



Torsten Alt

Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst

Eine Studie unter Einbeziehung der Akteure und Profiteure

Torsten Alt

Nachwuchsförderung
in der bildenden Kunst

Torsten Alt

Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst

Eine Studie unter Einbeziehung der Akteure
und Profiteure

Tectum Verlag

Torsten Alt

Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst. Eine Studie unter
Einbeziehung der Akteure und Profiteure

Zugl. Diss. Universität des Saarlandes 2011

© Tectum Verlag Marburg, 2012

Umschlagabbildung: Anne Heusel, Weihnachtsmarkt, 2004

(Lambdaprints, kaschiert, schwarz gerahmt 385 x 50 cm, 5 Stk., je 70 x 50
cm) © VG Bild-Kunst, Bonn 2012.

Umschlaggestaltung: Heike Amthor | Tectum Verlag

Satz und Layout: Heike Amthor | Tectum Verlag

ISBN 978-3-8288-5767-4

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter der
ISBN 978-3-8288-2987-9 im Tectum Verlag erschienen.)

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

www.facebook.com/tectum.verlag

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vorwort

Die Idee, eine Arbeit zum Thema „Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst“ zu verfassen, entstand nach Abschluss meines Studiums, als ich die Möglichkeit hatte, den Förderpreis Junge Kunst der damaligen Saar Ferngas, heute Enovos AG, über den Zeitraum von fast einem Jahr zu betreuen. Durch die hier gesammelten Erfahrungen stellte sich die Frage, welche Anforderungen und Erwartungen aus Sicht von Künstlern an die derzeit praktizierte Nachwuchsförderung im Bereich der bildenden Kunst gestellt werden. Von meiner Doktormutter Frau Prof. Dr. Christa Lichtenstern kam dann die Anregung, dieses Thema einerseits in einen historischen Kontext zu stellen sowie die Untersuchung auf das Karl Schmidt-Rottluff Stipendium auszuweiten. Für ihre Unterstützung und das Herstellen wichtiger Kontakte bin ich ihr höchst dankbar.

Für weitere zahlreiche Anregungen und Unterstützung bei der Realisierung dieses Projekts möchte ich mich außerdem bedanken bei Dr. Klaus Heinrich Kohrs, langjähriger Koordinator des Karl Schmidt-Rottluff Stipendiums bei der Studienstiftung des deutschen Volkes, und Dr. Julia Apitzsch, seiner heutigen Nachfolgerin, und Prof. Wolfgang Luy, ehemaliger Stipendiat und heutiges Jurymitglied des Karl Schmidt-Rottluff Stipendiums. Alle haben mir wichtige

Einblicke in die Abläufe des Stipendiums ermöglicht. Darüber hinaus danke ich all denjenigen ehemaligen Stipendiaten des Karl Schmidt-Rottluff Stipendiums, die an der Künstlerbefragung teilnahmen. Ohne sie wäre ein wesentlicher Bestandteil der Arbeit nicht zu verwirklichen gewesen.

Bei Renate Berger und Fritz Walter bedanke ich mich stellvertretend für die Unterstützung seitens der Enovos AG; der Soziologin Svenja Duttlinger danke ich für wertvolle Hinweise bei der Erstellung des Fragebogens.

Abschließend möchte ich mich bei Dr. Steffen Paulmann und meinen Eltern bedanken, die mir diese Arbeit ermöglicht und mich immer unterstützt haben.

Frankfurt, im Februar 2012

Torsten Alt

Meinen Eltern und Steffen

Inhalt

Vorwort	V
Einleitung	1
Aufbau der Arbeit	4
Literatur- und Forschungsstand	7
I. Theoretischer Teil:	
Kunstförderung und ihre Grundlagen	13
1. Akteure und Institutionen der Kunstförderung	13
1.1 Auftraggeberschaft.....	13
1.1.1 Ausgangslage	14
1.1.2 Absprachen zwischen Auftraggeber und Künstler	16
1.1.3 Wandel der Auftraggeber.....	20
1.1.4 Einflussnahme durch den Staat.....	24
1.2 Patronage.....	28
1.2.1 Die Anfänge	29
1.2.2 Abgrenzungsversuche zu Auftraggeberschaft und Mäzenatentum	38
1.3 Mäzenatentum.....	40
1.3.1 Kriterien des Begriffs Mäzenatentum	40

1.3.2	Mäzenatentum – ein Begriff im Wandel des historischen Kontexts.....	49
1.4	Sponsoring.....	55
1.4.1	Die Merkmale von Sponsoring	56
1.4.2	Kultursponsoring in der Praxis.....	59
1.4.3	Motive für Kultursponsoring.....	64
1.4.4	Kritische Betrachtung von Kultursponsoring.....	69
1.5	Stiftungen.....	72
1.5.1	Der Begriff Stiftung	74
1.5.2	Stiftungen und ihre Rechtsformen	77
1.5.3	Historischer Überblick	81
1.5.3.1	Die frühen Anfänge stiftungsähnlicher Institutionen	82
1.5.3.2	Stiftungen vom 19. und 20. Jahrhundert bis heute	88
2.	Der Künstler und seine gesellschaftliche Stellung im Wandel....	97
2.1	Die Entstehung von Kunstakademien	97
2.1.1	Die Anfänge der Akademien	97
2.1.2	Die Anfänge der Kunstakademien in Italien	101
2.1.3	Die Académie royale de peinture et de sculpture	112
2.1.4	Einfluss auf Europa.....	122
2.1.5	Kunstakademien heute.....	130
2.2	Die wirtschaftliche Situation von Künstlern in der Gegenwart ..	135
3.	Formen und Modelle der Künstlerförderung.....	142
3.1	Wettbewerbe.....	143
3.1.1	Die Anfänge des künstlerischen Wettstreits	144
3.1.2	Der Salon in Paris.....	151
3.1.3	Goethes Preisaufgaben.....	157
3.2	Möglichkeiten zur Unterstützung junger Künstler	159
3.2.1	Förderung durch Kunstpreise und Erstaussstellungen.....	160
3.2.2	Förderung durch Atelierstipendien.....	165

