



Art'otel

KUNST & WIRTSCHAFT

DATUM	Ort	Dozent	Autoren
20.05.2009	Universität St. Gallen	Armin Chodzinski	Jonas Hager - Philemon Krähemann - Philip Büchler - Renato Jorio

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Die Perspektive des Managers.....	2
3 Die Perspektive des Künstlers.....	6
4 Epochenwechsel.....	9
5 Fazit	13
Quellenverzeichnis	14

1 Einleitung

Art'otel ist eine Hotelgruppe, welche die beiden im Namen schon vertretenen Bereiche, „Art“ und „otel“, also Kunst und Hotel zu einem gemeinsamen Erlebnis zu verbinden versucht. Im Zentrum steht dabei die zeitgenössische Kunst. Jedes der aktuell sechs Hotels steht für einen Künstler. So ist zum Beispiel das Art'otel Berlin mit Gemälden von Andy Warhol, das Art'otel Dresden mit Exponaten von A.R. Penck ausgestattet. Die Art'otels richten sich primär an kreative, kulturinteressierte Personen. Auch wenn die einzelnen Hotels sehr stark von Kunst und Kultur geprägt sind, müssen wie bei jedem anderem Hotel die betriebswirtschaftliche Aspekte stimmen. Die Art'otels sind der Park Plaza Hotels Limited angeschlossen, welche wiederum der Carlson Hotel Gruppe mit über 1000 Hotels angehört. Man kann Art'otel im Generellen als Unternehmen sehen, welche die Themen Kunst und Wirtschaft zu verbinden versucht. Das Projekt von Henrik Schrat für das Art'otel Dresden will diese Verbindung noch stärken indem sie auch die Kunden bzw. Gäste des Hotels in diese Partnerschaft von Kunst und Wirtschaft integriert. Dieses Projekt soll nun im Folgenden aus verschiedenen Perspektiven angeschaut werden.

2 Die Perspektive des Managers

In diesem Abschnitt wird die Schnittmenge bzw. Konfliktzone zwischen den beiden Teilsystemen (vgl. Abb. 1) aus der Perspektive des Teilsystems Wirtschaft d.h. des Managers von Art'otel betrachtet. Hierzu wird die Rolle des Künstlers und seiner Kunst für das Unternehmen untersucht und mit der ehemaligen Allgemeinen Elektrizitäts-Gesellschaft in der Behrens-Ära verglichen.

Die Analyse einer Teilperspektive ist in mehrfacher Hinsicht interessant. Oft

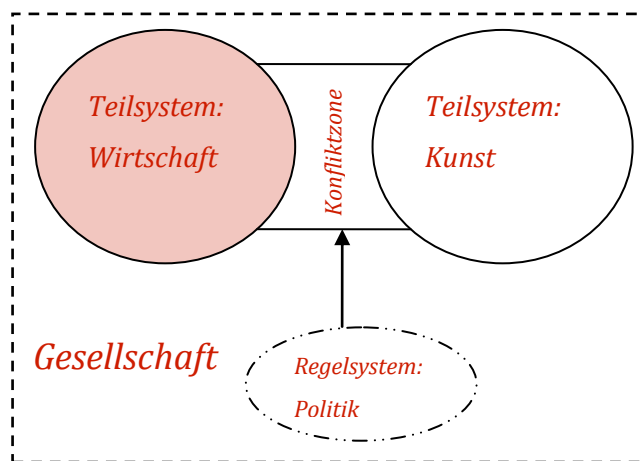


Abb. 1. Die Teilsysteme. Quelle: In Anlehnung an Chodzinski (2009).

verstehen sich die Systeme als dominant. Das heißt sie sehen sich in der Lage, das jeweils andere System für ihre Zwecke instrumentalieren zu können. Da aber

nicht beide Systeme einander dominieren können, entstehen konfligierende Interessen, weshalb das Verhältnis als eine „Konfliktzone“ einzustufen ist. Um diesen Konflikt verstehen zu können, ist eine partielle Betrachtung (durch eine Perspektive) unerlässlich. Ein weiterer Analyseaspekt sind die jeweiligen Motive, welche die Parteien dazu bewegen, ein solches Verhältnis einzugehen. Diese sind in beiden Systemen oft grundverschiedene. Und letztlich gibt es auch Bereiche bzw. Fälle, wo die Interessen beider Teilsysteme deckungsgleich sind und sich daher weder eine Konfliktzone bildet, noch sich die Motive voneinander unterscheiden (z.B. der innere Kulturdrang der AEG).

