rund 23.000 Mitarbeitern, 631 Geschäftsstellen und über 4 Millionen Kunden ist es unser Ziel, Menschen zu erreichen. Gerade mit unserem Einsatz für die Kultur wollen wir vielfältige Beziehungen zwischen Wirtschaft und Gesellschaft gestalten.

Seit 2005 ist die HypoVereinsbank Teil der UniCredit Group und damit Teil einer europäischen Bankengruppe, die derzeit der viertgrößte Finanzdienstleister in Europa und das zweitgrößte börsennotierte Unternehmen in Italien ist. In Europa ist die UniCredit Group in 23 Ländern präsent. Dieses globale Netzwerk verpflichtet die UniCredit Group dazu, ihre kulturelle Vielfalt zu pflegen und sich ihrer sozialen Verantwortung zu stellen. Sie tut dies u. a. mit ihrem Engagement für die Kunst unter dem Titel »The UniCredit & Art Project«.

### **Kunst in der HypoVereinsbank**

Dieses Selbstverständnis unseres Unternehmens und auch seine Entwicklung über die letzten Jahrzehnte spielt in allen Entscheidungen um die Kunst eine Rolle. Neben dem Imageträger »Hypo-Kunsthalle« ist die Sammlung der HypoVereinsbank die zweite große Säule im Bereich des Kunstengagements der Bank. Diese über viele Jahrzehnte kontinuierlich gewachsene Unternehmenssammlung umfasst heute über 20.000 Kunstwerke, die auf alle Geschäftsstellen weltweit verteilt sind. Drei Jahrtausende Kunstgeschichte bilden den ungewöhnlich weit gefassten zeitlichen Rahmen unserer Sammlung, die damit ein ganz eigenes Profil hat und zu den bedeutendsten europäischen Unternehmenssammlungen gehört. Angefangen bei der ägyptischen Skulptur bis hin zum modernen Video birgt die Sammlung viele Schätze: alte Meister, die teils als Dauerleihgaben in öffentlichen Museen zu sehen sind, Werke der klassischen Moderne und der Avantgarde-Kunst und natürlich die Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts mit ihren kontroversen Statements, die den Sammlungsschwerpunkt bilden.

## Kunst am Bau im börsennotierten Privatunternehmen

Vor diesem Hintergrund muss man auch alle Entscheidungen der HypoVereinsbank bezüglich spezieller Aufträge sehen, die an Künstler direkt vergeben wurden, um in, an oder vor Bankgebäuden Kunst in meist größerem Maßstab und mit erhöhter öffentlicher Wirksamkeit zu realisieren.

Anders als bei öffentlich ausgeschriebenen Wettbewerben von städtischen oder staatlichen Stellen kann der private Auftraggeber aus einer persönlichen Vision oder nach eingeholtem Expertenrat selbst bestimmen, was er will. Für den privaten Bauherrn ist Kunst nicht Verpflichtung oder unausweichliches Programm, sondern eine bewusste Entscheidung, dem Gebäude einen sichtbaren »Mehrwert« zu geben, Akzente zu setzen und oftmals auch Mut zu Ungewöhnlichem zu zeigen. Kunst ist hier Imagepflege. Nur die Höhe des freiwillig geleisteten finanziellen Einsatzes setzt den Rahmen fest, ohne Zwang zur Abstimmung, ohne Rücksichtnahme auf regionale Kunstmärkte, ohne öffentliche Ausschreibung und langwierige Verfahrensprozesse. Gremien und Richtlinien als natürliche Feinde der Kunst können hier kleingeschrieben werden – und doch: Ganz ohne geht es auch beim privatwirtschaftlichen Unternehmen nicht, zumal wenn dieses sich einer breiteren Öffentlichkeit und gegenüber seinen Aktionären verpflichtet fühlt.

Bankgebäude sind immer auch öffentliche Räume. Sie sind Orte geschäftlicher Aktivitäten. Ihre Fassaden und Foyers erzählen vom Geist des Unternehmens, von Leitbildern und Zielen. In Kunst und Baukunst verdichten sich diese Vorstellungen zu konkreten Bildern. Im Zusammenspiel mit Architekten und Künstlern wurden zahlreiche Kunst am Bau-Aufträge vergeben und realisiert. Darunter befinden sich so prominente Lösungen wie eine Lichtinstallation von Dan Flavin, entstanden für das Hypo-Haus in München, oder eine mit der Architektur streng verwobene Arbeit von Sol LeWitt und Gerhard Richter in einer Düsseldorfer Hypo-Niederlassung, die von O. M. Ungers gebaut wurde.

Am Beispiel der 2003 fertiggestellten »Fünf Höfe« in München lässt sich vielleicht am besten ablesen, wie wir als privates Unternehmen als Auftraggeber für Kunst am Bau agieren.

Der hohe Qualitätsanspruch der Bauaufgabe und die Lage in der Innenstadt waren Gründe, der Kunst in diesem Areal eine wichtige Rolle zuzuweisen. Daher wurde von Anfang an in enger Zusammenarbeit mit den ausführenden

Copyright-geschütztes  
Bildmaterial

oben: Isamu Noguchi »Zwillingsplastik« 1972, HypoVereinsbank München, Am Tucherpark, Labrador und Liechtensteiner Granit, Oberfläche geflammt, Aluminium 680 x 680 cm/340 x 340 cm

rechts: Aribert von Ostrowski »Noli me tangere« 1990, HypoVereinsbank München, Rotkreuzplatz Mehrteiliger Wortfries aus 8 mm Edelstahl auf tiefdunklem Rot. Buchstabenaus 8 mm Schwarzblech auf weißem Grund





Architekten ein Kunstkonzept vom Bauherrn entwickelt. Für spezielle Situationen im Passagensystem hat die HypoVereinsbank gezielt und ohne die Ausschreibung eines Wettbewerbs Künstler angesprochen, von denen wir und die Architekten der Meinung waren, dass sie der gestellten Aufgabe gerecht würden. So kam es zu einer Zusammenarbeit mit dem Schweizer Künstler Rémy Zaugg und dem deutschen Fotografen Thomas Ruff.

