

Patrizia Sandretto Re Rebaudengo im Gespräch mit Renate Wiehager. Quelle [des englischsprachigen Originals]: Zorloni, Alessia: Art and Wealth Management. Managing private Art Collections, Springer, New York 2016 [ISBN 978-3-319-24241-5], S. 123 – 126.

Daimler Art Collection

Die Daimler Art Collection wurde 1977 gegründet und hat seitdem ein klares Profil entwickelt, das stetig und systematisch ausgebaut wurde. Heute repräsentiert die Sammlung ein bedeutendes Spektrum wichtiger künstlerischer Entwicklungen vom 20. Jahrhundert bis in die Gegenwart: Beispiele von Abstraktion und Avantgarde im Umfeld von Bauhaus und klassischer Moderne, konkrete Kunst, Konstruktivismus und Informel nach 1945, europäische Zero-Kunst, Minimalismus und Conceptual Art, Neo Geo, Postminimalismus und konzeptuelle Tendenzen der internationalen zeitgenössischen Kunst, automobilbezogene Kunst, internationale Fotografie, Videokunst und Skulpturen. Die Daimler Art Collection spiegelt das Engagement für die Kunst als einen gewachsenen Teil des gesellschaftlichen Selbstverständnisses und des kulturellen Profils der Daimler AG. Nachfolgend ein Interview mit Dr. Renate Wiehager, der Leiterin der Daimler Art Collection, Stuttgart/Berlin.

Patrizia Sandretto Re Rebaudengo: Durch die Daimler Art Collection hat sich die Daimler AG zu einem bedeutenden Sammler und Förderer zeitgenössischer Kunst entwickelt. Worauf führen Sie diese Kunstbegeisterung zurück?

Renate Wiehager: Man muss zwischen den inhaltlichen und kuratorischen Zielen der Sammlung und ihren Zielen in Bezug auf Kommunikation und Bildung unterscheiden. Inhaltlich und kuratorisch versuchen wir, der Sammlung eine klare und erkennbare kunsthistorische Orientierung ohne zu viele stilistische Einschränkungen zu geben. Unsere Sammlung umfasst rund 3.000 Werke von 800 internationalen Künstlerinnen und Künstlern. Ihr Schwerpunkt reicht von der abstrakten Avantgardekunst des 20. Jahrhunderts bis zur Kunst der Gegenwart: von Künstlern der Moderne, die um 1910 bei Adolf Hölzel in Stuttgart studierten (wie Willi Baumeister und Oskar Schlemmer), über das Bauhaus, Tendenzen von Konstruktivismus und Konkreter Kunst, europäische abstrakte Kunst der Nachkriegszeit und die Avantgarde-Bewegung ZERO, Minimalismus/Conceptual Art, Neo Geo und ihre Nachfolger bis in die Gegenwart. Daneben bauen wir kontinuierlich Sammlungsbereiche auf dem Gebiet der internationalen Fotografie und der Videokunst, der Auftragskunst, der automobilbezogenen Kunst und der Skulpturen auf. Was die Kommunikation und die Bildungsziele betrifft, so haben wir die Formate der von uns seit 2001 präsentierten Ausstellungen kontinuierlich erweitert: In unserem öffentlichen Berliner Ausstellungsraum, Daimler Contemporary, präsentieren wir jährlich drei thematische Ausstellungen, begleitet von Präsentationen der Sammlung in deutschen und ausländischen Museen, von Buenos Aires bis Singapur, von Kapstadt bis Wien. Unsere thematischen Wechselausstellungen mit Führungen für Unternehmensmitarbeiter in Stuttgart-Möhringen werden ergänzt durch temporäre Präsentationen der Sammlung an anderen Daimler Veranstaltungsorten und im Mercedes-Benz Museum. Seit einiger Zeit veranstalten wir auch thematische Ausstellungen in öffentlichen Museen der Region Stuttgart. Generell sind alle Mitarbeiter des Unternehmens und ihre Kinder eingeladen, alle diese Ausstellungen zu besuchen. Dadurch erreichen wir sowohl innerhalb des Unternehmens als auch in der breiten Öffentlichkeit ein Publikum.

PSRR: Wann und warum begann das Industrieunternehmen Daimler damit, Kunst zu sammeln?

