



Kunstkonzept der Firma „KunstKontakt“ für den „Aqua Dome“ in Längenfeld.



Thomas Häusle.

„Ein anspruchsvolles Kunstkonzept wird zwingender Bestandteil eines guten Hauses sein.“



Heinz Mathis.

Bester KunstKontakt zu zeitgenössischer Kunst

Auch anspruchsvolle Kunst und hervorragende Kunstkonzepte sollen einerseits leistbar sein. Andererseits soll der Künstler in seiner Rolle als Kreativer das Wissen und die Erfahrung von Vermittlungsprofis nutzen. Das sind die Leitsätze, nach denen Heinz Mathis und Thomas Häusle als Geschäftsführende Gesellschafter von „KunstKontakt“ agieren.

Text: Renate Linser
Fotos: KunstKontakt

Das Unternehmen mit Sitz in Dornbirn wurde aus einer Initiative zur Förderung zeitgenössischer Künstlerinnen und Künstler 2001 gegründet. Durch engagierte Arbeit, basierend auf seriösen Geschäftskonzepten, erkennen seitdem viele Kunstschaffende die Ernsthaftigkeit und die Chancen, die sich durch den Kontakt mit KunstKontakt für sie ergeben.

Die Firma betreut derzeit Österreich sowie den deutschsprachigen Raum Europas – mit der Tendenz zu steigender Internationalität. Damit wurde der Grundstein für eine kundennahe und effiziente Marktbetreuung gelegt.

Mit der Gründung der KunstKontakt GmbH und der Beteiligung des Venture-Capital-Unternehmens Hypo Equity aus Bregenz sowie dem Umzug in neue, großzügige Büroräumlichkeiten im Herzen Dornbirns begann im Oktober 2002 eine neue Ära.

KunstKontakt ist eine professionelle Firma zur Förderung und Vermarktung moderner Kunst geworden, die

sich ihren Inhalten mit ganzem Herzen verschrieben hat.

Vorzeigebetriebe wie das „Arlberg Hospiz-Hotel“, das Hotel „Alpenrose“ in Mautach, das neue „Fürstenhaus“ in Pertisau, Hilton Wien, das Intercontinental Berchtesgaden, das Sheraton Dornbirn oder – als Großprojekt – die Therme „Aqua Dome“ in Längenfeld wissen, warum sie in Sachen künstlerischer Innengestaltung die Kooperation mit KunstKontakt suchten.

Im Gespräch erzählen die beiden sympathischen Vorarlberger Geschäftsführer über Beweggründe und Philosophie, die sich hinter ihrem persönlichen Kontakt mit der (zeitgenössischen) Kunst verbergen.

WellHotel: Wie hat sich diese „kunstvolle“ Geschäftsidee entwickelt?

Heinz Mathis: Meine unternehmerischen Wurzeln liegen im Verkauf von Künstlerbedarf, wodurch eine professionelle Beziehung zur Kunst bereits gegeben war. Die Eindrücke, die Bilder und Poster in meist lieblos geschmück-

ten Hotels und Geschäftshäusern hinterlassen haben sowie die enge Beziehung zu Künstlern und deren Problemen bei der Vermittlung ihrer Werke haben dann die Idee reifen lassen, ein Internetportal zur Verbreitung zeitgenössischer Kunst aufzubauen.

Heute machen wir unser Geld hauptsächlich durch Artwork-Konzepte für Hotels, Kliniken und Bürohäuser, weiters mit der Digitalisierung und Archivierung von Einzelbildern und Sammlungen sowie der Künstlervermittlung auf unserer Plattform.

WellHotel: Kunstkonzepte bilden also einen Schwerpunkt Ihrer Arbeit. Inwieweit sind diese Entwürfe für Betreiber von Interesse?

Heinz Mathis: Wir stellen immer wieder fest, welche anregende Wirkung ein konzeptiv stimmiges und funktional richtiges Bildwerk sowohl auf den Gast als auch den Besucher – oftmals auch unbewusst – ausüben kann. Es ist aber auch offensichtlich, wie kahle Wände oder lieblose „Kunst“-



Rundum künstlerisch versorgt: ansprechende Ruhelandschaft im „Arlberg Hospiz Hotel“.

Lösungen das Wohlbefinden eines Gastes negativ beeinflussen können. Uns scheint, dass die Wirkung von Kunst noch weit unterschätzt wird – speziell, wenn man die Kosten-Nutzen-Betrachtung anstellt.