An einer besonders markanten Stelle des Areals – dem sogenannten Viscardi-Hof – hat jedoch die Bank als Auftraggeber einen Wettbewerb als Entscheidungshilfe initiiert, an dem acht Künstler nach einem persönlichen Briefing teilgenommen haben. Aufgabe innerhalb der Ausschreibung war: 1. Bezugnahme auf die Architektur des Hofes, 2. Auseinandersetzung mit der übrigen Kunst in den »Fünf Höfen« und 3. Priorität einer hängenden Skulptur für den Hof. Im Auswahlkomitee waren neben der Kunstkommission des Bauherrn auch externe Berater aus internationalen Museums- und Kuratorenkreisen. Als Sieger aus diesem Wettbewerb ging Olafur Eliasson hervor, der zur Zeit der Auftragsvergabe 34 Jahre alt war und für den es eine seiner ersten großen Installationen war; also eine Herausforderung für Künstler und Auftraggeber.

Was in der retrospektiven Zusammenfassung so selbstverständlich klingt, ist das Ergebnis eines monatelangen Prozesses, in dem vor allem folgende Punkte im Vordergrund standen:

### 1. Kunst ist keine nachträgliche Verschönerungsaktion

Nur eine frühzeitige Einbeziehung des Themas Kunst in die architektonischen Planungen sichert den Erfolg.

### 2. Diskurs ist Trumpf

Entscheidend ist es auch, ein gutes Zusammenspiel zwischen Bauherrn, Nutzern, Architekten und Künstlern zu initiieren und über die gesamte Realisierungsphase in Gang zu halten. Radikale Positionen vonseiten der Künstler oder das berühmte Wechselspiel von Sicherheitsvorschriften und Pflegeleichtigkeit aus Nutzersicht müssen im Diskurs rechtzeitig geklärt werden.

### 3. Qualitätssicherung durch Expertenrat

Auch im privatwirtschaftlichen Unternehmen ist kompetenter Rat wichtig. Zur Qualitätssicherung und als Entscheidungshilfe werden Wettbewerbe ausgeschrieben, wenn es in der Sache notwendig erscheint. Entscheidend ist die Sorgfalt des Auslobers, die Kompetenz der Entscheidungsträger und die Qualität der beteiligten Künstler.

Olaf Nicolai »BILDUNG/HORTUS:  
Ein Tableau 1« 1995, HypoVereinsbank Weimar, Schillerstraße.  
Vielteilige Installation in den Vitrinen eines denkmalgeschützten Interieurs, 11 Vitrinengläser mit 17 geschliffenen Wortpaaren, 3 Vitrinengläser mit Textfragmenten, 17 Bücher und Scherenschnitte in Vitrinen angeordnet

#### 4. Kurze Entscheidungswege und Kommunikation

Der größte Vorteil des Privaten ist, dass Entscheidungen hier oftmals sehr viel kürzere Wege gehen. Den Diskurs zulassen, praktische Vorschläge einholen und weiterleiten, eine engagierte Betreuung der Künstler und aller anderen Beteiligten – das alles zusammen hilft, eine gute Idee auf den Weg zu bringen.

Für gelungene Kunst am Bau ist es letztendlich völlig unerheblich, ob der Auslober nun die öffentliche Hand oder ein privater Auftraggeber ist oder ob man sich für eine direkte Ansprache eines »Wunschkandidaten« entschließt oder erst einen Wettbewerb ausschreibt, um eine Entscheidung auf eine breitere Basis zu stellen. Viel entscheidender ist, wie ernst und frühzeitig man ein Projekt begleitet und in welcher Form man es weiterentwickelt. Die Ergebnisse sprechen für sich.



**Olafur Eliasson »Sphere« 2002/  
2003, Viscardi Hof in den Fünf  
Höfen, München, Objekt aus po-  
lierten Edelstahlbändern,  
Durchmesser 10 m, Gewicht 8 Ton-  
nen. © Beim Künstler und seinen  
Rechtsnachfolgern**



Nicole Hesseln leitet bei der Allianz AG den Bereich Privatkunden im Dienstleistungsbereich Nordost. Mit der Übernahme dieser Funktion wurde sie »qua Amt« zuständig für den Arbeitskreis Kunst und die Kunstsammlung der Allianz in Berlin.

## Nicole Hesseln Treptowers Allianz

Das Dienstleistungszentrum der Allianz in Berlin auf dem ehemaligen Gelände der AEG mit einer Folge von Hofstrukturen entlang der Spree, dem 30-geschossigen Büroturm sowie dem sanierten denkmalgeschützten früheren Industriegebäude bildet ein gelungenes Ensemble am Ostrand der Berliner Innenstadt.

### Was war der Grundgedanke beim »Kunstkonzept Treptowers«?

Der bloße Wunsch, weiße Wände mit Bildern zu schmücken und ein Haus mit Kunst »auszustatten«, war uns zu wenig. Ziel war es vielmehr, ein Kunstkonzept zu entwickeln, das sich über das ganze Gebäude erstreckt und von allen angenommen wird. Die Kombination aus Alt- und Neubau, die Lichthöfe, die langen, schmalen Gänge stellten dabei gleichzeitig eine besondere Schwierigkeit und einen besonderen Reiz dar.

Neben den architektonischen Gegebenheiten flossen die Anforderungen unserer Büroorganisation und der Arbeitsabläufe in unser Kunstkonzept ein. So verlangten die langen, gleichförmigen Gänge und die speziellen Lichtverhältnisse auf allen Etagen eine besondere ästhetische Ausgestaltung. Die unterschiedliche und konsequent künstlerische Gestaltung beinhaltet u. a. eine Orientierungsfunktion für alle Mitarbeiter. Der Mitarbeiter steigt aus dem Fahrstuhl und weiß sofort, wo er ist.