RW: Die Daimler Art Collection wurde 1977 gegründet. Bis zum Jahr 2000 wurde sie von Hans J. Baumgart kuratiert, danach übernahm ich die Leitung. Hauptziel der Sammlung war von Anfang an, internationale zeitgenössische Kunst und Kunst des 20. Jahrhundert in das Alltags- und Arbeitsleben einzubinden und auf diese Weise kulturelles Wissen zu kommunizieren und zu vermitteln.

PSRR: Wem gehört die Daimler Art Collection?

RW: Die Art Collection ist Teil des Unternehmens, wie auch das Daimler Art Department – wir sind eine reguläre Struktureinheit des Daimler Konzerns.

PSRR: Wie wird die Sammlung kuratiert? Verfügt sie über eigene Mitarbeiter? Wie viele Vollzeitmitarbeiter sind bei der Daimler Art Collection beschäftigt?

RW: Unser Team umfasst fünf Personen – vier Organisationsassistenten und mich als kuratorische Leitung. Darüber hinaus werden in Abhängigkeit von unserem Ausstellungsprogramm externe Kunsthistoriker als Teilzeitkräfte eingebunden, und im Berliner Ausstellungsraum Daimler Contemporary werden wir von Studenten der Kunstgeschichte unterstützt, die jeweils ein Teilzeitpraktikum absolvieren.

PSRR: Geht Ihren Erwerbungen eine Recherchetätigkeit voraus?

RW: Die substanziellen Neuerwerbungsaktivitäten der Sammlung erfordern eine langfristige Planung. Ihre Frage kann ich also bejahen: Ich recherchiere viel, ehe ich neue Kunstwerke erwerbe. Ich versuche immer, mich über die zeitgenössische Kunstszene auf dem Laufenden zu halten, reise viel, besuche Ausstellungen, Galerien und Kunstmuseen, und ich besuche Künstler in ihren Studios. Generell beobachten wir die Künstler und ihre Entwicklung eine gewisse Zeit, ehe wir ihre Kunstwerke für unsere Sammlung erwerben. Bestimmte thematische Ausstellungsreihen, etwa „Minimalism in Germany“ und „Conceptual Tendencies 1960 to today“, sowie insbesondere den Erwerb von Kunst aus einem anderen kulturellen Kontext bereiten wir über längere Zeit vor, etwa durch intensive wissenschaftliche Forschungsarbeiten, Studiobesuche usw. (bei der Ausstellung zeitgenössischer chinesischer Kunst dauerte dieser Zeitraum zehn Jahre).

PSRR: Erwerben Sie Ihre Kunstwerke in der Regel durch Kauf oder durch Auftragsvergabe?

RW: Die meisten Kunstwerke unserer Sammlung haben wir gekauft, doch unser Sammlungskonzept beinhaltet auch eine kleine Anzahl an Auftragswerken. Manche stehen in einem Zusammenhang mit den Produkten unseres Unternehmens, andere sind Teil der Skulpturen-, Wandmalerei- und Mediensammlung. Ein Zukunftsindikator in dieser Hinsicht – und ein Indikator der frühen internationalen Ausrichtung unserer Sammlung – war die Vergabe eines Auftrags für eine Gemäldeserie im Jahr 1986 an Andy Warhol. Damit sollte der 100. Geburtstag

der damaligen Daimler-Benz AG gefeiert werden. Seit den 1980er Jahren wurden Aufträge zur Konzeption und Umsetzung standortspezifischer Kunstwerke erteilt an Max Bill, Heinz Mack, Francois Morellet, Walter De Maria, Ben Willikens, Sylvie Fleury, Gerold Miller, Natalia Stachon, Pietro Sanguineti, Patricia London, Franz Erhard Walther, Jan van der Ploeg, Michael Sailstorfer, Hartmut Böhm und Heimo Zobernig.

Wir unterstützen aber auch junge, zeitgenössische Künstler. Beispielsweise haben wir für die Ausstellungsreihe „Conceptual & Applied“ und Ausstellungen, die wir seit 2014 in unserem Berliner Raum Daimler Contemporary gezeigt haben, Martin Boyce, Leonor Antunes, Luca Trevisani, Nic Hess und Bethan Huws um eine raumbezogene Auftragsarbeit gebeten.

PSRR: Manche sind der Auffassung, eine Sammlung sei ein Porträt des Sammlers und bringe dessen Persönlichkeit zum Ausdruck. Stimmen Sie dieser Ansicht zu?

