Netflix of Art?

Das Luzerner Start-up «NoA – Network of Arts» geht neue Wege, um Kunst unter die Leute zu bringen. Kunst-Streaming oder kuratorischer Geistesblitz? Werkstattbesuch bei einem Aufbau in Bern.



David Herren installiert sein Werk «Boundary». Bild: zvg

Eine stattliche Villa unweit des Berner Bahnhofs: Hier liegt der Hauptsitz der Garaio AG, einer IT- und Software-Firma mit 150 Angestellten. In der Villa nebenan befindet sich mit der Galerie Kornfeld eines der führenden Auktionshäuser der Schweiz. Doch an diesem warmen Junitag wird nicht die Galerie mit Kunst bestückt, sondern die IT-Firma. Sie ist eine Kundin von «NoA – Network of Arts». Das von Florian Paul Koenig und Florian Rieder gegründete Luzerner Start-up vertritt junge Kunstschaffende und vermietet ihre Werke an Firmen und Private.

Koenig, selber Künstler und NoA-Kurator, erklärt: «Kleine und mittlere Galerien verschwinden zusehends. So kommt dem Markt eine ganze Generation von jungen Kunstschaffenden abhanden – sie finden keinen Einstieg mehr.» NoA bietet Abhilfe, indem neue Kunstvermarktungsstrategien entwickelt werden. «Show your art and earn money», heisst es auf den neonfarbenen Plakaten, die derzeit in Luzern aushängen.

Das Konzept ist bestechend simpel

NoA schlägt eine Brücke zwischen Firmen und Kunstschaffenden und übernimmt die Organisation der Ausstellungen in den Firmensitzen. Das Portfolio umfasst bereits 130 Kunstschaffende aus der Schweiz, aus Frankreich, Spanien und weiteren Ländern. Tendenz: steigend. «Deswegen verlassen wir uns inzwischen auf Jurierungen der Hochschulen, nehmen aber natürlich auch Leute sur dossier auf», so Koenig. Das sei sinnvoll, weil die Interessenten eine qualitative Auswahl bräuchten; die erste Selektion wird der potenziellen Kundschaft so abgenommen. Für die Garaio AG hat Koenig sechs Künstlerinnen und Künstler vermittelt: Selina Bächli, Myrien Barth, Dale Forbes Molina und Studio Porto. Und mit David Herren und Milan Rohrer sind auch zwei Zentralschweizer vertreten. Herren studiert an der HSLU –Design & Kunst im Bachelor Kunst und Vermittlung, Rohrer ist Fotograf aus dem Kanton Obwalden und lebt seit einigen Jahren in Zürich.

David Herren hat besonders gefallen, wie niederschwellig und ohne enge Vorgaben man als Künstler sein NoA-Portfolio online selber erstellen kann: «Bei Garaio zeige ich Werke, die ich auch auf der NoA-Plattform zeige.» Das sind die zwölf Druckgrafiken «remap», von einer eigens programmierten Software generiert, sowie die Installation «Boundary». «Meine Form von Hightech hat keinen praktischen Nutzen. Sie erscheint hier in einem neuen Kontext», so Herren. Und in der Tat: «Boundary» ist eine an Drahtkabeln befestigte kleine Plattform, auf der eine silberne Kugel umherrollt. Sensoren versuchen, sie ins Lot zu bringen, lassen sie durch ihre ständige Bewegung aber immer weiter rollen. Herren fügt hinzu: «Das technische Verständnis ist mir weniger wichtig als der emotionale Zugang.»

«Wir sind uns bewusst, dass die Arbeiten nicht dem ganzen Team gleichermassen gefallen werden», so Thomas Hadorn und Sarah Neuhaus vom Garaio-Marketing. Doch genau diese Auseinandersetzung mit Kunst streben sie an. «Nach zehn Jahren in dieser Villa brauchten wir und das Team eine Veränderung», erklärt Hadorn. Lange hätten sie an einem Bildkonzept getüftelt. Bei allen marketingüblichen Massnahmen fehlte aber genau jener

künstlerische Aspekt, den NoA mitbringt. Hadorn ist gespannt: «Wir hoffen natürlich auch auf interessante Gespräche mit unserer Kundschaft, die bei uns mit Kunst in Berührung kommt.» Nebenan installiert das Duo vom Zürcher Studio Porto gerade ein filigranes Mobile aus weissen 3-D-Drucken. Neuhaus ergänzt: «Auch der Aspekt der Kunstförderung ist uns sympathisch. Und: Ein Kunstkonzept mit rotem Faden braucht Zeit und Know-how.» NoA hilft also nicht nur Kunstschaffenden auf die Sprünge, sondern liefert den Firmen auch ein attraktives Storytelling. Das erfordert kuratorisches Fingerspitzengefühl.

«Wir machen keine Dekoration»

Das ist den NoA-Gründern Koenig und Rieder wichtig. Die gezeigten Werke stehen auch zum Verkauf; den Preis bestimmen die Kunstschaffenden selbst. Wird ein Werk verkauft, erhält NoA die branchenüblichen 40 Prozent des Verkaufspreises. Noch übersteigt die Anzahl an künstlerischen Positionen die Zahl der Kollaborationspartner deutlich. «Wir können niemandem eine Garantie geben, ausgestellt zu werden», meint Koenig. Schliesslich müssen die Werke ja auch jeweils zur Firma passen. Die Ausstellungen sind meist auf sechs Monate ausgelegt. Das mag den galerienerprobten Kunstkonsumentinnen und -konsumenten lange erscheinen, den Firmen nicht. «Oftmals wollen unsere Kundinnen und Kunden die Ausstellungen verlängern», so Florian Rieder.