### Wie wurde das Konzept umgesetzt?

Im Vordergrund steht die konstruktivistische Kunst, die unser Haus mit Leben erfüllt – und das ist ein wichtiger Beitrag zur Unternehmenskultur und zur Außendarstellung der Allianz. Die Farben, Formen und Objekte beziehen sich ganz konkret auf die architektonischen Gegebenheiten, sie sind vielfach – beispielsweise in der Raumauflösung der Gänge – geradezu »maßgeschneidert«. Insgesamt 107 Künstler aus 15 Nationen schufen – im Dialog mit der Architektur – Bilder, Grafiken, Fotocollagen, Wandbemalungen, Klang- und Lichtkunst und erfüllten so die streng geschnittenen, kahlen Innenräume mit Leben. Rund 500 Werke können betrachtet werden.

### Welche künstlerischen Schwerpunkte wurden gesetzt?

Es gibt natürlich bei einem Kunstkonzept einige Schwerpunkte mit einem klaren Bezug zu Region und Geschichte – in unserem Fall die »Berlinwand«. Auf der Grenz wand vom Alt- zum Neubau wurde das Thema Berlin über fünf

Copyright-geschütztes Bildmaterial



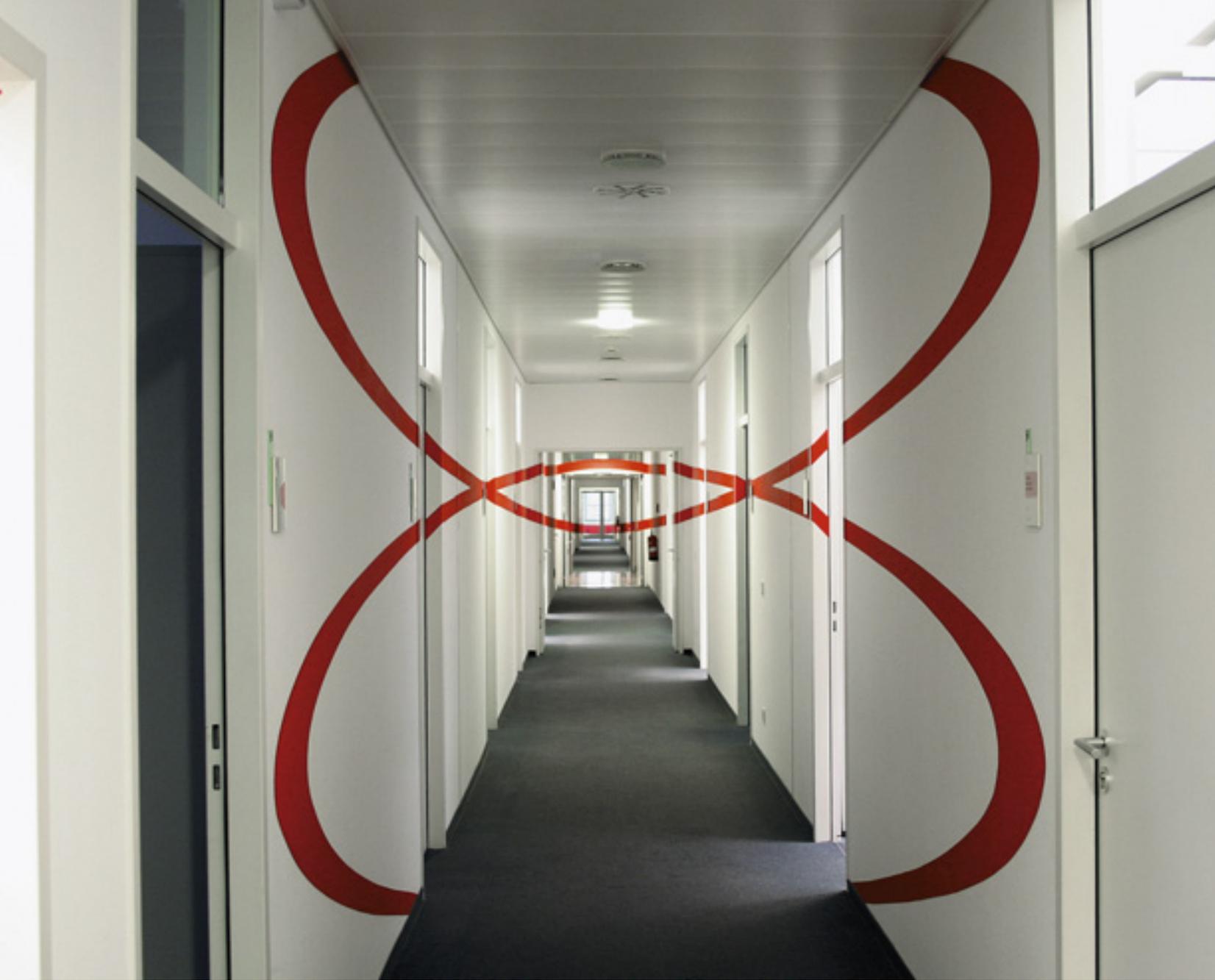
Etagen künstlerisch bearbeitet. In vier Etagen ist das Motiv die Stadt Berlin und im Erdgeschoss ist es die Umgebung der Stadt, das Land Brandenburg.

In den repräsentativen Bereichen wie Eingangshalle, Kundenzentrum, Erschließungsflure und Casino ist die Sammlung konstruktivistischer Kunst untergebracht. Die Sammlung zeigt die internationale Breite der konkreten Kunst aus den Bereichen Natur, Struktur und Kinetik, so z. B. die »Erdabreibungen« von Herman de Vries. Gleich in der Eingangshalle ist ein Werk von Carl Andre in den Boden eingelassen, der mit den minimalen Differenzen von Fläche, Raum und Materialien arbeitet und so Skulpturen schafft, die »flach wie Wasser« sind.