Die soeben beschriebene Analysestruktur soll nun auf den Fall Art'otel angewandt werden. Grundlage dieser Untersuchung ist einerseits ein Interview mit dem Manager Dirk Gruhn und andererseits der Vergleich zur AEG.

Der Künstler

Für Dirk Gruhn ist der Künstler ein Mittel um seine Differenzierungsstrategie, die Verbindung Hotel mit Kunst als Alleinstellungsmerkmal (USP), umzusetzen. Damit ist, zumindest oberflächlich gesehen, das Motiv für eine Verbindung mit Künstlern klargestellt. Weiter sieht er das Management als den dominanten Teil in dieser Beziehung. Er überlässt dem Künstler nur die eigentliche gestalterische Erstellung, in allen anderen Bereichen der Zusammenarbeit ist er bestimmend (siehe Abb. 2).

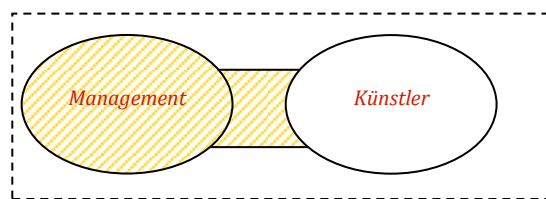


Abb. 2. Das Art'otel. Quelle: Eigene Darstellung.

Die Beziehung zwischen dem Künstler und Manager entstammt folglich einem vertraglichen, künstlichen Ursprung. Die Verbindung ist nicht

von Natur aus logisch, sondern bedarf einem rationalen Beweggrund, der in diesem Falle aus einem ökonomischen Nutzenkalkül folgt. Die Rolle des Künstlers beschränkt sich auf diejenige eines Displayerschaffers, der dem Unternehmen (in Form einer Corporate Identity) und seinen Produkten ein Gesicht verleiht. Aber trotzdem setzt der Manager auf eine langfristige Beziehung mit dem Künstler, der sorgfältig ausgewählt wird um in das Unternehmen zu passen. In diesem Aspekt liegt ein Gemeinsames Interesse, in dem sich die Teilsysteme partiell überschneiden.

Das Produkt

Mit der Einsetzung des Künstlers als Produzenten, kann der Manager ein vermarktbare Produkt, nämlich den Kunstgenuss, das nur zahlenden Hotelgästen vorbehalten ist, bereitstellen. Der Produktnutzen liegt in der Kunst selbst. Die Kunst dient nicht nur der blossen Verschönerung des eigentlichen Produkts, in diesem Fall dem Hotelaufenthalt, sondern ist auch ein eigentliches Verkaufsargument. Es ergänzt also das Kernprodukt, indem es einerseits beim Kunden einen zusätzlichen Nutzen stiftet und andererseits indem es das Kernprodukt verschleiert. Aus dem bloss funktionalen Gut - Hotelübernachtung - wird so ein emotional aufgeladenes Gut, ein Erlebnis.

Vergleich mit der AEG

Die Perspektive der Unternehmensleitung in der AEG über die Rolle des Künstler steht im starken Kontrast zur derjenigen im Art'otel. Gerade deshalb stellt sich ein Vergleich als fruchtbare Ergänzung an. Die Zusammenarbeit zwischen dem Künstler und dem Manager findet in der AEG auf einer eher partnerschaftlichen Ebene statt. Dem Künstler ist ein Mitwirkungsrecht in der Unternehmensleitung überlassen, das er beispielsweise über das Corporate Design ausüben kann. Auf der anderen Seite hat auch der Manager Einfluss auf den gestalterischen Bereich des Künstlers, was man z.B. an der stark durch die funktionalen & ökonomischen Vorbedingungen beschränkten Produktgestaltung ersehen kann. Abbildung 3 verbildlicht den Kontrast der künstlerischen Zusammenarbeit zum Art'otel.