3.2.3	Reise- und Auslandsstipendien.....	169
3.1.4	Arbeitsstipendien und Projektstipendien	174
3.3	Überblick über die Kunstförderung in Deutschland.....	176
3.3.1	Förderung durch den Staat.....	178
3.3.2	Förderung durch Stiftungen	180
3.3.3	Förderung durch Unternehmen	182
II.	Praxisteil: Modelle der Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst.....	187
1.	Das Karl Schmidt-Rottluff Stipendium.....	188
1.1	Der Stifter Karl Schmidt-Rottluff	188
1.2	Die Gründung des Karl Schmidt-Rottluff Stipendiums	191
1.3	Umfang des Stipendiums	193
1.4	Zugangsvoraussetzungen.....	195
1.5	Ablauf des Auswahlverfahrens	198
1.6	Veränderungen	200
1.7	Herausforderung an die Jury.....	201
2.	Förderpreis Junge Kunst	204
2.1	Der Auslober Enovos AG.....	204
2.2	Die Entstehung des Förderpreises Junge Kunst	205
2.3	Umfang des Förderpreises	206
2.4	Zugangsvoraussetzungen.....	207
2.5	Die Jury und der Ablauf des Auswahlverfahrens	208
2.6	Die Entwicklung des Förderpreises Junge Kunst	209
2.7	Die Bedeutung des Preises aus Sicht der Beteiligten	214
3.	Gegenüberstellung beider Förderprogramme	218
III.	Empirischer Teil: Ansprüche und Erwartungen aus Sicht der Künstler – eine Künstlerbefragung	223
1.	Ausgangspunkt für die Künstlerbefragung	223

2.	Die Konzeption des Fragebogens	225
3.	Auswertung des Fragebogens.....	227
4.	Schlussfolgerungen	240
Schluss		245
Literatur		251
Ausstellungskataloge		289
Anhänge		295

Einleitung

Das Bestreben, die Rahmenbedingungen für die Kunst und den Künstler zu verbessern, hat eine lange Tradition und wird in Deutschland von unterschiedlichen Akteuren und Institutionen betrieben. Insbesondere die Förderung durch die Vergabe von Kunstpreisen hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem beliebten Instrument etabliert. Seit den 1980er Jahren zeigt sich ein vermehrtes Interesse seitens der Wirtschaft an der Förderung von Kunst, die diese durch bestimmte Sponsoringmaßnahmen unterstützt. Diese Form der Kunstförderung hat Befürworter und Gegner. Auf den ersten Blick sieht man in der Institution des Sponsorings eine Kooperation zwischen Wirtschaft und Kunst, bei der beide Seiten scheinbar gleichermaßen profitieren. Aus der Wirtschaft fließen die Mittel, die Kunst trägt im Gegenzug zur Imageaufwertung bei. Diese Kooperation wird jedoch auch kritisch betrachtet. Gegner warnen vor einer Beeinflussung der Kunst nach den Maßstäben von Wirtschaftsunternehmen. Passend zum gewünschten Imagetransfer würde nur das Gefällige gefördert, provokative und sozialkritische Ansätze blieben auf der Strecke, so die Befürchtungen der Gegner. Viele sehen daher den Staat in der Verantwortung, die erforderlichen Rahmenbedingungen dafür bereitzustellen, damit sich Kunst frei und unabhängig entwickeln kann. Andererseits zeigt sich, dass auch die Förderung von staatlicher Seite Kriti-

ker hat und Künstler hier in einen Interessenkonflikt geraten können. Beispielhaft steht hierfür der Satz von Joseph Beuys: „Ich nehme das Geld doch lieber von einer Zigarettenfirma als von dieser Bundesregierung“.¹ Diese Aussage Beuys' macht deutlich, dass sich Formen kritischer Kunst und Wirtschaftsförderung offenbar nicht von vornherein ausschließen. Förderung von Kunst kann also nicht zwingend als ein Privileg des Staates angesehen werden. Beide Unterstützungsformen, die privatwirtschaftliche wie die der öffentlichen Hand, sind unverzichtbar und stellen zusammen wesentliche Säulen der Kunstförderung in unserer Gesellschaft dar. Die Qualität der jeweiligen Förderprogramme hängt von ihrer konkreten Konzeption und Durchführung ab. Nicht die Akteure und Institutionen, sondern die jeweiligen Projekte und deren Auswirkungen auf die soziale und berufliche Situation der Künstler stehen damit im Vordergrund.

Demnach liegt auch der Schluss nahe, dass eine finanzielle Unterstützung allein noch lange keine gute Kunstförderung gewährleistet. Das gilt besonders für den Bereich der Nachwuchsförderung. Die Bereitstellung von finanziellen Mitteln verbessert zweifelsfrei kurzfristig die wirtschaftliche Situation der Künstler, führt jedoch nicht automatisch zu langfristigen Veränderungen oder gar zur Verbesserung der künstlerischen Situation. Um am Markt erfolgreich werden zu können, ist es gerade für Nachwuchskünstler wichtig, eine Plattform zu finden, die es dem jeweiligen Künstler erlaubt, sich und sein Werk einer breiten Öffentlichkeit zu zeigen. Effektive Nachwuchsförderung muss also weitere Unterstützungsformen über die reine Geldzuwendung hinaus bieten.

