

Kunst-Supermarkt Aktualisiert um 10:31

Kunst verkaufen und Gedanken tauschen



Schlussverkauf und Aufräumarbeiten im Kunstsupermarkt in Solothurn

Quelle: Hanspeter Bärtschi



Schlussverkauf und Aufräumarbeiten im Kunstsupermarkt in Solothurn



Solothurn

Quelle: Hanspeter Bärtschi

1
/ 21

Rund 3000 Werke von 81 Kunstschaffenden gingen am Kunst-Supermarkt über den Ladentisch. Geschätzte 30000 Besucher gaben sich zwischen 11. November und 6. Januar bei der Halle des Rothus-Verlags die Klinke in die Hand.
von Andreas Kaufmann

Kommentare (0)

Die alljährliche Menschenschlange zur Vernissage des Kunst-Supermarkts ist für Veranstalter Peter-Lukas Meier jeweils ein vielversprechendes Zeichen: Sie lässt einen stattlichen Verkaufserfolg vermuten. Gleichsam bestätigten halb leer geräumte Regale und einige Last-Minute-Käufer am gestrigen letzten Tag des Kunst-Supermarkts diese Prophezeiung. Geschätzte 30000 Besucher gaben sich zwischen 11. November und 6. Januar bei der Halle des Rothus-Verlags die Klinke in die Hand.

Und rund 3000 von insgesamt 6500 Werken gingen laut Meier in dieser Zeit über den Ladentisch. Auch beliebt war der Einrahmungsservice vor Ort: «Die Leute wollen ihr fertiges Bild zuhause haben.» Als besondere Renner galten heuer Werke hyperrealistischer sowie nichtgegenständlicher Kunst. Unter dem Stichwort «Solothurner Hängung» fanden überdies auch einige grossformatige Bilder ausserhalb des gängigen Preiskonzepts «99 bis 599 Franken» einen neuen Besitzer.

«Insgesamt konnten wir so eine stolze Menge absetzen, auch wenn die beiden Vorjahre noch eine Spur erfolgreicher gewesen waren», resümiert Meier. Gleichzeitig sei dieses Mal der Besucherstrom über acht Wochen aber besser verteilt gewesen. Einen grossen Schub verdankt der Kunst-Supermarkt bei seinem zwölften Mal auch einem Beitrag in der SF-Informationssendung «10 vor 10» – vier Minuten Sendezeit am 19. Dezember, die dem Anlass nochmals ein Ansturm in der Altjahrwoche beschert haben dürften, wie Meier vermutet. Verstärken will der Veranstalter nun auch die Zusammenarbeit mit dem Schweizer Kunstbulletin.

Blick über Regionsgrenzen hinaus

Dabei kann der Kunst-Supermarkt seit dem Umzug vom Kronenplatz an die Schöngrünstrasse nicht mehr auf Laufkundschaft zählen, die per Zufall reinschaut. Aber wechseln will Meier den Standort ohnehin nicht mehr. Dafür setzt er auf Besucher aus der ganzen Schweiz – und kann so auch diesmal zufriedenstellend bilanzieren. «Wenn ich die Werbetrommel rühre, dann denke ich an Regionen wie Bern und Zürich – an die ganze Schweiz.» Dasselbe gilt für die Kunstschaffenden, von denen keiner aus der näheren Region stammt: «Für einen St.Galler Künstler ist Solothurn ein komplett neuer Markt.» Kommt eine Konkurrenzsituation hinzu: Zur Gründerzeit noch sei der Kunst-Supermarkt ein rotes Tuch im lokalen Kunstmarkt gewesen, erinnert sich Meier. Zwar trete diese Rivalität heute nicht mehr offen zutage, «dennoch gibt es sicher noch vereinzelt Hardliner, die keinen Fuss in den Kunstsupermarkt setzen würden».



Plattform für einen Kunstdialog

Für Meier ist klar: Der Verkauf muss jeweils stimmen – und der Verkauf stimmte auch diesmal. Aber gerade in Zukunft soll sich der Erfolg der Kunstvermittlung nicht nur über den Umsatz messen lassen: «Neben dem Verkauf gehört für uns immer mehr auch die Aufgabe dazu, eine Plattform zur Verfügung zu stellen, auf der sich Künstler untereinander, sowie Künstler und Besucher austauschen können», betont Meier.

Schon im Künstleratelier im Dezember zeigten sich Erfolge in diese Richtung: Kunstschaffende arbeiteten inmitten der Ausstellung an ihren Werken und kamen so mit den Fragen, den Impulsen und Kritiken des Publikums in Berührung. Ein Diskussionspodium zwischen Kunstschaffenden, -vermittlern und -betrachtern erzielte ähnliche Effekte. «Dabei zeigt sich, dass es sich lohnt, in Sachen Kunst auch mal vorgefertigte Meinungen über Bord zu werfen», stellt Meier fest. Denn: «Die Geschmäcker sind unterschiedlich, ebenso wie es die Stile der Künstler sind, die bei uns ausstellen.»

(az)