















Black Move

Gilles Aubry &

Yves Mettler

Kunsthaus

Langenthal

3.5 - 8.7.2012



GA: How did that take place? You already told us something. Now we're interested in the details and how the exercise came about. So, why suddenly Langenthal, why such an exercise?

WI: Hehe ... Langenthal at war ... Yes, do I have to speak High German?

YM: No no, please don't.

WI: First of all, the Tell had a long tradition. The Tell was a pub frequented by livestock traders and the like. A big tradition, and suddenly it was announced: The Tell must give way to the Coop. Then they came up with the idea: What would be the easiest way? Yes, to make an exercise out of it, right? And that's how the exercise "Mezzo" resulted. With all the blasting and ... Of course I don't know either how things evolved on the side of the military and civil defence. You'll have to find that out for yourself.

GA: How did you imagine it? How did you conceive the exercise? What were the most important moments, the enemies and horror scenarios?

IM: I don't know that for sure myself.

GA: But one could follow different stages. You wrote in your film: first attack, then second attack...

WI: Yes, there was a certain course of events. First the blasting, as if it were a bombardment, the houses collapse. Then there were extras who had to be rescued before everything went up in flames. Of course, that had to be supervised, you couldn't let it start burning because of the extras. There were certain parts that were allowed to burn, and others where it wasn't. At one point it was announced that the civil defence is now coming to rescue, come and look. The civil defence was a bit different than today ...

YM: But did they then say: "Okay, now one person or the other is coming..." or did you notice it in the audience?

WI: You simply noticed it, nothing was said, no megaphone or anything.

YM: There was no speaker, no public speaker explaining what you saw?

WI: No, no.

YM: But you could follow the story?

WI: Yes, you could follow everything, because the newspaper had written about the course of the exercise. People were informed, otherwise they would not have known when the blasting was to take place.

YM: So the newspaper related beforehand what the story would be like?

WI: Yes, they wrote that the Tell would be blasted and that it would be integrated in the exercise "Mezzo".

YM: But how dangerous was it? Were people afraid or did they have fun? Was it fascinating?

WI: It wasn't really dangerous. For us, it was interesting. It was something new. We had never before had such a blasting in Langenthal, in the middle of town. Everyone was a bit afraid, for example, of shop windows being shattered. It was across from a new drugstore, and bit further there was a clothing shop, they were so afraid. They covered everything. Across from the Coop things were covered up too, the glass and stuff. There was actually a fear of the whole thing. And when it was ignited, people said: Yes, and if it starts burning like that! There were also these flying sparks that reached the roof of the Füglistallerhaus. It started burning there, and also at the Ruckstuhl company. The (civil) fire brigade was dispatched, but I don't have that in the film.

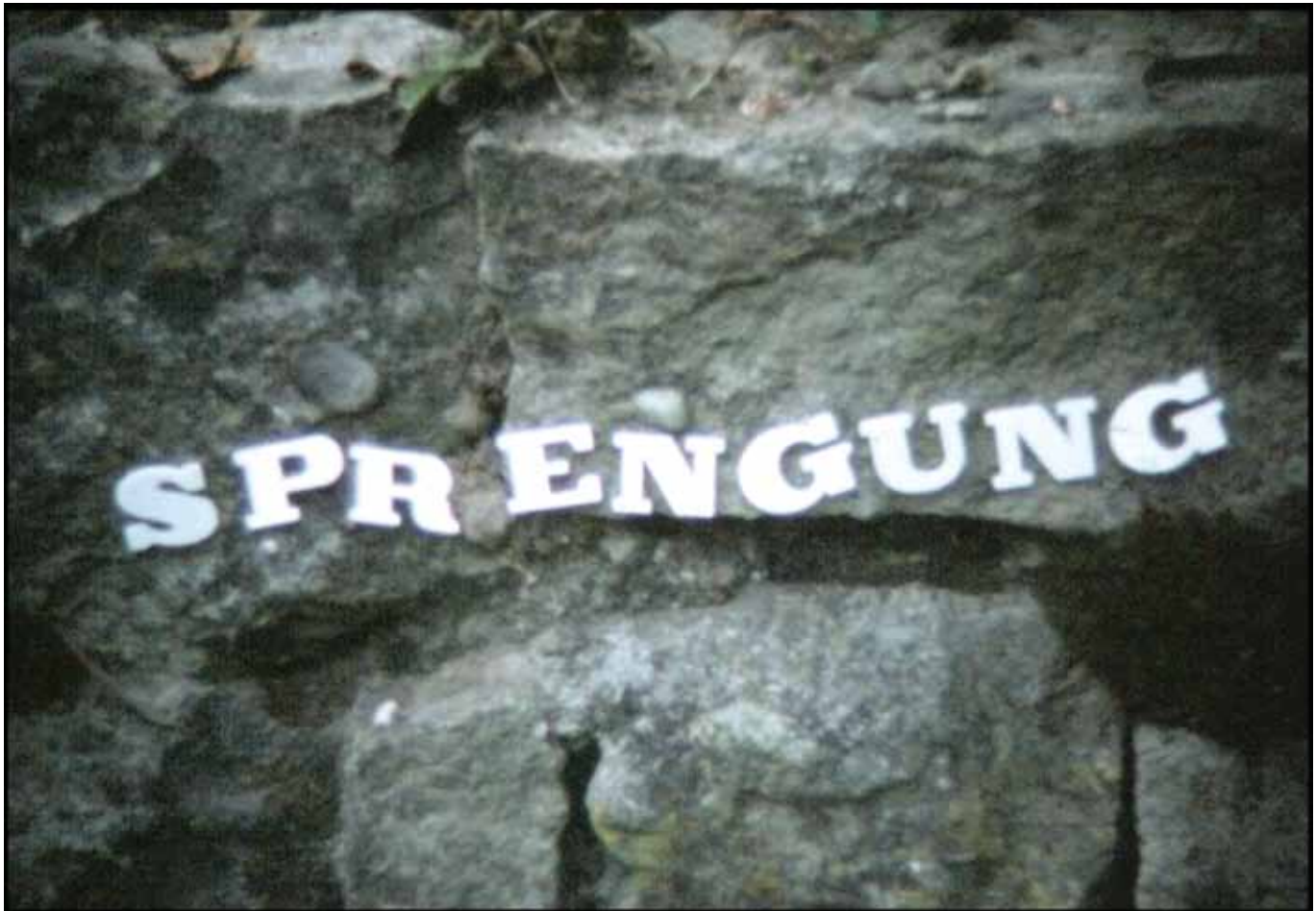
GA: And how did people feel faced with these flames? These ruins?

WI: Yes, that's naturally... It didn't appear that bad to us. I had been with the fire brigade, and there you have to do with things like that, right?

GA: So you are familiar with this feeling?

Kunsthaus Langenthal, 7.2.2012

Werner Ingold (WI), Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)



3rd World War (1981)

Today is the Third World War!
I don't care
It's better like that!

Switzerland is a beauty, Switzerland is neutral
Life is heaven here!
Yet even as you brush your teeth
You're still being the government's bitch!

The world is doing terrible!
Everyone seems to find it normal
I'm still happy
It won't take another century!

Today is the Third World War!
I don't care
It's better like that!

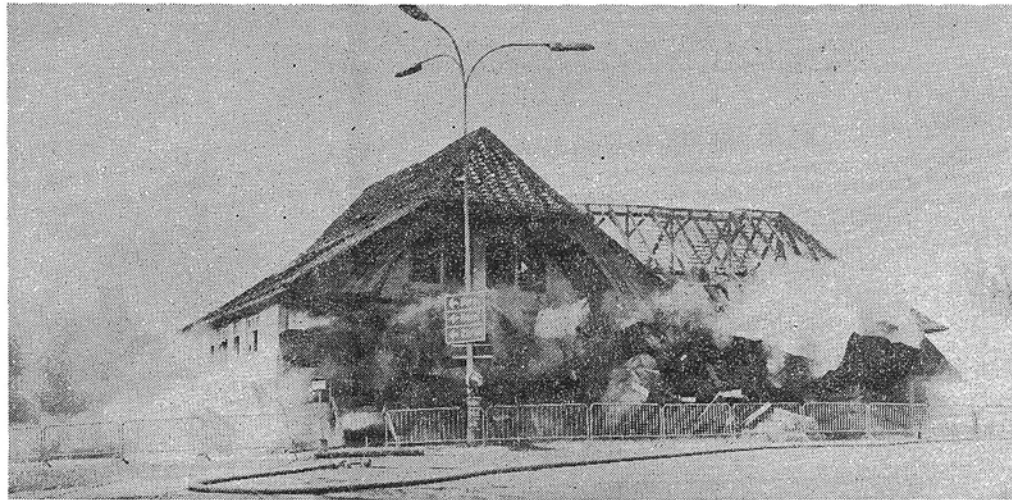
The Third is the least banal!
No more boats no more planes
No more sergeants and no caporals
Only the state controlling your brains!

The World is doing terrible!
Everyone seems to find it normal
I'm so happy!
It won't take another century!

Today's the Third World War!
I don't care
It's not that bad!

Berner Zeitung Samstag, 21. März 1981

OBERAARGAU



In Langenthal wurde gestern der «Tell» gesprengt

Seit Stunden säumten Hunderte von Schaulustigen die Umgebung des «Tell» in Langenthal, als dieser gestern Freitag nachmittag pünktlich um 16 Uhr durch Luftschutztruppen des Feldarmee Korps 2 gesprengt wurde. Die für die Sprengung Verantwortlichen waren mit dem Resultat zufrieden. Weniger glücklich zeigten sich die umliegenden Hausbesitzer. Trotz umfangreicher Sicherheitsmassnahmen zersprangen als Folge der Druckwelle zahlreiche Schau- fenster und Fensterscheiben. Die am Schauplatz erschienenen Personen, die für den umstrittenen Abbruch der beliebten Wirtschaft verantwortlich sind, wurden vom Publikum mit wenig schmeichelhaften Worten bedacht.

(Bilder: Robert Grogg)

10. Jan. 2012

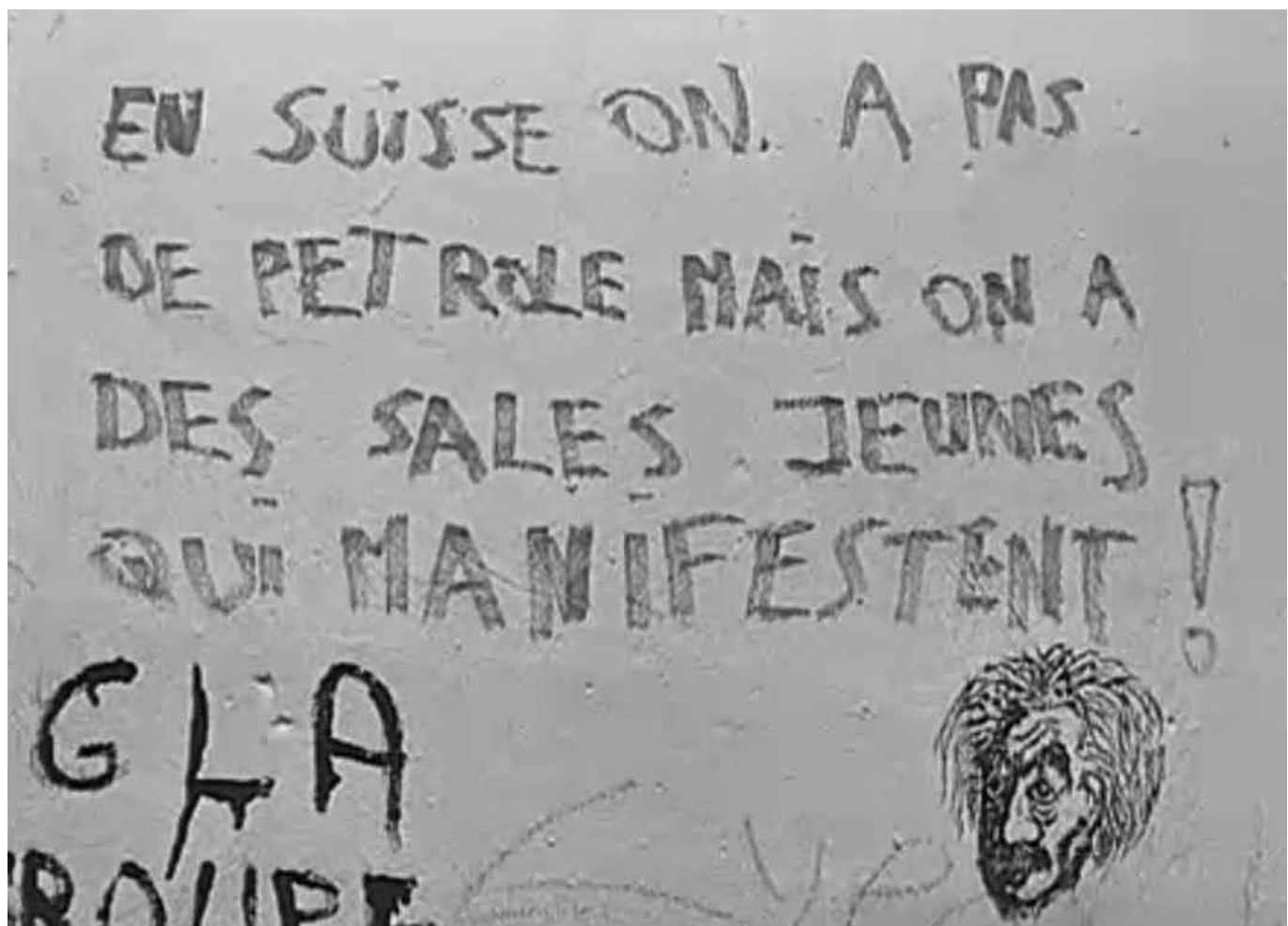
Sehr geehrter Herr Gilles

Hiermit sende ich Ihnen die versprochene

Tellabdruck scene in Langenthal.

Mit freundlichen Grüssen Peter Kärr

Welschstr. 134
3000 Langenthal



HÄTTE SICH GE
LOHNT -





Amateur filmmaker: The light is weak, isn't it?

Artist1: Nice ...

Assistant Curator: It gives you at least an idea.

Amateur filmmaker: Here it has already been detonated.

Artist1: It already came down?

Amateur filmmaker: Yes, the facade of the Tell.

Artist1: Nice sculpture ...

Amateur filmmaker: After that it turned into an exercise.
Here they've set it on fire.

Artist1: Ok, so first they blasted it, then they set it on fire?

Amateur filmmaker: Yes, first it all had to be brought down.

Assistant Curator: As for the firemen ...

Artist1: Okaaay

Artist2: So the blast was not really ...
There was not much to see of the explosion?

Amateur filmmaker: Well ... it happens fast,
doesn't it, usually? A bang and then it's already over.

(laughter)

GA: It's interesting that a salesman comes and says :
"There's nothing to see on this picture..." But you always see something ...

KR: The point is always why you do something, true? For me, it is about the balance between technology, explaining a situation and the beauty of the world. Our clients are also humans, they have a gut feeling, and what I would like to achieve with this picture language is for them to get a positive gut feeling towards us, to have the feeling that the plant works, that there's good support, that it's a high-quality product that functions everywhere. And if you can emphasis that with a beautiful blue sky, with cotton ball clouds, people laughing in front of the camera ...

What is also new is that we have added a few atmospheric pictures at the end of the prospectus, with people standing in front of "their" plant and radiating a certain satisfaction or even pride. In the Middle East, the photographer simply began taking photos of the workers. It's simply wonderful when a human component is added to the technical one. You always saw a mixing plant supervisor at his computer, but that's also more technical. When a man stands laughing in front of the plant, even with his thumbs up, the salesman cannot explain anything with it, but a good gut feeling remains.

The pictures have great vibrancy, with these colours, this mood. That's what we have tried to change in the past years. Both the plants and the prospectuses used to all be in Ammann grey, with colours only in the colour areas of the prospectus. It wasn't just about making it more lively, but for people to enjoy leafing through it. That's a lot nicer, and man is a storyteller anyway. He likes to look at pictures, at picture books, and so you are much more inclined to leaf through it.

Ammann AG, PR-/Marketing Department, Langenthal, 28.3.2012.
Kathy Richter (KR), Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM).







GA: This centre was described as a think tank in an article, what does that mean ?

AB: That's hard to say - it doesn't mean that we're the only ones who think. Maybe the term derives from the fact that our department has a bit more time to consider certain issues. We are not tied to this hectic day-to-day business like a normal development department. That's where the term "think tank" comes from. But what's important is that our projects are always networked. There are no projects that we carry out on our own. Our aim is at all times to generate knowledge and anchor this knowledge in people's minds, meaning that the projects we are engaged in always originate with the people who develop the products.

GA: Meaning that the connection between thinking and producing is important?

AB: Yes, it is pivotal.

GA: How can this relation be described? It is not a matter of course that a thought can be implemented in production?

AB: The question is, how does an idea enter the market. The challenge of starting with an idea and arriving at an application actually lies in not doing things too fast. One always has lots of ideas. The problem is not that you have too few ideas about what could be improved. The challenge lies in bringing fully developed ideas into the market. (...)

These are not exclusively ideas that customers approach us with, in the vein of, look at this, it would be something to implement. We take up these kinds of ideas and develop them further so that they can then be integrated in products ensuring a reasonable amount of security. That's the task of preliminary development. The interplay of ideas, of thought, leading it to production, and then to marketing it as well - that's an activity requiring a lot of discipline.

GA: As an engineer, are you of the opinion that all problems can be solved by a machine?

AB: No. We are active in a niche. There are many examples of problems that cannot be solved by a machine. Solutions are required that go beyond a machine. We offer machines allowing the client to carry out processes. There are situations in which there is no solution because they do not have enough material or the timeframe does not fit. Or maybe the site of the plant is not the right one.





VORREITER IM ASPHALT-RECYCLING

Chinesische Xiehe erkennt das Potenzial

AMMANN FASST FUSS IN MITTELAMERIKA

Walzenzüge rollen auf den Strassen Mexikos

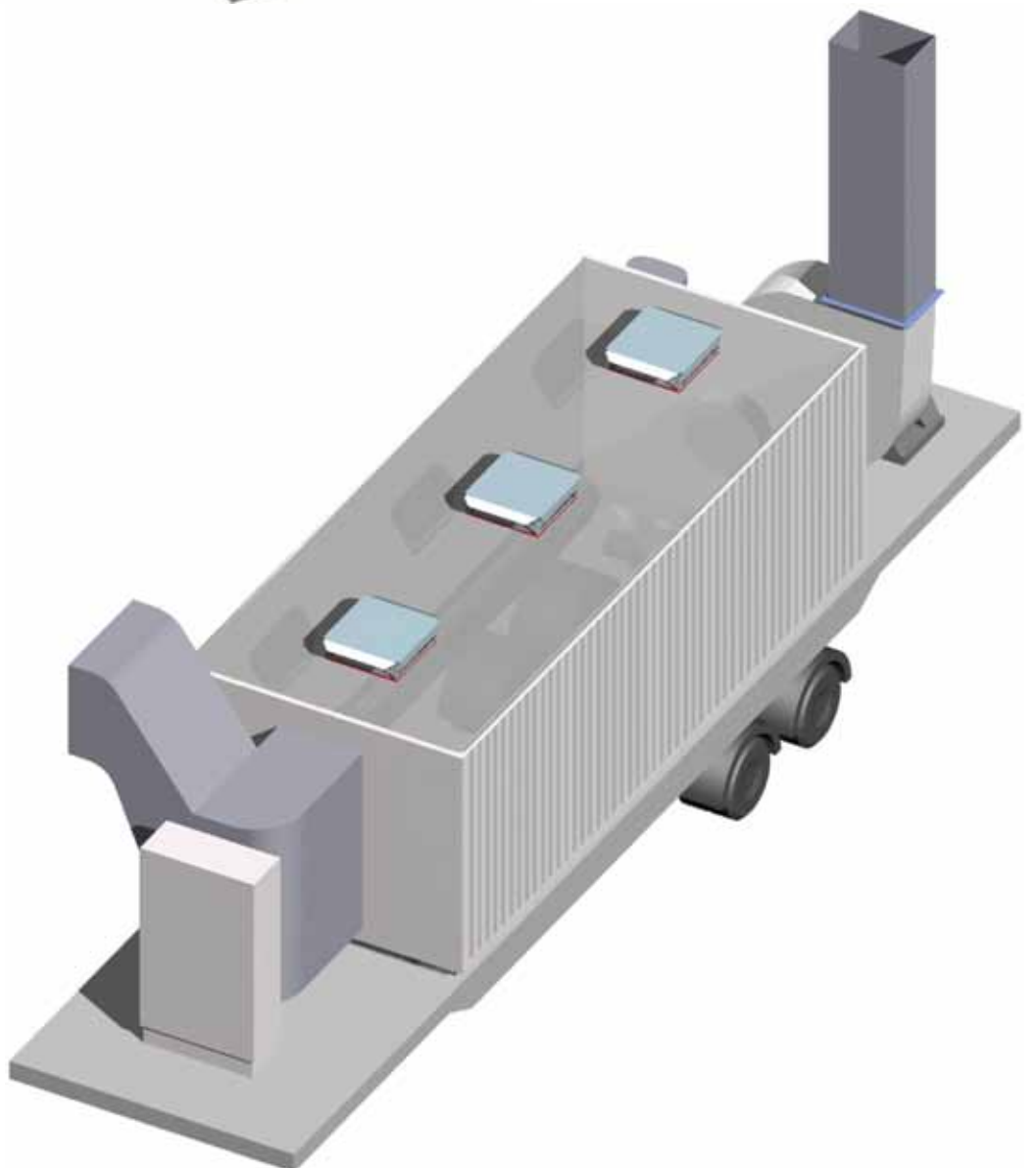
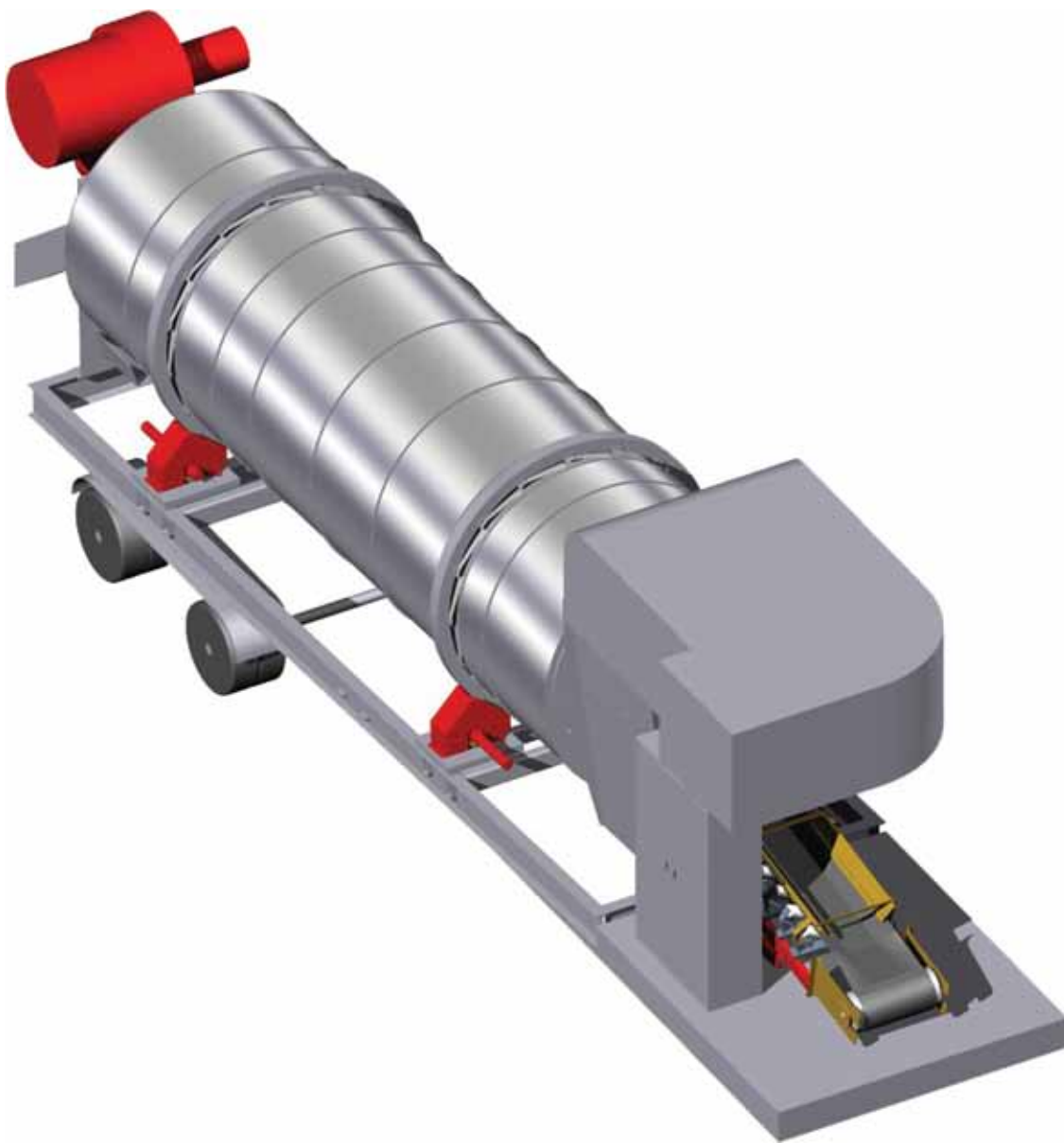
10 000 KILOMETER QUER DURCH RUSSLAND

Extreme Arbeitsbedingungen beim Strassenbau

VIEL DYNAMIK IM ARABISCHEN MARKT

Volles Angebot am Ammann Standort in Dubai





GA: So you were in Kazakhstan for a longer period of time?

BB: I was stationed there for three years, I lived there, and supervised the other countries: Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tadzhikistan. We performed all this from the Ammann branch in Almaty.

GA: What was the atmosphere like there? If we travelled there, what would we find?

BB: The countries are different. In economical terms, Kazakhstan is on a good path. One does see the luxury, especially in the larger cities, in the capital Astana, in Almaty as the business centre. People are open to luxury goods, particularly private goods. In regard to investment goods, people look where they can buy the cheapest, so that, in principle, the money can be gained again as fast as possible.

GA: You worked there for three years as director for the Ammann firm. What distinguishes these markets? What does one have to consider as a director?

BB: On the one hand, people there are very much relation-minded, meaning that a lot takes place via the network of connections. On the other hand, the quality must correspond with the market, it needn't be over-engineered the way we are partially familiar with in Europe. The economic factor is very, very important for the clients. This means being as cheap as possible, but with a consistent quality to achieve a return on investment as quickly as possible.

GA: What do you mean by over-engineered?

BB: If the plants offer too many possibilities, they are normally not used in these countries, meaning that what we have in Europe, many different compositions, is less common in Central Asian countries. They are only used for special projects like airports or roads having to carry the load of very heavy lorries – otherwise, common asphalt is used.

GA: Does that also have to do with the state of development in these countries?

BB: In part, yes, of course. You have to see that in Kazakhstan, or in most countries, the roads are usually repaired twice a year, once in spring, once in fall. therefore, making cuts on quality in asphalt production is accepted.

