

# Daimler Art Collection

Renate Wiehager im [Daimler Blog](#), 01.09.2014

*Warum sammelt Daimler Kunst? Oder: Warum sammelt überhaupt ein Automobilunternehmen Kunst? Welche Ziele verfolgt die Daimler Art Collection?*

Das sind Fragen, die mir immer wieder gestellt werden: von Kollegen und Kolleginnen, von Besucher/innen unserer Ausstellungen in Deutschland und in aller Welt. Für mich ist das natürlich ganz klar: wir – wir die Mitarbeiter von Daimler/Mercedes-Benz – sind Teil einer Gesellschaft, in der Kunst und Kultur seit Jahrhunderten und auch heute eine wichtige Rolle spielen, sie prägen, wenn auch nicht immer bewusst, unser Denken und Handeln. Und in unserem Unternehmen gibt es alles, was unsere Zeit und unsere Gesellschaft ausmacht: tolles Design für tolle Produkte, state of the art Technologie, die innovativsten Lösungen zu Mobilität und Sicherheit, Architektur und Jugendförderung, Forschung und Fortbildung – und eben auch Kunst. Und das seit mehr als 35 Jahren. Und auf höchstem musealem Niveau.

Dabei bin ich selbst keine „geborene Künstlerin“ oder stamme aus einer Familie, die dazu einen großen Hang hatte. Gemalt habe ich nur als Kind, wie alle. Wahrscheinlich also ist der Kieler Uniprofessor Schuld, dessen höfliche Einladung zu einem Besuch im Emil Nolde Museum im norddeutschen Seebüll ich nicht ausschlagen konnte. Oder es waren die ersten Dali-Poster, die ich geschenkt bekam. Vielleicht auch die Klassenfahrt nach Paris, die mich, die ich keine Ahnung von Kunst hatte, plötzlich vor die riesigen Ausmaße der Seerosenbilder von Monet führte.

Wie auch immer, irgendwann hat es mich gepackt, ich fühlte zunächst, wusste später, dass ich mit Kunst und Literatur auf andere, tiefer gehende Weise etwas lernen und verstehen kann über Traditionen, kulturelle

**D**

**A C**

Prägungen, Zeitgeschichte, die meine Gegenwart ausmachen. Darüber nachzudenken, warum Andy Warhol 1963 das Motiv der „Marilyn“ hundertfach, wie ein Fließbandprodukt malt, oder warum Joseph Beuys 1982 in Kassel zur documenta Ausstellung 7000 Eichen pflanzen lässt, als künstlerisch-politische Skulptur, als „soziale Plastik“! – das hat mir mehr eröffnet, als viele theoretische Bücher.

### *Nun aber zu den Zielen der Daimler Art Collection...*

Hier unterscheiden wir zwischen inhaltlichen und kuratorischen Zielen auf der einen Seite. Und auf der anderen Seite zwischen kommunikativen und bildungsbezogenen Zielen.

Inhaltlich und kuratorisch versuchen wir, der Sammlung eine klare, erkennbare kunsthistorische Ausrichtung zu geben, ohne den Bestand der rund 2.000 Kunstwerke stilistisch zu sehr einzuengen. Unser Schwerpunkt liegt im Bereich der abstrakten Avantgarden des 20. Jahrhunderts bis in die aktuelle Kunst. Von den frühen Schülern Adolf Hölzels in Stuttgart um 1910, unter anderem Willi Baumeister oder Oskar Schlemmer, über Bauhaus, konstruktive und konkrete Tendenzen, europäische Nachkriegsabstraktion und Zero Avantgarde, gefolgt von Kunstentwicklungen der 1960er bis 80er Jahre: Minimal und Conceptual Art sowie Neo Geo und deren Nachfolger bis in die Gegenwart hinein.

Bei den kommunikativen beziehungsweise „Bildungs-Zielen“ der Sammlung haben wir unser Angebot an verschiedenen Ausstellungs- und Informationsformaten seit 2001 kontinuierlich ausgebaut: alle Ausstellungen im Unternehmen und extern werden begleitet von erläuternden Texten, Katalogen, Führungen, Künstlergesprächen, Workshops für Kinder und Jugendliche etc. Mit mir arbeitet ein kleines festes Team: zwei organisatorische Assistentinnen in Stuttgart sowie eine Sekretärin, in Berlin leitet eine Kunsthistorikerin unseren öffentlichen Ausstellungsraum, den „Daimler Contemporary“ im Haus Huth am Potsdamer Platz Berlin.

