

Wobei während der ganzen Geschichte, das heisst, während des ganzen Studiums, habe ich nebenbei auch gearbeitet, vor allem auch in juristischen Bereichen. Ich war Leiter des Rechtsdienstes eines Berufsverbandes in der Schweiz und so fort. Auf jeden Fall, ich hatte dann die Chance, in die PR einzusteigen. Habe das in Bern gemacht. Kurz darauf bin ich nach Zürich gegangen, wo ich zu Telekurs ging, also ein Bankenumfeld, Wirtschaftsumfeld, wo ich für internationale PR zuständig war. Und von da bin ich dann nach Basel gelangt.

AD: Ja.

LR: Während meinem ganzen beruflichen Werdegang oder beim Studium war immer die Kunst irgendwo im privaten Bereich eigentlich ein Teil, der mich immer beschäftigt und fasziniert hatte. Darum war für mich dann dieser Schritt irgendwo ein Zusammenführen von dem, was ich mache, Public Relations, und meiner Passion, und meiner Liebe, Kunst. Das hat sich wirklich ideal ergeben.

AD: Sie waren der Kunstwelt nicht völlig fremd?

LR: Nein, nein.

AD: Ja.

LR: Ich glaube, du kannst so einen Job auch gar nicht machen, es wäre sehr wahrscheinlich total falsch, jemanden zu nehmen, der der Kunstwelt völlig fremd war. Ich glaube, es war meine Chance. Und es war eigentlich auch gut für Basel, dass jemand kam, der ausserhalb der klassischen Messestruktur war. Ich war der erste Messeleiter der ganzen Messe Basel, der nicht irgendwie von unten nach oben gezogen wurde. Das hat mir auch die Chance gegeben, ganz neue Gedanken reinzubringen. Das war von dem her ideal, auch für mich.

AD: Das fanden Sie den Vorteil, dass es eben einen neuen Blick ermöglicht hat?

LR: Das war sicher ein Riesenvorteil. Es war dann auch das Resultat. Wir haben in den 90er Jahren die Messe ja praktisch umgekrempelt. Das ist nur gegangen mit wirklich einem Blick von aussen, mit ganz anderen Überlegungen, nicht einfach klassischen Messe und Kunst und Marktüberlegungen.

AD: Ich würde gerne hier, obwohl wir eigentlich schon 1991, 1992 sind, gern noch einen Blick zurückwerfen auf die Entstehung der Art. Sie haben eben erwähnt, Sie kamen von aussen. Was haben Sie gewusst, oder was war Ihnen bekannt, zur Entstehung der Art? Sie haben sicher die Gründungsleute gekannt.

LR: Klar.

Blick von aussen auf die Art

Entstehung der Art Basel

AD: Was wissen Sie dazu?

LR: Klar, ich kannte die Geschichte der Art relativ gut. Ich kenne, kannte auch einige der Gründungsväter der Art relativ gut. Die Art ist natürlich entstanden – das muss man klar sehen – in den 70er Jahren, in einer Zeit, wo vor allem in Europa, und in erster Linie in Deutschland, Kunst im Rheinland gemündet hat. Und da haben einige Galeristen die Überlegung gehabt, in Köln einen Kunstmarkt zu gründen. Dieser Kunstmarkt wurde aber doch in einer Art gegründet, (die) eigentlich dann eine riesige Stilvorlage für Basel wurde. Köln, Düsseldorf, dieser Kreisel, mit der Universität, mit dem Lehrstuhl Beuys und und und, das war so stark, dass dieser Kunstmarkt das Gefühl hatte, wir machen einen Kölner Kunstmarkt. (Das) heisst, ausserhalb Deutschlands brauchen wir nix... Das war eigentlich der Anstoss, dass dann vor allem Trudl Bruckner, die eigentlich wirklich die Gründerin der Art war, die Idee hatte, ja, wenn die das machen für Deutschland und uns nicht zulassen, internationale Galerien nicht zulassen, versuchen wir's doch international zu machen. Dann hat sie sofort ihren Spezi, Ernst Beyeler, eingeschaltet. Der hat natürlich all seine Beziehungen ins Spiel gebracht. So ist, nur ein Jahr nach Köln, dann Basel entstanden. Und nicht zuletzt natürlich dank der Beziehungen von Ernst Beyeler schon im ersten Jahr mit einer sehr grossen internationalen Beteiligung. Also es war im Grunde genommen eine Reaktion auf das, was in Köln passiert ist.

AD: Sie haben jetzt so ausdrücklich erwähnt, Trudl Bruckner war die Gründerin. Was wissen Sie noch mehr zu ihrer Rolle, wenn Sie sagen, sie war die Gründerin?

LR: Es waren eigentlich drei Leute aus der Basler Kunstszene massgebend beteiligt: Ernst Beyeler hatte eine sehr tragende Rolle, wobei Ernst Beyeler eigentlich von Trudl Bruckner hineingeholt und überzeugt wurde, dann natürlich seine Beziehungen spielen zu lassen und so weiter. Aber die Idee, die Überlegung, die stammt eigentlich von Trudl Bruckner.

AD: ... so eine Messe zu machen...

LR: ... so eine Messe zu machen. Sie hat dann die Messe Basel kontaktiert, Emil Bammatter, der war natürlich Feuer und Flamme. So ist eigentlich die ganze Geschichte entstanden. Ernst Beyeler war eigentlich nicht von Anfang an in diesem Überlegungsprozess, in diesem Findungsprozess drin, sondern er wurde von Trudl beigezogen. Hat aber sofort mitgemacht und natürlich auch die Chance erkannt. Um letztendlich auch auf die Rolle von Ernst Beyeler zurückzukommen, der internationale Erfolg der Messe ist natürlich ihm, seiner Position im Kunstmarkt und seinem Beziehungsnetz, zu verdanken.

AD: Ja.

Trudl Bruckner
als Initiantin

LR: Ich erwähne es aus dem Grund, weil Trudl Bruckner eigentlich häufig ein bisschen zwischen Stuhl und Bank fällt. Ich glaube, man darf nicht ausser Acht lassen, dass sie die Person war, die die Idee hatte.

AD: Sie war der kreative Punkt sozusagen?

LR: Sie war der Ausgangspunkt.

AD: Ja.

Dora Imhof: Und Balz Hilt?

