

Künstler hinter Glas sucht Liebe auf einen Blick

Der Schauwerbegestalter und mehrfache Bundessieger Gerd Niemsch bringt seine Erfahrungen nun zu Papier

(ha) Das älteste Gewerbe der Welt kann fast jeder benennen. Gerd Niemsch nimmt für sich in Anspruch, zumindest dem zweitältesten Gewerbe anzugehören – und sieht durchaus Parallelen zum ersten. Denn die Verführung der Sinne, die galante Verbindung von Kunst und Kommerz, die Erotik des Augenblicks: All das kennzeichnet auch seine Arbeit. Niemsch ist Schauwerbegestalter und sieht seine Aufgabe darin, der Tristesse des Alltags mit betörenden Ideen ein verzaubertes Lächeln zu entreißen.

Dabei sieht sich der Mann durchaus in bester Gesellschaft: Andy Warhol und auch Salvatore Dali haben als „Dekorateur“, wie der Beruf früher hieß, begonnen. Später wurden daraus Schaufenstergestalter, dann Schauwerbegestalter, heute etabliert sich der Begriff Visual Merchandiser. Aber immer hatten die Künstler hinter der Scheibe das gleiche Ansinnen: Mit „Liebe auf den ersten Blick“ (Niemsch) die Herzen der Passanten im Sturm zu erobern.

Niemsch ist von seinem Beruf zutiefst erfüllt. Schon als Junge schneiderte er Kleider für die Puppen der Nachbarkinder, später entdeckte er seine Begabung

für Portraitmalerei. Als 15-jähriger machte er 1953 eine Ausbildung zum Innendekorateur in der Firma Franz Stollberg, lernte den Umgang mit Stoffen, Farben, Formen. 1963 sattelte er um, durchlief bei Dietrich Lindemann die Ausbildung zum Schauwerbegestalter.

Damals beschäftigten Läden, die auf sich hielten, noch eigene Dekorateur, die bestrebt waren, mit phantasievollen Konzepten und handwerklichem Geschick sich gegenseitig zu überbieten. Große Häuser hatten ganze Abteilungen unter Vertrag, die immer wieder neu „das Theater des kleinen Mannes“ inszenierten. Niemsch, der später bei Vetter arbeitete, sich 1985 selbständig machte, zählte oftmals zu den Besten.

Viele Male gewann er Wettbewerbe mit attraktiven Preisen, wurde Bundessieger. Erst kürzlich ließ er wieder 1500 Konkurrenten hinter sich, als er für einen Gartengerätehersteller die beste Kulisse für dessen Produkte entwarf und als neuerlicher Bundessieger mit einer Reise nach Monte Carlo belohnt wurde.

Eigentlich müsste der 63-jährige zufrieden sein. Doch wenn er durch die Einkaufsstraßen geht, überfällt ihn oft-

mals tiefes Entsetzen. „Da muss ich einfach mal was zu sagen“, macht er seinem Ärger Luft. „Alle Schaufenster sehen gleich aus, Schaufensterpuppen werden nur umgezogen, ein ansprechendes Ambiente fehlt. Oftmals regiert Masse vor Klasse. Da wundern sich die Leute über die Verödung der Innenstädte, über leerstehende Geschäfte. Tatsächlich wurde am falschen Ende gespart. Wer Kunden in die Städte ziehen will, muss ein ansprechendes Umfeld schaffen.“

Wehmütig erinnert er sich an die aufwendigen Dekorationen vergangener Tage, als Meister ihres Fachs noch fingerfertig Skulpturen formten, selbst zu Pinsel und Farbe griffen. „Warum gibt es stilvolle Schaufenster immer nur zu Weihnachten? Der Kunde hat das ganze Jahr ein Anrecht darauf“, ereifert sich Niemsch und geißelt Phantasielosigkeit. „Dass gerade Frühling, Sommer oder Herbst ist, ist wirklich kein Thema. Das wissen die Kunden selbst.“

Sehr genau überlege er daher, wer Zielgruppe der Ware sein soll, wie er mit einem einzigen Blick die Aufmerksamkeit fesseln kann. „Ich kaufe nie etwas im Deko-Großhandel ein.“ Neben sei-

nem Bett liegt stets ein Block für spontane Ideen, ansonsten ist ihm der Computer treuer Helfer geworden. Aus Stoffen, Folien und Pappe und nicht zuletzt mit Großfotos als Hingucker zaubert der Mann mit dem markanten silbernen Schnäuzer immer neue Traumwelten, in die sich die Artikel mit den Preisschildern ganz beiläufig einfügen.

Stammkunden im weiten Umkreis vertrauen auf sein Geschick. Der Berufsnachwuchs stellt Niemsch als langjährigem Mitglied der Prüfungskommission seine Arbeiten vor. „Manchmal gibt es darunter ganz hervorragende Leute. Aber weil sie keine Arbeitsplätze finden, wandern sie in andere Berufe ab.“

Seine Ansichten, seine Erfahrungen und Visionen hat Niemsch nun auch in zwei Büchern zu Papier gebracht. Noch verordnet sich der selbstkritische Mann im neuen Metier immer wieder Änderungsvorschläge. Doch schon in einigen Wochen sollen sie im Selbstverlag herauskommen. Band eins befasst sich mit dem „zweitältesten Gewerbe der Welt“, Band zwei lädt ein zum „Solo für zwei“ zu einer Reise in die internationale Welt der kreativen Schauwerbegestalter.

