



Carmen Blom fotografiert  
von Foto Hailer.

KÜNSTLERISCHE POSITIONEN IM DIALOG MIT CARMEN BLOM VON STUDIO BLOM

## „KUNST IST IMMER EINE FORM VON SPANNUNGSABBAU, IM BETT WIE AUF DER LEINWAND.“

*Carmen Blom von Studio Blom spricht über die Einheit von Kunst und Kommerz, erklärt was wahre Schönheit ist, äußert sich zum Boom der Kreativ- und Kulturwirtschaft und verrät Intimes über Monsieur Manfred.*

**Frau Blom, Sie sind nicht nur Inhaberin eines Studios für Sensory Branding, sondern haben auch eine künstlerische Ader. Schließen sich Kunst und Kommerz nicht gegenseitig aus?**

Im Gegenteil, die Gegensätze haben sich schon immer am besten angezogen. So wie Schönheit und Macht schon immer eine gute Kombi war. Ich entscheide mich nicht

für ein Entweder-oder, ich ziehe Sowohl-als-auch-Entscheidungen vor. Die Entweder-oder-Philosophie vernunftbetonter Denksysteme verhindert meiner Meinung nach leider immer noch viele mutige, kreative und innovative Projekte schon im Vorfeld.

**Es wird oft behauptet Kunst sei lediglich das, was zu Kunst gemacht wird. Was bedeutet Kunst für Sie?**

Ein jegliches künstlerisches Schaffen ist immer Ausdruck des Selbst. Kunst ist ein Ausdruck von Gefühl. Es bedeutet, dass man fähig ist, mit dem Herzen zu sehen. Kunst ist aber immer auch eine Form von Spannungsabbau, im Bett wie auf der Leinwand.

**Ist Kunst immer auch schön?**

Dazu muss man vorher definieren was Schönheit ist. Etwas ist immer dann schön, wenn Form und Inhalt Hand in Hand gehen, wenn sich das Innere auch im Äußeren ausdrückt. Ein schöner Mensch wird ja nicht deshalb zum schönen Menschen, weil er einen Maßanzug trägt, sondern es sind die Bewegungen der Seele, die ihn uns schön finden lässt. Das drückt sich z. B. darin aus, wie sich jemand bewegt, ob hastig oder mit bedacht, die Art wie jemand seinen Kaffee trinkt oder wie er spricht und welche Worte er wählt.

**Was finden Sie noch schön?**

Natur ist schön. Es gibt Orte in der Natur, die einen ganz besonderen Zauber ausüben. Orte an denen die Natur ihre ganze Magie entfalten kann und an denen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft in einem Punkt zusammenfallen. Das sind für mich archetypische Orte, also schöne Orte. Im klassischen Sinn schön sind die Alten Meister.

**Man behauptet Kunst käme von Können.**

Nicht ein jeder der das Handwerk des Malens lernt, also wie man einen Pinsel hält, wie man Farben anrührt oder den Malgrund aufbereitet, wird automatisch malen können wie Botticelli. Handwerk ist

lediglich eine hinreichende aber keine notwendige Bedingung, um ein Kunstwerk schaffen zu können. Nur in Verbindung mit Talent oder neudeutsch tacit knowledge ist es möglich, wirklich herausragendes und vor allem berührendes zu schaffen.

**Wie halten Sie es mit der Muse?**

Hinter jedem guten Künstler steht auch eine gute Muse.

**Welcher Kunstsparte rechnen Sie sich zu?**

Von Schubladen halte ich nicht viel, das engt nur ein. Wie oben schon angesprochen, ist Kunst immer Ausdruck eines Gefühls. In welchem Aggregatzustand sich dieses Gefühl dann materialisiert, ob auf Leinwand, in Pixel oder in Metall ist unerheblich. Bewegung ist das Grundprinzip des Lebens und wenn ich mich verändere, verändert sich auch mein künstlerischer Ausdruck mit mir. Deshalb wäre es Unsinn sich auf eine Sparte festzulegen. Im Prinzip bediene ich alle Schubladen und keine. Hochkultur, Subkultur, Pulp & Poesie. Heiteres wie trauriges. Ernsthaftes und satirisches. Süßes wie saures. Ich überlasse es dem Rezipienten, das Kunstwerk selbst zu lesen.

**Das bedeutet dann für Sie aber auch, dass nicht ein jedes Material oder ein jeder Ort gleich gut für ein bestimmtes Sujet ist?**

Selbstverständlich. Wenn man eine Skulptur aus Holz schnitzt, dann muss man sich für den Holzstamm entscheiden, in dem die Skulptur schon drin ist. Man braucht dann nur die restlichen Teile abtragen.

**Wie ist Ihrer Meinung nach die aktuelle Lage für Kreativ- und Kulturschaffende im urbanen wie ruralen Kontext?**

Meiner Meinung nach hat der aktuell so gehypte Begriff von der Kreativ- und Kulturwirtschaft weder etwas mit Kunst noch mit Kreativität zu tun. Der Begriff der Kreativ- und Kulturwirtschaft ist lediglich das Produkt des merkantilen Impetus, durch den er geformt und zusammengehalten wird. Die Teilbereiche, die offiziell die Kreativ- und Kulturwirtschaft bilden, sprechen eine deutliche Sprache. Die Situation in urbanen Kristallisationspunkten wie dörflich organisierten Strukturen ist die gleiche. Hier wie dort schmückt man sich zwar gern mit der Kunst, mit der Förderung hält man sich aber diskret und verschämt zurück. Die offizielle Kreativ- und Kulturwirtschaft boomt zwar, nichtsdestotrotz ist für viele Künstler, Kreative und Selbständige, deren Talent und Produkt ein immaterielles Gut ist, die Lage prekär. Das beginnt bei der fehlenden fachlichen Wertschätzung wie merkantilen Vergütung von Ideen, Kreativität und immateriellen Assets bis hin zum ungenierten Ideenklau. Künstlerische und kreative Leistungen sind kein Selbstbedienungsladen.