Neben den thematischen Wechselausstellungen und Kunstkonzepten im Unternehmen sowie öffentlichen Ausstellungen in Berlin haben wir parallel auf Anfrage auch Ausstellungen in verschiedenen deutschen Museen

**D**

**A C**

organisiert, wie etwa in Sindelfingen, Würzburg oder Kiel.

Im Jahr 2003 startete dann die Welttournee der Daimler Art Collection. Mit einem ersten Überblick im Museum für Neue Kunst/ZKM Karlsruhe, gefolgt von großen Ausstellungen in Detroit, Singapur, Tokyo, Südafrika, Südamerika oder Wien.

### *Die Daimler Kunst-Sammlung sollte sich nach thematischen Richtungen weiterentwickeln*

Zunächst einmal habe ich die Sammlung von einer europäischen Unternehmenssammlung mit Schwerpunkt im Bereich der Süddeutschen Avantgarden und der Konkreten Kunst zu einer Sammlung internationaler Gegenwartskunst erweitert. Mit Werkgruppen amerikanischer, südamerikanischer, asiatischer, australischer, südafrikanischer Kunst, aber auch mit neuen Werkgruppen von europäischen Künstlern, von den 1960er Jahren bis heute. Aktuell bauen wir einen neuen Sammlungskomplex chinesischer Gegenwartskunst auf, den wir 2015 zunächst in Berlin und dann in Stuttgart vorstellen werden.

Die sogenannte „Erweiterung“ der Sammlung betrifft auch die Ergänzung des Schwerpunktes Malerei, wie er bis 2001 vorherrschend war, durch die verstärkte Einbeziehung von Fotografie, Video sowie Mixed Media. Diese Erweiterung ging einher mit der Einbeziehung politischer und gesellschaftskritischer Aspekte der Gegenwartskunst. Nur auf dieser breiteren Basis war es möglich, Ausstellungskonzepte zu entwickeln, die im Kontext unseres öffentlichen Ausstellungsraumes, des Daimler Contemporary am Potsdamer Platz in Berlin, mit zweimal jährlich wechselnden Themenausstellungen einen inhaltlichen Spielraum bieten und nationale sowie internationale Besucherinnen und Besucher an das Haus binden.

### *Auf Welttournee*

Die thematische und mediale Stärkung der Sammlung bot dann auch für die von mir 2003 gestartete Welttournee der Daimler Art Collection die materiale Basis, um für ganz unterschiedliche Besucherstrukturen in den verschiedenen Metropolen der Welt jeweils spezifische Ausstellungen

**D**

**A C**

anzubieten: mal mit mehr figurativem, mal mit medialem Schwerpunkt. Wie beispielsweise in Südafrika und Tokyo oder mit einem Fokus auf die abstrakten Nachkriegsavantgarden für Madrid, Buenos Aires oder Sao Paulo.

Ein wesentlicher Teil der Welttournee ist dabei das Education Programm. Vor Ausstellungsbeginn kontaktieren wir Schulen, Universitäten und Kulturministerien, um sogenannte „Vermittler“ auf die Inhalte der Ausstellung und die damit verbundenen, möglichen Bildungsziele vorzubereiten. Das alles wird von spezifischen Publikationen mit je 300 bis 400 Seiten zu den Sammlungsschwerpunkten begleitet. Darin erfährt man viel über Themen und künstlerische Entwicklungen, über Education Programm, oder bekommt biographische und inhaltliche Erläuterungen zu Künstlern und Künstlerinnen, die mit größeren Werkgruppen bzw. Auftragswerken in unserer Sammlung vertreten sind.

### *„Das Beste“, und das für alle*

Wir wollen durch Kontinuität, Qualität, ein eigenständiges Profil, Innovation und Kommunikation eine führende Position unter deutschen und internationalen Unternehmenssammlungen einnehmen. Dazu zählen die Umsetzung einer Ausstellungsplanung der Daimler Art Collection für Baden-Württemberg, Deutschland, national und international sowie einer langfristigen Ausstellungs-, Publikations- und Erwerbungsstrategie.

