



FREUNDE Auktionator
Simon de Pury und Sammlerin
Francesca von Habsburg



MADE IN LEIPZIG Neo Rauch ist
einer der gefragtesten Malerstars



IN PARTYLAUNE Fotograf Giro Zizzo, Manuel
Frei („Architectural Digest“), Annette Weber
(„InStyle“), Architekt Peter Buchberger und
VIP-Arzt Timm Golüke (v. l.)

Miami: Für deutsche Maler wird ein Vermögen bezahlt

Eine Hotelsuite für 3000 Dollar? Eine Installation des britischen Skandalkünstlers **Damien Hirst** zum Preis von rund 1 Mio. Euro? Alles kein Problem. Wer auf der Kunstmesse Art Basel Miami Beach einkauft oder auch nur mitfeiert, hat Geld. Oder er kennt zumindest jemanden, der Geld hat: Sammlerstars wie Multimillionär **David Rockefeller**, den Kölner Verleger **Benedikt Taschen**, seinen Schweizer Kollegen **Michael Ringier** oder Mäzenin **Francesca von Habsburg**.

Sie alle sind von der einzigartigen Mischung aus Neon-Weihnachtsschmuck an Palmen, hochkarätiger Kunst und hysterischem Partygetümmel des viertägigen Spektakels begeistert. In nur vier Jahren hat sich der US-Ableger der renommiertesten Messe für Gegenwartskunst, der Art Basel, zum Hotspot einer neuen Kunstsozietät entwickelt. Die ist jung, reich und ebenso kaufhungrig wie partydurstig.

„Arties“ (= Kunstige) heißen ihre Mitglieder im Szenejargon. Sie wollen Kunst sehen und kaufen und abends sich und ihren Erfolg feiern. Begleitet und gesponsert wird der Societyevent mit seinen 36000 Besuchern von namhaften Unternehmen wie **UBS**, **BMW**, **Hugo Boss** und **Bulgari**. In Trendhotels wie dem „Setai“ und dem „Delano“ und im „Shore Club Miami“ fließt der Champus. Nebenan öffnen steinreiche US-Gastgeber ihre Häuser und berühmte Kunstliebhaber wie **Rosa de la Cruz** und **Don** und **Mera Rubell** zeigen ihre Sammlungen.

„Auf der Art Basel Miami Beach geht es zu wie im legendären ‚Club 55‘ am Strand von St-Tropez: laute Musik, tolle Partys und du triffst dieselben Leute“, beschreibt **Annette Weber**, Chefredakteurin des Ma-

gazins „InStyle“, ihre Erlebnisse: „In Miami feiert ein junger internationaler Jetset, der die Kunst entdeckt hat, weil es etwas Kultiviertes ist.“ Was noch Anfang der 90er-Jahre die Mitgliedschaft in einem exklusiven Golfklub war, ist nun die Zugehörigkeit zur „Arties“-Szene. Annette Weber: „Einen Ferrari kann sich hier jeder kaufen. Aber Maler wie **Andreas Hofer** und **Jonathan Meese** zu entdecken und sich damit auseinander zu setzen, erfordert Intellekt. Das hebt sie ab von denen, die nur Geld haben.“

Und dann ist da dieser Magneteffekt: Wo wohlhabende Männer feiern, zieht es schöne Frauen hin. Annette Weber: „Da treffen reiche Sammler, Künstler und Galeristen, die einen witzig, die anderen durchgeknallt, auf paarungswillige Schönheiten. Ich habe selten so viele Models und Frauen mit russischem Akzent gesehen. Da geht es ab, ab, ab.“

Für die Galeristen ist das Kunstfestival in Miami eine Goldmine. **Kerstin Wahala**, Geschäftsführerin der Galerie Eigen+Art, Leipzig, profitierte vor allem von der Lust der Amerikaner auf deutsche Kunst. Kerstin Wahala: „Innerhalb von zwei Stunden hatten wir alle Bilder verkauft.“

Gründer der Galerie ist der Leipziger **Gerd Harry Lybke**, der früh auf Künstler wie **Neo Rauch**, **Matthias Weischer**, **Martin Eder** und **David Schnell** setzte. Heute ist das Qualitätssiegel „Made in Leipzig“ so etwas wie

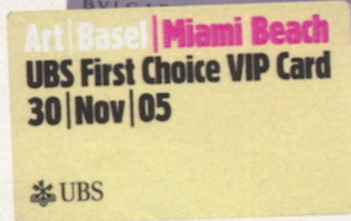
die Lizenz zum Gelddrucken. Neuerdings knisternde grüne Dollar ...

Die Kunst ist dabei, der Aktie den Rang abzulaufen. Sie scheint nicht nur wertbeständiger, sie verspricht vor allem Prestige. Das spürt auch **Thaddaeus Ropac**. Seine Galerien in Salzburg und Paris gehören zu den Topadressen. Ropac: „Wir haben sehr viel verkauft: Skulpturen von **Tony Cragg** für bis zu 350000 Euro, Arbeiten von **Georg Baselitz** und **Antony Gormley** für über 200000 Euro. Die Amerikaner kaufen sehr viel. Und: Sie können sich viel schneller begeistern und überlegen nicht so lange wie die Europäer.“

Vater der Miami-Mania ist **Samuel Keller**, sonst Chef der eher biederen Art Basel. Er bewies mit seinem Eventkonzept die richtige Spürnase. Kellers Bilanz: „Der Appetit auf moderne und zeitgenössische Kunst ist größer denn je. Die Art Basel Miami Beach ist eines der beliebtesten Kultur- und Gesellschaftsereignisse weltweit geworden.“

Den Societystatus der Miami-Messe beflügelt sogar die Reisebranche. **Christian Schäfer** und **Arthur Duncan**, Gründer von arthur duncan journey, bieten Kurztrips in Sacher Kunst an (Preis: 3000 bis 8000 Euro) – u. a. nach Miami. Duncan: „Das Schlüsselwort heißt Zugang. Ich öffne seit 18 Jahren Türen, die sonst für die Öffentlichkeit verschlossen bleiben. Ein Reiz der Art Basel Miami Beach liegt darin, dass man dort völlig ungezwungen Sammler, Galeristen und Künstler trifft.“

Aber in Feuilletons großer Zeitungen mehrten sich kritische Stimmen: Die Messe drohe aufgrund des Partygetümmels „unseriös“ zu werden. Diese Unkerei können die, die in Miami gefeiert und verdient haben, nicht verstehen – wie das Berliner Galeristenpaar **Annette** und **Rudolf Kicken**: „Wer möchte, kann hier rund um die Uhr feiern und Kunst anschauen. Aber jeder kann sich selbst aussuchen, welcher Aspekt ihm am wichtigsten ist.“



HEISS BEGEHRT VIP-Pässe
für die großen Messepartys