

Wie Galeristen mit ihren Kunden ins Gespräch kommen

Die Londoner Herbstmessen finden erstmals nur digital statt. Die Galeristen müssen neue Wege finden, sich mit ihren Kunden auszutauschen.



Stephanie Dieckvoss

08.10.2020 - 17:01 Uhr • [Kommentieren](#) • [Jetzt teilen](#)



Mike Cloud

Die Serie „Possessions“ bietet die Galerie Thomas Erben an.

(Foto: Galerie Thomas Erben; Foto: Andreas Vesterlund)

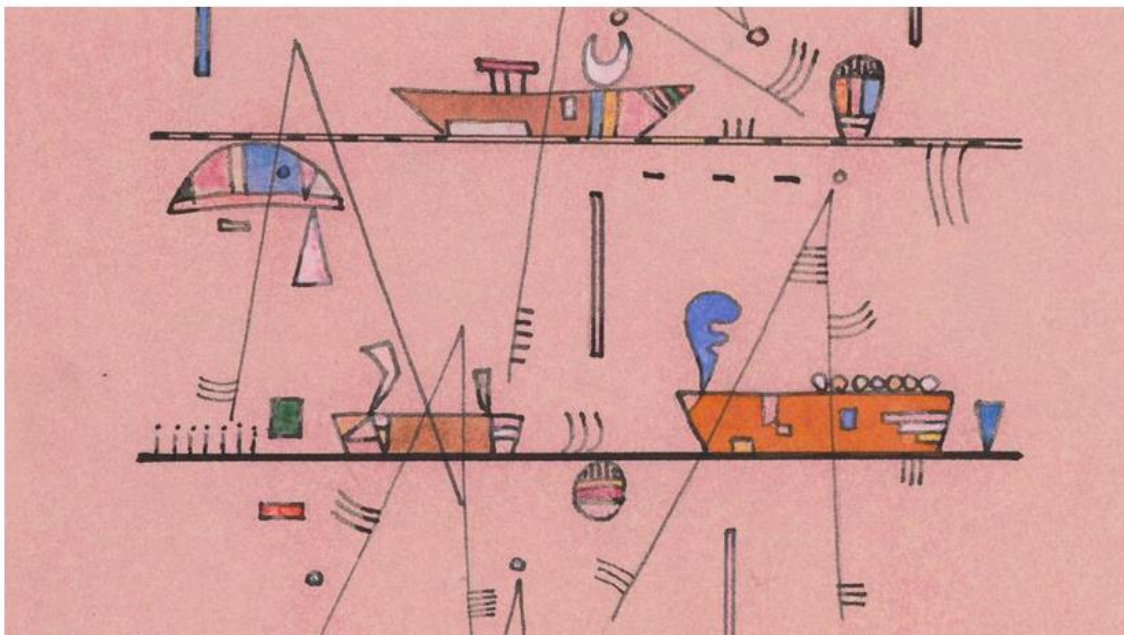
London Auf ihrer Webseite installierte die [Frieze Art Fair](#) einen Countdown-Zähler, der die Zeit bis zur Eröffnung der Online Viewing Rooms der Messe präsent machte. Dies sollte wohl die Spannung erhöhen, bis sich die ersten VIP Gäste in die in diesem Jahr virtuell stattfindende Messe einloggen durften. Die Präsenzmesse wurde schon vor einigen Monaten aufgrund der Pandemie abgesagt.

Dieses Jahr gibt es keine Schlangen im Gras im Regent's Park, es gibt kaum Sammler, die sich auf den Weg nach London machten, wie der Londoner Kunstberater Jason Colchin-Carter bestätigt. Und ob sich jedoch VIPs wirklich an einem Mittwoch-Mittag an den Computer setzen, damit ihnen nicht eine Arbeit weggeschnappt wird, ist zu bezweifeln, vor allem da Galerien bereits seit Wochen Kunden in Emails informieren, was ihnen zur Verfügung steht.