GA: This leads to more repairs having to be made?

BB: Exactly. There are interest groups that deem roads with a lifespan of 5 to 10 years unnecessary. Thus, revision works in the cities are necessary and generate work, and the flow of money is perpetuated.

GA: Meaning that this aspect also influences the design of the machines?

BB: Of course, not directly. But the compositions can be more variable than we are familiar with here, where they are strict, one must abide to them. If a bit less bitumen or sand is included there, or the rocks have different dimensions, then – let's say – not so much fuss is made about it. You then tend to say: It's not exactly the way it should be, but the contractors who built this road get away with it in the end.

GA: So there's a high degree of tolerance?

BB: Yes, there's a much higher degree of tolerance in regard to quality than what we are acquainted with here in Europe.

Ammann AG, Langenthal, 9.2.2012

Bernhard Brandenberger (BB), former representative of Ammann Asphalt GmbH in Kasachstan, Gilles Aubry (GA)



20 March, 2008

The Golden Journey to Dubailand

At the Gate of National Paints Roundabout, Sharjah. Blazing humidity.

THE MERCHANTS

(Together)

Away, for we are ready to drive far!
Our camels sniff the traffic roaring by
Lead on, O Taxi Driver from Sharjah,
Lead on the Commuter-Pilgrims to Dubai.

THE CHIEF DRAPER

Have we not Carrefour rugs of nylon fine?
Cheap shalwars for a worker's salary
And Versace of Karama design,
And keffiyahs from Al Jaber Gallery?

THE CHIEF GROCER

We have shawarmas, we have shish kebabs,
Hummous and pickles ready for our meal,
And Umm Ali in great big sloppy slabs
And chocolate-coated dates bought from Bateel

THE PRINCIPAL JOURNALISTS:

And we have newspapers of Tecom style
By weary expat hacks; we have words
And adjectives and adverbs to beguile
And turgid press releases for the herds

THE MASTER OF THE CARAVAN

But you are nothing but a load of hacks

PRINCIPAL JOURNALIST

Sir, even dogs have daylight, and they
paid us cash in brown envelopes.

MASTER OF THE CARAVAN

But who are ye in rags and rotten shoes,
You blue-boilersuited, blocking up the
way?

ISHAK

We are the labourers, master; we shall
work

Always a little longer; it may be
Fifty degrees in shade but we won't shirk
High up our scaffolding beside the sea,

Sharing a dirty squat in Sonapur
Unpaid and weary in the endless sand
Every day another to endure
Building the Golden City of Dubailand

HASSAN

Sweet to drive out from Sharjah every
morn
When gridlock is gigantic on the sand,
And loudly through the traffic honk the
horn
Along the Golden Road to Dubailand.

ISHAK

We surf the internet in the free zone;
For blocks and bans are more than we can
stand:
For lust of knowing what should not be
known,
We bypass the Golden Proxy of Dubailand

MASTER OF THE CARAVAN

Open the gate, O watchman of the
bachelor-free apartment block!

THE WATCHMAN

Ho, sandlanders, I open. For what land
Leave you this dim city of no delight?

MERCHANTS

(With a shout)

We take the Golden Road to Dubailand!

Labels: poetry

posted by secretdubai at 5:28 PM

18 comments

[http://secretdubai.blogspot.de/2008/03/
golden-journey-to-dubailand.html](http://secretdubai.blogspot.de/2008/03/golden-journey-to-dubailand.html)

Duba.





Sandi A.
Maddini 196

KR: The case with the Middle East prospectus was that the salesman long needed a kind of “sandbox” prospectus, because clients in this region have less confidence if the prospectus looks European. They have less trust if they see a plant in front of the Swiss mountains or a German highway. They then say: Okay, the plant may function there, under the climatic conditions in Europe, but what happens if it has to work here at 40° in the shade? We want proof of this. And that was achieved with this prospectus and the photos of the plants there.

GA: So it's about producing evidence?

KR: Yes, first of all it's about seeing that it functions in the desert. Then it's about showing who has what. That was a very important issue in producing the prospectus. We had this green plant in Saudi Arabia, or the yellow one, I don't remember, at the top of our to-do list. But when we were on location, the salesman drew our attention to the fact that the same plant is also set up elsewhere with another client. We had to photograph that one, too, in order to maintain good relations to the client. That was the point: We were not allowed to treat anyone preferentially, for example, printing one client in A3 format and all others in postcard format. I had to watch out that the balance was kept when doing the layout for the prospectus.

Ammann AG, PR-/Marketing Department, Langenthal,
28.3.2012

Kathy Richter (KR), Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)

GA: What do you see on these pictures?

WI: They show anger, right? – In a certain way, well ... Is that after a football match? Where they smash everything up, break everything? It often drives me crazy when they do such things, in a building or somewhere. Sometimes they are cultural treasures. There are no more worries, everything is set to flames and destroyed. I find it bad to express your anger in such a way.

GA: In this case it's workers striking, the police ...

WI: Yes, of course. And then they defend themselves, and the aggressions ...

GA: In what way is that a different situation than the exercise we talked about earlier?

WI: I would say they are opposites, no? That's something completely different. An exercise is acceptable, no? Otherwise there should have been protests. Nobody protested. There's nothing you can do if it's sold and the time has come. Today, that might be different. I remember when the Graben nuclear power plant was to be built: There were huge protests, and thanks to them it wasn't built. They had already sold the land, everything was planned, and then the protests began ... Or the Bahn2000. When plans were to have trains travel through the beautiful landscape, they ignited fires on the land and organised protests ... But you can't be against everything, either. Today, people are maybe happy that the Bahn2000 exists. If people had always been like that, things would be like in the times of Gotthelf.

GA: Do you think it's fun to burn things, to have things explode, to blast things? Is it a kind of liberating experience?

WI: No, I don't believe so.

G: Not even when the symbols of domination are destroyed, as can be seen in the video or in Egypt?

WI: Well, that's a bit different. They live under others ... We are still free here. We can say what we like, right? If I told you something now, and we were in Iraq, I would be taken away tomorrow.

GA: You made this film thirty years ago. And now we have shown you this video from the internet of a protest in Kazakhstan. Somebody also filmed it and thus made his contribution. How would you compare that? Are the intentions similar?

WI: Well, I would say that they are different. In the other it's about riots and uprising.

GA: But in both cases the issue is to convey something, to show and report something.

WI: Sure. This here is to inform the public. And in my case, I actually made the film for myself, as a keepsake and perhaps for a later generation.

Kunsthau Langenthal, 7.2.2012

Werner Ingold (WI), Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)

YM: You also made these portraits, right?

DB: Yes. Dubai, Saudi Arabia, Saudi Arabia, everything is Saudi Arabia.

YM: The people really do show their own pride ...

DB: Somehow they do, yes. That's totally fascinating, it's an entirely mixed group. He was a Pakistani, he was from Nepal - I think - it's quite a funny breed of humans who do this work. They were both photographed at the same location. Actually, it's a very bad thing. This plant is 240 km east of Riad, in the middle of the desert. There are huge plants all around crushing stones until all that's left is stone dust for the building industry. This stone dust is stored outdoors and there's this enormous wind all of the time. This means that it was a real photographic task to get the sky to be blue, because it's almost white there, it's a permanent like fog. The people not only work there, they also live there in sheet metal containers. They don't live very long, however, because with all this dust permanently in the air, the lungs at one point say: "I don't want to anymore." They send all the money home, then they die and the next ones come to work there. It's very tragic.

Kunsthaus Langenthal, 26.3.2012

Dennis Beyer (DB), photographer, Owner of Fotopizza.com, Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)



Artist 2:

So the clearing
of the area was
part of the
exercise?

Amateur

Filmmaker:

Yes, it belongs
all together.





GA: I also find the question of speed interesting. Road construction has to do with speed, as well. What will speed be like in the future? Can roads make people faster and faster ?

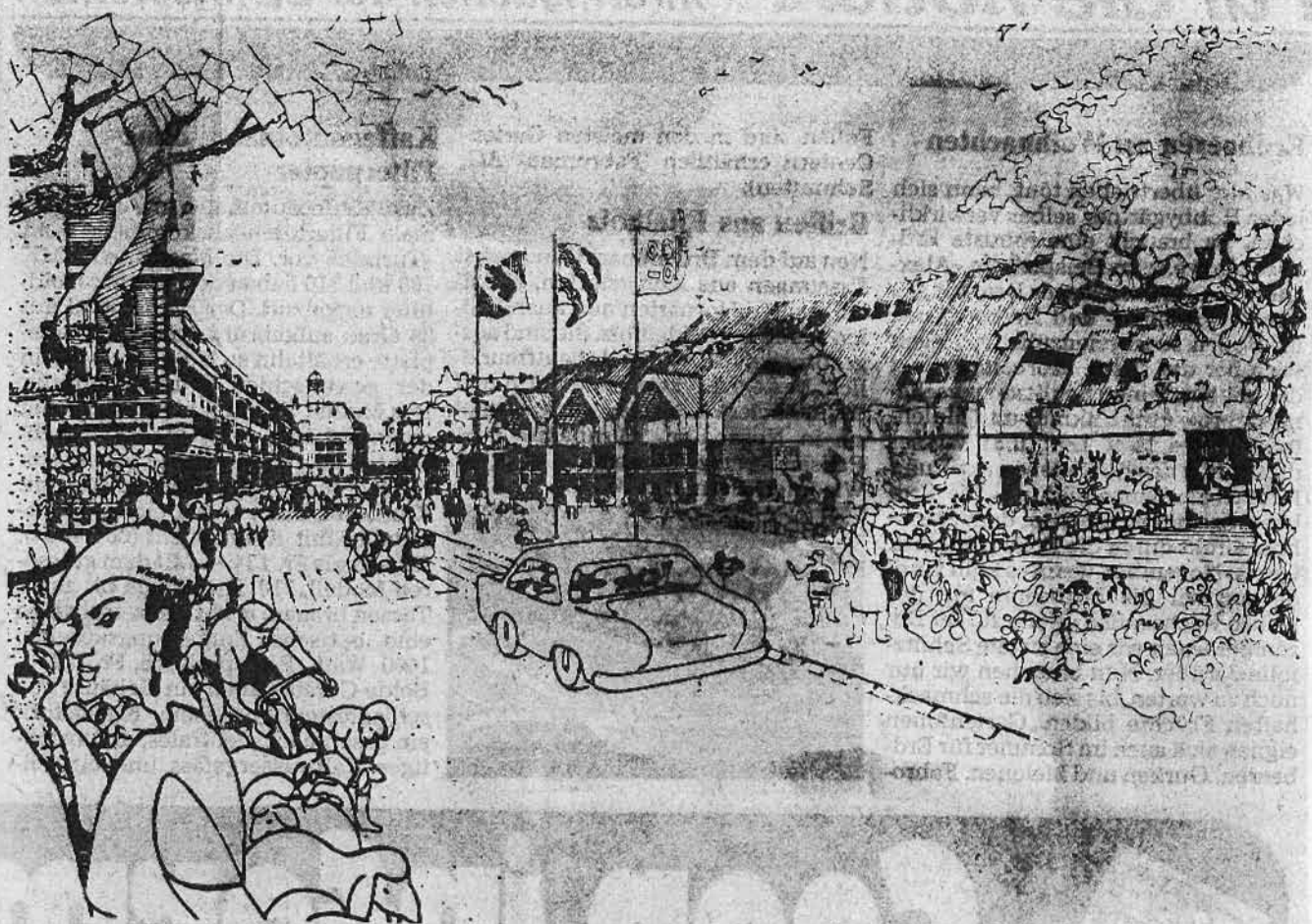
AB: No. There is a theory that says: A person always travels for the same amount of time, he now simply travels further. While it used to take him an hour to get from A to B, he now needs an hour to get from A to C. He travels for the same amount of time, commutes one hour, comes to Zurich or Winterthur, while in earlier times he just got to the next village. So I don't believe that roads have the objective of getting faster and faster, quite to the contrary. The aim is no longer to drive as fast as possible, but as efficiently as possible. This means that the area you have at your disposal is always scarce. You can make a road wide, but at one point there is a crossing, and that is then a chokepoint. The big question is: How do you merge several flows of traffic? You will always be faced with this basic problem.

GA: Are roads being built differently in new markets today? In Russia, in Kazakhstan, in Dubai?

AB: There are differences, because you primarily build roads according to the local conditions. This means that you must consider the materials available on location, the climatic conditions and so forth. The basic principle of road construction is always the same. What changes is the portion of automation, the use of machines. What can be clearly stated is that in the beginning roads have to do with something new. You develop a new area, an industrial zone, a residential district, a landscape or whatever, and then, relatively quickly, the issue becomes preservation. You then have to ensure that you can bring more traffic through, that it still functions. Those are the two phases of a market.

Ammann AG, Research and Development Department, 21.12.2011
Andreas Biedermann (AB), Gilles Aubry (GA)

Freitag, 13. August 1981



So soll es in einigen Jahren im Langenthaler Ortskern aussehen, wenn die Überbauung «Tell» verwirklicht wird.





YM: What were the customers of the Tell like in those days?

VF: In Langenthal, livestock used to be brought to the market hall every Monday morning at four. The livestock traders arrived and purchased them. The biggest livestock trader was Mr Geiser from Madiswil. I'll never forget him, he was so fat. He also had a slaughterhouse in Zurich and he bought a lot of livestock here. After they finished doing business, they came to me here in the Tell and shoved 1000 Swiss Franc bills around. A lot of money changed hands here. Everything was paid in cash, and at eight in the morning, they already drank coffee with liquor.

YM: So you were the last innkeeper of the Tell. Did you take charge of it then just like that?

VF: Yes, it was my first experience as an innkeeper. I had worked quite a lot in the catering trade and made the excises licences for the cantons of Bern and Solothurn. Mr Kohler had asked me, if I would like to take charge of the Tell for a year, until they were to blast it. They didn't want to close it only for political reasons, because then people would have said, yes, now they're already closing it but it's not being demolished yet. The building permit hadn't been issued yet, because there was so much opposition against it.

GA: So it was a strategy to keep the Tell in operation until the very last minute?

VF: Exactly.

GA: And how long did it take?

VF: A bit more than a year. You can't imagine how run down it was, everywhere. I lived upstairs. It was really bad, but for free. I think nothing had been invested there for decades. When I took charge of the restaurant, there were so many mice and rats in the building...

GA: What did those who were against the blasting want to do with the building?

VF: They wanted to keep it the way it was, as a restaurant.

GA: Were there people who planned on squatting the Tell? There was this graffiti ("Widerstand hätte sich gelohnt [Resistance would have been worth it]"), which must have been sprayed there the day before the exercise.

VF: Yes, there were many. Do you know the name of the leader?

GA: Rolf Maurer?

VF: Yes. Aren't you in contact with him?

GA: No, we haven't been able to reach him yet. He was with the Young Socialists.

VF: Exactly, they were also our patrons. They didn't think it was necessary to build such a large Coop in the centre of town, because it already had a little one. They just said that it's a shame to tear it down. That's what a lot of my guests said, of course.

GA: Maybe people were afraid that a part of their soul would be taken from them, so to speak.

VF: Yes. You know, the pub that was located here was really nice. There was a tiled stove you could fire with wood and that heated the room. People sat on the stove bench. Up front it was a beautiful restaurant. I even think they squatted it, before or after my time. I only know that a lot of military was dispatched so that it wouldn't be squatted, that's why everything went so fast. Rolf Maurer had good connections, he was a rebel, but I liked him. I also understood him somehow. An idealist, right?

Kunsthhaus Langenthal, 27.3.2012

Vreni Friedli (VF, the last innkeeper of the Tell), Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)

GA: What was the story with the camels about?

DB: The story with the camels, that actually came about by chance. It was in Abu Dhabi, you can also see that because of the red sand, in Abu Dhabi the desert is always very red. I first did the technical photographs there, and then I looked around and said, okay, what else can I do, because the entire landscape is of course magnificent there. You drive for a really long time down Al Ain Highway, in the direction of Saudi Arabia along the border to Oman. Then at one point there's an industrial plant in the desert to the right of the highway, and it is nice, to then look how I can possibly integrate that a bit with the landscape and everything in order to do something really big, and when I was done, this herd of camels came from the right. There were people at Ammann who said that was certainly faked, that was retouched. ... Of course that's wrong! They really came there. That was absolutely ingenious, because you could then include the exoticism and the landscape of the global context in a stronger way with the camels, that was great. That was super.

YM: (shows the picture in Nigeria) This picture also moved us very much ...

DB: that's not by me ...

Kunsthaus Langenthal, 26.3.2012

Dennis Beyer (DB), photographer, Owner of Fotopizza.com, Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)



Хроника расстрела. Жанаозен . 16.12.2011г. (дополнено 2)

Jnznyj1chelovak



S'abonner

33 vidéos



J'aime



Ajouter à

Partager



Ajouté par Jnznyj1chelovak le 30 déc. 2011

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТЕМЫ ,,,

188 357





Lieber Raffael

Genau, Peter Käser war im Widerstand, gegen den Abbruch des Tell. Im grossen Gemeinderat waren bei der Entscheidung folgende Mitspieler zugegen:

Peter Käser	SP
Fritz Geiser (Mann von Lili Geiser)	
Edwin Bucheli	
Trachsel Ernst, Präsident	

Befürworter des Abbruchs:

Heinz Bösiger (Baugeschäft!)	SVP
Fritz Hügli (ehemaliger Hector Egger Holzbau !)	

Peter Kohler (Optiker)	FDP
------------------------	-----

Emil Schaffer, Statthalter	SP?
----------------------------	-----

Peter Käser stellte zusammen mit Fritz Geiser den Antrag, der Gemeinderat habe sich zuerst eine Liste mit den schützenswerten Bauten beim Kanton Bern zu beschaffen, bevor der Abriss diskutiert werden könne. Emil Schaffer (und der damalige Gemeindepräsident) behaupteten, solch eine Liste gebe es bereits, was sich als unwahr erwies. Es war ein abgekartetes Spiel gemäss Peter Käser, die Entscheidung eigentlich schon im Vorfeld gefallen.

Die Sprayereien waren von des JuSo «Widerstand hätte sich gelohnt – Tell».

Peter Käser ist gerne bereit, Yves und Gilles seine Geschichte nochmals zu erzählen oder Fragen zu beantworten.

Freundliche Grüsse,

The Swiss punk singer:

Hear the sound of explosion!
Generating destruction!

Companions of misery stand up!
Time has come for the revolution!

Let blood be spread on earth
But may it be for our emancipation.

We're fucked up for our dullness
Because of too much philosophy.

Revolutionaries stand up, stand up!
It'll be the triumph of anarchy.

Hear the sound of explosion!
Generating destruction!

You fall asleep back from the factory
Servant of the capital

Me my tool the xxx machinery
Nothing for the exploiter, everything
for all!

Mere bullshit is the country
Just a feeling for the coward

Don't come back to the military
I enrol just to be AWOL!

Hear the sound of explosion!
Generating destruction! 4X

Like a microphone, like a gun,
Be there when we say they're alrighty!

Always about to blow up
But yet again comes recovery!

Companions of misery stand up
Time has come for the revolution

Let blood be spread on earth
But may it be for our emancipation!

We're fucked up for our dullness
Because of too much philosophy.

Revolutionaries stand up stand up
It'll be the triumph of anarchy!

Hear the sound of explosion!
Generating destruction!

Text by Yodler Killers Ravachole, 1981

BIBLIOTHÈQUE GÉNÉRALE DE CINÉMATOGRAPHIE

LES
BRUITS DE COULISSES
AU CINÉMA

PAR

S. DE SERK



PARIS

COMPTOIR D'ÉDITION DE CINÉMA-REVUE
CHARLES-MENDEL

118 & 118 bis - Rue d'Assas - 118 & 118 bis

que le musicien frappe plus près du centre. Quoi qu'il en soit, on peut considérer deux temps dans le coup de tonnerre : le grondement qui s'élève graduellement et le fracas de la foudre. Pour obtenir le grondement du tonnerre, on agite une tôle mince d'au moins 1 m. 50 de haut sur 0 m. 50 de large et suspendue par deux de ses coins. Lorsque le bruit a atteint son maximum d'intensité, on laisse tomber sur le plancher une sorte de jalousie formée de douves de tonneau alternant avec des plaques de plomb. Cet engin porte le nom caractéristique *d'éclat de foudre*.

Vent

Le complément du tonnerre est le *vent d'orage*. Certaines *sirènes* permettent de l'imiter à la perfection et les automobilistes ont installé sur leurs voitures de parfaits instruments éoliens. Mais un appareil est classique. Il se présente sous la forme d'un cylindre de soixante à quatre-vingts centimètres de diamètre limité par une toile métallique à mailles très fines et pouvant tourner sur son axe sous l'action d'une manivelle. Contre la toile métallique frotte la corde métallique d'une sorte d'archet ou une bande de soie fortement tendue.

GA : Could we briefly concentrate on this picture? How would you describe it? You said it was an atmospheric picture. It's a street ...

KR: ... covered by sand, probably due to the wind. There's another version of this picture with a lorry on it. For me, it symbolises a wide expanse. That one travels somewhere ... I also wrote this down here, that we build asphalt plants that are market-oriented, that we seek solutions for our customers, that we always look to the future and never back, that we tread the path together. That's sort of what is symbolised here.

GA: Even a straight path ...

KR: Yes, even a straight path, even with obstacles, since the sand is shoved over the road by the wind ... For me, that's a really positive image, a forward-looking image. A picture with a large plant, a very modern one with this pylon, that's electricity ...

GA: Progress ...

KR: Progress, exactly. I like the way the picture "draws" one in, because its shot from way down below. You have the feeling as if you were sitting in a car.

GA: It moves on its own ...

KR: Exactly. That's why it's here first.

GA: But couldn't the sand dune be interpreted negatively? This constantly recurring sand ...

KR: Well, I think that's normal there. The sand comes, the sand goes.

Ammann AG, PR-/Marketing Department, Langenthal, 28.3.2012
Kathy Richter (KR), Gilles Aubry (GA), Yves Mettler (YM)

Gilles Aubry & Yves Mettler – Black Move

Raffael Dörig, Director Kunsthaus Langenthal

For their joint exhibition project “Black Move” at Kunsthaus Langenthal, Yves Mettler and Gilles Aubry have conducted intensive research work. Their points of departure are marked by the demolition of the “Tell” restaurant in the centre of Langenthal in 1981, carried out by a large military and civil defence exercise, and Ammann’s asphalt mixing plant named “Black Move”, manufactured in Langenthal and employed in remote regions of the world to build roads. From their recordings and the materials they found in private and public archives, the artists developed a dense itinerary for the Kunsthaus Langenthal. Images, sounds and language, initially presented as separate elements, can be brought together in the mind in ever new combinations throughout the entire show. This publication with image and text documents resulting from the research work is a key element of the show.

Why and for which purpose are pictures taken? This is a question the artists repeatedly raise in the entire project. The exhibition starts with the installation ... **Jetzt ist es zu spät** [Now it’s too late]. It displays two photos originating as personal keepsakes, yet attaining a new function in the context of the exhibition. The photos were shot by the last person who ran the “Tell” shortly before its demolition in 1981. They are blotched and yellowed, bearing traces of the time that has passed – they function as documents in two senses. The slow passage of time is symbolised by the second element of the installation: A viscous black mass slowly flows into a funnel. It is an experiment with bitumen, as the artists witnessed it in the labs of Ammann AG.

Under the keyword “Business Continuity”, companies offer services that are meant to guarantee the continuation of business in case of a disaster. In the office architecture alluded to in the installation **Business Recovery / Disaster Continuity**, one can read words and listen to sounds that are constantly recombined according to a random principle. The sources consist in commercial dealings with disaster scenarios, the description of processes having to do with road construction, the vocabulary of managers, or 1980s punk bands, whose lyrics are peppered with apocalyptic metaphors.

“Black Move”, the name of Ammann’s mobile asphalt mixing plant, gives rise to associations going far beyond technical descriptions. It could also be the name of a band or a youth movement. Black triggers many associations and connotations, for example, in combinations such as “black gold” or “black death”, as they can be found in the installation **Black Words**. In the case of the asphalt mixing plant, “black” mainly refers to road construction, to bitumen. The oil product is an important component of asphalt. When visiting the Ammann laboratory, the artists were fascinated by its materiality and brought empty buckets from there, filled with the rests that turn into black mirrors and emanate the smell of freshly tarred streets. In the same room, there is also **Windmachine**, an instrument constructed according to a 100-year-old book on theatre engineering, not, as is common, with wood, however, but with heavy industrial material. It serves to simulate the sound of wind and storms, which in theatre often refer to disasters or ominous moments.

Traces of a real storm were filmed by Aubry and Mettler in the form of fallen trees near Langenthal. In the video **Tree**, the breaking point is scanned by a microphone, one of the most important tools of Gilles Aubry, a trained composer. But the sound is only created in the heads of the members of the audience.

During their research work, Aubry and Mettler learned that a former commander of the Langenthal fire brigade had filmed the demolition of the “Tell” in 1981. The soundtrack of the video **The Preview** consists in the conversation that the artists, the Kunsthaus team and the filmmaker held while watching the film for the first time. The contemporary witness (who recollects) engages in a discussion with the younger outsiders (who interpret the past) on the demolition of the “Tell”, which some people opposed as an urban-developmental disaster, and superimposed by the simulation of a major catastrophe, a military air raid. The image level includes, besides English subtitles of what is said,

other texts referring to disasters, explosive events and expectations of a major caesura. They are drawn from the early 1980s as well as from the present, looking back on what happened at the time: documents of the movement of the 1980s and the punk scene, statements by the super-rich, blogs of activists from Central Asia.

In the installation ***Der Sand der kommt, der Sand der geht*** (The Sand Comes, the Sand Goes) Aubry and Mettler return to the question pertaining to the function of images. The photos shown in the installation are of various origins: Some are from the prospectuses of Ammann AG advertising for the asphalt mixing plants made in the context of opening up new markets in the Middle East. Commerce between two cultures is conveyed by images that are also meant to arouse emotions. This publication presents conversations between the artists and the photographers as well as with the employees of the marketing department on this topic. The pictures, however, also make reference to the old art-historical genre of landscape painting, which fulfils the traditional desire for beauty. The artists photographed landscape images of a different sort in Langenthal. They were interested in industrial wastelands that have become overgrown and are turning into new biotopes for birds, for example. However, the stuffed birds on view in the installation are partially more than a hundred years old. For decades, they were displayed in the Jägerstübli (Hunter's Room) of the "Tell". Alongside the documentary material, concrete relicts of the history of the "Tell" have made their way into the exhibition. The birds, personifying the overcoming of spatial distances, here also overcome time. Further components of the installation include photos of the "Tell's" interior, taken during the last days before it was demolished. The shots of the demolition itself are from the archive of the Langenthaler Tagblatt. Photographed from the originals, they stand for the entire richness of material that the artists came upon during their comprehensive research work.

One highlight of these documentary findings is the super 8 film by Werner Ingold, who documented the demolition of the "Tell" in detail in the frame of the military exercise "Mezzo". The last space of the exhibition, in which the film is screened, will also become the space of debate, of exchanging memories and interpretations of the past, enriched by that which has just occurred – that which, in the end, seeks to again be completely traversed and newly interpreted in order to exit the show.