Vor den Konferenzräumen sorgen 14 Lichtinstallationen für »Leuchtende Vorbilder«. Vollrad Kutscher projiziert mit kleinen Glühbirnen auf hohen Stahlstelen historische Personen an die Wand, von Friedrich dem Großen über Marlene Dietrich bis John F. Kennedy.

**links: Jo Schöpfer, Ohne Titel, 1998 Allianzgebäude, Berlin. Konturen, Schatten, Gitter und Formen um, hinter, vor oder neben Leerräumen: Nahtstellen zwischen Volumen und Raum**

**rechts: Felice Varini »Double cercle ouvert pour couloir« 1998, Allianzgebäude, Berlin. Architektonischer Raum und alles, was diesen konstituiert, ist das Aktionsfeld von Felice Varini. Er legt einen Blickpunkt fest, von welchem ausgehend eine Form konstruiert oder dekonstruiert wird. Entsprechend diesem Prinzip erfährt der Betrachter die Deutung der Figur, wenn er oder sie sich in Richtung auf den Blickpunkt zubewegt.**



## Ist diese Kunst nur den Mitarbeitern vorbehalten?

Unser Haus wird nicht nur während der Arbeitszeiten, sondern auch darüber hinaus mit Leben erfüllt. Die Kunst ist nicht nur für unsere Mitarbeiter da, sondern auch für Kunden und Menschen, die in der näheren Umgebung wohnen. Täglich gibt es Führungen, am 2. Samstag des Monats steht das Haus allen Interessierten offen. Seit Bezug der Treptowers konnten wir über 50.000 Besucher begrüßen, die unsere ständige Sammlung betrachtet haben. Zusätzlich gestalten wir in unseren Räumlichkeiten Wechsausstellungen mit Werken junger Künstler. Für uns stellen die Treptowers kein reines Verwaltungsgebäude dar, sondern vielmehr einen Ort der Begegnungen für alle Berliner.

Wer heute durch die Treptowers geht, wird stundenlang verweilen wollen. Ein moderner, lebendiger Kunstraum ist entstanden, der an jeder Ecke und in jedem Gang zum Betrachten, zum Genießen und zum Austausch mit künstlerischen Werken einlädt.



**Hannelore Landrock »Kalt, Kalt, Kalt, Waarm .... Heiß« 1998, Allianzgebäude, Berlin. Die Künstlerin entwickelt zwischen den beiden Polen Spree (blau) und dem Altbau (rot) ein Orientierungssystem durch Farbabstufungen.**



**Felix Schlatter ist Hotelier. Schon bei seiner Tätigkeit für die Genossenschaft Laudinella im schweizerischen St. Moritz legte er einen Schwerpunkt auf die Kultur. Sein Hamburger Hotel Wedina erregt nicht nur durch Architektur und Kunst am Bau Aufsehen, sondern auch durch den interdisziplinären Umgang mit Kunst und Kultur. Dafür erhielt das Hotel 2006 beim Deutschen Kulturförderpreis eine Auszeichnung.**

## **Felix Schlatter**

### **Mehrwert Kunst am Bau**

Hotelbauten sind für jeden Architekten eine besondere Herausforderung mit zwei Schwerpunkten, dem städtebaulichen und dem betrieblichen. Das Innenleben muss für den Gast und den Mitarbeiter gestaltet werden. Die Hauptmasse besteht aus Hotelzimmern, ein bis zwei Ebenen Gastronomie-räumlichkeiten, Eingang und Lobby, rückwärtige Ökonomieanlagen, und je nach Größe und Kategorie kommen Säle, Wellnessbereiche, Pools etc. dazu. Vom Riesen-Resort bis zum kleinen Stadt-Garni-Hotel gibt es unzählige, mehrheitlich triviale Varianten.

Die Quadratur des Kreises beginnt beim Hotelzimmer, das mindestens einen Schlaf- und Hygienebereich aufweisen sollte, und hört bei der Gestaltung der Gastronomieanlagen noch lange nicht auf; allseits toben sich Architekten, Innenarchitekten, Restaurantfachleute, Bauherren und deren Beraterinnen und Berater an den Objekten aus. Die Anlagen sind einem ständigen Wandel unterworfen, die Abnutzung von Hotelzimmern ist beträchtlich und ein Zimmer, das älter als zehn Jahre ist, benötigt bereits wieder Auffrischung.

Als ich 1991 das Hotel Wedina im Hamburger Stadtteil St. Georg kaufte, war die Liegenschaft innen und außen in sanierungsbedürftigem Zustand. Ursprünglich bestand der Betrieb aus zwei Gebäuden, Gurlittstraße 23 und 36. Einige Jahre später wuchs das Unternehmen um zwei weitere Gebäude, Gurlittstraße 38 und Koppel 33. Welche Identität konnte ich diesem heterogenen Gebilde geben? Vier komplett unterschiedliche Gebäudetypen, vom gelben Biedermeierhaus bis zum modern-minimalistischen Grünen Haus, einem Neubau, sollten zu einem Hotel umgestaltet werden.

Mit Markus Maria Schell vom Berliner Büro ZweiEinsDrei hatte ich das Glück, einen originellen, neurosefreien, unbelasteten Hotelarchitekten mit breitem Horizont und besten Kontakten zur Kunstszene zu finden. Für uns ist Kunst am Bau nicht ein verpflichtendes add-on wie bei öffentlichen Bauten. Kunst am Bau ist für uns genauso notwendig wie die Haustechnik, ein integraler Planungsbestandteil. Ohne Kunst erreichen wir unser Ziel, ein gelungenes Ambiente für den Gast zu gestalten, auf keinen Fall. Ein Abflussrohr ist ein Abflussrohr, ohne das funktioniert kein Gebäude. Kunst ist genauso wichtig, aber eben anders. Dieser Ansatz ist sicher ungewöhnlich, da Kunst immer außerhalb der normalen Wahrnehmung dargestellt und präsentiert wird. Kunst am Bau muss unzertrennlich mit dem Rest verwoben sein, sie folgt der



Asterumfahrt  
Wartung 1.48%

inneren Logik des Gebäudes. Sie darf nicht zur Dekoration verkommen, wie dies ja meistens der Fall ist: Man hat eine Hotelhalle, einen Korridor, ein Zimmer, und braucht hierfür noch etwas Kunst. Der Kunstbegriff muss schlicht und einfach gelebt werden, ohne von außen aufgesetzt zu wirken. Das funktioniert jedoch nur, wenn alle am Bau Beteiligten offen dafür sind, sich auf ein Experiment einzulassen.

