



Ausruhen vom Geldausgeben: Die alte Meisterin Marina Abramović legt erschöpfte Messegänger auf Feldbetten bei ihrer Performance während der Eröffnung. Foto Polaris/Studio X

Die Optimierung der Erscheinung

Künstler plazieren, Aufmerksamkeit generieren, das große Spiel ums Geld. Die Art Basel Miami Beach arbeitet auch in ihrer 13. Ausgabe am glamourösen Auftritt.

Dass große Kunstmessen wie die Art Basel Miami Beach die Städte, in denen sie vorübergehend ihre Zelte aufschlagen, verändern, ist ein Gesetz. In Miami führt das erstens dazu, dass man angesichts der vielen Installationen, Performances und Events schon mit Scheuklappen durch die Stadt laufen müsste, um nichts von alledem mitzukriegen, und zweitens, dass mit dem Label Kunst durchaus großzügig umgegangen wird und bereits kreativ zurechtgestutzte Riesenhecken – so hübsch sie auch sein mögen – Applaus einfordern. Und ja, auch oder, besser gesagt, insbesondere zur Messezeit wird in Miami viel gefeiert, was der Art Basel Miami Beach bisweilen den Ruf einbrachte, die Kunst stünde hier nicht an allererster Stelle. Das ist allerdings insofern Unsinn, als der Kunstmarkt eine auf Hochtouren laufende Geldmaschine ist und es genau darum – Strandparty hin oder her – auch in Miami hauptsächlich geht: ums Geschäft.

Das große Geld, das die zahllosen Sammler, Kunsthändler, Hedgefonds-Manager, Milliardäre, Millionäre und Stars wie Leonardo DiCaprio, Tobey Maguire, Ivanka Trump oder der Rapper Sean „Diddy“ Combs mitgebracht haben, fließt im Convention Center, wo in diesem dreizehnten Jahr der Messe mehr als 260 Galerien aus 31 Ländern vertreten sind. Der erste Tag war den VIPs vorbehalten, die freilich besonders gerne bei Larry Gagosi-

an herumstanden, wo wie stets weder Hinweistafeln die Werke einem Künstler zuordnen noch über Preise gesprochen wird. Die Botschaft hinter dieser Geste der Arroganz liegt auf der Hand: Der wahre Kunstkenner hat schlicht Ahnung und verfügt über ein entsprechendes Vermögen. Wer Jeff Koons nicht erkennt, ist sowieso verloren und fällt in die Kategorie Banause. Bei Gagosi ist man, auch das ist schon bekannt, offenbar besorgt, jemand könnte eine Skulptur über den Haufen rennen, weshalb einige Security-Leute die Kunst mit grimmiger Miene bewachen. Spricht man mit ihnen, werden sie äußerst freundlich und die Mitarbeiter von Gagosi derart unfreundlich, als fädle man gerade eine Verschwörung ein.

Obwohl in den allerersten Messestunden die Stände nicht eben wie Kaufhäuser zu Sale-Zeiten von Interessenten überrannt wurden, herrschte beste Laune, die gegen Mittag, als es richtig voll wurde, nur noch besser wurde, zum Beispiel bei David Zwirner. Sämtliche nach Miami mitgebrachten Werke der populären amerikanischen Künstlerin Lisa Yuskavage waren nach wenigen Stunden verkauft. Die softpornohaft, gerne in einem märchenartigen Setting inszenierten Frauendarstellungen erzielten Preise zwischen 130 000 und 250 000 Dollar. Auch ein Werk der englischen Meisterin illusionistischer Techniken, Bridget Riley, wechselte den Besitzer, für genannte 1,1 Millionen Dollar. Und Skarstedt durfte sich gleich über mehrere Verkäufe in Millionenhöhe freuen, darunter „Untitled Fashion“ von Richard Prince aus den achtziger Jahren für 1,2 Millionen Dollar. Auch Anselm Kiefers „Oh Halme, ihr Halme, ihr Halme der Nacht“, mitgebracht von Thaddeus Ropac, fand zum Preis von 1,1 Million Dollar einen neuen Besitzer.

