

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Band: 30 (2017)
Heft: 6-7

Artikel: Design als Kunst verkaufen
Autor: Koeberle, Susanna
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-730978>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

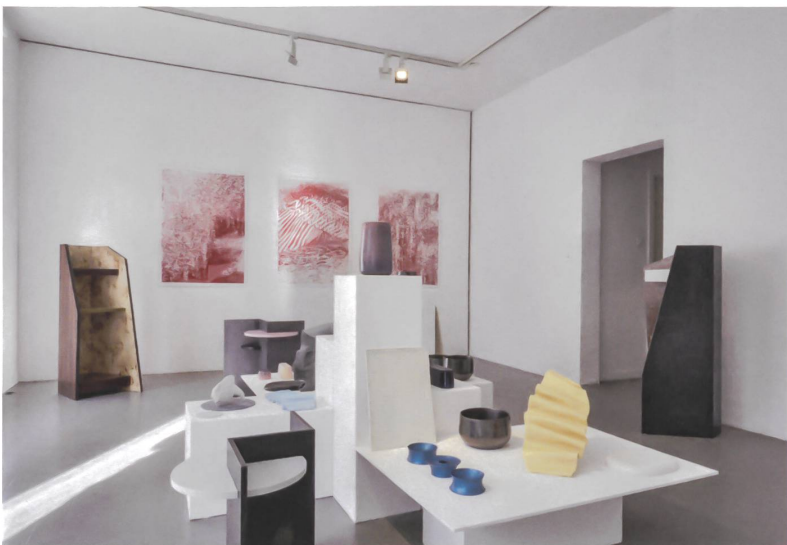


Kissthedesign in Lausanne: Corine Stübi und Yanick Fournier zeigten erst Kunst, nun kombinieren sie Vintage-Möbel mit limitierten Editionen.

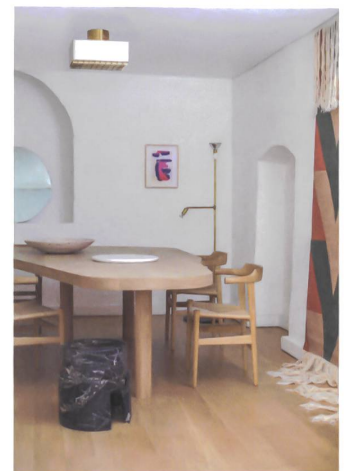
Design als Kunst verkaufen

Designgalerien übernehmen ein Konzept aus dem Kunsthandel. Damit Geld zu verdienen, ist schwierig. Wer überleben will, braucht gute Ideen und clevere Konzepte.

