

Daimler Art Collection

›Cars and Art‹

Unimog-Museum Gaggenau

13. November 2010 – 13. Februar 2011

Renate Wiehager

Einführung im Rahmen der Ausstellung ›Cars and Art. Werke der Daimler Art Collection‹

Unimog Museum Gaggenau, 12. November 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Daimler Art Collection ist im Raum Stuttgart bekannt, aber zugleich doch auch eine große Unbekannte. Sichtbar in Stuttgart selbst ist die Sammlung nur in Gestalt zweier großer Skulpturen, von Max Bill und Heinz Mack, vor dem Tor des Motorenwerkes Untertürkheim, und durch einige wenige Werke, die wir in das benachbarte Mercedes-Benz Museum integriert haben. Vielleicht war die Eine oder der Andere unter Ihnen auch schon einmal Gast einer Kunstführung am Unternehmenssitz Stuttgart-Möhringen, wo wir regelmäßig

D

A C

Wechselausstellungen aus der Sammlung zeigen. Dies allerdings vorwiegend als Bildungsangebot für Mitarbeiter. Das ganze Spektrum unserer Sammlung, von der Klassischen Moderne bis heute, war 2003 zu Gast im ZKM in Karlsruhe und ein ähnlich breites Spektrum wird ab Mai im Museum im Prediger in Schwäbisch Gmünd zu sehen sein.

Wie könnte eine steckbrief-ähnliche Beschreibung unserer Sammlung und unserer Aktivitäten lauten? Darüber möchte ich kurz sprechen, bevor ich auf die für das Unimog Museum ausgewählten Werke eingehe. Die 1977 gegründete Daimler Art Collection zählt zu den bedeutenden deutschen Unternehmenssammlungen. Auftragsarbeiten, wie Sie einige hier in Gaggenau sehen, sind nur ein Seitenzweig der rund 1800 Werke umfassenden Daimler Art Collection. Diese beginnt mit Werken von Adolf Hölzel und seinen Stuttgarter Schülern – Baumeister, Itten, Schlemmer – und mit Arbeiten aus dem Umfeld des Bauhauses. Der Fokus der Sammlung im Überblick liegt auf konkreter und konstruktiver Kunst, Minimalismus, Konzeptkunst und Zero, also Bewegungen der 1940er bis 70er Jahre. In wachsendem Umfang rückt die zeitgenössische Kunst ins Zentrum. Ganz neu aufgebaut haben wir in den letzten Jahren Werkgruppen mit Bildern, Fotos und Videoarbeiten von Künstlern aus Japan, Australien, Südafrika, den USA und Indien, letztere werden ab Juni in der Städtischen Galerie Sindelfingen zu sehen sein. Hinzu kommt der Komplex der großen öffentlichen Skulpturen in Stuttgart, Sindelfingen, Berlin. Ausstellungen im Unternehmen, in Berlin und international sowie Förderpreise für junge Kunst ermöglichen eine breite Auseinandersetzung mit der Sammlung.

D

A C

Die erfolgreiche Arbeit mit der Sammlung im Unternehmen wie in öffentlichen Museen folgt einer langjährigen Planung, die man mit einigen Begriffen umschreiben kann: Kontinuität: das heißt, wir entwickeln die Grundlagen der Sammlung in die Zukunft hinein; dann Qualität, also Festhalten am erarbeiteten musealen Niveau der Kunstwerke; eigenständiges Profil: das heißt der Mut, jenseits von Trends und Auktionsrekorden den spezifischen Charakter der Sammlung auszubauen, durchaus mit dem Mut, vergessene oder übersehene Künstler ebenso zu integrieren wie ganz junge Talente; dann: Innovation: das meint, neue Entwicklungen und ungewöhnliche künstlerische Lösungen aufzunehmen und zu begleiten; schließlich Kommunikation: also die Anstrengung, das, was man sammelt, auch sprachlich zu bewerten und weiterzugeben, die Werke ideenreich auszustellen und das Potential der Kunst, unsere Gegenwart auf Zukünftiges hin zu analysieren: dieses zu vermitteln, gerade auch an Menschen, die nicht selbstverständlich ins Museum gehen.

Was sind unsere Aufgaben? Im Vordergrund stehen Angebote kultureller Bildung für Mitarbeiter, die wir seit nunmehr rund dreißig Jahren ausbauen. Wir konzipieren wechselnde Ausstellungen intern in Deutschland – in Möhringen, Sindelfingen, Berlin Marienfelde – und dazu gibt es ein monatliches Angebot thematischer Kunstführungen. Seit dem Jahr 2000 haben wir rund 100 Ausstellungen außerhalb des Unternehmens organisiert: im Daimler Contemporary am Potsdamer Platz Berlin, ein Ausstellungsraum, wo wir vier Ausstellungen jährlich aus den Beständen der Sammlung zeigen, geöffnet täglich bei freiem Eintritt. Dann richten wir Ausstellungen ein in Museen in Deutschland und international: 2003 haben wir eine Welttournee durch große Museen mit rund 150 Werken der Sammlung begonnen, wir waren zu Gast in Johannesburg, Tokio, São Paulo, Madrid oder Singapur. Diese Welttournee wird begleitet von einem speziellen Ausbildungsprogramm für Schüler, an dem mittlerweile schon rund 30.000 junge Menschen teilgenommen haben. Diese

D

A C

Welttournee unterstützt natürlich auch das kulturelle und soziale Engagement der Ländergesellschaften von Mercedes-Benz. Teil unserer Arbeit ist weiter die kuratorische Mitarbeit im Rahmen der Förderung von vielen jungen Kreativen weltweit durch Preise und Arbeitsstipendien. Ebenso natürlich die Förderung junger Künstler weltweit durch Erwerbungen, Ausstellungen und Publikationen. Die Abteilung Kunstbesitz berät aber auch Kollegen in aller Welt zu Fragen von Kunstkonzeptionen und Auftragsarbeiten für neue Gebäude, wie auch zu vielen generellen Kunst- und Sponsoringthemen.

