

Drei Nullen beim Preis weglassen – das ist gute schweizerische Art

Art Basel. Die wichtigste Kunstmesse der Welt endete in dieser Woche, wie immer mit gewaltigen Umsätzen.

Wer die Art Basel allein aus den Medien kennt, könnte dem Glauben verfallen, es handle sich um eine Veranstaltung, deren Pracht, Herrlichkeit und unverbindliche Preisempfehlungen sich dem Ancien Régime Ludwigs des XIV. nähert. Die Messe verkauft sich als wichtigste Kunstmesse des Sonnensystems, was nach dem bisherigen Erkenntnissen der Raumfahrt wahrscheinlich stimmt, wirkt aber auf den ersten Blick erstaunlich bieder, eben gutschweizerisch. Nun, die großen Sammler und Käufer (ein gewichtiger Unterschied), wurden auch schon in den ersten beiden Tagen in einer Art Preview hofiert und durchgeschleust. Schwer zu bestreiten ist die kolportierte Zahl von 800 Galerie-Bewerbungen (und einer Ablehnungsquote von rund 66 Prozent) für den Platz in Halle 2. Die Angebote der meisten Galerien setzten aufgedröhnt auf Sicherheit,

spricht große Namen. Bei den kosmischen Standpreisen scheint das verständlich. Für Überraschungen ist man hier nicht zuständig. Das Feld dominieren Alechinsky, Armleder, Baldessari, Calder, Giacometti, Hockney, Immendorf (verstärkt), Judd, Kandinsky, Katz, Kippenberger, Klee, de Kooning, LeWitt, Matisse, Miró, Richter, Ruff, Serra, ein Überfluss, der zu einer gewissen Entwertung führt. Schlussendlich noch Ballungen an Picasso und Warhol. Letzterer hatte zu Lebzeiten noch versäumt, eine seiner neokapitalistischen Erkenntnisse als Leitspruch an den Leitwolf Art Basel zu verkaufen: Gute Geschäfte zu machen, das ist wirkliche Kunst.

Um Geschäfte und Ruhm (?) ging es auch bei den sächsischen Abgesandten, deren Auftritte aber insgesamt mutiger angelegt waren als jene ihrer Antagonisten aus der Champions League des Kunsthandels. Eigen + Art (Leipzig/Berlin) wie auch Gebr. Lehmann (Dresden) demonstrierten auch in Abwesen-



Foto: dpa/Rolf Haid

Keinesfalls hasenfüßig: Die Kundschaft der Kunstmesse „Art 36“ in Basel.

heit der „Neuen Leipziger Schule“ Kollektionen, die man Programm nennen darf. Die Dresdner müssen dabei mit der Erkenntnis leben, dass ihr Heimstar Eberhard Havekost von einem halben Dutzend Galerien ausgezeichnet wurde; offenbar ist seine Tauglichkeit als Objekt des internationalen Kunsthandels schon gemeinhin anerkannt.

Der Basler Etikette entspricht dagegen der entzückende Brauch in einigen Kojen, bei den ausgewiesenen Dollar-Preisen hinten drei Nullen wegzulassen. Sonst schwirrte allenthalben ein neues Frauen-Parfüm in die Nase, es hat passenderweise eine leichte Chanelnote. Letztlich ist der hauchzarte Unterschied zu den ungeliebten Messe-Antipoden in Köln, London oder New York allenthalben präsent: Auch die Toiletten sind die saubersten der Welt und werden im Minuten-Rhythmus kontrolliert. Der mattmetallisch glänzende Katalog ist ein Sonderstück für den guten Bücherschrank oben, nicht für

die Taschenbuchreihe unten links. Und die naiven Fragen nach dem Umsatz werden von den Galeristen naiv im Kanon beantwortet: Millionen Franken für jeden, der dabei war. Mancher Galerist bringt gern wieder den abgewetzten Branchenkalauer, dass er am Stand „ausgeraubt“ worden sei. Mit gedeckten Barschecks freilich. UWE KREISSIG