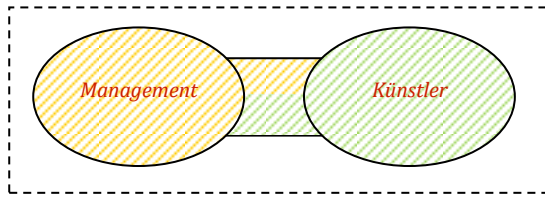


Abb. 3. Die AEG. Quelle: Eigene Darstellung.

Darüber hinaus sieht sich das Unternehmen selbst schon als Kunst, die es ausübt um sich seine Entwicklung zu entfalten. Denn „die Kraft sucht zu ihrer Vollendung die Form“ (Jaumann, S. 344). Die Kunst existiert wegen ihrer selbst und hat darüber hinaus keinen weiteren Zweck. Die Verbindung zwischen dem Unternehmen und seinem Künstler ist natürlich gewachsen und logisch. Tabelle 1 zeigt zusammenfassend die Differenzen des Kunst- und Künstlerverständnisses der beiden Unternehmen.

<i>Art'otel</i>	<i>AEG</i>
Künstler wird instrumentalisiert (Angestellter)	Künstler ist Teil der Unternehmung (Partner)
Der Künstler ist Produzent => Differenzierungsstrategie (USP)	Der Künstler ist Künstler => Corporate Design
Der Künstler hat sich unterzuordnen	Der Künstler ist gleichberechtigt
Kunst hat primär ökonomischen Zweck	Kunst hat Selbstzweck
Künstler gestalten die Corporate Identity	

Tab. 1. Art'otel vs. AEG. Quelle: Eigene Darstellung aus der Präsentation vom 25.04.09.

Fazit

Das Management im Art'otel schreibt dem Künstler eine ganz andere Rolle zu, als dasjenige in der AEG. Trotz diesem Unterschied und seinen Auswirkungen auf das Verhältnis zum Künstler, ist das Ergebnis der Verbindung nicht so verschieden. Denn wenn man die enge Perspektive des Managers verlässt und das Art'otel selbst schon als ein Kunstwerk betrachtet, löst sich die Dominanz des Managements über die Kunst auf, die Verbindung ist zwischen Gleichen und erscheint natürlicher.

3 Die Perspektive des Künstlers

In diesem Abschnitt geht es nun um die Perspektive des Künstlers, wobei eine Grenzlinie zwischen Künstlern und Nichtkünstlern in diesem Fall nicht eindeutig zu ziehen ist. Bei der Verbindung von Peter Behrens mit der AEG konnte man sehen, dass die Kunst die Aufgabe haben kann, Funktionen eines Gutes in einer adäquaten Form darzustellen. Sprich, Formen zu finden, die nicht einfach dekorieren oder sogar überdecken, sondern solche, die den eigentlichen Charakter eines Gutes, der durch die Funktion vorgegeben wird, unterstreichen, oftmals sogar erst sichtbar machen. Die Funktion eines Hotels ist nun, Reisenden ein Obdach zu bieten. Es kann somit als Zwischenstation, Durchgangsstation, für Reisende charakterisiert werden. Für Henrik Schrat als Künstler, bestand die Aufgabe nun darin, dies in Form eines „Kunstwerkes“ zu visualisieren. Und genau dies wurde gemacht. Die Form war in diesem Fall eine Art Display, auf dem die Funktion des Hotels sichtbar wurde, indem jeder der die Funktion des Hotels in Anspruch nahm, die genaue, persönlich dem Hotel zugeschriebene Funktion, auf diesem Display ausdrückte. Der Künstler ordnet seine Kunst in diesem Fall also der Funktion unter. Das Art'otel hat aber eben auch noch eine zweite Funktion. Es ist eben nicht nur Hotel (Funktion Zwischenstation), sondern auch Art, dessen Funktion die Kunst ist. Der Künstler darf hier also Kunst um der Kunst willen verfolgen, ohne dass er damit die Funktion überdeckt. Kunst als reiner Selbstzweck. Der Künstler der hier die Aufgabe hat, die Funktion Kunst mit einem Kunstwerk, hervorzuheben. Dies kann natürlich gar nicht misslingen, denn Charakter des Gutes (Kunst) und Form (Kunst), sind deckungsgleich. Es bestehen auch Verbindungen zwischen den beiden Funktio-