LR: Balz Hilt war der Dritte. Ja, das ist richtig. Er war eigentlich sehr eng auch mit Trudl verbunden und hatte mit Trudl zusammen eigentlich diese Idee diskutiert. Das sind die drei Basler Galeristen, die da involviert waren, richtig.

Ilona Genoni: Was, glauben Sie, war die Rolle von Felix Handschin?

LR: Da bin ich ehrlich gesagt überfragt. Ich kenne die Geschichte zu schlecht. Was ich weiss und auch immer mitbekommen habe, war's wirklich in erster Linie Trudl, Balz Hilt und dann Beyeler, der zugezogen wurde, das Ganze gepusht hat. Klar, Felix Handschin war eine wichtige Galerie zu dieser Zeit in Basel. Es ist sicher auch so gewesen, dass die Diskussion nicht nur im stillen Kämmerlein geführt wurde, aber welche Rolle er genau gespielt hat, ob er eine tragende Rolle gespielt hat, das weiss ich nicht. Habe ich aber auch nie irgendwo so stark gehört.

AD: Nach diesem kleinen Bogen in die Vergangenheit sozusagen, möchte ich wieder auf das Jahr 1991 zurückkommen. Sie haben die Messe übernommen und sie dann neun Jahre geleitet. Sie haben vorhin schon erwähnt, Sie hätten einen Blick von aussen darauf werfen können. Sie haben sie sehr gross umgebaut. Können Sie etwas sagen zu dieser Zeit, in der Sie die Leitung hatten? Wie verlief für Sie die Entwicklung, welche Ideen hatten Sie zum Beispiel, was wollten Sie realisieren?

LR: Als ich die Messe übernommen hatte, war es eigentlich ein idealer Zeitpunkt für mich, denn es war wirklich die absolute Krise. Also es war fast der Klimax der Krise, alle Messen haben wirklich gestöhnt und geklönt. Der Kunstmarkt (ist) am Boden gelegen. Das war natürlich auch die Chance, denn die Messe war zu diesem Zeitpunkt eine von mehreren international wichtigen Messen. Man kann fast sagen, sie war auf dem gleichen Level wie die FIAC in Paris, die war sogar fast besser, wie die Art Cologne, die Art von Chicago. Diese Messen waren alle ungefähr auf dem gleichen Level. Und das Interessante war, dass in dieser ganzen Zeit der Krise eigentlich keine dieser Messen versucht hat, daraus Kapital zu

Rolle von Balz Hilt

Rolle von Felix Handschin

Entwicklung der Art während der Zeit, in der Lorenzo A. Rudolf der Leiter war

schlagen, einen Schritt nach vorne zu machen, sondern man hat einfach gewartet und versucht, diese Krise auszusitzen. Zu dieser Zeit war es auch so, dass die Kunstmessen mehr fast wie irgendwelche Tradeshows funktioniert haben. Man hat Galeristen eingeladen, wenn die wieder gekommen sind, sind sie wieder gekommen, wenn einer nicht mehr gekommen ist, hat man versucht, das Loch zu füllen. Das ging ein bisschen so nach diesem Prinzip. Und dann haben wir uns, habe ich mir als Erstes ein strategisches Komitee gegründet, wo ich drei Galeristen dazu genommen habe, mit denen ich auch meine Ideen diskutiert habe. Wo ich wirklich auch Sparringspartner hatte in dieser ganzen Entwicklung. Das war Felix Buchmann, auch in Basel damals, der eigentlich eine sehr, sehr starke Rolle gespielt hatte in dieser Entwicklung, das war Gianfranco Verna aus Zürich und das war Pierre Huber aus Genf. Wir haben also die Wochenenden miteinander im Grünen verbracht, um das zu diskutieren. Die Überlegung war eigentlich klar: Die Messe sollte in eine Richtung gehen, die viel professioneller auf den Kunstmarkt reagiert, und vor allem, die wirklich weggeht von dieser klassischen Tradeshow, dieser Plattform, wo man einfach nichts anderes macht, als Quadratmeter vermietet. Erste Überlegung war, wie kann man die Messe positionieren in einem Markt, der eigentlich sehr, sehr klein ist. Wo die Messen sich gegenseitig die gleichen Galerien abjagen. Da war relativ schnell klar, wir versuchen, die Messe als Qualitätslabel zu positionieren. Aus dem Grund heraus haben wir diese Selektionen eingeführt, wo alle Jahre neu darüber diskutiert und entschieden worden ist, was für Galerien zugelassen worden sind. Das gab's vorher nicht. Aus dem Grund haben wir auch gesagt, die Messe muss auch klar strukturiert sein, mit Bereichen, die innovativ sind, die wirklich auch etwas Neues zeigen. So sind dann schon von Anfang an die Art Statements entstanden, wo man ganz bewusst auf junge Kunst gesetzt hat, die auch ganz bewusst versucht hat zu positionieren. Aus diesen Überlegung heraus ist die Art Unlimited entstanden, die zuerst eigentlich über einen Umweg – über eine Skulpturenhalle – zu dem gefunden hat, was sie dann wurde, Art Unlimited, was ungefähr 1996/97 dann der Fall war. Gleichzeitig haben wir auch gesagt, wir müssen die Messe viel mehr auf Qualität trimmen, also nicht auf Quantität. Die Messe war einiges grösser vorher. Wir haben reduziert, dabei den Sektor mit Editionen gestrafft – das Gefälle zwischen diesem Sektor der Editionen und dem klassischen Messesektor, das war gewaltig, das waren fast zwei Publika. Wir haben ganz bewusst auch schon damals gesehen, in welche Entwicklung der ganze Trend gehen wird, und haben Schritt für Schritt die Messe als Event hingestellt. Eine Entwicklung, die heute schon fast eine Lawinenform angenommen hat, die nicht mehr kontrollierbar ist. Aber genau diese Überlegungen, das konsequente Umsetzen in einer Zeit der Passivität... Die Überlegung war auch klar, möglichst in einer Zeit, wo nicht sehr viel passiert, zu agieren, denn da kannst du diesen Vorsprung herausarbeiten. Das war das Erfolgsrezept bis heute, warum die Art so weit vor allen andern Messen ist. Aber ich zeige Ihnen ein Beispiel: Als ich bei der Messe angefangen habe, ich habe Ihnen ein bisschen erzählt, wie das funktioniert hat. Da hat man