Am Anfang waren die Farben. Der Gast kommt an im Roten Haus und wird dann ins Gelbe, Blaue oder Grüne Haus gebracht. Empfang, Restaurant, Garten und rückwärtige Räume sind im Roten Haus, in den anderen drei wird nur gewohnt. Es entstand die Idee, die Wege zwischen dem Blauen, Gelben und Grünen Haus künstlerisch zu gestalten. Korridore und Treppenhäuser erreichen alle Gäste, das Zimmer immer nur den Einzelnen. Barbara Steppe gestaltete den Gang im Blauen Haus mit ihrem Objekt »Transit« und Fritz Balhaus das Treppenhaus Grün mit »LupoLupo«. Die Künstler wurden von Anfang an in die Planung einbezogen und standen in engem Kontakt mit Architekt und Bauherr.

**Barbara Steppe »Transit – ein Tag in Hamburg« 2002, grauer und rot pigmentierter Beton, Hotel Wedina in Hamburg, Eingangsbereich Blaues Haus**

Die Arbeit wurde für einen 18 Meter langen Flur im Hotel Wedina in Hamburg entwickelt. Dafür wurden im Herbst 2001 30 Hotelgäste gebeten, 24 Stunden ihres Aufenthalts in Hamburg zu protokollieren und ihre Tätigkeiten mit exakter Zeitangabe zu notieren. Die Informationen aus den Protokollen wurden zusammengefasst und bildhaft umgesetzt. Der Flur wurde so zu einem Porträt des durchschnittlichen Hotelgasts: Die Wände, der Boden und die Decke sind einheitlich mit grauem Beton ausgelegt. Darin sind verschieden große, rot pigmentierte Betonflächen eingearbeitet. Diese roten Flächen sind mit jeweils einer Tätigkeit und dem dazugehörigen Zeitraum beschriftet, der in Prozent angegeben ist. Die Gesamtheit der roten Flächen repräsentiert alle Tätigkeiten innerhalb von 24 Stunden. Die Größe einer einzelnen roten Fläche entspricht der Zeit, die eine Tätigkeit in Anspruch genommen hat.



Die Installationen lösten bei unseren Gästen die unterschiedlichsten Reaktionen aus, vor allem aber eine positive Wahrnehmung. Literaten, die vom Literaturhaus Hamburg eingeladen werden, wohnen kostenlos im Wedina unter der Bedingung, ein Exemplar des Werkes, welches sie in der Hansestadt vorstellen, unserer Bibliothek zu widmen. Aus dieser nun bereits zehnjährigen Zusammenarbeit entstand eine kostbare, zeitgenössische Bibliothek, die ihresgleichen sucht. Diese Bibliothek ist im Roten Haus untergebracht, frei zugänglich für unsere Gäste. Ein weiterer künstlerischer Aspekt ergibt sich aus den Autorenzimmern im Blauen Haus, wo jedes Zimmer einem Autor

gewidmet ist. In diesem Zimmer findet der Gast das gesamte Werk, eine Bibliografie und ein Autograf des Literaten.

Die Kombination von gestaltender Kunst und Literatur lässt eine unverwechselbare Atmosphäre entstehen, die vom Gast auch unbewusst wahrgenommen wird, das Hotel jedoch entscheidend prägt. Nicht zuletzt fühlen sich auch die Mitarbeiter in diesem Umfeld gut aufgehoben.

Ein aktiv gelebtes künstlerisch-kulturelles Engagement ist Teil meiner Unternehmensphilosophie. Im Engadin bin ich für die kulturell orientierte Genossenschaft Laudinella tätig, die auf 1800 m ü. M. nicht nur ein großes Hotel mit über 200 Zimmern und fünf Restaurants, sondern vor allem auch ein breites Kulturprogramm in den Bereichen Musik, Literatur und bildende Künste betreibt und mit einem »artist-in-residence«-Programm Künstler aus den verschiedensten Bereichen ins Engadin einlädt. Nicht nur die Künste, vor allem die Künstler müssen ins Haus. Dieses Engagement kommt mehrfach zurück, dies beweisen das kleine Haus in St. Georg und das große Haus in St. Moritz.

**Katharina Grosse gewann unlängst einen Wettbewerb für eine Wandgestaltung im künftigen Dienstsitz des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.**

**Hier: Katharina Grosse, Sprüharbeit an der Wand, 2005, 220 cm x 2300 cm, HypoVereinsbank München, Kardinal-Faulhaber-Str. 1**

Copyright-geschütztes Bildmaterial



**Birgit Jacke-Ziegert ist Architektin. Sie arbeitet im Referat IV S 3 Projektentwicklung, Planung, Wettbewerbe, Zuwendungsmaßnahmen (Inland) beim Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung. In dieser Funktion betreute sie zahlreiche »Kunst am Bau«-Verfahren der öffentlichen Hand.**

## **Birgit Jacke-Ziegert**

### **Mehrwert Kunst am Bau für die öffentliche Hand**

Das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) ist eine Bundesoberbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS). Es betreut die wichtigsten Bundesbauten im In- und Ausland und unterstützt die Bundesregierung durch fachlich-wissenschaftliche Beratung auf den Gebieten des Bau- und Wohnungswesens, der Raumordnung und des Städtebaus.