nen und den Ausdrucksformen. So visualisiert das Kunstwerk von Schrat die Funktion des Hotels als Zwischenstation und das Hotel (Zwischenstation), visualisiert die Funktion Art. In diesem Sinne steht Schrat mit seiner Kooperation mit der Wirtschaft, sicherlich in der Tradition von Peter Behrens. Schrat versucht allerdings, mit seinem Kunstwerk, noch weiter zu gehen. Indem nämlich alle mit dem Hotel in Verbindung stehenden Leute, an diesem Kunstwerk partizipieren, werden auch all diese Leute zu Künstlern. Der Manager, die Putzfrau, der Koch, ja selbst der Gast, alle sind sie nun Künstler. Das Hotel wird somit selbst zum Kunstwerk, es ist dann eben ein Kunsthôtel im wahrsten Sinn des Wortes. Das Konzept des Art'otel erinnert dann stark an das Konzept der Art Firm und dies nicht nur semantisch. Bei der Art Firm geht es darum, dass man wirtschaftliche Gegebenheiten in künstlerische umwandelt. Der Manager wird hier zum Künstler (Chodzinski, 2007, S.26). Dieses Konzept wird hier nicht nur gedacht, sondern physisch sichtbar gemacht. Dem Manager werden hier dann eben nicht nur typische Künstlerattribute zugeschrieben, sondern durch sein Mitwirken am Werk von Schrat, wird er effektiv zum Künstler. Man könnte also sagen hier wird das Konzept der Art Firm visualisiert. Es ist insofern eher eine untypische Perspektive für einen Künstler, als bei der Art Firm das Referenzsystem die Wirtschaft bleibt (Chodzinski, 2007, S.27). Es werden schliesslich einfach Begriffe und Konzepte aus der Kunst, auf ein wirtschaftliches Unternehmen übertragen. Kunst wird für den wirtschaftlichen Zweck eingesetzt. Interessant ist nun, dass Schrat ein Buch geschrieben hat (Produkt und Vision: Raffinierter Überleben – Strategien in Kunst und Wirtschaft), bei dem es im Wesentlichen darum geht, wie ein Künstler sein Schaffen finanzieren kann (Chod-

zinski, 2007, S.27). Der Zweck und damit das Referenzsystem bleibt hier also die Kunst, während die Wirtschaft nur Mittel ist. Wirtschaft wird für den künstlerischen Zweck eingesetzt. Somit genau das Gegenteil von der Art Firm, die Schrat hier visualisiert hat. Und das schöne am Ganzen ist eben, dass auch diese Perspektive, in diesem Werk vorhanden ist. Ist nämlich das ganze Art'otel ein Kunstwerk, so dient der ganze wirtschaftliche Teil, den es in einem Hotel gibt (Bezahlung für Übernachtung, Buchhaltung, etc.), nichts anderem als der Finanzierung eines Kunstwerkes. Die Funktion der Kunst, finanziert sie auch gleich. Dies ist definitiv raffiniert.

Es wird bei diesem Projekt zum einen also die Kunst im System Wirtschaft gedacht und zum anderen die Wirtschaft ins System der Kunst hineingezogen. Eine Doppelspurigkeit die das Verhältnis zwischen Wirtschaft und Kunst in diesem Fall doch ziemlich ganzheitlich macht.

