

Wunsch und Wühltisch

Die Messe Affordable Art Fair will für Künstler ein junges Publikum erschließen. Werke von Meese, Richter und Co. kosten maximal 5000 Euro

Blanke Brüste, angeklebte Stühle, Videoinstallationen von Rindersuppen – und mitten drin ein bisschen Jonathan Meese. Die Affordable Art Fair Hamburg (AAF) lockt mit einer Melange aus jungen, experimentellen Werken und Editionen etablierter Künstler wie Günther Uecker oder Daniel Richter. Die eigentliche Besonderheit versteckt sich im Na-

men: Werke kosten minimal hundert, maximal 5000 Euro. Erschwinglich im Sinne der Kunst. Aber ist erschwinglich auch im Sinne der Hamburger?

Die guten Zahlen sprechen für das Konzept: Als erste große Hamburger Kunstmesse seit 20 Jahren zählte Messedirektor Oliver Lähndorf bei der Premiere im vergangenen Jahr 13.500 Besucher in den Messehallen, 9000 hatte er erwartet. Die Galeristen erreichten einen Umsatz von 1,4 Millionen Euro. 56 stellten 2012 in Hamburg aus, in diesem Jahr sind es sogar 70.

Ihren Ursprung findet die AAF in London. Der junge Galerist Will Ramsay wollte eine Kunstmesse für jedermann erschaffen. Mittlerweile gastiert die AAF in zwölf Großstädten, darunter New York, Hongkong und Mailand. Lähndorf wurde von Ramsay angeworben, einen Standort in Deutschland zu entwickeln. Favorisiert wurde Köln, doch Lähndorf setzte Hamburg durch. Er wollte beweisen, dass auch „Pfeffersäcke“ in Kunst investieren können, wie er sagt.

Doch Hamburgs Galeristszene ziert sich. Affordable – erschwinglich? Eine Ramschmesse also? Das Konzept überzeugte im ersten Jahr nur wenige. Doch schon diesmal nahmen die lokalen Werberzahlen zu: 23 Galerien aus der Stadt sind in der nächsten Woche dabei,

ein weiteres Drittel kommt aus Deutschland. Überzählige Stände werden von internationalen Galerien besetzt.

Die Hamburger Galeristin Renate Kammer ist bereits zum zweiten Mal dabei. Auch sie war anfänglich überrascht von dem Konzept. Ärgerte sich über teure Standgebühren. Doch dann erfreute sie sich an einem erstaunlich guten Publikum, wie sie sagt: Junge Kunstsammler, ein Paar, das sein erstes Kunstwerk bei ihr kaufte. Kammer erschloss einen neuen Käuferkreis – der ihr auch nach der Messe erhalten blieb.

Auch der Galerist Nils Grossien war erstaunt, wie „gerammelt voll“ die Eröffnung der AAF im vergangenen Jahr war: „Warum kommen diese Leute nicht zu normalen Vernissagen?“, fragt er sich. Eigentlich weiß er warum: Junge Leute hätten immer noch Bedenken, Galerien zu besuchen, ohne etwas zu kaufen. Nicht so bei der AAF. Grossien selbst stellt dort nicht aus, er ist kein großer Fan der Messe, wie er sagt. Und doch glaubt er: Gerade Einsteiger könne man so für Kunst begeistern.

Bei der Messe will man frische Kauflustige statt ausschließlich beflissene Sammler sehen. „Weg vom Elitären“, sagt Lähndorf. Kunst soll eine Investition sein, die Spaß macht. Die Messe ist eine Einstiegsdroge, sagt Kuratorin Judith Waldmann. Bezahlbare Kunst ist nichts Neues. Die AAF erschließt der Sparte jedoch eine Zielgruppe, auf die Hamburger Galeristen jahrelang vergeblich warteten: Menschen, die Spaß an Kunst und Konsum haben. Und kein Poster übers Sofa hängen möchten.