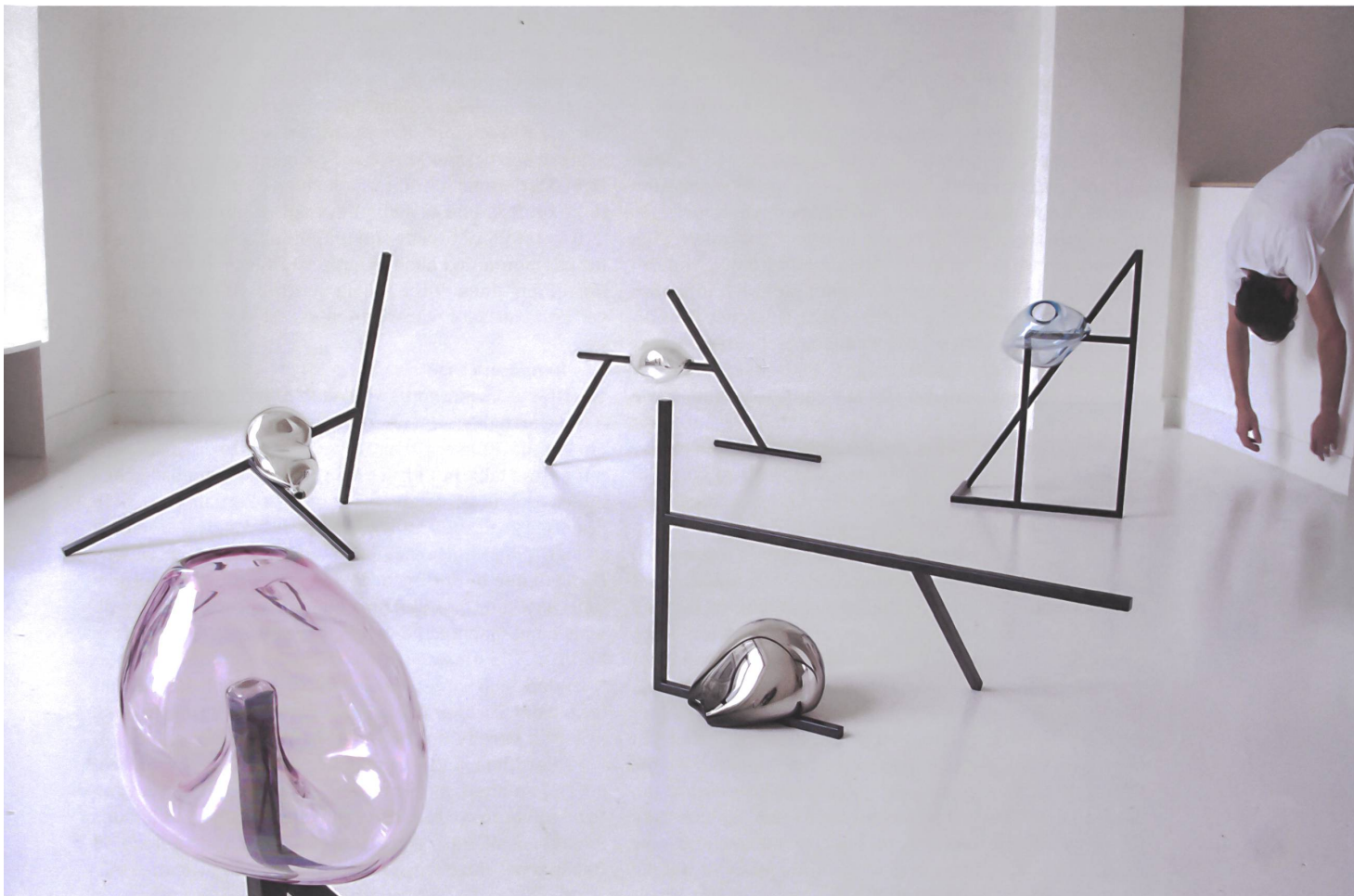
Text: Susanna Koeberle



Martin Rinderknecht von Helmrinderknecht in Zürich glaubt an das Modell temporäre Galerie.



Arnaud Christin von Complete Works in Genf interessieren nicht einzelne Objekte, sondern ganze Ausstattungen.



Hérard de Pins will in seiner Mobilab Gallery in Lausanne den Dialog zwischen Design und Kunst erleichtern. Dabei fördert er junge Talente wie das Atelier Peekabo.

Design kann Kunst sein – darauf deuten Begriffe wie Design-Art oder Limited Edition. Sie kamen vor rund zwanzig Jahren auf, zugleich entstand ein neuer Markt. Bekannteste Messe ist die Design Miami. Kurz nach ihrer Gründung 2005 eröffnete sie einen zweiten Standort in Basel, wo sie zeitgleich mit der Art Basel teure Möbelstücke, seltene Leuchten, erlesene Objekte oder Limited Editions präsentiert. Mittlerweile beteiligen sich daran jedes Jahr rund fünfzig Designgalerien aus aller Welt, darunter viele Vintage-Galerien, mit wenigen Ausnahmen allerdings keine Schweizer Aussteller. Die Designgalerien übernehmen ein Geschäftsmodell, das der Kunsthandel geprägt hat: Galeristen stellen Werke aus und hoffen, dass sich ihre Schützlinge optimal entwickeln und dass der Wert der Arbeiten steigt. Die Einnahmen teilen sich Künstler und Galeristin. Produktion der Werke, Raummiete, Messeauftritte, Personal- und Werbekosten übernimmt in der Regel die Galerie. Eine goldene Nase können sich damit nur grosse Player verdienen; in der Schweiz geraten Kunstgalerien im mittleren Segment unter Druck.