Mir ganz wichtig: Die Ausstellungen und Kunstkonzepte, die wir im Haus für die Daimler AG durchführen, aber auch die Ausstellungen in unserem öffentlichen Ausstellungsraum in Berlin, dem Daimler Contemporary, sowie in internationalen Museen, sind immer verbunden mit einem kulturellen Bildungsangebot für Daimler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Kinder an den jeweiligen Standorten.

Sämtliche Ausstellungen werden von mir, bis in Details der Hängung hinein, selbst kuratiert. Das hängt unter anderem mit meinem Selbstverständnis als Kuratorin zusammen: Dass eben jede Ausstellung immer auch für einen bestimmten Ort und Kontext entsteht und dafür eine bestimmte ästhetische Sprache der Präsentation entwickelt werden muss.

**D**

**A C**

Eine grundlegende Verantwortung meiner Aufgabe bei Daimler ist der Erhalt und Ausbau sowie die Kommunikation der Daimler Art Collection – dazu braucht es langfristige Planungen, sowohl hinsichtlich einer substantiellen Erwerbungspraxis, aber natürlich auch schlicht logistisch und restauratorisch: verbunden mit den rund sechs bis acht Ausstellungen pro Jahr, die zum Teil parallel laufen, ist die ständige Rotation der rund 2.000 Werke unserer Sammlung.

Nicht unbedingt selbstverständlich für das Tätigkeitsfeld von Unternehmenssammlungen, bei uns jedoch ein zentraler Aspekt meiner Tätigkeit ist es, zu allen Ausstellungen wissenschaftlich erarbeitete Publikationen zu umgrenzten Sammlungskomplexen und Themen, aber auch Künstlermonographien vorzulegen.

### *Die Rolle von Konzernsammlungen in der heutigen Kunstlandschaft*

Die zentrale Aufgabe und Chance einer lebendig und mutig geführten Unternehmenssammlung sehe ich darin, dass mit Ausstellungs- und Führungsangeboten Menschen angesprochen und für den Umgang mit Kunst und Kultur gewonnen werden können, die sonst vielleicht nicht in Museen gehen. Wir wollen die Neugier der Kolleginnen und Kollegen wecken, über „den Tellerrand“ ihres Arbeitsgebietes hinauszublicken, vielleicht auch Toleranz einzuüben gegenüber Phänomen unserer Zeit, die sich auch kritisch und provokativ in der Kunst äußern können. Wenn dann noch hier und da zu eigenem kreativem Tun angeregt wird durch die Präsenz und den Umgang mit der Kunst am Arbeitsplatz – dann freuen wir uns.

Das ist der eine Aspekt. Der andere ist der, dass wir unsere Aufgabe auch darin sehen, dass Feld der Corporate Social Responsibility, der sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens mitzugestalten. Wir erwerben Kunst von zeitgenössischen, deutschen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern und fördern gezielt die junge Kunst. Wir arbeiten mit Galerien in Deutschland, national und international zusammen. Wir kuratieren und co-finanzieren Ausstellungen aus der Daimler Art Collection für Museen und engagieren uns dann in dem jeweiligen kulturellen Umfeld für Kommunikation und Bildung – das alles sind immer auch gesellschaftliche Aufgaben.

**D**

**A C**

## *Konzernsammlungen und die heutige Kunstlandschaft*

Wenn ich einmal nur, der konkreten und nachvollziehbaren Einschätzungen halber, auf den süddeutschen Raum und die Entwicklungen der letzten 20 Jahre schaue, dann konnte ich beobachten, dass viele Kunstinteressierte mit Vorliebe Privat- und Unternehmenssammlungen besuchen, da diese eine fassbare, biografische Story und ein nachvollziehbares, umgrenztes Sammlungsfeld haben. Denken Sie nur an den Erfolg von öffentlichen Privat- und Unternehmenssammlungen im Raum Stuttgart wie Würth, Ritter Sport, Schaufler, Burda usw. Anders gesagt, die großen Sammlungen der öffentlichen Museen, etwa der Staatsgalerie, verursachen vielen Besuchern eine gewisse Scheu, da sie nicht wissen, wie sie sich in der überbordenden Fülle bewegen, wie sie auswählen sollen.

