

Deutscher Kunsthandel

Furchtlos und neugierig

Eine neue Generation von Galeristen ist extrem aktiv. Mit viel Lust am Ausprobieren, aber vor allem mit Taten, Programm und Haltung.

Frank Kurzhals Hannover

Furchtlose Neugier und viel Experimentierwille, diese verheißungsvolle und zukunfts hungrige Paarung von Eigenschaften charakterisiert eine neue Gründergeneration von Galeristen. Keine Spur von Pessimismus über den Wandel im Handel. Die jungen Galeristinnen und Galeristen, die das Handelsblatt vorstellt, sehen nach vorn, ohne dabei unkritisch zu werden.

Das spiegelt sich auch in Angebot und Grundhaltung. Berührungsgänge mit neuen Technologien sind selten. Verkrustetes Denken auch. Dafür sind klare Meinungen umso häufiger. Zum Beispiel bei Marcus Trautner von der Münchener Galerie Heldenreizer. Er ist seit 2019 Galerist. Kurz vor der lähmenden Pandemie gründete er sein Unternehmen. Davor war er mit einer Pop-up-Galerie aktiv.

Trautners höchst anspruchsvolles Ausstellungsprogramm kreist um die Themen Diskursivität und Diversität. Gesellschaftskritischer und analytischer geht es kaum. Bei ihm werden diejenigen nicht fündig, die etwas Dekorativ-Schönes für die heimische Wand suchen. Aber kritische Zeitgenossen sind willkommen.

Es ist das Denk-Abenteuer Kunst, zu dem Trautner einlädt. Was ihm allerdings deutlich missfällt, ist der aktuelle Hype um die Non-Fungible Token, die virtuellen Werke in der aktuellen Kunst. „Wir beobachten momentan besonders intensiv das Phänomen der NFT-basierten Kunst mit ihrem Authentizitätsexhibitionismus, der durchaus an den Signaturfetischismus des 19. Jahrhunderts erinnert.“

Gleichzeitig aber erkennt der Münchener Galerist auch den unaufhaltsamen Bedeutungszuwachs des Digitalen. „Auf der vergangenen Art Dubai, auf der wir mit einem Stand vertreten waren, sind alle Werke der Sektion ‚Digital Galleries‘ bereits am ersten Messtag vollständig verkauft gewesen.“ Dabei beginnt die kaufkräftige Digital-Natives-Generation gerade erst, auf den Markt zu drängen.



In der kommenden Saison zeigt Trautner vor allem Installationen, Skulpturen, Performances und Fotografie, alles unter der Überschrift „What about Painting“. Aber kein einziges gemaltes Bild wird zu sehen sein. „Das führt hoffentlich zu guten Diskussionen.“

Imke Valentien, die aus einer bekannten Stuttgarter Galeristenfamilie stammt, hat frei von jedweden Konkurrenzdenken zum elterlichen Unternehmen ebenfalls ihre eigene Galerie gegründet, in Stuttgart. „Vermittlung, das nehme ich deutlich wahr, ist noch immer ein sehr wichtiger Teil der Galeriearbeit. Die Interpretationen von uns Galeristinnen und Galeristen erweitern den Blick bei Interessierten und führen dann oft zu der Entscheidung, ein Werk kaufen zu wollen.“ Diesen bewährten Teil der Galeriearbeit wird sie deswegen weiter kultivieren.

Valentien hat ebenfalls gute Erfahrungen mit Instagram als Verkaufsplattform gemacht. „Allerdings ist diese Form des Verkaufens deutlich uninteressanter, für beide Seiten. Das direkte Gespräch und die gemeinsame Nähe zum Original



Hungrig auf die Zukunft: v.l.: Imke Valentien, Stella Melbye-Konan, Marco Pesarese und Marcus Trautner.

Galerie Melbye-Konan



Marco Pesarese Fine Art

fehlen.“ Sie teilt die generelle Beobachtung, dass sich der Begriff des Werktyps gerade erweitert, vom realen zum virtuellen Objekt.

Die viel zu wenig diskutierte Tatsache, dass „der Markt davon abhängig ist, welche Bedeutung eine Gesellschaft der Kunst gibt“, beunruhigt sie. „Auf den Schulen sind aktuell die zukünftigen Konzert- und Galeriebesucherinnen und auch die Museumsdirektorinnen und -direktoren, und natürlich diejenigen, die Kunst kaufen. Die Kunstvermittlung muss dort beginnen.“ Sonst wird irgendwann die Kunst nicht mehr Grundnahrungsmittel sein, sondern wieder ein dekoratives Luxusgut.