In dieser Arbeit werden unterschiedliche Möglichkeiten der Kunstförderung speziell für Nachwuchskünstler in Deutsch-

1 Zitat Beuys, in: Raap, Jürgen, Mit freundlicher Unterstützung von ... Sponsorship: Zauberformel oder Schreckgespenst? In: Kunstforum International, Bd. 102, Juli/August 1989, S. 212.

land untersucht. Über die historisch gewachsenen Strukturen hinaus liegt das Augenmerk auf der derzeitigen Förderlandschaft. Die Arbeit befasst sich daher mit konkreten Beispielen der aktuellen Förderpraxis und beleuchtet diese aus Sicht der Förderer und Künstler, wobei Akteure und Profiteure der Kunstförderung selbst direkt in diese Untersuchungen mit einbezogen worden sind. Die Darstellung und Untersuchung der ausgewählten Förderprogramme stützt sich zu einem wesentlichen Teil auf einen persönlichen Informationsaustausch mit deren Initiatoren. Dasselbe gilt für den Teil der Arbeit, der sich mit dem Verständnis von und den Erwartungen an Kunstförderung aus Sicht betroffener Künstler befasst. Diese wurden befragt, welche Fördermaßnahmen sie als sinnvoll ansehen und welche konkreten Vorstellungen sie von einer Förderung haben. Die so gewonnenen Erkenntnisse wurden dahingehend untersucht, inwiefern sich allgemeingültige Aussagen über geeignete Förderprogramme treffen lassen. Erfreulich war die verhältnismäßig hohe Rücklaufquote bei der Künstlerbefragung, die offenbar auf großes Interesse bei den Künstlern gestoßen ist. Der zugrunde liegende Fragebogen mit 18 Fragen wurde an insgesamt 110 in der Vergangenheit geförderte Künstler verschickt, von denen 63 den beantworteten Fragebogen zurückschickten. Mit 57 % liegt die Rücklaufquote, gemessen an den zur Verfügung stehenden Möglichkeiten, bei der Art der durchgeführten Befragung weit über den Erwartungen. Das Ergebnis zeigt deutlich das bestehende Interesse der Künstler an diesem Thema.²

2 Ein gezieltes persönliches Nachfassen über den Fragebogen hinaus war mit Rücksicht auf die Beachtung von Datenschutzbestimmungen nicht möglich. Bei postalischer Befragung, d. h. Versendung des Fragebogens mit Anschreiben, werden selten höhere Rücklaufquoten als 20 % erreicht. Vgl. Diekmann, Andreas, Empirische So-

Soweit der Titel dieser Arbeit auf die Einbeziehung von „Akteuren und Profiteuren“ der Kunstförderung in die vorliegenden Untersuchungen verweist, sollte man nicht reflexartig davon ausgehen, Profiteur in diesem Bezugsverhältnis sei allein der Künstler. Das Verhältnis zwischen Financier und Künstler im Bereich der privaten Nachwuchsförderung ist auf vielfältige Art durch einen Austausch geprägt, der nicht auf einseitigen, sondern gegenseitigen Leistungen beruht. Das wird besonders am Beispiel des Sponsorings deutlich, dürfte aber auch beim Mäzenatentum nicht zu verkennen sein. Die Zuordnung der Begriffe Akteur und Profiteur soll demnach ein unweigerliches Wechselverhältnis abbilden, was im Laufe der Arbeit an verschiedenen Stellen zum Ausdruck kommen wird.

Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit zum Thema Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst ist in drei Kapitel gegliedert: in einen theoretischen Teil, einen Praxisteil und in einen empirischen Teil.

Im ersten Teil „Kunstförderung und ihre Grundlagen“ werden die unterschiedlichen Akteure und Institutionen der Kunstförderung wie Auftraggeberschaft, Patronage, Mäzenatentum und Stiftungen bis hin zum Sponsoring vorgestellt. Die hier angewandte Aufzählung verfolgt nicht das Ziel, die verschiedenen Förderformen in einer historischen Abfolge darzustellen. Viele Motive der einzelnen Förderformen finden sich in den anderen wieder; sie sind daher nicht isoliert voneinander zu betrachten. Dies wird vor allem beim Mäzenatentum deutlich, das in ganz unterschiedlichen Formen existiert. Zudem werden verschiedene Förderformen mitein-

zialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Reinbeck 1998, S. 441.

ander vermischt; am deutlichsten ist das im Bereich der Stiftungen zu erkennen, welche häufig die rechtliche Grundlage für mäzenatisch motiviertes Handeln bilden.

Im Laufe der Jahrhunderte hat sich das Verständnis des Künstlers einer weitreichenden Veränderung unterzogen, was wiederum direkten Einfluss auf die Kunstförderung hatte. Da die Gründung von Akademien wesentlich zur Emanzipation des Künstlers vom Handwerker zum Intellektuellen beitrug und damit die Kunst an sich in den Stand der Wissenschaft hob, sollen wesentliche Eckpunkte der Entwicklung der Akademien aufgezeigt werden. Neben einer Darstellung der künstlerischen Ausbildung von heute wird zudem auf die derzeitige soziale Situation in Deutschland lebender Künstler eingegangen.

Schließlich werden in diesem Grundlagenteil die Formen und Modelle der Kunstförderung behandelt. Zunächst wird auf den Wettbewerb in der bildenden Kunst eingegangen, dessen lange Tradition anhand einiger Beispiele aufgezeigt wird. Nach wie vor findet diese Form der Auslese von Künstlern, sei es zwecks Aufnahme an einer Kunstakademie oder Erhalt einer Förderung, weitverbreitete Anwendung. An diese Darstellung schließt sich ein Überblick zur gegenwärtigen Förderung von Nachwuchskünstlern in Deutschland an. Die Beispiele reichen von Erstaussstellungen und Förderpreisen über Atelier- und Reisestipendien bis hin zur Arbeitsmaterial- beziehungsweise Projektmittelförderung. Der Teil schließt mit einem Überblick über die aktuelle Förderlandschaft in Deutschland, differenziert nach den unterschiedlichen Förderereinrichtungen und deren jeweiliger Ausrichtung.

