



fischotter



zentrumleue
MÄNNEDORF



Spezial ab Seite 16
Einweihungsfest 2. Juli 2011

150 Jahre Spitex	9
30 Jahre Malergeschäft Spescha & Vidas AG	25
Gewerbe: Persönlich Erika Krähenbühl, «artplacement» ...	31
Atemschule Ursula Schwendimann	41
Serie Freiwilligen-Jahr 2011	51
Fussballeclub-Grümpi 2011 und Kunstrasenspielfeld	55
Serie Wohnen in Männedorf: Das solarbeheizte Stöckli	57
Konzert und Lesung: Donegal Abbey und Schertenleib	61
Nostalgische Orgelklänge	63

Gewerbe: Persönlich

«Es braucht Gespür für Farben, Formen, Räume und für Menschen»

Peter Meier vom «Fischotter» im Gespräch mit Erika Krähenbühl, Inhaberin der Kunstberatung «artplacement»



Die Kunst und den Menschen zusammenbringen: Erika Krähenbühl, Inhaberin der «artplacement».

Ihre Firma heisst «artplacement» – ein Kunstbegriff: Erklären Sie ihn uns doch bitte.

Erika Krähenbühl: «artplacement» beschreibt meine berufliche Tätigkeit sehr treffend: Ich Sorge dafür, Kunst an einem passenden Ort zu platzieren. Ich fahre also in ausgewählte Ateliers von Künstlern, die bei mir unter Vertrag stehen, und hole mir dort eines oder mehrere Kunstwerke, die ein Kunde sich in seinem Ambiente anzuschauen wünscht. Der Kunde kann sich dann bei sich zu Hause – buchstäblich – ein Bild machen.

Tönt kinderleicht...

... ist es aber nicht. Da ist nicht nur Kunstverstand, sondern auch viel Einfühlungsvermögen gefragt. Meine Tätigkeit ist sehr gesprächs- und arbeitsintensiv. Aber das allein reicht nicht. Vieles spielt sozusagen zwischen den Zeilen.

Sie sind also im Sandwich – zwischen einem Künstler, der seine Werke verkaufen möchte, und einem Kunden, der sein Zuhause verschönern will...

Mein Ziel ist es, Kunst und Mensch zusammenzubringen. Ich habe Verträge

mit rund 50 Schweizer Künstlerinnen und Künstlern. Meine Kunden, die auf der Suche nach einem Kunstwerk sind, haben durch mich Zugriff auf die Werke dieser Künstler. Derzeit besteht noch ein Missverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage. Das heisst, mein Kundenstamm ist noch zu klein, als dass alle Kunstschaffenden durch meine Vermittlung ihre Werke verkaufen könnten. Für mich bedeutet das, dass meine Hauptbeschäftigung darin besteht, neue Kunden zu akquirieren.

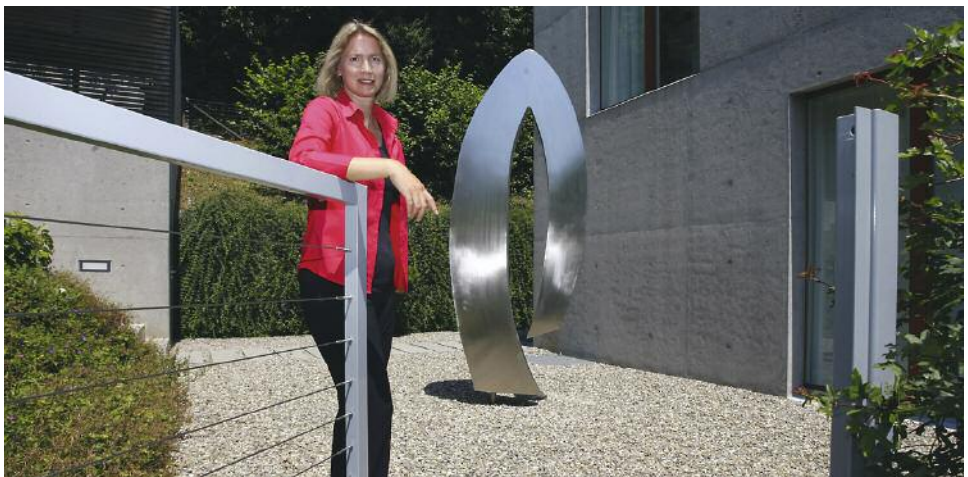
Worin besteht Ihre Dienstleistung?