Internationale Beziehungen

Zwei Dinge fallen auf: Schweizer Designgaleristen haben verschiedene Konzepte entwickelt, und die meisten Designgalerien befinden sich in der Romandie. Letzteres könnte mit der historisch wichtigen Rolle der Arts Décoratifs in Frankreich zusammenhängen. Sie widerspiegelt sich auch in den Pariser Galerien, die gut ein Fünftel der Aussteller an der Design Miami / Basel ausmachen. Auch die vor einem Jahr in Zürich gegründete Gallery Elle ar-

beitet eng mit einer Pariser Galerie zusammen. Inhaberin Atossa Meier baut sich neben dem Handel mit limitierten Editionen der Galerie Armel Soyer ein Standbein als Kunstgaleristin auf. Die Kombination von Businessplan und Leidenschaft für die Materie scheint bei ihr aufzugehen, denn sie kann schon kurz nach der Eröffnung ihres Raums von den Einnahmen leben. Allerdings stellt sie damit eher eine Ausnahme dar.

Die Kundschaft in der Westschweiz bestehe nur zum Teil aus lokalen Sammlern, sie stamme auch aus Frankreich, sagt der Genfer Frédéric Ormond. Er definiert seinen Raum eher als Showroom und Studio denn als Galerie. Hier bedient er kaufkräftige Kundinnen aus den USA, Asien und Australien. Der Markt ist international und elitär bestellt, was auch die Preise an der Design Miami / Basel zeigen. Dies hängt mit den horrend hohen Standmieten zusammen, aber auch mit der Klientel, die solche Preise erwartet. Es erstaunt kaum, dass Schweizer Designgalerien an dieser Messe der Superlative kaum Fuss fassen können. Fehlt das nötige Netzwerk, lohnt sich der Aufwand nicht, bestätigt Martin Rinderknecht von der Zürcher Galerie Helmrinderknecht, der vor einigen Jahren dort ausstellte.

Dialog zwischen Kunst und Gestaltung

Zum Überleben setzen hiesige Designräume auf gemischte Konzepte wie etwa die Galerie Kistthedesign in Lausanne. Sie wurde 2010 von Corinne Stübi und Yanick Fournier gegründet. Ihr Angebot entwickelte sich von einer Kunstgalerie zu einem Raum, der auch zeitgenössischen Designerinnen und Designern eine Plattform →

→ bietet. Dabei sind die Übergänge fließend, wie die erste Designausstellung mit Tobias Schäfer zeigte, der ursprünglich Künstler ist. Er präsentierte handwerklich gefertigte Einzelstücke, die man als konzeptuelle Möbelstücke mit surrealer Anmutung bezeichnen könnte. Später zeigten jüngere Produktdesigner in thematischen Gruppenausstellungen limitierte Editionen, die explizit geschaffen und weitgehend von der Galerie finanziert wurden.

Abgerechnet wird dabei wie in einer Kunstgalerie: Die Einnahmen werden halbiert. Allerdings wird dies von Fall zu Fall gehandhabt. Einige Designer stehen limitierten Editionen kritisch gegenüber. «Jeder Designer funktioniert anders und trifft seine eigenen Entscheidungen, das ist nicht wie in der Kunst», sagt Corine Stübi. Die Querfinanzierung durch den Handel mit Vintage-Möbeln sowie ausgesuchten Marken hält die Galerie über Wasser. «Zeitgenössisches limitiertes Design rentiert für uns nicht», sagt Stübi, «dieser Markt ist offenbar noch zu jung. Für grosse Design-Sammler wiederum sind wir zu günstig. Kunst ist da fast einfacher.»