4 Epochenwechsel

Wetzel schlägt im Projekt für das Art'otel eine Wandplastik vor, welche aus einzelnen quadratischen Schaukästen besteht. Gäste oder Mitarbeiter personalisieren die Schaukästen. Alle bekommen die Möglichkeit „ihren eigenen Kasten“ zu gestalten um so eine Geschichte zu erzählen. Welcher Zeitabschnitt abgedeckt wird, ist jedem selber überlassen. So könnten Ereignisse aus mehreren Jahren oder auch nur die Story eines Abends abgebildet werden. Dies mit dem Ziel, dass die Gäste miteinander in Kontakt treten, wenn nicht persönlich, doch dann mindestens via die Wandplastik. In diesem Abschnitt soll zuerst analysiert werden wie Peter Behrens zu diesem Projekt stehen würde. Zweitens wird das Projekt in den Kontext des momentanen Epochenwechsels gestellt.

Peter Behrens unterwarf sein Leben und seine Kunst strengen Regeln. Wie wird Wetzels Projekt aus der Perspektive von Behrens gewertet? Für Behrens bestand die Notwendigkeit die Form eines Objekts auf seine Funktion zu beschränken. Doch was sollen diese Schaukästen an der Wand? Ist das nicht genau das, was Behrens mittels seiner Regeln verbannen wollte. Behrens ersetzte den frau-gewordenen Prometheus, welcher mit wallendem Haar und opulentem Busen die AEG repräsentierte, mit mathematisch und logisch begründbaren Formen und Farben. Seine Überzeugung war, dass jegliche Verzierung und Dekoration verschwinden muss, und nur die Funktion eines Gegenstandes erkenntlich sein darf. An diesem Punkt soll die Frage gestellt werden, was denn die Funktion eines Hotels ausmacht und wie wichtig die Definition der Funktion eines Hotels

Banal ausgedrückt zeichnet sich ein Hotel durch die Möglichkeit aus, gegen Bezahlung Übernachten und meistens auch Essen können. Somit ist ein Hotel Erbringer einer klar abgrenzbaren Dienstleistung. Nicht mehr und nicht weniger muss ein Hotel anbieten. Daraus lässt sich schliessen, dass die Form ganz klar diesen beiden Grundfunktionen folgen muss. Diese Sichtweise lässt sich heute jedoch nur noch beschränkt Aufrechterhalten, denn das Verständnis von „Produkt“ im Industriezeitalter war auf maschinell gefertigte Produkte reduziert. Nicht wissen konnte man, dass mit dem Wechsel der Produktionsmittel die Dienstleistung immer wichtiger wird. Kann eine Dienstleistung ebenso auf die Funktion reduziert werden, wie ein industriell gefertigtes Produkt? Wir sind der Meinung, dass dies nicht der Fall sein kann. Denn z.B. ein Hotelaufenthalt beinhaltet mehr, als nur Übernachtungen und Essen. Spätestens jetzt wird klar, dass für ein Hotel ein weiter gefasster Funktionsbegriff gefunden werden muss. Daher sollte die Funktion nicht eng gehalten, sondern erweitert werden. Dem Hotel kommt die Aufgabe zu, Lebensraum für seine Gäste zu bieten und zu sein. Genau diese Funktion kann jedoch nicht genau definiert werden. Denn wie soll die Leistung „Lebensraum“ aussehen? Jeder Mensch hat unterschiedliche Vorstellungen wie sein optimaler Lebensraum gestaltet sein muss. Wobei Gestaltung des Lebensraums über die materielle Sphäre hinausgeht und in einer Meta-Ebene verstanden werden muss. Auch wenn alles perfekt in Szene gesetzt wird, aber das menschliche Umfeld nicht stimmt, kann ich mich nicht wohl fühlen. Hier setzt Wetzlar an und sagt, dass die Bewohner des Lebensraumes Hotel, also die Hotelgäste, sich ihre Umgebung selber gestalten können. Diese Gestaltung findet über eine visuelle Installation statt, soll aber

