

# Experten warnen: Auch neue Kunst verfällt schon

geschrieben von Bernd Berke | 4. April 1990

Von Bernd Berke

**Wuppertal. Die Kunst-Restauratoren schlagen Alarm: Nicht nur Werke alter Meister verfallen, auch moderne und zeitgenössische Arbeiten sind schon bedroht. Das Thema steht bei der Jahrestagung des Deutschen Restauratoren-Verbandes (bis Samstag in der Wuppertaler Stadthalle) auf der Tagesordnung obenan.**

Experimentierlust und Geldsorgen moderner Künstler machen den Restauratoren zu schaffen. Manch mittelloser Künstler hat einfach beim Material gespart – mit schlimmen Folgen für die Haltbarkeit. Und: Seit dem Aufkommen neuer Materialien in der Objektkunst (von Plastik-Teilen bis zur berühmten „Honigpumpe“ oder „Fett-Ecke“) laufen die für den Erhalt zuständigen Experten der Entwicklung sowieso hinterher. Man ist gerade erst dabei, einen Katalog der Stoffe, also eine Art Ersatzteilliste zu erstellen.

Manche Gegenwarts-Künstler wollen gar, daß Werke allmählich verwittern und vergehen; es gehört zum Konzept. Wann soll und darf man dem Wunsch zuwiderhandeln? Bei Museums-Stücken ist das keine Frage: Der Direktor kann eine Wiederherstellung des Anfangszustands verfügen, notfalls gegen die Intention des Künstlers. Eigentum geht dann vor Urheberchaft.

## **Verschleiß im rotierenden Ausstellungsbetrieb**

Ganz mißlich wirkt sich nach Auffassung der Restauratoren der rotierende Ausstellungs-Betrieb aus. Verbandsvorsitzender Helmut Reichwald (Stuttgart): „Ausnahmslos jeder Transport ist schädlich“. Um sich am Markt durchzusetzen, schicken Galeristen Arbeiten junger Künstler auf „Touren“ mit oft 50

Stationen. Wenn schließlich ein Museum zugreife, sei der „Leidensweg“ noch lange nicht vorbei. Im regen Tauschverkehr zwischen den Instituten – Prinzip: „Nur wenn du mir leihst, leih‘ ich dir“ – würden die Objekte weiter verschlissen.

Ingeborg von Baum, als freie Restauratorin für das Essener Folkwang-Museum und das Wuppertaler Von der Heydt-Museum tätig, kann ein Lied davon singen: „Von bedenklichen Ausstellungs-Projekten erfahre ich meist zu spät“. Nicht selten würden ihre Warnungen dann freundlich überhört. Der Ehrgeiz von Kommunen und Museen, mit Spitzenwerken zu glänzen, ist stärker. So dringen denn die Restauratoren darauf, früher gehört zu werden, um vorbeugen zu können. Wenn man erst reparieren müsse, sei meist nur noch kosmetische Schadensbegrenzung möglich. Ehrlicher Weise müsse man oft von Vertuschung reden. Es sei fast wie bei der verschämten „Korrektur“ eines Unfallschadens am Gebrauchtwagen: Welches Museum gibt schon zu, daß seine Exponate eine Wertminderung erlitten haben?

### **Versicherungen zahlen längst nicht für alle Schäden**

Weiteres Problem: Es gebe viele „unsichtbare“ Schäden unterhalb der Versicherungs-Schwelle, die gleichwohl nachhaltig wirken könnten. Beahlt werde aber praktisch nur für spektakuläre Zerstörungen wie etwa Löcher, tiefe Kratzer und Verätzungen. Für Schäden, die ursächlich mit der Maltechnik zu tun haben, stehen Versicherungen nicht gerade.

Und dann gibt's noch die Umweltschäden, besonders an Denkmälern, wobei – so die Fachleute – nicht alles mit dem „sauren Regen“ erklärt werden könne. So seien z. B. im 19. Jahrhundert Denkmalschäden häufig mit Zement kaschiert worden. Später habe sich diese Materialwahl als grundfalsch erwiesen. Zement biete dem Regen Angriffsflächen, werde schnell porös.