The publication is to be understood as an integral part of the project "Black Move", uniting elements of the comprehensive archive of texts and images compiled during research work. A central element is formed by the recordings of conversations that Mettler and Aubry held in Langenthal. Talks on the demolition of the "Tell" and the image communication of the Ammann AG are directly linked to elements of the show, augmented by interviews with entrepreneurs supporting the Kunsthhaus. In this context, Aubry and Mettler reference a research project by sociologist Ueli Mäder, who interviewed wealthy Swiss in regard to patronage, among other things. His text in this publication sets the records of Mettler and Aubry in relation to his research. The communicative experiment of the two artists has thus also formed the material for scientific research. As can be seen in the printed records, the conversations are by no means formalised scientific or journalistic interviews. Instead, they tentatively examine the usually intransparent relationship between money and art. The idea is that the unusually direct questions which the artists posed to the financiers could create a situation in which transparency is possible. The artists did not pursue a proposition in a targeted way, in the sense of an abstract, critical, political discourse. They are aware that they are acting from a position of weakness in an experimental setting – and are themselves in the midst of it as artists.

These versions of the conversation transcripts have already been edited and corrected in several stages, by an editing of the Kunsthhaus team and counterchecked by the interviewees. Even though (or precisely because) there is nothing explosive covered up by the corrections, this development process also tells of the dilemma of genuine intransigence and unrestricted integrity in artistic work.

Raffael Dörig
Director of the Kunsthhaus Langenthal

List of works

p. 1 – 53, Reprint of the magazine for the exhibition, laser print, 20 x 26 cm, 10 copies, 2012

p. 58, 72, ... **Jetzt ist es zu spät** (Now it's too late), photos, bitumen, cup, funnel, corrugated cardboard, 2012

p. 59 – 60, **Disaster Continuity/Business Recovery**, corrugated cardboard, carpet, video projector, CD & DVD player, loudspeakers, 2012

p. 61,62,69, **Black Words**, used bitumen buckets, tape, 2012

p. 63 – 64, **The Preview**, video, stereo track, 16', 2012

p. 65 – 66, 68, **Der Sand der kommt, der Sand der geht I-VI** (The Sand that Comes, the Sand that Goes I-VI), corrugated cardboard, inkjet prints, stuffed birds, 2012

p. 69 – 70, **Windmachine** (Wind Machine), steel, fabric, 2012

p. 71, **Tree**, video loop, 2', 2012











Like an old photo that makes
one happy when one still has it.

Scientific collaborator:
What a beautiful roof structure

The super-rich Man: People don't
understand anymore how things work.

Film-maker:
Yes, first it all had to be brought down.

















#00:22:24-7# Peter Geiser: Ich kann mir das eigentlich relativ schwer vorstellen, dass es zu einem Bruch käme. Es müsste gerade eine Verunglimpfung persönlicher Art oder eine Beleidigung oder ein Konflikt daraus entstehen. Ansonsten glaube ich wirklich, dass ich dieser Institution treu bleibe und sie weiterhin unterstützen werde, vorausgesetzt ich kann mir das auf weitere Sicht auch leisten. Das glaube ich auch und ich bin eigentlich überzeugt, dass dieser Verein heute eine gesunde Basis hat und ich habe auch keine Kinder. Also ich kann mir vorstellen, dass ich Teile von meinen Bildern dem Verein schenken würde.

#00:23:18-6# Gilles Aubry: Haben sie (#00:23:21-3# unverständlich) dass sie für ihr Engagement etwas direkt oder indirekt zurück bekommen haben. Also ist das ein reines Geschenk (Anmerkung: er sagt «Gift») sozusagen. Also man schenkt sein Geld, damit die Institution funktioniert. Weil es gibt natürlich, in so einem Kontext wie eine kleine Stadt / es ist auch verbunden mit Prestige, eine gewisse Exklusivität, ein Teil einer kleinen Gesellschaft der Gönner und Sponsoren einer (#00:23:53-8# solchen?) Institution zu sein. Wie würden sie das beschreiben, was es vielleicht mitbringt, Teil dieser Geschichte zu sein? Ich bin in diesem Sinne nicht ein üblicher Sponsor. Ich habe mein Geld mit Kartoffeln und mit Pommes Frites verdient. Das ist nicht gerade ein Environement, in dem man mit Kunst oder mit Kunstaktivitäten sehr viel Prestige holen kann. Ich habe also wohl keine Geschäfte damit machen können. Von dem gab es keine Rückgabe irgendwelcher Art, dass es ein Prestige oder publizitätsmässige Bereicherung gewesen wäre.

#00:24:47-2# Gilles Aubry: Gegenüber ihren Kunden.

#00:24:49-7# Peter Geiser: Gute ich habe auch Abende gemacht und Kunden oder Leute von meinen Mitarbeitern eingeladen. Ich weiss nicht, ob die Freude gehabt haben dabei, aber das gehört so dazu. Aber ich glaube jetzt nicht, dass das persönlich mir, weder geschäftlich, noch mit persönlichem Prestige sehr viel zurück gebracht hat. Das habe ich aber auch nicht erwartet. Das war nie ein Handel oder ein Tauschgeschäft. Das war es nie.

#00:25:29-5# Gilles Aubry: Es war auch nie der Ort wo man in der Kulisse ein bisschen Geschäfte machen konnte. Ich meine immer sehr vage und inoffiziell, aber man trifft sich auch unter Kollegen.

#00:25:42-0# Peter Geiser: Ja das also / Ich meine Gesellschaft / man ist mit Leuten die an den selben Dingen Freude haben. Das bring schon sehr viel. Der Kunstverein hat ja Reisen organisiert. Wir sind nach Frankreich und haben den Palais Idéal gesehen, wir haben die (#00:25:59-7# unverständlich) Royal auf einer Tour gesehen. Wir waren in Berlin und waren in Barcelona, da haben wir die Gebäude von Mies Van der Rohe gesehen. Das war eigentlich der Ausschlag, warum ich dieses Gebäude hier so gebaut habe, das ist im Stil / der Pavillon von Barcelona war eigentlich etwas das Leitmotiv für diese Art von Architektur. Denn das Haus in Barcelona wurde ursprünglich 1928 gebaut und hat heute immer noch seine Gültigkeit. Für mich ist das etwas grossartiges. Dass das überhaupt möglich ist.

#00:26:36-6# Gilles Aubry: (Modernität?) da sieht man auch mit Corbusier / Gebäude (unverständlich) also andere / Es ist ein Ganzes, moderne Architektur, moderne Kunst, das ist schon eine gewisse Ära die hier dargestellt wird, präsent wird, verkörpert. Vielleicht auch ein bisschen / also die Welt hat sich seither formiert, hat sich verändert seit /

Engagement im Kunsthaus

GA: Woraus besteht Ihre Verbindung mit dem Kunsthaus?

BW: Wir sind einfach Gönner. Heute noch auf einem tiefen Niveau, aber vielleicht können wir unser Engagement einmal erweitern. Andere Unternehmer sponsern eher Sport, aber mir liegt Kunst, Kultur eigentlich von Hause aus näher. Das ist meine Verbindung. Ich bin nicht so sehr Kunstkenner, also ich gehe jetzt nicht auf der ganzen Welt in jede Ausstellung. Ich habe auch nicht das Vokabular, dass ich mit Leuten über die aktuellsten Ausstellungen sprechen kann. Ich geniesse es, wenn ich Zeit habe. Mir ist es sympathisch, einfach so im Bauch. Das ist meine Hauptverbindung zur Kunst.

GA: Seit wann ist ihre Firma Gönnerin des Museums?

BW: Erst seit zwei oder drei Jahren. Wir unterstützen noch die Galerie Leuebrüggli, wo eine Mitarbeiterin von uns aktiv ist. Aber wir gehören nicht zu den Top-Gönnern.

GA: Es gibt Kategorien, sozusagen.

BW: Ja genau, Gönner und Hauptsponsoren oder so, wie vielleicht die Firma Ammann, eine grosse Langenthaler Industriefirma. Die unterstützen natürlich in grösserem Masse. Sie sind auch grösser als wir.

GA: Witschi Bau ist ein Familienunternehmen. Sie haben quasi die Firma übernommen, und Ihr Interesse für Kunst ist auch aus der Familie gekommen.

BW: Ja sicher, meine Mutter ist Musikerin, und wir haben immer viel Kultur zuhause gehabt. Vor allem Musik, nicht so sehr bildende Kunst.

GA: Das ist jetzt neu.

BW: Ja. Meine Partnerin, sie ist auch im Vorstand vom Kunsthaus, ist Fotografin. Sie hat an der Zürcher Hochschule abgeschlossen. Daher gibt es auch noch ein Bezug zur bildenden Kunst.

GA: Sehen Sie Ihr Engagement für die Kunst als eine gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmer, Sie verbinden das mit ihrem Unternehmertum, die Kunst zu unterstützen?

BW: Ja, weil ich finde, es gibt ein Wirtschaftsleben, ein Sozialleben, ein Geistesleben, das ist für mich so ein Dreieck. Das Soziale ist vielleicht eher im Sport zu finden, aber das Geistesleben ist eben auch wichtig. Alle drei müssen sich befruchten, und die Wirtschaft muss dem Sozialen und dem Geistesleben auch Sachen zurück geben. Da gehört für mich die Kunst dazu. Nur wenn dieses Dreieck stimmt, kommen wir weiter.

GA: Diese Institution oder das System hier, das ist ja nicht nur das Kunsthaus, sondern die erweiterte Gruppe von Leuten, die mehr oder weniger involviert sind. Sie sind seit zwei, drei Jahren dabei. Wie würden Sie das Ensemble beschreiben, wie funktioniert das, was sind die Ziele?

BW: Also ich muss hier präzisieren. Ich bin nicht dabei. Ich kann es betrachten und unterstützen, aber ich bin nicht dabei. Beim Kunsthaus haben sie sehr grosse Schritte gemacht, mit moderner Kunst bis in zeitgenössische Sachen. Früher war eher die lokale Kunst im Vordergrund. Ich finde die Entwicklung gut. Die andere Institution, die wir auch unterstützen, die macht mehr lokale Künstler. Das ist auch okay, aber hier ist ein guter Gegenpol. In den letzten Jahren, mit Frau Fetzer, hat das Kunsthaus wirklich eine eigenen Sprache entwickelt. So habe ich es wahrgenommen. Ich glaube es findet auch überregional Beachtung.

GA: Für Sie ist es deshalb sinnvoller, hier zu investieren, als in

einer Institution in Bern, zum Beispiel als Mitglied im Kunstmuseum Bern?

BW: Ja, das ist für mich klar. Wenn ich die Sprache der Institution unterstützen kann, dann bevorzuge ich es, dies vor Ort zu tun. Wenn es jetzt hier keine Institution gäbe die, ich für unterstützenswert halte, wäre es anders. Aber zur Zeit finde ich, das Kunsthaus macht coole Sachen. Das sollte man unterstützen. Ich finde auch nicht alles gut, aber wenn ich so drüber schaue, die Tendenz, die stimmt. Für mich ist das das Wichtigste.

Künstler treffen Gönner

GA: Jetzt sitzen wir zusammen, also Sie sind Gönner, vertreten Ihre Firma, wir sind Künstler. Was können wir gemeinsam erreichen? Ich meine das jetzt nicht ultraspezifisch, Sie kennen natürlich unsere Arbeit nicht. Ich will Sie eher fragen, was Ihrer Meinung nach aus so einem direkten Treffen zwischen den Künstlern und den Gönnern resultieren könnte. Normalerweise geht man ja immer über den Leiter der Institution. Es ist eine etwas ungewöhnliche Situation, diese Art von Treffen, das wir organisiert haben. Wir machen das auch noch mit anderen Industriellen und finden die Frage interessant, was daraus resultieren könnte, was die Erwartungen sein könnten, oder ob wir auch Ähnlichkeiten in der Denkweise entdecken können.

BW: Für mich ist natürlich der Kurator schon eine sehr wichtige Person, muss ich zuerst sagen. Denn er kennt sich aus, er kann Sachen vorbringen, zusammen mit den Künstlern. Was ist befruchtend, wenn Unternehmer Künstler treffen? Ein Gespräch, das daraus entstehen kann. Ich sage, im weitesten Sinn sind Unternehmer nämlich auch Künstler. Wir machen auch Kunstwerke, einfach virtuell meistens, mit Menschen, aber das ist auch eine Kunst. Wir machen nicht eine Plastik oder malen ein Bild. Die Kunst des Unternehmers ist, eine Organisation, einen Organismus zu entwickeln.

GA: Aber dabei geht es ja bei Witschi handfest zu. Ihr baut ja etwas.

BW: Ja, aber der Wert einer Unternehmung ist gerade in unseren Dienstleistungsbereichen nicht unbedingt das Produkt. Das sind die Menschen und die Abläufe, die Beziehungen, dass das alles klappt. Klar, wir bauen schöne Sachen, hoffentlich, manchmal auch nicht, aber der Spirit der Firma, das ist eigentlich das Entscheidende. Mit einer Gruppe von Menschen machen Sie ein Zahnrad, das dreht. Auf irgendeine Art. Das müssen Sie eben pflegen. Das ist für mich der künstlerische Aspekt. Das können Sie auch nicht nach einen Rezept machen, das ist eben dann die Intuition. Manchmal klappt und manchmal eben auch nicht.

Was macht Ihre Firma?

GA: Können Sie ein bisschen erzählen, was die Witschi AG macht? Sie sagten, das Produkt sei nicht so wichtig.

BW: Doch, es ist schon wichtig. Als Firma ist natürlich mein Produkt das Wichtigste. Aber wenn ich in die Vogelperspektive gehe und sage, was ist das Künstlerische an einem Unternehmer - das ist meine Meinung, das muss nicht stimmen - dann sage ich, das ist die Entwicklung der Organisation, des Spirits. Unsere Firma macht eigentlich fast alles rund um den Bau. Wir bauen Häuser, Strassen, Brücken, wir sanieren. Ein klassische Baufirma.

Beziehung Kunst und Gönner

GA: Wenn man die Geschichte vom Kunsthaus anschaut, es existiert seit 20 Jahren. Es war eine Privatinitiative. Das ist schon sehr besonders. Denn die meisten Museen in anderen Städten sind öffentlich, halböffentlich. Es gibt zwar auch private Museen wie die Fondation Beyeler, aber für die Art und Grösse der Institution ist das eher aussergewöhnlich. Die Tatsache, dass das Kunsthaus Langenthal zu ein Drittel mit öffentlichem Geld finanziert wird und der Rest mit Privatgeld, macht die Institution etwas besonders.

Aber auch irgendwie dieses System, das ich am Anfang beschrieben habe, macht es ein bisschen besonders. Wenn man hier als Künstler ankommt, sieht man auch am Eingang diese kleinen Plakate mit Nestlé Stiftung und so weiter. Also man merkt, dass die Präsenz dieser Privatförderer Konsequenzen im Leben des Ganzen hat, manchmal sichtbar, manchmal nicht. Da wollten wir ein bisschen mehr darüber wissen. Wie das funktioniert. Wie ist der Austausch zwischen den Gönnern und den Mitarbeitern im Museum und den Künstlern. Sie kommen wahrscheinlich an Eröffnungen. Kommen sie zu jeder Eröffnung?

BW: Nein. Eben, es kommt bei mir auf die Agenda drauf an. Mein Kontakt war jetzt oft via Print. Was ich bekommen habe, das habe ich gelesen. Wenn es mir reicht, gehe ich an die Ausstellung. Wenn es mir nicht reicht, ja schade. Aber ich finde es trotzdem eine gute Sache.

GA: Gibt es ab und zu Events nur für die Gönner, die vom Museum organisiert werden? Eine Führung oder ein Abendessen?

BW: Dazu wüsste ich jetzt nichts. Vielleicht je nach Kategorie der Gönner. Aber das wüsste ich jetzt nicht.

GA: Vielleicht eine gute Idee.

Alle: (Lachen)

GA: Es soll ja auch vorkommen, dass Gönner ihre Spenden zurückziehen, wenn ihnen eine Ausstellung nicht passt. Wenn eine Ausstellung ein bisschen provokativ ist und der Gönner das vielleicht nicht so goutiert. Da gibt es sicher manchmal ein bisschen Reibungen?

BW: Habe ich gehört.

GA: Also es gibt Grenzen?

BW: In Langenthal war das Minarett von Gianni Motti für viele eine Grenzüberschreitung. Aber ich fand sie super, die Ausstellung. Das war super für Langenthal. Aber ich sage mal, 90% sagen, nein, was bringt das.

GA: Und das wird dann diskutiert, oder nur indirekt über die Presse?

BW: Es wird schon diskutiert. Das finde ich natürlich gut. Mir gefallen Sachen, die ein bisschen provozieren.

GA: Finden Sie, es ist fast eine Aufgabe der Kunst, provokant zu sein?

BW: Ich persönlich mag es sehr. Aber es muss natürlich nicht sein. Wenn jemand nur provozieren will, und dann der Inhalt ein bisschen fehlt, finde ich es auch schlecht. Das gibt es ja manchmal auch. Da merkt man, der sucht einfach die Provokation, und es ist nichts dahinter. Manchmal ist es aber gut, wenn man ein bisschen den Pfeil schießt.

GA: Wofür ist das gut? Hilft das, ein bisschen anders zu denken?

BW: Selbstreflexion. Mal schauen: Hey, warum reg ich mich jetzt auf? Ist das wirklich so schlimm? Ich glaube, Selbstreflexion, das wird niemandem in die Wiege gelegt. Das muss man lernen.

Langenthal und die Welt

YM: Unsere Ausstellung wird ja «Black Move» heissen, nach dem Namen von einer Maschine von Ammann. Damit setzen wir uns auch auseinander, weil sie für die neuen Märkte in Russland und Zentralasien, beispielsweise Kasachstan, gebaut wird.

BW: Was ist es, ein Asphaltwerk?

YM: Genau eine Asphaltierungsmaschine, die sich so bewegen

kann. Das sind fünf Lastwagen, die können reisen, und an einem Tag kann man so eine Maschine aufbauen. Die produziert dann gleich 320 Tonnen Asphalt die Stunde. Dann kann man sie wieder in einem Tag abbauen und kann wieder 400 km fahren. Was uns interessiert hat, ist die Tatsache, dass Ammann eine sehr lokale Firma ist, die hier sehr bekannt ist, und gleichzeitig auch auf Märkten tätig, die nicht unbedingt einfach sind. Sind Sie mit der Witschi AG auch international tätig?

BW: Nicht wirklich. Also, wir haben etwas ganz kleines, mein Bruder und ich, in Panama. Das ist auch sehr schwierig. Aber das wird erst offiziell, wenn es funktioniert. Die Blamage machen wir privat.

GA: Das heisst, es ist jetzt erst mal so ein Austesten in Panama?

BW: Wir haben dort auf privater Basis eine Firma gegründet, weil mein Bruder für mehrere Jahre im Land gearbeitet hat. Und da sind jetzt fünf Personen dran. Das geht mal gut, und dann sind wir wieder down to the Limit, dann geht es wieder ein bisschen und ja... Es ist noch keine Erfolgsstory.

GA: Panama ist gerade politisch ein ziemlich instabiles Pflaster.

BW: Aber wirtschaftlich natürlich sehr, sehr interessant. Das muss man schon sehen.

GA: Wie geht man damit um? Also, man muss ja dort wohl mit dem Regime arbeiten?

BW: Das machen wir fast nicht, denn wir haben im unseren Leitbild, dass wir kein Schmiergeld bezahlen. Das schliesst einen natürlich sofort von vielen Aufträgen aus. Aber nichtsdestotrotz, Panama beherbergt sehr viele internationale Headquarters für den lateinamerikanischen Markt, und dort ist es anders. Das ist eine gute Kundschaft. Da unterliegt man nicht den lokalen Gesetzen.

GA: Sie sagen, das ist ein interessanter Markt, wie können Sie das beschreiben? Was sind die wichtigsten Punkte, die es interessant machen?

BW: Aus Bausicht geht dort die Post ab. Hier geht zwar auch die Post ab, aber hier ist fast alles gebaut. Dort entsteht viel Neues. Es ist ein bisschen wie in Berlin vor zehn Jahren oder immer noch. Es ist dynamisch.

GA: Ein bisschen wie Dubai?

BW: Natürlich. Es ist dynamisch, und es ist auch international. Aber wir sind so klein. Mein Bruder und ich haben das privat finanziert, nicht als Firma. Da haben wir natürlich nicht einfach gesagt, hier, nehmt mal eine Million und probiert mal. Wir sind das sehr bescheiden angegangen. Darum haben wir nur fünf Personen. Wenn da ein Konzern eine Filiale eröffnen würde, würden die das viel professioneller machen. Dann nehmen die viel Geld in die Hand und zack... Wir hingegen machen das halt wie im Dorf.

GA: Das ist also ein bisschen ein Experiment - und teuer für Euch?

BW: Wir haben beide, vor allem mein Bruder, im Ausland gearbeitet und haben uns entschlossen, das Familienunternehmen weiter zu führen, ein sehr lokales Business. Wenn man dann ein bisschen ein Freigeist ist, braucht es ein bisschen Horizonterweiterung. Ein Horizont nur von Langenthal bis Huttwil reicht uns nicht.

GA: Wie ist Euer Verhältnis zu Firmen in Panama, mit denen Ihr zusammenarbeitet, die vielleicht grösser sind?

BW: Sehr gut, wir profilieren uns natürlich. Die Schweiz und Schweizer Qualität sind dort gute Verkaufsargumente. Da sind wir zum Beispiel ein Partner für eine brasilianische Baufirma. Es ist die fünfgrösste Baufirma der Welt. Jetzt haben wir es geschafft dort Partner zu werden, und jetzt werden wir dort angefragt. Wir sind auch dran, Partner der liechtensteinischen Firma Hilti zu werden.

So langsam machen wir das. Aber unser Problem ist, dort qualifizierte Leute zu finden, die auch die Geschäftsführung in unserem Sinn machen.

GA: D.h. ihre Mitarbeiter sind aus Panama. Ihr Bruder ist vielleicht dort?

BW: Nein, er ist nur zweimal pro Jahr dort. Und wir haben immer gesagt, weil es so eine kleine Sache ist, wollen wir auch nicht zu viel Zeit investieren. Wir müssen ja den Hauptfokus auf das Geschäft hier haben. Nicht dass wegen Phantasien dort das Hauptgeschäft pleite geht.

GA: Die Mitarbeiter werden auf Panama mit Schweizer Löhnen bezahlt?

BW: Nein. (Belustigung). Das könnte sich gar nicht ausgehen dort. Sie verdienen okay, aber nicht Schweizer Löhne.

GA: Aber haben Sie Informationen darüber, wie z.B. diese grösseren Partnerfirmen ihre Mitarbeiter behandeln? Alle diese sensiblen Aspekte. Mit dem Staat sowieso, der sehr autoritär ist, Stichwort Redefreiheit. Es ist oft zu bemerken, dass die guten, neuen Märkte auch oft in schwierigen Ländern sind.

BW: Ja, aber ich würde jetzt sagen, Panama kann man nicht mit China vergleichen. Sicher sind die Wahlen nicht ganz fair. Aber das ist schon Freiheit, Meinungsfreiheit. Da muss man nicht Angst haben, wenn man etwas Falsches sagt, dass man gleich ins Gefängnis kommt, vor allem als Ausländer.

GA: Als Ausländer wahrscheinlich nicht, aber es gibt schon krasse Sachen, glaube ich. Wer ist der Präsident da, der ...

BW: Was einfach ein grosses Problem ist, ist die Korruption. Die hat aber nicht viel mit Meinungsfreiheit zu tun. Man kann Meinungsfreiheit haben, und es ist trotzdem korrupt. Was auch ein Problem ist: Die wirtschaftlichen Interessen sind zuoberst, beispielsweise beim Kanal. Da wird umgesiedelt und solche Sachen. Das passiert.

GA: Aber bekommt man da manchmal nicht ein schlechtes Gewissen? Situationen, wo man denkt, okay das ist ein schöner Vertrag, aber ...?

BW: Bis jetzt hatten wir keine Aufträge in so heiklen Situationen.

YM: Als Künstler gibt es auch immer die Frage, auch in der Schweiz, wer kauft die Kunst? Es sind nicht viele Schweizer Künstler, die sich fragen, woher eigentlich das Geld kommt. Obwohl man weiss, es siedeln sich ja auch viele in der Schweiz an, es werden Galeriekäufe gemacht und man weiss, dass ist jetzt nicht unbedingt sauberes Geld. Da weiss man auch nicht, wo man ja oder nein sagen soll. Das ist eine Frage, die man als Unternehmer genau so wie in der Kunst stellen kann, sobald es um grössere Summen geht oder um die Zirkulation von Kapital. Darum interessiert uns auch, wie man sich da als Unternehmer positioniert, weil das auch Gespräche sind, die generell schwierig zu haben sind.

BW: Heute werden ja auch sehr grosse Summen bezahlt für gewisse Kunst, und das ist in meine Augen ein sehr gutes Mittel, um Geld zu waschen. Das muss man einfach sagen. Aber ich glaube, die Verantwortung liegt nicht unbedingt beim Künstler, sondern beim Galeristen. Oder ich weiss nicht, wie viel kann der Künstler mitreden?

GA: Der Künstler kann dem Galeristen sagen: «Ich verkaufe nicht mehr bei dir.»

BW: Aber meistens weiss der Künstler nicht, wer dem Galeristen was abgekauft hat.

YM: Nicht unbedingt, wenn man nicht nachfragt.

GA: Oder das Werk landet vielleicht bei einem Sekundärverkäufer. Manche Kunstwerke werden mehrmals gekauft und verkauft und natürlich verliert man so die Spur des Werks.

BW: Das ist übrigens bei Immobilien auch ein sehr grosses Thema, das Geldwaschen. Bei den Banken ist es ja ziemlich reglementiert, grosso modo, aber bei den Immobilien eben nicht. Da kann auch jemand kommen und sagen: «Ich kaufe das Haus für den doppelten Wert». Dann ist das Geld gewaschen. Aber ich glaube, in unserer Region müssen wir uns mit solchen Themen nicht auseinandersetzen. Das ist mehr in Zürich und am Genfersee. Dort werden ja 60 Millionen für ein Haus bezahlt.

Wo machen Sie Ihren Umsatz?

GA: Sie machen Ihren grössten Umsatz in der Schweiz?

BW: Ja. Also, der andere Umsatz, von dem darf man eigentlich gar nicht sprechen. Wir haben jetzt schon viel zu lange darüber gesprochen, im Verhältnis. Das andere ist nur ein Hobby.

GA: Aber prozentual, ist das unterschiedlich, wenn man Umsatz und Gewinn vergleicht?

BW: Wenn wir dort Umsatz machen, machen wir natürlich mehr Gewinn, das Problem ist, wir haben nicht genügend Umsatz.

GA: Okay, aber prozentual ist der Gewinn nicht schlecht.

BW: Ja, wenn man zu genügend Aufträgen kommt.

GA: Und an was liegt es, dass Sie nicht genügend Aufträge erhalten?