**Woran meinen Sie, liegt es, dass eine künstlerische oder kreative Leistung anders bewertet wird als zum Beispiel, die Tätigkeit eines Bauunternehmers, der eine Baugrube aushebt?**

Es ist wie mit allen Dinge im Leben. Es gibt Dinge, die kann man nur mit den Händen begreifen, dann gibt es Dinge, die kann man nur sehenden Auges begreifen und dann wiederum gibt es Dinge, die kann

man nur mit dem Verstand begreifen.

**Sie dichten in Mundart als auch in Hochdeutsch? Fühlen Sie sich dem Oberpfälzer Jura besonders verbunden?**

Tracht, Tradition und Mundart sind für mich Stilmittel und Identität zugleich. In Mundart lassen sich Themen und Sachverhalte ungleich herrlicher ausdrücken, als das mit Hochdeutsch möglich wäre. Der Mundart eigen ist auch, dass sie mehrere Bedeutungsebenen gleichzeitig transportieren kann, ohne dabei elitär zu wirken. Und was speziell den Oberpfälzer Jura angeht die Natur dort ist wunderschön.

**Wo finden Sie Ihre Inspiration?**

Meine Kunst ist selbstverständlich zu einem großen Teil naturinspiriert. Andererseits inspiriert mich natürlich auch das Leben selbst, es über die Kunst zu reflektieren.

**Wollen Sie damit ausdrücken, dass Sie gewissermaßen das Material für Ihre Kunst auf der Straße finden?**

Ja. Man braucht sich nur zu bücken.

**Verraten Sie uns zum Schluss noch eines: Wer ist Monsieur Manfred?**

Monsieur Manfreds Identität ist noch geheim. Ich kann aber schon so viel verraten: Er ist eine graue Eminenz und ein hohes Tier.

**Wann und wo wird es mehr von Monsieur Manfred zu sehen und zu hören geben?**

Zur Berchinger Literaturwoche im Oktober 2013 hat Monsieur Manfred ein Heimspiel und wird während der Berchinger Literaturnacht unter dem Titel „Manfreds Herzschmerz – Lyrische Momentaufnahmen einer gequälten Seele“ exklusiv eine Auswahl seiner Gedichte lesen. Während der Lesung wird sich Monsieur Manfred dann zu

erkennen geben. Unter dem gleichen Titel findet im Turm der Vielfalt in Berching eine Poetry Art-Ausstellung statt. Das sind Gedichte, Skizzen und Fotografien, die Monsieur Manfred zu „Poetry Cards“ kombiniert hat.

**Und Sie sind in Berching mit von der Partie?**

Ich springe ein, falls dem Manfred alles zu viel wird.



**Unternehmensinformationen** Studio Blom aus Neumarkt/Oberpfalz bietet seit 2003 umfassende Dienstleistungen aus dem Bereich Sensory Branding und Existenzgründerberatung an. Das deutschlandweit ausgerichtete Studio bietet sein Know-how für Unternehmen in den Bereichen Marketingberatung, Sensory Branding, Innengestaltung und Styling & Outfit von Personen an. Ein zusätzliches Spezialgebiet ist die Beratung und Begleitung von Existenzgründern in allen Phasen der Gründung von der Ausarbeitung des Businessplans bis hin zu Unternehmens- und Marketingkonzepten. Darüber hinaus ist Carmen Blom Kunstschaffende. Zu ihren bevorzugten Ausdrucksformen zählen Schriftstellerei (Prosa & Lyrik) sowie bildende Kunst (Fotografie & Skizze). Ihre Kunstwerke transportieren in Wort und Bild echte Gefühle, stehen zur regionalen Verwurzelung und reflektieren inhaltlich Themen der Gegenwartskultur. Die Inhaberin Carmen Blom arbeitete vorher bereits erfolgreich für Unternehmen wie Hugo Boss AG und Strenesse AG in den Bereichen Unternehmens- und Produkt-PR, Medienplanung, Trade Marketing. Hauptkunden von Studio Blom kommen aus den Branchen Fashion, Luxusgüter, Green Luxury, Beauty & Wellness, Schmuck, Automobile, Slow Movement, Reisen, Interior Design und Arts & Crafts. Für Interessierte gibt es seit kurzem unter [www.aesthetic-on.de](http://www.aesthetic-on.de) auch einen Blog von Studio Blom.

Bildnachweis: Foto Hailer, [http://commons.wikimedia.org/wiki/File%3AWiSt\\_Nordansicht.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File%3AWiSt_Nordansicht.jpg), [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1a/WiSt\\_Nordansicht.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1a/WiSt_Nordansicht.jpg), Bbb at wikivoyage shared [CC-BY-SA-3.0-2.5-2.0-1.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)], via Wikimedia Commons