Auch die Galerie Eigen + Art scheute keinerlei Mühe und brachte mehrere Landschaftsbilder von David Schnell (um 190 000 Dollar) in Megaformaten über den Atlantik. Um diese und Arbeiten von Uwe Kowski (43 000 bis 55 000 Dollar) oder Birgit Brenner (42 000 Dollar) entsprechend präsentieren zu können, hat man zudem einen weitläufigen Stand ge-

mietet. Alles in allem, so der Galerist Gerd Harry Lybke, kostete die Präsenz in Miami Beach etwa 150 000 Euro. Das ist ein Statement. Kunst, wie Eigen + Art sie dabei hat, lässt sich jedenfalls nicht einfach abhängen und entspannt nach Hause tragen. Ganz anders ist das mit den kleinformatigen Ölbildern der amerikanischen Künstlerin Karen Kilimnik bei Pressenhuber aus Zürich, die die Schweizer Bergwelt so zeigen, wie man sie am liebsten sieht – als romantischen Sehnsuchtsort: Nirgendwo sonst ist der artifizielle Miami-Kosmos mit seinen vielen missratenen Facelifts und anderen Körperoptimierungsbemühungen ferner als beim Blick auf diese idealisierte Alpenwelt.

Würde die Messe einen Preis für den am häufigsten fotografierten Stand ausloben, hätte ihn wohl die Galerie Sadie

Coles aus London gewonnen, die mit einer Installation des Künstlers Urs Fischer aufwartet. Mehr als tausend grüne avocadogroße Regentropfen hängen an nahezu unsichtbaren Fäden von der Decke. Wer allerdings sehen will, was Sadie Coles sonst noch so zu bieten hat, muss sich durch diesen Irrgarten wagen, wovor man instinktiv zurückschreckt. Urs Fischer dürfte das ziemlich egal sein; den stiefmütterlich behandelten Künstlern, deren Werke verloren die weißen Wände zieren, eher nicht.

Auch Bärbel Grässlin aus Frankfurt verzeichnete bereits am Ende des ersten Tages erfreuliche Verkäufe, beispielsweise eine Stehlampe von Martin Kippenberger

mit dem schönen Namen „Kippenblinkly“, die für 175 000 Dollar in den Besitz eines „bedeutenden New Yorker Sammlers“ wechselte. Das Geld ist die eine, selbstverständlich entscheidende Seite. Die andere, auch dies muss hier gesagt werden, ist der zukünftige Besitzer. Wer möchte schon, dass „Kippenblinkly“ in irgendeinem geschmacklos eingerichteten Penthouse in Miami South Beach endet? Eines der teuersten Werke der Messe konnte man bei der Acquavella Galerie betrachten: eines der „Mao“-Porträts von Warhol für 15,5 Millionen Dollar.

Wie man das Publikum in seinen Bann zieht und gleichzeitig subtile Didaktik ins Spiel bringt, zeigt der reich bestückte Stand der Berliner Fotogalerie Kicken. In direkter Nachbarschaft zu Helmut Newtons ikonischem Frauen-Bilderpaar „Sie kommen“ hängen Modelfotografien der siebziger und achtziger Jahre von ostdeutschen Künstlern, die bewiesen, wie sehr die Posen der Models einander doch ähnelten. Entsprechend ist, wann immer man am Stand von Kicken vorbeikommt, sehr viel los. Einen hervorragenden Abschluss konnte man übrigens auch dort schon nach kurzer Zeit verbuchen: Ein Foto von László Moholy-Nagy brachte 240 000 Euro ein. Und was gibt es sonst noch? White Cube aus London meldete einen verkauften Damien Hirst, „Love Remembered“ aus dem Jahr 2007, für vier Millionen Pfund. Und die Galerie Gmurzynska, die dieses Jahr ihr fünfzigjähriges Bestehen feiert, wird unter anderem ohne Picassos „Venus et Amour“ mit einem genannten Preis von einer Million Dollar heimreisen.

Auf den ersten Blick könnte man meinen, die Art Basel Miami Beach sei für Galeristen finanziell eine sichere Sache, doch das wäre naiv. Niemand sitzt hier nur herum und reibt sich angesichts so vieler potentieller Käufer freudig die Hände. In den vergangenen Jahren sind außerdem mehr und mehr Parallelmessen hinzugekommen, deren Niveau steigt. Aber Konkurrenz soll ja bekanntlich das Geschäft beleben.

MELANIE MÜHL

Miami Beach Convention Center, noch bis Sonntag, den 7. Dezember. Eintritt 45 Dollar. Katalog online.