RW: Ich habe die kuratorische Aufsicht über alle Neuerwerbungen und Ausstellungen, darunter auch über die Einzelheiten der Hängung der Kunstwerke. Ein Grund hierfür ist, dass die Daimler Art Collection auch meinen Präferenzen als Kuratorin entspricht. Teilweise stimme ich Ihnen also zu. Die wichtigsten Entscheidungen über Neuerwerbungen und Ausstellungen werden jedoch auf der Grundlage der 40-jährigen Geschichte und der Hauptaufgaben der Daimler Art Collection getroffen. Außerdem bringt natürlich auch mein junges Team eigene Ideen ein.

PSRR: Wann kann die Sammlung eines Unternehmens als erfolgreich definiert werden?

RW: Am wichtigsten ist selbstverständlich, in der Kunstszene sichtbar zu sein, also Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Kunstinteressierte zu erreichen und viele Besucher anzuziehen, aber auch einen Beitrag zur wissenschaftlichen kunsthistorischen Forschung zu leisten. Durch Zukäufe erweitern wir unsere Sammlung kontinuierlich und wir sind intensiv publizistisch tätig. Die Daimler Art Collection hat ein klares kunstwissenschaftliches Profil, das sich stetig und systematisch weiterentwickelt hat und im Kontext der Sammlungen von Wirtschaftsunternehmen nahezu einzigartig ist. Ein Erfolgsrezept der Daimler Art Collection war mit Sicherheit auch das Vertrauen auf eine unabhängige, unverwechselbare Mischung aus Arbeiten international bekannter Künstler und eher unbekanntem Werken. Dadurch wurden teils vergessene, teils jüngere, weniger etablierte Ansätze in einen Dialog mit zeitgenössischen Künstlern gebracht, die bereits im internationalen Rampenlicht stehen. Kombiniert wurde diese Herangehensweise mit einer Strategie der Unterstützung künstlerischer Aktivitäten, die bisher eine eher untergeordnete Rolle spielten. Dadurch boten sich Gelegenheiten für spannende Kontraste – eine Möglichkeit, die Museen, für welche die Präsentation eines etablierten „Kanons“ im Fokus steht, nicht immer haben.

PSRR: Wie schätzen Sie den möglichen Erfolg einer Ausstellung ein?

RW: Für unseren Ausstellungsraum in Berlin betreiben wir keinerlei Werbung im herkömmlichen Sinne. Deshalb sind wir darauf angewiesen, dass unsere Besucher unsere Ausstellungen durch „Mundpropaganda“ gegenüber ihren Kollegen und Freunden weiterempfehlen. Folglich ist die Anzahl der Besucher ein guter Gradmesser für den Erfolg unserer Ausstellungen. Da die Daimler Art Collection eine Unternehmenssammlung ist, besteht der zweite Schwerpunkt darin, die

Neugier der Kollegen im Unternehmen zu wecken und sie zu einem Blick über die Horizonte ihres unmittelbaren Arbeitsumfelds hinaus anzuregen. Gleichermäßen wichtig ist für uns das Feedback in der internationalen Kunstwelt, in der Presse und im Internet.

PSRR: Wie viele Ausstellungen organisiert die Daimler Art Collection pro Jahr?

RW: Das ist unterschiedlich. Für Daimler Contemporary in Berlin organisieren wir jährlich 2–3 Ausstellungen. Darüber hinaus organisieren wir in Stuttgart-Möhringen pro Jahr ein bis zwei thematische Ausstellungen mit Führungen für Mitarbeiter des Unternehmens und externe Gruppen. Außerdem veranstalten wir thematische Ausstellungen in öffentlichen Museen in der Region Stuttgart und in anderen deutschen Museen. Im Jahr 2003 startete die Welttournee der Daimler Art Collection – mit einem ersten Überblick im Museum für Neue Kunst/ZKM Karlsruhe, gefolgt von großen Ausstellungen in Detroit, Singapur, Tokio, Südafrika, Südamerika und Wien. Man kann also von durchschnittlich sechs bis acht Ausstellungen pro Jahr ausgehen.

PSRR: Wie viele Besucher kamen insgesamt 2017 in Ihre Ausstellungen?

RW: Bei Daimler Contemporary Berlin waren es etwa 30.000. Außerdem haben etwa 10.000 Mitarbeiter, Gäste und Partner unsere thematischen Ausstellungen unternehmensintern in Stuttgart sowie in deutschen Museen besucht. In anderen Jahren kann die Anzahl der Besucher und Besucher unserer internen und externen Ausstellungen sowie der Welttournee unserer Sammlung auf bis zu 250.000 ansteigen.