Selbstbewußter agieren könnten die Restauratoren erst dann, wenn ihr Beruf allseits anerkannt ist. Dieses Verbandsziel sei

aber gefährdet. Einerseits dränge das Handwerk laienhaft ins Metier, andererseits gebe es, u. a. in Gelsenkirchen, dreijährige Schnell-Kurse. Etwa sieben Jahre (wie in Köln oder Stuttgart üblich) seien nötig.

Kontakte mit dem DDR-Verband wurden auch schon geknüpft. Akutes Problem dort: West-Firmen wollen jetzt mit – womöglich minderwertigen – Restaurierungen in der DDR die schnelle Mark machen.

---

## **Sponsoren hoffen auf Kunst als Werbeträger – Tagung in Köln: „Marketing mit dem Museum“**

geschrieben von Bernd Berke | 4. April 1990

Von Bernd Berke

**Köln. Unsere Museen ächzen unter Finanznot, unsere Unternehmen sind auf der Suche nach einem gepflegten Image. Beiden soll geholfen werden, das Zauberwort heißt „Sponsorschaft“.**

Eine Tagung unter dem dynamischen Titel „Marketing mit dem Museum“ brachte gestern in Köln Wirtschafts-Vertreter und Museumsleute zwecks „Abbau der Berührungsängste“ an einen Tisch. Besonders Manager aus der Auto- und Bank-Branche zeigten sich aufgeschlossen. Aber auch andere Zweige waren vertreten. Als Dortmunder Teilnehmer hatte sich Heinrich Frommknecht, Vorstandschef der „Signal“-Versicherung, angesagt.

Wohin die Reise geht, brachte Prof. Hugo Borger, Generaldirektor der neun Städtischen Museen zu Köln, in aller Deutlichkeit auf den Punkt: „Ich würde sogar meinen Dienstwagen mit dem Namen einer Firma schmücken, wenn es der Sache des Museums dient“, sagte Borger in seiner Eröffnungs-Ansprache. Er hoffe inständig, daß Betriebe, die Ausstellungen mitfinanzieren, anschließend mehr verkaufen: „Dann können sie uns beim nächstenmal noch besser unterstützen.“

Borger diente sich den versammelten Industrievertretern als Werbepartner an. Der Museumsmann befand, daß Produktwerbung im Museum wirksamer als Sportwerbung sein müsse. Die Museen seien längst keine verstaubten Verwahranstalten mehr, sondern „Erlebnisräume“; sie hätten „mehr Besucher als die Fußballstadien“, darunter zunehmend solche aus der (besonders konsumkräftigen) Altersgruppe zwischen 20 und 40. Fazit: Er, Borger, habe gar keine Bedenken, demnächst z. B. wieder kostbares antikes Glas in Zusammenarbeit mit der Firma Olivetti zu präsentieren. In den USA und Japan seien solche Kooperationen selbstverständlich. Bei uns hingegen müsse vor allem der Mittelstand für „Sponsorship“ gewonnen werden.

Mitveranstalter der Tagung war eine in Frankfurt ansässige „Initiative für Industrie-Kultur e. V. – laut Satzung ein Zusammenschluß von „Privatleuten“, die aber größtenteils der Industrie verbunden sind. Im Namen dieser Initiative hielt Richard Bachinger (Dresdner Bank) ein Kurzreferat, in dem er auch die „Aufgabe der Medien“ nicht vergaß: Wenn ein Unternehmen eine Ausstellung finanziell fördere, so sollten Presse, Funk und Fernsehen den Sponsor gefälligst auch nennen. Denn: Man müsse die Investitionen in Kultur vor den und Aktionären vertreten können. Das aber werde erschwert, wenn der Image-Effekt zu gering sei. Bachinger mahndend: „Sponsoring muß ein Geschäft auf Gegenseitigkeit sein.“

Zur Frage, was sich die Unternehmen von Kulturförderung versprechen, hieß es, die spendablen Firmen verfolgten eine „Corporate Identity-Strategie“. Klartext: Da sie sich immer

weniger durch ihre Produkte oder Dienstleistungen voneinander abheben, wollen sie eine klar erkenn- und unterscheidbare Identität erwerben, beispielsweise durch Kultur. Der Ausstellungsbesucher soll sich, möglichst noch nach Jahren, erinnern. Etwa so: „Die Firma X ? Ach, das waren doch die, die damals die wundervollen Rembrandt-Bilder in Y-Stadt gezeigt haben!“