Der Entschluss, im Praxisteil „Modelle der Nachwuchsförderung in der bildenden Kunst“ zwei ausgewählte Praxisbeispiele näher zu untersuchen, entstammt dem Bewusstsein, dass junge Künstler in der schwierigen Phase nach Abschluss des Studiums sowohl ein Podium benötigen, mittels dessen

sie ihre Arbeiten einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen können, als auch Unterstützung beim Eintritt in die berufliche Laufbahn als Künstler brauchen. Bei den beiden ausgewählten Praxisbeispielen handelt es sich zum einen um das Karl Schmidt-Rottluff Stipendium der Karl Schmidt-Rottluff Förderstiftung, das alle zwei Jahre in Kooperation mit der Studienstiftung des deutschen Volkes vergeben wird und sich als Spitzenstipendium versteht. Zum anderen wird der Förderpreis Junge Kunst der Enovos AG vorgestellt, der seit über 25 Jahren im Turnus von zwei Jahren an junge Nachwuchskünstler vergeben wird – ein Förderprojekt aus der freien Wirtschaft. Bei diesen Untersuchungen wird es aufschlussreich sein, am Ende Unterschiede und Gemeinsamkeiten gegenüberzustellen.

Nachdem theoretisch und danach an Praxisbeispielen die unterschiedlichen Möglichkeiten der Kunstförderung in den beiden ersten Teilen dargestellt wurden, befasst sich der letzte und empirische Teil „Ansprüche und Erwartungen an Fördermaßnahmen aus Sicht der Künstler – eine Künstlerbefragung“ mit der Frage, wie sich Künstler eine optimale Förderung vorstellen. Dazu wurde ein Fragebogen entwickelt und an Künstler verschickt, die in der Vergangenheit bereits eine Förderung als Stipendiaten des Karl Schmidt-Rottluff Stipendiums erhalten haben. Um eine optimale Vergleichbarkeit der Antworten zu ermöglichen, war bei den einzelnen Fragen zwischen konkret vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auszuwählen, sodass kein Spielraum für unterschiedliche Interpretationen bestand. Eine Frage bot abschließend Gelegenheit zu allgemeinen Anregungen beziehungsweise Stellungnahmen. Mit Blick auf den Themenkreis wurde zunächst danach gefragt, welche Fördermaßnahmen aus Sicht der Künstler interessant seien und bei welcher Art von Förderprogrammen sich die Befragten bewerben würden beziehungsweise bereits beworben haben. Mit einem weiteren Fragekomplex sollte ermittelt werden, welche För-

derform unter Geldpreisen, Atelierstipendien, Reisestipendien, Ausstellungstipendien oder Arbeitsmaterialunterstützung aus Sicht der Künstler am sinnvollsten erscheint. Ferner wurde nach der Bewertung von etwaigen Zugangsvoraussetzungen wie Altersbegrenzung oder abgeschlossenem Studium sowie nach der Bedeutung der Zusammensetzung einer Jury gefragt. Auch der Frage nach den Erwartungen der Künstler an eine Förderung sowie nach den sich daraus ergebenden Verbesserungen für die Situation als Künstler wurde nachgegangen. Mit der sich aus der Umfrage ergebenden und hier vorgelegten Auswertung der Beurteilung von Förderprogrammen aus Sicht geförderter Künstler setzt sich diese Arbeit von anderen Untersuchungen auf dem Gebiet der Kunstförderung ab.

Literatur- und Forschungsstand

Die Literatur zum Thema Kunstförderung ist vielfältig. In den meisten Fällen wird unter Kunst die gesamte Bandbreite von darstellender Kunst über Musik und Literatur bis hin zur bildenden Kunst verstanden.³ Unterschiedliche Fachdisziplinen beschäftigen sich mit diesem Thema. Vor allem aus betriebswirtschaftlicher Sicht gibt es eine Vielzahl von Publikationen, die sich naturgemäß hauptsächlich mit den Strategien und deren Nutzen für die jeweiligen Unternehmen befassen. Den Unternehmen geht es in erster Linie um den Transfer eines positiven Images nach außen sowie um die eigene Corporate Identity.⁴

3 Herger, Nikodemus, Private Kunstförderung: die private Kunstförderung als öffentlich relevantes Wirkungsfeld; eine Befragung von Künstlerinnen, Künstlern und Kunstinstitutionen, Zürich 1996.

4 Fischer, Heinz H., Kulturförderung durch Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland. Empirische

Aus kunsthistorischer Sicht hat man sich dem Thema Kunstförderung durch Unternehmen nur in Einzelfällen genähert und sich dabei auf die Darstellung von Einzelbeispielen konzentriert.⁵ Allerdings wird auch hier der Schwerpunkt auf die fördernden Unternehmen gelegt und weniger auf die Künstler oder deren Situation eingegangen. Eine Ausnahme ist die Arbeit von Cornelia Landensperger, die neben einer Unternehmensbefragung auch erstmals in Deutschland lebende junge Maler allgemein zu deren Erfahrungen im Bereich Sponsoring befragte.⁶ Hier wurden durchaus interessante Erfahrungsberichte zusammengetragen, die allerdings von sehr individuellen Zügen geprägt sind und somit weniger auf eine Allgemeingültigkeit der gewonnenen Aussagen abzielen.

Für die Darstellung der einzelnen Akteure und Institutionen der Kunstförderung im theoretischen Teil der Arbeit war besonders der soziologische und sozialhistorische Kontext von Bedeutung. Haskell hat die Rolle der Auftraggeber und Maler in seinem 1963 erschienenen Werk „Patrons and Painters. A Study in the Relation between Italian Art and Society in

Bestandsaufnahme und Ausblick, Köln 1989; Becker, M. Bettina, Unternehmen zwischen Sponsoring und Mäzenatentum: Motive, Chancen und Grenzen unternehmerischen Kunstengagements, Diss., Kassel 1993.

