

... Von Britta Biron

Kunst muss unter die Leute und sie sollte nicht nur in Museen, sondern in den Wohnungen und Häusern der Menschen hängen, ist Johanna Penz überzeugt und der Erfolg ihrer Art-Kunstmesse zeigt, dass sie damit völlig richtig liegt. Die Art Innsbruck fand Ende Jänner bereits zum 23. Mal statt und gilt längst als Vorzeigeprojekt einer rein privatwirtschaftlich aufgestellten Kunstmesse; ihr Ableger in Salzburg wird diesen Herbst zum dritten Mal über die Bühne gehen. medianet sprach mit der engagierten Kunstvermittlerin.

medianet: *Wie kam es zu der Idee, eine Kunstmesse zu gründen?*

Johanna Penz: Nach zehn Jahren im Management und Controlling prägte mich der Wunsch nach Veränderung, frei nach Henry Fords Worten: ‚Wer immer nur das macht, was er kann, wird immer das bleiben, was er ist‘. Ich wollte ein großes Projekt auf die Beine stellen, auf internationaler Basis mit großer Außenwirkung. Mein Interesse für Kunst führte mich alsbald zu der Erkenntnis, dass es zu diesem Zeitpunkt in einem Radius von mehreren Hundert Kilometern keine adäquate Kunstmesse gab.

medianet: *Gab es anfangs auch Widerstände?*

Penz: Ja, aber Herausforderungen spornen mich besonders an. Vor Gründung der Art Innsbruck meinte jeder, in Innsbruck würde das scheitern, denn die Tiroler interessieren sich nur für Skifahren und niemals für Kunst. Dies aktivierte in mir den jetzt erst recht-Reflex, und schon die erste Messe war ein großer Erfolg und hat in Tirol eine Men-

ge an weiteren Kunstinitiativen angestoßen. Der Rest der Erfolgsgeschichte ist bekannt. Vor der Expansion nach Salzburg habe ich auch mehr negative als positive Rückmeldungen bekommen. Die Salzburger seien introvertiert, saturiert und von Kunst gesättigt. Das Gegenteil war der Fall, und wir konnten das Salzburger Publikum rasch gewinnen.

medianet: *Worin liegen Ihrer Meinung nach die Gründe für dieses steigende Interesse an Kunst?*



Art Innsbruck Die Kunstmesse fand Ende Jänner zum bereits 23. Mal statt und bilanzierte mit überaus guten Verkäufen.

Penz: Die Menschen wollen sich an reale Werte halten. Die Verzinsung von Bankguthaben ist ins Marginale gerutscht, und alternative Anlageformen sind in der aktuellen Weltwirtschaftslage nicht optimal einschätzbar. Kunst und exklusives Design sind mittlerweile dem klassischen Betongold gleichzusetzen und bringen zusätzlich zur Dividende auch Freude.

medianet: *Nach der erfolgreichen Etablierung eines zweiten Standorts soll jetzt noch eine*

Online-Plattform für Kunstvermittlung folgen ...

Penz: Für Detailinformationen ist es noch zu früh, aber das Konzept steht schon. Nur so viel: Sie wird sich wesentlich von bereits am Markt befindlichen Online-Plattformen für Kunst unterscheiden. Hier werden meine mannigfaltigen Expertisen und Netzwerke im Bereich Kunst, die sich über fast ein Vierteljahrhundert aufgebaut haben, einfließen. Ich konnte kennenlernen, was Menschen sich im Bereich Kunst wünschen und werde das umsetzen.

Standort im benachbarten Ausland. Gespräche und Recherchen laufen schon seit geraumer Zeit und es gibt schon sehr großes Interesse vonseiten der angepeilten, äußerst spannenden Location. Sobald digital alles auf Schiene ist, wird das Projekt Art3 verstärkt vorangetrieben werden; ich rechne mit einer Realisierung 2020, spätestens 2021.

medianet: *Wie definieren Sie eigentlich Erfolg?*

Penz: Wenn sich die Visionen verwirklichen und die Geschäftsidee von der Zielgruppe angenommen wird. Dies sollte sich natürlich auch wirtschaftlich positiv niederschlagen, um vollinhaltlich von einem beruflichen Erfolg sprechen zu können, wobei das natürlich ebenso für unselbstständig Erwerbstätige gilt.

medianet: *... und wie lautet Ihr Erfolgsrezept?*

Penz: Die Dinge gleich von Anfang an perfekt planen, jedoch mit Spielraum für Korrekturen. Die betriebswirtschaftliche Seite als unabdingbaren Faktor beachten, jedoch der Emotion einen wohlkalkulierten Raum geben. Den Worst Case immer im Auge behalten und bei Bedarf korrigierend eingreifen. Mit einem Wort: die Visionen hoch genug ansetzen, damit sie nicht von Problemen überschattet werden, die Dinge im Fluss lassen und gleichzeitig den Überblick bewahren.

medianet: *Welchen Stellenwert haben Auszeichnungen für Sie?*

Penz: Ich peile sie nicht bewusst an, freue mich aber natürlich über Anerkennung, besonders über die Auszeichnung als bundesweite Unternehmerin des Jahres 2018 für ‚besondere unternehmerische Leistungen‘ durch die Wirtschaftskammer Österreich.

Crowdfunding-Plattformen und Investoren haben schon intensives Interesse für das Konzept bekundet. Die Plattform soll in den kommenden Monaten an den Start gehen – noch vor der Art Salzburg Contemporary im September.

medianet: *Denken Sie auch schon über einen dritten Messe-Standort nach?*

Penz: Vorerst wird der Fokus auf die Online-Plattform gerichtet. Langfristig jedoch gibt es sehr wohl Pläne für einen dritten