

Banken und Kultur

Eine Quintessenz

Historische Figuren des Bankwesens und Unternehmen der modernen Finanzindustrie waren und sind bedeutende Kulturförderer. Auch in Luxemburg gilt: Geht es den Banken gut, fällt für die Kulturlandschaft etwas ab. Doch was passiert bei einem nachhaltigen Strukturwandel der Branche – der mit der Finanzkrise erst an seinem Anfang steht?

Was wäre die Renaissance ohne das Mäzenatentum der Medici? Michelangelo, Botticelli, da Vinci – im Zusammenhang großer Namen stoßen wir unweigerlich auch auf diese Familie des (Geld-) Adels. Banker sind derzeit nicht gerade die Lieblinge der Gesellschaft. Doch bei aller Kritik kann nicht negiert werden, dass ein gesunder Finanzsektor auch stets ein wichtiger Förderer kulturellen Lebens war und ist. Künstler, gleich welcher Couleur, fanden entweder in ihm einen Absatzmarkt oder sie wurden durch ihn erst in die Lage versetzt, kreativen Ideen Leben einzuhauchen. Außerhalb Italiens förderten die Fugger die Kunst – Jahrhunderte später (um nur zwei Beispiele zu nennen) der luxemburgische Bankier Jean-Pierre Pescatore (1793–1855) oder die Deutsche Bank. Allein deren Sammlung mit ihren über 56.000 Werken verdeutlicht, wie eng Kunst und Kommerz zusammenhängen. Dazu eine weitere, beeindruckende Zahl: 152 Mio. Euro flossen allein im Jahr 2010 von den deutschen Sparkassen in die Förderung von Kunst und Kultur.

Und Luxemburg? In dem Maße, wie Kohle- und Stahlindustrie in den sechziger und siebziger Jahren volkswirtschaftliche Lücken hinterließen, wurden diese durch Finanzdienstleistungen aufgefüllt. Eine legendäre wirtschaftliche Erfolgsgeschichte, die sich anhand der Entwicklung der Quartiere auf dem Kirchberg leicht nachvollziehen lässt. Dort ist vor allem in den neunziger Jahren im Kern eine aus Banken bestehende Stadt entstanden, die Kunst, so weit das Auge reicht, offeriert. Vor nahezu jedem Gebäude eine Skulptur, nahezu in allen Häusern Sammlungen, die Namen wie Baselitz, Gursky oder Warhol vorweisen können. Viele Unternehmen bieten Führungen an – die Kunst ist der Öffentlichkeit zugänglich und wird stolz Touristen präsentiert. Die alle zwei Jahre wiederkehrende „Private Art Kirchberg“ schleust zu diesem Zweck Tausende Kunstinteressierte ein Wochenende lang durch die Büros von Unternehmen, deren Wände so hochwertig dekoriert sind wie die eines Museums. All das kulturelle Engagement gipfelt in der Philharmonie oder im Musée d'Art Moderne, auf deren Sponsoringlisten sich gern Unternehmen der Finanzbranche tummeln. Glückliches Luxemburg.

Aber welche Auswirkungen hat der längst schon begonnene Strukturwandel der Finanzbranche auf viele Kulturgüter und Veranstaltungen in Deutschland oder Luxemburg? Was passiert, wenn die großen

Unternehmen dieses Sektors aussterben wie die Dinos des Einzelhandels (Warenhäuser) oder der Montanindustrie (Berg- und Stahlwerke)? „Unmöglich“, könnte man meinen – und doch ist das Unmögliche nur eine nächste Krise weit entfernt. Denn die aktuelle Situation zeigt uns, dass die so imposanten Marmorpaläste auf sehr viel fragileren Fundamenten stehen als von uns allen einst angenommen: dominoeffektanfälliger und oft – in Relation zum eingegangenen Risiko – mit viel zu geringem Eigenkapital ausgestattet. Ganz objektiv betrachtet, ist ein tief greifender Strukturwandel der Branche nur zwingende Konsequenz dessen, was wir tagtäglich in den Nachrichten an wirtschaftlichen und in Griechenland auch an gesellschaftlichen Verwerfungen fassungslos mitverfolgen. Früher oder später werden wir erleben, dass Gesellschaft wie Politik „too big to fail“ nicht mehr akzeptieren und Megasammelbecken für Geld der Vergangenheit angehören. An deren Stellen werden kleinere und den Kunden näherstehende Einheiten treten – nachhaltig und flexibel agierende Finanzdienstleister, die sich als Anwälte der Kundeninteressen verstehen und bereits heute auf dem Vormarsch sind. Was im Einzelhandel mit „Bio“, in der Autoindustrie mit „Hybrid“ und von Kraftwerksbetreibern mit „Energiewende“ bezeichnet wird, umreißt einen Postglobalisierungswandel, der auch den Finanzsektor gehörig durcheinanderwir-