---

# **„Ruhrdeutsch“ wird aufgewertet – Tagung in Duisburg**

geschrieben von Bernd Berke | 4. April 1990  
Von Bernd Berke

**Duisburg. „Ruhrdeutsch“, von dem selbst hochkarätige Wissenschaftler noch nicht so recht sagen können, ob es sich dabei um einen Dialekt handelt oder nicht, ist Thema einer Fachtagung, die gestern an der Universität Duisburg begonnen hat. Noch nie war das Thema in dieser Intensität Gegenstand einer wissenschaftlichen Diskussion.**

Der Duisburger Germanistik-Professor Arend Mihm, der der WR einige Thesen der Ruhr-Mundartforschung erläuterte, wird als Tagungsleiter zusammen mit neun Kollegen aus dem Revier, dem Rheinland und Heidelberg die hiesige Mundart analysieren. Ein Tagungsteilnehmer reist sogar aus Gent an.

Was andernorts schon vor etwa 100 Jahren unternommen wurde, nämlich eine eingehendere Beschäftigung mit dem jeweiligen Heimatdialekt, kam an der Ruhr nur schleppend in Gang. Grund: es gab bis in die 60er Jahre keine Universitäten in dieser

Gegend, die sich des Idioms hätten annehmen können. Außerdem wurde „Ruhrdeutsch“, obgleich als Mischsprache schon näher am erstrebten Hochdeutschen als das vorher gängige südwestfälische „Holzschuhdeutsch“, von Anfang an vielfach als „Proletensprache“ verunglimpft. Bemerkenswert, daß dies innerhalb der Region sogar noch mehr der Fall ist als in anderer Landstrichen. Prof. Mihm zur WR: „Viele haben hier ein schlechtes Gewissen, wenn sie diese Sprache verwenden. Dabei tun sie es eigentlich gern.“ Selbst Studenten, des Hochdeutschen in der Regel mächtig, verfielen außerhalb der Seminare in heimische Diktion, denn „das vermittelt mehr Vertrautheit, Entspannung und Solidarität als formvollendete Hochsprache“.

Prof. Mihm tritt einer weitverbreiteten Meinung entgegen: „Ruhrdeutsch ist kaum von der polnischen Sprache beeinflusst worden“, dementiert er. Nur einzelne Wörter, wie etwa „Mottek“ (Hammer) hätten sich gehalten, „und auch die kennt heute nur noch jeder Zweite“. Die Zuwanderung aus dem Osten in der Industrialisierungsphase des 19., Jahrhunderts, zugleich Geburts-„Stunde“ der Revier-Sprache, habe kaum mehr Spracheinfluß gezeitigt als heute die Anwesenheit türkischer Gastarbeiter. Die polnischen Einwanderer seien im Gegenteil sehr rasch auf „Deutsch“ getrimmt worden. Es habe im letzten Jahrhundert eine „antipolnische Hysterie“ und rigorose „Germanisierungsprogramme“ gegeben.

### **Ohne Komplexe „Fahkahte“ sagen**

Obwohl „Ruhrdeutsch“ erst seit verhältnismäßig kurzer Zeit existiert, bildeten sich schon bald markante Unterschiede von Stadt zu Stadt heraus, ja, in den größeren Städten hat die Sprache am einen Ende sogar oft eine andere Färbung als am entgegengesetzten.

Die Duisburger Zusammenkunft soll dazu beitragen, daß Ruhrdeutsch aus seinem –verglichen mit anderen Mundarten – Mauerblümchen-Dasein herauskommt. Prof. Mihm: „Die

Wissenschaft muß diese Sprachform endlich genau so ernst nehmen wie jeden anerkannten Dialekt.“ Auch für den Deutsch-Unterricht ergäben sich aus dieser Aufwertung Konsequenzen: Zwar bleibe das Erlernen des Hochdeutschen weiterhin Ziel der pädagogischen Anstrengungen, doch solle „kein Schüler Komplexe bekommen, weil er ‚Fahkahte‘ statt ‚Fahrkarte‘ sagt“. Das täten nämlich praktisch alle Leute, die hier länger wohnen. Solange die Rechtschreibung dadurch nicht heillos durcheinander gerate, könne man ruhig beim mündlichen Ruhrdeutsch bleiben.