<p>wirklich alle Jahre wieder neu die Galerien gesucht, die irgendwelche Löcher füllen können. Fünf Jahre später hatten wir schon eine Warteliste von drei-, vier-, fünfhundert Galerien, acht Jahre später waren es schon 700. Also es hat sich ganz klar gezeigt, dass die Art sich wirklich dann positionieren konnte als <i>die</i> Qualitätsmesse, das Qualitätslabel im Markt. Ich habe natürlich auch bewusst mit dem gespielt, dass im Galerienmarkt eine Teilnahme praktisch wie eine Qualitätsmarke war. Und das hat auch funktioniert. Wirklich, es ging so weit, dass Galerien sich schon fast einfach bewerben mussten, weil auch die Sammler und so weiter sofort das Gefühl hatten, wenn jemand nicht in Basel ist, dann kann er nicht so gut sein. Und so haben wir uns eigentlich diesen Vorsprung erarbeitet, der bis heute von keiner andern Messe eingeholt werden konnte, auch nicht von Messen an Orten, die viel hipper sind als Basel. Dieses Prinzip wurde auch immer weiter ausgebaut, immer professionalisierter und so weiter. Also das war sicher der grosse Schritt, warum Basel jetzt so stark ist.</p> <p>AD: Können Sie noch etwas zu dieser vielgerühmten Qualität sagen, also wer entscheidet, was Qualität ist?</p> <p>LR: Das ist natürlich eine heikle Frage, was ist Qualität. Eine klare Definition gibt es nicht. Aber Qualität bei der Art hat sich immer zusammengesetzt einerseits aus der Qualität der Galerie, ihrer Arbeit, auch ihrer Künstler, dann auch möglichst aus der Qualität der Arbeiten, der Werke, die nach Basel gebracht werden. Wir haben versucht - was vorher auch nicht der Fall war - möglichst schon antizipierend zu erfahren, was bringen Galerien. So dass auch das eine Art Kriterium wurde. Wie Qualität letztendlich beurteilt wurde: Es wurden Gremien gegründet, die Galerie für Galerie, Projekt für Projekt, Anmeldung für Anmeldung, klar diskutiert haben, in allen Details diskutiert haben, auf der Basis dessen dann einen Zulassungsentscheid getroffen haben, was vorher absolut nicht der Fall war. Es gab keine Messe, die das gemacht hat. Wir haben auch ganz bewusst gesagt, wir nehmen in dieses Gremium Galeristen, weil wir auch zeigen wollen, dass Galeristen und der Markt selber fähig sind, sich Qualitätskriterien zu geben. Dafür brauchen wir nicht irgendwelche Kuratoren oder dritte Personen. Es war also auch eine ganz bewusste Positionierung und Stärkung und Förderung der Position des Galerieswesens, des Galerienmarktes. Gut, die Konsequenz war dann, dass nachdem wir diese ganzen Strukturen durchgeführt haben, praktisch alle Messen versucht haben, es zu kopieren. Nur der Vorsprung war einfach schon viel zu gross. Und es war auch eine relativ schwierige Zeit für mich. Wir, die Art, galten in dieser Zeit noch als die Spinner in der Messe Basel. Niemand hat recht verstanden, was man macht. Und irgendwo habe ich das Glück gehabt, dass ich einerseits eine gewisse freie Hand hatte, weil es niemand verstand, und den Rückhalt bei Philipp Levi, dem damaligen Generaldirektor der Messe Basel. Aber in der Messe selbst galten wir als exotische Vögel. Ich wusste auch genau, wenn irgendetwas total schief geht, dann gibt's niemanden Grossen, der mich dann schützt oder hält. Da sind teilweise auch wirklich</p>	<p>Zur Qualität der Art</p>
--	-----------------------------

Gremiums, wie sah das Team aus in Ihrer Zeit? War das ein grosses Team, war das ein kleines Team, ich weiss, dass Sam Keller schon, glaub ich, 1994 dazu kam?

LR: Ja, 94 oder 95 kam er zur Art. Das Team war sehr klein. Wir haben wirklich sehr viel vor allem mit persönlichem Engagement und Herzblut lösen müssen, (eher) als mit wirklich professionellen Strukturen in der Messe. Als ich angefangen hatte, waren es vielleicht vier Leute, Mitte der 90er Jahre waren wir vielleicht sechs oder sieben Leute maximal. Bis eigentlich Ende der 90er Jahre mit einer Änderung der Direktion der Messe Basel der grosse Wechsel kam. Mit René Kamm, der das Ganze wirklich auch als grosse Chance gesehen und versucht hat, dem auch die notwendige professionelle operative Grundlage zu geben. Wir waren wirklich ein bisschen ein Haufen verrückter Hunde, die praktisch Tag und Nacht für diese Messe gearbeitet haben und wirklich unser Herzblut hineingegeben haben. Als Sam dazukam, wie gesagt, das war ungefähr Mitte der 90er, ich glaube, es war Ende 94. Er war vorher schon bei der Messe Basel, aber bei andern Messen. Er hat da die Kommunikation für die Baumesse, glaube ich, geleitet, und er war eigentlich sehr schnell gefunden. Das ist eigentlich der ideale Mensch, ein Mann, den ich brauche, auch für die Kommunikation der Art Basel. Und ich habe ihn dann auch ganz bewusst immer mehr als Assistenten positioniert und in die ganze Entwicklung hineingenommen.

AD: Ja. Ich möchte jetzt doch nochmals auf diese Gesamtzeit zurückkommen, auf diese neun Jahre. Sie haben vieles möglich machen können, Sie haben viele Neuerungen eingeführt. Was war für Sie der grösste Erfolg?

LR: Das ist schwierig zu sagen. Das sind ja sehr viele auch persönliche Eindrücke. Aber ich glaube, der grösste Erfolg war wirklich, dass wir dem Kunstmarkt ein neues Konzept einer Messe kreiert haben. Ein Konzept, das bis heute Gültigkeit hat. Wenn Sie die Messe heute sehen, sie ist einfach noch professioneller gemacht, sie hat ein ganz anderes Team, das alles das machen kann, aber inhaltlich hat sich kaum etwas geändert. Es ist einfach grösser und perfekter geworden, es ist eine Riesenmaschine geworden. Inhaltlich stimmt, funktioniert das Konzept immer noch. Und das ist eigentlich das, was mir am meisten Freude gemacht hat, dass die Überlegungen, die ich da hineingebracht habe, auch richtig waren. Jetzt komme ich auf das zurück, was ich vorhin gesagt habe: Wenn du von aussen kommst, kannst du vielleicht einen ganz andern Blickwinkel auf einen Markt haben, als wenn du irgendwo in einem kleinen Ecke dieses Marktes Teil davon bist und aus einer „déformation professionnelle“ heraus, das alles nicht richtig sehen kannst. Das ist eigentlich das, was für mich wirklich der grösste Erfolg war, mir am allermeisten Freude gemacht hat.