Meine Damen und Herren, es wird viele Besucher in dieser Ausstellung geben, die den Namen der Daimler Art Collection unmittelbar mit der *Cars*-Serie von Andy Warhol verbinden. 1986, anlässlich des 100. Geburtstages von Mercedes-Benz beauftragt, konnte Warhol bis zu seinem Tode 1987 insgesamt 35 Leinwandbilder und 12 Zeichnungen fertig stellen. 1988, nach ihrer Premiere in New York und in der Kunsthalle Tübingen, ging die *Cars*-Serie auf Welttournee. Fünf Bilder und zwei Zeichnungen zeigen wir hier in Gaggenau, wobei wir zu Ehren von Gottlieb Daimler die entsprechenden Motive der frühen Automobile ausgewählt haben. Ein zweiter großer Auftrag zu einer produktbezogenen Bildserie erging Anfang der 1990er Jahre an einen anderen bekannten New Yorker Künstler, Robert Longo, der eine Serie wunderbarer Schwarzweiß-Zeichnungen und ein großes Spray-Painting gemalt hat – beides repräsentativ hier im Kulturforum zu sehen. Es folgte 2001 ein Auftrag an die Stuttgarter Künstlerin Simone Westerwinter zu einem Porträt des Unternehmens, 60 Namensquarelle sind entstanden, die wir hier leider nicht zeigen können. Ein weiteres für uns inspirierendes Auftragsprojekt zum Thema Auto ist uns 2004 in Zusammenarbeit mit dem damals gerade 35-jährigen Vincent Szarek aus New York gelungen: von ihm sehen Sie hier in Gaggenau zwei Wandskulpturen, die sämtlich aus Computerbearbeitungen des SLR-Designs entwickelt sind.

D

A C

Aber ich komme noch einmal zurück auf das Thema Automobil, auf welches wir uns für die Ausstellung in Gaggenau konzentriert haben. Eine der aktuell bekanntesten international tätigen Künstlerinnen der mittleren Generation ist Sylvie Fleury, die hier mit zwei frühen Videoarbeiten sowie ihrem hintersinnigen Formel 1-Kleid vertreten ist. Letzteres ist aus dem Original-Material mit allen dazugehörigen Logos des entsprechenden Anzugs von Mika Häkkinen geschneidert. Gefüttert ist es mit einem Stoff, der das Flammenmotiv auf den tiefer gelegten US-Lowrider-Autos zeigt. So verschmilzt Sylvie Fleury die rein maskuline Welt des Formel 1-Sports mit der weiblichen Welt der Mode und dem gemalten Feuer der amerikanischen Hispanics.

Ein Abgänger der Stuttgarter Kunstakademie, heute in Berlin lebend, ist Gerold Miller, der mit einer großen schwarzen Wandskulptur in Form einer Null oder eines O vertreten ist, lackiert mit schwarz glänzendem Autolack. In Esslingen geboren und ebenfalls in Berlin lebend ist Ulrike Flaig mit einer Wandskulptur vertreten. Es ist eine Wellenform, zwischen Blau und Grün changierend und gebaut aus einem Material, mit welchem vor einigen Jahren die Wirkung neuer Autolacke erprobt wurde. Sie sehen, das Thema »Cars & Art« bietet auch interessante abstrakte Lösungen, die weniger auf den Fetisch Automobil als solchen, als vielmehr auf Design und Oberflächenwirkungen setzen.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich abschließend einige Gedanken formulieren zu der möglichen Rolle einer Unternehmenssammlung heute. Ich sehe unsere Aufgaben zum einen in dem kaum besetzten Feld, das sich zwischen den Kunstvereinen und den öffentlich finanzierten Instituten auftut. Mit letzteren teilen wir die Verpflichtung auf internationale Standards, auf Kontinuität und museale Qualität. Gleichwohl verpflichten wir uns auch den Standorten des Unternehmens, indem wir junge regionale Positionen gezielt und langfristig begleiten, sie durch Ausstellungen und Erwerbungen zu einem

D

A C

Zeitpunkt fördern, an welchem die Museen sich noch abwartend verhalten. Eine Unternehmenssammlung kann so durchaus eine Art Laborsituation sein, in welcher junge Positionen in prominenter und etablierter Nachbarschaft sich behaupten lernen. Andererseits müssen wir nicht, wie es Aufgabe der Kunstvereine ist, die allerjüngsten Tendenzen abbilden, den Pendelschlägen der Geschmacksbildung sind wir entzogen. Eine weitere wichtige Funktion betrifft die Menschen, die wir ansprechen können: viele der nach Zehntausenden zählenden Mitarbeiter, die unsere wechselnden thematischen Präsentationen an den verschiedenen Standorten sehen, gehen üblicherweise nicht ins Museum. Hier kann eine ideenreich kommunizierte Unternehmenssammlung Brücken schlagen zwischen Welten, die ansonsten schwer zusammenkommen.

D

A C