

»Die Resonanz war kolossal«

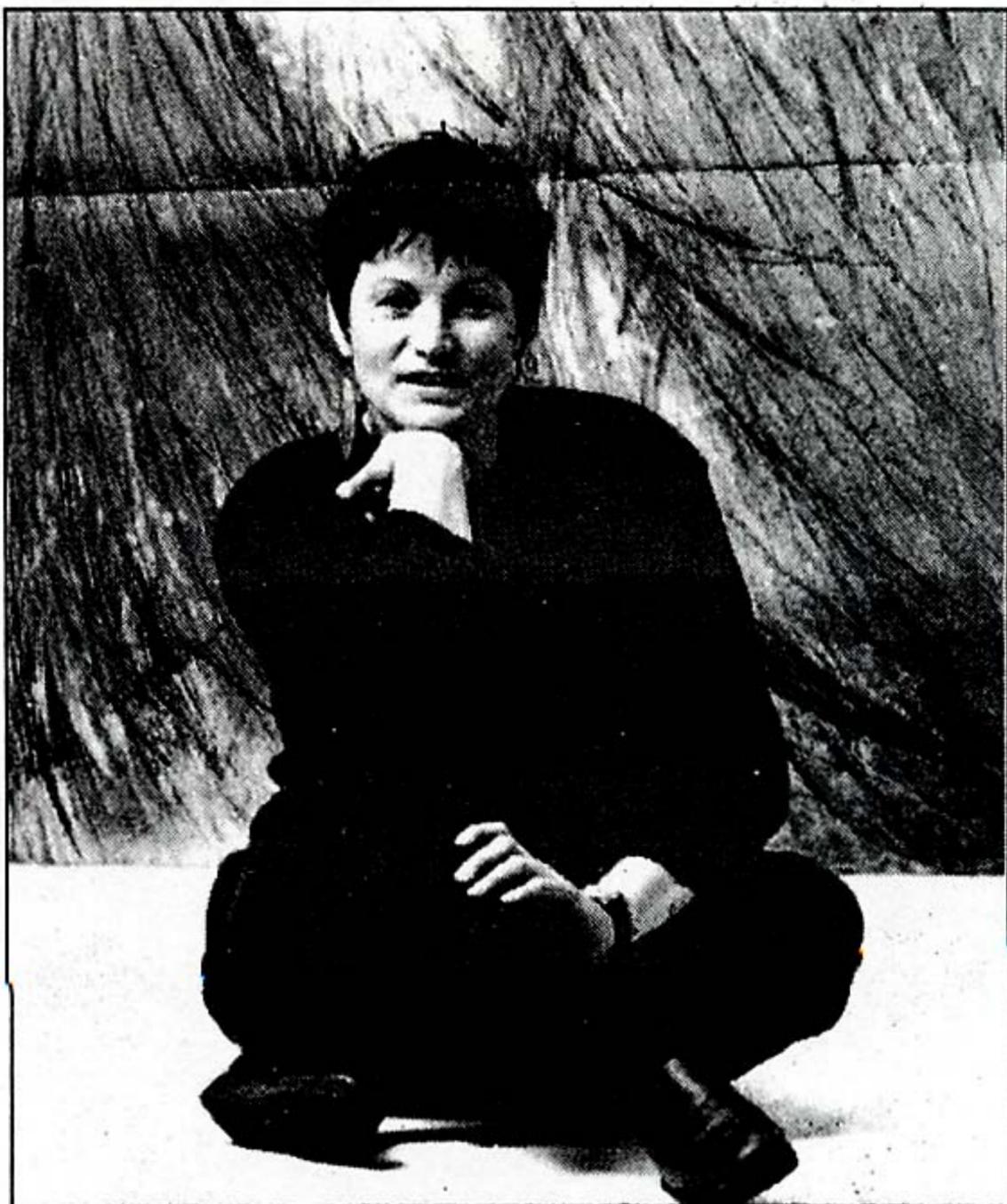
Von Hartmut Horstmann

Minden (WB). Kunst und Kommerz – in Zeiten knapper kommunaler Kassen verlieren Künstler zunehmend traditionelle Berührungspunkte. Schließlich wird alleine von der Schönheit niemand satt, vielmehr ist der Bekanntheitsgrad ein wichtiges Kriterium, um sich auf dem Markt behaupten zu können. Besondere Popularität versprechen sich viele Künstler, wenn sie ihre Werke in Schaufenstern an Plätzen mit regem Publikumsverkehr präsentieren. Sehr gute Erfahrungen hat hiermit Kader Aggad gemacht, der vor einiger Zeit Ausstellungsstücke in den Geschäften »Carmen H« und »Die Brille« gezeigt hat: »Die Resonanz war kolossal. Viele Leute haben mich angesprochen.« Doch es gibt Grenzen: »Ich würde nie an Orten ausstellen, an denen meine Kunst Werbung für etwas macht, was ich nicht unterstützen kann.« Wichtig für den Bildhauer ist die Möglichkeit, im öffentlichen Raum vertreten zu sein. Denn in Minden gebe es kaum geeignete Räumlichkeiten, auf eine Ausstellung im Museum warte man Jahre.

Grundsätzlich keine Probleme damit, ihre Bilder in Räumen wie Cafes oder Arztpraxen zu zeigen, hat Rosita Oremek. Das habe sie

oft gemacht, sagt die Portaler Malerin. Wobei ihr der Anspruch, den der Veranstalter mit der Präsentation verbinde, sehr wichtig sei: »Ich möchte nicht, daß das Zeigen einzelner Werke gleich als Ausstellung deklariert wird.« Auch müsse man immer mit dem Image aufpassen: »Nicht daß der Eindruck entsteht, daß ich so eine Art Hobby-Künstlerin bin.«

In dem Schuhgeschäft »Carmen H« sind zur Zeit bis Mitte Mai zwei Sandsteinskulpturen des Obernkirchener Bildhauers Karsten Baltes zu sehen. Wie Aggad geht der 35jährige davon aus, daß seine Popularität auf diesem Wege gesteigert werden kann. Glaubt man der Geschäftsinhaberin Carmen Herr-



Kunst in Geschäften: Grundsätzlich habe sie keine Berührungspunkte, sagt Rosita Oremek. Nur gehe es auch ums Image. Foto: WB

linger, so gelingt dies auch: »Viele Passanten bleiben am Schaufenster stehen, und es gibt einige, die extra ins Geschäft kommen, um sich nach dem Künstler zu erkundigen.«

Gründe, Kunstwerke ins Schaufenster zu stellen, nennt sie einige – zum Beispiel die Werbung für das Geschäft. »Als wir die Skulpturen von Aggad gezeigt haben, waren wir in aller Munde«, so Herrlinger. Hinzu komme eine persönliche Beziehung zur Kunst. Sie sei selbst

künstlerisch geprägt. Und da mache es ihr Spaß, Werke, die ihr gefielen, zu zeigen.

Ebenfalls Erfahrungen mit Kunst im Schaufenster oder im Verkaufsraum hat Andreas Niemeier, Geschäftsführer von »Die Brille« gemacht. Im Grunde schlage man zwei Fliegen mit einer Klappe: »Wir tun dem Künstler etwas Gutes – und unserem Schaufenster.« Wichtig sei jedoch, daß die Objekte zur sonstigen Dekoration paßten.



Petra Neustädter vor einer Skulptur von Karsten Baltes. Der 35jährige erhofft sich von der Schaufenster-Präsenz am Mindener Marktplatz einen wachsenden Bekanntheitsgrad. Foto: Horstmann