BW: Jetzt in Panama? Ja, dass wir kein Schmiergeld zahlen und dass wir eine Geschäftshüterin haben. Wir haben sie aus einer Notsituation angestellt. Sie ist 70 Jahre alt, hatte früher ein Business und betreibt immer noch ein kleines Geschäft, aber sie ist einfach nicht strukturiert. Sie ist halb Chinesin – in Panama gibt es viele Chinesen – und die sind zwar gut vernetzt, aber die haben eine andere Arbeitsweise. Auf Schweizerdeutsch sagt man eine «Chrämerseele». Das ist sicher ein Problem. Aber auch in der Schweiz ist es schwierig, gute Leute zu finden, Leute, die sich voll für etwas engagieren, das ist schwierig.

YM: Hat sich das dadurch verändert, dass auch Manager jetzt oft den Job wechseln? Man bleibt nicht mehr an einer Stelle. Man macht immer ein Karriereschritt, 5 Jahre da, 5 Jahre da und 5 Jahre da. Hat es damit zu tun?

BW: Ja, wobei ich sagen muss, dass wir nicht die klassischen Manager haben. Da sind wir viel zuwenig attraktiv. Da muss man in andere Firmen. Ich denke schon, dass Führungskräfte mehr Ich-AGs sind. Das bedeutet: «Ich verkaufe meine Arbeit heute Ihnen morgen Ihnen». Wir merken das. Früher hatten wir mehr Leute, die sich voll identifiziert haben. Das ist auch nicht nur gut, dann hat man dreissig Jahre immer die gleichen und kriegt keine neuen Idee. Aber unsere Branche im Bau ist nicht attraktiv. Das finden viele Leute, unten in der Produktion zu anstrengend und oben im Management zu kleinkariert, zu kleinräumig. Eben Langenthal bis Huttwil.

Missionen: Kunsthaus und Unternehmen

GA: Wir haben am Anfang über das Kunsthaus gesprochen. Sie sagten, dass Sie noch nicht sehr viel Kontakt hatten mit den Leuten, mit den Künstlern. Haben Sie vielleicht einen Kommentar zur Situation des Kunsthauses oder Wünsche?

BW: Ich finde das Kunsthaus eine gute Sache, und ich hoffe, dass es jetzt auch unter der neuen Leitung die Dynamik weiter behält. Das ist das einzige, was ich mir wünsche für das Kunsthaus und für Langenthal. Und dass möglichst viele Leute dabei bleiben.

GA: Diese Dynamik, wie könnte man sie erklären? Was braucht es für eine gute Dynamik? Qualität ist wohl einer von mehreren Faktoren.

BW: Dass man gute Sachen hierhin bringt. Es ist ja nicht selbstverständlich, dass interessante Ausstellungen nach Langenthal kommen wollen. Das hängt mit dem Kurator zusammen. Wenn Künstler gefragt werden «kommen Sie nach ich weiss nicht wo», dann sagen sie vielleicht: «Nein, das interessiert uns nicht, wir sind gerade in Berlin.» Wenn Langenthal es schafft, interessante Ausstellungen und Künstler hierher zu bringen, ist das für mich Dynamik. So bleibt man im Gespräch. Immer im Gespräch bleiben.

YM: Können Sie sich vorstellen, einmal zum Vorstand des Kunsthauses zu gehören?

BW: Nein, ich selber nicht, ich hätte keine Zeit und ich glaube, ich würde zu wenig einbringen.

GA: Ja, aber Ihre Kompetenz als Manager? Sehen sie sich eher als Manager oder als Ingenieur?

BW: Weder noch, ich sehe mich als Führungskraft und Unternehmer. Ich stehe in der Verantwortung, eine Organisation weiterzubringen. Nicht nur zu meinem persönlichen Nutzen. Das ist meine Motivation. Ich bin ins Unternehmen eingestiegen, weil ich Chancen sah, es weiter zu führen, Arbeitsplätze zu halten und zu schaffen. Das finde ich cool.

GA: Eine Art Mission.

BW: Ja, das ist meine Mission.

GA: Haben Sie das Unternehmen geerbt? Oder diese Position? Wie sind sie dazu gekommen? Wir kennen die Geschichte der Firma nicht.

BW: Das weiss ich nicht, geerbt würde ich nicht sagen. Mein Vater ist schon lange gestorben, und er hat das Unternehmen geführt. Es war natürlich immer das Gespräch bei uns. Wenn man in einer Unternehmerfamilie lebt, gibt es nur ein Thema am Mittagstisch. Aber er starb, als ich dreizehn war. Darauf hatten wir ein bisschen Ruhe vom Thema Unternehmen. Weil seine Kollegen langsam in Pension gingen, kam die Frage: Wollen wir das Unternehmen verkaufen oder nicht? Und dann haben mein Bruder und ich gesagt: nein. Obwohl wir keine klassische Bauausbildung haben. Ich habe eine kaufmännische Lehre bei Création Baumann gemacht. Ich habe dann Betriebswirtschaft studiert, bin also nicht der klassische Bauherr und trotzdem hat es mich interessiert, zurückzukommen.

Vergleich Unternehmer und Künstler

GA: Wenn wir nochmals auf den Vergleich zwischen Unternehmer und Künstler zurückkommen, Sie haben gesagt: Unternehmer sind auch Künstler.

BW: Das habe ich kopiert, das hat mal Nicolas Hayek gesagt. Er hat gesagt: Unternehmer sind auch Künstler, und ich finde das auch.

YM: Künstler sind doch eher ... ich könnte nie die Verantwortung für mehrere Leute übernehmen. Ich kann mich gerade gut um mich kümmern. Ich kann mich jetzt langsam um meine Familie kümmern, und das überfordert mich total. Als Unternehmer da hat man ja auch Verantwortung. Ich frag mich immer, inwiefern man als Unternehmer doch ein breiteres ...

BW: Sie müssten sicher Führungskraft sein, aber sie müssen ja auch Ideen haben, quer denken.

GA: Kreativität eigentlich...

BW: Ich glaube, man muss auch als Unternehmer manchmal der Zeit voraus sein, und die Künstler müssen ja auch der Zeit voraus sein.

YM: Ich habe gesehen, dass Sie eine neue Art Betonbau gemacht haben, oder? Ich habe das auf der Website gesehen.

BW: Das Stampfbetonhaus. Das ist eine ganz alte Verarbeitungstechnik.

GA: Aber sie ist neu verarbeitet. Gehört das zu ihrem Unternehmensgeist, solche Sachen zu untersuchen? Ist das eine Technik, die sie jetzt erforschen?

BW: Also zwei Sachen: Dieses Haus haben wir gemacht. Bei dieser Technik muss der Mensch wirklich von Hand stampfen. Das ist absolut nicht Trend. Heute es ist alles maschinell. Ästhetisch ist es eine alte neue Sprache. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, wenn wir für uns bauen, dann muss es etwas sein, das Gesprächsstoff bietet, das polarisiert, eben auch provoziert. Und dieses Haus war ein Treffer voll ins Schwarze! 80 % sind dagegen und 20 % finden das gut. Das ist für mich immer eine gute Quote, weil wenn es über 50 % gut finden, ist es meistens schlecht.

GA: Das Denken wir als Künstler auch von unseren Ausstellungen.

BW: Darum machen wir das.

GA: Wie kommt man zu so einer Denkweise? «Wenn es zu viele gut finden, ist das schlecht.» Ohne dass man es arrogant meint? Es gibt da ein Verlangen nach etwas, das ein bisschen ungewöhnlich ist. Ist es die Innovation, die da wichtig ist, oder steckt eine andere Absicht dahinter?

BW: Man könnte es arrogant interpretieren. Aber wir bauen ja sehr viele normale Sachen. Die bauen wir gerne, aber man spricht nicht darüber. Wenn wir jetzt eine Mauer bauen, dann spricht man nicht darüber. Wir müssen ja auch irgendwie ins Gespräch kommen. Da haben wir gesagt: «Okay, wenn wir das eigene Geld verwenden, dann müssen wir etwas Kreatives machen.» Jetzt sind wir beispielsweise daran, ein Strohhaus zu bauen, mit Betonlementen drin. Das ist es auch wieder. Wir müssen als kleine Firma innovativ sein, um ins Gespräch zu kommen. Ich denke, das ist das Künstlerische für mich.

GA: Das heisst, die Produktionslogik ist eine andere als bei den normalen Sachen? Dort ist es eigentlich mehr eine Geldlogik, es geht um Gewinn.

BW: Die braucht es aber daneben. Wir müssen immer Platz haben für solche Sachen. Gerade in der Bauwirtschaft hat man viel Volumen, aber man verdient wenig. Das wissen viele Leute nicht. Da gibt es immer mehr Baufirmen, die unter ihren Selbstkosten produzieren. Und warum? Weil alle ein Produkt haben, das sich nicht differenziert. Ich war an einem Vortrag, und da hat ein Bauunternehmer gesagt, jeder sollte ich jetzt mal fragen: «Wenn meine Firma morgen nicht mehr da ist, vermisst sie jemand?» Und jeder musste zu sich sagen: «Nein, es vermisst uns niemand.» Das ist einfach traurig. Eigentlich sollte man etwas machen, dass die Firma vermisst wird. Wenn wir selber bauen, arbeiten wir mit vielen Architekten. Wir wollen selber nicht Architekten sein, aber wir wollen Projektentwickler sein, wo wir uns Überlegungen machen können. Bauen ist eben mehr als nur eine Mauer. Man kann sich überlegen: Wer wohnt dort? Wie wohnt man? Das ist ein wichtiger Teil der Gesellschaft. Und das wird in unserer Branche viel zu wenig honoriert.

YM: Vielen Dank für das Gespräch.

Gespräch mit Markus Bösiger, Inhaber und Geschäftsführer von Bösiger Langenthal, Vorstandsmitglied des Kunstvereins Ob- und Nidertessin und Gönner des Kunsthauses Langenthal, 28.3.2012

Von Anfang an mit dem Kunsthaus

GA: Fangen wir mit dem an, was das Kunsthaus betrifft. Vielleicht erklären sie uns zuerst: Sie sind mit ihrer Firma Gönner des Kunsthauses, stimmt das? Und seit wann?

MB: Gönner, wir bezahlen tausend Franken im Jahr. Ja, das ist wohl Gönner. Die anderen sind Partner, die bezahlen fünftausend. Das Kunsthaus gibt es jetzt zwanzig Jahre. Am Anfang waren wir noch nicht Gönner, vielleicht seit zehn Jahren. Oder fünfzehn. Ich glaube es kommt jetzt gerade die dritte Fünfjahresphase.

GA: Sie sind eigentlich als Gönner länger da, als Mitarbeiter dieser Institution, ich meine zum Beispiel die Kuratorin. Fanni Fetzler ist inzwischen woanders. Jetzt ist Raffael Dörig Leiter. Wer war vor Fanni da? Und wie lange war sie da?

MB: Marianne Burki war sieben Jahre da und Fanni etwa fünf, nicht ganz so lange ...

GA: Das bedeutet, sie haben einen Überblick über das, was ich als System beschreibe, auch weil Sie im Vorstand sind. Wie oft gibt es Sitzungen?

MB: Es gibt vielleicht Jahr zehn Sitzungen im. Je nach Bedarf wird eine einberufen. Ich bin von Anfang an dabei, was möchten sie hören? (Lachen) ... Das ist vielleicht wegen Langenthal. Ich bin ein bisschen ein Langenthal-Fan. Wir haben hier kurze Wege, wir kennen uns, wir sind nicht gross. Also (Lachen) Langenthal hat 15'000 Einwohner, und wir kennen uns alle auch privat. Die Vorstandsmitglieder sind auch Freunde. Und ich bin ganz am Anfang dazu gekommen. Ich habe in Deutschland studiert, in Stuttgart, mit meiner Frau zusammen. Ich habe dort Innenarchitektur und Design studiert und wegen des Berufs und meiner Interessen natürlich auch viel mit Kunst zu tun gehabt. Mit Architektur, mit Design oder mit bildender Kunst. Wir haben Reisen gemacht. Stuttgart, Deutschland allgemein, hat tolle Museen. Wir haben damals die Schweiz ein bisschen von aussen gesehen. Als ich dann nach Hause kam, hatte ich den Auftrag, in einer Bank, die es jetzt nicht mehr gibt, die Innenarchitektur zu machen und einen kleinen Wettbewerb mit drei Künstlern durchzuführen: Max Hari, Hugo Mollet und Franz Wyss. Das waren lokale Künstler. Sie mussten für die Schalterhalle eine Arbeit machen. So habe ich Max Hari kennen gelernt. Er hatte sich schon mit zwei anderen zusammen getan: Peter Killer und Peter Geiser. Peter Killer war der grosse Kunstkenner damals – heute auch noch. Sie hatten eine Idee: «wir brauchen ein Kunsthaus», und fragten mich: «Machst Du auch mit?» – «Machen Sie auch mit», damals noch. Ich sagte: «Ja klar, das interessiert mich». Das war die Geburtsstunde. Dann haben wir noch andere Interessenten gefunden und zufälligerweise war das jetzige Kunsthaus, das damalige Gemeindehaus, das «Chouf Hüsi», gerade frei. Niemand wusste so richtig, was damit passieren soll, der Zeitpunkt war gerade optimal. Wir kamen mit einem Konzept: Wir machen ein Kunsthaus. Und Peter Killer hatte eine Bombenidee: «Wir machen eine Hodler-Ausstellung.» Grad als erstes, verrückt, oder? Peter Geiser hat das Sponsoring etwas geebnet, über die Bank Langenthal. Sie war Hauptsponsor. Peter Killer war der grosse Kurator und hat auch viele Leute gekannt. Und ich konnte auch ein bisschen mitmachen. Wir haben das Haus auf einfache Art renoviert, so dass man Kunst hängen konnte. Wir waren in Biel, um das Centre PasquArt anzuschauen. Und dann ging es irgendwie. Das war die Initialzündung.

Funktion vom Kunsthaus, von einst bis heute

GA: Wie verlief die Initialdiskussion, was das Kunsthaus sein könnte? Ihr wart alle Kunst-interessiert, aber wie entstand das

Konzept? Was stand etwa in dem Konzept?

MB: Wichtig war schon immer die zeitgenössische Kunst. Ein regionales Kunsthaus mit überregionaler Bedeutung, das war so die Idee. Am Anfang war die Führung des Kunsthauses nicht einfach. Wir mussten einen Vorstand bilden, ein Sekretariat haben, und es war schon damals sehr, sehr viel Freiwilligenarbeit. Ist ja klar. Es konnte niemandem etwas bezahlt werden. Was genau in diesen ersten Statuten stand, weiss ich nicht mehr. Aber eben, die gemeinsame Idee, einen Ort für zeitgenössische Kunst hier zu haben und nicht woanders, das war unsere Triebfeder. Es war auch mit dem Haus etwas verbunden. Ich fand es ein schönes Haus. Das ist bis heute einer der Erfolgsfaktoren. Es sagen viele Künstler, sie stellen gerne hier aus. Es hat etwas besonders, ist kein White Cube. Es hat irgendwie Herz und ist zudem mitten im Langenthal. Es kam dann noch die Beiz im Parterre. Das war auch so ein Glücksfall.

GA: «Wichtig, weil es Langenthal ist». Können Sie das erklären? Klar, Sie kommen aus Langenthal, nehme ich an. Gibt es vielleicht eine Art Wettbewerb mit grösseren Zentren, mit Aarau?

MB: Aarau war mir damals mir völlig unbekannt. Aarau ist Kantonshauptstadt, das sind andere Gefilde, andere Dimensionen. Unser Kunsthaus ist gewachsen mit Leuten, die dazu kamen, auch von der Idee her. Wir hatten, bis die Marianne Burki [als erste Kuratorin] kam, verschiedene Leute, die mitgeholfen haben. Die kamen und gingen auch wieder. Bis sich die Struktur etwas gefestigt hatte ... und ich muss noch etwas erzählen: Am Anfang hat die Stadt Langenthal eine Ausstellung in der alten Mühle gemacht. Damals gab es noch kein Kunsthaus. Die hiess Prima vista – Auf alle Fälle hat die Stadt Langenthal dort ihre Sammlung gezeigt. Das war auch Teil der Initialzündung, dass wir dachten: Wir möchten hier vermehrt etwas zeigen. Das Kunsthaus hat zwar keine Sammlung, bis heute ja nicht, sondern macht Wechselausstellungen.

GA: Weil die Stadt Langenthal Kunst sammelt?

MB: Die Stadt Langenthal hat eine Kunstsammlung. Sie ist allerdings in den öffentlichen Gebäuden verteilt, beispielsweise im Theater. Ich war auch eine Weile in der Kulturkommission. Die Kulturkommission ist für die Ankäufe zuständig und für die Platzierung.

GA: Seit wann unterstützt die Stadt das Kunsthaus? Wie ist die Verbindung zwischen öffentlicher Hand und dem Kunsthaus?

MB: Nachdem wir angefangen hatten, machten wir der Stadt Vorschläge. Wir wollten das Kunsthaus gerne weiter betreiben und die Stadt mit einbeziehen. Natürlich auch finanziell. Dann hat sich die Stadt für ein Provisorium entschieden. Jetzt kann ich nicht mehr ganz genau sagen, ob für zwei, drei oder fünf Jahre. Auf alle Fälle waren wir eine Weile im Provisorium, weil die Akzeptanz nicht überall gleich gut war. Es gab immer und es gibt auch heute noch Leute, die denken, in das Gebäude gehöre etwas anderes. Aber mittlerweile hat sich das etwas gelegt, weil der Erfolg da ist. Man spricht in Bezug auf Langenthal heute über Eishockey, aber auch über das Kunsthaus. Und wenn in der Neuen Zürcher Zeitung die Kunstaussstellungen besprochen werden, sind wir regelmässig dabei ... Also es war ein Provisorium, bis es dann – ich kann die Zeit nicht genau abschätzen – zum Definitivum wurde und dann einen jährlichen Beitrag erhielt. Das heisst, die Miete wird erlassen, das ist auch der Beitrag. Und heute gibt es die Kulturkonferenz. Das heisst, nicht nur die Stadt Langenthal, sondern alle umliegenden Gemeinden bezahlen an die Kulturinstitutionen in Langenthal. Es gibt einen Schlüssel, und das funktioniert offenbar ganz gut.

GA: Nach welchen Kriterien wird heute das Programm des Kunsthauses gestaltet und was ist dabei wichtig?

MB: Ich muss vielleicht dazu sagen, die Kuratoren haben relativ grosse Freiheiten, wie sie ihr Programm gestalten. Wir möchten einerseits das Lokale nicht ganz vernachlässigen. Wir sind halt

schon nicht nur international orientiert. Wir haben auch einen lokalen Auftrag, das empfinde ich so. Ich spreche vom Dorf, von der Stadt. Und andererseits eben auch die nationalen Tendenzen der zeitgenössischen Kunst und Künstler. Die sind ja nicht immer einfach zu vermitteln. Das hat einen Platz hier in Langenthal. Das finde ich persönlich wichtig, ich denke, alle, die mitmachen finden das. Es ist ganz wichtig, dass hier Kunst angeboten wird, weil Innovationen eben gerade bei Architektur, Design und auch im Maschinenbau, da ist ja wichtig, dass man da weiter denkt und da ist es wichtig, dass man sich für Kunst interessiert und konfrontiert. Manchmal gibt es natürlich Konfrontationen, das gehört wohl auch dazu. Nicht nur schöne Bilder.

Kunst und Kreativität

GA: Herr Witschi hat im Gespräch gesagt, dass er es sehr interessant findet, wenn eine Ausstellung nicht unbedingt alle glücklich macht.

MB: Das können Sie bei uns haben (Lachen). Ich empfinde mich jetzt nicht persönlich als Kunstsachverständigen, ich kann vieles nur aus dem Bauch raus beurteilen. Aber wenn ich dann den Motettenchor höre, den ich vorher gar nicht gekannt habe, finde ich es toll, dass man sich mit der Materie und mit dem Ort beschäftigt. Als Besucher des Kunsthhauses muss man offen sein. Viele lassen eben auch gar nichts zu und sagen: interessiert mich nicht.

GA: Die Begriffe Innovation und Kreativität sind wichtig im Bereich von Industrie oder Design, grosse Spezialgebiete in Langenthal. Was könnte die Kunst da noch zusätzlich bringen? Es gibt ja durch diese Firmen schon sehr viel Innovation und Kreativität in Langenthal.

MB: Sie bringt auf alle Fälle eine Offenheit. Die Möglichkeit, etwas anders anzusehen oder einen anderen Standpunkt aufzuzeigen. Man meint manchmal, man weiss wie es ist, aber das wird öfters durch die Kunst in Frage gestellt. Ich denke, das ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit des Kunsthhauses, der Kuratoren. Es hat sich jetzt so ergeben, dass die Kuratoren Langenthal ein bisschen als Sprungbrett benutzt haben, und das finde ich toll. Das finde ich gut. Wir sind ja nicht das Museum of Modern Art. Auch nicht das Kunsthhaus Aarau. Aarau kann mehr, hat ja mehr Mittel und Möglichkeiten und das finde ich schon auch eine Qualität.

Was bekommen Sie für Ihr Engagement ?

MB: Was bekommen sie für ihre Engagement? Wahrscheinlich kein Geld, sondern eher symbolisch, also was für eine Befriedigung?

MB: Ja, Befriedigung. Und man kennt dadurch auch Leute, vielleicht. Das finde ich ganz gut und wichtig, wenn man sich ein bisschen bewegt. Man kennt Leute, die die gleichen Interessen haben. Monetär bekommen wir nichts, aber wir gehen einmal im Jahr essen, ein sehr gutes Weihnachtsessen im à la carte.

GA: Und ist es ein bisschen prestigeträchtig, in so einem Dorf, einer kleinen Stadt wie Langenthal? Also, wenn man sagt: «ich bin Mitglied vom Vorstand», kann man damit Eindruck machen?

MB: Das glaube ich nicht. Die müssten sie mir zeigen (Lachen). Nein, es macht einfach Freude, muss ich sagen.

GA: Es gibt eine lange Tradition, dass sich Geschäftsleute oder Unternehmer für Kunst engagieren, seit der Renaissance ...

MB: Es ist auch unsere Aufgabe im Vorstand, Gleichgesinnte zu suchen, die bereit sind mitzuhelfen. Wir brauchen Geld. Das ist ja klar. Und da hat jeder so seine Leute, die er kennt, bei denen er denkt, dass sie sich begeistern lassen. Das Problem ist, grössere Firmen wie Ammann werden dreimal pro Woche angefragt, oder sie haben eine feste Sponsoringtätigkeit zum Beispiel im Sport oder andere kulturelle Sachen. Es ist auch eine Aufgabe des Vor-

stands, mitzuhelfen, den Motor am laufen zu halten. Auch jüngere Leute reinzuholen. Das ist fast das schwierigste, weil das Reservoir nicht so riesengross ist.

GA: Ist es nicht auch ein Weg, Geschäfte zu machen? Also wenn sie Herrn Baumann oder Herrn Trösch im Vorstand zu einer Kunsthaustragung treffen – das sind ja auch ihre Kollegen, Konkurrenten, ich weiss es nicht genau –, kann es da passieren, dass eine Kunstdiskussion zu einer Businessdiskussion wird?

MB: Das kann man nicht ausschliessen, aber ich empfinde es im Moment nicht so. Sicher nicht. Weil jene, die mitmachen, kennen sich privat und kennen sich natürlich teilweise auch geschäftlich. Natürlich, wir arbeiten mit Baumann zusammen und auch mit anderen. Aber es ist jetzt nicht so, dass sich daraus der grosse Businessseffekt ergibt.

GA: Ist es schwer neue Gönner aus der Privatwirtschaft zu finden?

MB: Wir arbeiten mit den Leuten, die wollen. Man hat auch andere angefragt, die haben dann gesagt: «Nein, ich hab schon zu viel zu tun». Wir müssen halt die Leute ansprechen, die sich ansprechen lassen. Das ist nicht so einfach, auch in Bezug auf die Besucher vom Haus.

Kunst und Öffentlichkeit?

GA: Seid ihr politisch alle ungefähr auf der gleichen Linie?

MB: Oh, da muss ich nachdenken es war eigentlich nie ein Thema, aber ich kann es nicht ausschliessen. Also von der PNOS ist niemand dabei (Schmunzeln).

GA: Bei welcher Partei sind Sie?

MB: FDP. Ich bin im Stadtrat. Wollen sie jetzt auch noch fragen weshalb? Ich habe einfach mal beschlossen, ich möchte mich für Langenthal einsetzen. Als Selbständiger muss man jeden Tag selbst Entscheide fällen, persönliche, und da ist das noch wichtig, etwas Allgemeines zu tun. Deshalb habe ich mich da engagiert. Wie gesagt, ich war in der Kulturkommission, das ist auch eine städtische Kommission. Dort hat es dann manchmal schon Interessen gegeben. Aber das finde ich auch legitim.

GA: Wie hat sich der Kunstbegriff in diesen zwanzig Jahren verschoben? Der Status von Kunst als Ort der Aufklärung oder auch des Treffpunkts einer bestimmten kulturellen Schicht? Herr Witschi meinte beispielsweise, er finde es wichtig, Kunst zu unterstützen, mehr als Sport, weil Sport schon genug unterstützt wird und Kunst auch etwas Geistiges bringt. Wie steht das in Verbindung mit der Schwierigkeit, eine jüngere Generation von Unternehmern und Leuten, die die Mittel haben, für Kunst zu interessieren? Haben sie eigene Erfahrung gemacht, wie sich das verändert hat? Wie würden sie das aus ihrer Sicht beschreiben?

MB: Ich kann dazu vielleicht schon einiges sagen, aber das ist nicht so schlüssig. Also, ich spreche von mir. Es ist vielleicht auch etwas Egoismus dabei. Ich finde es wichtig, dass es hier ein Kunsthhaus gibt, ich möchte es hier haben. Ich möchte mit meinen Freunden hingehen. Vielleicht kommt mein Interesse von meiner Herkunft, also durch mein Elternhaus – wir waren auch im Museum früher. Es ist wichtig, dass man da auch mal hin geht. Es gibt diese Museumsnacht in Bern, es gibt die Kulturnacht in Langenthal. Das finde ich ganz spannend, weil da auch einige Leute kommen, die sonst nicht kommen würden. Es gibt verschiedene Standorte, tolle Sachen zu sehen, zu machen, zu essen, zu trinken, ein entkrampfter Kunstbesuch eigentlich. Das kann ich nachvollziehen, ich bin ja auch Schreiner. Wir waren mit unseren Mitarbeitern auch schon im Kunsthhaus, und da ist der Zugang natürlich nicht ganz der selbe. Und ich gebe zu, wenn ich eine Ausstellung sehe, gehe ich manchmal auch einfach mal so durch und nehme sie zur Kenntnis, aber ich besuche dann eine Führung oder so. Und da wird mir einiges klarer von dem, was der Künstler oder die Künstlerin gemeint hat.