- 5 Lösel-Sauermann, Iris, Kunstförderung durch deutsche Unternehmen aus kunsthistorischer Sicht, Frankfurt am Main 1993; Behrens, Nicole, Kunstförderung als Marketinginstrument. Sponsoring und Mäzenatentum von Banken und Sparkassen, Taunusstein 2004.
- 6 Landensperger, Cornelia: Der Künstler zwischen Sponsoring und Mäzenatentum; Die Bedeutung der privatwirtschaftlichen Kunstförderung für den künstlerischen Nachwuchs. Diss., Stuttgart 2001.

the Age of Bernini“⁷ erstmals umfassend untersucht. Mit dieser Studie hat Haskell ein Standardwerk über das Verhältnis zwischen Auftraggeber und Künstler geschaffen. Einen weiteren wichtigen Beitrag zu diesem Thema liefert Martin Warnke mit seiner nicht minder bedeutenden Studie „Hofkünstler. Zur Vorgeschichte des modernen Künstlers“⁸. Beide Werke bilden neben den Arbeiten von Michael Baxandall⁹ und Bram Kempers¹⁰ ein wesentliches Fundament für die Ausdifferenzierung verschiedener Tätigkeitsmodelle für Akteure, die in Auftraggeberschaft, Patronage und Mäzenatentum unterschieden wurden.

Im Bereich Sponsoring diente naturgemäß Literatur aus der betriebswirtschaftlichen Forschung, wie sie allen voran von

-
- 7 Haskell, Francis, *Patrons and Painters. A Study in the Relation between Italian Art and Society in the Age of Bernini*, London 1963. Im Folgenden wird aus der deutsche Ausgabe zitiert: Haskell, Francis, *Maler und Auftraggeber. Kunst und Gesellschaft im italienischen Barock*, Köln 1996; Haskell, Francis, *Die Geschichte und ihre Bilder. Die Kunst und die Deutung der Vergangenheit*, München 1995. *Maler und Auftraggeber. Kunst und Gesellschaft im italienischen Barock*, Köln 1996.
 - 8 Warnke, Martin, *Hofkünstler. Zur Vorgeschichte des modernen Künstlers*, 2., überarbeitete Auflage, Köln 1996.
 - 9 Baxandall, Michael, *Die Wirklichkeit der Bilder. Malerei und Erfahrungen im Italien des 15. Jahrhunderts*. Frankfurt am Main, 1988; Baxandall, Michael, *Ursachen der Bilder*, Berlin 1990.
 - 10 Kempers, Bram, *Kunst, Macht und Mäzenatentum. Der Beruf des Künstlers in der Renaissance*, München 1989.

Bruhn¹¹ und Look¹² vertreten wird, als wesentliche Grundlage. Eine ähnliche Situation findet sich im Bereich von Stiftungen. Da es sich bei einer Stiftung um eine Rechtsform handelt, beschäftigen sich vorwiegend Autoren aus der Rechtswissenschaft mit diesem Themenbereich.¹³

Um den Wandel der gesellschaftlichen Stellung des Künstlers nachzuverfolgen, wird in dieser Arbeit die Entwicklung der Akademien genauer betrachtet. Für dieses Themenfeld stellt nach wie vor der von Nikolaus Pevsner¹⁴ verfasste Überblick zur Akademieggeschichte seit der Antike bis in die 1930er Jahre eine bedeutende Grundlage dar. Bei der Darstellung der jüngsten Entwicklungen von Akademien wurde dagegen fast

-
- 11 Bruhn, Manfred, Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz, 5. Auflage, Wiesbaden 2010
 - 12 Look, Friedrich, Kunstsponsorship. Ein Spannungsfeld zwischen Unternehmen, Künstlern und Gesellschaft, Berlin, 1988; Litzel, Susanne; Look, Friedrich; Brackert, Annette (Hrsg.), Handbuch Wirtschaft und Kultur. Formen und Fakten unternehmerischer Kulturförderung, Berlin, Heidelberg, New York 2003
 - 13 Vor allem zu nennen sind: Campenhausen, Axel Freiherr von, Geschichte des Stiftungswesens, in: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Handbuch Stiftungen. Ziele – Projekte – Management – Rechtliche Grundlagen, 2., vollständig überarbeitete Ausgabe, Wiesbaden 2003; Liermann, Hans, Geschichte des Stiftungsrechts, Band 1, 2. Auflage, Tübingen 2002; Strachwitz, Graf Rupert; Merker, Florian (Hrsg.), Stiftungen in Theorie, Recht und Praxis. Handbuch für ein modernes Stiftungswesen, Berlin 2005.
 - 14 Pevsner, Nikolaus: Die Geschichte der Kunstakademien, München 1986.

ausschließlich auf die von Kunstakademien selbst verfassten Festschriften zurückgegriffen.¹⁵

Bei den Formen und Modellen der Kunstförderung wird ein Überblick zum Wettbewerb in der bildenden Kunst gegeben. Hier werden der Pariser Salon und Goethes Preisaufgaben beispielhaft hervorgehoben. Für Ersteren ist auf die Studie zum Pariser Salon von Sfeir-Selmer¹⁶ zu verweisen, die die Geschichte des Salons nachskizziert. Wesentliche Informationen zu Goethes Preisaufgaben von 1799 bis 1805 liefert Scheiding.¹⁷

Die Literatur bezüglich der gegenwärtigen Fördermöglichkeiten für junge Künstler stellt sich recht übersichtlich dar. Neben dem von Karla Fohrbeck¹⁸ entwickelten und von Andreas Wiesand¹⁹ weitergeführten „Handbuch der Kulturprei-