Ich zeige den Interessenten Kataloge, digitales Bildmaterial und Originalgemälde. Das Probeschauen ist wichtig, denn im möblierten Ambiente und mit anderem Licht wirken Kunstwerke anders. Manchmal begleitet mich ein Kunde in ein Atelier, und sporadisch bestelle ich einen bestimmten Künstler zum Kunden. Oftmals sind daraus bereits massgeschneiderte Auftragsarbeiten ent-

standen. In den meisten Fällen interessieren sich meine Kunden für ein bereits vollendetes Werk. Sehr selten kommt es vor, dass der berühmte Funke nicht springt. Selten deshalb, weil mein Angebot inzwischen sehr umfassend ist und ich über grossen Ideenreichtum und sehr gute Kontakte verfüge.

Das Besondere an Ihrer Dienstleistung ist der Heimservice?

Genau. Ich bringe ein oder mehrere Kunstwerke – in den meisten Fällen ein Gemälde – noch vor einem allfälligen Kaufabschluss zu einem Interessenten nach Hause, damit er vor Ort beurteilen kann, ob es das Richtige ist. Auch für mich als Kunstvermittlerin ist der Augenschein vor Ort sehr aufschlussreich. Er liefert wichtige Anhaltspunkte für meine Beratertätigkeit, die dem langsamen Zusammensetzen eines Puzzles ähnelt. Vollendet ist das Puzzle dann, wenn der Kunde spürt, dass er die richtige Wahl getroffen hat.



Kunstvermittlerin mit grossem Ideenreichtum und vielen Kontakten zur Kunstszene.



Kunst zum Mieten und Kaufen ...

Haben die meisten Ihrer Interessenten zum Voraus klare Vorstellungen von ihrem Wunschobjekt?

Diejenigen, die genau wissen, was sie wollen, sind ebenso zahlreich wie diejenigen, die gar keine Vorstellung haben. Gerade Paare sind sich mitunter am Anfang uneinig, was «das Richtige» wäre. Meistens zeigt sich einer der Partner als klarer Antreiber und Projektinitiant.

Was ist preislich gesehen die Spannweite der Kunst, die Sie vermitteln?

Ich habe schon Bilder vermittelt, die nicht teurer waren als 50 Franken, aber auch schon solche, die 35 000 bis 40 000 Franken gekostet haben.

Vermitteln Sie auch van Goghs oder Picassos?

Mein Netzwerk wächst ständig, sodass ich heute in der Lage bin, auch Hochkarätiges anzubieten.

Wie sind Sie auf die Geschäftsidee gekommen, die hinter «artplacement» steckt?

Im Sommer 2004, zwei Jahre nachdem wir hier an der Neuhoferstrasse eingezogen waren, hatten wir Freunde zu Besuch, die eben erst selber ein Eigenheim gekauft hatten. Die Rede kam irgendwie auf Bilder. Beim Abwasch dachte ich mir dann, dass es doch sinnvoll wäre, als eine Art «Coach» Leute zu unterstützen, die auf der Suche sind nach Bildern und andern Kunstobjekten. Das war der Anfang von «artplacement».

Wer sind Ihre Kunden?

Es sind vor allem Privatpersonen, teilweise auch Unternehmen, denen in Bezug auf die Innenausstattung ihres Domizils noch das Tüpfelchen auf dem i fehlt. Die meisten meiner Kunden sind bereit, für Kunst einiges Geld auszugeben. Aber bei Weitem nicht alle gehören der Kategorie der Schönen und Reichen an. Gemeinsam ist vielen, dass ihnen für die Suche nach Kunst schlicht die Zeit fehlt. Oder sie sind unsicher, mit welcher Kunst sie glücklich werden.



... von 50 bis 40 000 Franken

Gibts auch schwierige Kunden?

Ja klar, das ist Teil des Geschäfts. Ich verfüge jedoch über das nötige Einfühlungsvermögen und eine gewisse Lebenserfahrung, auch solche Kontakte gut managen zu können.

Wie sind Sie an die Künstler herangekommen, die bei Ihnen unter Vertrag stehen?

Viele Künstler suchen zusätzliche Verkaufskanäle als Alternative oder Ergänzung zum Atelier. Ich erhalte also laufend Künstleranfragen. Klare Priorität hat für mich nun aber nicht die Künstler, sondern die Kundenakquise.

Was steht in den Verträgen mit den Künstlern?

Ich habe mit den Künstlern kein Exklusivverkaufsrecht vereinbart. Sie sind frei, ihre Werke auch anderweitig zu verkaufen. Kunstschaffende, die ihre Kunstwerke via «artplacement» verkaufen, verzichten auf einen Teil ihres Umsatzes, nämlich auf mein Vermittlerhonorar, das rund 30 bis 40 Prozent des Kaufpreises ausmacht. Von diesen 30 bis 40 Prozent finanziere ich mich. Der Kunde wiederum muss mir kein Honorar bezahlen. Er bezahlt genau gleich viel, wie wenn er direkt beim Künstler oder an einer Ausstellung kaufen würde. Er profitiert aber von meiner Beratung und meinen sonstigen Dienstleistungen.