Trotz oder gerade aufgrund der gegenwärtigen Lage in der Welt wie auch im Kunstmarkt haben sich 260 noch vor der Pandemie von Frieze ausgewählte Galerien bereiterklärt, die Gebühren für eine digitale Beteiligung zu bezahlen. Sondersektionen kosten entweder 1.500 oder 2.500 Pfund Gebühr und die Galerien in den Hauptsektionen der beiden Messen zahlen 4.900 Pfund für den digitalen Auftritt. Das ist für die Aussteller erschwinglich und bringt der Messegesellschaft, die mittlerweile mehrheitlich der Hollywood Unterhaltungsfirma Endeavour gehört, dringend benötigte Einnahmen.

Für die Schacky Art & Advisory GmbH aus Düsseldorf, geleitet von dem ehemaligen Grisebach Direktor Daniel von Schacky, war die Antwort auf die Frage, bei der Frieze Masters online mitzumachen, einfach. Die Gelegenheit, unter der Marke „Frieze“ eine temporäre internationale Internetpräsenz zu haben, kann nur von Vorteil sein.

THEMEN DES ARTIKELS



Wassily Kandinsky

Das Aquarell „Ohne Titel“ von 1940 sieht auch auf dem Bildschirm gut aus.

(Foto: Schacky Art & Advisory GmbH)

Die Galerie hat sich klug auf das online Format eingestellt. Sie zeigt vor allem stark farbige, kontrastreiche, abstrakte Malerei, die am Bildschirm gut zu erfassen ist. Dennoch betont der Händler: „Ich denke wir müssen alle mit dem Format experimentieren und

sehen, ob es mehr als nur eine Notlösung sein kann. Auf der positiven Seite habe ich jetzt schon das Gefühl, dass viele unserer Kunden, die nicht physisch zur Frieze gefahren wären, sich jetzt viel mehr mit der Messe und dem Angebot auseinandersetzen werden.“

Von Schacky spricht damit ein Hauptargument für jegliche Online Präsenz an. Kunden können sich von jedem Standort anklicken, sich im Sessel und ohne wunde Füße Arbeiten, die sie interessieren, ansehen; und diese auch auf der Webseite nach Kriterien wie Materialien, Epochen oder auch Preis vorsortieren. Damit erreicht jede Messe potentiell ein globales Publikum in weit größerem Umfang als je zuvor.

Weg von der Globalisierung

Von Schacky schließt sich in der Konzeption der Messebeteiligung einem weiteren Trend an, der das genaue Gegenteil zur Globalisierung darstellt. Um Kunden die Kunst auch im lebendigen Raum nahezubringen, haben sie einen Teil der Präsentation in der Galerie aufgebaut. Das mag lokale Kunden anlocken, zeigt aber auch über Videokonferenzen besser, wie die Arbeiten im Raum aussehen, denn die Online Viewing Rooms sind immer noch nicht viel besser als ins Internet gestellte digitale Fotos.

Mit diesem Hybridmodell wirbt auch White Cube, die parallel eine Ausstellung mit neuen Arbeiten des amerikanischen Künstlers Theaster Gates in ihrer Galerie in London aufgebaut hat, die nach Voranmeldung zu besichtigen ist. Denn obwohl die Skulpturen und Wandobjekte gut fotografiert sind, kommt die Dreidimensionalität der Objekte online schlecht zum Ausdruck. Die Preise liegen um 250.000 Dollar.



Max Bill

Für das Leinwandbild "Strahlung aus gelbem Kern" (1972 - 1974) veranschlagt Schacky Art Advisory, Düsseldorf 115.000 Euro.
(Foto: VG Bild-Kunst 2020/Peter Hinschläger)

Das Problem der digitalen Wiedergabe wird auch deutlich sichtbar bei Aurel Scheibler aus Berlin, der Werke aus dem Nachlass von Norbert Kricke (1922—1984) vorstellt. In den filigranen Skulpturen wird die Linie zur dreidimensionalen Form (Preise zwischen 65.000 und 220.000 Euro). Obwohl die Galerie sogar Videos der sich drehenden Skulpturen zeigt, kann man deren Zauber nur erahnen.

