

# Umfrage andernorts = Enquête autres lieux d'expositions = Inchiesta presso altre strutture

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art**

Band (Jahr): - **(1991)**

Heft 2: **Kunst-Kultur Kunst-Konsum = Art et consommation, art et culture  
= Arte-cultura arte-consumo**

PDF erstellt am: **21.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-624707>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Besitzer, Besitzerin:	Eine Bank, ein Warenhaus, ein Einkaufszentrum, eine Firmenvertretung, ein Fabrikationsbetrieb und ein Gemeinschaftszentrum sind Besitzer und Betreiber der sechs Ausstellungsmöglichkeiten, die hier als Beispiele für viele andere herausgegriffen worden sind.
Gründungsjahr:	1962, 1975, 1977, 1986, 1987 und 1988. Diese Gründungsdaten vermögen die in den letzten Jahren boomartig steigende Tendenz zur Integrierung von Kunstausstellungen in den Geschäftsbetrieb nur schwach wiederzugeben.
Angestellte (Zahl):	Die Ausstellungen werden ausnahmslos nebenamtlich betreut, das heisst, meistens gehören sie ins Pflichtenheft eines Angestellten oder des Werbebüros, wobei allerdings vom Hobby des Direktors bis zum Auftrag an Aussenstehende die verschiedensten Varianten möglich sind.
Zahl der Ausstellungen pro Jahr:	Jährlich werden zwei bis zwölf Ausstellungen durchgeführt, was auf die unterschiedlichen Zielsetzungen zurückzuführen ist: Vom Akzent für Mitarbeiter und Freunde im Jahresablauf über den wechselnden Schmuck des Cafés reicht die Liste bis zum ganzjährigen Geschäft im Geschäft.
Zahl der Einladungsadressaten:	Gleiche Unterschiede sind bei den Einladungskarten und ihrem Versand sowie bei Plakaten und der Werbung überhaupt zu verzeichnen. Die Spanne reicht hier von fünfzig fotokopierten bis zu 1500 aufwendig gedruckten Karten.
Zahl der Inserate pro Ausstellung:	Inseratwerbung stellt eher eine Ausnahme dar.
Zahl der Notierungen in Veranstaltungsrubriken:	Eintragungen in die Veranstaltungskalender der Tagespresse werden angestrebt. Überhaupt wird die Presse von allen sechs Befragten angeschrieben und eingeladen.
Stellen Sie ausschliesslich Schweizer Künstlerinnen und Künstler aus?	Das Hauptgewicht liegt bei Künstlerinnen und Künstlern aus der unmittelbaren Nähe, jedoch gibt es keine Spezialisierung auf Schweizer.
Wie wählen Sie Ihre Künstlerinnen und Künstler aus? Wie gross ist die Mutationsrate? In welchem Rhythmus kommen die einzelnen zum Zuge? Pflegen Sie vor allem Einzel- oder Gruppenausstellungen?	Vier Ausstellungsgelegenheiten stehen sowohl professionellen Künstlerinnen und Künstlern als auch Amateuren offen. Die Förderung von Anfängern und jungen Künstlern und die Bekanntmachung von Kunstschaffenden aus der Umgebung stehen im Vordergrund. Die Auswahl erfolgt meist nach Anfragen durch die Interessierten. Es gibt Wartelisten, die bis zu zwei Jahre umfassen. Andererseits wird in einem Fall ausschliesslich nach persönlichen Kriterien ausgewählt wie bei einer Kunstgalerie. Und bei einem Beispiel schliesslich müssen sogar Projekte eingereicht werden, die auf die speziellen Ausstellungsbedingungen eingehen. Wiederholungen sind meistens im Zweijahresrhythmus möglich. In der Regel werden nur Einzelausstellungen durchgeführt.
Welches Verhältnis haben Sie zu den Ausstellenden?	Mit wenigen Ausnahmen handelt es sich um ein nur auf die Ausstellung bezogenes geschäftliches Verhältnis.
Wie abhängig sind die Künstlerinnen und Künstler von Ihnen? Wie frei sind sie in der Wahl anderer Ausstellungsmöglichkeiten?	Künstlerinnen und Künstler sind bei derartigen Ausstellungen zu keinen weiteren Bindungen verpflichtet. Sie bleiben in der Wahl anderer Ausstellungsorte frei. Rücksicht nehmen müssten sie allerdings auf ihre Stammgalerie.
Unterstützen Sie Ihre Künstlerinnen und Künstler?	Eine Unterstützung findet im besten Falle durch den Ankauf eines Werks statt.