- 15 Beck, Rainer (Hrsg.), *Kunst im Brennpunkt der Akademien*, München 1988; Trier, Eduard (Hrsg.), *Zweihundert Jahre Kunstakademie Düsseldorf*, anlässlich der 200sten Wiederkehr der Gründung der Kurfürstlichen Akademie in Düsseldorf im Jahre 1773, Düsseldorf 1973; Zacharias, Thomas (Hrsg.), *Tradition und Widerspruch. 175 Jahre Kunstakademie München*, München 1985.
- 16 Sfeir-Semler, Andrée, *Die Maler am Pariser Salon 1791–1880*, Frankfurt am Main 1992.
- 17 Scheiding, W., *Goethes Preisaufgaben für bildende Künstler (1799–1805)*, in: *Schriften der Goethe-Gesellschaft*, Bd. 57, Weimar 1958.
- 18 Fohrbeck, *Handbuch der Kulturpreise und der individuellen Künstlerförderung in der Bundesrepublik Deutschland 1979–1985*, Köln 1985.
- 19 Wiesand, Andreas Johannes (Hrsg.), *Handbuch der Kulturpreise. Preise, Ehrungen, Stipendien und individuelle Projektförderungen für Künstler, Publizisten*

se“ wurde hier vor allem auf Einzelbeispiele zurückgegriffen, um allgemeine Tendenzen herauszuarbeiten. Einen Überblick, wer heute seitens der öffentlichen Hand Kunst fördert, bietet der Kulturfinanzbericht 2010. Differenzierte Informationen über den Umfang privater Förderung sind eher rar. Lediglich die Studie des Kulturkreises der Deutschen Wirtschaft von 2008²⁰ liefert hierzu brauchbare Erkenntnisse.

Für die im Praxisteil vorgestellten Modelle der Kunstförderung wurden ausschließlich einschlägige Kataloge und Informationsmaterial der jeweiligen Förderorganisationen verwendet. Weitere Informationen stammen aus eigens geführten Interviews.

und Kulturvermittler 1986–94, Bonn 1994; Wiesand, Andreas Johannes (Hrsg.), Handbuch der Kulturpreise. Preise, Ehrungen, Stipendien und individuelle Projektförderungen für Künstler, Publizisten und Kulturvermittler in Deutschland und Europa, 1995–2000, Bonn 2001.

- 20 Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e. V. (Hrsg.): Unternehmerische Kulturförderung in Deutschland. Ergebnisse einer umfassenden Untersuchung des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft im BDI, Berlin 2010.

I. Theoretischer Teil:

Kunstförderung und ihre Grundlagen

In diesem ersten, theoretischen Teil werden zunächst die Akteure beziehungsweise Institutionen untersucht, die Kunst in unterschiedlichsten Formen fördern. Dies erfolgt in einem ersten Schritt über einen historischen Abriss, der die lange Tradition der Kunstförderung am Beispiel von Auftraggeberschaft, Patronage, Mäzenatentum, Stiftungen und Sponsoring aufzeigt. In einem weiteren Abschnitt wird die gesellschaftliche Stellung des Künstlers betrachtet und deren Wandel am Beispiel der Akademien ausgeführt sowie abschließend ein Blick auf seine künstlerische Situation in der Gegenwart geworfen. In einem letzten Abschnitt werden unterschiedliche Formen und Modelle der Kunstförderung vorgestellt und analysiert.

1. Akteure und Institutionen der Kunstförderung

1.1 Auftraggeberschaft

Unter den verschiedenen Formen der Kunstförderung kann die Auftraggeberschaft als die älteste angesehen werden. Auftraggeberschaft bezeichnet die Vergabe eines Auftrages für ein Kunstwerk durch eine Person oder Institution an einen Künstler. Mit dieser Verbindung zwischen Künstler und

Auftraggeber werden auch heute noch häufig ein guter persönlicher Kontakt und ein freundschaftliches Verhältnis beider Parteien assoziiert. Zudem wird hier gerne von einem Verhältnis beider ausgegangen, das ein förderndes motiviertes Handeln des Auftraggebers voraussetzt. Im eigentlichen Sinne handelt es sich bei der Auftraggeberschaft allerdings lediglich um ein Geschäft, welches die eben genannten Punkte nicht automatisch impliziert.

1.1.1 Ausgangslage

Bis zur Mitte des 15. Jahrhunderts war die Auftraggeberschaft hauptsächlich religiös motiviert. Die Kirche avancierte dank ihrer politischen Macht und ihres Reichtums zum wichtigsten Auftraggeber für Künstler. In einer Zeit, in der die Religion das Leben jedes Einzelnen bestimmte, in der der Alltag von kirchlichen Festen wie Taufe, Trauung, Taufe der Kinder und schließlich der Letzten Ölung geprägt war, waren auch die Themen der in Auftrag gegebenen Werke vorgegeben. Naturgemäß waren Arbeiten gefragt, die sich einem religiösen Inhalt widmeten. Das war auch dann der Fall, wenn es sich um Aufträge beispielsweise von Stadtregierungen handelte. Profane Bildthemen ohne religiöse Andeutungen oder Inhalte bildeten die Ausnahme. Dennoch gab es auch Aufträge von der Kirche mit weltlicher Thematik. Man denke an den Parnass von Raffael, den er im Auftrag von Julius II. im Vatikan schuf.