Einen Dialog zwischen Kunst und Design möchte der Inhaber der Ende 2014 gegründeten Galerie Mobilab Gallery in Lausanne vorantreiben. Hérard de Pins begann als junger Mann eine Ausbildung zum Auktionator, brach diese aber ab, da ihm die reine Marktlogik zuwiderlief. Vielmehr träumte er davon, eine Galerie zu eröffnen. Der Franzose beschloss nach reiflicher Überlegung, in der Schweiz «einen hybriden Raum zu eröffnen». Ihn verbindet seit Kindheit etwas Emotionales mit Objekten. Wo die Grenze zwischen Kunst und Design liegt, interessiert ihn dabei weniger. Dass er sich den Traum einer eigenen Galerie erfüllen konnte, verdankt er einer finanziellen Reserve, die er durch Aktivitäten in der Immobilienbranche auf die

Seite legen konnte. Die Galerie ist jung und steht finanziell noch nicht auf eigenen Beinen. Dennoch schaut de Pins optimistisch in die Zukunft. Was er einnimmt, investiert er in neue Editionen. Als künstlerischer Leiter und Kurator will er junge Talente, an die er glaubt, nach oben bringen und bei kaufkräftigen Sammlern bekannt machen. Der Galerieraum hilft ihm, sich einen Namen zu schaffen. In Zukunft könne er sich aber auch einen digitalen Auftritt vorstellen. Dieser soll unabhängig von der Galerie funktionieren und auch günstigere Stücke anbieten. Das Betreiben eines durchgängig geöffneten Ladens raube viel Zeit und Geld, wie er berichtet.

Temporäre Orte

Dieser Umstand bewog auch Martin Rinderknecht, beim Umzug seiner Galerie von Berlin nach Zürich auf ein Pop-up-Konzept zu setzen. 2009 hatte er zusammen mit Petra Helm in Berlin einen Ort für zeitgenössisches internationales Design gegründet. Zu Beginn war es ein erklärtes Ziel, auch an Messen teilzunehmen. Neben der Design Miami / Basel nahm die Galerie an der Art Cologne, der Qubique in Berlin sowie an der Object in Rotterdam teil. Ohne die Unterstützung eines Investors wäre das damals nicht machbar gewesen. Doch als sich der Hype um Berlin als Galerienstadt gelegt hatte, wurde es schwieriger. Nachdem sich seine Galeriepartnerin zurückgezogen hatte, zog der Zürcher in die Schweiz zurück, zumal er auch in Berlin bereits Kontakt mit Schweizer Kunden pflegte.

Allerdings sind hier die Mieten hoch. 2011 erhielt er die Gelegenheit, an zentraler Lage temporär einen günstigen Raum zu mieten. Auch dank Laufkundschaft lief das Projekt so gut, dass er sich definitiv für Zürich entschied. Das brachte ihn dazu, auf Arbeiten von Schweizer Desig-



«Zu schön, um Kleider aufzuhängen.»

Andreas Malzacher, Partner

Gräub Office ist Ihr Partner für die Planung und Einrichtung von Arbeitswelten. Jeder Raum, jedes Detail ist passend umgesetzt.

Ein schönes Beispiel für unseren Anspruch: Der Kleiderständer 1812 LH ist Schweizer Verarbeitung auf höchstem technischen und formalem Niveau. esit.ch



GRÄUBOFFICE

Planen, Einrichten. graeuboffice.ch

nerinnen und Designern zu fokussieren. Anfangs präsentierte er sie zusammen mit Künstlern einer Zürcher Galerie. «Die Vermittlung vor Ort, das persönliche Erklären der Designobjekte ist wichtig», erklärt er. Da er diese Tätigkeit querfinanzieren musste, reduzierte er sie auf wenige und kurze Auftritte. Das verringere zwar Kosten, sei aber keine ideale Situation: «Sammler muss man pflegen, man muss dranbleiben.» Nach wie vor sieht er Bedarf und Potenzial in der Förderung von Schweizer Design. «Es fehlen sowohl Plattformen als auch die Unterstützung durch Institutionen. Die mangelnde Kontinuität ist problematisch», meint Rinderknecht etwas ernüchtert.