Welche Vereinbarungen treffen Sie mit den ausstellenden Künstlerinnen und Künstlern? Gibt es für alle einen identischen Vertrag?

Bei fünf der sechs Ausstellungsorte ist ein Vertrag mit den Ausstellenden selbstverständlich. Bei Verkäufen müssen nur in zwei Fällen 20 bis 25 Prozent des Preises abgeliefert werden. Sehr unterschiedlich sind indessen die Kosten für die ausstellenden Künstlerinnen und Künstler. Abgesehen davon, dass fast überall die Ausstellungen ohne eigentliche Betreuung sind, erwachsen dem Künstler Auslagen von bis zu 1500 Franken. Nur an zwei Orten wird alles vom Veranstalter übernommen und sogar Hilfeleistung gewährt. Sonst sind Anteile an Druckkosten und Vernissageauslagen, aber auch Versicherungen und so weiter üblich.

Drei Ausstellungsangebote bilden Teil des Werbekonzepts der Firma, eines ist an keine PR-Ziele geknüpft, ein anderes kann als Liebhaberei des Besitzers bezeichnet werden, und schliesslich wendet sich eines an die ganze Bevölkerung eines Aussenquartiers.

Propriétaires	Une banque, un grand magasin, un centre d'achats, une représentation d'entreprise, une usine de fabrication et un centre communautaire sont les propriétaires et exploitants des six lieux d'exposition choisis ici comme exemples parmi beaucoup d'autres.
Année de fondation	1962, 1975, 1977, 1986, 1987 et 1988. Ces dates n'indiquent que vaguement le développement foudroyant, ces dernières années, des expositions d'art intégrées au commerce.
Responsables	Sans exception aucune, les expositions constituent une occupation accessoire, c'est-à-dire qu'elles figurent au cahier des charges d'un employé ou d'une agence de publicité, encore que toutes les variantes existent, du violon d'Ingres du directeur au mandat confié à l'extérieur.
Nombre d'expositions par an	Sont organisées entre deux et douze expositions par an, ce qui tient aux différences d'objectif: ici geste vis-à-vis des collaborateurs et amis, là décoration changeante d'un café, là encore affaire continue au sein d'un commerce.
Nombre des invitations envoyées	On retrouve ces différences quant aux cartes d'invitation envoyées, aux affiches et à la publicité en général. L'écart va de cinquante invitations photocopiées à mille cinq cents cartes imprimées de luxe.
Nombre d'annonces par exposition	La publicité par annonces représente plutôt l'exception.
Nombre de mentions dans les avant-programmes	Le but visé est d'être inscrit dans les calendriers des manifestations de la presse quotidienne. Les six galeries interrogées écrivent toutes à la presse et l'invitent.
N'exposez-vous que des artistes suisses?	L'accent est mis surtout sur les artistes, hommes et femmes, de la région, sans tenir compte de la nationalité.
Comment choisissez-vous vos artistes? Quel est le taux de mutation? A quel rythme tel artiste revient-il? Préférez-vous les expositions individuelles ou groupées?	Quatre des lieux d'exposition présentés sont ouverts aussi bien aux professionnel(le)s qu'aux amateurs. C'est l'aide aux débutants et aux jeunes artistes, ainsi que la promotion de créateurs de la région, qui importent. La sélection dépend surtout des demandes des intéressé(e)s. Il y a des listes d'attente qui vont jusqu'à deux ans. Dans un autre cas, seuls des critères personnels dictent le choix, comme dans une galerie. Dans le dernier cas, enfin, il faut même soumettre des projets qui répondent aux conditions particulières d'exposition. Il est en général possible de réexposer tous les deux ans. La plupart du temps, il s'agit d'expositions individuelles.
Quel rapport avez-vous avec les exposant(e)s?	A quelques exceptions près, il s'agit purement d'un rapport d'affaires, dans le cadre de l'exposition.



A quel point les artistes dépendent-ils/elles de vous? Ont-ils/elles la permission d'exposer ailleurs?

Dans ce genre d'exposition, les artistes n'ont aucune autre obligation. Ils restent libres d'exposer ailleurs. Ils doivent cependant tenir compte de leur galerie régulière.

Soutenez-vous vos artistes?

Dans le meilleur des cas, ce soutien se manifeste par l'achat d'une œuvre.

Quels accords passez-vous avec les exposant(e)s? Y a-t-il pour tous un contrat identique?

