

Am 12. September 2018 wurde der Preis der Sammlung Ricola 2018 am Hauptsitz der Ricola in Laufen an die Künstlerin Silvia Bächli verliehen. An der Feier hielt Lukas Richterich, Präsident des Verwaltungsrates der Ricola Familienholding, die folgende Ansprache «Über Bonbons und Kunst – Wieso Ricola einen Kunstpreis ausrichtet».

Meine sehr geehrten Damen und Herren

Es ist mir eine grosse Freude, Sie zur Preisverleihung der Sammlung Ricola begrüßen zu dürfen. Danke, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind.

Wie kommt eine Firma, die Kräuterbonbons herstellt und verkauft dazu, eine Sammlung mit Gegenwartskunst aufzubauen? Und wieso verleiht sie einen Kunstpreis? So werden sich einige von Ihnen wundern. Sie sind nicht allein mit derartigen Fragen. Auch wir, die wir Sammlung und Preis verantworten, diskutieren immer wieder von Neuem, was Sinn und Zweck von Sammlung und Preis sind.

Ich werde Ihnen in den nächsten Minuten einige Überlegungen und Gedanken zu diesen Themen darlegen.

Wir sind eine Firma, die Lebensmittel produziert. Um genau zu sein: Wir stellen Kräuterbonbons her. Wir verbinden somit natürliche Wirkstoffe in Kräutern mit wohlschmeckenden Süssigkeiten. Wir tun das mit Bewusstsein für Qualität, Tradition und mit Nachhaltigkeit.

Bonbons und Kunst? Wo ist der Link? Beides sind Bestandteile unserer familiären und geschäftlichen Identität. Identität meint zunächst die persönliche Identität eines Menschen. Aber auch Familien und Familienunternehmen haben eine Identität, eine unverwechselbare Eigenart. Im Falle eines Familienunternehmens bilden familiäre Werte, Traditionen, Rituale und Geschichten die Grundlage für eine Unternehmenskultur, die zwar von der Familie geprägt, aber weitgehend von den Mitarbeitenden mitgetragen und mitgestaltet wird.

Bei uns gehören Bonbons und Kunst zusammen. Beim Firmengründer Emil Richterich schon, erst recht bei der zweiten Generation, bei Hans Peter und Alfred Richterich, die nicht nur die Expansion des Unternehmens zur internationalen Firma bewerkstelligten, sondern Kunst und Architektur zu sichtbaren Bestandteilen der Unternehmenskultur machten. Sie gründeten die Sammlung Ricola 1975. Geprägt wurde sie von Alfred Richterich, fachlich geleitet wird sie seit vielen Jahren von unserem Kurator Roman Kurzmeyer, mit dem zusammen ich die Sammlung heute betreue. Hans Peter und Alfred Richterich begannen auch die mehr als dreissigjährige Zusammenarbeit mit Herzog & de Meuron. Mit den Architekten sind bis jetzt sieben Gebäude entstanden. Auch zeitgenössische Architektur gehört zu Ricola.

In meiner Generation, der dritten, sind wir fünf Cousins und Cousinen, die alle im Verwaltungsrat der Ricola Familienholding mitarbeiten. Nicht alle begeistern sich gleichermassen für Kunst, aber das ist auch nicht nötig. Das Engagement für Kunst wird von allen mitgetragen und bleibt unbestritten. Ricola produziert und verkauft weiterhin Bonbons und sammelt Kunst.

Die Sammlung Ricola sammelt «Kunst aus der Schweiz». Das gibt der Sammlung ein klares Profil, eine erkennbare Identität. Im politischen Sinne hat der «Identitätsbegriff» auch in der Schweiz heute eine zweifelhafte Hochkonjunktur. Er zeigt ein Janusgesicht: Als nationalistische Restauration, die den Mythos Schweiz reaktionär auflädt und/oder als notwendige Rückbesinnung im Spannungsfeld der Formel «Zukunft braucht Herkunft».

Selbstverständlich ist für uns diese zweite Form der schweizerischen Identität leitend: Die Schweiz ist seit jeher ein Transit- und Migrationsland für Immigration und Emigration, für Waren und Dienstleistungen. Sie ist heute Lebensmittelpunkt für Künstler aus der ganzen Welt, genauso wie viele schweizerische Künstler auf der ganzen Welt leben. Der *Diskurs in der Enge* (so der Titel eines einflussreichen Buches von Paul Nizon aus dem Jahre 1970) verkörperte im zwanzigsten Jahrhundert den Drang der Künstler aus der Schweiz hinaus, nach Paris und in die weite Welt.

Die internationale Schweiz entspricht uns. Unsere Kunden sind auf der ganzen Welt zuhause und so global verstehen wir die Schweiz. Wir verkaufen schliesslich nur zehn Prozent unserer Produkte in der Schweiz.

