



Foto: Johannes Dietschi

der hinterhofgalerist

Samuel Scherrer, erfahrener Kommunikationsprofi und Junggalerist, hat an der damaligen HGKZ Curating studiert. Heute führt er eine Kommunikationsagentur im Seefeld und ist netzhdk-Mitglied. *Von Christian Ledermann**

Sam Scherrer Contemporary könnte gut und gerne der Name einer Galerie in New York sein. Samuel Scherrers Ausstellungsraum befindet sich aber im Zürcher Seefeld, auf der östlichen Seite der Seefeldstrasse, weg vom See. Sam Scherrer nennt sie daher auch seine Hinterhofgalerie. Im Hauptberuf ist er Kommunikationsberater. War seine Firma in den 90er-Jahren eine Pionierin in der Gestaltung von Websites, sind seine Kunden heute vor allem Unternehmen aus der Mode- und Immobilienbranche. Als Kommunikationsberater organisierte er jedoch seit jeher Messeauftritte und Ausstellungen für Kunden. Dies mit seinem persönlichen Interesse an zeitgenössischer Kunst zu verbinden, war schon lange klares Ziel. 2005/06 absolvierte Samuel Scherrer an der HGKZ den Nachdiplomstudiengang in Curating – «nicht aus beruflichen Gründen, sondern einfach, um mir selbst etwas zuliebe zu tun». Und er war auch ein wenig ein Quereinsteiger in diesem Studium, wenngleich die Hälfte seiner Mitstudierenden solche «Exoten» gewesen seien, wie er sagt. Und dennoch: «Die Medien und Arbeitsmittel waren eigentlich dieselben, die ich schon von meinem Beruf her kannte, nur der Inhalt war neu: Kunst. Und ich war endlich nicht mehr nur Ausführer, sondern Inhaltsgenerator.» Als Scherrer dann 2007 seine Arbeit als Kommunikationsberater neu strukturierte, wurde in seinen Büros plötzlich sehr viel Raum frei, und er wagte den grossen Schritt zur Gründung der eigenen Galerie Sam Scherrer Contemporary. Ein Hobby?

«Mein Hobby ist Mountainbiken, die Galerie ist meine Leidenschaft», erklärt er. Wenn er seine langjährige Erfahrung als Kommunikationsfachmann, sein Wissen über Marketing und strategisches Vorgehen mit dem Interesse an zeitgenössischer Kunst und deren Förderung verbinde, sei Galerist eigentlich die logische Konsequenz. Und selbstbewusst, aber zutreffend fügt er hinzu: «Was einen Galeristen ausmacht, vereint sich in mir: Künstlerinnen und Künstlern zu helfen, sie zu fördern und Drehscheibe zwischen ihnen und den Kunstinteressierten zu sein.» Sam Scherrer versucht, die drei Ks, Kunst, Kommunikation und Kommerz, unter einen Hut zu bringen. Dass er «nebenamtlich» Galerist ist und in den gleichen Räumen seine Kommunikationsagentur betreibt, ist für ihn nicht Hindernis, sondern zukunftsträchtiges Modell, auch für andere Galerien. Seine Galerie finanziert sich zumindest im Moment noch nicht selbst. Sam Scherrer Contemporary zeigt vier bis fünf Ausstellungen pro Jahr, auch wenn genügend interessierte Kunstschaaffende für zwölf jährliche Ausstellungen vorhanden wären. Dass er zeitgenössische Schweizer Künstlerinnen und Künstler (etwa Carlo Domeniconi oder Alex Herzog) zeigt, entspringt seinem persönlichen Interesse. Und fast mehr als für junge Shootingstars interessiert er sich für Künstlerpersönlichkeiten und ihre Entwicklung über Jahre und Jahrzehnte. Ist Kunst ein Geschäft, eine Investition? «Ja klar», meint er, «ich bin in meiner Seele ein Händler.» Dass für die meisten Leute 500 Franken pro Monat für Kunst viel Geld ist, während sie locker 2000 Franken fürs Auto oder mal 1000 Franken für einen neuen Anzug ausgeben, erstaunt Sam Scherrer. Denn «während zum Beispiel bei einem neuen Auto die Freude daran jeden Monat mehr schwindet, nimmt sie doch bei einem Kunstwerk über die Monate und Jahre immer mehr zu!» Wenn das nicht eine lohnenswerte Investition ist.

* Christian Ledermann leitet die Geschäftsstelle von netzhdk, der Alumni-Organisation der ZHdK (christian.ledermann@zhdk.ch).