Neben der thematischen Vorgabe waren klare Vorstellungen bezüglich der Darstellungsweise formuliert. Gefragt war weniger die künstlerische Raffinesse als vielmehr solides Handwerk. Die in Auftrag gegebenen Werke waren weniger für den privaten Rahmen als vielmehr für den öffentlichen Kirchenraum gedacht. Somit standen Werke im Vordergrund, deren Aufgabe es war, die religiösen Themen dem Laien zu vermitteln. Mittels einer klaren Darstellungsweise sollten sie

dem Kirchenbesucher ermöglichen, die Bedeutung des Bildes zu erfassen und zu memorieren. Das Bild diene somit als Schriftersatz für den ungebildeten, des Lesens meist unkundigen Bürger.²¹ Mit solchen klaren klerikalen Vorgaben waren dem Künstler inhaltlich wie formal enge Grenzen gesetzt. Diese Grenzen lockerten sich nach und nach, vor allem aber mit dem vermehrten Auftreten der Bettelorden im 13. Jahrhundert.²² Besonders die Franziskaner standen einer neuen Bildsprache offen gegenüber und erlaubten eine veränderte Darstellungsweise. Diese betraf in erster Linie die Darstellung der Heiligen, die von nun an nicht mehr als erstarrte Würdenträger, sondern als lebendige und agierende Personen gezeigt wurden.²³ Mittels solcher Auftraggeber konnten sich wesentliche künstlerische Neuerungen innerhalb dieser ansonsten so strengen Vorgaben, die relativ wenig Spielraum ließen, etablieren. Die erwähnten Lockerungen dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Auftraggeber immer noch stark in die Produktion eingriff.

21 Antal, Frederick, *Die Florentinische Malerei und ihr sozialer Hintergrund*, Darmstadt, Berlin 1960, S. 219.

22 Während es um 1200 noch keine Bettelorden gab, lassen sich bereits 1316 allein 1400 Franziskanerklöster nachweisen. Siehe Kempers 1989, S. 32.

23 Vgl. Rumohr, Carl Friedrich von, *On Giotto*, in: Ladis, Andrew: *Giotto and the World of Early Italian Art*. Bd. 1: *Giotto as a Historical and Literary Figure. Miscellaneous Specialized Studies*, New York; London 1998, S. 18.

1.1.2 Absprachen zwischen Auftraggeber und Künstler

In der Regel ging die erste Kontaktaufnahme vom Auftraggeber aus. Nur sehr wenige bedienten sich eines Kunstvermittlers, der, beispielsweise vom Papst beauftragt, den Kontakt zu den jeweiligen Künstlern herzustellen hatte.²⁴ Meist sahen die Auftraggeber im Künstler in erster Linie den Handwerker. Bei den einzelnen Aufträgen wurden die Aufgaben des Künstlers nicht selten in einem Vertrag festgehalten. Zunächst wurden die den Preis bestimmenden Faktoren festgehalten. Wesentliches Kriterium war lange Zeit weniger die künstlerische Qualität eines Werkes; vielmehr standen zum Beispiel das Format oder auch die Größe der Fläche, die mit wertvollen Materialien wie Ultramarin und Gold ausgeführt wurde, im Vordergrund der Preisgestaltung. So ist von Borso d'Este, dem Herzog von Ferrara, überliefert, dass dieser seine Gemälde nur nach Quadratfuß bezahlte.²⁵

Die Ausführung einzelner Bildteile in Gold oder Ultramarin war weniger durch kompositorische Fragestellungen oder künstlerische Inspiration bedingt. Vielmehr stand hierbei die Finanzkraft des Auftraggebers im Vordergrund, der die Verwendung dieser teuren Materialien forderte, um seinen Wohlstand zu zeigen.²⁶ Da nach Gold und Silber das Ultramarin zu den teuersten und schwierigsten Materialien zählte, die ein Künstler verwenden konnte, wurden gerade diese

24 Dischinger-Hoch, Nicola, *Finanzierungsformen der Kunst. Eine Untersuchung der Kunstfinanzierung von Auftraggeberschaft bis Sponsoring*, Zürich 2000, S. 258.

25 Borso d'Este bezahlte für die Fresken im Palazzo Schifanoia in Ferrara 10 bolognesische Lire pro Quadratfuß. Baxandall 1988, S. 10.

26 Vgl. Kempers 1989, S. 187.

Materialien von den Auftraggebern streng kontrolliert. Um sichergehen zu können, auch wirklich qualitativ hochwertigen Materialien zu erhalten, gaben einzelne Auftraggeber genau an, welche Sorte im Bild Verwendung finden sollte.²⁷ In andern Fällen wurde vertraglich festgelegt, dass der Künstler unabhängig von Materialien und Gehilfen sein Gehalt erhielt. So geschehen bei Filippino Lippi, der für das Werk des heiligen Thomas in Santa Maria sopra Minerva in Rom (1488–1493) von Kardinal Caraffa 2000 Dukaten für seine Arbeit erhielt und davon weder Gehilfen noch Arbeitsmaterial bezahlen musste.²⁸

Ein weiteres Kriterium für den Preis eines Werkes war die Anzahl der darzustellenden Personen, da deren Ausarbeitung einen größeren zeitlichen Aufwand darstellte als andere Bildpartien. Wie das Beispiel Papst Urbans VIII. zeigt, war es durchaus üblich, einem Künstler eine bestimmte Anzahl darzustellender Personen vorzugeben. So beauftragte dieser den Maler Andrea Camassei mit einem Altarbild für die Kirche San Sebastiano in Rom, welches das Martyrium des heiligen Sebastian mit acht Figuren zum Thema hatte, wobei die Identität der acht Personen dem Künstler überlassen war.²⁹

In den meisten Fällen wurde der Vertrag mündlich zwischen Auftraggeber und Künstler geschlossen. Kam einer der beiden aus einer anderen Stadt oder handelte es sich um einen größeren Auftrag, so wurde der Vertrag schriftlich fixiert. In diesen Fällen wurde unter anderem auch der Liefertermin festgehalten. In der Festsetzung eines Termins äußert sich der Wunsch des Auftraggebers, dass der Künstler keine zusätzlichen Aufträge annehmen und damit so schnell wie möglich