WellHotel: *Ist es nicht etwas gewagt, im Zusammenhang mit Kunst von einem Kosten-Nutzen-Faktor zu sprechen?*

Heinz Mathis: Na ja, für unsere Kunden ist das jedenfalls ein mitentscheidendes Thema und wir scheuen uns daher nicht, das aufzugreifen. Die Realisierung unserer Konzepte macht meist deutlich unter einem Prozent der gesamten Bausumme aus. Die Wirkung auf den Gast – bezogen auf sein Wohlbefinden, die Wertigkeit des Hauses und der Erinnerungswert sind jedoch bedeutend höher einzustufen. Glücklicherweise sehen das immer mehr Betreiber ebenso und man kann davon ausgehen, dass in einigen Jahren – jedenfalls ab dem Bereich der Vier-Sterne-Gastronomie – ein anspruchsvolles Kunstkonzept zwingender Bestandteil eines guten Hauses sein wird. Das bestätigen unsere Kun-

den und beweisen dies mit ihrer Hotelauslastung und Gästebefragungen. In den von uns ausgestatteten Hotels ist die Zufriedenheit mit unseren Lösungen hervorragend.

WellHotel: *Welche Bedeutung und parallel dazu welche Legitimität gestehen Sie den Kunstreprographien zu, mit denen Sie ja hauptsächlich arbeiten?*

Heinz Mathis: Es ist richtig, dass unsere Kernkompetenz in der Digitalisierung und Erzeugung hochwertiger Kunstreprographien liegt. Dabei handelt es sich um hochqualitative, lichtbeständige Ausdrucke zum Beispiel auf Künstlerleinwand „gebannt“. Unsere Konzeptionen zeichnen sich aber immer häufiger dadurch aus, dass wir Auftragswerke für individuelle Raumlösungen mit Originalkunstwerken und Reprographien kombinieren.

Die Reprographie hat ihre Legitimität dann, wenn der Künstler diesen Schritt erlaubt und eine funktionelle Anforderung gegeben ist.

WellHotel: *Wie definieren Sie „funktionelles Erfordernis“?*

Thomas Häusle: Zwei Gründe

sind meist für die Verwendung einer Reprographie ausschlaggebend. Einerseits die Notwendigkeit, Bildträger verwenden zu müssen, die keine Originale zulassen – wie in Wellnessbereichen mit feuchten Milieus. Andererseits sprechen schlicht Kostenbetrachtungen – etwa bei größeren Stückzahlen im Zimmerbereich – dafür. Unsere Reprographien halten sogar – und das scheint mir wichtig – den Beanspruchungen in Badebereichen, Sauna-Vorbereichen oder Wintergärten stand. Originale oder bisherige Papierdrucke würden hier in kürzester Zeit zerstört werden.

WellHotel: *Was bietet ein Konzept bzw. eine konzeptive Lösung à la „KunstKontakt“?*

Thomas Häusle: Die besondere Qualität einer Kunstlösung, wie wir sie anbieten, liegt im professionellen Prozess von der Aufnahme und Beschreibung der Anforderung bis zur Übergabe der meist diebstahlsicher gehängten Bildwerke. Wir bringen die Vorstellungen vom Betreiber, dem Architekten und anderer Beteiligten zusammen, berücksichtigen Raumsituati-

onen und Funktionen, lassen Philosophie und Kultur des Ortes sowie der agierenden Personen einfließen und entwickeln eine umfassende, wirkungsvolle Lösung. Wir setzen Auftragswerke, Originale und Reprographien behutsam und gezielt ein. Durch unsere Erfahrung und unser Wissen erreichen wir eine Lösung, die effizient, kostenbewusst und terminsicher umgesetzt wird.

WellHotel: *Über welche Wege vermarkten Sie Kunstwerke Ihrer Künstlerinnen und Künstler?*

Thomas Häusle: Dies geschieht in der virtuellen Welt über unsere Homepage im Internet, Beratungsgespräche vor Ort, über Telefon, oder schriftlich. Der Kunstinteressierte kann aus etwa 7000 Bildwerken direkt auswählen, welche sämtliche Stilrichtungen zeitgenössischer Kunst abdecken. Je nach Raumlösung bieten wir Originalkauf, Auftragswerke bzw. Reprographien an. Speziell in der Hotellerie, bei Unternehmen, öffentlichen Gebäuden etc. sind unsere Projektberater zur Stelle und bieten Gesamtlösungen an.

www.kunstkontakt.at