Cinq des six lieux d'exposition font automatiquement un contrat avec les exposants. Dans deux cas seulement, 20 à 25% du produit de la vente doivent leur être reversés. Toutefois les frais des exposants varient considérablement. Mis à part le fait que, presque partout, les expositions ne sont pas surveillées, l'artiste doit dépenser jusqu'à 1500 francs de sa poche. En deux endroits seulement, l'organisateur prend tout à sa charge et fournit même de l'aide. Sinon il est d'usage que les frais d'impression, de vernissage, d'assurances, etc. soient partagés. Trois des lieux d'exposition relèvent des relations publiques de l'entreprise, l'un n'a pas de raison d'être publicitaire, un autre peut être considéré comme violon d'Ingres de son propriétaire, le dernier enfin s'adresse à toute la population d'un quartier périphérique. ■



Proprietà	In questa rassegna, le sei strutture espositive prese in esame sono, nell'ordine: una banca, un grande magazzino, un centro commerciale, una sede aziendale, una fabbrica, un centro sociale.
Anno di fondazione	1962, 1975, 1977, 1986, 1987 e 1988. Queste date rispecchiano solo in parte la tendenza crescente soprattutto negli ultimi anni a integrare esposizioni artistiche in luoghi predisposti prioritariamente per altre attività.
Personale impiegato	Tutte le esposizioni sono curate da una persona che svolge l'incarico a titolo accessorio (impiegato, agenzia di pubblicità, direttore appassionato d'arte, incarico esterno).
Numero di mostre all'anno	Le mostre annue organizzate variano da due a dodici, a dipendenza degli obiettivi: l'arte come piacere estemporaneo per i dipendenti e gli amici, come decorazione temporanea del caffè o come commercio nel commercio.
Numero di invitati	Le stesse differenze si riscontrano anche a livello di inviti, manifesti e della pubblicità in genere. Si va dai 50 inviti fotocopiati alle 1500 cartoline stampate con molta cura.
Numero delle inserzioni per ogni mostra	La pubblicità tramite inserzioni o annunci è piuttosto rara.
Numero di menzioni nelle rubriche riservate alle manifestazioni	In genere, si sollecitano le menzioni nelle apposite rubriche sulla stampa, che viene regolarmente informata e invitata da tutti gli intervistati.

Provenienza degli artisti invitati

Di solito, viene data la preferenza agli artisti locali, anche se non vi è nessuna specializzazione o limitazione agli artisti svizzeri.

Criteri di selezione degli artisti  
Frequenza dei nuovi allestimenti  
Frequenza di riproposta di un artista  
Mostre personali o collettive

Quattro strutture espositive sono aperte sia a professionisti sia a dilettanti. Si privilegia la promozione di esordienti e giovani artisti locali, e la divulgazione dell'opera di artisti della regione. La scelta avviene quasi sempre in base a richieste provenienti dagli artisti stessi. In alcuni casi, esistono liste d'attesa di due anni. In un caso, i criteri di selezione sono di natura esclusivamente personale, come avviene in una galleria d'arte. Nell'ultimo caso, è richiesta la presentazione di un progetto in relazione alle particolari condizioni di esposizione. Le riproposte avvengono, per lo più, a ritmo biennale. Normalmente, vengono organizzate solo mostre personali.

Rapporto espositore-artista

Salvo rare eccezioni, si tratta di un rapporto commerciale limitato all'esposizione.

Grado di dipendenza degli artisti nei confronti dell'espositore  
Possibilità di scelte espositive diverse

Questo tipo di esposizioni non comporta alcun obbligo particolare per gli artisti, che possono liberamente scegliere altri canali espositivi, fatto salvo il riguardo dovuto alla galleria che ha l'esclusiva.

Sostegno agli artisti presentati

In nessun caso, il sostegno va oltre l'acquisto di un'opera.

Natura degli accordi con gli artisti  
Contratto tipo

Per cinque strutture d'esposizione, la stipulazione di un contratto con l'artista costituisce la regola. In caso di vendita, due espositori richiedono dal 20 al 25 per cento del prezzo. Per contro, variano molto i costi per gli artisti. A parte il fatto che quasi ovunque non esiste una vera e propria sorveglianza, i costi a carico dell'artista possono raggiungere i 1500 franchi. Soltanto due strutture assumono interamente gli oneri derivanti dall'esposizione e offrono un contributo all'artista. Negli altri casi, vengono generalmente concessi contributi ai costi di stampa e per la vernice, viene assunto il pagamento dei premi assicurativi ecc. Tre iniziative sono legate alla promozione dell'immagine aziendale, una non persegue alcun scopo di relazioni pubbliche, una è frutto della passione del proprietario dell'azienda e l'ultima intende promuovere un discorso culturale fra la popolazione di un quartiere.