AD: Gibt es Dinge, die Sie gerne realisiert hätten, die nicht zustande kamen?

Rückblick auf seine Amtszeit, Erfolge

Rückblick auf seine Amtszeit, Sponsoren

LR: Es gibt immer Dinge, die man gerne realisiert hätte. Es gibt immer auch Dinge, die man vielleicht gern schneller realisiert hätte. Ich sage Ihnen ein herrliches Beispiel: Ich war damals auch der Erste, der überhaupt darüber nachgedacht hat, und es auch gemacht hat, Sponsoren in eine Messe zu holen. Das war auch eine Riesendiskussion, kann man einen Sponsor zu Kunst holen, das passt doch nicht zusammen. Und dann noch eine Bank. Beispielsweise diese Diskussionen mit der UBS ging ungefähr drei, vier Jahre Minimum, bis sie wirklich begriffen haben, was ich eigentlich mit ihnen wollte. Also am Anfang waren das Diskussionen: Ich gebe dir zwei Franken, dafür gibst du mir zwei Logos und wenn ich dir drei Franken gebe, gibst du mir drei Logos. Das Resultat der ersten Messe mit Sponsorin UBS war eigentlich ein stetiger Kampf zwischen der UBS und uns. Sie wollten an jedes Geländer fünf Logos hängen, ich wollte verhindern, dass überall Logos hängen. Ich habe immer wieder versucht, sie in eine ganz andere Rolle hineinzubringen, aber das war damals eigentlich gar nicht möglich. Der Kunstmarkt hatte auch noch nicht diese Dimension wie heute, wo das wirklich ein gesellschaftliches Faktum geworden ist. Heute, glaube ich, können Sie der UBS alles zahlen, die würden den Platz nicht streichen, denn es ist wirklich ein wichtiger Bestandteil auch ihres Private Bankings geworden. Aber es gibt sicher viele Sachen, die ich gerne vielleicht früher gemacht hätte. Klar, ich habe sehr früh angefangen, darüber nachzudenken, auch strategisch, was heisst das für die Art, wenn der Markt sich so weiterentwickelt. Ich habe dann das ganze Projekt mit Miami angefangen, habe das aufgegleist. Schon früher habe ich auch an Asien gedacht, ich bin auch in Asien gewesen, habe aber auch klar gesehen, das ist zu früh. Also man ist immer irgendwo, hat seine Ideen, manchmal sieht man, es ist zu früh. Aber wirklich etwas, wo ich das Gefühl habe, es hätte sein müssen und es ist nicht zustande gekommen, nein, so weit würde ich nicht gehen.

DI: Wann kam eigentlich dann die Wende nach der Krise, also wann ging's dann wieder aufwärts?

LR: Das war so Mitte 90er Jahre. Ich würde so sagen, 93, 94 ging's schon ein bisschen aufwärts, dann 95, 96 hat's richtig... Man kann auch wunderbar in den Katalogen nachschauen, wann die Wende kam. Vom Moment an, wo die amerikanischen Galerien plötzlich alle kommen wollten, da wusste man, die Krise ist überwunden. Denn amerikanische Galerien funktionieren natürlich schon viel marktorientierter als europäische. Entweder gibt's Profit, dann komme ich, oder es gibt keinen Profit, dann vergiss mich. Wenn man jetzt zum Beispiel kurzfristig eine Krise hätte in diesem Markt, wäre keine einzige amerikanische Galerie mehr da. Europäische Galerien sind viel engagierter, langfristiger denkend und wollen auch etwas mit aufbauen. Ich würde schon sagen, so Mitte der 90er Jahre kam wirklich langsam die Wende. Und dann gegen Ende der 90er Jahre wirklich der Boom, der eigentlich bis heute ununterbrochen weitergeht. Das hat immer Vor- und Nachteile.

Krise der 90er-Jahre

DI: Ich habe noch eine Frage zu vorher, zur Selektion, es gibt ja schon noch einen gewissen Vorteil für die Schweizer und Basler Galerien.

LR: Als ich gesagt habe, wir müssen diese Messe wirklich auf möglichst strikte Qualitätskriterien zurückführen, gab es klar auch die Überlegung, was machen wir mit Basel. Letztendlich haben wir einen Standort. Wir brauchen hier natürlich auch eine Verankerung und eine Unterstützung. Da hat's auch in diesem Komitee Riesendiskussionen gegeben: Du kannst doch da nicht die Basler sonder behandeln. Aber ganz am Anfang habe ich gesagt, es gibt einfach ein gewisses Kontingent an Basler Galerien, das wir da drin haben müssen, denn wir können nicht losgelöst von diesem Standort einfach irgendetwas in die Welt pflanzen. Dann haben wir uns auf eine Zahl, auf ein Kontingent entschieden, das zwar alle Jahr neu wieder diskutiert wurde, aber die Grösse, die wurde nicht angetastet. Ich glaube, das ist auch richtig so. Gerade eine Messe hier in dieser Stadt, die doch so kunstorientiert lebt, die diese Messe eigentlich auch ermöglicht hat. Es wäre, glaub ich, katastrophal gewesen, wenn man da einen Cut gemacht hätte. Es ist auch richtig, dass das auch weiter passiert... Aber das Kontingent in Basel wurde schon ein bisschen redimensioniert.

DI: Was ja auch böses Blut gab.

LR: Es gibt immer böses Blut, wenn Sie irgendetwas tauschen. Aber letztendlich war das böse Blut kurzfristig. Langfristig hat sich das sehr schnell eigentlich gelegt.

IG: Wie war das Verhältnis zu Köln zu dieser Zeit?

