

**Zeitschrift:** Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur  
**Herausgeber:** Gesellschaft Schweizer Monatshefte  
**Band:** 88 (2008)  
**Heft:** 959

**Artikel:** Anstoss: was heisst Freiheit?  
**Autor:** Schiller, Friedrich / Rey, Philippe  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-168000>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 15.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Was heisst Freiheit?

Ein Anstoss durch Friedrich Schiller:

*«Die Kunst ist eine Tochter der Freiheit, und von der Notwendigkeit der Geister, nicht von der Notdurft der Materie will sie ihre Vorschrift empfangen. Jetzt aber herrscht das Bedürfnis und beugt die gesunkene Menschheit unter sein tyrannisches Joch. Der Nutzen ist das grosse Idol der Zeit, dem alle Kräfte fronen und alle Talente huldigen sollen.»*

Friedrich Schiller: «Über die ästhetische Erziehung des Menschen» (1801).

Eine Antwort von Philippe Rey, Galerist der Galerie Römerapotheke, Zürich ([www.roemerapotheke.ch](http://www.roemerapotheke.ch)):



«Kommerz oder Freiheit, Markt oder Inhalt: diese Gegensätze waren noch vor dreissig Jahren interessant, heutzutage ist das Entweder-Oder vergessen. Es ist kein vorherrschendes Thema mehr, woher das Geld kommt, der Umgang der Künstler mit diesen Fragen ist viel lockerer geworden. Die alten Feindbilder sind inzwischen längst vergessen; Geldgeber, mit denen die Szene früher nichts zu tun haben wollte, werden heute als Sponsoren akzeptiert.

Die Kunst kann noch so gut sein, doch wenn ich sie nicht vermitteln kann, dann ist niemandem geholfen. Es reicht nicht, ein gutes Programm zu zeigen. Heute gehören auch ein professioneller Auftritt und eine Corporate Identity dazu. Wir suchen permanent nach Wegen, unsere Künstler effizient auf dem Markt zu positionieren. In diesem Sinn funktioniert eine Galerie wie jedes andere Unternehmen auch. Inhaltlich unterscheidet sie sich jedoch wesentlich. Ich verkaufe keine Massenware. Im Gegensatz zu einem Kühlschrank oder einer Waschmaschine ist jedes Kunstwerk exklusiv, es existiert genau so nur einmal auf der Welt. Daher sind dem Ziel Grenzen gesetzt, möglichst viel Umsatz zu generieren. Ich muss für jedes einzelne Kunstwerk den einen geeigneten Käufer finden. Die Vermittlung,

in meinem Fall der Verkauf von Kunst, ist ein individualisiertes, kein Massengeschäft.

Idealerweise kann der Künstler sich auf seine Kunst konzentrieren. Der Galerist schlägt die Brücke zwischen Emittent und Rezipient. So gut, dass sowohl er wie auch der Künstler überleben können. Der Künstler kann, muss aber nicht wissen, woher das Geld kommt. Durch diese Vermittlertätigkeit des Galeristen lässt sich das Dilemma zwischen Kommerz und Freiheit auflösen. Der Künstler macht seine Kunst, der Galerist bewegt sich auf dem Markt.

Ich bewege mich auf einer Gratwanderung zwischen Idealist und Unternehmer. Bei einem Punkt bin ich beides: ich lasse einen Künstler nicht fallen, wenn sich bei der ersten Ausstellung nichts verkaufen lässt, und organisiere eine zweite oder gar dritte. Fünf Jahre später kann es dann schon in das Gegenteil umschlagen, und es gibt eine lange Liste potentieller Käufer, die auf neue Werke warten. Wenn dann noch die Medien zu berichten beginnen und die Museen aufmerksam werden, dann weiss ich, dass es mir gelungen ist, den Künstler aufzubauen. Das klappt nicht immer. Und dann stellt sich irgendwann aus pekuniären Gründen die scheinbar böse Frage: Wie lange noch muss ich die Verantwortung tragen und den Preis bezahlen?

Der Künstler trägt das Lebensrisiko, ich das Ausstellungsrisiko. Ich könnte das Risiko minimieren, durch kleinere Ausstellungen, durch den Verzicht auf Inserate, Kataloge, Messen. Doch ich gebe Vollgas für die Künstler, die ich im Programm habe. Ich habe das Gefühl, es gebe nicht so viel gute Kunst. Und die wenige gute Kunst, die möchte ich erstens entdecken und zweitens vermitteln. Mit Geld verdienen hat das a priori überhaupt nichts zu tun. Wenn ich das wollte, müsste ich sofort einen anderen Beruf ergreifen.

Künstler entsprechen oft nicht dem Trend. Doch was ich inhaltlich stark finde, das will ich auch vermitteln. Da denke ich nicht an den Nutzen. Ich sage nie zu meinen Künstlern: «Mach das so oder so.» Ich vermittele das, was schon fertig ist. Ich suche die Künstler auch nicht danach aus, welchen Nutzen sie für meine Galerie bringen könnten. Nur so kann ich als Vermittler überzeugen.

Ich bin kein Kühlschrankverkäufer, sondern Galerist. Ich kann es mir hin und wieder, etwa in Gruppenausstellungen leisten, auch Künstler zu zeigen, die ich genial finde, aber von denen ich weiss, dass sie so bald nicht kommerziell erfolgreich sein werden. Galeristen müssen eine gehörige Portion Idealismus haben. Mag sein, dass die Kunst die Tochter der Freiheit ist – vom Vermittler setzt sie grosses Engagement voraus, und in der Regel zahlt der Galerist in der einen oder anderen Form auch drauf. Ich habe darum vor jeder Galeristin und vor jedem Galeristen grossen Respekt.

*aufgezeichnet von Suzann-Viola Renninger*