Als Vertreter des Bauherren Bund übernimmt das BBR eine besondere baukulturelle Verantwortung für seine Bauwerke. Seit Anfang der 1950er Jahre gehört die Kunst am Bau als integraler Bestandteil der Baumaßnahmen zur Bauherrenaufgabe des Bundes. In den Richtlinien für die Durchführung von Bauaufgaben des Bundes (RBBau K7) und den Richtlinien für die Durchführung von Zuwendungsmaßnahmen (RZBau) ist die Beteiligung bildender Künstler verankert und mit der Einführung des Leitfadens zur Kunst am Bau im Jahr 2005 konkretisiert worden. Neben der Darstellung angemessener Verfahren zur Umsetzung von Kunst am Bau wird hier die Kostenermittlung für die Kunst am Bau-Projekte der Baumaßnahmen beschrieben, die bereits zu Beginn einer Baumaßnahme festgelegt und nicht mehr zugunsten des Bauvorhabens eingespart werden können.

Als ein weiterer Baustein von Baukultur gelten Wettbewerbe. Gemäß dem Leitfaden Kunst am Bau erfolgt die Beteiligung bildender Künstler in der Regel durch Wettbewerbe mit dem Ziel, die beste Lösung für die jeweilige Aufgabe zu finden. Die Wettbewerbe sind nicht nur eine Gewähr für ein transparentes Vergabeverfahren, sie dienen auch der Qualitätsfindung. Schließlich soll mit der Durchführung von Wettbewerben auch jüngeren oder noch unbekanntem Künstlern die Chance einer Teilnahme eingeräumt werden. Im besten Fall kann diese Teilnahme zum Erfolg führen und den Künstler auf seinem weiteren Berufsweg unterstützen. Gleichzeitig motiviert ein Wettbewerb die beteiligten Künstler und bietet dem Auslober eine breite Palette verschiedener Lösungsansätze.

Die Wettbewerbe können als anonyme offene oder beschränkte Wettbewerbe ausgelobt werden. Die beschränkten Verfahren werden als beschränkt-offene Bewerbungsverfahren, als Einladungswettbewerbe oder als kooperative Verfahren durchgeführt. Um ein Verfahren von Beginn an mit den Beteiligten, insbesondere mit dem Nutzer des Gebäudes, aber auch mit den Architekten,

den Projektmanagementreferaten und dem BMVBS abzustimmen, werden die Rahmenbedingungen für ein Verfahren möglichst frühzeitig einvernehmlich abgesteckt. Dazu gehören die Festlegung der Wettbewerbsart, der Kunststandorte, der Termine und die Aufteilung der Kosten. Bei der Auswahl der Künstler beraten externe Kunstsachverständige. Die Teilnehmer der Juries und Auswahlgremien werden nach Rücksprache mit den Künstlerverbänden festgelegt.

Leider kommt es immer wieder vor, dass der Nutzer (d. h. die jeweilige Behörde oder Institution) die Empfehlung des Preisgerichts nicht mittragen möchte und von seinem Vetorecht Gebrauch macht, das ihm laut Leitfa- den Kunst am Bau zusteht. Gerade hier gilt es, Überzeugungsarbeit nicht nur während einer Jurysitzung zu leisten, sondern auch im Nachgang, um die zur Ausführung empfohlene Arbeit später tatsächlich realisieren zu können.

Viele Kunst am Bau-Projekte, die in den letzten Jahren entstanden sind, sind herausragende Ergebnisse von Wettbewerben. Im Rahmen der Kunstkonzepte der Bundesregierung und des Bundestages sind nach dem Regierungsumzug einige Aufträge auch direkt an sehr renommierte Künstler vergeben worden. Arbeiten, die im öffentlichen oder halb öffentlichen Raum realisiert wurden, haben für die Öffentlichkeit einen hohen Wiedererkennungswert. Manche Arbeiten erscheinen als Hintergrund für Berichte aus der Politik und stehen so durch ihre mediale Präsenz stellvertretend für die Bauwerke.

Die Kunst am Bau des Bundes stellt (auch) für den Bund einen bedeutenden »Mehrwert« dar. Sie ist ein Spiegel der Vielfalt und Qualität an künstlerischen Leistungen, sie will neue Sichtweisen eröffnen und ein Angebot schaffen, sich mit Kunst, Kultur, Gesellschaft oder Geschichte auseinanderzusetzen. Sie fördert die soziokulturelle Identifikation nach innen und außen und tritt für eine ästhetische Bildung ein.

Mit der Kunst am Bau in den Auslandsbauten ist die Aufgabe verknüpft, die Kultur und die Werte unseres Landes als Botschaft zu vermitteln. Die Kunst am Bau des Bundes trägt als nationale Visitenkarte dazu bei, die Bedeutung der Baukultur für die Kulturnation Deutschland hervorzuheben und zu stärken.



Jo Schöpfer ist Bildhauer mit einer großen Affinität zur Architektur. Zahlreiche Einzel- und Gruppenausstellungen, viele Kunstpreise. Schatzmeister des Deutschen Künstlerbundes und Mitglied im Sachverständigenkreis Kunst am Bau des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung.