In der kuratierten Sondersektion mit dem Titel „Possessions“, die mit der Frage nach dem Objekt und unserem Verlangen nach diesem spielt, wird der Drang, die Kunst direkt zu sehen, vor allem fassbar. Das Internet mit seinem kalten Bildschirm scheint mit unseren Passionen zu spielen.

Gemälde wie Kirchenfenster

Der New Yorker Galerist Thomas Erben wurde eingeladen, Mike Cloud in Europa vorzustellen. Cloud präsentiert fragmentierte Gemälde, deren Schichten an Collagen oder auch Kirchenfenster erinnern und mit deren unterschiedlichen Oberflächen er spielt. Die dadurch entstehenden Bewegungen, die oftmals durch bombenartige Löcher unterbrochen

werden, spielen auf dramatische oder zumindest profunde Ereignisse an. Die noch günstigen Arbeiten kosten zwischen 6.000 und 34.000 US Dollar.

Erben ist sich der Problematik bewusst, unbekannte Positionen online einzuführen. „Eine virtuelle Präsentation ist auf sinnlicher Ebene weniger ansprechend als eine direkte Erfahrung“. Für ihn geht es bei dem Projekt darum, den Bekanntheitsgrad des Künstlers im Ausland zu fördern. In New York sind die Arbeiten in der Galerie zu sehen.



DEUTSCHER KUNSTHANDEL

Zu viele Galerien machen zu wenig Umsatz

Auf der einen Seite wird klar, dass Galerien alles versuchen, sich in diesen schwierigen Zeiten über Wasser zu halten. Dass sie für Messebeteiligungen nicht reisen, keine Arbeiten transportieren und kaum Standkosten haben, gleicht zwar im Jahreshaushalt einiges aus. Aber in allen Ländern sind Umsätze dramatisch gesunken.

Christopher Battiscombe, Vorsitzender der SLAD, des Londoner Galerienverbandes, betont dem Handelsblatt gegenüber den Ausfall bedingt durch abgesagte Messen und weniger Besucher in London. Diese Entwicklung veranlasste sogar die Großgalerie David Zwirner dazu, 20 Prozent seiner Mitarbeiter zu entlassen, wie Artnews schon im Juli berichtete.

Battiscombe betont, dass man die Lage noch nicht übersehen kann, da die Regierung bis Ende des Monats noch Gehälter für freigestellte Mitarbeiter zahlt und damit Entlassungen vorbeugt.

Konzentration auf lokale Sammler

Maureen Bray, Vorsitzende des [amerikanischen Galeristenverbandes AADA](#), bereitet gerade eine neue Umfrage vor, um die aktuelle Lage besser einschätzen zu können. Beide sind sich allerdings einig, dass viele Galerien bewiesen haben, wie hart sie daran arbeiten, sich kreativ auf die aktuellen Umstände einzustellen.

Bei Temnikova & Kasela aus Tallin sind es alleine die Eigentümerin und eine Mitarbeiterin, die ihre ganze Energie in das neue digitale Umfeld stecken und neue Fähigkeiten erwerben. Sie sehen die Entwicklung auch positiv, konzentrieren sich auf lokale Sammler und nutzen Onlinemessen, um mit neuen Formaten zu spielen.

Und Karin Guenther aus Hamburg betont, dass es ihr im Vorfeld der Frieze gelungen ist, drei Arbeiten zu verkaufen, die sie als digitale Mappe Sammlern anbot. Die Messelandschaft verändert sich. Ob sich die Messen das lange leisten können, steht auf einem anderen Blatt. Frieze London in London besticht in ihrer virtuellen Präsenz durch den Rahmen, den sie Galerien wie auch Besuchern gibt, sich Arbeiten anzusehen, und dabei den Anstoß zu weiteren Gesprächen oder auch Galeriebesuchen gibt. Eines ist sicher: Tot ist die Galerienlandschaft noch lange nicht.

Mehr: Kunstmesse Vienna Contemporary: [Der Hunger nach Kunst ist groß](#)