Wir sind ein traditionelles, ja bodenständiges Schweizer Familienunternehmen. Wieso also «Gegenwartskunst»? Wir *leben* in der Gegenwart. Wir sammeln deshalb «Gegenwartskunst», keine Bilder von Albert Anker. Nichts gegen Albert Anker. Er ist ein guter Schweizer Maler (Es drängt sich auf zu sagen: Ein Anker für viele), aber ihn heute zu sammeln würde auch bedeuten, ein bestimmtes Bild der Schweiz zu pflegen. Wir waren immer ein vorwärts gerichtetes Unternehmen. Natürlich mit Tradition. Doch «tradere» ist nicht «conservare». «Tradere» heisst nicht bewahren, sondern weitergeben. Auch Innovationsgeist und den Glauben an eine Zukunft kennzeichnen unsere Tradition.

Genau wie zu uns der Slogan «Zukunft braucht Herkunft» gut passt, so gibt es auch eine Formel, die unserem Verständnis von Tradition entspricht. Sie soll auf den französischen Sozialisten und Philosophen Jean Jaurès zurückgehen, wird aber im Verlauf des 20. Jahrhunderts immer neuen Autoren zugeschrieben und lautet in den Worten Benjamin Franklins: "Tradition heisst nicht, Asche zu bewachen, sondern die Glut anzufachen". Gustav Mahler soll gesagt haben: "Tradition ist die Weitergabe des Feuers und nicht die Anbetung der Asche." Während Papst Johannes XXIII mit einer Nuance zitiert wird.: "Tradition heisst: Das Feuer hüten und nicht die Asche aufbewahren». Und schliesslich gibt es auch eine beliebte Version aus dem TATORT Krimi: "Tradition ist nicht das Aufbewahren der Asche, sondern die Weitergabe der Streichhölzer."

Was ist die Gegenwart? Wir sammeln seit nunmehr über vierzig Jahren und die Werke in unserer Sammlung sind zwischen 1950 – 2018 entstanden. Das ist eine Zeitspanne von siebzig Jahren. Siebzig Jahre Gegenwart? Dazu zwei Betrachtungsweisen von Gegenwart:

Zum einen die historistische Perspektive auf die Zeit. Seit dem Beginn der Modernisierung der Welt, d.h. seit über zweihundert Jahren sehen sich die Menschen mit einer sich zunehmend beschleunigenden Präsenz konfrontiert. Dies zeigt sich in der Beschleunigung des Wandels, also der Zeit, aber auch bei der Fortbewegung im Raum. Von der Kutsche über die Eisenbahn zum Auto, zum Flugzeug, zur Rakete, erhöht sich die Geschwindigkeit ungebremst.

In dieser Perspektive gibt es eine Linie, die von der Vergangenheit, über die Gegenwart und in die Zukunft führt. Vor allem in die Zukunft, denn nach vorne gerichtet ist der Blick. Richtung Fortschritt bewegt sich die Welt. Die Vorhut, die «Avantgarde» zu sein, dass war die Aufgabe der aktuellen Kunst. «Il faut être absolument moderne» lautete das Motto, etwa des französischen Dichters Arthur Rimbaud, Mitte des neunzehnten Jahrhunderts. Seit einiger Zeit ist dieser Prozess ins Stocken geraten. Francois Lyotard konstatierte 1979 in seinem Buch *La condition postmoderne* das «Ende der grossen Erzählungen». Der Begriff der Postmoderne kam auf. Zwar beschleunigt sich der technologische Wandel heute erst recht, doch die Zukunft wird mehr und mehr zum Unort, denn zum Paradies. Global warming, Kriegsangst und allgemeiner Pessimismus trotz steigendem Wohlstand kennzeichnen die Befindlichkeiten. In Europa muss man hinzufügen.

Eine zweite Betrachtungsweise zur Gegenwart stellt Sepp Gumbrecht, umtriebiger amerikanisch-deutscher Intellektueller, zur Diskussion. Er spricht 2010 von einer zunehmend «breiten Gegenwart». Anstelle des Zeitverständnisses, das von der archaischen Vergangenheit über eine flüchtige Gegenwart zu einer besseren Zukunft führt, hat sich, wie erwähnt, die Zukunft zunehmend verdüstert. Sie wirkt bedrohlich, unsichtbar, unvorstellbar. Gleichzeitig drängt die Vergangenheit in die Gegenwart und überflutet sie. Die Vergangenheit wird immer grösser, weil sie medial vollständig verfügbar ist und sie wird endlos recycelt. Die Rolling Stones und die Beatles bleiben «forever young». Die Gegenwart wird immer breiter.

Was hat das mit unserer Sammlung zu tun?

Die Gegenwart, der «Zeitgeist» beeinflusst auch unsere Sammlung: Wir sammeln nicht nur ganz junge Künstler, die erstmals in das Licht der Öffentlichkeit treten, wir entdecken Werke neu, die beispielsweise in den sechziger Jahren geschaffen wurden, als die Welt in Aufbruchsstimmung war. Der Blick in die vergangene Zukunft verändert unseren Blick auf die Gegenwart. Auch die Gegenwart unserer Sammlung wird immer breiter: Unser Begriff von Gegenwart hat eine immer längere Dauer und auch wir spüren denn Druck der Vergangenheit. Das ist spannend und herausfordernd, aber es ist die Herausforderung für uns alle: Wir verändern uns, werden älter in einer Welt, die gleichzeitig rasant in eine Zukunft stürzt.