## Jo Schöpfer

### Fünf Voraussetzungen für das Gelingen von Kunst am Bau

Zum Begriff »Kunst am Bau« bzw. »Kunst im öffentlichen Raum«: Es gibt die freie, selbst initiierte Atelierarbeit eines Künstlers. Der Künstler besitzt unerschütterliches Sendungsbewusstsein oder geht zumindest davon aus, dass später seine Arbeit irgendjemanden interessieren wird: Er arbeitet weitgehend ohne äußeren Anlass. Im Gegensatz dazu ist für eine Arbeit zur Kunst am Bau ein äußerer Anlass gegeben. Es gibt eine Aufgabe, die zu bewältigen ist und für die einige Voraussetzungen notwendig sind:

1. ein Anlass, meist ein Neubau oder Umbau, aber warum nicht auch eine bestehende Räumlichkeit?
2. ein Initiator, d. h. einer der am Bauvorhaben Beteiligten muss es »wollen«! Einer muss das Gefühl haben, dass durch das Hinzuziehen eines Künstlers das Bauvorhaben einen Mehrwert erhält. Das kann der Bauherr sein, aber auch der Architekt, warum nicht auch die Mitarbeiter oder der Investor? Vielleicht auch die Öffentlichkeit?
3. Die Aufgabe muss sorgfältig überlegt und formuliert werden.
4. Ein oder mehrere Künstler (für einen Wettbewerb) müssen gefunden werden.
5. Am Ende muss der Künstler in der Lage sein, auf die räumlichen, technischen und inhaltlichen Gegebenheiten einzugehen.

Ist 1. der Anlass gegeben, stellt sich 2. die Frage nach einem Gefühl des Managers, das eine Initiative entstehen lässt und die Kunst am Bau mit einbezieht. Viele Bauprojekte (gerade diejenigen privater Unternehmen) kranken daran, dass strenge Planungsabläufe, deren Management und nicht zuletzt die Finanzierung viel Kraft verbrauchen, und in der Folge eine identitätslose, austauschbare, mittelmäßige Architektur entsteht.

Den beteiligten Architekten sind die Hände gebunden, ihre Aufgabe ist durch den Bauherren sehr eng formuliert und sie haben kaum Möglichkeiten, ein »Plus« hinzuzufügen – oder sie sind selbst unmotiviert. Die Aufgabe der Architekten ist konstruktiv und funktionell. Alle am Projekt Beteiligten sind durch die Aufgabe außer Atem und haben keine zusätzliche Kraft und Zeit. Nur eine/einer hat, oder hätte, den Kopf noch frei – weil sie/er nicht in diese Zwänge eingebunden ist: eine Künstlerin oder ein Künstler!

Copyright-geschütztes Bildmaterial



Diese freie Stelle ist die Chance für den Bauherren, sein Bauvorhaben aus anderem Blickwinkel mit Abstand überdenken zu lassen und daraus ein übergreifendes Konzept zu entwickeln. Die individuelle Arbeitsweise eines Künstlers kann subversiv sein. Dies muss aber nicht zwangsläufig Hindernis und Bauverzögerung bedeuten. Mit der Kunst am Bau können zusätzlich inhaltliche und historische Bezüge sichtbar gemacht, ebenso auch ästhetische Momente dem Bau hinzugefügt werden, die das Auftreten des Unternehmens nach außen positiv beeinflussen, vor allem unverwechselbare Identität bilden, und nach innen das Verständnis für den Bau und das Arbeitsklima, das Befinden des Nutzers (der Mitarbeiter) verbessern.

Hierzu halte ich ein gleichberechtigtes Arbeitsverhältnis zwischen Bauherren, Architekten und allen Beteiligten für notwendig! Der Bauherr sollte nicht nur Auftraggeber, der Architekt nicht nur Vermittler zwischen den Gewerken und dem Auftraggeber sein, und die Kunst sollte nicht nur als Dienstleister verstanden werden: Alle stricken am gleichen Strumpf der kulturellen Gesellschaft, und es ist durchaus möglich, dass der Strumpf auch noch farbige Streifen erhält.

Private Unternehmen besitzen gerade hier deutlich schnellere und direktere Umsetzungsmöglichkeiten als öffentliche Behörden – wenn sie nur wollten!

**Jo Schöpfer, Ohne Titel, 1998,  
Allianzgebäude, Berlin.**

Leider – oder glücklicherweise? – sind bislang öffentliche Baubehörden Vorreiter für ein Bewusstsein über Baukultur und deren Umsetzung!

3. Wenn ein Bedürfnis zur Beseitigung des Mangels vorhanden ist/wäre, sollten die Prozessbeteiligten ihr Projekt inhaltlich überdenken und eine Aufgabe formulieren – oder sich beraten lassen. Ein Unternehmen sollte aber seine »Corporate Identity« selbst formulieren können und nicht von Werbeagenturen kaufen. Leider ist hier eine erschreckende Bedürfnis- und Sprachlosigkeit festzustellen.

Ist also 4. die Aufgabe formuliert, könnte die Kunst hinzugerufen werden. Kann die Aufgabe nicht umrissen werden, kann dennoch nur die Kunst weiterhelfen. Unternehmen können die erprobten Vorgehensweisen der Behörden übernehmen und sich von einem Kunst am Bau-Wettbewerb überraschen lassen (s. Leitfaden). Zusätzlich stehen auch die Informationsmöglichkeiten über freie Kuratoren, Galerien und Künstlerverbände zur Verfügung: [www.bbk-bundesverband.de](http://www.bbk-bundesverband.de), [www.kulturwerk.de](http://www.kulturwerk.de) oder beim Deutschen Künstlerbund (pro domo): [www.kuenstlerbund.de](http://www.kuenstlerbund.de). Hier wurde unlängst eine »Kunst am Bau«-Datenbank eingerichtet, in der viele Beispiele und Verfahren aufgezeigt werden, die bei der Künstlersuche hilfreich sein können.

Neben den vorbildlichen Verfahrensweisen des Bundes, der Länder und der Kommunen steht es den privaten Unternehmen jedoch frei, auch andere Verfahren zu wählen: Es ist ebenso vorstellbar, den Architekten ein gewichtigeres Vorschlagsrecht bei der Künstlerwahl einzuräumen und den Künstler bereits bei Beginn der Planungsarbeiten mit einzubeziehen.

5. Und zu guter Letzt muss für die Auswahl die Voraussetzung des Künstlers erwähnt werden, die ihn befähigt, auf die räumlichen, technisch-baulichen und inhaltlichen Gegebenheiten einzugehen. Seine sensiblen Fähigkeiten sind in freier, autonomer Arbeit im Atelier erprobt und erwiesen. Dies bildet die Grundlage für eine intensive und langlebige Realisierung der Aufgabe ... und nicht der Blick auf den Lesetisch der Celebrities, dem sich viele private Unternehmen allzu leicht ergeben.

