

Schönheit als Vermögen

Ein täglicher Begriff birgt vielfache Schätze

CLAUDIO WEISS

Dass man aus Schönheit ein Vermögen machen kann, wissen wir nicht erst seit Claudia Schiffer. Dass schöne Objekte, von der exquisiten Immobilie bis zum erlesenen Kunstgegenstand, die Portfolios von Vermögenden zieren, ist auch nicht Gegenstand dieses Artikels, wird aber nach dessen Lektüre vielleicht noch verständlicher als die etwas triviale Tatsache, dass materialisierte Schönheit einen bleibenden materiellen Vermögenswert darstellt. Vermögen ist aber weit mehr als Besitz und Geld. Die eigentliche Bedeutung von „Vermögen“ offenbart sich, wenn wir den Begriff in sein Gegenteil verkehren: Unvermögen. Und weil die Schönheit bekanntlich im Auge des Betrachters oder auch im Ohr des Zuhörers liegt, ist Schönheit das uns Menschen

mitgegebene Vermögen, Schönheit zu empfinden, und als Folge davon das Vermögen einiger – und das sind beileibe nicht nur Künstler –, Schönheit zu produzieren und so anderen den Genuss von Schönheit zu verschaffen. Die Rede ist von der Schönheit als ein dem Menschen eigentümliches ästhetisches Vermögen.

Ob etwas Gesehenes oder Gehörtes auch tatsächlich als „schön“ empfunden wird, ist gewiss das Resultat von kollektiven und individuellen Konditionierungen. Dies gilt analog auch für andere Sinnesgebiete wie Schmecken oder Riechen. Allgemein menschlich ist aber, wie es die deutsche Sprache so schön (!) ausdrückt, dass ein Wohl-Gefallen ein entsprechendes Wohl-Gefühl erzeugt. (Ebenso bedeutete das altgriechische Wort für *schön*, *kalos*, ursprünglich *angenehm*, *wohltuend*, *heilsam*, während sich das englische *beautiful* von lateinisch *beatus* - *beschenkt*, *begüttert*, *glücklich* ableitet.) Das Wohlgefühl der Schönheitsempfindung hat zu tun mit der Gleichzeitigkeit von zwei komplementären Qualitäten, nämlich Harmonie und Erregung. Harmonie empfinden wir, wenn unser optisches,



Isenheimer Altar, Colmar: Verkündigungstafel

akustisches oder intellektuelles Wahrnehmungsfeld Merkmale von Ruhe, Ordnung, Einheit und Ganzheit (z.B. durchgezogener Stil oder Rhythmus, Selbstähnlichkeit in der Natur, Symmetrie, komplementäre Farben, logische Schlüssigkeit) aufweist. Erregung entsteht durch die Wahrnehmung von Bewegung, Spiel, Vielfalt, Originalität, z. B. Überraschungen, Dissonanzen, starke Kontraste, Akzente, Pointen. Fehlt es an Erregung, dann wird Harmonie zu Monotonie wie z. B. bei Plattenbau-Vorstädten. Wird die Erregung aber zu groß – und die diesbezügliche Schwelle ist von Person zu Person unterschiedlich –, dann wandelt sich Harmonie in Disharmonie. Positive Erregung im Sinne von Spannung kippt um in negative Aufregung im Sinne von Ver-
spannung. Statt Neugestaltung erleben wir Verunstaltung, und diese empfinden wir als „hässlich“.

SCHÖNHEIT ALS THERAPEUTISCHES VERMÖGEN

Weil Schönheit wohltut, ist sie auch heilsam, kann also heilen. Dies ist das therapeutische Vermögen von Schönheit, das zu allen Zeiten in allen Kunstgattungen rund um den Erdball genutzt wurde. Als Beispiel im europäisch-christlichen Raum sei die Colmarer Auferstehungs- und Verkündigungstafel des Isenheimer Altares von Mathias Grünewald genannt, geschaffen in den Jahren 1506 bis 1515. Das Antoniterkloster in Isenheim im Elsass lag an der alten Römerstraße Mainz-Basel, die von Pilgern sowohl auf ihrer Wallfahrt nach Santiago de Compostela als auch nach Rom genutzt wurde. Der Isenheimer Altar war für die Kapelle des dortigen Spitals bestimmt. Kranke wurden zu Beginn ihrer medizinischen Behandlung vor den Altar geführt, da man hoffte, dass der Kranke geistlichen und seelischen Trost aus der Betrachtung der Bilder gewinnen

würde. Nach mittelalterlicher Auffassung waren Meditationsbilder, zu denen auch der Isenheimer Altar zählte, „quasi medicina“: Vom Bild konnte innere Heilung und sogar körperliche Gesundung ausgehen, wenn es der Betrachter in offener, kontemplativer Haltung auf sich wirken ließ oder sich mit den auf den Bildern dargestellten Figuren identifizierte. Oft erfuhren Kranke dabei eine geistige Kräftigung, die sie körperliche Schmerzen zumindest leichter ertragen ließ. Schöne Musik, Dichtung, Malerei oder Architektur ist Balsam für die Seele, vielleicht sogar für den Körper. Umgekehrt kann Häßlichkeit krank machen. Vermutlich ist das therapeutische Vermögen von Schönheit noch längst nicht voll erkannt – geschweige denn ausgeschöpft.