GA: Gibt es Situationen, in denen sie ein Kunstwerk in einer Ausstellung sehen, im Kunsthhaus oder woanders, dass sie persönlich anspricht, vielleicht gewisse Werte in Frage stellt? Die Kunst kritisiert ja viel, manchmal subtiler, manchmal ein bisschen provokativer, und es werden viele gesellschaftliche Themen angesprochen. Gibt es für Sie als Unternehmer vielleicht auf einer Metaebene Konflikte? Wie reagieren Sie da?

MB: Ja, diese Konflikte können durchaus entstehen, diese Fragestellungen können entstehen. Man möchte nicht gerade gelähmt werden. Es können auch Konflikte sein, die die Umwelt betreffen. Dazu gibt es im Moment in der Kunst sehr viele Aussagen oder Repräsentationen und sicher zu recht. Früher hat die Kunst die Demokratie gegen den Totalitarismus verteidigt. Das war ja auch eine Geschichte, Totalitarismus haben wir zum Glück nicht mehr.

GA: Nicht hier.

MB: Ja klar, ich spreche jetzt auch von hier, aber zum Beispiel diese Minarett-Diskussion, das ist ja eine sehr aktuelle Geschichte. Da wurden wir schon auch angegriffen: Das ist alles Quatsch, was ihr da macht, gebt doch das Geld für was anderes aus. Deshalb finde ich es auch toll, dass die Stadt dazu steht. Ich glaube, man wird durchaus auch mal verunsichert. Das gehört wahrscheinlich dazu, aber man bemüht sich dann schon, dass es nicht existentiell wird, ist ja klar.

Ihre Firma und die Welt

GA: Noch ein paar Fragen zu ihrer Firma. Sie verkaufen und produzieren Möbel. In welchem Raum befinden sich die Mehrheit Ihrer Kunden?

MB: Wir arbeiten eigentlich überregional. Unsere Kunden sind Privatkunden, die auch aus Burgdorf oder Solothurn sein können, aus dem Luzerner Bereich, aber natürlich, die meisten sind schon aus dem Grossraum Oberaargau. Wir arbeiten nur in der Schweiz. Wir importieren Sachen aus Deutschland, aus Dänemark, Kollektionen, Möbel, aber wir verkaufen sie nur in der Schweiz. Wir sind ein Kleinunternehmen, ein Familienbetrieb und eine Einzelfirma, das ist auch so etwas, was es fast nicht mehr gibt. Heute sind alle eine AG oder eine GmbH. Einzelfirma heisst, dass ich einfach selbst verantwortlich bin für alles. Also keine Aktiengesellschaft.

GA: Wir haben andere Gönner gefragt, die global aktiv sind: «Wo, in welchen Ländern machen Sie den grössten Gewinn?» Sogar wenn man selbst nicht international tätig ist, ist man trotzdem verbunden. Wie empfinden sie dieses vernetzt sein, Teil einer globalen Wirtschaft zu sein?

MB: Im Moment ist das grosse Fragezeichen der Euro. Der Euro und der übers Internet informierte Kunde. Man weiss zum Beispiel ein Produkt XY kostet im Euroland soviel, dasselbe Produkt kostet hier in der Schweiz mehr. Warum? Wegen dem Franken. Das ist unsere, wie soll ich sagen, nicht gerade tägliche, aber unsere Konfrontation mit dem Ausland, mit dem Euroraum. Das ist der Preis des Alleingangs der Schweiz. Unsere Produkte sind teurer. Wegen den Löhnen, wegen den Importkosten und vielem mehr. Es gibt verschiedene Gründe. Heute hat gerade die Migros ihre Zahlen bekannt gegeben: weniger Umsatz. Die Leute gehen nach Deutschland einkaufen.

GA: Sie plädieren für eine Art patriotische Konsumkultur.

MB: Patriotisch ist vielleicht falsch ausgedrückt, aber ich frage, wenn ich dazu komme: «Wo verdienen Sie ihr Geld?» Jeder ist ja auch Lohnempfänger irgendwo, und der muss seine Produkt auch verkaufen. Ich finde es schon wichtig, dass man auch dazu steht. Aber das hat auch seine Grenzen. Das ist klar. Ich bezahle auch nicht 30 % mehr, einfach nur weil ich in der Schweiz bin.

GA: Vielleicht wünschen sich auch Unternehmer eine Veränderung der Schweiz als wirtschaftlicher Standort. Das könnte auch dazu führen, sich selbst anders definieren zu müssen. Was ist Ihre

Meinung dazu?

MB: Ich vertrete eigentlich das Gewerbe. Es ist ja nicht Industrie. Wir sind ein Gewerbe, die Holzverarbeitende Industrie, die Schreiner. Es gibt ganz viele kleine und mittlere Schreinereien, wie es auch andere Geschäfte gibt: Spengler, Schlosser. Das Gewerbe, ich weiss jetzt die Zahlen nicht exakt, ist immer noch der grösste Arbeitgeber in der Schweiz. Das darf man einfach nicht vergessen. Der Mittelstand. Das ist für mich schon auch sehr wichtig. Unabhängig von der Kunst. Ich finde das trägt unsere Gesellschaft. Das ist mir schon sehr wichtig.

GA: Es wird auch immer schwieriger, das zu verteidigen.

MB: Ganz genau. So ist es.

GA: Weil die Diskrepanz schon in der Schweiz da ist, schon jetzt hat sich das Gewicht von der Industrie zur Finanzwelt verschoben. Und die Politik, sagen wir mal die Bundespolitik, hat sich ebenfalls verschoben, eher zur Finanzwelt hin und weg vom dem Gewerbe.

MB: Dies ist auch ein Grund, sich politisch zu engagieren, dass das nicht ganz verloren geht. Dass nicht nur das Beamtentum und eben die Finanzwelt alles bestimmt. Und ja, das ist so die politische (Lachen) Geschichte. Und die Kunst zeigt da manchmal Parallelen und manchmal auch nicht.

GA: Dieses Treffen ist interessant, fast ein Art kleines Experiment. Ein Gewerbeleiter und ein Künstler treffen sich. Was können wir gemeinsam erreichen?

MB: Ich habe mich eigentlich immer auch als pluralistische Person betrachtet. Ich habe, wie gesagt, in Deutschland studiert, Innenarchitektur. Das war damals nicht ganz üblich. Das hat mir aber ziemlich die Augen geöffnet und ein bisschen dafür geöffnet, was es noch alles gibt. Ich habe beispielsweise von Stuttgart aus die Renaissance kennen gelernt, in Florenz und so weiter. Es ist wichtig, dass man das erlebt und reist. Die Schweiz ist wunderschön, und es lohnt sich unbedingt hier zu sein, aber man muss raus. Ich weiss nicht, wann sie zum «Tell» kommen, aber ich habe den Abbruch des «Tell» von der Ferne ein bisschen mitgekriegt während des Studiums damals. Ich finde es nach wie vor sehr wichtig, dass man internationale Kontakte hat, dass man Leute kennt, die woanders arbeiten und leben. Das ist ganz wichtig.

Vergleich Künstler und Unternehmer

GA: Versuchen wir Künstler und Unternehmer zu vergleichen. Wie gesagt, es werden beide oft als innovativ und kreativ beschrieben. Das sind Eigenschaften, die verlangt werden. Nicolas Hayek hat gesagt: «Ich bin auch ein Künstler». Die Frage ist dann vielleicht, was ist das für eine Definition des Künstlers. Immerhin haben sie trotzdem nicht den gleichen Status. Wie kann man die beiden Figuren betrachten?

MB: Gute Frage, Künstler und Unternehmer, also historisch gesehen haben ja die Unternehmer, sprich die Gesellschaft, die Künstler nicht unterhalten, aber sie haben die Künstler finanziert. Und heute ist das zum Teil immer noch so (Lachen). Wir hatten eine grosse Ausstellung von ... jetzt weiss ich nicht mehr, wie er hiess, mit einem grossen Sponsor - von Martin Zieglmüller im Kunsthhaus. Die wurde massgeblich von einem Hauptsponsor finanziert, inklusive Katalog. Muss man sagen wunderbar, das gibt es immer noch. Weil er daran glaubt, dass der gute Kunst macht. Ich kann jetzt da nur von mir reden. Ich habe nicht viele Künstler als Freunde, aber die, die ich habe, mit denen gibt es gute Diskussionen. Jeder hat natürlich seine Welt. Der Künstler muss auch verkaufen, er muss sogar sich selbst verkaufen. Was mir schwierig scheint: Wenn ich jetzt Künstler wäre, müsste ich mich immer auf Preise bewerben oder für Subventionen oder auf den Staat zugehen, um Geld zu kriegen. Das können wir nicht. Aber die Innovation brauchen wir auch, auch, um unsere Firma weiter bestehen zu lassen. Dazu braucht es innovative Ideen. Man geht doch immer

davon aus, dass der Künstler innovativ ist.

GA: Und von den Absichten her? Ich meine, man kann innovativ und kreativ mit unterschiedlichen Intentionen sein. Im Geschäft ist das Ziel, erfolgreich zu sein. Erfolg in der Kunst wird nicht nach der gleichen Logik definiert.

MB: Klar, es hat eine andere Logik, und wenn man natürlich ein Geschäft von null auf aufbaut, ist es etwas anderes, als wenn man es weiter führt. Ich habe da eine gewisse Verantwortung meinen Mitarbeitern gegenüber, dass sie Ende Monat wirklich ihren Lohn kriegen. Dass es weiter geht, dass es funktioniert. Und dass man da etwas mehr hat, damit man wieder etwas investieren kann. Es besteht im Moment eine seltsame Haltung, ich spreche jetzt vom Unternehmertum, vom Gewerbe. Da hat man manchmal das Gefühl, es sei schon unanständig, etwas zu verdienen. Heute möchte man es immer billig mit Rabatt haben. Das ist so eine Haltung, jetzt bin ich wieder nicht bei den Künstlern, aber trotzdem, man möchte ja etwas verdienen, damit man es wieder investieren kann. Vielleicht ein Bild kaufen, wer weiss. Oder eine neue Maschine kaufen, so etwas. Es gibt natürlich eine Balance. Es ist schon nicht alles Ziel und Zweck, sondern auch für den Geist, man fühlt sich auch angesprochen und wohl. Ich kann nicht ohne Bilder leben. Das ist für mich essentiell. Die Bilder sind für mich auch wichtig.

Sehen Sie sich als Sieger?

GA: Haben Sie das Gefühl ein Sieger zu sein oder würden Sie sich als Sieger beschreiben?

MB: (Lachen) Das ist eine gute Frage. Nein, würde ich nicht, definitiv nicht.

GA: Obwohl, ich meine, Ihr Geschäft hat sich stets weiter entwickelt ...

MB: Das ist eine gute Frage. Etwas zu tun, etwas zu erarbeiten, das ist wichtig und nicht etwas erreicht zu haben ... jetzt bin ich der Sieger. Es macht natürlich Spass, Erfolg haben, wenn etwas gut rauskommt, wenn jemand sagt, «das hast du gut gemacht». Die Aktion ist für mich wichtig, etwas zu tun.

GA: In der Kunst ist es manchmal nicht so selbstverständlich zu wissen, was man hat, was man geschafft hat. Ich meine jetzt nicht einfach etabliert oder finanziell erfolgreich sein, sondern auch, ob die Arbeit einen Sinn ergibt. Diese Idee, eine Art Wahrheit zu finden.

MB: Man ist aber doch immer auf dem Weg. Man ist unterwegs.

GA: Weil die Regeln weniger definiert sind. Ich meine, im Geschäft sind die Regeln ziemlich definiert.

MB: Ja, ja, das ist so. Da gibt es Zwänge, und es gibt Freiheiten. Und das im Gleichgewicht zu halten ... ich bin Innenarchitekt und ich zeichne auch gern oder entwerfe etwas, aber ich muss auch organisieren und managen. Kunden suchen und akquirieren. Das mache ich natürlich auch sehr gerne. Ich bin gerne mit Leuten zusammen und spreche mit ihnen über Gott und die Welt, manchmal auch über Kunst. Manchmal verbindet das. In diesem Sinn ist es nicht schlecht, dass man beides miteinander verbinden kann. Ich denke nicht, dass ich sagen kann: «Ich bin angekommen, und das ist dasjenige, das ich erreichen wollte, und das ist es jetzt.»

Gespräch mit Ulrich Andreas Ammann, ehemaliges Mitglied der Unternehmensführung der Ammann AG, Langenthal, 30.3.2012.

Ammann als Sponsor des Kunsthhaus

Gilles Aubry: Herr Ammann, welchen Status hat die Firma Ammann gegenüber dem Kunsthhaus Langenthal?

Ulrich Andreas Ammann: Sponsorenstatus, natürlich immer schon.

GA: Sie sind Sponsor, Sie sind also nicht anwesend, wenn interne Fragen diskutiert werden?

UAA: Wenn das Kunsthhaus intern etwas diskutiert oder einen Nachfolger bestimmt, dann geht uns das nichts an, ganz genau.

GA: Das heisst, Sie bekommen einmal im Jahr einen Bericht über die Aktivitäten des Kunsthhauses?

UAA: Natürlich. Der kommt dann jeweils zu mir. So weiss ich, was gegangen ist.

GA: Und wie beurteilen Sie im Allgemeinen, was im Kunsthhaus gemacht wird?

UAA: Ich finde gut, wie sie das machen, und es allen Leuten recht zu machen, ist ohnehin nicht möglich.

GA: Gab es Situationen, wo es Irritationen gab?

UAA: Nein.

GA: Oder wo etwas polemisch diskutiert wurde?

UAA: Nein. Es gibt Leute, die sagen, das Kunsthhaus sei allzu abgehoben, das normale Volk finde da keinen Zugang mehr, und es brauche Riesenerklärungen. Aber plötzlich merkt man, dass es Sinn macht, wenn man die Erklärungen dazu kriegt.

GA: Was ist ihre Meinung dazu. Finden Sie das problematisch?

UAA: Ich habe gar kein Problem damit, wenn jemand quer denkt, aber andere Leute vielleicht schon.

GA: Es gab auch eine Polemik wegen dem Minarett auf dem Dach des Kunsthhauses. War diese Provokation ein Problem für Ihre Firma?

UAA: Nein. Wir waren ja nicht dabei im Vorstand, und wenn sie finden, ein Minarett sei ein Thema, dann ist das ihr Entscheid. Ich weiss nicht einmal mehr, wie das genau gelaufen ist.

GA: Für Sie ist also die totale Autonomie der Institution wichtig.

UAA: Die ist auch nötig. Sie muss autonom sein.

GA: Kam es nie zu Spannungen zwischen den Sponsoren und dem Kunsthhaus?

UAA: Nein, die Spannung mit dem Minarett war mit der Stadt. Aber nicht mit Ammann oder anderen Sponsoren.

GA: Das heisst, es läuft alles rund?

UAA: Das habe ich nicht gesagt, aber es läuft nebenher, und man achtet sich gegenseitig und eben, ich schätze diese Arbeit. Was hier geleistet wird, ist nicht selbstverständlich.

Yves Mettler: Warum ist es Ihnen wichtig, sich für Kunst in Langenthal zu engagieren? Sie könnten auch eine eigene Kunststiftung betreuen oder im Kunstmuseum Bern dabei sein ...

UAA: Also ich hätte beinahe gesagt: Für die Autonome Republik Oberrargau ist das ganz entscheidend!

Alle: (Lachen)

UAA: Nein, ich finde es wichtig, dass man eine gewisse Eigenständigkeit hat. In Bern gibt es ja neben dem Kunstmuseum Bern noch das Kleezentrum und andere. Diese Rivalitäten gehen uns nichts an. Wenn sie viel Geld ausgeben wollen im Kleezentrum, dann sollen sie das, Sponsor hin oder her. Sie haben viel zu viel ausgegeben, wenn Sie mich fragen, aber ja ...

GA: Was bekommen Sie für ihr Engagement zurück, sei es direkt oder indirekt?

UAA: Das kann man eigentlich nicht quantifizieren.

GA: Aber vielleicht auf einer symbolischen Ebene: Bekommt Ihre Firma als Sponsor des Kunsthhauses mehr Prestige?

UAA: Für die Firma haben Sie gemeint – ja. Wenn die Firma den Schlittschuhklub sponsert, hat das vermutlich die grössere Wirkung gegen aussen, als wenn sie das Kunsthhaus sponsert. Sie wissen ja, der SCL ist gross herausgekommen als Meister.

GA: Ja, wir waren sogar an einem Match in Langenthal dabei.

UAA: Aha, das ist gut zu hören! (Lachen)

GA: Aber trotzdem engagiert sich die Firma als Sponsor des Kunsthhauses und nicht nur des SC Langenthal?

UAA: Sich für den Sport zu engagieren, macht sehr viel Sinn. Und Kunst macht aus meiner Sicht auch Sinn. Ich habe das immer vertreten und innerhalb der Firma keine andere Strömung gespürt. Das Engagement hat ja nie ein überbordendes Mass angenommen.

YM: Es gibt auch eine lange Tradition von Sammlern, von industriellen Sammlern wie Bührle, Holcim ...

UAA: Schmidheiny meinen Sie?

YM: Schmidheiny hatte auch eine grosse Kunstsammlung.

UAA: Ja, Kunstsammlungen haben wir aber nicht.

YM: Nein, aber die Verbindung zwischen Industrie und Kunst hat in der Schweiz eine lange Tradition.

UAA: Also, meine Grossmutter hat dieses Bild gekauft, das ist ein Anker ...

YM: Das sind zwei Ankerbilder?

UAA: Ja, sie sind im Privatbesitz meines Vaters, aber gekauft hat sie meine Grossmutter.

GA: Also, für Sie ist es gesellschaftlich relevanter, Partner einer öffentlichen Institution zu sein, als eine eigene Sammlung zu haben?

UAA: Richtig, auch wenn es ein paar wenige Bilder gibt.

YM: Ist das sogar eine gesellschaftliche Verantwortung?

UAA: Sicher, so gesehen ist das auch eine gesellschaftliche Verantwortung. Ein bisschen Kunst nebenbei und der Schlittschuhklub sind aber nicht so wichtig. Unsere grosse gesellschaftliche Verantwortung spüren wir aber für den Arbeitsplatz. Das ist der Schwerpunkt. Arbeit ist das wichtigste. Ganz klar.

Die Geschäftsentwicklung von Ammann in neuen Märkten

YM: Wir haben hier am Eingang des Ammann-Hauptgebäudes drei Flaggen gesehen, unter anderem eine turkmenische Fahne ...

UAA: Ah, das war die turkmenische? Ich habe mich eben gefragt, was das war. Ich war jetzt drei Tage weg. Also das war die turkmenische.

YM: Genau. Wir haben uns mit Herrn Brandenberger über das Erschliessen von neuen Märkten in Zentralasien durch Ammann unterhalten. Seit wann sind Sie in Zentralasien tätig?

UAA: Jetzt prüfen sie mich. (Belustigung) Das wissen Sie sicher schon von jemand anderem. Es geschieht immer Schritt für Schritt. Nach 1989 ist Russland gekommen, dann weitere Oststaaten. Die sind dann einfach Schritt für Schritt dazu gekommen.

GA: Dubai ist bestimmt auch ein wichtiger Markt geworden?

UAA: Im Nahen Osten sind wir schon länger tätig.

GA: Kann man diese Märkte miteinander vergleichen?

UAA: Nein, das sind die Ölländer.

GA: Das sind die Ölländer. In dem Sinne sind sie ...

UAA: Sie sind reich und die Russen sind anders reich.

GA: Die Russen sind auch reich. Sie haben auch Öl.

UAA: Sie sind anders reich.

YM: Und sind das Märkte, in denen man besonders viel gewinnen kann?

UAA: Vielleicht, das ist natürlich ein Markt, und da ist auch Konkurrenz.

GA: In welchen Ländern oder Regionen in der Welt machen Sie am meisten Gewinn? Wissen Sie das?

UAA: Das ist die falsche Frage. Uns geht es darum, dass der Service stimmt für den Kunden, und dann bleibt auch ein bisschen Gewinn. Sicher machen wir das nicht als Selbstzweck. Das ist eine Frage des Überlebens des Arbeitsplatzes Schweiz. Sonst kann hier nämlich auch niemand arbeiten.

YM: Genau, die Arbeitsplätze hier sind auch mit solchen Ländern verbunden.

UAA: Die zentralasiatischen Märkte sind momentan wichtig, ebenso Südamerika. Vor etwa 15 Jahren war es China. Das ist noch nicht zu Ende, hoffentlich nicht. Jetzt ist Indien das grosse Thema. Die Firma Ammann ist immer aktiv.

GA: Gibt es noch grosses Potenzial für Weiterentwicklung?

UAA: Natürlich schauen wir, wo Strassen gebaut werden müssen. Und wenn man Strassen im grösseren Umfang bauen muss, dann braucht es Maschinen, auch wenn heute noch zum Teil viel mit Handarbeit gemacht wird, wie Sie auf diesen Fotos aus Bangladesch sehen können.

GA: Was ist mit Afrika? Dort braucht es doch auch Strassen, aber die Firma Ammann ist nicht sehr präsent in Afrika.

UAA: Nicht sehr. Aber in Afrika – das ist meine persönliche Meinung – ist die Korruption einfach am schlimmsten, und das Geld kommt einfach nicht an, wo es ankommen sollte. Ausserdem, wenn ich nach Bangladesch komme, dann wollen alle arbeiten. Wenn ich in Afrika bin, finden sie das Wetter schön und leben in den Tag hinein. Aber arbeiten, was ist das?

YM: Sie wollen keine Arbeit, denken sie?

UAA: Das sind andere Einstellungen. Ganz anders.

YM: Aber die wollen auch nicht arm sein, bestimmt.

UAA: Nein, nein, aber es sind Welten.

GA: Sie sprachen von der Korruption in Afrika ...

UAA: Die Korruption ist der Grund, weshalb wir nicht nach Afrika gehen. Auch die Entwicklungshilfe kommt nicht richtig an, oder nur zu einem kleinen Teil.

YM: Also ist es für Sie ethisch nicht akzeptabel, dort zu arbeiten?

UAA: Ethisch, nun ja, es ist vor allem nicht effizient. Wir sind auch auf dem afrikanischen Kontinent, in Ägypten, aber das ist Mittlerer Osten, das ist nicht Afrika. Das darf man nicht in den selben Topf werfen wie Schwarzafrika. Südafrika ist wieder was anderes.

YM: Und die Chinesen sind sehr präsent in Afrika.

UAA: Jetzt kommen die Chinesen nach Afrika und reissen sich dort alles unter den Nagel. Vielleicht sollten wir den Chinesen mal Widerstand bieten, aber nicht die kleine Firma Ammann. Wir sind eine kleine Firma.

YM: Sind sie wirklich eine kleine Firma?

UAA: Ja, natürlich.

YM: Aber Sie haben schon einen wichtigen Marktanteil.

UAA: Caterpillar hat es in Afrika versucht, aber sie sind hundert oder tausend Mal grösser als wir. Das sind ganz andere Massstäbe. Wir sind eigentlich ein Konglomerat von drei mittleren Firmen. Die Asphaltanlagen sind die wichtigsten, dazu kommen die Walzen, Verdichtungsgeräte und dann noch der Schweizer Markt, wo wir Caterpillar-Händler sind. Aber das sind drei mittlere Firmen. Sie werden jetzt gemeinsam geführt. Das ist zwar eine komplexe Aufgabe, aber wir sind keine Grossfirma. Das wäre die grösste Fehlbeurteilung.

GA: Aber als Asphalthersteller ist Ammann ein grosser Player. Sie haben gerade elf Maschinen an Turkmenistan verkauft.

UAA: Das ist gut, aber es ist eine grosse Ausnahme, dass elf gleiche Maschinen miteinander gehen.

GA: Schön, oder?

UAA: Ja, ja, das ist schön, natürlich. Wegen den Wiederholungsfällen.

GA: Genau. Ab jetzt hat Amman das Monopol für Asphaltmischanlagen in Turkmenistan. Es ist ein grosses Ereignis für das Land. Es wurde gross gefeiert. Wie sind Ihre Beziehungen zu den Behörden? Das ist ja kein Day-to-Day-Business ...

UAA: Ich war nicht beteiligt und kenne diesen Fall deshalb nicht.

GA: Aber wie passiert es im Allgemeinen, in solchen Fällen?

UAA: Es ist natürlich wichtig, dass man den Draht zur Regierung findet, das ist klar, ganz klar.

GA: Also, man muss schon im Kontakt mit der Regierung sein?

UAA: Natürlich. Verkauf ist ein Beziehungsdelikt. Entschuldigung. Das ist ganz normal.

GA: Delikt ...

UAA: Ein Beziehungsdelikt, ja!

GA: Aber wie geht man mit autoritären Regierungen um?

UAA: Man muss sie um den Finger wickeln. Das ist klar.

GA: Gibt es klare Grenzen bei solchen Fällen? Momente, wo man sich sagt, das geht jetzt zu weit? Oder passt man sich einfach dieser Art von Kommunikation an?

UAA: Grenzen muss man überschreiten, damit man wirklich auf der anderen Seite ankommt. Das ist natürlich schon so.

GA: Sind beispielsweise Arbeitsbedingungen ein Gesprächsthema mit den Kunden? Was sind die Regeln?

UAA: Die Grenzen sind natürlich in der Ethik. Die Korruption, das ist dann die Grenze. Damit würden wir erpressbar. Und in diesem Sinne ist das nicht zulässig.

GA: Das heisst, Sie können bei diesem Spiel nicht mitmachen, also Korruption ...

UAA: Im Prinzip nicht, aber das kann bei kleinen Dingen anfangen. Wenn Sie zum Nachtessen eingeladen sind, ist das Korruption oder nicht?

GA: Es gibt in Zentralasien eine andere Beziehungskultur. Man muss sich kennen. Das ist sehr wichtig für das Vertrauen.

UAA: Ja, es sind effektiv andere Kulturen, und das muss man respektieren.

GA: Aber gibt es Fälle, wo man sagt: «Das ist zu viel, mit solchen Leuten möchte ich aus ethischen Gründen nicht zusammenarbeiten»?

UAA: Ja, die Ethik «bis hier hin und nicht weiter» gibt es schon.

GA: Können Sie uns einen Fall nennen, wo Sie sich entschieden haben, nicht mitzumachen?

UAA: Das kommt nie an die Öffentlichkeit, weil sonst der andere angeschwärzt wird.

GA: Okay, aber das kommt vor.

UAA: Ja, es kommt vor, dass man sagt: «Bis hierher und nicht weiter.» Natürlich, das muss man.

Geschäft vs. Kunst

GA: Als letztes Thema unseres Gespräches möchten wir einen Vergleich zwischen Unternehmer und Künstler versuchen beziehungsweise zwischen Industriefirmen und Kunstinstitutionen. Finden Sie, dass man einen solchen Vergleich machen kann?

UAA: Im Prinzip nicht. (Lachen)

GA: Kreativität und Innovation werden zum Beispiel von beiden Seiten verlangt.

UAA: Also Kreativität ist immer gefragt. Es gibt in der Firma keine Probleme, sondern nur Lösungen. Wir sind dafür da, Probleme zu lösen. Mit der Geschäftsführung. Wir haben diese Aufgabe.

GA: Und welche Funktion haben die Künstler?