LR: Auf der einen Seite freundschaftlich, auf der andern Seite natürlich eine sehr starke Konkurrenz. Man hat sich gut gekannt. Wir haben uns alle sehr gut gekannt, wir haben miteinander verkehrt. Man ist auch sehr argwöhnisch betrachtet worden, was man macht, aber Köln hat eigentlich in dieser Zeit mehr Probleme mit sich selbst gehabt, als dass sie gross böse auf uns hätten sein können. Köln war eine Verbandsmesse und die Messe hatte eine Dimension erreicht, wo einfach nicht mehr handlebar war. Und noch schlimmer: Köln war in einer Situation, dass sie praktisch alle Mitglieder ihres Verbandes an die Messe nehmen musste. Das hat natürlich qualitativ verheerende Auswirkungen gehabt. Das hat dann auch Folgen gehabt: Zuerst wurde eine Youngfair gegründet gegen die Kölner Messe, um da zu protestieren. Dann ging es so weit, dass wirklich führende Galerien die Kölner Messe verlassen haben und die Messe in Berlin gegründet haben. Also, mehr mit sich selbst beschäftigt. Und wie gesagt, ein Verband, der eine Messe leitet, der dreht sich in erster Linie um seine Verbands- und seine nationalen Fragen. Die Konkurrenz war eigentlich viel grösser mit Paris. Da gab's ab und zu schon ein bisschen böse Worte von Pariser Seite her, manchmal auch von uns ein bisschen zurück, aber letztendlich

Selektion der Galerien

Verhältnis zu Köln

<p>ist jede Messe unabhängig in diesem Kunstmarkt drin gewesen. Man hat sich auch menschlich respektiert, man hat sich gekannt, aber es haben natürlich schon alle ganz klar geschaut, was wir machen, und dann möglichst auch sehr viel nachgezogen und kopiert, nur war einfach der Schritt zu spät, weil der Schritt schon da war, und Basel sich schon so stark positioniert hat.</p>	<p>Vorbilder</p>
<p>IG: Und gab es eine Messe, zu der Sie hochschauen konnten?</p>	
<p>LR: Klar, wenn du einen solchen Job antrittst, dann schaust du nicht nur Basel an, dann schaust du natürlich den ganzen Markt an, schaust, wie funktionieren andere Messen, was sind die Pluspunkte, was sind die Minuspunkte, wo funktioniert's, wo nicht. Du machst natürlich schon einen Lernprozess durch, ganz bewusst und auch ganz gezielt, bevor du dich irgendwo in so ein Abenteuer stürzt und alles auf den Kopf stellst. Aber ich hatte in dem Sinn nicht eine Messe, die weit über Basel war, sondern es waren eigentlich Messen auf dem gleichen Level, aber alle ein bisschen mit andern Ausrichtungen, vor allem mit ein bisschen andern politischen Ausrichtungen und so. Aber das war für mich natürlich ideal, weil's wirklich direkte Konkurrenten waren. Und von dem her eine wunderbare Situation, um Anschauungsunterricht zu erhalten. Es wäre, glaube ich, auch falsch gewesen, wenn ich eine Messe gesucht hätte, die ich hätte kopieren können. Es war wichtig, dass man etwas Neues gemacht hat.</p>	<p>Konkurrenzveranstaltungen</p>
<p>IG: Wieso glauben Sie, dass in Basel erst so spät Konkurrenz- und Gegenveranstaltungen lebendig worden sind?</p>	
<p>LR: Die erste Messe, die gegründet wurde, war die Liste. Es war so zu der Zeit, als auch in Köln die Youngfair gegründet wurde. Da haben wir in Basel in der Art sicher auch nicht immer sehr intelligent reagiert, man hat das sofort natürlich auch in dem Sinn gesehen, wie die Youngfair: Dass sind Leute, die etwas gegen dich machen wollen. Im ersten Jahr gab's da schon noch ein paar kleinere Scharmützel und Auseinandersetzungen, aber sehr schnell haben wir eigentlich beide, also die Liste wie wir, auch erkannt, es ist etwas anderes als eine Gegenveranstaltung. Sondern es ist vielmehr eine Veranstaltung, wo die jungen Galerien, die keine Chancen haben, in die Art zu kommen, weil die Art einfach schon so erfolgreich war, versuchen, ihre eigene Plattform zu haben, also nicht <i>gegen</i> die Art, sondern im Grunde genommen fast als Trittbrett zur Art. Und so haben eigentlich dann auch sehr schnell den Rank gefunden. Und dann kam natürlich Ende 90er Jahre, anfangs dieses Jahrtausends diese Zeit, wo einfach der Kunstmarkt ein absoluter Wahnsinn wurde, wo Kunst ein Lifestyleprodukt wurde, wo jeder mit Geld plötzlich das Statussymbol Kunst wollte. Das heisst natürlich, der Markt wurde immer grösser, und jede Galerie versucht, natürlich irgendwo auch zu profitieren. Jetzt entstehen halt all diese Messen. Basel hat vielleicht noch das Glück, dass es nicht so gross ist. Miami kannst du gar nicht mehr kontrollieren. Hier hast du wenigstens nicht so viele Möglichkeiten, aber auch das wird weiter wachsen.</p>	<p>Marktentwicklung Grenzen des Marktes</p>

AD: Was heisst das, Sie können's nicht kontrollieren?

LR: Verhindern. Du kannst ja nicht etwas dagegen machen, wenn irgendwelche parallelen Messen entstehen. Natürlich besteht da schon ein bisschen die Gefahr, dass irgendwann einmal einfach ein richtiger Overkill da ist. Dass das gar nicht mehr bewältigbar ist. Es ist ja auch teilweise so, dass Sammler, die heutzutage sammeln, teilweise gar nicht mehr klar zielgerichtet urteilen. Die kaufen einfach wirklich links und rechts, oder was andere kaufen, oder was sie das Gefühl haben, dass sie kaufen. Ich habe Situationen erlebt, vor allem in Miami, wo auf irgendeiner kleinen Gegenveranstaltung Sammler auftauchen und plötzlich erzählen, dass sei die viel bessere Messe als die Muttermesse, nur weil's einfach noch ein bisschen schräger aussieht, man ein bisschen das Gefühl hat, man entdeckt etwas Neues. Also dieser Markt ist schon viel indifferenzierter geworden. Der klassische Sammler mit seinem Konzept, mit seinen wirklich sehr gebildeten Ansprüchen, der ist doch ein bisschen einem Sammlertum gewichen, musste sich einem Sammlertum beugen, das in erster Linie mit Geld den Markt beherrscht. Und das hat natürlich auch seine Auswüchse.

