

Geburtshelferin in Sachen Kunst

Von Michèle Binswanger
artplacement liefert
hochwertige Kunst
vom Atelier direkt ins
Haus. Hinter der Ein-
Frau-Firma steht Erika
Krähenbühl, die mit
dieser Dienstleistung
eine Nische im sonst
so turbulenten
Kunstzirkus
besetzt.



Fotos: Stefan Jermann

Kunst hat einen elitären Ruf. Das gilt zwar nicht für die Herstellung, schliesslich wissen wir seit Beuys, dass in jedem von uns ein potenzieller Künstler steckt. Es gilt auch nicht für die Rezeption, denn man muss nichts über Kunstgeschichte wissen, um sich von einem Gemälde berühren zu lassen. Elitär aber ist die Kunst dort, wo sie meist zu Hause ist und präsentiert wird, in den unzähligen von Schweiss- und Alkoholdunst geschwängerten Galerien, in den heiligen Hallen imposanter Museen, in den weitläufigen Gängen von Kunstmessen. In der Masse der globalen Kunstproduktion kann durch die geballte Kraft nicht nur Hören und Sehen vergehen, sondern auch die Lust, in diesem Dschungel nach dem Stück zu suchen, das man sich übers Sofa hängen möchte.

In diese Lücke springt Erika Krähenbühl. «Kunst inspiriert und bereichert, aber sie darf auch einen dekorativen Anspruch haben», sagt die Frau, die artplacement ins Leben gerufen hat. artplacement ist eine Idee, eine Dienstleistung, ein Ein-Frau-Unternehmen mit vielfältigem Netzwerk: Krähenbühl vermittelt Werke vom Künstleratelier direkt ins Haus oder in Geschäftsräumlichkeiten, und dies zu den üblichen Ausstellungspreisen der Kunstschaffenden. Krähenbühls Aufgabe besteht darin, im Portfolio ihrer Künstler genau das Werk zu finden, das auf die individuellen Vorlieben des Kunstinteressenten, die zu gestaltenden Räumlichkeiten und das jeweilige Budget zugeschnitten ist. Sie ist eine Art mobile Galerie. Ähnlich einem Störkoch besucht sie Firmen

WER KAUFT KUNST?

Der Spekulant kauft Kunst als Investition. Der echte Sammler kauft Kunst als Liebhaber. Für den Trendigen ist Kunst ein Konsumgut. Das Angebot von artplacement richtet sich vor allem an Privatpersonen ohne spezifisches künstlerisches Interesse, aus eher dekorativem Anspruch, an solche mit künstlerischem Interesse, die auch an der Person und der Idee des Werkes interessiert sind, Sammler, die ihr Portfolio mit verschiedenen Künstlern diversifizieren wollen. artplacement richtet sich aber auch an Firmen als Sammler ausserhalb des Profitdenkens.

und Privatpersonen in ihren Räumlichkeiten, präsentiert Originalwerke zum unverbindlichen Anschauen und berät Kunden bei der Auswahl. Eine Geburtshelferin der geschmackvollen Kaufentscheidung.

Erika Krähenbühl sitzt auf der Terrasse ihres Einfamilienhauses in Männedorf mit majestätischem Blick über den Zürichsee. Hier wohnt sie mit ihrem Mann und ihren beiden halbwüchsigen Kindern. Während sie spricht, schenkt sie gleichzeitig Mineralwasser ein, arrangiert eine Schale mit Cracker auf dem Tisch und gibt einem trotzdem das Gefühl vollkommener Aufmerksamkeit. Und dass man in guten Händen ist. Eine ordnende Hand verrät auch die sorgsam ausgewählte Innenausstattung: unaufdringlich arrangierte Kunstkompositionen verleihen dem Terrassenhaus den ganz persönlichen Charakter. Dieses Haus war auch der erste «Kunde» ihrer innovativen Firma, für welche die blonde Frau mit den wachen Augen seit fünf Jahren ununterbrochen weibelt.