UAA: Ja, was haben die für eine Aufgabe? Das hängt mit ihren eigenen Erwartung zusammen. Haben sie eine Mission? Wollen sie etwas rüberbringen? Oder macht das der Künstler nur für sich – und dann kommt es automatisch rüber? Es gibt alle Varianten.

GA: Wie kann man den Erfolg eines Projektes beurteilen? Im Markt ist es ziemlich klar, entweder verkauft sich ein neues Produkt oder nicht.

UAA: Ja, aber im Nachhinein ist Picasso erfolgreich, auch wenn es in den ersten Jahren anders war. Plötzlich ist etwas Trend, und alle wollen es, das ist Kunstbusiness.

GA: Das heisst, es ist relativ, dieser Geldwert.

UAA: Ja, das Renommee spielt eine Rolle. Wenn das da ist, gibt es plötzlich riesige Geldwerte. Und vielleicht ist der Künstler längst tot. Die modernen Künstler, die wissen gar nicht, ob sie wirklich als Künstler akzeptiert sind. Sie müssen oft unten durch. Das ist gar nicht so einfach.

GA: Akzeptanz ist wahrscheinlich ein Kriterium wie im Wahlkampf.

UAA: Wenn Sie den Luginbühl nehmen, der machte natürlich nicht nur seine Skulpturen, er hat auch gezeichnet, Tintenzeichnungen, Tuschzeichnungen und so weiter. Er hat den ganzen Tag gearbeitet, pickelhart. Und hat sich nicht viel darum geschert, ob das jetzt den Leuten gefällt oder nicht.

GA: In Verbindung mit der Frage des Erfolgs: Sehen Sie sich selbst als Sieger?

UAA: Ich mich als Sieger? Nein. Warum?

GA: Weil Sie Teil einer Machtstruktur sind, des Establishment ...

UAA: Also gut, es ist eine Leistung, dass ich dazu beigetragen habe, das Unternehmen jetzt in der fünften Generation zu führen. Die Firma wurde 1869 in Madiswil gegründet und ist 1896 hier nach Langenthal an die Eisenbahn umgezogen. Das waren die Meilensteine. Der eigentliche Unternehmer war mein Urgrossvater, der von Madiswil hier an den Bahnhof gekommen ist, an die Eisenbahnlinie. Dann hat man Landwirtschaftsmaschinen gebaut, Mühlen, Kraftwerke – Dinge, die 80 Jahre später nur noch die ABB macht. Man hat auch Schokoladenmaschinen hergestellt, wenn es nötig war.

GA: Das heisst, Sie haben Ihre Machtposition irgendwie geerbt?

UAA: Ja, man musste natürlich in einer Weltkriegssituation irgendwie überleben, zweimal! Da ist jeweils alles zusammengebrochen, und im 2. Weltkrieg haben wir Bagger gebaut, nur als Beispiel. Haben Sie den Bagger gesehen?

YM: Der grosse auf dem Kreisel?

UAA: Ja, er war vorher auf dem Kreisel, jetzt ist er bisschen weiter hinten. Das war das Produkt einer amerikanischen Firma, das man im Krieg nicht mehr gekriegt hat, dann haben wir es halt nachgebaut.

GA: Und was können wir gemeinsam erreichen? Kommt es oft vor, dass Sie die Künstler, die Sie unterstützen, persönlich treffen?

UAA: Nein, das kommt nicht oft vor.

GA: Und was ist daran besonders, wenn das passiert? Sind solche Treffen interessant für Sie?

UAA: Ja, natürlich. Nehmen sie das Beispiel Luginbühl. Die Familie Luginbühl hat immer gesagt, sie sei eine Firma: seine drei Söhne, die Tochter und seine Frau Ursi haben alle mitgearbeitet. Seine drei Söhne Basil, Ivan und Brutus, sie haben diesen Trax – «XART» – zusammengebaut: Basil war der Fachmann fürs Schweissen, Bernhard hat jeweils kontrolliert, ob alles gut ist und hat gesagt, was geändert werden muss.

GA: In diesem Fall war es eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

UAA: Bernhard Luginbühl hatte ein unglaubliches Gefühl, das war ein echter Künstler. Auch wenn er mit Tinguely zusammen gearbeitet hat. Wobei Tinguely und er, das sind ganz unterschiedliche Künstler.

GA: Aber was macht einen echten Künstler aus?

UAA: Eigentlich seine Kreativität.

GA: Eine Art geniale Inspiration, die plötzlich da ist?

UAA: Bei ihm ist es immer beides: geniale Grosszügigkeit und dann kleinliche Detailhandarbeit.

GA: Das Visionäre? Wie beim Nicolas-Hayek-Mythos? Er hatte die Vision einer Plastikuhr, die zu einer Erfolgsgeschichte wurde.

UAA: Ja, der Hayek war natürlich ganz der Unternehmer. Das ist eine ganz andere Ebene. Er hat in der Unternehmensberatung angefangen und war plötzlich der Uhrenchef.

GA: Plötzlich. (Lachen)

UAA: Ja! Er ist so reingewachsen. Vorher hat er Stahlwerke reorganisiert.

GA: Aber er hat sich als Künstler beschrieben.

UAA: Ja, das gehört vielleicht auch zu ihm.

GA: Welche Art von Künstler sind wir denn? Wir haben uns nur ein paar Mal getroffen, aber Sie haben wenigstens einen Eindruck davon bekommen, wie wir arbeiten.

UAA: Was Ihr für Künstler seid, davon habe ich keine Ahnung. Das Resultat habe ich noch nicht gesehen. Sie haben da ein technisches Instrument, dieses Mikrofon, und dann quälen Sie mich damit ...

GA: Für uns sind Gesprächssituationen und der Austausch mit Menschen ein wesentlicher Teil unserer künstlerischen Arbeit. Das ist keine Nebensache. Man könnte sagen, dass ein Teil unserer Arbeit daraus besteht, solche Situationen überhaupt zu ermöglichen.

UAA: So viel habe ich verstanden, dass das für Sie keine Nebensache ist.

GA: Im Vergleich zur klassischen Künstlerfigur, können Sie etwas damit anfangen?

UAA: Also, ich kann sehr viel mit den Plastiken von Bernhard Luginbühl anfangen, aber eben, da ist dann die Grosszügigkeit drin, zum Beispiel.

YM: Grosszügigkeit, ja, das ist wichtig.

GA: Wenn wir zum Beispiel ein Kunstwerk machen würden, das nur aus einer Reihe von Interviewtranskriptionen innerhalb einer Publikation bestünde, könnte man das Ihrer Meinung nach als Kunst betrachten?

UAA: In meinem Fall vielleicht schon. Es war für mich in diesem Sinne eine Chance, als ich altes Eisen selbst zusammenschweissen durfte – und dass es da einen Schwager gab, der die Hauptverantwortung für das Geschäft übernommen hat. Das ist schon richtig. Ich habe dann die anderen wichtigen Dinge auch gemacht, beispielsweise die ganze Pensionskasse. Das habe ich von meiner Vater übernommen. Und dann habe ich eben den Schwager entlastet, während er geschaut hat, dass die Asphaltanlage nach Dubai kommt und weiss nicht wo sonst noch hin.

GA: Waren sie schon in Dubai?

UAA: Ja, am Flughafen. Nicht geschäftlich. Ich habe mich seinerzeit ziemlich viel für den französischen Markt engagiert. Ich habe dort eine «Drummix»-Anlage gebaut, zusammen mit einem Ingenieur. Das war mein technischer Fokus, der dazugekommen ist. Das war wichtiger als der künstlerische, muss ich Ihnen sagen. Es ist zum Beispiel ganz wichtig, die Sand- und Gesteinsmischung

in Indien, in Bangladesch, wo auch immer, in einer Qualität zu bekommen, aus der dann wirklich auch eine gute Strasse wird.

GA: In manchen Fällen, haben wir erfahren, sollen die Strassen nicht zu gut gebaut werden, damit sie öfters repariert werden müssen, zweimal im Jahr, so dass manche Leute davon finanziell profitieren können ...

UAA: Das ist falsch, zweimal im Jahr, dann ist es keine Asphaltstrasse. Wenn Sie sagen, zweimal in zwanzig Jahren, dann ist das okay.

GA: Aber es passiert in Kasachstan, weil dadurch mehr Arbeitsplätze entstehen, und es gleichzeitig einem Bürgermeister ermöglicht, nebenbei etwas extra Schmiergeld zu bekommen.

UAA: Ja, aber das ist dann das Problem von Kasachstan und nicht von Ammann. Dann muss Ammann sagen: «Wir bauen eine bessere Strasse.» Sie können jetzt die Strassenbauten in Bangladesch anschauen. Das kann man in Handarbeit machen und natürlich leben dann zehn oder hundert Leute davon, während vielleicht nur einer eine Amman Asphaltanlage bedienen müsste. Dieses Spannungsfeld gibt es natürlich.

GA: Würden Sie in diesem Fall vielleicht zweimal überlegen, bevor sie eine Amman Asphaltmaschine an Bangladesch verkaufen?

UAA: Also, die erste ist jetzt verkauft.

GA: Ah, es ist zu spät. (Lachen) Aber was wird aus dieser schönen, primitiven Balance?

UAA: Sie machen ja auch Entwicklungskonzepte und planen die Strassen, weil sie gebraucht werden. Die Strassen, die gebaut sind, zum Beispiel in Bangladesch, sind immer schon platschvoll. Die kann man gar nicht mehr reparieren, so voll sind sie. Da muss man ohnehin eine bessere Qualität herstellen. Aber man kann nicht einfach die Technik, die jetzt für uns in der Schweiz richtig ist, auf Bangladesch oder Indien übertragen. Denn es ist ganz wichtig, dass diese hundert Leute arbeiten können und ihren Tagesverdienst haben.

GA: Aber Sie haben gerade gesagt, dass Sie eine Maschine verkauft haben. Ist das nicht widersprüchlich?

UAA: Nein, das ist nicht widersprüchlich, weil es schrittweise geht. Das will ich sagen. Wie kommt diese Asphaltanlage zu ihrem Mineral, zu ihrem Gestein? Das ist praktisch von Hand aufbereitet!

GA: Es ist also eine Kombination von beidem.

UAA: Ja, die rollenden Steine werden dort von Hand eingesammelt. Korb auf dem Kopf, auf den Lastwagen und auf irgendeiner grossen Halde werden sie gebrochen und klassiert. Erst dann kommt die Asphaltmaschine.

GA: Und wer braucht diese neuen Strassen? Werden die einfachen Leuten auch davon profitieren?

UAA: Ja, natürlich. Der Ausgangspunkt ist ja, dass es eine Strasse wirklich braucht. Eine Strasse, die es nicht braucht, baut man auch nicht, sag ich jetzt mal. Diese Länder gehen vom Bedarf aus. Dann kommt die Frage, wie man mit mehr oder weniger Handarbeit zum Ziel kommt. Es geht nicht darum, möglichst alle Handarbeit zu eliminieren. Die Leute wollen leben.

GA: Was ist denn wichtig, um den Lebensstandard der Leuten zu erhöhen? Damit sie ...

UAA: Aber das ist nicht das Ziel.

GA: ... ein besseres Leben zu haben.

UAA: Das ist nicht das Ziel.

GA: Das ist nicht das Ziel?

UAA: Nein, das ist nicht das Ziel.

GA: ... dass die Leute ein besseres Leben haben?

UAA: Das ist nicht das Ziel!

GA: Was ist das Ziel?

UAA: Dass sie überhaupt leben, mit Freude am Leben, mit Würde!

GA: Freude am Leben ..., aber steht das nicht in Verbindung mit besseren Lebensbedingungen? Man müsste definieren, was ein besseres Leben ist.

UAA: Ja eben, das «besser» nimmt Bezug auf etwas anderes. Als Beispiel Bangladesch: Die Leute sind Selbstversorger. Sie nehmen sich einfach die Zeit, und wenn das Reisfeld so gross ist wie dieser Raum, dann wird dort Reis gepflanzt, dreimal im Jahr. Es ist völlig undenkbar, so etwas hier zu machen. Die Selbstversorgung ginge bei uns nie soweit, wie sie dort ist. Und weil dem so ist, sind sie wenigstens von der Nahrungsseite einigermaßen geschützt. Es gibt dort auch Hunger, aber nicht so wie in anderen Ländern. Denn die Leute, das ist das Erstaunlichste, arbeiten und sind fröhlich. Unglaublich. Sie müssen mal die Gesichter anschauen. Da staunen Sie, ich habe das noch nie gesehen. Es sind 180 Millionen. Sie müssen sich das mal vorstellen.

GA: Und sie sind arm.

UAA: Aber wenn Sie diese Leute sehen, wie die sich kleiden. Sie pflegen sich, die Frauen haben Schmuck. Verglichen mit uns sind sie arm, natürlich, aber weil sie zu essen haben, ist das Problem halb so gross wie an anderen Orten.

GA: Ich kenne die Situation in Bangladesch nicht, aber es gibt Länder, wo die Arbeiter fast wie Sklaven behandelt werden, zum Beispiel in Dubai. Das ist katastrophal.

UAA: Dort eben nicht. Der wichtigste Grund war, dass man vom indischen Kastensystem weg kam. Ich sage mal, die Hundekaste gibt es dort nicht mehr.

GA: In Dubai?

UAA: Nein in Bangladesch.

GA: Das ist ein anderes System.

UAA: Nein, sie haben das ganz bewusst abgeschafft, ganz bewusst. Und zwar, um sich gegen Indien abzugrenzen.

GA: Aber es gibt bestimmt auch grosse soziale Ungleichheiten ...

UAA: Viel weniger als in Indien, viel weniger schlimm. Natürlich gibt es die Schere auch, aber es gibt nicht diese Klasse, die wie Dreck behandelt wird. Es gibt wenig Kinderarbeit.

GA: Haben Sie auch Kontakt zu NGOs, beispielsweise aus der Entwicklungshilfe? Wie arbeitet man in so einem Kontext? Hat man nur mit der Strassenbaufirma zu tun?

UAA: Die Reise nach Bangladesch haben wir unternommen, weil die Tochter eines Ammann-Verwaltungsrats vor 15 Jahren dorthin geheiratet hat. Sie hatte ein Entwicklungsprojekt da – Mangrovenwälder und die Süsswasserdelphine – da hat sie gearbeitet.

GA: Durch ihr Engagement hat sie sich dort etablieren können?

UAA: Ja. Sie hat einen Bangladeschi geheiratet und hat die Sprache gelernt. Unglaublich. Das hat uns dann den Zugang geschaffen, den man sonst nicht bekommen würde. Es ist kein Tourismusland, da kommt man nicht einfach so hin – und das Geschäft für die erste Asphaltanlage ist ganz andere Wege gelaufen!

GA: Inwiefern bieten künstlerische Veranstaltungen auch die Möglichkeit, neue geschäftliche Kontakte zu herstellen? Bei solchen Gelegenheiten trifft man wahrscheinlich als Sponsor inoffiziell auf andere Kollegen ... Machen Sie manchmal Geschäfte an einer Vernissage?

UAA: Eigentlich nicht, nein. Aber man spricht natürlich. – So, jetzt müssen wir langsam zum Schluss kommen.

GA: Ja, eine Stunde ist um, eine Minute ... Das ist genau wie abgemacht. Vielen Dank Herr Ammann.

Gespräch mit Peter Geiser, ehemaliger Inhaber und Geschäftsführer von Geiser Holding, Mitgründer, ehemaliges Vorstandsmitglied des Kunstvereins Oberraargau und Gönner des Kunsthauses Langenthal, 3.4.2012

Die Anfänge des Kunsthauses

Gilles Aubry: Herr Geiser, wie stehen Sie in Verbindung mit dem Kunsthaus Langenthal und seinem Vorstand ?

Peter Geiser: Ich war der erste Präsident.

GA: Wie ist das Kunsthaus damals entstanden ?

PG: In der ersten Phase ging es nicht in erster Linie um Gönner oder Geld, sondern darum, die Idee des Kunsthauses zu verwirklichen. Da war dieses Verwaltungsgebäude, wo die Gemeindeverwaltung ihre Büros hatte. Als die in ein neues Gebäude umzog, wurde ein Ideenwettbewerb veranstaltet, was man mit dem leerwerdenen Haus machen könnte. Und wir waren drei Freunde, die zuvor im Chrämerhuus, dem kleinen Kulturzentrum, tätig waren. Ich war dort schon eine gewisse Zeit Präsident, zehn Jahre, bevor ich in den Kunstverein übergetreten bin. Ich sage immer, der Kunstverein ist so etwas wie die Seniorenliga vom Chrämerhuus. Als junge Leute waren wir revolutionär und im Chrämerhuus aktiv, mit viel alternativer Kunst, und zwar in alle Richtungen, von Theater, Musik über Malerei, und auch viel Kochen und Essen hat dazu gehört.

GA: Und Trinken.

PG: Trinken ganz bestimmt auch. Und da haben sich Max Hari, Peter Killer und ich zusammen gefunden. Ich kann mich an das Datum nicht mehr ganz genau erinnern, das war im Restaurant Stadthof, in einem kleinen Zimmer hinten. Da war die erste konspirative Sitzung, in der die Idee Kunsthaus geboren wurde. Denn man sagte, dieses Haus bietet sich an, mitten im Ort, mit einer schönen Architektur, mit guten Räumen, mit genügend Licht. Da war vor allem Peter Killer die treibende Kraft. Er war damals Konservator in Olten und er hat gesagt, für eine Kleinstadt, da braucht es ein Kunsthaus, und Langenthal wäre dafür prädestiniert.

GA: Das war vor zwanzig Jahren.

PG: Vor zwanzig Jahren wurde das Kunsthaus eröffnet. Das war also vermutlich etwa zwei Jahre zuvor. Dann hat man diese Idee auch auf den politischen Weg geschickt und hat gesagt, wir möchten einen Kunstverein gründen, der die Trägerschaft bildet, um ein Kunsthaus zu betreiben. Da gab es schon sehr bald einmal Opposition: Das sei eine elitäre Nutzung, es werde langweilig und niemand gehe hin. Ich unterlasse es jetzt mal, zu erwähnen, von welcher Partei diese Bewegungen vorallem kommen. Ich selbst habe politisch immer einen grossen Bogen spannen müssen. Ich war freisinnig, war Unternehmer. Auf der anderen Seite echt mit der Juso verankert, schon durch das Chrämerhuus. Aber ich hatte da keine Probleme damit, ich hatte das nie.

GA: Okay. Aber die anderen Mitbegründer waren eher aus der ...

PG: Absolut, die waren eher aus der Szene.

GA: Aus der Szene. Aber wahrscheinlich auch politisch involviert?

PG: Politisch sicher auch nicht gerade auf meiner Linie, auch wenn ich mich sicher am linken Lager der FDP bewege. Ich habe mich immer sehr für das liberale Gedankengut im wahren Sinne eingesetzt, aber das wird heute nicht mehr ganz in diesem Sinne gehandhabt und respektiert. Das hat sich sehr verändert. Auf Grund dieser politischen Reaktionen haben wir erstmal diesen Kunstverein gegründet, damit die Trägerschaft vorhanden ist. Da ist auch Markus Bösiger dazu gestossen und einige, die heute noch dabei sind. Nach der Gründung des Kunstvereins haben wir gewisse Aktivitäten unternommen, damit dieser Kunstverein

ein Gesicht bekommt. Wir haben zum Beispiel den Kunstzug von Klaus Littmann mit den Werken von Tinguely, von Jim Whiting, von Eva Aeppli nach Langenthal geholt. Luginbühl selbst hat am Abend gekocht, Kartoffeln. Das war einer der ersten Events. Dann ging es darum, die politischen Behörden davon zu überzeugen, dass ein Kunsthaus eine gute Sache ist. Auf einer Zugfahrt hatte ich Pascal Couchepin kennengelernt, der damals noch Stadtpräsident von Martigny war und Nationalrat. Ich habe ihn darauf angesprochen, dass Martigny ja mit der Fondation Giannada und anderen Museen bereits ein Aushängeschild in der Kunst hat. Ich habe ihn dann gefragt, wie sich das auf das Wirtschaftsleben einer Kleinstadt auswirkt. Martigny und Langenthal, ich kenne die Grössenverhältnisse nicht ganz genau, aber sie sind ja in etwa vergleichbar. Couchepin hat gesagt, für Martigny ist das ein grosser Gewinn, wir sind alle begeistert davon. Ich habe ihn sofort gefragt, ob er in Langenthal einen Vortrag zu den positiven wirtschaftlichen Auswirkungen einer Kulturinstitution in einer Kleinstadt halten könnte, und er hat gleich zugesagt. Ich habe zum Vortrag sämtliche Behördenmitglieder aller Parteien, aller Kommissionen eingeladen. KEIN Mensch ist gekommen. Aber nicht EIN Behördenmitglied. Es waren Leute vom Kunstverein da, es waren sonst Leute da, die interessiert waren am Thema. Von den Behörden aber niemand. Und es war nicht etwa eine Sitzung des Gemeinderates, sondern es war der totale Boykott. Am nächsten Tag habe ich Couchepins französisches Referat mühsam auf Deutsch übersetzt, jedem Behördenmitglied ein Exemplar gesandt und gesagt, dass sie etwas verpasst haben. Sie hätten Herr Couchepin hören sollen, ich schicke ihnen in der Beilage die Übersetzung seines Referats. So haben wir die politische Arbeit begonnen. Da wurde von der Behörde her mit einigem Goodwill, aber auch mit gewissen Bedenken - «und das kostet wieder Geld» - ein Versuchsbetrieb, auf Zusehen hin, bewilligt. Aber die Finanzierung war von Anfang an vorgegeben. Da hat es geheissen, die, die Kunst wollen, sollen auch dafür bezahlen. Oder zumindest bezahlen helfen. Deshalb ist dieses private Sponsoring immer ein wesentlicher Bestandteil des Betriebs des Kunsthauses geblieben, bis heute. Aufgrund auch des Bekanntheitsgrades und der sichtbaren Aktivität des Kunsthauses, hat sich der Anteil der öffentlichen Hand natürlich vergrössert mit der Zeit. Aber es ist immer noch ein beträchtlicher Anteil von privater Seite. Ich bin sehr froh darüber, dass meine Kollegen aus der Wirtschaft und aus der Industrie mitgeholfen haben, das zu tragen. Ich konnte natürlich hier auch etwas als Bindeglied wirken zwischen den beiden, zwischen dem Kunsthaus und der Wirtschaft. Da ich selbst seit den Siebzigern Unternehmer bin hier in Langenthal und eine alteingesessene Familienfirma geführt habe, war ich in diesem Kreis einigermaßen anerkannt und respektiert. Somit ist es zu dieser Trägerschaft gekommen. Peter Killer war natürlich ein sehr aktives Vorstandsmitglied und da kam es zu dieser ersten Ausstellung «Hodler und der Oberraargau», ein richtiges Feuerwerk, ein richtiger Startschuss. Mit 25 000 Besuchern war es die grösste Ausstellung, die das Kunsthaus bisher hatte. Die Idee ist etwas um dieses Bild herum entstanden. Das ist ein Bild von Langenthal, ein Bild von Hodler von Langenthal.

GA: Das hängt wirklich hier.

PG: Das hängt hier, ja. Und die Ausstellung war ein Riesenerfolg. Von diesem Moment an war der Weg etwas weniger steil. Ich sage nicht, es sei einfach geworden, aber er war etwas weniger steil und steinig, denn die Leute haben doch gesehen, es ist eine Attraktivität, die Leute kommen nicht nur von Langenthal, es kommen auch Leute von ausserhalb. Damit konnte der erste Goodwill für das Kunsthaus gewonnen werden.

Tradition des Kunstsammelns in der Familie Geiser

GA: Warum engagieren Sie sich jetzt für zeitgenössische Kunst? Hatten Sie als Junge schon Kontakte mit Kunst in Ihrer Familie?

PG: Ja. Mein Grossvater und mein Vater haben schon gesammelt. Dieses Bild hat mein Vater 1953 gekauft. Ich habe mich dann natürlich auch der Gegenwartskunst zugewendet, aber ich komme aus einer Familie, wo es schon eine Tradition des Kunstsam-

melns gab. Und mein Vater hat zeitweise – eigentlich zum Leidwesen meiner Mutter – bei jeder Gelegenheit sein Geld in Bilder investiert. Er konnte es nicht lassen, er war echt ein besessener Sammler. Das bin ich weniger. Ich bin kein Sammler. Ich sammle eigentlich nichts. Aber ich habe sehr viel Freude an Kunst, und ich kaufe regelmässig Kunst, aber nicht gezielt um zu sammeln, sondern weil es mir gefällt, und weil ich Spass daran habe. Aber der Besitz ist für mich sekundär. Das ist eigentlich wie mit allem: Der Erwerb ist lustbetont, und dann, wenn man es hat, ja, dann ist es schön zu haben. Aber ich bin nicht der Meinung, dass ich jetzt unbedingt sehr viel Kunst haben will, ich möchte einfach qualitativ von guter Kunst umgeben sein. Das ist das Ziel.

Rolle des Vorstands

GA: Wie würden Sie die Rolle des Vorstands im Kunsthaus beschreiben ?

PG: Der Vorstand ist natürlich mehrheitlich eine administrative Behörde, der den Gang der Geschäfte regelt, die Rechnungen, das Budget, die Aktivität ... Ich glaube der Vorstand kann schwer direkt in das Programmatische eines Hauses eingreifen. Das ist die Aufgabe des Konservators, des Chefs, des Direktors, der schaut, dass er seinem Mandat entsprechend das Haus führen kann.

GA: Und das lief getrennt.

PG: Ich nehme an, heute ist dies der Fall. Damals war es natürlich nicht so. Es war alles in einem: Programm, Budget, Emotionen, Politik. Die Sonneneruption war noch voll im Entstehen begriffen. Aber irgendwann geht das nicht mehr. Wie gesagt ist mein Kontakt zum Vorstand nur noch sehr eingeschränkt oder nur noch bescheiden, aber ich nehme an, dass sich die Gewalten ziemlich getrennt haben, dass der Vorstand sich heute im Wesentlichen auf das Administrative konzentriert. Sicher gibt es beim Programmatischen einen gewissen Einfluss im Jahresüberblick, aber nicht mehr im Detail Einfluss auf das Ausstellungsprogramm.

GA: Sie sind nicht mehr im Vorstand aber immer noch ein Gönner .

PG: Das bin ich.

GA: Sie bekommen einmal im Jahr einen Bericht, oder wie funktioniert das ?

PG: Ja, ich bekomme einmal im Jahr einen Einzahlungsschein. (Lachen) Ich werde gebeten, meinen Gönnerbeitrag zu leisten. Das tue ich natürlich, einerseits, weil es mit sehr guten Erinnerungen an eine prägende Zeit für mich verbunden ist, und andererseits aus Sympathie der Institution gegenüber, die in meinen Augen nach wie vor einen sehr guten Job macht und wichtig ist für unseren Ort.

Mäzenatentum und soziales Prestige

GA: Was bedeutet es in einer kleinen Stadt wie Langenthal, Sponsor eines Kunsthauses zu sein? Ist es mit einem gewissen Prestige oder einem Gefühl von Exklusivität verbunden? Hatte es einen Einfluss auf Ihr Geschäft?

