

Style



KATRIN BACHOFEN

Verschoben, vorzeitig beendet oder ganz abgesagt – auch in der Kunstbranche bleibt derzeit kein Stein auf dem anderen. Durch den Wegfall des für die Kunstmessen sehr aktiven Frühjahrs kündigt sich nun eine Ballung von Messeterminen im Herbst an. Nun mag es momentan dringendere Probleme geben, als die ohnehin schon randvolle Agenda einer Branche, die ständig auf sämtlichen Kontinenten unterwegs ist, neu zu sortieren.

Vor allem im Galeriensektor stehen zahlreiche Existenzen auf dem Spiel. Als Gegenmassnahme setzen viele auf digitale Plattformen. «Wie Kollegen, die weder über Artnet, Artsy, Printed Editions oder Instagram noch über sonstige Plattformen und ohne wichtige Messen arbeiten, weiterexistieren sollen, ist mir absolut schleierhaft», sagt Marc Triebold von der Basler Galerie Henze & Ketterer & Triebold.

Positive Kunst für schwierige Zeiten

Zusammen mit seiner Frau sucht auch er neue Wege, um wenigstens das eine oder andere Werk vermitteln zu können. Mit der Online-Ausstellung «Happy and Positive Art for Difficult Times» bietet er derzeit farbenfrohe Werke voller Leichtigkeit und Lebenslust an. Zusätzlich setzt er auf eine grundsätzliche Neubewertung der Bestände: «In Anbetracht der schwierigen Zeiten haben wir die Preise überarbeitet und, wo möglich, angepasst.»

Auf der Website vieler Galerien kann man sich einfach durch die Werke der aktuellen Ausstellung klicken. Seltener wird ein virtueller Rundgang angeboten oder ein Videoclip, der eine Ausstellung attraktiver wiedergibt als Standbilder. Ob das allerdings als Massnahme reicht, um weiterhin Umsatz zu generieren, wird sich erst zeigen müssen.

3D-Tour auf der Website

Einige Galerien setzen auf eigens kuratierte Online-Ausstellungen. So etwa die Bildhalle in Zürich. Sie ist auf Fotografie spezialisiert, die sich erfahrungsgemäss gut für die digitale Vermittlung eignet. «Die aktuelle Ausstellung von René Groebli können Sie auf unserer Website mit einer 3D-Tour besuchen», sagt Galeristin Mirjam Cavegn, die auf die neue Situation rasch reagiert hat. «Wir verschicken nun wöchentlich einen Newsletter zu einem «Bild der Woche mit einer dazugehörigen Online-Ausstellung. Die Künstler wählen ein spezifisches Bild aus und schreiben etwas zur jetzigen Situation. Dazu verlinken wir eine von uns kuratierte Ausstellung. Das Feedback ist sehr erfreulich. Dies kommunizieren wir über einen Newsletter mit Verlinkung auf die Website. Zusätzlich auch auf Instagram. Aber Ziel ist es stets, dass die Empfänger unserer Newsletter aufs Web gehen und dort entdecken, was wir in dieser herausfordernden Zeit zu bieten haben.»

Die momentane Situation trifft auch die Auktionshäuser. Etwas bessere Kar-

ten haben diejenigen, die schon länger Online-Auktionen anbieten. Druckgrafik, Zeichnungen, Aquarelle, Design und Kunsthandwerk eignen sich hierfür besonders gut.

Das Dorotheum in Wien hat derzeit alle Auktionen bis Mitte April auf Online umgestellt und die ersten Ergebnisse bestätigen, wie gut sich die Online-Auktionen bereits etabliert haben. Sie bringen Neukunden und sind vor allem bei der jüngeren Generation beliebt. Die grossen Schwerpunktwochen wurden jedoch in den Juni verschoben – zumindest vorläufig.

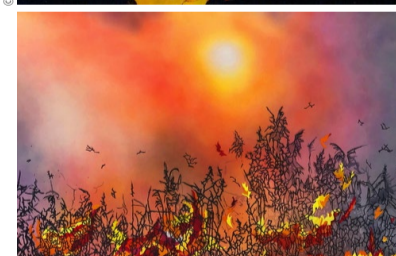
Auch Koller in Zürich hat seine März-Auktionen vorerst auf den Juni verschoben. Mit «Ibid online-only» hat das Auktionshaus eine neue Auktionskategorie ins Leben gerufen. Sie eignet sich vor allem für Objekte mit einem breiten Käuferkreis im tieferen bis mittleren Preisbereich.

Gefragte Online-Auktionen

Ketterer in München verdoppelt die Frequenz seiner «Online Only»-Auktionen und führt sie nun jeweils am 1. und am 15. des Monats durch. Angeboten werden rund hundert Werke der Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts im drei- bis fünfstelligen Euro-Bereich. «In den vergangenen Wochen haben wir auffallend viele Internetzugriffe verzeichnet. Es zahlt sich jetzt aus, dass wir seit 15 Jahren kontinuierlich und massiv in diesen Bereich investieren», so Inhaber Robert Ketterer.



Dario Basso:
«Body Flower 17»,
Aquarell auf Foto,
2010, 24 × 18 cm, 600
Franken (Henze &
Ketterer & Triebold,
Basel).



Francesca Gabbiani:
«Spectacle of LA»,
2019, Mischtechnik
auf Papier, 83,5 ×
34,5 cm, 12 000
Franken (Monica
De Cardenas, Zuoz).



Per Kirkeby, ohne
Titel, 1983, Misch-
technik, 41,5 × 59 cm,
Startpreis
3870 Euro (Ketterer,
München).



3D-Tour «René
Groebli – The Magic
Eye» in der Bildhalle
in Zürich.