IG: Glauben Sie nicht, die Art Basel hat dazu beigetragen?

LR: In einem gewissen Grad schon, klar. Wir haben da schon mit etwas losgetreten. Wir waren uns bewusst, ich habe das vorhin gesagt, dass die Entwicklung, auch die gesellschaftliche Entwicklung, in diese Richtung geht. Aber keiner von uns hat je gedacht, dass es solche Ausmasse annimmt. Die Art Basel war ein Teil dieses Beitrags dazu. Es kann nicht alles auf die Art Basel geschoben werden. Aber wir haben da den Karren mit angeschoben, und wir können ihn heute nicht mehr stoppen. Aber diese Entwicklung wäre auch ohne die Art Basel passiert. Man muss das klar sehen. Ich glaube, es war natürlich wiederum ein Glück, dass wir das als Erste erkannt haben, auch die Weichen in die richtige Richtung gestellt haben. Jetzt geht es natürlich darum, mit dieser Entwicklung zu spielen, die kannst du nicht ändern oder wegdiskutieren, also versuche sie dir zu Nutze zu machen, um wirklich wieder, ich glaube, das ist sehr wichtig, wieder viel mehr auf Inhalte zu kommen – und nicht nur auf Glamour und Lifestyle.

AD: Ich würde gerne noch auf die Entwicklung der Art Basel Miami Beach zu sprechen kommen. Ich denke, das war ja ein Teil von dieser Entwicklung des Kunstmarkts.

LR: Ja.

AD: Welche Überlegungen haben Sie dazu geführt, nach Amerika zu expandieren? Wie kamen Sie auf diese Idee?

LR: Es sind verschiedene Überlegungen gewesen. Die erste und vielleicht entscheidendste war eigentlich eine strategische

Einfluss der Art auf die Entwicklung des Kunstmarktes

Entwicklung der Art Basel Miami Beach, der Schritt nach Amerika

Überlegung. Der Markt hat sich immer mehr hin zum Kapital, das den Markt beherrscht, verlagert, immer mehr auch Richtung Amerika. Der amerikanische Kunstmarkt wird immer dominanter. Da war für mich eigentlich relativ schnell klar, wenn in Amerika eine Topmesse entsteht, die bestens funktioniert, dann haben wir hier in Basel Probleme. Also war die Überlegung, selber den Schritt nach Amerika zu machen. Die zweite Überlegung war, es war eine Zeit, wo du auch gesehen hast, der Kunstmarkt vergrößert sich immer mehr, neue Kontinente kommen plötzlich dazu, auch sammlermässig, Lateinamerika. Die dritte Überlegung war, Messen werden wirklich immer mehr zu Events. Gibt es eine Möglichkeit, eine Messe zu machen, die im Grunde genommen ein bisschen ein Feeling wie, ich versuche es jetzt ein bisschen plakativ zu schildern, wie Venedig, wie die Biennale (schafft)? Also in einem wunderbaren Ambiente gleichzeitig auch die Kunst genießen... All das hat eigentlich dazu geführt, dass ich mich dafür entschieden habe, dass Miami Beach der richtige Ort ist, eine Kunstmesse in Amerika zu machen. Die erste Überlegung wäre New York. Das wird nie funktionieren. Erstens einmal New York: Du hast schon alles, es gibt kaum einen Künstler, der dort nicht irgendwo vertreten ist, was soll ich da eine Kunstmesse machen? Zweitens eine Kunstmesse von dieser Bedeutung in New York, dann hätte ich den ganzen New Yorker Markt gegen mich. Weil die haben kein Interesse, dass ihre Konkurrenten von Europa kommen und die gleichen Künstler verkaufen. Westküste, Los Angeles oder so etwas, die Ostküste, die Leute von New York, gehen da nicht hin. Also musste es an der Ostküste sein. Und dann eben all diese Überlegungen, möglichst weit entfernt von der Art, dass es auch keinen Kollisionskonflikt gibt, möglichst ein halbes Jahr entfernt. Da bot sich relativ schnell Florida an. Erstens einmal der einzige Ort in Amerika mit schönem Wetter in der Winterzeit, wo du im Meer baden kannst. Zweitens ist es die Brücke zwischen Nord- und Südamerika. Drittens ist es eine Stadt, die wirklich, was sich dann auch gezeigt hat, in einer gewaltigen Entwicklung ist, in einem gewaltigen Boom ist. Viertens hat es gewisse grosse Sammler gehabt in Florida, in Miami, die wirklich das Ganze unterstützt haben, weil sie das ganze Image auch dieser Stadt ändern wollten, weg von „sun, fun and beach“, wirklich hin zu Kultur. Viertens war es eine Stadt, die schon damals total den Lifestyle prägte. Mit dieser ganzen Entwicklung des Kunstmarkts auch ideal. Es war eine Stadt, wo MTV war, Versace war da unten. Ich habe mit ihm lange über diese Messe gesprochen. Er war eigentlich auch begeistert, wollte etwas machen, das hat ja dann aus andern Gründen nicht funktioniert. Aber es war eigentlich ein idealer Ort. Ich mag mich erinnern: Als ich mit der ganzen Geschichte angefangen habe, ich wurde praktisch vom gesamten Kunstmarkt, inklusiv den Leuten in unserem Haus, fast für verrückt erklärt. Wie kannst du eine Kunstmesse machen „on a white spot in the landscape“? Heute sind sie alle davon überzeugt, der einzige Ort, wo du das machen kannst, ist Miami Beach. Also der Markt ist eigentlich so, du könntest sehr wahrscheinlich, wenn du's richtig machst, eine Messe in der Sahara machen, die Leute kommen. Wenn du einfach das ganze Spiel spielst, aber das musst du halt

spielen. Aber um zurückzukommen auf das, was Sie vorhin gesagt haben, es war natürlich dann wieder ein Schritt, wo wir weiter die ganze Geschichte angeheizt haben, mit Eventcharakter, Lifestyle und so weiter. Mittlerweile wirklich Formen angenommen, die schon fast beängstigend sind, vor allem in Miami.

AD: Sie haben eben vorhin diese Widerstände erwähnt, also war es am Schluss an Ihnen zu entscheiden, dass man das macht? Wie kam diese Entscheidung zustande?

