

Schönheit sondergleichen

Die Art.Fair 21 feiert in Köln Erfolge und etabliert sich als wichtige Herbstmesse

Von Gerhard Charles Rump

Wenn der geneigte Messebesucher – einer von fast 30 000, die die siebte, die diesjährige Art.Fair 21 aufgesucht haben – einen Cicerone benötigt hätte, in Klaus Kiefer (von der Galerie KK in Essen) hätte er einen guten gefunden. Er führte gern zur Galerie Z aus Stuttgart. Dort begeisterte ihn eine fotografische Computerarbeit von Ryu Jungmin, eine Art architektonischer Amalfi-Albtraum („The Path of Error“, 180x218, Diasec, 1/5). Oder in die große Halle zu Yasha Youngs Strychnin Gallery (Berlin, London, New York). Dort verströmte ein Einhorn-Nashorn von Madeline von Foerster seine Aura, für Kiefer „ein Glanzlicht der Messe“. Es wurde, ganz glanzlichthaft, für 35 000 Euro verkauft.

Glanzlichter hatte Klaus Kiefer selbst zu bieten. Sein Maxi-Stand mit Maxi-Kunst zeigte eine Reihe auch großformatiger Pastelle von Johannes Grützke (4000-33 000 Euro), der sich souverän über manch' andere Kunst-Bemühung erhob; Yongbo Zhao (6000-24 000), vor dessen unerhörten Bildern sich Trauben bildeten; seinem chinesischen Landsmann Miqian Zhang (8000-18 000) und die neueren, dunkelbunten Produktionen von Pavel Feinstein (bis 13 000 Euro). Kiefer: „Eine sehr gut organisierte, lebendige Messe. Ich komme auf jeden Fall wieder.“

Wohin er dann aber zieht, steht derzeit noch in den Sternen. Die Messe, ein beachtlicher Kultur- und Wirtschaftsfaktor für Köln, muss aus dem Gebäude heraus, da das

Schauspiel hinein kommt. Bei der Stadt ist man hilfsbereit, und es steht zu hoffen, dass man ein Quartier, eine stadtkölnische Lösung findet. Köln kann sich nicht wirklich leisten, die Messe zu verlieren. Momentan wird eine Unterbringung auf dem Messegelände (das der Stadt gehört!) favorisiert. Die Köln-Messe mag's nicht leiden. Was letztlich nicht nachvollziehbar ist.

Eine ganze Fraktion war aus Korea angereist, unter anderem Kwanhoo (Seoul), die ein großes Bild von SINN, der in Berlin lebenden Koreanerin, Meisterschülerin von Wolfgang Petrick zeigten. Und Gallery 2, die die Neo-Pop-Bilder von Dongi Lee mitbrachten. Von den etwa 60 Teilnehmern gehörte, neben frischen Newcomern, eine ganze Reihe zu den führenden, nicht nur in deutschen Landen.

Michael Schultz (Berlin, Beijing, Seoul) hatte eine 20-teilige Käfiginstallation von Stefan Kaluza auf



Galeristin Yasha Young, Strychnin Gallery (Berlin, London, New York)

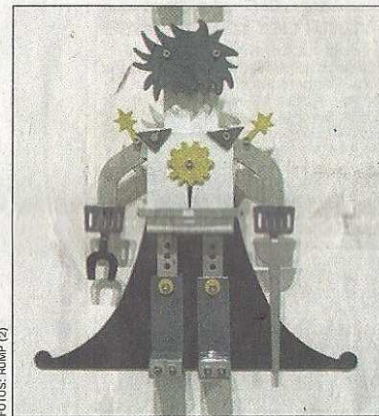
dem Stand. Darin stellten in weiße Papieranzüge gekleidete, gelegentlich laut schreiende Menschen dar, welche „kleinen Fluchten“ aus dem Alltag möglich scheinen. Die Besucher begeisterte ein großes, leuchtendes Bild von SEO. Knüller: 16 Mal Angelina Jolie von Zou Cao aus der „Peerless Beauty“-Serie (Schönheit sondergleichen).