Auf dem neusten Flyer, den Koenig auch an der Art Basel mit sich führte, liest man: «We do not have blue chips but greenhorns.» Blue Chips heissen im Galerie-Jargon bekannte Kunstschaffende. Bekannt heisst hier: teuer. Wie die blauen Chips, die beim Pokerspiel die wertvollsten sind. Will heissen: NoA vertritt in erster Linie Greenhorns, Neulinge. Weil das Portfolio so umfangreich ist, gibt es dennoch preisliche Abstufungen. NoA unterscheidet zwischen «newcomer», «emerging» und «mid career». Was, wenn aus einem Greenhorn ein Blue Chip wird? «Dann haben wir ein Luxusproblem», lacht Koenig. NoA könne sich dann vorstellen, spezifische Kollaborationsverträge mit den entsprechenden Kunstschaffenden abzuschliessen und sich zunehmend auch im klassischen Galerienumfeld zu bewegen.



David Herren präsentiert seine Serie «remap». Bild: zvg

Katharina Thalmann

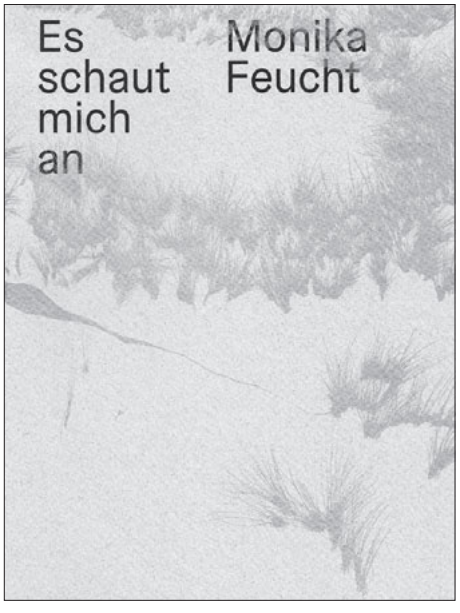
www.networkofarts.com

VERFREMDUNG UND ANEIGNUNG

Das Wort «Haarstrich» bezeichnet typografisch den feinen Aufstrich bei einem Zeichen, und in der Biologie steht es für die Streichrichtung der Körperbehaarung. Im Werk von Monika Feucht werden die beiden Bedeutungen künstlerisch aufgehoben. Mit feinen Graphitstrichen erforscht die Künstlerin die Struktur von Haar in den verschiedensten Facetten. Vorab ihre «DNA»-Serie entfaltet eine verwirrende Wirkung. Gänzlich losgelöst von Kopf und Körper verwandeln sich Hinterkopfansichten in filigran verwirbelte Muster, die durch die grossen Zeichenformate die Wirklichkeit zusätzlich verfremden. Das Haar – ein zugleich idealisiertes wie tabuisiertes Körperteil – entfaltet so losgelöst seine ganze Schönheit.

Das Haar spielt seit je eine zentrale Rolle im Werk von Monika Feucht. Erinnert sei an die haarigen Muschelmonstren der Objektgruppe «Di mare» (1998 / 1999) oder an die Haar-Stickereien, die mit der Installation «déjeuner – mein täglich brot» (2016) Aufnahme in der Publikation «Es schaut mich an» gefunden haben. Monika Feucht präsentiert darin Arbeiten aus den letzten fünf Jahren. Den feinen Haarstrich übernehmen auch zahlreiche Landschaftsbilder, die an japanische Zen-Malerei erinnern. Monika Feucht hat einige davon in Paris gezeichnet, um so kundzutun, «wo ich wirklich war», wie der Titel einer Serie lautet.

Verfremdung und Aneignung bilden zwei zentrale Elemente. Die Künstlerin liebt es, sich Fundsachen und Vorbilder anzueignen, um sie mit ihrer Handschrift zu verfremden. So liesse sich auch mit Faden sticken, allein das Haar verhält sich anders – «sperriger», wie sie in einem begleitenden Gespräch mit Heinz Stahlhut bemerkt. Das Sticken mit Haar erfordert wie das filigrane Stricheln mit Blei- und Graphitstiften Geduld. «Durch die ständige Wiederholung der Striche und Linien wird dieses Zeichnen meditativ.» Das Haarbild «tête-à-tête» von 2015 gibt einen bildlichen Hinweis auf den Titel der Publikation. Die Spiegelung zweier Haarbilder verwandelt sich in ein Antlitz mit zwei Augen, die hinterrücks die Betrachter betrachten. Eine Reihe von «Paarungen» nimmt dieses Motiv des verstohlenen Blicks auf. «Es schaut mich an» gibt einen notabene auch drucktechnisch schönen Überblick über ein «haariges», also künstlerisch sehr eigenwilliges Schaffen, das sich ständig in Bewegung befindet. (bm)



Monika Feucht: Es schaut mich an.
Mit einem Ateliergespräch zwischen Heinz Stahlhut und Monika Feucht. Eigenverlag, Luzern 2018. 84 Seiten. Fr. 40.–