So deutlich sagen das wenige Galeristen: „Wir haben aktuell brennende gesellschaftliche, politische und ökologische Probleme. Die müssen dringend von uns allen angegangen werden.“ Deswegen ist Valentien ganz praktisch vor Ort aktiv. „Die aktuelle Situation macht vielen Angst, und Angst hemmt, verengt den Blick. Deswegen hatte ich mit Beginn der Pandemie zu den Eins-zu-eins-Konzerten beigetragen, um Musikerinnen und Musikern ein Podium zu bieten, und auf der anderen Seite dem Publikum einen besonderen und perspektivreichen Kunstgenuss zu ermöglichen.“

Mehr Verständnis für Kunst zu schaffen, das ist auch bei Daniel Hagemeier von der relativ neuen Frankfurter Galerie Sakhile&Me ein zentrales Anliegen. Zusammen mit seiner Frau Sakhile Mathhare stellt er zeitgenössische Kunst mit Afrikaner*innen aus. Bei ihnen sind es tendenziell jüngere Leute, die sich für das Angebot interessieren.

Wie Imke Valentien konnte auch Hagemeier im väterlichen Unternehmen lernen. „Im Kunsthandel meines Vaters habe ich mich anfänglich vor allem mit den anstehenden digitalen Aufgaben auseinandergesetzt und war Stück für Stück auch in viele andere Bereiche seiner Galerietätigkeit involviert.“ Zur gleichen Zeit promovierte seine Frau Sakhile Mathhare in den USA über zeitgenössische afrikanische Kunst. „Und wir beide fanden dieses Feld so wichtig, dass wir entschieden, eine eigene Galerie zu gründen, als sie mit dem Studium fertig war.“

Seitdem sind beide unentwegt dabei, die Werke „unserer Künstlerinnen und Künstler zu kontextualisieren und für sie Zugänge zum Markt zu schaffen.“ Kontextualisieren, das ist einer der Schlüsselbegriffe in der aktuellen Szene; darin spiegelt sich ihr gesellschaftliches und politisches Selbstverständnis, denn alles hängt mit allem zusammen. Und auch die freien Künste sind eben so frei nicht.

Auch für den Kunsthändler Marco Pesarese ist das Kontextualisieren ein wichtiges Instrument. Er setzt auf Kooperationen und arbeitet mit Artcurial

Galerie Imke Valentien



Katherina Dubno, Vincent Yung

Sakhile Mathhare und Daniel Hagemeier: Das Ehepaar gründete in Frankfurt die Galerie Sakhile&Me.

und der Galerie Zink zusammen. Alte Meister und zeitgenössische Kunst treffen bei ihm in Ausstellungen zusammen. „Das hat dazu geführt, dass mehrere Sammler von zeitgenössischer Kunst zum ersten Mal in ihrem Leben auch Alte Meister kauften.“

Pesarese ist mit seinem in der Nähe des Starnberger Sees gelegenen Kunsthandels schon länger im Geschäft. Sein Blick auf die Galerienszene ist von Skepsis geprägt. „Die klassischen Galerien werden an Bedeutung verlieren. Die Marktdominanz der Auktionshäuser wird weiter zunehmen.“ Dazu gehört auch die weitere Zunahme reiner Onlineauktionen. „Gut recherchierte gedruckte Kataloge werden genauso wie echte Saalauktionen immer mehr verschwinden und damit leider auch die Magie der klassischen Auktion.“

Auktionshäuser sind für ihn nur schnelle Durchlauferhitzer. Dieses Spiel, von dem er ein Teil war, wollte er nicht weiter mitmachen. Aber es gab auch, das sagt er ganz offen, weitere Argumente. „Ich habe meinen eigenen Kunsthandel gegründet, weil ich so mehr Entscheidungsfreiheiten habe als in einem Auktionshaus oder einem Museum. Und letztlich sichert mir das auch deutlich bessere Verdienstmöglichkeiten.“ Das aktuell größte Problem des Handels liege darin begründet, dass „ein großer Teil der Markt-Aufmerksamkeit auf den ‚hot shit‘ der zeitgenössischen Kunst gerichtet“ ist, „dadurch werden viele bedeutende Künstlerinnen und Künstler aus vergangenen Epochen übersehen“. Und er fügt Augenzwinkernd an: „Aber das ist auch die Chance für Kunstliebhaber, wenn sie denn ein ‚gutes Auge‘ haben oder gute Beratung.“

Gerade mal ein gutes Jahr alt ist die Hamburger Galerie Melbye-Konan. Die Galeristin mit dem Schwerpunkt auf zeitgenössische afrikanische Kunst konnte ihren Markteintritt mit einem Coup überregionale Aufmerksamkeit verleihen. Einer ihrer Künstler, Yeanzi, wurde für den Pavillon der Elfenbeinküste auf der Biennale in Venedig ausgesucht. Das gab ihr sofort Auftrieb.