PG: Ich bin in diesem Sinne nicht ein üblicher Sponsor. Ich habe mein Geld mit Kartoffeln und mit Pommes Frites verdient. Das ist nicht gerade ein Environment, in dem man mit Kunst oder mit Kunstaktivitäten sehr viel Prestige holen kann. Ich habe also wohl keine Geschäfte damit machen können.

Gut, ich habe auch Abende gemacht und Kunden oder Mitarbeiter eingeladen. Ich weiss nicht, ob die Freude gehabt haben dabei, aber das gehört so dazu. Ich glaube jedoch nicht, dass das geschäftlich oder persönliche in Sachen Prestige sehr viel zurück gebracht hat. Das habe ich aber auch nicht erwartet. Das war nie ein Handel oder ein Tauschgeschäft. Das war es nie.

GA: War es nicht ein Ort, wo man im Hintergrund ein bisschen Geschäfte machen konnte? Ich meine natürlich inoffiziell, aber man trifft sich auch unter Kollegen.

PG: Man ist mit Leuten, die an den selben Dingen Freude haben. Das bringt schon sehr viel. Der Kunstverein hat ja Reisen organisiert. Wir sind nach Frankreich zum Palais Idéal, waren in Berlin und Barcelona. Da haben wir die Gebäude von Mies van der Rohe gesehen. Das war eigentlich der Ausschlag, warum ich dieses Gebäude hier so gebaut habe. Der Pavillon von Barcelona war eigentlich das Leitmotiv für diese Art von Architektur. Denn das Haus in Barcelona wurde ursprünglich 1928 gebaut und hat heute immer noch seine Gültigkeit. Für mich ist das etwas Grossartiges. Dass das überhaupt möglich ist.

GA: Mies van der Rohes modernistische Architektur geht ganz bestimmt gut zusammen mit moderner Kunst. Diese Ästhetik verkörpert eine gewisse Ära, eine gewisse Denkweise, die Welt hat sich aber inzwischen verändert...

PG: Das ist ja eigentlich das Schönste, was man bekommen kann, dass man sich selbst darin verändert, dass man sich selbst darin bereichert. Wie gesagt, wenn es vom Geschäft abhängig wäre, dann hätte es mir vermutlich nicht so viel Spass gemacht. Ich spiele kein Golf und ich möchte auch nicht Golf spielen, auch wenn viele Leute sagen, die besten Geschäfte macht man auf dem Golfplatz. Erstens glaube ich nicht daran, und zweitens habe ich keinen Spass dabei. Ich möchte jetzt nicht sagen, die Kunst war mein Golfplatz, das war überhaupt nicht so. Aber ich habe sehr viel Spass dabei gehabt. Das meine ich ehrlich, das ist jetzt nicht eine Erklärung. Denn tatsächlich, wenn Sie fragen, was ich dafür bekommen habe. Persönlich war es eine prägende Phase in meinem Leben. Das habe ich schon im Chrämerhuus zuvor erlebt und dann im Kunstverein. Das hat mein Leben mitgestaltet und mitgeprägt, und ich glaube, das ist sehr viel wichtiger als Prestige oder eine Strasse, die nach mir benannt wird. Oder ein Brunnen oder was auch immer.

Motivationen für das Engagement in Langenthal

GA: Sie haben sich vor allem hier in Langenthal als Gönner engagiert. War es nie eine Überlegung, sich an anderen Orten im Kunstbereich zu engagieren ?

PG: Ich war damals beruflich ziemlich gebunden an diesen Ort. Ich bin zwar gereist, aber auch beruflich, und die Zeit war ziemlich eng. Jetzt habe ich sehr viel mehr Zeit und kann zwischen der Schweiz und London fast auswählen. In London – Engagement wäre zuviel gesagt, aber ich freue mich, dass ich Mitglied bin von der Tate Modern und dass ich Mitglied bin des Arts Club und dort auch in dieser Aura der Kunst leben kann, eigentlich. Aber ein Engagement im Sinne, dass ich mich operativ oder zumindest in einem Vorstand wieder engagieren würde, das hat sich nicht ergeben. Ich war fünfzehn Jahre in einer Stiftung, die auch Kunst fördert. Da habe ich noch einige Jahre zusammen mit Harald Szeemann in diesem Vorstand gearbeitet. Das war eine bereichernde Zeit. Jetzt ist Beat Wismer dabei, der in Aarau war und jetzt in Düsseldorf Direktor des Museum Kunstpalast ist. Da wurden doch einige Kunstprojekte von dieser Stiftung unterstützt, und das war für mich eine sehr interessante Tätigkeit. Ich bin dann leider auch aufgrund eines Konflikts aus diesem Stiftungsrat ausgetreten. Es ging um sehr viel Geld.

GA: Interessant, denn es ist auch eine Frage, die ich mir selbst als Künstler manchmal stelle: Woher kommt das Geld, das mir erlaubt, Kunst zu machen? Diese Frage steht in direkter Verbindung mit unserem Wunsch, im Rahmen unseres Projektes im Kunsthaus die Möglichkeit zu bekommen, Gönner des Kunsthauses selbst treffen zu dürfen. Das ist gar nicht so üblich, dass Künstler und Sponsoren sich treffen.

GA: Gab es Momente in ihrer Karriere, wo sie vielleicht aus ethischen Gründen ein Geschäft nicht abschliessen konnten oder entschieden haben, so weit kann ich nicht gehen? Wie reagiert man, wenn man sich in so einer problematischen Situation befindet?

PG: Ich war natürlich sehr in der Schweiz eingeschlossen. Die Produkte kommen zum grössten Teil aus der Schweiz und werden hier konsumiert. Also sind da die Wege schon relativ kurz, und wir kennen die Schweiz. Jeder kennt den anderen. Es spricht sich sehr rasch herum, wenn etwas nicht seinen korrekten Weg geht. Da kommt man schon gar nicht in die Versuchung, eigentlich, von der geraden Bahn abzuweichen. Also gut, es hat mich mal jemand vom Zoll im Wallis etwas gefragt, und zwar der Bruder von einem Zöllner. Wir haben damals Kartoffeln aus der Schweiz nach Italien exportiert. Der hat gesagt, sie könnten jeweils abends kommen, eine zweite Wand in die Eisenbahnwagen einbauen und ein paar tausend Packungen Zigaretten mit den Kartoffeln versenden. Wir könnten mehr Geld damit verdienen als mit den Kartoffeln, meinte er. Das glaube ich ohne weiteres, aber ich habe das Geschäft abgelehnt.

GA: Als Nebenprodukt?

PG: Ja, Nebenprodukte. Aber ansonsten bin ich eigentlich auch gar nicht in Versuchung gekommen ethisch. Man fragt ja auch immer, ob Gelder fliessen, um mit den Grossfirmen in Kontakt zu bleiben, damit die Einkäufer treu bleiben. So etwas ist heutzutage fast ausgeschlossen. Denn das Risiko ist so riesengross, dass der Mann auffliegt, und dann verliert man auch noch seinen Kunden. Da ist es besser, wenn man gar nicht erst damit anfängt. Ich bin diesbezüglich wie gesagt nie in Versuchung gekommen. Ich hätte auch nie das Gefühl gehabt, dass ich eine dauerhafte geschäftliche Beziehung auf irgendwelcher ethischer Basis aufbauen können. Da sind wir sehr erdverbunden. Sehr dem Boden nahe. Ich meine, das ist auch vielleicht die familiäre Tradition oder die Tradition der Firma, die wird jetzt dann bald 125 Jahre alt, und das gibt es nicht mehr so häufig, dass Firmen diese Zeit überleben. Es ist auch eine der letzten privaten Firmen in diesem Bereich. Das wird heute alles über genossenschaftliche Organisationen und ihre Tochterfirmen abgewickelt.

GA: Und zum Thema Löhne und Arbeitsbedingungen? Gab es für Sie als Grosshändler nie dunklere oder graue Zonen?

PG: Das ist etwas produkteabhängig. Natürlich, bei den Kartoffeln ist dies nicht so sehr Thema. Die Leute sind hier im Emmental und eben in dieser Gegend im Mittelland. Bei dem Obst, bei den Äpfeln, bei den Birnen, bei den Trauben, da sind jeweils ganze Bataillone von Portugiesen und Spaniern in die Schweiz gekommen und haben diese Erntearbeit gemacht. Anfänglich, muss ich sagen, unter relativ tristen Bedingungen. Aber die Leute sind jedes Jahr wieder gekommen, das deutet darauf hin, dass das irgendwie für sie doch stimmt. Dann habe ich erfreulicherweise festgestellt, wie diese grösseren Bauern plötzlich nicht mehr nur einen Brunnen hatten, die hatten drei Duschen für ihre Portugiesen. Die hatten nicht mehr Massenzimmer, sondern Einzelzimmer, wohl mit Kajütenbetten, zwei übereinander, aber der Komfort hat sich gesteigert. Ich habe eigentlich nie eine Situation erlebt, wo ich sage, dass ist menschenunwürdig, dass kann ich mit mir nicht vereinbaren. Das ist mir nie widerfahren.

Geschäft vs. Kunst

GA: Bisher haben wir über ihre berufliche Aktivität und den Anfang vom Kunsthaus gesprochen. Vielleicht können wir als Experiment einen Vergleich zwischen Industrie und Kunst versuchen, zwischen der Art von Firma wie der, die Sie jahrelang geleitet haben, und einer Institution wie dem Kunsthaus?

PG: Ich meine, eines war Broterwerb, ganz klar, da musste ich mein Leben damit verdienen. Das andere war Spass und Hobby.

Da gibt es deutliche Unterschiede auch in der Führung. Ich meine in das Kunsthaus habe ich persönlich jeweils etliche private Mittel investiert und tue das heute noch. Das ist also mehr eine passive Bilanz, wenn man das von der materiellen Seite her anschaut. Wäre ich Kunsthändler geworden, dann hätte das vermutlich anders ausgesehen. Wenn ich von Kunst, vom Handel mit Kunst leben müsste, da wird es sehr ähnlich wie mit den Kartoffeln, da sind die Unterschiede nicht mehr so gross. Ich kenne heute einige bedeutende Galeristen in der Schweiz und auch in England. Ich habe auch in England in letzter Zeit einige Werke gekauft. Und ich meine, dieser Handel, der kommt dann sehr in die ähnliche Region. Es ist eine Dienstleistung, es ist ein wissens- und informationsmässiger Vorsprung, den man den Kunden übermitteln kann und ihm sagen, Sie bekommen jetzt etwas Aussergewöhnliches. Bei Kartoffeln ist das schon etwas schwieriger, das klar zu sagen, Sie kaufen aussergewöhnlich gute Kartoffeln bei mir. Aber irgendwie muss man das auch in das Verkaufsgespräch einbauen. Da sind sicher Ähnlichkeiten, zwischen dem Betrieb eines Museums und einer Firma. Das Museum ist ja eine Organisation, die keinen Gewinn erwirtschaften muss. Sie sollte nicht allzuviel Geld verlieren, und sie sollte sich im Rahmen des Budgets bewegen, da gibt es vielleicht gewisse Ähnlichkeiten, aber für mich bleiben es zwei getrennte und zwei verschiedene Welten: Die eine muss dafür sorgen, dass die Leute zu essen haben und dass sie ihren Lohn bekommen, dass sie ihre Familie damit ernähren können. Die andere ist doch eine – das ist eigentlich das Schöne am Kunstmuseum – das ist, eine Freude zu vermitteln, die jetzt nicht gerade zu den elementaren physiologischen Bedürfnissen des Menschen gehören, sondern bereits etwas im gehobenen Bereich angesiedelt wird. Das wird von vielen Leuten nicht verstanden, deshalb wird immer über elitäre Kunst gesprochen, aber im Grunde genommen ist es ja eine Bereicherung, die sich etwas abhebt von elementaren Bedürfnissen.

GA: Den Erfolg einer Firma kann man gut evaluieren. Es gibt ein paar Kriterien, zum Beispiel ob es Gewinne gibt, ob sie sich entwickelt, ob sie einfach überleben kann. Aber bei einer Institution wie dem Kunsthaus, wie kann man den Erfolg evaluieren? Was sind die Kriterien dafür?

PG: Das ist eine sehr schwierige Frage, die Sie mir da stellen. Denn wenn man die Besucherzahlen als Massstab nennt, dann kann man sagen, da war Holder die beste Ausstellung, die das Kunsthaus je gemacht hat. Das stimmt bestimmt nicht. Das war eine gute Ausstellung, die hat einfach eine grosse Attraktivität gehabt und eine weite Ausstrahlung, und die Leute sind gekommen. Heute ist die Qualität bestimmt in vielen Fällen ebenso gut und der Besucherstrom, der ist kleiner. Was ich glaube, was überall wichtig ist, im Geschäft oder in der Kunst oder wo auch immer, ist eine Frage der Kommunikation. Hier habe ich immer das Gefühl, dass sich unsere Kunstinstitutionen noch etwas unter ihrem Wert verkaufen. Dass sie zum Teil bescheiden sind. Es wird unterschiedlich gehandhabt. Zeitweise war Langenthal gut präsent. Heute finde ich, ist es wieder etwas ruhiger geworden in den Medien. Die Kommunikation ist für mich ein Punkt, an dem ich jetzt, wenn ich noch aktiv im Kunsthaus arbeiten würde, noch aktiv arbeiten würde oder möchte.

GA: Wie kann man Künstler und Unternehmer vergleichen? Beiden sollen kreativ und innovativ sein, aber trotzdem unterscheiden sich diese Aktivitäten und natürlich auch ihre Entlohnung. Dazu kommen eventuell noch Momente, wo man als Künstler zweifelt, weil die Ziele manchmal unklar sind, die man erreichen sollte. Was sagen Sie dazu?

PG: Wobei die Konflikte, die inneren Konflikte, die sind überall. Der Künstler leidet, aber auch der Unternehmer, der leidet. Es schaut manchmal nicht so aus, denn man hat vielfach das Gefühl, der Unternehmer, zumindest materiell ist er sehr gut kompensiert, also belohnt. Aber ein Unternehmer, der nicht zweifelt, der ist kein guter Unternehmer. Die Überheblichkeit, die schadet allen. Das ist ein sehr schädliches Gefühl, wenn man sich erhoben oder überheblich fühlt.

GA: Vielen Dank, Herr Geiser.

Gespräch mit Philippe Baumann, Inhaber und Geschäftsführer der Firma Création Baumann in Langenthal, Vorstandsmitglied des Kunstvereins Oberaargau und Gönner des Kunsthauses Langenthal, 4.4.2012.

Funktion und Betrieb des Vorstands im Kunsthaus

Gilles Aubry: Herr Baumann, was ist genau Ihre Beziehung zum Kunsthaus Langenthal?

Philippe Baumann: Ich bin im Vorstand des Kunstvereins.

GA: Seit wann sind Sie dabei?

PB: Seit ungefähr zehn Jahren.

GA: Sitzen Sie dort als Privatperson, als Philippe Baumann, oder als Repräsentant Ihrer Firma?

PB: Nein, als Privatperson.

GA: Aber Ihre Firma ist auch Gönnerin des Kunsthauses?

PB: Ja genau.

GA: Es gibt also eigentlich zwei unterschiedliche Aspekte?

PB: Ja, der Unternehmer bleibt natürlich ein Mensch und wenn er etwas macht, dann macht er das immer als Privatperson und als Unternehmer. Insofern hat das natürlich schon ein Zusammenhang. Das ist klar. Aber wir wären ganz sicher auch Partnerin des Kunsthauses, wenn ich nicht im Vorstand wäre.

GA: Was ist die Funktion des Vorstands?

PB: Also der Vorstand hat wirklich die Oberaufsicht über das Kunsthaus, das heisst er begleitet im Prinzip den Kurator oder den Direktor des Kunsthauses in administrativen Fragen. Er unterstützt ihn auch in finanziellen Belangen, wie den Budgets für die Ausstellungen und für das ganze Jahr. Er ist auch Sparringpartner beim Programm, obschon der Kurator, der Leiter des Kunsthauses selbstverständlich grosse Freiheiten geniesst. Aber sagen wir, wenn es Themen gibt, bei denen sich Vorstandsmitglieder äussern können und wollen, geschieht auch ein Austausch. Und eben, der Vorstand unterstützt den Leiter insgesamt, wie beispielsweise für das Jubiläumsfest, das wir dieses Jahr feiern – zwanzig Jahre. Da machen wir im Herbst eine Veranstaltung, für die jetzt ein Ausschuss gebildet worden ist, und diese paar Leute aus dem Vorstand sind Sparringspartner, bringen Ideen ein, Gedanken, kritische Fragen und der Leiter arbeitet dann weiter. Und in dem Sinn ist es eine Unterstützung für den Leiter des Kunsthauses. So würde ich das grob beschreiben. Er ist aber auch sehr stark bei verschiedenen Veranstaltungen engagiert, bei Festen oder der Kulturnacht, da macht der Vorstand dann die Bar und bedient und ist einfach engagiert. Ja, es ist eine Art Hilfestellung im Prinzip.

GA: Gibt es bei den Diskussionen im Vorstand besonders polemische Themen? Wo gibt es Schwierigkeiten?

PB: Es ist leider traurig, aber es wird sehr viel über Geld gesprochen, weil wir ja immer auch Mittel brauchen. Kultur ist etwas sehr Wertvolles, wenn man das so sieht. Aber die Gesellschaft sieht es nicht nur so, und wir müssen für die Ausstellungen immer auch finanzielle Unterstützung suchen zusätzlich zum Etat, den wir schon haben. Und da wird eben auch immer darüber diskutiert: Können wir die Ausstellung so finanzieren? Haben wir genügend Mittel für das ganze Jahr? Können wir das noch machen, können wir hier etwas investieren? Das ist schon auch ein Teil der Aufgaben des Vorstandes, da mitzuwirken und mitzuhelfen. Leider ist das so. Es wird leider weniger über Inhalte gesprochen. Dafür ist ja auch der Kurator zuständig.

GA: Im Internet habe ich gelesen, dass das Kunsthaus etwa zu einem Drittel durch Privatmittel und zwei Dritteln mit öffentli-

chen Geldern finanziert wird. Stimmt das?

PB: Ich glaube, es ist im Moment mehr privat finanziert. Am besten fragen Sie den Präsidenten.

GA: Was ist das jährliche Budget des Kunsthauses?

PB: Das ist circa eine halbe Million Schweizer Franken.

GA: Vielleicht können wir jetzt ein bisschen über Ihr Engagement sprechen. Was bedeutet es ihnen, Teil des Vorstands und also Partner des Kunsthauses zu sein?

PB: Ich finde es wichtig, dass Kultur existiert und gelebt wird. Das ist meine persönliche Motivation, da mitzumachen. Dass ich einen Beitrag leisten kann, dass Kultur gelebt wird mit dem Kunsthaus in Langenthal, das Themen aus der Region aufnimmt und das eben auch eine Ausstrahlung über Langenthal hinaus hat. Und das auch in unserer Region. Wir liegen ein bisschen zwischen grossen Zentren. Wir sind zwischen Bern, Basel, Luzern und Zürich, wo es sehr wichtige Institutionen gibt. Aber wir haben im Mittelland, wo viele Menschen leben, eine gewisse Grösse und auch diese Menschen sind an Kunst interessiert. Diese Idee finde ich unterstützenswert. Deshalb engagiere ich mich persönlich.

GA: Das heisst, das Kunsthaus verbessert sozusagen das Image von Langenthal nach aussen?

PB: Gut, das ist ein positiver Nebeneffekt des Kunsthauses. Aber es geht auch darum, dass in Langenthal Kultur angeboten wird.

GA: Was ist bei der Kunstproduktion besonders wichtig, damit es für die Bevölkerung oder für das Image Langenthals eine Bereicherung ist?

PB: Über solche Fragen könnte man sehr lange sprechen, aber ich denke, wenn sie anregt, nachzudenken, über gewisse Fragen, die man sich vielleicht nicht jeden Tag stellt, und die den Horizont erweitern. Ich denke, es ist gut für den Menschen, sich manchmal nicht nur mit seinem Alltag auseinanderzusetzen, damit, was ihn gerade momentan beschäftigt, sondern sich auch für andere Fragen zu öffnen. Das bringt ihn insgesamt als Menschen weiter, weil er sonst auch offener wird, toleranter und vielleicht kreativer, und das hilft ihm sicher im Leben insgesamt. Ich denke, das ist der grosse Wert von Kultur, dass sie einen positiven Effekt auf den Menschen hat, der sich mit ihr auseinandersetzt.

GA: Eine Art kritische Funktion?

PB: Ja, eine Hinterfragung von dem, was die Gesellschaft macht. Ein Aufstellen von Fragen, welche die Menschen beschäftigen, eine Öffnung, ein Relativieren von gewissen Themen und so weiter und so weiter. Das, was eben Kunst und Kultur bewirkt. Zudem kann es auch ein Genuss sein, es kann auch schön sein, was man sieht.

GA: In einem Artikel kann ein Journalist auch kritisch sein. Die Kunst kann es manchmal auch, vielleicht sogar einen Schritt weiter, sie kann provokativ sein. Gab es im Vorstand Fälle, wo künstlerische Positionen zu Polemik geführt haben?

PB: Ja, es gab schon ein paar Fälle, die wir auch im Vorstand diskutiert haben. Das ist ganz klar. Also ich erinnere an das Minarett auf dem Kunsthaus. Das hat natürlich auch die Stadt provoziert, weil in Langenthal – das haben Sie sicher schon mitbekommen – ein Minarett-Baugesuch hängig war. Das wurde sehr lange in Langenthal in der Gemeinde thematisiert, und da hatte die Kuratorin die Idee, ein Minarett auf das Kunsthaus zu bauen. Das wurde natürlich als Provokation wahrgenommen, und das hat im Vorstand auch Diskussionen ausgelöst: Dürfen wir einen unserer finanziellen Partner so provozieren? Aber da hatte der Vorstand eine sehr klare Haltung. Wir haben die Pflicht, auch zu provozieren und ein bisschen weiter zu denken und zum Nachdenken anzuregen. Wir haben letztlich die damalige Kuratorin,

Fanni Fetzter, unterstützt und gesagt: «Nein, das ist richtig. Wir müssen als Kunsthaus unabhängig sein und bei gewissen Themen den Finger draufhalten, wo es vielleicht auch ein bisschen schmerzt, um die Gesellschaft weiter zu bringen.» Wenn Sie den Journalismus erwähnen, im Vergleich mit der Kunst: Es sind unterschiedliche Zugänge. Der Journalismus arbeitet mit Schrift, er muss auch kritisch und unabhängig sein, das Kunsthaus dagegen kann mit Kunst die Gesellschaft zum Nachdenken bewegen. Es gab einmal eine Ausstellung – ich weiss den Namen nicht mehr: Ein Künstler hat nur Farbflächen gemalt, das hat die Besucher provoziert, auch darüber nachzudenken, was überhaupt Kunst ist. Da hat es auch viele gegeben die haben gesagt: «Das ist doch eine Provokation, das kann doch nicht Kunst sein.» Das ist genau das, was ein Kunsthaus eben machen muss und ausmacht, eine gewisse Narrenfreiheit.

Engagement für Kunst

GA: Hatten Sie schon früh in Ihrem Leben einen Kontakt zu Kunst?

PB: Ja, durch meine Eltern. Mein Vater ist ein sehr interessierter Sammler, auch von Kunst. Er hat in der Firma eine grössere Sammlung von unbekannten bis zu bekannten Künstlern, die er während seiner gesamten beruflichen Laufbahn kaufte. Auch zu Hause. Wir wurden als Kinder mitgenommen zu Ausstellungsbesuchen, und zu Hause hatten wir Bilder. Meine Eltern haben auch immer Künstler eingeladen. Und ja, es war einfach normal in einem Umfeld, das sich eher für solche Fragen interessiert.

GA: Kunst assoziiert man oft mit Prestige und Exklusivität. Empfinden Sie das auch so? Hilft das sogar für Ihr Business als Unternehmer?

PB: Das würde ich nicht sagen. Das ist im Kunsthaus nicht der Fall. Muss man ehrlich sein. Es gibt andere Kreise, in grösseren Städten, wo man im Jahr – was weiss ich – zwanzig bis dreissig tausend Franken bezahlt und so zu einem erlauchten Kreis von reichen Leuten gehört, wo das vielleicht eine Rolle spielt. Aber das spielt hier in diesem Zusammenhang in Langenthal keine Rolle, nicht für mich als Unternehmer, der ja vor allem im Export tätig ist, mit siebzig Prozent. So direkt würde ich das nicht sehen. Ausser, dass im Vorstand auch ein sehr guter Kunde von uns ist, Herr Bösiger, ich glaube mit dem haben Sie schon gesprochen.

GA: Ja genau.

PB: Das ist eher ein Zufall, würde ich sagen. Es besteht für mich auch überhaupt keine geschäftliche Motivation. Es ist meine persönliche Motivation. Ich finde es einfach wichtig, für mich, dass ich das Kunsthaus unterstützen kann. Weil es mich sehr interessiert, weil ich diese Welt spannend finde. Es zwingt mich eben auch, mich mehr mit solchen Fragen auseinanderzusetzen, und es bringt mich persönlich weiter. Wir sind im Bereich Textilien tätig und wir gestalten unsere Produkte. Das ist natürlich im kunstnahen Bereich. Unsere Textildesigner zeichnen von Hand. Sie beginnen auf Papier und setzen dann ihre Ideen um in Digital- oder Normaldruck oder in Geweben. Die Kunst hat für mich auch eine gewisse Nähe zu meiner Tätigkeit. Das ist auch mein Interesse. Aber dass ich jetzt dadurch ein wirtschaftliches Netzwerk hätte, das ist nicht der Fall.

GA: Sie engagieren sich nicht ausserhalb von Langenthal. Warum Langenthal und nicht Bern oder Basel?

PB: Weil ich Langenthaler bin, hier lebe und hier arbeite, und weil mich das mehr interessiert. Gerade auch die Art und Weise, wie wir das in Langenthal machen, ist einfach auch spannend. Ich denke, wir machen auf hohem Niveau Ausstellungen und machen das auf sehr pragmatische, gute, bodenständige Art. Wo man auch noch spürt, wie das gemacht wird. Wo man mitbekommt, wie das gemacht wird. Ich hätte wirklich keine Lust – und wir bekommen viele solche Anfragen – bei den Kunstfreunden

von XY mitzumachen. Weil ich das einfach hier optimal finde, dass man hier Kunst unterstützt. Ja.

Die Firma Création Baumann und Geschäftsethik

GA: Sie haben schon angefangen, über Ihre Firma zu sprechen. Was für Produkte stellen Sie her?