Offenbar entsteht bei dieser jungen Messe eine bessere, hipper Atmosphäre als auf herkömmlichen Vernissagen. Hier soll Kunst nahbar gemacht werden. Besucher können an Künstlergesprächen teilnehmen, die Art Talks heißen. Am Abend beschallen DJ's die Werke. Und am Siebdruckstand kann man Textilien

bedrucken lassen. Ein bisschen Kunst, ein bisschen Party, ein bisschen Do-it-yourself. Aber in flachen Schulen versteht sich – das wird den Neulingen in einem Faltblatt mit Kunstkauf Tipps nahegelegt. Lähndorf selbst scheint ein prototypischer Besucher zu sein: „Ich bin kein Sammler.“ Er kauft Kunst, die er mag und hängt sie an die Wand, ein Liebhaber mit Sinn für Ästhetik. Elitäre Kunstsammler mögen die Narmpf über diesen neuen Zeitgeist, doch 2012 machten Neukäufer tatsächlich 50 Prozent der Besucher aus.

Kunst als lebendiges, als bezahlbares Gut, Kunst als Kommerz. Damit will man ehrlich umgehen bei der AAF. Und sich vom Stigma der Kunst als abgehoben lösen.

Noch radikaler an das Konzept erschwinglicher Kunst nähert sich der kürzlich eröffnete Kunstsupermarkt in der Gerthofstraße 18. Zehn Wochen lang werden dort Unikate für 50 bis 299 Euro verkauft. Man wolle Kunst von der elitären Ebene herunterheben, sagt die Leiterin Viviane Czik-Göckert. Berührungslänge abbauen, bezahlbar machen. Ge-

gen aufkeimende Vorwürfe der Discount-Kunst wehrt sie sich: „Wir sichern Künstlern das Überleben“, Preise seien mit ihnen abgesprochen. 400 Künstler hatten sich mit ihren Werken darum beworben, dabei zu sein.

Die Qualität der Kunst ist jedoch ein heikles Thema. Galeristin Diane Kruse empfindet die AAF als krasses Kontrastprogramm zu Messen wie der Artissima in Turin: „Was Internationalität und Professionalität betrifft, kann sie einfach nicht mithalten.“ Man habe wenig Platz, die Bilder seien in enger Petersburger

Hängung präsentiert. Anstelle von hohen Wänden gebe es stoffbezogene Provisoren. Und verschürt würden die gekauften Werke in pinkfarbener Lochfolie. „Es sah aus wie der Weihnachts-Verpackungsservice im Kaufhaus.“ Geschätzte Kollegen nehmen an der Messe teil, denen könne sie es nicht verdenken. Sie glaube dennoch: Eine derartige Messe mit Wühltisch-Mentalität brauche Hamburg nicht. Für Nils Grossien ist die Qualitätsfrage am Ende auch eine Preisfrage. Gerade bei größeren Arbeiten, auch von jungen Künstlern, sei oftmals 4500 Euro die Preisuntergrenze.

Lähndorf widerspricht dem: „80 Prozent der Galerien verkaufen Kunst unter 5000 Euro.“ Und Waldmann bekräftigt, dass das Preisniveau nicht auf die Qualität zurückstrahle. „Kunst soll sich auch nicht nur über Preise definieren.“ Sie sieht in der Erschwinglichkeit der Kunst auch eine Demokratisierung. Über die eher durchwachsene Qualität der Messe im vergangenen Jahr reden beide offen: „Klar, Galerien hätten sich gerne ein

zweites Karlsruhe gewünscht“, sagt Lähndorf. Doch Hamburg sei nun mal keine Metropole für Kunst. So fielen Bewerbungen eher knapp aus, das erschwerte dem Auswahlkomitee eine Auslese. „Wir waren froh, überhaupt alle Stände vermietet zu haben“, sagt Lähndorf. In diesem Jahr gibt es einen qualitativen Quantensprung, verspricht er. Aus 160 Interessenten wurden 70 ausgewählt. Qualität vor Loyalität: Einigen Galerien aus dem Vorjahr hat man abgesagt. Für 2014 will man sich qualitativ weiter steigern.

Galeristin und Ausstellerin Renate Kammer sieht die Entwicklung pragmatisch: Man solle sich freuen, dass sich etwas bewegt. Gegen Qualitätsvorwürfe geht sie proaktiv vor, wirbt unter Kollegen. Auch Grossien will nicht ausschließen, in Zukunft bei der AAF auszustellen. „Man muss solchen Veranstaltungen eine Chance geben, sich zu entwickeln.“



„Wächterin“, ein analog doppelt belichtetes Motiv stammt vom Nachwuchskünstler Paul Gregor

kunstsupermarkt