

Ist das Kunst oder nur Deko?

Immer mehr Menschen wollen sich in den eigenen vier Wänden mit Kunst umgeben. Das prägt die Inneneinrichtung.

Von Katharina Pfannkuch

Über zwei großen Fotografien eines südafrikanischen Wildparks spendet eine Deckenlampe mit überdimensionalem, geschwungenem Schirm aus filigranem Metallgeflecht Licht, darunter laden ein runder Tisch und fünf bequeme Stühle zum Verweilen ein. Das satte Grün der Pflanzen auf den Bildern von Frederik Büttgen greift eine floral gemusterte Tapete an der Fensterfront des Raumes auf. Ganz schön wohnlich für eine Galerie für zeitgenössische Kunst, in der man eher nüchterne weiße Wände und allenfalls eine minimalistische Einrichtung erwartet.

„Auch für uns ist das noch ungeohnt“, räumt Claudia Gericke ein und sieht sich um. Gemeinsam mit Ariane Schneider-Paffrath leitet sie seit 2016 die Galerie Gericke + Paffrath in Düsseldorf und empfängt dort bis Ende Juni nicht nur mit Kunst an der Wand, sondern auch mit Teppichen auf dem Boden und Sesseln vor Gemälden. Mit Hilfe der Innenarchitektin Kathrin Schmack entstand um jedes der Werke herum ein kleines Wohnambiente. Die Ausstellung „Places of Art“ solle die Phantasie der Kunden anregen, erklärt Schneider-Paffrath: „Den Betrachtern fehlt oft die Erfahrung, um sich vorstellen zu können, wie ein Werk bei ihnen zu Hause aussehen würde. Dabei soll diese Symbiose aus Kunst und Innenarchitektur helfen.“

Für Kathrin Schmack ist das Projekt eine spannende Gratwanderung: „Die Galerie sollte auf keinen Fall wie ein Einrichtungshaus oder wie ein Showroom

aussehen.“ Sie leitet Kundenfragen nach Kunst oft an die Galerie Gericke + Paffrath weiter, die Galeristinnen wiederum verweisen Interessenten an Möbeln aus der Ausstellung an die Innenarchitektin. Das Interesse an Kunst für die eigenen vier Wände wachse, so die gemeinsame Erfahrung, die Zeit der Kunstdrucke sei für viele vorbei. „Gerade junge Kunden haben einen offenen, aber auch kritischen Blick“, hat Gericke beobachtet.

Das dürfte auch an der Digitalisierung liegen: Aktionen wie jene des britischen Streetart-Künstlers Banksy, der vergangenes Jahr eines seiner Werke schreddern ließ, nachdem es kurz zuvor für knapp 1,2 Millionen Euro versteigert wurde, verbreiten sich innerhalb kürzester Zeit über den gesamten Globus und stoßen Debatten über Kunst an. Plattformen wie Instagram nutzen internationale Größen der Kunstwelt wie der Chinesin Ai Weiwei ebenso wie Nachwuchskünstler. Das größere Bewusstsein verstärkt den Wunsch, sich Kunst nach Hause zu holen und mit ihr zu leben, statt sie nur andächtig im Museum anzuschauen.

Nicht nur in Düsseldorf wird darauf reagiert: Ende April verlor der Wohnraumvermittler Airbnb eine Nacht im Louvre. Die Gewinner durften einen Abend in dem legendären Pariser Museum verbringen und dessen Schätze einmal ganz anders erleben: Cocktails wurden in Lounge-Sesseln vor der Mona Lisa gereicht, das Dinner an einer Tafel im Midcentury-Stil vor der Venus von Milo serviert, ein Privatkonzert in den Räumen von Napoleon III. gegeben. Das



Cocktails mit Mona Lisa: Als der Louvre einmal für eine Nacht zum Wohnzimmer wurde.

Foto Julian Abrams

nur für diese eine Nacht aufgestellte Mobiliar sollte die Werke und die Architektur des Museums ergänzen, aber nicht von ihnen ablenken, erläutert Sophie Peters von der Londoner Agentur Amplify, die das Projekt realisierte: „Wir haben nicht nur die Farbpaletten der Werke in den Möbeln aufgegriffen, sondern auch die Architektur des Museums.“

Eine der größten Herausforderungen dabei sei es gewesen, die weltberühmten Gemälde nicht zu Dekoration zu degradieren, sagt Peters. Diesen Balanceakt kennen auch die Düsseldorfer Galeristinnen. Kurz vor Ausstellungseröffnung entschieden sie sich zum Beispiel gegen eine gemusterte Tapete. „Die Kunst kam davor einfach zu wenig zur Geltung. Dabei steht sie auch bei diesem Konzept im Fokus“, sagt Galeristin Gericke.

Erst die Kunst, dann die Einrichtung, dieser Prämisse folgt auch der Innendesigner Olaf Kitzig. Mit seinem Unternehmen Kitzig Design Studios, einem der größten seiner Art in Europa, richtet er nicht nur Hotels und Büros, sondern auch private Häuser und Apartments ein. Werke passend zum bereits vorhandenen Interieur auszusuchen verleihe ih-

nen schnell einen dekorativen Charakter, findet Kitzig. Zudem sei Mobiliar weniger langlebig: „Einen Tom Wesselmann hänge ich vielleicht nach ein paar Jahren um, aber ich tausche ihn nicht so einfach gegen ein anderes Kunstwerk aus.“ Die Hängung und das Ambiente passt Kitzig dem individuellen Habitus und Lebensstil seiner Kunden an. „Zu Pop-Art oder surrealistischen Gemälden kann eine ganz klassische Einrichtung genauso spannend sein wie schwarzes Parkett oder knallbunte Teppiche.“

Kunst müsse nicht teuer sein, um für den Einzelnen Wert zu haben. Und wie ist es mit Werken, die Menschen nur bei sich aufhängen, um ihren Besuch zu beeindrucken? „Ich glaube nicht, dass es besonders clever ist, sich in seiner privaten Oase mit Kunstwerken zu umgeben, die man nicht wirklich liebt. Kunst, die nur eine Investition ist, würde ich in den Tresor legen und mich lieber mit etwas umgeben, das ich jeden Tag ansehen möchte.“ Das könne, müsse aber nicht jedem Gast gefallen, sagt Kitzig:

„Was der eine schön findet, kann für den anderen verstörend sein.“

Kunst ist eine höchst subjektive Angelegenheit. Genauso wie Einrichtung. Deshalb planen die Düsseldorfer Galeristinnen auch nicht, all ihre zukünftigen Ausstellungen dauerhaft um Interieur-Elemente zu ergänzen: „Wenn die Einrichtung zu weit vom Geschmack eines Kunden entfernt ist, beschneidet man seine Phantasie womöglich“, meint Ariane Schneider-Paffrath. Manchmal muss es eben eine weiße Wand sein.