Stella Melbye-Konan hat ihre Galerie vergrößert und residiert jetzt in der Nähe der Außenalster. Zum Konzept der Kunsthistorikerin, die auch Kommunikation studiert hat, gehört, nicht mehr als ungefähr zehn Bilder zu zeigen. Ihr Ehemann Jean-Claude unterstützt sie bei der Galerie-Arbeit. Instagram ist auch bei ihr ein wichtiger Kommunikationskanal, neben Anzeigen, Publikationen und Dinner-Veranstaltungen für ihre Sammler. Das bindet ihre Zielgruppen auf sehr persönliche Art.

Via Instagram verkündete kürzlich ein in Stempelform flackerndes „Sold Out“ den Ausverkauf ihrer jüngsten Ausstellung mit Arbeiten von Atowla. Dass sie einer Art von Marketing viel abgewinnen kann, vor der sich viele scheuen, ist nicht zu übersehen. Die Aufmerksamkeitsökonomie, also Sichtbarkeit in der schlicht überbordenden Zahl von Angeboten zu erzeugen, treibt ihre Blüten. Wie schön die sind, wird das Publikum entscheiden.

Jedenfalls zählt es zu den notwendigen Kernkompetenzen aller Galeristen und Kunsthändler, sich gut zu positionieren. Mit Werbung, aber eben auch mit Taten, Programm, Haltung. Galerien brauchen ein Narrativ. Die Geschichte von Marco Trautner beeindruckt dabei in jeder Hinsicht. Sein Galerienamen Heldenreizer war ein Fundstück 2012.

Er hatte an der Bayerischen Staatsoper „Walküre“ gesehen, „im dritten Akt überführt Wotan seine Tochter Brünnhild des Verrats, weil sie Siegelinde zur Flucht verholten hat.“ Heldenreizerin warst du mir: gegen mich doch reiztest du Helden! Wunschnachbist du nicht mehr.“

Das hat bei Trautner gegessen – und wurde Galerieprogramm. Weil es keine auffindbare maskuline Form zu Heldenreizerin gab, hat er dann kurzerhand die männliche Form geschaffen. „Das war so absurd wie amüsant. Es ergeben sich bei näherer Betrachtung so viel Facetten. Das hat mir gefallen, und deswegen gibt es heute Heldenreizer.“

Und so gesehen sind alle Galeristinnen und Händler dieser neuen Generation nicht nur furchtlos neugierig und experimentierfreudig, sondern auch engagierte Heldenreizerinnen und Heldenreizer.



Kazunori Kura: „In the name of a day“: Schauplatz der Installation ist eine imposante Bergkulisse. Den Rahmen liefert das Festival sommer.frische.kunst.

Stefan Kobel Bad Gastein

Tosendes Rauschen ist der Grundton von Bad Gastein. Die Gast-einer Ache stürzt sich aus den hohen Tauern mitten durch den Ort und ist überall zu hören. Das Bild des Kurorts prägen verfallende Hotelpaläste der Kaiserzeit, die Ruine eines brutalistischen Kongresszentrums genau in der Ortsmitte und Baukräne in gleicher Weise.

Leerstand und Immobilienspekulation sind aber nicht der Grund, wieso die Kleinstadt in den österreichischen Alpen auch spöttisch das „Berlin der Berge“ genannt wird. Den Spitznamen haben ihr vielmehr die mittlerweile ins Elternalter gekommenen Hipster eingebracht, die seit rund zehn Jahren den morbiden Charme des Wintersportorts schätzen gelernt haben.

Andrea von Goetz und einige Mitstreiter wollen jedoch mehr als Wintersport oder Sommerfrische für sogenannte Bobos (Bourgeois Bohémiens) mit Kindern. Seit 2011 gibt es die „sommer.frische.kunst“. Aus dem anfänglich bescheidenen Residency-Programm ist ein Festival geworden, das den ganzen Sommer über dauert.