LR: Ich habe das wirklich einfach gepusht. Es war klar meine Entscheidung. Aber letztendlich haben wir dann natürlich einen Grundentscheid der Messe haben müssen. Und der Grundentscheid war eigentlich erst möglich durch einen Wechsel in der Direktion. Die vorherige Direktion war eigentlich sehr zögerlich allen Auslandsplänen gegenüber. Hatte einen Grund in den verschiedenen Versuchen, mit der Uhrenmesse ins Ausland zu gehen, die jedes Mal als Fiasko endeten, vor allem in Amerika. Die haben es eigentlich gar nicht begriffen, am Schluss hab ich dann René Kamm nach Miami mitgebracht, und er hat das gesehen vor Ort. Dieser Ort, was da passiert. Da war dann eigentlich sehr schnell das Eis gebrochen. Wir haben die Sammler da unten eingespannt, die für uns wirklich die Arbeit geleistet haben. Wir mussten Gesetze in Miami Beach ändern, damit wir die Messe machen konnten. Es gab ein Convention Center, auf das wir angewiesen waren. Es gab lokale Gesetze, dass gewisse Sperrfristen bestehen für Veranstaltungen gleicher Art wie solche, die schon da waren. Die mussten alle geändert werden, damit wir die Messe machen konnten, weil's eine alte Messe gab, die irgendwo früher im Januar schon stattfand. All das haben wir durchgebracht. In erster Linie muss ich da zwei, drei Sammlern in Miami ein Kränzchen winden, die das mit ihrem politischen Gewicht gemacht haben, wie Norman Braman, die Rubells, vor allem Norman Braman. Die haben das eigentlich ermöglicht. Als das alles ermöglicht war, war es nicht mehr schwierig, einen Entscheid zu treffen. Aber der grosse Krampf war, das dahin zu bringen.

AD: Sie haben eben vom Eventcharakter gesprochen, vom Hype dieser Messen. Sam Keller ist eine Person mit sehr grossem Personenkult, eigentlich, es gibt einen grossen Kult um ihn. War das zu Ihrer Zeit auch schon so? Wie lief das damals?

LR: Also, ich glaube, es gibt zwei grosse Unterschiede: Der erste ist, die Zeit war anders. Es war eine Zeit, klar, wo's in eine gewisse Richtung ging, nur war es noch nicht so extrem. Ich hätte in dem Sinn auch gar nicht die Möglichkeit gehabt, diesen Personenkult so zu betreiben. Der zweite, da gab es einen Charakterunterschied: Der eine will sich zum Kult machen und der andere vielleicht weniger. Also, das spielt eine sehr grosse Rolle (*lacht*).

AD: Das ist klar, ja.

Rund um den
Personenkult:
Vergleich L. A.
Rudolf – S.
Keller

LR: Aber es war eigentlich gar nie mein Anliegen. Das Wichtigste für mich war, etwas zu kreieren, nicht mich selber in den Vordergrund zu stellen. Ich glaube, Sam war – er ist auch – die richtige Person zum richtigen Zeitpunkt. Er hatte ein Produkt, das bestens funktionierte, das gestimmt hat, Entschuldigung schnell (*unterbricht für einen Telefonanruf, fährt dann weiter in Mundart*). Er ist am richtigen Ort zur richtigen Zeit gewesen. Die Messe hat funktioniert, das Produkt ist gestanden. Miami ist eigentlich praktisch dagelegen, er hat es nachher umsetzen müssen, richtig. Aber er ist, von seinem Charakter her, natürlich in dieser ganzen Lifestyle-Bewegung drin, auch wenn ich das Wort hasse, ich muss es halt nehmen, hat er natürlich diesen Lifestyle perfekt verkörpert, hat ihn natürlich auch kultiviert. (*Spricht nun weiter in Hochdeutsch.*) Er hat natürlich in dieser Zeit dieses ganze Lifestyle-Denken perfekt verkörpert, aber gleichzeitig auch kultiviert. Und hat mit dem die Messe natürlich mit sich selber gleichgesetzt, mit allen Vor- und Nachteilen. Aber hat die Messe natürlich vermarktet und promoted, wie man es besser in dieser Zeit nicht machen könnte. Aber ich sag noch mal, das sind sicher auch Charakterunterschiede.

AD: Ja, das auf jeden Fall.

LR: Es ist natürlich auch so, ein Grossteil meiner Zeit hatte ich auch in strategische Entwicklung zu investieren, in die ganze Positionierung der Messe. Sam hatte im Grunde genommen die Möglichkeit, dass er all das auf die Seite schieben konnte, eigentlich 360 Tage im Jahr durch die Welt getourt ist und die Messe promoted und vermarktet hat. Das geht, wenn du ein Produkt hast, das da ist, das funktioniert, das hat er natürlich dann auch blendend gemacht. Aber er ist dann auch 360 Tage im Jahr unterwegs gewesen.

AD: Sie haben eigentlich mehr die Aufbauarbeit gemacht, er hat das nachher verkauft?

LR: Absolut richtig. Ja, ich hätte auch nicht durch die Welt touren können, wenn ich neben dran kein Produkt hätte, das so funktioniert. Und er hat dann das Glück gehabt, um wieder zurückzukommen auf diesen Direktionswechsel, dass die das eigentlich relativ schnell erkannt haben, der () und Kamm, was für ein Potential eine Kunstmesse haben kann, dass es einfach nicht das gleiche ist, wie irgendeine kleine Muba, nur halt ein bisschen Kunst statt Kochtöpfe. Sondern dass das wirklich eine gesellschaftliche Dimension hat, die letztendlich auch wirtschaftlich umgesetzt werden kann, in Erfolg. Und hat ihm auch die Struktur zur Verfügung gestellt. Das heisst, plötzlich hatten wir, hatte die Art, nicht sechs Mitarbeiter, sondern vierzehn oder achtzehn. Das hat ihm das natürlich ermöglicht. Er hat aber auch, in dem Sinn, einen Superjob gemacht.

DI: Und mit Ihrem Vorgänger Emil Bammatter hatten Sie nichts mehr zu tun?