Von der Expertentagung soll auch die Öffentlichkeit etwas haben. Zwar wollen die Gelehrten beim Kolloquium unter sich bleiben, doch findet heute Abend, 20 Uhr, in der Duisburger Stadtbibliothek (Düsseldorfer Straße 5) eine Podiumsdiskussion statt. Neben Prof. Mihm nehmen der Mundart-Schriftsteller Ernst Frank sowie Presse- und Rundfunkvertreter daran teil.

---

# **Timothy Leary als Star eines Treffens im Hochsauerland – Kritik am westlichen Denksystem**

geschrieben von Bernd Berke | 4. April 1990  
Von Bernd Berke

**Dortmund/Willingen.** Timothy Leary, in den 60er Jahren durch sein Eintreten für die Droge LSD weltweit bekannt gewordener US-Professor, weilt derzeit im Sauerland! Anlaß ist ein Kongreß in Willingen bei Brilon, der sich damit befaßt, Geist, Seele und Leib durch Körperübungen in Einklang zu bringen.

Seit dem letzten Wochenende vertiefen sich Jm Hotel „Sauerland-Stern“ etwa 170 Teilnehmer (Gebühr: rund 600 DM, ohne Hotelkosten) ins Thema. Einer von ihnen ist der Dortmunder Schauspieler Ruedi Gerber (25), bekannt durch sein Programm „Spiwit of Spwingtime“. Er hofft, in dem abgeschiedenen Hotel neue Anregungen für Darstellungsformen jenseits des Stadttheaterbetriebs zu bekommen.

Timothy Leary regte ihn allerdings eher auf als an. Ruedi Gerber: „Er hat nur unverbindlich gequasselt“. Beeindruckt zeigt sich Gerber hingegen von der Eröffnungsfeier des Treffens, die etwas anders verlief als herkömmliche Festivitäten. Unter Leitung der 62jährigen amerikanischen Tänzerin Anna Halprin (früher beim San Franciscan Dancer's Workshop) geriet die Veranstaltung zu einer Art Happening der Körper- und Selbsterfahrung. Hotelleitung und Gäste, die mit dem Kongreß nichts zu tun haben, sollen dem Vernehmen nach entgeistert gewesen sein, als die Teilnehmer des Treffens mit Ästen aus dem sauerländischen Forst im großen Hotelsaal anrückten.

All das hat einen ernsten Hintergrund. Die Teilnehmer sind durchaus seriöse Leute, Ärzte, Psychologen, Sozialarbeiter von 25 Jahren an aufwärts. Alle gemeinsam vertreten die Auffassung, daß die westliche Vorstellung von Wissenschaft, die ausschließlich das Denken beansprucht, überholt ist. Daher beschäftigen sie sich in Willingen etwa mit Fragen des Körperausdrucks und vorwissenschaftlicher Heilkunst.

Ruedi Gerber: „Auch auf der Bühne geht es um menschliche Beziehungen, besonders beim improvisierten Spielen, das ich bevorzuge. Diese Beziehungen haben viel mit dem Körper zu tun“. Gerber plant schon sein nächstes Projekt. Da er in Willingen einen engen Mitarbeiter des bekannten englischen Psychiaters Ronald D. Laing traf, will er Laing für eine szenische Umsetzung von dessen Gedichten (Titel: „Liebst Du mich?“) nach Dortmund holen.

Der Veranstalter des Willinger Treffens, (ein „Europäisches Forum für Humanwissenschaften“ mit Sitz in Stuttgart) kündigt ein weiteres Meeting an. 1983 sollen in München so illustre Leute wie die Regisseure Federico Fellini und Werner Schroeter sowie die Schriftstellerin Doris Lessing erscheinen.