Nach dem deutschen Philosophen Odo Marquard, das ist derjenige mit dem Wort von «der Zukunft und der Herkunft», ist die «Fundamentalschwierigkeit» der modernen – der wandlungsbeschleunigten – Welt: «Die Menschen in ihr sind langsam, die moderne Welt aber ist schnell. Weder die schnelle Welt, noch den langsamen Menschen darf man abschaffen.» (Odo Marquard, *Zukunft braucht Herkunft. Philosophische Essays*, Stuttgart 2015, S. 239). Und er rät in einer etwas anderen Wertung als Gumbrecht: «Je mehr die Zukunft für uns modern für uns das Neue – das Fremde – wird, desto mehr Vergangenheit müssen wir (...) in die Zukunft mitnehmen und dafür immer mehr Altes auskundschaften und pflegen.» (S. 240).

Deshalb entsteht gerade in der sich rasant wandelnden Welt immer wieder ein historischer Sinn für die Geschichte. Nicht aus Nostalgie, auch nicht zur Legitimation einer neuen unheilvollen politischen Tendenz, sondern aus einem menschlichen Bedürfnis.

Nur am Rande angemerkt sei, dass wir als Firma Ricola mit ganz ähnlichen Fragestellungen beschäftigt sind. Die Marke Ricola ist unser wichtigstes Gut. Eine Marke ist nicht eine Etikette sondern Zeichen für das über Jahrzehnte aufgebaute Vertrauen von Kunden. Bei der Weiterentwicklung unserer Marke geht es um Identität. Es geht um Tradition und Innovation, es geht darum, Herkunft und Zukunft in ein fruchtbares Gleichgewicht zu bringen. Sie erinnern sich vermutlich an unsere Werbung mit dem «Wer hat's erfunden?» und sehen den Zusammenhang mit der Herkunftsthematik. Unser neuer Slogan, unser neues «Wer hat's erfunden», wird in den nächsten Wochen lanciert. Der neue Slogan wird heissen: «Wish you well» und zeigt den zukunftsgerichteten Pol dieses Spannungsfeldes.

Sie werden bei uns Kunst auf dem Firmengelände, in Büros und Lounges, in Sitzungszimmern und Treppenhäusern begegnen. Aber nicht in einem Museum. Wir wollen Kunst zu den Menschen, zu unseren Mitarbeitenden bringen. Wollen sie auch ins Gespräch bringen. Deshalb laden wir Künstlerinnen und Künstler der Sammlung zu Gesprächen ein, vermitteln Zugang zu Kunst für Mitarbeitende, aber auch für die Volkshochschule und interessierte Besucher.

Nun endlich zum heutigen Anlass. Zum Preis. Unser Preis ist eine weitere Möglichkeit, Aufmerksamkeit für Kunst zu erreichen. Wir suchen damit nicht den Kunstmarkt oder die Show. Wir laden Sie deshalb für die Verleihung zu uns ein, nicht in ein Eventlokal.

Unsere diesjährige Preisträgerin ist, nach Bruno Jakob und Helmut Federle, Silvia Bächli.

Wie bei ihren beiden Vorgängern, zeichnen wir mit unserem Preis eine Künstlerpersönlichkeit aus, die ein eigenständiges und künstlerisch bedeutsames Werk geschaffen hat.

Für uns ist die Konsistenz einer künstlerischen Position entscheidend, die verankert ist in einer persönlichen Autorschaft und biographischen Geschichte. Das spricht für eine Betrachtungsweise, die Künstlerinnen und Künstler als schöpferische Individuen betrachtet, die – wie jede gute Kunst – radikal individuell und gleichzeitig verbunden mit der Gesamtheit der Kultur sind. Silvia Bächli steht in dieser Reihe.

Sie wird gleich von Roman Kurzmeyer vorgestellt werden, und sie werden sie im anschliessenden Gespräch selber kennen lernen. Hier deshalb nur ein paar Bemerkungen: Ihr Fach ist das Zeichnen. Ihr gesamtes künstlerisches Oeuvre besteht aus Zeichnungen. Zeichnen hat immer etwas Direktes, Ursprüngliches. Silvia Bächlis Zeichnungen sind nicht Entwürfe, Skizzen oder Notate. Sie sind eine eigenständige Werkkategorie mit einer Formenwelt zwischen organischen und anorganischen Phänomenen, zwischen gegenständlicher und ungegenständlicher Darstellung.

Unser Preis ist eine Anerkennung für die Preisträgerin und ihr Werk. Er ist für uns aber auch der Weg, die Aufmerksamkeit auf eine Position zu leiten, die wir für besonders wichtig halten, gerade weil sie sich nicht aufdrängt. Wir wollen damit unterstreichen, wie vielfältig, qualitativ hochstehend und international «Kunst aus der Schweiz» ist.

Ich danke Ihnen allen, dass Sie gekommen sind und ich danke allen, die an dieser Veranstaltung mitgearbeitet haben.

Vor allem aber danke ich Silvia Bächli für Ihr Werk, gratuliere ihr ganz herzlich und wünsche Ihr alles Gute und weiterhin viel Schaffenskraft.