Eine Macherin sei sie schon immer gewesen. Beim Einzug in das Haus vor neun Jahren kam ihr dann die zün-

dende Idee, als sie bemerkte, wie aufwendig die Suche nach Kunst für eine spezifische räumliche und persönliche Situation sein kann: Vom zu gestaltenden Raum über die Wahl eines Künstlers bis zur Platzierung des konkreten Werkes. Ein zeitintensiver Prozess, selbst für jemanden wie sie, der viel Erfahrung im gestalterischen Bereich mitbringt: Die ausgebildete kaufmännische Angestellte absolviert seit Jahren künstlerische Ausbildungen, unter anderem an der Kunstgewerbeschule, und unterstützt verschiedene Kunstkommissionen. Warum also die Kunstsuche nicht als exklusive Dienstleistung anbieten? Während eines Jahres arbeitete sie am Konzept für eine entsprechende Geschäftsidee, verschaffte sich einen Überblick über den Markt, knüpfte Kontakte, wählte Künstler aus für ihr Portfolio.

Wie eine Galerie nimmt sie Künstler unter Vertrag, mit denen sie zusammenarbeitet, und bekommt eine Provision für die vermittelten Werke. Inzwischen vertritt sie rund 50 KünstlerInnen und hat damit Zugriff auf ein riesiges Kunstsortiment. Allerdings ist es nicht ihre Aufgabe, ihre Künst-

«DIE PALETTE
DER
BEDÜRFNISSE
IST GROSS»



artplacement-Inhaberin Erika Krähenbühl:
«Kunst inspiriert und bereichert, aber sie darf
auch einen dekorativen Anspruch haben.»

ler im Kunstmarkt zu promoten, sie international bekannt zu machen, in wichtigen Museen und Sammlungen zu platzieren. Erika Krähenbühl will Kunst an Orte vermitteln, wo es nicht um die Logik eines Kunstmarktes oder des Profitdenkens geht, sondern um das Bedürfnis eines Kunstliebhabers, der mit Kunst ein individuelles Ambiente gestalten will.

Von Kunstdrucken für ein paar Hundert Franken bis zu grösseren Unikaten im Wert von 150.000 Franken vermittelt artplacement Malerei, Fotografie, Skulpturen in verschiedenen Techniken und Materialien. Wobei es durchaus nicht nur ums Dekorative gehe, sagt sie. «Firmen und Privatpersonen interessieren sich auch für ideale Hintergründe und weniger eingängige Werke, die Palette der Bedürfnisse ist gross.» Gerade weil es in der professionellen Kunstwelt selten um Fragen der Ästhetik geht, ist ihre Dienstleistung auch eine ziemlich clevere Idee. Angesichts der Unübersichtlichkeit der zeitgenössischen Kunstproduktion und dem Boom der Branche mit explodierenden Preisen fehlt manchem Laien nicht nur die Übung, sondern auch der Mut, sich darauf einzulassen.

Als Geschäftsidee hat die Sache nur einen kleinen Haken. Der Markt, den artplacement anpeilt, muss stets aufs Neue geschaffen werden – ein Kunstkauf zum Beispiel fürs Eigenheim ist meistens eine einmalige Investition. Deshalb besteht Krähenbühls Hauptaufgabe auch vor allem im Knüpfen von neuen Kundenkontakten. Ihre Empathie, ihre Überzeugung, lieber nichts zu verkaufen, als einen unglücklichen Kunden zu haben, spornt die bisherige Klientel an, ihrerseits wieder neue Kunden ins Business zu bringen, was die lange Referenzliste auch bestätigt. So hat sich ihr Geschäft bis heute langsam, aber stetig weiterentwickelt. Denn Kunst ist da am wertvollsten, wo sie nicht elitär ist, sondern einfach nur fasziniert. ●

artplacement
Erika Krähenbühl
Neuhofstrasse 16
8708 Männedorf
www.artplacement.ch