



Fotos: Anna Löwen für ebeo Agentur & Verlag

KUNST ALS ERLEBNIS

VivArt im Gespräch mit Stephanie und Christian Rother, die gemeinsam die ›Galerie Rother‹ in der Wiesbadener Taunusstraße führen – und vieles mehr in Sachen Kunst inszenieren.

Sie führen die Galerie in zweiter Generation. Was passiert aktuell?

CR: Genau genommen sind wir die dritte Generation. Den Grundstein hat die Kunstaffinität meines Großvaters gelegt. Dieser bekam die Nachlassverwaltung des Œuvres meines Urgroßonkels, dem Künstler Peter Herkenrath, übertragen. Das war der Auftakt für die Galerie Rother 1994.

SR: Für unsere Generation ist Wirtschaftlichkeit ein großes Thema, das wir sehr bewusst integrieren. Bei schätzungsweise zwei Dritteln der Galerien werden die unternehmerischen Aspekte eher vernachlässigt. Christian und ich hingegen haben beide einen betriebswirtschaftlichen Hintergrund.

CR: Das Galeriewesen insgesamt hat sich seit der Gründung von Rother grundlegend verändert, beispielsweise die gesetzlichen Anforderungen zur Geldwäsche, aber auch die Globalisierung der Märkte sowie die Monetarisierung und die Digitalisierung der Kunst. Wer hier erfolgreich agieren und so wie wir expandieren möchte, betreibt kein Hobby, sondern eine internationale Unternehmung.

Ihre Galerie hat sich diesen Zukunftsthemen sichtbar gewidmet mit der Präsenz auf internationalen Messen, mit ›Smart Collectors‹ als digitaler Plattform oder auch dem ›IncubARTor‹ als analoger Brutstätte für junge Kunst. Wo liegen zukünftig die Schwerpunkte?

SR: Alles geht durch die Waschmaschine und wird neu betrachtet. Was kann auf der Basis unserer gemeinsamen Werte bleiben, was wollen wir weiterentwickeln? Dabei challengen wir uns gegenseitig. Christian mit seiner Expertise, ich mit einem frischen Blick auf die Galerie.

CR: Auf diesem spannenden Weg etablieren wir unseren eigenen Stil als Kunstunternehmung.

Offensichtlich mit Erfolg. Gerade war es Leon Löwentraut, der sich rasant einen Namen in der Kunstwelt erarbeitet hat und bei Ihnen ausstellte, zuvor Tim Bengel, der ebenfalls einen unorthodoxen Weg in der Kunst geht.

SR: Gerade junge Künstlerinnen und Künstler zieht unsere Herangehensweise an. Leon haben wir nicht gesourct, sondern er kam auf uns zu. Das freut uns natürlich sehr.

Welche Rolle spielt Kunst als ›Sachwertanlage‹?

CR: Menschen wie Leon und Tim wollen sich künstlerisch entalten, aber auch von ihrer Arbeit leben. Doch nicht allein die künstlerische Bewertung bestimmt den Wert ihrer Werke. Ausstellungsstätten, Partner, Präsenz, die ›Personal Brand‹ zahlen auf den ›Künstlerfaktor‹ ein, mit dem Preise definiert werden. Dieser ist beim Kunsterwerb vergleichbar mit dem Faktormodell bei Immobilien.

Wie bemisst sich dieser Faktor?

SR: Internationale Präsenz in der Kunstszene, ein souveräner Auftritt in den Medien, auch in sozialen Netzwerken. All das strahlt auf das Œuvre aus und ist deshalb als ›Media-Strategie‹ ein Aspekt unseres Coachings. Dadurch wird eine neue Generation von Künstlerinnen und Künstlern, die sich als ›Brand‹ etablieren wollen, auf uns aufmerksam.

Die Erfahrung sagt, wer bis 40 nicht von seiner Kunst leben kann, wird es kaum noch schaffen. Wie unterstützen Sie Kunstschaffende dabei, sich zu etablieren?

CR: Wir begleiten die künstlerische Entwicklung, bereiten aber auch auf die Herausforderungen der Kunstszene vor und stecken mit den Kunstschaffenden einen groben Handlungsrahmen ab, der auf ihren Marktfaktor einzahlt. Dies sorgt aufseiten des Marktes für eine Preisstabilität der Werke, was für diejenigen relevant ist, die Kunst auch als Invest betrachten.



VivArt Service

Galerie Rother

Taunusstraße 52, 65183 Wiesbaden, 0611 379967

Christian Rother: 0179 6602076

Öffnungszeiten: Mi-Fr von 11-16 Uhr, Sa nach Vereinbarung

galerie-rother.com

Als Galeristenpaar machen Sie vor, wie man über soziale Medien nahbar wird.

SR: Wir möchten, dass sich Kunstinteressierte mit uns identifizieren können. Die Hemmschwelle, eine Galerie zu betreten, liegt für viele recht hoch. Indem wir von einer Vernissage nicht nur die Werke und das kunstaffine Publikum zeigen, sondern auch uns selbst beim Auf- und Abbau, werden wir als Menschen wahrgenommen, die man in der Galerie besuchen und denen man sogar eine vermeintlich naive Frage über Kunst stellen kann.

CR: Die Verschränkung von physischer und digitaler Kunsterfahrung ist uns wichtig. »Rother & Co Fine Arts« besteht aus der klassischen Galerie als Ort der Begegnung mit Kunst und untereinander. Mit dem »IncubARTor« haben wir einen Ort geschaffen, mit dem wir innovative Kunstschafter fördern. »Smart-Collectors« ist eine Plattform, die Kunst online zugänglich macht. Und außerdem engagieren wir uns bei »Artistically«, einer Community für künstlerisch gesinnte Menschen.

SR: So wird Kunst auf vielen Ebenen erlebbar. Für uns ist es spannend, Kunstschafter wie Tim Bengel langfristig zu begleiten, wie wir es mit dem goldenen Avocado-Bagel tun konnten.

CR: Das war wie ein Start-up. Letztlich bedingte das Objekt, das wir mit ihm über zwei Jahre entwickelt haben, allein einen Materialwert von circa 500.000 Euro. Tim greift damit viele sozialkritische Aspekte seiner Generation künstlerisch auf, reist mit dem Bagel um die Welt und mehr als 300.000 Menschen folgen ihm auf Instagram. Das ist ein tolles Beispiel für eine loyale Zusammenarbeit zwischen Galerie und Künstler sowie für die Verschränkung von analogem und digitalem Kunsterlebnis.

Wir wünschen euch weiterhin viel Erfolg!