die Meta-Ebene des menschlichen Zusammenlebens berühren. Die Gäste und die Mitarbeiter prägen das Hotel. Diese Erkenntnis setzt Wetzels um in „seinem“ Kunstwerk. Im Internet prägt seit mehreren Jahren der Begriff Web 2.0 die Szene. Web 2.0 steht für die Möglichkeit von Nutzern selber Inhalte zu erstellen und sich z.B. via Blog an die Öffentlichkeit zu wenden. Ähnliches hat Wetzels vor, die Hotelgäste sollen aus ihrem Leben erzählen und dadurch das Leben im Hotel bereichern. Damit erfindet Wetzels das Hotel 2.0. Nur wenn das Verständnis der Funktion eines Hotels erweitert wird, lässt sich das Kunstprojekt von Wetzels auch vor Behrens rechtfertigen.

Noch zu beantworten bleibt, ob das Projekt von Wetzels eine sinnvolle künstlerische Auseinandersetzung an der Schwelle zu einer neuen Epoche darstellt. Kann das Projekt den Anspruch auf Mitgestaltung einer neuen Ordnung erfüllen? An wenigen Orten kommen sich wildfremde Menschen so nahe wie in einem Hotel; verschiedene Lebenswege kreuzen sich zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort. In den letzten Jahren konnte beobachtet werden, wie sich Design Strömungen international verbreiteten und auch durchsetzten. Gerade Hotels und Restaurants waren davon betroffen. Es spielt keine Rolle mehr wo auf der Welt ich ein Hotel betrete, alles gleicht sich, auf lokale Eigenheiten wird selten Rücksicht genommen. Insbesondere die weltweit operierenden Hotelketten haben diesen Trend verstärkt. Wetzels setzt einen Kontrapunkt und will mit seinem Projekt aufzeigen, dass jedes Hotel durch den Ort, wo es steht, geprägt wird. Sei dies durch die Mitarbeiter oder die an den Ort gereisten Gäste. In einer globalisierten Welt fällt der Kunst die Aufgabe zu, auf die loka-

len Eigenheiten zu achten. Wetzel nimmt sich dieser Aufgabe an und zeigt wie wichtig die zwischenmenschlichen Beziehungen in einer vereinzelter Welt sind.

5 Fazit

Das Projekt im Art`otel Dresden zeigt eine interessante, und in unseren Augen gelungene Verknüpfung von Kunst und Wirtschaft. Dem Projekt gelingt es das Teilsystem Wirtschaft mit dem Teilsystem Kunst zu verknüpfen. Dies verdeutlicht auch die Tatsache, dass hier zum einen die Wirtschaft die Kunst für die Aufwertung des zu verkaufenden Produktes verwendet, die Kunst aber auch die Wirtschaft für die Finanzierung ihres Schaffens benützt. Neben dieser Beziehung zwischen Kunst und Wirtschaft steht dieses Projekt auch für einen Epochenwechsel. Peter Behrens und die AEG haben mit ihrem Kunstverständnis die Industrialisierung begleitet und künstlerisch interpretiert. Schrat schafft es ebenfalls einen Epochenwechsel, in diesem Fall von der Industriegesellschaft hin zur Dienstleistungsgesellschaft, künstlerisch zu begleiten und zu visualisieren. So lässt sich abschliessend sagen, dass es das Projekt von Schrat im Art`otel Dresden schafft, Kunst und Wirtschaft erfolgreich zu verbinden und für alle Parteien Vorteile zu erzielen.

Quellenverzeichnis

Chodzinski, A. (18. April 2009). Abschlusskonferenz der Lehrveranstaltung: Kunst & Wirtschaft. Universität St. Gallen.

Chodzinski, A. (2007). *Kunst und Wirtschaft: Peter Behrens, Emil Rathenau und der dm-drogerie markt*. Berlin: Kadmos.

Jaumann, A. (1908). Neues von Peter Behrens. *Deutsche Kunst und Dekoration, Band 23*, S. 343-361.

Reinigungsgesellschaft. (2008). *Kunstprojekte für Unternehmen*. Reinigungsgesellschaft.