



Wühlen wie im Supermarkt – und doch in Kunst versunken seit: Blick in den Kunstsupermarkt.

Kunst für Normalverdiener

Bilder kaufen wie im Supermarkt – und nur nach Geschmack gehen

Kunst: schön und gut. Aber mal ehrlich: Wer traut sich schon, einfach nur das Bild zu kaufen, das ihm gefällt? Nicht auf die vermeintliche Botschaft des Künstlers achten, nichts auf das Urteil eines Kunstexperten geben: Das sind letztlich zwei der großen Hemmnisse, die die meisten von uns abhalten, eine Galerie zu betreten. Das lässt sich ändern, dachte 1998 der Kunsthistoriker Mario Terés nach einem Besuch in seiner spanischen Heimat – und eröffnete nach dortigem Vorbild einen Kunstsupermarkt.

Seither bietet der 45 Jahre alte Ex-Kurator im Auswärtigen Amt in Berlin und in Frankfurt um den Jahreswechsel jeweils für drei Monate Kunst im Supermarktamiente an, neuerdings auch auf Sylt in bester Westerland-Lage. Allein in der Frankfurter Filiale in der Fressgass' sind beim achten Kunstsupermarkt 5000 Werke von etwa 75 zeitgenössischen Künstlern in Holzkisten einsortiert, die – ausschließlich – Originale kosten je nach Größe und Willen des Künstlers 50, 99, 199 oder 299 Euro. Gehandelt wird nicht, es zählt der jeweils angegebene Festpreis – und davon gibt es nur diese vier.

Nicht, dass hier – nur – Ramsch angeboten wird. Bei Aldi und Lidl gibt es schließlich auch Qualitätsware, beweist allmonatlich der Blick in das Verbrauchermagazin test. Und so findet der Kunstwähler neben Bildern von jungen Künstlern aus der Region und Kunsthochschulabsolventen durchaus auch ein Gemälde von Antje Füll, die vergangenes Jahr für den Preis der Nationalgalerie vorgeschlagen war oder einen echten Xiaobai Su – der Name findet sich immerhin auch in der

Sammlung der Münchner Pinakothek.

Allerdings: Mit aller Macht eine Geldanlage zu suchen, rentiert sich angesichts der Masse im Kunstsupermarkt nicht. Supermarktschef Terés empfiehlt denn auch eher, beim Bild für 99 Euro einfach zuzugreifen: »Der sollte dies tun, weil ihm die Arbeit gefällt, nicht um zu spekulieren.« Im Angebot haben Terés und seine Mitbetreiber Julia Loytved und Helga Berger, die von der Kunstsupermarkt Zentrale in Marburg das Volk bebildern, vom Aquarell über Acryl zum Ölbild und der Skulptur ziemlich das ganze Spektrum dessen, was als Kunstwerk gelten darf – solange es ein Original und Unikat ist.

Reproduktionen, Poster und Plakate bleiben außen vor. Damit der Kunde zumindest ansatzweise weiß, was ihn in den Holzkisten erwartet, sind von jedem im Markt präsentierten Künstler mindestens zwei Arbeiten gerahmt aufgehängt: was wiederum den Nebeneffekt mit sich bringt, dass der Kunstsupermarkt zu einer dynamischen Gruppenausstellung mit ständig wechselnden Exponaten wird.

»Dass man Kunst in Galerien kaufen kann, ist bekannt – aber viele Menschen betreten Galerien nicht, sei es weil sie Schwellenangst haben, sei es weil sie die Preise fürchten«, sieht Mario Terés einen grundsätzlichen Unterschied zur arrivierten Galerielandschaft: »Bei uns im Kunstsupermarkt kommen diese Ängste erst gar nicht auf, und wir wecken auch bei Leuten, die sich vorher wenig mit Kunst beschäftigt haben, das Interesse für die lebendige Kunstszene.«

Allein für das Rhein-Main-Gebiet finden sich über 6000 Stammkunden in der Kartei des Kunstsu-

permarkts, im vergangenen Jahr kamen weit mehr als 100 000 potenzielle Kunden in die Frankfurter Filiale. »Eine Klientel quer durch die Bank«, sagt Julia Loytved, aber nach Dafürhalten der Supermarkt-Betreiber überhaupt nicht vergleichbar mit der Klientel, die Kunst in Galerien und bei Auktionen kauft: »Natürlich wollen die Leute auch in wirtschaftlich schlechteren Zeiten nicht auf Kultur verzichten – und dabei kann gute Kunst durchaus finanzierbar sein.«

Und dauerhaft inspirieren: Für die Künstler rentiert es sich deshalb, im Kunstsupermarkt gehandelt zu werden – auch wenn sie »nur« 50 Prozent des Erlöses bekommen. Wichtig für sie ist vor allem die Erkenntnis von Julia Loytved, dass wieder kommt, wer schon einmal da war. Sprecher des Berliner Art Forums – eine der größten deutschen Kunstmesse – stützen diese Erkenntnis mit dem Hinweis, dass sich das Interesse an moderner Kunst im Zwei-Jahres-Rhythmus verdoppelt – und dabei müssen sich zwangsläufig auch etliche Normalverdiener befinden: was auf lange Sicht eine gute Basis für Künstler ist.

Stefan Reis



Kunstsupermarkt: Börsenstraße 1/Kalbacher Gasse 2-4 (Fressgass'), 069/9099355; Mo bis Sa 10 bis 20 Uhr