PB: Wir machen Textilien für Inneneinrichtungen. Alle Arten von Textilien, die man im Innenraum braucht, von transparenten Vorhängen, über Dekorationsstoffe, über Verdunklungsstoffe, über Möbelstoffe. Alle Stoffe, die man braucht für die Innenarchitektur, für die Innenraumgestaltung, machen wird. Wir machen auch Innenbeschattungssysteme, das heisst dort, wo man nicht nur Stoffe braucht, sondern ein System, wie Rollos, Flächenvorhänge, Vertikallamellen et cetera. Und wir haben auch Spezialitäten und Innovationen wie ein Hafttextil, Textil, das direkt auf Glas haftet. Im Prinzip geht es darum, Sichtschutz zu bieten, von aussen nach innen. Oder Lichtsteuerung, dass man nicht geblendet wird, oder Verdunkelung. Aber man kann auch die Raumakustik mit solchen Produkten verbessern. Das ist das, was wir machen. Wir produzieren den Grossteil unserer Produkte hier in der Schweiz und verkaufen sie über den hochwertigen Inneneinrichtungsfachhandel, das heisst über Geschäfte, die Möbel in der Schweiz verkaufen, und international über Tochtergesellschaften.

GA: Und Ihre Produkte werden hauptsächlich in der Schweiz produziert?

PB: Die Hälfte wird in der Schweiz in unserem eigenen Werk produziert. Der Rest wird in Europa eingekauft.

GA: Woher kommen die Rohstoffe, die für die Herstellung Ihrer Produkte nötig sind?

PB: Die Rohstoffe, die Garne, die Chemikalien, kommen grösstenteils aus Europa.

GA: Baumwolle?

PB: Ja klar, die Baumwolle kommt aus Pakistan oder aus Amerika. Aber wir kaufen nicht Fasern sondern Fäden ein. Wir kaufen Fäden ein und verarbeiten sie dann zu Geweben. Die Fasern kommen aber doch auch zum grössten Teil aus Europa. Wir verarbeiten grossenteils flammhemmendes Polyester. Baumwolle und Wolle kommen eben dort her, wo sie wachsen. Wolle stammt aus Neuseeland, mehrheitlich.

GA: Sie haben gesagt, Sie verkaufen bis siebzig Prozent ausserhalb der Schweiz. Wo befinden sich Ihre Kunden?

PB: Wir exportieren einen grossen Teil nach Europa, Deutschland, Schweden, Italien, Frankreich, Spanien, also alles europäische Länder. Dann ist Amerika ein grosser Markt und Japan. Man kann sagen in allen entwickelten Ländern, welche es sich leisten können, hochwertige Stoffe für Inneneinrichtungen zu kaufen.

GA: Darf ich fragen, in welchen Ländern die Firma in den letzten Jahren am meisten Umsatz gemacht hat?

PB: In der Schweiz und Deutschland machen wir am meisten Umsatz. Dann USA, dann Italien, und dann Japan. So in etwa ist die Reihenfolge.

GA: Und im Vergleich dazu, wo die Firma am meisten Gewinn macht? Ist das ähnlich oder gibt es da Unterschiede?

PB: Da gibt es Unterschiede. Je nach Markt ist es aufwendiger oder weniger aufwendig, Stoffe zu kaufen. Das schauen wir als Mischrechnung an.

GA: Sind Sie auch in so genannten neuen Märkten tätig, wie Zentralasien, Dubai, China, und so weiter?

PB: Wir sind in diesen Märkten tätig, sie sind jedoch heute noch nicht von sehr grosser Bedeutung für unsere Unternehmung. Weil wir eine sehr weit entwickelte Gesellschaft brauchen, in der alle Grundbedürfnisse befriedigt sind. Wir haben jetzt in China begonnen. Aber, erst wenn man ein schönes Auto hat, einen Fernseher, sonst schöne Möbel, kommen solche Produkte, wie wir sie machen, die auch eher reduziert und nicht so üppig in der Gestaltung sind. Sie kommen eher spät in der Bedürfniskette. Das heisst, unsere Märkte sind wirklich weit entwickelte Gesellschaften, wo auch das Interesse für gute Gestaltung da ist. Das sind für uns die besten Länder. Die Schweiz und Deutschland, sind für uns die interessantesten Länder. Da sind wir auch geschmacklich am besten, weil wir einfach auch nahe beim Geschmack der Endkunden sind. In dem Sinne gibt es keine ganz neue boomende Märkte. Die brauchen noch ein bisschen Zeit.

GA: Aber Luxus, Qualität und Kreativität sind auch sehr beliebt bei den neuen Reichen.

PB: Ja, aber die neuen Reichen, beispielsweise in Russland, die mögen es eher üppig, sie wollen sehen, dass es sehr teuer ist. Die Gestaltung ist dort sehr oft etwas dekorativer. Wir machen eher moderne, reduzierte Stoffe. Teilweise auch ein bisschen abstrakte, künstlerische Produkte. Wir haben einfach festgestellt, dass es etwas Zeit braucht, bis man ihren Wert erkennt. Die Prioritätenliste in diesen Ländern scheint uns nicht auf solche Produkte ausgerichtet.

GA: Viele Staaten der neuen Märkte gelten als autoritär, bieten der Bevölkerung nur eine begrenzte Meinungsfreiheit oder erlauben schlechte Arbeitsbedingungen. Wir fragen uns, wie man Geschäfte in solchen Kontexten machen kann, ohne selbst kompromittiert zu werden.

PB: Wir haben ein sehr unbedenkliches Produkt, das einfach nur die Lebensqualität der Menschen verbessern kann. Das ist von daher eher unproblematisch. Wenn ich auf die Liste der Märkte schaue, in denen wir tätig sind, dann gibt es praktisch keines, bei dem ich ein echtes Problem hätte. Ich verkaufe nicht in den Iran oder nach Libyen – gut, das ist heute auch anders. Wir haben keine so problematischen Märkte, und wir haben auch eine ganz klare Haltung, was rechtliche und moralische Standards anbelangt. Es gibt ein paar Dinge, die machen wir einfach nicht. Wir bestechen beispielsweise keine Architekten oder tun andere Dinge, mit denen man in solchen Ländern vielleicht in Konflikt geraten könnte. Und auch bei der Auswahl: Wir haben ja neun eigene Tochtergesellschaften. Bei diesen können wir selbst genau bestimmen, was wir machen, aber wir achten auch auf die Auswahl unserer Handelspartner in diesen Ländern. In Russland sind wir über eine Schweizer Firma, die seit dreissig Jahren in Finnland für uns tätig ist, und da wissen wir auch, sie ist seriös. Wir kennen alle unsere Partner auch persönlich. Das sind alles seriöse Menschen. Wir haben überhaupt keine Probleme in diesem Zusammenhang, weder vom Produkt her, noch von den Ländern, in denen wir mit unseren Produkten tätig sein können. Da gibt es überhaupt keinen Konflikt. Ich habe da wirklich nie ein Problem. Gut, in Dubai sind es natürlich sicher auch die reichen Einheimischen, die unsere Stoffe kaufen, aber ich masse mir kein moralisches Urteil an. Da sie korrekt einkaufen und alles korrekt abgewickelt wird, kann und darf ich auch nicht werten oder urteilen.

GA: Gab es keine Situationen, wo beispielsweise ein Geschäft aus ethischen Gründen nicht abgewickelt werden konnte?

PB: Das hatten wir wirklich nie. Ich wüsste nicht, welche moralische Frage tangiert worden wäre. Es gab bisher keine Situation, wo ich sagen musste, das liefern wir nicht aus moralischen Gründen. Solange wir den Auftrag korrekt über unsere Kanäle bekommen, ist es okay.

GA: Das sieht alles also ganz toll aus, in Ihrem Geschäft ...

PB: Ja, es kommt wirklich darauf an, was man für ein Produkt hat. Je nachdem ist es vielleicht schwieriger, weil auch mehr staatliche

Stellen involviert sind. Wir haben ja nie grosse Maschinen für die Infrastruktur verkauft. Dabei muss man in solchen Ländern sicher mehr aufpassen, weil Beamte involviert sind. Da gibt es bestimmte Wege, wie man zu solchen Aufträgen kommt. Wir verkaufen eher an Privatfirmen oder Privatpersonen, und wenn der Staat etwas kauft – sagen wir der russische Staat –, dann kauft er das für ein schönes Museum oder eine staatliche Institution. Und dann kauft er vielleicht ein paar hundert Meter ein für dreissig- bis fünfzigtausend Franken. Wir sind nicht in einer Dimension, in der es um sehr grosse Einzelaufträge geht, wo es kritisch wird. Und es sind vor allem private Firmen und Personen, die unsere Stoffe kaufen. Es ist ein positives Produkt. Man braucht ja schöne Stoffe im Innenraum und nicht, um Kriege zu führen. Das ist sicher ein Glück, dass man sich dabei nicht stark mit solchen Fragen auseinandersetzen muss.

Industrie vs. Kunst

GA: Kann man eine Institution wie das Kunsthaus mit einer industriellen Firma vergleichen? Was gibt es da für Unterschiede?

PB: Es sind beides Organisationen mit Menschen. Und ich betrachte das als System. Ein System ist verbunden mit einer Umwelt, mit einem grösseren System. Ein Kunsthaus und ein Unternehmen sind beide in einem Kontext von Stakeholdern, in diesem Sinne also vergleichbar. Es sind beides Organisationen. Der Zweck ist letztlich der Unterschied. Der Zweck einer Firma wie unserer ist letztlich auch ein wirtschaftlicher. Wir müssen Gewinn machen, um die Inhaber zufrieden zu stellen und zu investieren. Wir müssen die Kosten anschauen und so weiter. Der Zweck ist sicher ein Gewinn. Das ist der Unterschied zum Kunsthaus, das ja eine Non-Profit-Organisation ist. Es geht zwar auch um Geld, aber sicher nicht darum, einen Gewinn zu machen. Der Nutzen ist ein anderer, der Zweck, der da gestiftet wird. Beide Organisationen, ein Kunsthaus oder eine Unternehmung wollen ja langfristig überleben, müssen sehr gut verstehen, wie sich Ihre Umwelt verändert, was geschieht, und müssen sich mit verändern. Sie müssen eben kreativ und innovativ sein. So muss auch ein Kunsthaus sehr stark spüren, was in der Welt geschieht. Was müssen wir für Ausstellungen machen? Es muss mit der Zeit mit gehen, um lebensfähig zu bleiben. Das scheint mir das Vergleichbare an solchen Organisationen. Das Ziel ist vielleicht unterschiedlich, aber von der Art her sind sie vergleichbar.

GA: Sehen Sie sich selbst als Sieger?

PB: Jeder Tag, jeder Monat, jede Kollektion ist für uns eine neue Herausforderung und wenn sich ein Unternehmer als Sieger sieht, ich glaube, dann müsste er in diesem Moment die Stelle verlieren, weil es nämlich kein Ende gibt. Ich will ja meine Firma an die fünfte Generation weitergeben. Es ist mein Ziel, dass sie in der Familie oder ausserhalb der Familie weitergeführt wird. Das Rennen geht immer weiter. Man hört nie auf. Ein Tennismatch hat man einmal gewonnen. Da ist man dann Sieger. In einer Firma geht es immer weiter. Wir ruhen uns eigentlich nie aus. Nein, also das ist ein Begriff, der nichts mit der Arbeit des Unternehmers zu tun hat. Wir versuchen natürlich, gut zu sein, und versuchen, uns zu motivieren, immer weiter zu gehen, immer besser zu sein als unsere Mitbewerber. Aber dieses Wort würde ich jetzt nicht brauchen.

GA: Danke für das Gespräch.

“Charity and investment can be merged”, was the headline of an article in a Sunday issue of the Swiss daily NZZ (dated 05/20/2012, p. 33) reporting on how the wealthy are interested in philanthropy. They are interested in humanitarian and social issues, and also in art, for very different reasons. We ask what motivates rich people and businesses to commit themselves to culture. Concrete indications are given in five conversations that Gilles Aubry and Yves Mettler held with responsible industrialists. These companies support the Kunsthaus Langenthal and most are even active on its board. In terms of business, they are more globally oriented, in terms of culture, locally. Someone supporting cultural commitment can also gain a lot of fame and money. This is shown in our study “Wie Reiche denken und lenken (How the Rich Think and Govern)” (Zurich 2010), which we include here along with five further statements.

Opening Horizons

In 1994 the Ammann Group celebrated its 125th anniversary. For this occasion, they engaged the artist Luginbühl and made a Trax model available to him, which he was allowed to alter a bit. This established a relationship and led to further activities. Also to a competition. All people involved were invited to weld things and exhibit them. They produced more than two dozen works. Ulrich Ammann, the company owner, also welded his pieces together for eleven weeks. The results still decorate his office. And he has been a patron of the Kunsthaus Langenthal for more than twenty years. This is something that inspires him. Although the sponsorship of the ice hockey club has a larger impact on the outside.

Philippe Baumann has been a member of the board of the Kunsthaus for more than ten years now. As a private person, he stresses, not as a representative of Création Baumann, founded in 1886, of which he is the CEO in the fourth generation. In the company, passion for fabrics is at the fore, in the Kunsthaus, overarching visions. Although on the board of the Kunsthaus a lot revolves around dear old money as well. However, the surplus value of culture – besides personal pleasure – consists in opening up horizons, advancing tolerance and provocatively inciting people to think. And it is also always about questioning the deeper meaning of everything we do.

Markus Bösiger is patron and on the board of the Kunsthaus from the very beginning. As a member of the municipal council and owner of a furniture store, he places great value on the local mission. This is not to be understood in a narrow-minded, provincial sense, however, but in conjunction with an openness that also transcends national borders. For him, commitment is primarily associated with pleasure. Apart from a Christmas dinner, it has no direct material benefit, but it does have a symbolic one. This includes connections. But without actual prestige or a business effect. Art connects people.

Peter Geiser was the first president of the board of the Kunsthaus, to which he still feels connected today, not only as a patron. His parents already made him familiar with art, which in his view expresses a liberal mindset and distinguishes itself from calculating trading. Its value is more immaterial. Art establishes a distance. In the ideal case, it supports the gift of looking at things from a different perspective and putting oneself in another person's position. It is advantageous to sometimes ask ourselves, what we are really doing, and then to laugh a bit about ourselves. That often puts us on the right track. Also thanks to art, says the former entrepreneur, who worked in the agricultural trade and processed potatoes to deep-frozen products.

Bendicht Witschi is a building contractor and patron of the Kunsthaus, with which he is additionally linked via his partner. She is a photographer and on the board. And his mother, a musician, already conveyed art to him. In his opinion, art is allowed to provoke. It should prompt people to reflect upon themselves. That is absolutely necessary, for it does not come about on its own. It isn't something we are born with either, yet it is indispensable and of immeasurable value. In the business world, too, which profits from intellectual life. Also from the social sphere and from art, which it should give something back in return.

Arthur Cohn has become known and wealthy due to his cultural commitment. His mother wrote texts for the Cabaret Cornichon. "The values that my unforgettable parents passed on to me are a model and provide general orientation," he told us. "They gave me roots and wings, roots in regard to a humanistic education, family tradition and ethical guidelines, and wings so that I could fly from Basel to the big, wide world and create something of my own. It's difficult to combine roots and wings in life. Many stick to their roots and don't use their wings, others fly away and forget their roots. Whenever I was successful, it was because I always knew that the one is inconceivable without the other."

Catherine Dreyfus is on the administrative board of a private bank. The high society bores her and so she has dedicated her life to "grassroots cultural promotion". Catherine Dreyfus is from a wealthy family, she used to work as a publicist and is today engaged in the cultural association Alliance Française in Basel. She regularly invites renowned writers and other personalities to give lectures. When we asked her how her commitment to culture came about, she replied: "Culture always existed in my surroundings. Huge libraries and pictures. And it came natural to me to be interested in culture. My father always took me along to all the museums when I was a child. And my mother worked with the OECD in the Centre de Développement. She was befriended with Raymond Aron and others. So many intellectuals used to visit us."

Maja Oeri also has her roots in culture. She is the daughter of Vera Oeri-Hoffmann, the granddaughter of Fritz Hoffmann, founder of the chemical company Hoffmann-La Roche. Her grandmother, whose name was also Maja, married the musician Paul Sacher after the early death of her husband Emanuel Hoffmann. Two years ago, Maja Oeri donated fifty million Swiss francs to build the annex of the Kunstmuseum Basel. "You don't look a gift horse in the mouth," was journalist Raphael Suter's comment (BaZ, 3/3/2010:2) on the generous gift. It appears as if the architecture competition, or the evaluation of the last two project proposals still in the race, was not an open contest, especially since the company that asserted itself is the one that the sponsor favours and also entrusts with private commissions, he wrote. Moreover, the individual commitment over the entire sum forecloses other donations. That may simplify the procedure, but it does entail a rather one-sided dependency. This commentary prompted harsh reactions. It raises the question of the extent to which philanthropy is philanthropic in the field of culture, a question openly discussed by Christine Cerletti-Sarasin.

Christine Cerletti-Sarasin is a wealthy psychologist and singer. In the media, she mainly appears as a patron. She belongs to the ladies that co-financed the Basler Schauspielhaus and is financially and ideally engaged in cultural and social projects. Christine Cerletti belongs to the Basel "Daig" (upper class). After her first course of studies, she worked as a vocational counsellor. On the side she was trained to become a singer. She never had money troubles. This also owed to a second inheritance. She then began supporting the Schauspielhaus. "I was active in the performing arts myself and wanted the artists to be better off," she explained to us. "I also got to know very interesting people. And that just kept on developing. In November it was then announced that there would be a new Stadtcasino and that the Theaterpassage would also be reconstructed. I found that wonderful." Appreciation is also important to her. At any rate, she senses when somebody only wants something from her. "But," she says, "I also notice when somebody simply comes to me because the person likes me. For me, that has to do with the issue of self-esteem. If I define myself exclusively via money, then I only attract friends who esteem me because of the money." We also wanted to know whether her commitment has to do with exerting political influence. "No, certainly not," Christine Cerletti-Sarasin replied. "To influence opinions, that's not my thing. I find every kind of freedom important, including freedom of opinion."

Onorio Mansutti is an entrepreneur and artist documenting life-worlds that are difficult to access. With the Basel culture house Brasilea, he seeks to combine art with social justice. Asked about the motivations of prominent personalities to support his projects, Onorio Mansutti responded: "I do believe that they still let themselves be moved and simply want to do good. And that's gratifying, even though some add quite a bit of self-promotion." And these words filled Onorio Mansutti himself with verve. He stood up and demonstrated what he occasionally experiences at auctions, namely, when individuals buying a picture stage it in such a way that the others really take note. "That's the way it is and it's somehow human, if we find it great or not," he explained.

In our study, Gerhard Dammann, the director of the psychiatric clinic Münsterlingen, even called narcissism the “driving force of success”. And according to psychotherapist Thomas Kornbichler, “Die Sucht, ganz oben zu sein (The Addiction to Being at the Top)” (Stuttgart 2007) urges the powerful to strive for ever more repute and recognition. The person wanting to climb the ladder and remain at the top must be not only ambitious but also egotistic. Psychoanalyst Hans-Jürgen Wirth already described this in his postdoctoral thesis “Narzissmus und Macht (Narcissism and Power)” (Giesen 2002). These are aspects that play more or less a role. Just like charity can be an investment, art promotion is not only highly pleasurable, but also motivated in very different ways.

Ueli Mäder is Professor of Sociology at the University of Basel and the Fachhochschule Nordwestschweiz. Together with Ganga Jey Aratnam and Sarah Schilliger he wrote the study “Wie Reiche denken und lenken (How the Rich Think and Govern)”.

List of images

- p. 2-5, Ammann AG, PR/Marketing Department, Langenthal, photo: Aubry/Mettler, 2012.
- p. 6-7, Civil Defence, Office for Public Security, Langenthal, photo: Aubry/Mettler, 2012.
- p. 10-11, Stills from «Übung Mezzo, 24.3.1981», film by Werner Ingold, 1981.
- p. 14, Article from the Berner Zeitung, 03/21/1981
- p. 15, Graffiti by «lôzane bouge» activists, Lausanne, 1981. Source: <http://www.youtube.com/watch?v=BK0ftu4MNVU>
- p. 16-17, Article «Er fiel als Märtyrer», source: unknown.
- p. 20-22, Ammann AG, Department for Research and Development, Langenthal, photo: Aubry/Mettler, 2012.
- p. 24-25, Scans from the magazine of the Ammann group, No. 2/2010.
- p. 26-27, 3D illustrations of the asphalt mixing plant «Black Move» & «Black Move II», Picturepark Ammann AG.
- p. 29, Flags at the main entrance of Ammann AG, Langenthal, photo: Aubry/Mettler, 2012.
- p. 31-32, Views of Langenthal, scans from the catalogue of the Ammann Group, collage by Aubry/Mettler, 2012.
- p. 36, «Tree», photo: Aubry/Mettler, 2012.
- p. 38-39, Ammann AG, Department for Research and Development, Langenthal, photo: Aubry/Mettler, 2012.
- p. 41, Sketch of a future Tell Center, source: unknown.
- p. 42, 46, Exercise Mezzogiorno, Langenthal, 03/21/1981, photos: Hans Burgunder.
- p. 43, 47, Protests of oil workers, Zhanaozen, Kazakhstan, 12/16/2011, sources: <http://www.youtube.com/watch?v=3qP6oNT hPO4&feature=related> und <http://www.youtube.com/watch?v=erl CK4dRt5M&feature=related>
- p. 48, Exercise Mezzogiorno, Langenthal, 03/21/1981, photo by Vreni Friedli.
- p. 50-51, Scans from the book «Les Bruits de Coullisse au Cinéma», S. de Serk, Paris, 1914.
- p. 67, Views of the projection of the 8mm-Film «Übung Mezzo» by Werner Ingold copied to DVD.
- p. 74, Annotated raw transcript of the conversation with Peter Geiser
- p. 100, «Oiseaux migrants», stuffed birds from the collection of Mr Egger, former innkeeper of «Tell», photo: Aubry/Mettler, 2012.

The artists and the Kunsthau Langenthal have made the effort to identify all copyright holders. Should possible copyrights be claimed, we kindly ask you to contact the Kunsthau Langenthal.

Text sources for *The Preview*

The super-rich man and the super-rich woman: quotes from the book «Wie Reiche denken und lenken », by Ueli Mäder, Ganga Jey Aratnam and Sarah Schillinger, 2010, Rotpunktverlag, Zurich.

The Swiss Punk Singer: song lyrics by the Swiss punk bands: «3ème Guerre mondiale» (Joff and the Ram, 1981), «Vive le son de l'explosion» (Jodler Killers Ravachole, 1981), «Patrol Car» (The Sozz, 1979), «Mental Disaster» (The Rebels, 1980).

The Lôzane Moves Demonstrators: «Article du mouvement de Lausanne Bouge», Secousse Sismique n°1, Lausanne, November 1980, p. 2.

The disaster recovery adviser: text from the website <http://www.disasterrecovery.org>.

Member of the Swiss Federal Council: excerpt of the speech held on 1 August, 2011, by member of the Swiss Federal Council, Johann N. Schneider-Ammann, 07/31/2011, Langenthal. Source: http://www.langenthalertagblatt.ch/asset_document/i/111409087/download.
The former squatter: excerpts from an interview with Thom Balmer, Berlin, 03/09/2012.

The activist blogger: excerpts from the blogpost «Kazakhstan: Reactions to Strike Crackdown as Police Brutality Video Emerges» by Adil Nurmakov, 12/22/2011, <http://globalvoicesonline.org/2011/12/22/kazakhstan-reactions-to-strike-crackdown-as-police-brutality-video-emerges/>.

List of sound documents for *Business Recovery/Disaster Continuity*

(All sound recordings by Gilles Aubry & Yves Mettler, except where otherwise stated)

Guided tour of the Ammann AG production hall with Philippe Bes-sire, Langenthal, 03/16/2012.

Cafeteria of the Ammann AG, Langenthal, 03/15/2012.

Bitumen experiments in the Department for Research and Development, Ammann AG, Langenthal, 12/21/2011.

Coop Supermarket, Tell Center, Langenthal, 03/14/2012.

Song «Driving Dubai» by Secret Dubai, source: http://www.secret-dubai.com/music/driving_dubai.mp3.

Guided tour of the firm Interxion with Frank Schaffner, Glatt-brugg, 11/15/2011.

Soundtracks of diverse Youtube video documents of the protest of oil workers, Zhanaozen, Kazakhstan, 12/16/2011. Sources: <http://www.youtube.com/watch?v=6BotGiV5DeQ&feature=related> and <http://www.youtube.com/watch?v=oCayPgYWC9Q&feature=related>.

Monthly market, Langenthal, 03/14/2012.

Ice hockey match SC Langenthal – Lausanne HC, Langenthal, 03/26/2012.

Excerpts of songs by Swiss punk bands from the 1980s: «Abgaz», «The Debils», «Joff and the Ram», «The Sozz», «TNT» and «Yodler Killers Ravachol».

Rehearsal of the church choir Langenthal, 11/16/2011.

Holliger Heinz, «Trema» for Violin Solo (1981-83).

Exhibition

Black Move
Kunsthaus Langenthal, 3.5 – 8.7.2012
Gilles Aubry & Yves Mettler
Director: Raffael Dörig
Assistant Curator: Eveline Suter
Exhibition secretary: Lotti Vonäsch
Art Handlers: Brigitte Jost, Marc Masson

Publication

Edited by: Kunsthaus Langenthal
Concept, layout and text editing:
Gilles Aubry, www.soundimplant.com/gilaubry &
Yves Mettler, www.theselection.net
Copyediting: Raffael Dörig, Eveline Suter
Photos of the exhibition: Gilles Aubry, Martina Flury, Yves Mettler
Interview transcripts: Almut Rembges
Translations: Claire Perryman-Holt, Karl Hoffmann, Manfred Näscher
Print: Druckpunkt, Berlin
Run: 300

Gilles Aubry und Yves Mettler would like to thank for supporting the project

Ulrich Andreas Ammann, Ganga Jay Aratnam, Thom Balmer, Philippe Baumann, Philippe Bessire, Andreas Biedermann, Markus Bösigler, Bernard Brandenberger, Hans Burgunder, Verena Egger, Vreni Friedli, Lili Geiser, Peter Geiser, Martina Gerster, Pirmin Hänggi, Claudio Huber, Werner Ingold, Peter Käser, Margrit Kohler, Peter Knoeri, Simon Kuert, Ueli Mäder, Betty Ott, Kathy Richter, Peter Siegrist, Franz Treichler, Fritz Wälchli, Bendicht Witschi, Wohn-Art Gloor.

Kunsthaus Langenthal and the artists thanks for supporting:

prohelvetia

JURA CH
RÉPUBLIQUE ET CANTON DU JURA


Etat de Vaud

Kunsthaus Langenthal is supported by:

**Fondation Nestlé
pour l'Art**
partenariat



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern ED
Bundesamt für Kultur BAK

MIGROS
kulturprozent

Partners Kunsthaus Langenthal:

Ammann Unternehmungen, Langenthal
création baumann, Langenthal
BUCHER AG, Langenthal, MOTOREX-Schmiertechnik
Peter R. Geiser, Langenthal
Güdel AG, Langenthal
Merkur Druck AG, Langenthal
P'INC.AG, Langenthal

Das Kunsthaus Langenthal is supported by Kanton Bern, Stadt Langenthal und den Gemeinden der regionalen Kulturkonferenz.

Kunsthaus Langenthal
Marktgasse 13
CH-4900 Langenthal
Tel +41 (0)62 922 60 55
Fax +41 (0)62 922 60 50
info@kunsthauslangenthal.ch
www.kunsthauslangenthal.ch