GAB (Andreas Binder, München) war ebenso dabei wie Michael Sturm und Schilling Contemporary, beide aus Stuttgart. Bei Schilling hatte es eine Solo-Show des jungen Jörg Kutschke, der in fröhlicher Post-Pop-Manier Alltägliches zu Ungewohntem umdeutet. Rüdiger Voss aus Düsseldorf lobte: „Hier treffe ich wieder auf Kunden, die ich auf anderen Messen nicht mehr gesehen habe!“ Und war ob der Verkäufe zufrieden: Frank Bauer, Kate Waters, Harding Meyer, Claudia Rogge. Auch Ewald Karl Schrade (Karlsruhe, Schloss Mochental) machte mit – er ist sonst der *spiritus rector* der Art Karlsruhe. Ein großer Eindruck: Von Braunbehrens (München) brillierte mit Skulpturen von Sean Henry (naturalistisch, farbig gefasst, klein: 25 000), erregte Aufsehen mit den verwischten Szenen von Andy Denzler und den „eisigen“ Stillleben von Park Sung-Min, der Gemüse in koreanischen Schalen auf Eis gelegt zum Thema hat.

Jens Hafenrichter brachte einen Mix aus junger Kunst – er verkaufte Katharina Dietlinger – und etablierteren Positionen. Neben den Pop-Klassikern vor allem Julian Opie, um dessen pseudo-traditionelles

Damenporträt sich gleich mehrere Sammler bemühten. Eine solche Teilnehmerliste ist beachtlich, und es sind vor allem vorwiegend Galerien, die kräftige, sinnliche, wichtige Positionen vertreten. Da passt auch vom Programm das Kunstkabinett Regensburg hinein, wo unter anderem Werke von Sabina Niederkofler und Monika Sigloch verkauft wurden. Und: Es wurden sogar Aufträge erteilt. Man sieht, die Kunstwelt kehrt zum Bewährten zurück ohne an Modernität zu verlieren.

Und dazu passt auch Davis-Klemm (Frankfurt), mit Konrad Winter und Günter Beier, die sinnliche Vorstellungswelten erkunden. Einen Akzent setzte das Kunstkaufhaus Ost (Jan M. Petersen; Berlin). In unmittelbarer Nähe der großen Installation von David Hochbaum (Strychnin Gallery) mit Häusern und Pfeilen, verkaufte Petersen seine witzigen, preiswerten Werke (von 49 Euro an): Schilder-Bilder



Metallfigur mit Sternmull-Kopf: Kim Sook Bin bei ninegallery, Gwangju

etwa, mit herrlich unanständigen oder ebenso herrlich absurden Sprüchen. An seiner „Loch“-Serie hätte Kurt Tucholsky, der bekanntlich über das Loch an sich schrieb, seine helle Freude gehabt. Vom Finanzloch zum Glory Hole ... Eigenwillig: Eric Finzi bei Perihelion aus Phoenix (Az.), denn er malt, im 40er Retro-Stil, schutzanzuggeschützt, mit farbigem Kunstharz (um 5000 Euro). Ebenfalls eigenwillig: Sebastian Schrader mit seinen zurückhaltend abstrusen Alltagssituationen (Berlin Art Projects, Berlin). Schließlich noch etwas sehr Eigenes: Bei Dirk Supper (Karlsruhe) die Fadenbilder von Monika Thiele, die auch deshalb Aufmerksamkeit verdienen, weil sie die „abgesunkene“ Textil-Technik wieder für die hohe Kunst verfügbar machen.

Etwas eklatös war die ehrliche, nüchterne und doch vor Kunstbegeisterung strotzende Rede von Yasha Young (Strychnin Gallery), in der ein neues Projekt angekündigt wurde. Die Messe-Macher Andreas Lohaus und Walter Gehlen wollen (Yasha Young berät) mit „Bloom“ eine neue professionelle Präsentationsplattform für junge Kunst bieten. Innerhalb der Art.Fair 21. Das soll aber nichts mit den „hippen“, trendigen Crossover-Messen“ zu tun haben und sich nicht damit begnügen, „ein bisschen Sauerstoff in den tradierten, muffigen Kunstmarkt zu blasen“, sondern die Projekte sollen sich in Preisklasse, Struktur und Zusammensetzung abheben, jenseits von „wirrem Trendsettertum“. Man hat viel vor. Wünschen wir Erfolg!