Ungefähr alle 30 Jahre hat der Ort einen Niedergang erlebt mit anschließendem Boom. Dieser Zyklus sollte weniger volatil werden, wünscht sich von Goetz: „Es ist ganz wichtig, die Leute mit einer Vision an den Ort zu binden.“ Von denen gibt es mittlerweile einige.

Die Eigentümer der Hotels Regina, Miramonte und Haus Hirt waren schon die Motoren der Neubelebung der als vernachlässigt und heruntergewirtschaftet geltenden Tourismusdestination. Mit der Sammlerin, Beraterin (mit kleiner Galerie in Hamburg) und Menschenfängerin von Goetz haben sie eine kongeniale Organisatorin für das etwas andere Format gefunden, das die Akteure vor Ort mit Künstlern, Kuratoren und Sammlern zusammenbringt.

Dieses Jahr werden leer stehende Immobilien genutzt für Ausstellungen von Barbara Probst, Ulrike Theusner, Xenia Lesniewski, Robert Montgomery und Gesa Lange. Kazunori Kura und



Hannes Wichmann

Festival

Mini-Messe für kunstaffine Wanderer

Seit über zehn Jahren lädt „sommer.frische.kunst.“ ins Salzburger Land. Das Festival wächst und wartet nun erstmals mit einer kleinen Kunstmesse auf.

Olaf Holzapfel errichten Installationen im öffentlichen Raum, es gibt Performances und Konzerte.

Und erstmals gibt es eine Mini-Kunstmesse. Die „art:bad gastein“ versammelt im ehemaligen Wasserkraftwerk neun Galerien, alle aus Deutschland. Sie läuft über zehn Tage und bietet damit allen Beteiligten einen entspannten Zugang. Genau diesen Geist schätzt Ben Kuckei von der Berliner Galerie Kuckei + Kuckei: „Man wandert zusammen oder isst gemeinsam etwas auf einer Hütte und trifft sich dann bei der Kunst wieder.“ Die Community hier sei wirklich toll und durch die Galerien kämen dann noch einmal ein paar Dutzend Leute dazu, die dann vielleicht auch immer wiederkommen. Und so wachse die Gemeinschaft Jahr für Jahr. Die Kunst im Zimmer der Galerie ist Sommerfrische-tauglich und zumeist im handlichen Format, die Preise gehen bis ungefähr 5000 Euro. Sie haben Fiene Scharp, Lilly Lulay und Peter K. Koch im Angebot.

Daniela Steinfeld von der Düsseldorfer Galerie van Horn übt den großen Aufschlag und bringt auch großformatige Arbeiten mit wie eine Wandskulptur hinter Plexiglas von Jan Albers oder ein skulpturales Gemälde von Gerold Miller. Das präsentiert sie

gleich in seiner Transportkiste zum Preis von 40.000 Euro (netto).

Frischer als The Fairest geht es kaum. Das nomadische Galerieformat aus Berlin existiert gerade erst seit einem guten Jahr und präsentiert in Bad Gastein mit Christophe de Rohan Chabot, Jordan/Martin Hell und Sally von Rosen drei Künstler zwischen Ende 20 und Anfang 30. Ihre Arbeiten sind mit maximal 5000 Euro noch recht preiswert.

Eine Ausstellerin erklärt recht freimütig, was sie letztlich zur Teilnahme bewegt hat: Die Veranstalterin sei eine so begabte Kunstvermittlerin, dass sie es auch schaffe, Großformate zu hohen Preisen zu verkaufen. Daher habe sie hier kaum Nein sagen können.

Die art:bad gastein lief bis 31. Juli. Danach bespielen die denkmalgeschützten Räume bis Anfang September unter dem Titel „Masterclasses“ jeweils vier Studenten von Anselm Reyle, Christian Schwarzwald und Jorinde Voigt mit eigenen Arbeiten.

Mit bescheidener, aber regelmäßiger Unterstützung des lokalen Tourismusverbands und einiger Sponsoren beweist die sommer.frische.kunst. eindrücklich, was private Initiative für ein Gemeinwesen und darüber hinaus bewirken kann. Das wiederum unterscheidet Bad Gastein, das Berlin der Berge, vom Berlin an der Spree, wo sich diese Art der Kollegialität nie recht einstellen wollte.



Hannes Wichmann

Ulrike Theusner: „Not yet titled“: Eine Installation in einer leer stehenden Immobilie.