Bei den privaten Bauherren ist Beratungsbedarf festzustellen – nur ist vielen Bauherren und Architekten leider nicht bewusst, dass dieser Bedarf besteht.

## Kunst am Bau – Chance für junge Künstler?

Architektur und Kunst im Dialog

**5. Werkstattgespräch Kunst am Bau, Freitag, 30. Januar 2009, 16.00 Uhr,  
Hochschule für Bildende Künste Dresden, Brühlsche Terrasse 1  
Vorträge: 16.00–18.00 Uhr, Diskussion: 18.30–20.00 Uhr**

Um Chancen und Hürden im Kontext von Kunst am Bau geht es beim 5. Werkstattgespräch. Rahmenbedingungen, Anforderungen und Erwartungshaltungen sowie Ablauf und Prozess der Entstehung von Kunst am Bau stehen im Zentrum der Werkberichte und Diskussionsbeiträge. Damit sollen Anregungen für Studierende und Auslober für künftige Kunst am Bau-Wettbewerbe gegeben werden. Begleitend werden einige siegreiche Wettbewerbsentwürfe der letzten Jahre ausgestellt.

**Beiträge Prof. Olaf Lauströer, Architekt, Hochschule für Bildende Künste Dresden** Professor für Architektur und übergreifende Raumgestaltung / **Prof. Monika Brandmeier, Bildhauerin, HfBK Dresden** Professorin für Bildhauerei und architekturbezogene Medien, Mitglied der Kunstkommission der Stadt Dresden, Mitglied im Sachverständigenkreis Kunst am Bau des BMVBS / **Beate Hückelheim-Kaune, Architektin, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung** Referatsleiterin Projektentwicklung, Planung, Wettbewerbe, Zuwendungsmaßnahmen / **Prof. Harald Klingelhöller, Bildhauer, Staatliche Akademie der Bildenden Künste, Karlsruhe** Professor für Malerei und Bildhauerei, Mitglied im Sachverständigenkreis Kunst am Bau des BMVBS / **Veronika Kellendorfer, bildende Künstlerin, Berlin** zuletzt Preisträgerin des »Kunst am Bau«-Wettbewerbs für das BMFSFJ (Glaswand) / **Moderation Brigitte Werneburg**, Kunstredakteurin der taz und Mitglied im Sachverständigenkreis Kunst am Bau des BMVBS

Anmeldung nicht erforderlich.  
Weitere Informationen:  
[kunstambau@urbanizers.de](mailto:kunstambau@urbanizers.de)

## Studentenwettbewerb Kunst am Bau

Mitte Februar wird das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung einen Kunst am Bau Wettbewerb für die Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) ausloben. Die BAM ist eine Bundesoberbehörde, die zum Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie gehört. 2011 ist die Fertigstellung eines neuen Dienstgebäudes für die BAM in Berlin-Adlershof geplant. Der Wettbewerb ist beschränkt auf Studierende der Fachrichtung Kunst, die zum Abgabezeitpunkt an einer bundesdeutschen Hochschule (ab dem 5. Fachsemester) immatrikuliert sind.

Details zum Wettbewerb sind ab Anfang Februar unter [www.bbr.bund.de](http://www.bbr.bund.de) oder [kunstambau@bbr.bund.de](mailto:kunstambau@bbr.bund.de) abzurufen.

Herausgeber  
Bundesministerium für Verkehr,  
Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)  
Referat B 13, Leiter des Referats:  
BauDir Hans-Dieter Hegner,  
Projektleitung: Dr. Ute Chibidziura  
Invalidenstraße 44  
10115 Berlin

Konzept und Bearbeitung  
Urbanizers Büro für städtische Konzepte, Berlin  
Marie Neumüllers M.A., Dr. Bärbel Müller

Layout  
fernkopie, Berlin

Druck  
DruckVerlag Kettler, Bönen/Westfalen

Fotografien U2, 1, 3, 17, 23, 27, 31, 33  
Milena Schlösser

Copyright für die Werke von Stephan Balkenhol,  
Dan Flavin, Katharina Grosse, Sol LeWitt, Olaf Nicolai,  
Isamu Noguchi, Aribert von Ostrowski, Peter  
Zimmermann © VG BILDKUNST 2000, 2004, 2008.  
Alle anderen Rechte, soweit nicht anders angegeben,  
bei den Autoren, Künstlern und Fotografen

Bestellungen  
Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung  
KunstamBau@bbr.bund.de, Stichwort: Private

Nachdruck und Vervielfältigung  
Alle Rechte vorbehalten  
Januar 2009

Weitere Materialien zu Kunst am Bau finden Sie auf  
den Internetseiten von BMVBS und BBR unter  
[www.bmvbs.de](http://www.bmvbs.de) und [www.bbr.bund.de](http://www.bbr.bund.de)  
Diese Information stammt aus dem Internetangebot  
des Bundesministeriums für  
Verkehr, Bau und Stadtentwicklung,  
Bitte beachten Sie den rechtlichen Hinweis unter  
<http://www.bmvbs.de/impressum>



# 4.

Kunst am Bau gehört zur öffentlichen Bauherrenaufgabe des Bundes. Aber auch private Bauherren geben baubezogene Kunstwerke in Auftrag. Welche Rolle spielt Kunst am Bau bei den Kulturkonzepten kleiner, mittlerer und großer Unternehmen unterschiedlicher Branchen? Was sind die Erwartungen, Vorgehensweisen und Ergebnisse und in welchem Verhältnis stehen sie zur Kunst am Bau Praxis des Bundes?

Januar 2009

Auch die nächsten Werkstattgespräche werden in dieser Reihe dokumentiert.