



Limitierte Kunst. Emilie Buri erklärt ein Werk von Ayse Erkmen. Foto Mischa Christen

Eine Stunde an der Art

Eine Führung durch die Art gibt einen guten Überblick

KAREN N. GERIG

► **Seit sieben Jahren kann man sich durch die Art Basel führen lassen. Eine Gelegenheit – nicht nur für Art-Frischlinge –, die Messe anders zu entdecken.**

Halb zwölf, Halle 1, Treffpunkt am Guided Tours Desk. Wer eintritt, sieht den Schalter vielleicht nicht gleich, er liegt etwas versteckt in der Ecke. Über einen Mangel an Besuchern kann sich Nicole Reber, Geschäftsführerin der GCC GmbH, jedoch nicht beklagen. Ihr Unternehmen organisiert die offiziellen Führungen durch die Art seit 2002. Über 200 von ihnen finden während den diesjährigen fünf Messtagen statt.

Unsere Führung läuft unter dem Motto «Trend». Wir hätten auch «Klassik» wählen können, oder eine Tour nur durch die Art Unlimited. Kunsthistorikerin Emilie Buri, die uns während einer Stunde ausgewählte Kunstwerke vorstellt, hat heute extra ein himbeerfarbenes T-Shirt angezogen. «Man verliert sich schnell genug zwischen all diesen Leuten», sagt sie mit einem Schmunzeln.

KUNSTMARKT. Wir starten nach einer allgemeinen Einführung bei den Art Statements, am Stand der Galerie Wenstrup. Anhand der Soloshow von Mathew Hale, der Werke von fast vergessenen Künstlern neu in-

szeniert, spricht Buri einige Worte zum Thema Kunstmarkt: «Wir müssen uns bewusst machen, dass der Sinn der Messe nicht nur der Verkauf ist, sondern auch, Künstler und ihr Werk bekannt zu machen.»

VORBEREITUNG. Das Hauptanliegen des Kunstmarkts – der Verkauf – stellt Emilie Buri in der Haupthalle dann vor ein kleineres Problem: Zwei Bilder, die sie sich ausgesucht hat, sind bereits verkauft und abgehängt worden. «Wir können vom Wochenende an in die Hallen, um uns vorzubereiten», erklärt sie. «Wenn dann die erste Tour startet, kann es vorkommen, dass sich schon einiges verändert hat.» Es störe sie aber nicht, denn daran könne man das Konzept einer Verkaufsmesse sehr anschaulich erklären.

13 Kunsthistoriker und Künstler sind als Guides an der Art unterwegs. Wie die Touren aussehen, ist sehr subjektiv ge-

prägt. Mit einer Ausnahme: «Geschäftskunden haben sehr oft konkrete Wünsche, was sie sehen wollen», erklärt Nicole Reber. Dem muss der Guide sich fügen.

Emilie Buri findet es wichtig, dass sie möglichst jeden Sektor miteinbezieht, dass sie Werke aus verschiedenen Ländern, Epochen und Medien aussucht. Sie beendet ihren Rundgang im Parterre der Halle 2. Bei der Galerie Haas & Fuchs aus Berlin hängt eine Auswahl von Gemälden der klassischen Moderne, die auch an der Art Basel immer rarer werden. Eine Landschaft von Picasso rückt für einige Minuten in den Fokus, weiter drüben noch einige Skulpturen von Jean Arp. Dann dürfen die interessierten Zuhörer auf eigene Faust die Messe weitererkunden. Und Emilie Buri geht zurück zum Desk, um dort ihre nächste Gruppe in Empfang zu nehmen.

Guided Tours Art Basel

Wann? Täglich 11.30 Uhr (Trend), 14.30 Uhr (Klassik), 16 Uhr (Art Unlimited), 17.30 Uhr (Trend). Ebenfalls täglich Führungen in französischer, englischer und Spanisch und Sonntags auch in italienischer Sprache.

Wo? Meetingpoint am Guided Tours Desk im Eingangsbereich der Halle 1 (Art Unlimited)

Anmelden. Während der Messe vor Ort oder unter Tel. 058 206 26 92.

«Die Bridge war zunächst ein Jux»

Weshalb es keine Bridge Basel gab

INTERVIEW: ALEXANDER MARZAHN

► **Michael Workman ist Mitbegründer der Bridge Art Fair. Die Künstlermesse aus Chicago war zuerst im St.-Jakob-Park geplant, dann in der Dreispitzhalle. Nun hat sie ihr Basler Debüt verschoben.**

BaZ: Herr Workman, warum gibt es keine Bridge Basel 2009?



MICHAEL WORKMAN: Die Finanzkrise hätte die Organisation einer Messe von ausreichender Qualität verhindert. Wenn wir unseren Plan blind umgesetzt hätten, hätte das bloss die Galerien gegen uns aufgebracht, die es nur zu gern dem Ver-

anstalter anlasten, wenn sie nichts verkaufen. **Bridge gibt es heute in London, Berlin, New York, Miami. Welches ist Ihre Geschichte?**

Bridge wurde 2000 als Non-Profit-Organisation gegründet, als eine Art Kunstverlag, der von Künstlern, Strolchen und Arbeitslosen geführt wurde. Wir starteten das Projekt als Jux. 2001 führten wir erste Ausstellungen durch für Künstler, deren «Galerien» Garagen, Abbruchhäuser oder Boote waren. 2003 lancierten wir eine Kunstmesse während der Art Chicago, damals der Nabel des US-Kunstmarkts. Dann kam die Art in Miami. So wurden wir eine Satellitenmesse, obwohl wir bis heute ohne Gewinn arbeiten.

Ursprünglich wollten Sie im St.-Jakob-Park Ihre Zelte aufschlagen, später in der Dreispitzhalle. Waren Sie da nicht ziemlich blauäugig?

Nicht mehr als unsere lokalen Partner, die diese Orte für uns inspizierten. Ich bin möglicherweise die zaghafteste, naivste und schlechthininformierteste Person in der Kunstwelt-Chefetage, die es gibt (lacht). 2009 war einfach der falsche Zeitpunkt für den Start.

Wo lagen die Hauptprobleme?

Wir wollten ein Gewinn für das künstlerische Umfeld der Stadt sein. Deshalb war die Dreispitzhalle unsere erste Wahl. Der St.-Jakob-Park wurde uns von unseren Event-Partnern in Basel angeboten – und wäre viel zu teuer gewesen. Es war nicht sehr hilfreich, dass wir den Preis erst herausfanden, nachdem wir uns schon angekündigt hatten. Basel ist einzigartig, was die strengen Auflagen betrifft. Und die Erwartung an Messen, Kunst als Plattform für Hochfinanz zu benutzen, ist sehr hoch. Wir denken, Messen können auch mit kleinem Aufwand realisiert werden, kosteneffektiv und marktbewusst.

Wie viele Galerien haben sich beworben?

15 haben Verträge mit uns abgeschlossen. Das hätte gereicht, um die Messe zu lancieren, aber auf einem tieferen Qualitätslevel.

Auf Ihrer Website kündigen Sie an, 2010 zurückzukommen. Was macht Sie so zuversichtlich?

Wir sind wie Don Quichotte. Basel ist mir ans Herz gewachsen. Wir glauben, dass wir eine Nische besetzen können. Wir ziehen es vor, zu warten. Am Ende werden wir über uns und die Welt lachen können – und das ist ein wirklich toller Ausgangspunkt.