27 Baxandall 1988, S. 22.

28 Ebd. 1988, S. 20.

29 Haskell 1996, S. 24.

liefern sollte.³⁰ Wie ungeduldig Auftraggeber sein konnten, zeigt ein Beispiel Federico Gonzagas von Mantua, der bei Tizian ein Bild der heiligen Magdalena mit der Aufforderung bestellte, dass dieser zusehen solle, dass er es so schnell als möglich erhalte. Tizian arbeitete weniger als einen Monat an diesem Werk und übersandte es Gonzaga mit der Nachricht, er habe alle anderen Arbeiten für dieses Bild zurückgestellt und ausschließlich an diesem gearbeitet. Fünf Jahre später bestellte Gonzaga im August 1536 erneut ein Bild bei Tizian mit der Bitte, er möge es im September erhalten.³¹

Neben der Terminabsprache avancierte die Klausel der „Eigenarbeit des Meisters“ zu einem weit verbreiteten Bestandteil der Verträge. Hierin verpflichtete sich der Meister, die in Auftrag gegebenen Arbeiten ohne die Mitarbeit von Gehilfen durchzuführen. Nicht selten wurden genaue Angaben dazu gemacht, welche Teile vom Meister unbedingt selbst auszuführen seien.³² Für die Bezahlung der Gehilfen war in den meisten Fällen der Meister selbst verantwortlich.³³ Nur in Ausnahmefällen wurden die Kosten für diese vom Auftraggeber übernommen, wie das bereits oben erwähnte Beispiel Kardinal Caraffas zeigt.

Die hier genannten Inhalte der Verträge waren keineswegs einheitlich. Von einem standardisierten oder gar musterhaften Vertrag, dessen Geltung für einen bestimmten Zeitpunkt oder bestimmten Ort festgeschrieben war, kann keine Rede sein.

30 Kempers 1989, S. 187.

31 Burke, Peter, *Die Renaissance in Italien. Sozialgeschichte einer Kultur zwischen Tradition und Erfindung*, Darmstadt 1996, S. 89.

32 Baxandall 1988, S. 33.

33 Antal 1960a, S. 223.

Auch auf die Ausführung selbst wurde eingegangen. Man geht wohl kaum fehl in der Annahme, dass der Auftraggeber aktiv in die Arbeit der Künstler eingriff; heute würde man sagen: auf die Kunstproduktion Einfluss ausübte.³⁴ All diese Regelungen zeigen, wie wenig Spielraum der Künstler bei der Ausgestaltung seiner Werke hatte. Innerhalb dieser eng gesetzten Grenzen war es den Künstlern dennoch möglich, ihre eigene Darstellungsweise zu finden und auch neue Tendenzen innerhalb der Kunst zu entwickeln.

Neben vertraglichen Modalitäten entwickelte sich im Laufe der Zeit eine weitere, wenngleich nicht überall angewendete Kontrollmöglichkeit der Auftraggeber: Sie forderten eine Skizze oder Vorzeichnung des in Auftrag gegebenen Werkes. Caravaggio beispielsweise kam seinem Auftraggeber entgegen und fertigte für die darzustellenden Figuren der Altarbilder „Die Bekehrung des Paulus“ und „Die Kreuzigung des Petrus“ Skizzen an.³⁵

Das Verhältnis zwischen Auftraggeber und Künstler war häufig über einen längeren Zeitraum angelegt, kann aber trotz der Dauer meist weder als ein persönliches noch als ein freundschaftliches gesehen werden.

Die Situation der Künstler, die in starre handwerkliche Strukturen eingebunden waren, veränderte sich auch in der Folgezeit nur wenig. Der Künstler wurde weiterhin als Handwerker gesehen und war somit an die Zunftregeln gebunden.

34 Hauser geht davon aus, dass der Künstler sich bis in die Zeit des Spätmittelalters hinein seinem „Brotherren“ unterordnete und dass sich somit „die ganze Kunsttätigkeit nach dem Geschmack und den Normen der Herrenklasse“ richtete. Hauser, Arnold, *Soziologie der Kunst*, München 1978, S. 154.

35 Haskell 1996, S. 26.

Dies betraf vor allem die Ausbildung zu diesem Beruf. Welche Auswirkungen dieses Verständnis vom Künstler hatte und welche wesentlichen Veränderungen stattfanden, dem soll in dem Kapitel über die Kunstakademien nachgegangen werden.

1.1.3 Wandel der Auftraggeber

Die Auftragsvergabe erfuhr in der Mitte des 15. Jahrhunderts einen bedeutenden Wandel. Waren bis dato primär religiöse Themen in Auftrag gegeben worden, stieg von nun an der Anteil an weltlichen Themen. Eine wesentliche Ursache hierfür kann darin gesehen werden, dass sich zu diesem Zeitpunkt immer mehr wohlhabende Familien ihre Häuser mit Kunstgegenständen einrichteten. Zu den Auftraggebern zählten fortan namhafte Kaufmannsfamilien, aber auch Zünfte und Stadtverwaltungen. Wackernagel geht davon aus, dass in Florenz während des 15. Jahrhunderts die Auftraggeber aus „allen Kreisen der Bevölkerung bis zum handwerklichen Kleinbürger herab“ vertreten waren.³⁶ Die durch einzelne Belege durchaus beweisbaren Berichte Vasaris, wonach Andrea del Sarto eine Madonna an einen Tischler und einen Krämer und Jacopo da Pontormo ein Werk an einen Schneider verkauft habe³⁷, lassen allerdings nicht schon den Schluss zu, dass dies für die damalige Zeit durchweg üblich gewesen wäre.

Für den Künstler blieb die Auftragsarbeit weiterhin die wichtigste Einnahmequelle, um seinen Lebensunterhalt zu bestreiten. Erst in der Renaissance nahmen die Aufträge pri-

36 Wackernagel, Martin, *Der Lebensraum des Künstlers in der florentinischen Renaissance. Aufgaben und Auftraggeber, Werkstatt und Kunstmarkt*, Leipzig 1938, S. 10. und S. 254f.

37 Burke 1996, S. 92.