beln wird. Genau dieser Wandel wird auch den Kulturbetrieb mit verändern. Großprojekte und Events könnten bald schon hier und da Vergangenheit sein. Bereits jetzt gehe das finanzielle Engagement, wie vom staatlichen Kulturfonds Luxemburgs zu hören ist, seitens des Bankensektors aufgrund der Finanzkrise zurück. Wen wundert es? Kulturförderung entspringt heutzutage nur in Ausnahmefällen altem Mäzenatengeist, vielmehr steht der „Nice to have“-Gedanke im Vordergrund. Ware Kunst im Sinne sinnentleerter Selbstdarstellung und Dekoration, die die Werte dahinter kaum hinterfragt. Die Gebäude: voll mit Kunst. Die in den Gebäuden sitzenden Hirne: leer. Und kaum in der Lage, eine Äußerung zum Bild hinter dem eigenen Rücken zu formulieren. Kunstverständnis umfasst – und das zeigen beliebige Führungen nicht nur auf dem Kirchberg – bei den meisten noch immer ausschließlich Rembrandt und nicht Knoebel. Leicht zu erraten, was mit Kunst passiert, die in Unternehmen in der Breite nicht akzeptiert, aber leicht zu Geld zu machen ist, wenn genau dieses einmal fehlt. Nur der Teufel an der Wand? Keineswegs. Unvergessen in der Kunstszene ist das ernsthafte Bemühen des ehemaligen Vorstands der DZ Bank, Brixner, die weltberühmte Fotosammlung des Hauses zu veräußern. Als dies im Jahr 2001 publik wurde, war es nur dem großen Engagement der Stadt Frankfurt und seiner Museen zu verdanken, dass die Sammlung nicht verkauft wurde. Dieser Vorgang beweist, wie schnell sich Kulturinteresse von Wirtschaftsunternehmen und insbesondere Banken verflüchtigen kann. Das Thema Kunst steht und fällt mit der jeweiligen Interessenlage der verantwortlichen Vorstände. Von langfristiger Ausrichtung kann daher meist nicht die Rede sein.

All dies sind Signale, die verdeutlichen: Verkrustetes Denken und konventionelle Kulturförderung müssen beiseite geräumt werden, um auf die Zukunft vorbereitet zu sein. Und um Wege freizulegen, die wegführen von der Abhängigkeit der Kunst von großen Unternehmen, weg von überfüllten Mega-Events, weg von Kunstpreisen, die sich – wie Aktienkurse

– bar jeder Vernunft bewegen. Stattdessen: Konzentration auf das Wesentliche, Reduktion auf echtes Interesse an Kunst, Künstlern und neuen Talenten, die auch für kleinere Unternehmen bezahlbar bleiben. Und nicht gleich zu Spekulationsobjekten mutieren, die wiederum aufgrund ihres Hypes nur mithilfe der Sponsorings von Großkonzernen präsentiert werden können. Denn genau das wird sehr wahrscheinlich im Zuge der Fragmentierung des Finanzsektors immer komplizierter. Bei aller kritischer Betrachtung: Die Quintessenz dieser Entwicklung wird so positiv sein wie der Wandel des Finanzsektors an sich. Künstler werden vielleicht nicht mehr ganz so oft millionenschwer gehandelt – dafür aber von ihren Förderern im Sinne der Medici endlich wieder wertgeschätzt. So, wie die Kunden modern aufgestellter Finanzdienstleister. ■

Franz Schulz

Franz Schulz ist Geschäftsleiter der Quint:Essence Capital S.A.



„Le Centaure“, Bronze von Adolf Bermann
© PlayMistyForMe