Der positive Effekt einer Unternehmenssammlung kann also zum Beispiel darin liegen, dass wir Kuratoren den Vertrauensvorschuss nutzen, den die Beschäftigten ihrem Unternehmen entgegenbringen. Die 1977 gegründete Daimler Art Collection ist mit der jüngeren Geschichte des Unternehmens eng verbunden. Sie zeigt Kunst der Region, aber auch Kunst aus den Ländern, in denen das Unternehmen aktiv ist. Man begegnet der Kunst jeden Tag im Arbeitsumfeld, man kann an speziellen Mitarbeiterführungen teilnehmen, und so weiter. Das alles kann helfen, Barrieren gegenüber zeitgenössischer Kunst und Kultur abzubauen – und im nächsten Schritt die Kolleginnen und Kollegen animieren, aktiv am kulturellen Leben ihrer Stadt und Region teilzunehmen.

## *Welche Möglichkeiten Kuratoren innerhalb einer Konzernsammlung im Vergleich zu öffentlichen Einrichtungen haben*

Das ist sicher in jedem einzelnen Fall sehr verschiedenen, da viele Firmen beispielsweise mit externen Agenturen, Beratern, Jurys arbeiten. Das ist bei Daimler nicht der Fall: als Leiterin der Sammlung bin ich für alle inhaltlichen Entscheidungen verantwortlich, von der Gesamtplanung über die Erwerbungen bis zur thematischen und kuratorischen Betreuung jeder einzelnen Ausstellung sowie dem Verfassen und Korrigieren aller begleitenden Texte. Das gibt mir einen Gestaltungsspielraum, der sicher umfassender ist, als es für viele Kuratoren großer Museen heute der Fall ist.

**D**

**A C**

Und ist andererseits mit einer sehr großen Verantwortung verbunden, da Unternehmenssammlungen heute von vielen Seiten genau beobachtet werden.

*„Ist das Kunst oder kann das...“ veräußert werden?*

Die Daimler Art Collection bietet ein kulturelles Bildungsangebot, das eine breite interne und externe Öffentlichkeit anspricht – wenn die Besucher unserer Ausstellungen die Werke gelegentlich auch einfach dekorativ finden, habe ich damit kein Problem. Und natürlich kann und darf eine Unternehmenssammlung auch Kapitalanlage sein, allerdings gilt für uns prinzipiell, dass wir die Sammlung kontinuierlich erweitern und an aktuelle Entwicklungen der Kunst anbinden. Seit 2000 haben wir einige Werke veräußert, die nicht mehr zur Sammlung passten, 2008/2013 haben wir zwei prominentere Werke der Sammlung von Jeff Koons und Andy Warhol verkauft, um Teile der Neuerwerbungen damit budgetär abzusichern.

Wir können selbstbewusst sagen: der größte Teil der für Daimler erworbenen Kunstwerke hat seinen Marktwert kontinuierlich gesteigert, teils um mehrere hundert Prozent, und das gilt nicht nur für Stars des Kunstmarkts in unserer Sammlung wie Frank Stella oder Robert Rauschenberg, sondern auch für um 1940 geborenen Künstler/innen wie Charlotte Posenenske, Heinz Mack, Franz Erhard Walther oder Werke der nächstjüngeren Generation wie etwa John M. Armleder, Sylvie Fleury, Andrea Zittel und viele andere, die ich seit 2001 erworben habe.

Wichtig aber ist: Daimler „investiert“ in Kunst als geistiges und kulturelles Kapital, in die Innovationskraft der Kunst und in eine ideenreiche Kommunikation der Kunst – danach richtet sich unsere tägliche Praxis aus. Rund 1,5 Millionen Menschen – Mitarbeiter wie auch Kunden, Geschäftspartner, Ausstellungsbesucher in aller Welt – haben in den letzten etwa zehn Jahren unsere Ausstellungen besucht, an Führungen, Künstlergesprächen und -workshops teilgenommen – und dadurch für sich vielleicht eine „Tür geöffnet“ zu einer Welt, die ihnen vorher fremd war. Das ist doch ein tolles Ergebnis. Wann kommen Sie uns besuchen?

**D**

**A C**

Dieser Artikel wurde von Renate Wiehager geschrieben. In diesem Blog schreiben Daimler-Mitarbeiter und einige wenige Gastautoren. Unsere Autoren kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen des Konzerns und schreiben über eigene Eindrücke, Geschichten und ihre persönliche Meinung und geben so Einblicke in den Konzern. Warum wir das machen, finden Sie auf unserer Seite [über das Blog](#).

**D**

**A C**