Ist unsere Fähigkeit, Schönheit zu empfinden (ästhetisches Vermögen), etwas rein Subjektives, oder gibt es das objektiv Schöne? Ohne die Frage beantworten zu müssen, können wir sicher festhalten, dass die Schönheitsempfindung mit uns selbst zu tun hat. Im Lichte der vedischen Psychologie des alten Indien wurzelt die Schönheitsempfindung in unserem innersten, unvergänglichen Selbst (Atma), dessen Natur, unmittelbar erfahrbar in tiefer Meditation, mit Sat (Sein, Stille, Ewigkeit), Chit (Wachheit, Dynamik, Lebendigkeit) und Ananda (angstfreies, ganzheitliches Wohlfühlgefühl) beschrieben wird. Aus dieser Perspektive ist alles Schöne, das wir sehen, ein Spiegelbild unseres innersten Selbst, und alles Schöne, das wir hören, ein Echo auf sein Wesen.

„Schönheit empfinden heißt Wahrheit erkennen“, sagt dazu der bengalische Dichter Rabindranath Tagore. Das Erleben von Schönheit erlaubt eine Rück-Verbindung zu unserem göttlichen Seinsgrund. Genau dies ist die wörtliche Bedeutung von Religion, von lat. *religare* - *zurückverbinden*. Es ist kein Wunder, dass die Kunst stets und überall besonders üppig im Garten der Religion blühte. Hier begegnet uns das spirituelle Vermögen von Schönheit.

SINN UND SINNLICHKEIT

Die Empfindung von Schönheit hat von Haus aus sinnlichen Charakter. Das Wort *Aesthetik* kommt von griech. *aisthäsīs* = *Sinneswahrnehmung*. Aesthetik kann aber auch eine mehr geistige, von den Sinnen abgelöste, abstrakte Form annehmen. Dann haben wir es mit der Erfahrung von Sinn zu tun. Etwas erscheint uns dann als sinnvoll, wenn wir erstens wissen und zweitens bejahen, warum, wozu, ggf. auch für wen es so ist, wie es ist. Sinn verknüpft, verbindet, stellt Zusammenhänge

her. Sinn wird maximal erfahren, wenn ein Einzelnes - z.B. ein Gegenstand, eine Aufgabe, eine Lebenserfahrung - einen einzigartigen Beitrag zu einem größeren Ganzen leistet, dessen Sinn seinerseits nicht in Frage gestellt wird. Sinn ist die Adelnung des Einzelnen durch seine Einbettung im größeren Ganzen. Der Durst nach Sinn und der Hunger nach Schönheit sind zwei Seiten der gleichen urmenschlichen Sehnsucht nach Vollkommenheit. Sinn ist die Erfahrung von geistiger Schönheit, und dafür sind viele Menschen bereit, auf bloße sinnliche Schönheit zu verzichten. Die Erfahrung von Sinn macht uns sogar fähig, wie Viktor Frankl aufgezeigt hat, extremes Leid mit Fassung zu ertragen. Nichts vermag Menschen stärker, nachhaltiger und robuster zu motivieren als Sinn. Dies ist das motivierende Vermögen von - geistiger - Schönheit, von dem Lehrende und Lernende, Führende und Ausführende reichlich Gebrauch machen sollten.



Rechts: Isenheimer Altar, Colmar
Auferstehungstafel

Es sind gerade die nicht-materiellen Vermögen von Schönheit – ästhetische Empfindungsfähigkeit, heilende, spirituelle und motivierende Kraft –, die den bleibenden materiellen Vermögenswert von Schönheit begründen. Unsere Betrachtung der verschiedenen Vermögen von Schönheit hat nebenbei auch die Schönheit und Bandbreite des Vermögens-Begriffes beleuchtet. Vermögen ist gleichbedeutend mit „Potential“, das es zu erkennen, zu nutzen und zu mehren gilt. In genau diesem Sinne benutzt der Soziologe Thomas Druyen in seinem Buch *Goldkinder* den Vermögensbegriff und behandelt darin die verschiedenen Vermögen in unserer Gesellschaft. Vermögen „ermöglicht“, und genau dies verpflichtet. Das Gegenteil davon wäre Unterlassung und Vergeudung. So hilft die 2006 gegründete Vermögensakademie mit Sitz in München speziell Unternehmern, ihr persönliches, Unternehmens-, Privat- und Familienvermögen harmonisch zu entwickeln, und zwar sowohl im materiellen als auch im geistigen Sinne. Jedes Vermögen sollte nachhaltig wirksam gemacht werden. Dies wird unsere Welt sicherlich auch schöner machen.

INFO

Dr. Claudio Weiss, awareness management, Männedorf bei Zürich, berät Unternehmer, Führungs- und Fachkräfte. Er ist Senior Associate Consultant bei Egger, Philips + Partner AG in Zürich für „Offenes Verhandeln nach dem Harvard-Konzept“, Seminarleiter am Malik Management Zentrum St. Gallen, Autor des Buches *Das Delphi Prinzip* sowie Mitbegründer und Seminarleiter der Vermögensakademie München.

www.awareman.ch