Freiräume brauchen Unterstützung

Für Designer kann das Ausbrechen aus disziplinären Zwängen befreiend sein. Das heisst nicht, dass sie sich deswegen gleich als Künstler sehen. Die Möglichkeit zu experimentieren, gehört zu jeder kreativen Tätigkeit, will sie nicht in Routine enden. Gelegenheit dazu will die Nov Gallery in Carouge bieten. Zum zweiten Mal lancierte die Inhaberin Nicole Chebeir Ragy dieses Jahr einen Wettbewerb, bei dem junge Designerinnen und Designer anonym eine Arbeit zu einem vorgegebenen Thema einreichen konnten. Die Objekte wurden von einer Jury bewertet, zehn Arbeiten wurden ausgesucht und sowohl in der Galerie als auch an der Mailänder Möbelmesse in der Galerie Rossana Orlandi gezeigt. Für die Ausstellung in Mailand erhielt die Galerie Unterstützung von Pro Helvetia sowie für die Produktion einzelner Stücke von der Ikea-Stiftung.

Unterstützung bekommen wenige; das zwingt Designgalerien dazu, entweder in einem hohen Preissegment zu operieren, auf Reserven zurückzugreifen oder ein gemischtes Konzept zu erfinden. Dass dazu auch das Kre-

ieren von Interieurs gehören kann, zeigt Complete Works in Genf. Inhaber und Architekt Arnaud Christin wechselte vor einem Jahr sein Konzept. «Der Markt hat sich in den letzten Jahren stark verändert, das klassische Möbelgeschäft hat ausgedient», sagt er. Nach wie vor bietet er neue Entwürfe an, aber in stark reduzierter Form. Er ergänzt das Sortiment mit Vintage-Möbeln, Einzelstücken, die teilweise von Künstlern stammen, oder mit auf Mass gefertigten Möbeln, die er selbst entwirft.

Von limitierten Editionen hält Christin nicht viel, es gelinge nur wenigen, einen Mehrwert zum Industriedesign zu schaffen. Ihn interessieren nicht einzelne Objekte, sondern ganze Raumkonzepte. Der Tendenz zur Dienstleistung folgen auch traditionelle Möbelgeschäfte. Complete Works geht einen Schritt weiter. Man könnte das Konzept als kuratierten Raum für Gestaltung bezeichnen, als Ort des Arbeitens und der Inspiration.

Verschiedene Standbeine zu kombinieren, bietet eine mögliche Antwort auf die Schwierigkeit, hierzulande als unabhängiger Designraum zu überleben. Ob das Konzept den Namen Designgalerie verdient, ist dabei sekundär. Denn gerade solche gemischten Konzepte sind vielversprechend, zumal die Räume dadurch unterschiedliche Funktionen ausüben und dank ihrer Mehrgleisigkeit auch ein breiteres Publikum ansprechen können. Es wäre wünschenswert, dass dies auch auf Messen wie der Design Miami / Basel verstärkt möglich wäre. Ansätze dazu gibt es mit dem Format «Design Curio»: Galerien oder Kuratoren mit Designprojekten, die auch Recherchecharakter haben, können sich für die Teilnahme an der Messe bewerben. Die ausgesuchten Projekte erhalten vergünstigte Konditionen für den Auftritt. Allerdings könnte diese Plattform durchaus etwas prominenter in Szene gesetzt werden. ●



eternit®

Der neue Boden
der Tatsachen.

Swisspearl® FLOOR setzt neue Gestaltungsmaßstäbe.

Eternit (Schweiz) AG
CH-8867 Niederurnen
www.eternit.ch