Könnten Sie von Ihren Vermittlerdiensten leben?

Nein, noch nicht. Mein Aufwand ist noch immer um einiges grösser als der Ertrag. Aber um mein Geschäft noch profitabler zu machen, müsste ich auf

10 x Erika Krähenbühl privat:



Name und Funktion:

Erika Krähenbühl
Inhaberin

Firma:

artplacement – Originalbilder, Kunstdrucke, Objekte

Mitarbeiter

Ein-Frau-Betrieb

Gründungsjahr

2005

Website: www.artplacement.ch

Traumberuf als Kind:

Kindergärtnerin

Idol/Vorbild

Menschen, die gradlinig, ehrlich und gerecht sind und nicht meinen, etwas Besseres zu sein als andere.

Nächster Film im Kino

«The King's Speech»

Musikstil/Interpreten:

Blues, Pink Floyd, momentan auch Adele

Zuletzt gelesenes Buch:

Pablo Picasso: «Über Kunst»

Bevorzugte Feriendestination:

Meer

Das habe ich mir zuletzt gegönnt

Zeit für mich selbst, nämlich ein 45-Minuten-Spaziergang mit einer lieben Nachbarin

Persönliches Engagement:

Gleichzeitig Mutter, Ehefrau und Hausfrau sein und dabei meine Firma «artplacement» weiter aufbauen. Kunstkommission: Kunst am Bau beim neuen reformierten Kirchgemeindehaus Mändedorf

Credo/Motto:

Stets positiv denken und aus allem das Beste machen. Wer Gutes tut, bekommt auch Gutes zurück.

Wunsch für «artplacement»:

Von Kundenseite her aktiver kontaktiert zu werden

Drei persönliche Wünsche:

Gesundheit, Frieden, Zeit haben.

vieles, das mir eben auch am Herzen liegt, verzichten. Etwa müssten unsere Kinder öfters fremdbetreut werden, damit ich mehr Zeit für mich und mein Geschäft hätte.

Sie sind gerne selbstständig und denken unternehmerisch. Für welche anderen Jobs könnten Sie sich auch noch begeistern?

Ich könnte mir im sozialen Bereich, vielleicht in einer Non-Profit-Organisation, eine Tätigkeit vorstellen. Etwa als Verantwortliche für Kommunikation oder Marketing. Ich möchte in einem Betrieb nicht nur ein kleines Rädchen, sondern für etwas verantwortlich sein, das ich in eigener Verantwortung von A bis Z durchziehen kann. Denkbar wäre auch eine Tätigkeit im Projektmanagement. Ursprünglich habe ich eine kaufmännische Ausbildung absolviert. Wichtig ist mir auch, dass ich mit meiner Tätigkeit Geld verdienen kann.

Interessante Jobs gäbe es auch im Bereich Freiwilligenarbeit...

Einverstanden. Der Frauenverein Männedorf hat mich kürzlich für die Mitarbeit im Vorstand angefragt. Ich habe – schweren Herzens – abgesagt, weil mir dazu einfach die Zeit fehlt. Manchmal wünschte ich mir 48-Stunden-Tage. Es gibt so vieles, für das ich mich neben meiner Kunst und der Familie auch noch begeistern könnte. Zeit haben ist für mich Luxus.

Wie lernt man, was gute Kunst ist, die dann auch noch in mein Zuhause passt?

Nun, das sind zwei paar verschiedene Schuhe, denn gute Kunst passt nicht unbedingt in jedes Heim, und passende

Kunst ist nicht zwingend gute Kunst (lacht...).

Gut, lassen wir die gute Kunst...

Das hat neben solidem Wissen viel mit dem «richtigen Gschpüüri» zu tun. Es braucht bei meinem Job ein gutes Gespür für Räume, Farben und Formen und natürlich für den Menschen. Vielleicht haben Frauen ein besseres Gefühl für Stimmigkeiten und Unstimmigkeiten. Um bei meiner Tätigkeit Erfolg zu haben, braucht es gute empathische Fähigkeiten.

Sie leben seit rund 10 Jahren in Männedorf. Was bindet Sie an unsere Gemeinde?

Ich habe einen Teil meiner Jugend am linken Seeufer verbracht. Der See zieht mich magisch an. Ich bin eine totale Wasserratte. Nach einem Abstecher ins Zürcher Unterland, woher mein Mann stammt, sind wir heute hier sehr glücklich. Wir haben rund drei Jahre lang gesucht, bis wir hier in Männedorf ein zu uns passendes Objekt gefunden haben.

Frau Krähenbühl, herzlichen Dank für das Gespräch.



artplacement

Neuhofstrasse 16

8708 Männedorf

Telefon/Fax +41 43 843 58 75

Mobile +41 79 567 16 41

E-Mail: info@artplacement.ch