

## **Das Kunstwerk als gemeinsame Schöpfung von Künstler und Auftraggeber**

Mozart hat 'Die kleine Nachtmusik' uraufgeführt und ist zur Audienz beim österr. Kaiser: „Sehr schön, mein lieber Mozart. Aber meinen's nicht, es sind a bisserl viel Noten?“ - „Majestät, nicht eine Note mehr als unbedingt nötig!“

Einem Künstler vorzuschreiben, was und wie der etwas zu gestalten habe, erscheint uns anmaßend, dem schöpferischen Menschen ins Handwerk pfuschend. In der Musik weisen das die Tonkünstler auch zurück: Da ist die Klangwaage im Ohr beim Hörer doch zu fein. Selbst im heutigen Regietheater, in dem die Regisseure Text und Inhalt der großen Musikwerke verändern, schrecken die Leitenden vor den Noten zurück: Da reicht ihr Können doch nicht hin!

In der darstellenden Kunst seit 1500 n. Chr. jedoch gehört das Mitwirken zu den ehrenvollen Pflichten des Auftraggebers. Zu sehen bereits bei Burgkmair, wie Kaiser Maximilian einem Maler an der Staffelei gute Ratschläge erteilt. (Hans Burgkmair der Ältere „Der Weisskunig“ (= Kaiser Maximilian I), 1514-1516, Blatt 52e, Sammlung Max Kade, Staatsgalerie Stuttgart).

Nicht immer ist die Mitwirkung so direkt. So beauftragt Papst Julius II Michelangelo, die gewölbte Decke der Sixtinischen Kapelle mit Fresken zu verschönern. Dieser, bislang ohne Erfahrung mit dem Malen in den frischen Putz und dem schwierigen Malen in Rückenlage nimmt den Auftrag an und gestaltet von 1508-1512 ein Werk, das uns mit Ehrfurcht erfüllt (z.B. „Die Erschaffung Adams“). Auch das Monumentalbild „Das Jüngste Gericht“ an der Westseite der Sixtinischen Kapelle zählt zu Michelangelos starken Fresken. Es kommen hier zusammen die ehrenvolle Aufgabe, die gute Bezahlung und der klare Auftrag, erteilt vom Papst selber. Dieser begleitet den Fortschritt durch Besuche vor Ort. Michelangelo ist voll motiviert, er gibt sein Bestes, inhaltlich und in der Ausführung. Das gilt auch für andere Kunstschaffende, die im Bannkreis der Reichen und Mächtigen leben, wie Botticelli bei den Medici in Florenz oder Velazquez am spanischen Hof. Sie sind nur eine kleine Minderheit der darstellenden Künstler.

Aber auch die in der Gunst stehenden sind nicht immer dem Auftraggeber ergeben. So Goya mit dem Auftragsbild seines Königs „Die Familie Karls IV.“ von 1800-1801. Das Bild wirkt gehässig, besonders wenn wir es mit Bildern anderer Mächtiger aus diesen Jahren vergleichen, z.B. mit „Napoleon beim Überqueren der Alpen“ von J. L. David, 1800-1801, gemalt ebenfalls im Auftrag Karl IV. Hier die Königsfamilie in ihrer Hässlichkeit, dort Napoleon heroisch auf einem sich aufbäumenden Pferd, die Hand nach vorne streckend, seinen Soldaten den Wegweisend. Das Familienbild wird in der Kunstgeschichte als realistisch gerühmt, aber es fehlt das Wohlwollen, das ein Künstler seinem Auftraggeber entgegen bringen sollte. Ohne dieses bleibt eine Lücke zwischen beiden. Auch wir als Auftraggeber erwarten dieses Wohlwollen: Von unserem Flaschner, unserem Kfz-Mechaniker, unserem Arzt! Der Künstler mit Vorbehalten bringt eben nicht sein Bestes, sein ganzes Können in sein Werk. Vergleichen wir das Bild „Die Familie Karls IV.“ mit den „Las Meninas“ von Velazquez wird klar was gemeint ist: Es geht darum, die Schönheit darzustellen und nicht die Hässlichkeit, das Konstruktive und nicht das Destruktive.

Albrecht Dürer hat als Kupferstecher keine Protektion. Was er bietet, ist die vorzügliche Gravur seiner Kupferstiche und die innere Dramatik, die den Absatz seiner Werke sichert, gleich ob es das Blatt ist „Ritter, Tod und Teufel“ oder „Das Meerwunder“. Hier sind es die späteren Käufer, für die er die Stiche fertigt und die ihn bewundern.

Emil Nolde fängt mit seinen Blumenbildern die Schönheit der Natur ein. Er erreicht mit seinen Bildern neue Käuferschichten. Bald gehört er zu den drei Prozent der Kunstschaffenden, die von ihrer Arbeit als Künstler leben können.

Ohne die Verbindung zum Käufer sitzt der Künstler unschlüssig vor der Staffelei: Was soll er malen und für wen? Ein Ausweg wäre, sich Alltagsgegenstände zu besorgen, die aber neu zu deuten. Damit sind US-Künstler wie Andy Warhol berühmt und reich geworden. In Deutschland hat z.B. Joseph Beuys diesen Weg gewählt, von Kunstsachverständigen gelobt und mit Ehrungen bedacht, aber das Publikum ratlos zurücklassend. Das gilt auch für Ausstellungen zeitgenössischer Kunst, z.B. die 'documenta' in Kassel. Trotz Grußadressen von Regierungsvertretern fehlt die positive Rückmeldung aus der Bevölkerung. Ankäufe kommen meist von den staatlichen Museen, selten von privaten Besuchern. Natürlich: Wir wollen beim Anblick eines Kunstwerks in den Paradiesgarten schauen und nicht in den Müllimer!

Heute erschwert der technische Fortschritt den Künstlern ihre Arbeit. So hat die Fotografie zuerst die Porträtmalerei ersetzt, dann auch die Landschafts- und Tiermalerei. Zudem möchte der Bürger für eine Handfertigung nicht soviel ausgeben wie für ein industrielles Gut. Also 40.000 € für ein Porträt von Ehefrau und Tochter erscheinen ihm viel, aber für den neuen PKW als angemessen.

Ein weites Arbeitsfeld bringt dem Künstler das Industrie-Design. Siehe hierzu das Buch des Design-Pioniers Raymond Loewy „Häßlichkeit verkauft sich schlecht“ von 1953. Selbst die Frontansicht eines Autos erhält ein immer neues Gesicht, so stark beeinflusst unser Schönheitssinn unsere Kaufentscheidung.

Auch von der Verbindung Künstler und Auftraggeber gibt es Neues zu berichten: Die postkartengroßen 'Ex Libris', die früher ein Nischendasein fristeten, haben eine weite Verbreitung gefunden. Sie enthalten außer dem Vermerk Ex Libris (also 'aus dem Buchbestand') den Namen des Auftraggebers und eine meist überraschend gute Zeichnung. Der Käufer erwirbt vom Künstler ein Wiederverkaufsrecht an den 20 bis 400 Holzschnitten oder Stahlstichen in einem lebendigen Zweitmarkt. So hat der bulgarische Künstler Julian Jordanov, geb. 1965, mit 'Ex Libris' angefangen und fertigt heute Stiche im DIN-A4-Format mit hoher Aussagekraft. Künstler und Auftraggeber haben ein neues Miteinander gefunden.