LR: Ein halbes Jahr lang haben wir zusammen gearbeitet, also

Unterschiede der Aufgaben als Leiter der Art (Rudolf – Keller)

Sein Vorgänger Emil Bammatter

dieser Übergang. Das ist ja unglaublich, als ich Anfang 90er Jahre kam, war ich der zweite Direktor der Art Basel. Emil Bammatter hat sein halbes Leben eigentlich als Direktor der Art verbracht. Irgendwo hatte ich das Gefühl, er war einerseits auch müde. In den letzten Jahren hat er eigentlich immer mehr Sachen abgetreten oder zugelassen, dass sich andere, Mitarbeiter von ihm, irgendwo positioniert haben. Teilweise ging das gut, wie Anita Hägi, die wirklich sehr gut war. Teilweise ging es weniger gut, wie Marianne el Hariri, wo nicht grad alles gestimmt hat. Aber man hat schon damals gesehen, er ist irgendwo auch amtsmüde. Auf der andern Seite ist's auch klar, es war auch ein Generationenwechsel. Wir haben uns sehr gut verstanden, aber man hat doch gemerkt, wir leben in einer andern Generation, mit andern Überlegungen. Emil Bammatter war wirklich der klassische Messemann, der mit der Hilfe seiner Basler Kollegen das wirklich aufgebaut hat, ganz brick für brick. Ich kam dann plötzlich mit irgendwelchen internationalen, globalen Marketingüberlegungen hinein, das waren schon andere Welten. Aber er war jemand, das muss ich ihm wirklich hoch anrechnen, der eigentlich total offen war, der mich immer unterstützt hat und gesagt hat, ja mach, das ist sicher gut, sehr kooperativ. Aber man hat gesehen, wenn jemand zwanzig Jahre so etwas aufbaut, und aus der Generation kommt, die mein Vater sein könnte, das sind schon andere Welten.

IG: Sie haben vorhin das Auswahlkomitee erwähnt, heisst das, bei Bammatter konnte jede Galerie teilnehmen? Es gab keine Auswahlkriterien?

LR: Es gab Kriterien, doch. Es gab einmal ein Gremium, das, wie ich vorhin gesagt habe, praktisch demokratisch zusammengesetzt wurde. Praktisch jedes Land, das an der Art vertreten war, oder sicher die grösseren, die haben einen Vertreter, teilweise sogar zwei Vertreter, je nach Grösse. Das waren Komitees von zwanzig oder fünfundzwanzig Leuten. Selektionen haben so stattgefunden: Seid ihr einverstanden? Dann hat der Italiener gesagt, nein, nur wenn der Italiener hineinkommt... Also es war im Grunde genommen keine wirkliche inhaltliche Diskussion. Sondern es war vielmehr eine Absicherung der Art in den Markt hinein durch so ein Gremium. Mit allen Vor- und Nachteilen. Was wir dann gemacht haben, war dieses Repräsentative einmal weg zu tun, uns wirklich voll auf die Galerien zu konzentrieren. Das heisst, von dem Moment an, wo wir angefangenen haben, in diesem kleinen Komitee diese Selektionen zu machen, musst sich jede Galerie jedes Jahr neu anmelden. Sie mussten ganze Dokumentationen schicken. So wie es heute noch passiert. Vorher war das nicht der Fall. Ja, ich kenne den ein bisschen, der ist gut, wenn du sagst, der ist gut, dann ist er drin, oder? Es hat funktioniert, aber es war natürlich wieder auch eine Frage der Zeit. Die Zeit hat sich geändert und da mussten wir einfach auch mitgehen.

IG: Dann haben Sie aber nur die Galerien ausgewählt, die Künstler, die sie dann mit nach Basel gebracht haben...

Kriterien zur Auswahl der Galerien

LR: Die Galerien mussten angeben, welche Künstler sie bringen. Sie mussten teilweise auch Dokumentationen zu den Künstlern bringen. Wir hatten wirklich eine Ahnung, was für Kunst kommt. Und das wurde plötzlich auch ein Kriterium. Es wurde sogar auch ein Kriterium, das dann plötzlich diskutiert wurde, okay, Künstler X wird von zwanzig Galerien vorgeschlagen, macht es Sinn, zwanzig Galerien mit dem gleichen Künstler? Wen nehmen wir? Und dann kommen plötzlich so Diskussionen ins Spiel, wer ist die primäre Galerie dieses Künstlers? Es wurde eigentlich viel professioneller auf den Markt eingegangen. Das war vorher alles nicht der Fall. Da wurde wirklich einfach über Galerien diskutiert, ja, man kennt sie, okay, komm, nehmen wir sie oder nicht. Aber es war natürlich auch nicht so extrem, weil im Grunde genommen, was drin war, das war da, das hat man ja nicht mehr gross diskutiert. Man hat diskutiert, wie füllt man das auf, wenn etwas fehlt. Es wurde viel weniger inhaltlich, konzeptionell diskutiert. Das war in dieser Zeit, als die Art gegründet wurde, eigentlich absolut normal. Der Markt war auch viel kleiner, vergessen wir auch nicht, der ist ständig gewachsen. In den 70er Jahren eine Messe mit 150 Galerien zu machen, da hast du schon Schwierigkeiten, 150 hinzukriegen, die wirklich top sind. In den 90er Jahren hast du Schwierigkeiten, 100 oder 150 auszuwählen, wen schmeisst du raus oder willst du nicht?

AD: Mich würde noch interessieren, Sie haben die Art Sculpture und die Art Unlimited eingeführt. Das war eigentlich eine Art Rückwendung zur kuratierten Ausstellung. Warum haben Sie das gemacht? Was hat Sie dazu bewogen?

LR: Es war auch wieder die Überlegung, was ist eine Kunstmesse? Ist eine Kunstmesse eigentlich nur eine banale Verkaufsplattform? Oder wollen wir nicht gerade mit der Art Basel, die sich schon positioniert hat als die wichtigste, noch einen Schritt weitergehen? Gleichzeitig hat in dieser Zeit auch eine Tendenz angefangen, die bis heute noch funktioniert, noch viel stärker: Unsere grössten Konkurrenten waren plötzlich nicht mehr andere Kunstmesen, sondern es wurden die Biennalen. Die andern Kunstmesen, die hatten wir überflügelt, aber plötzlich kam dieses Phänomen der Biennalen auf, die zu Marktveranstaltungen wurden – auch wenn es nicht offiziell war, neben jeder Kunst stand irgendwo der Galerist und hat's verkauft. Also mussten wir uns überlegen, auch inhaltlich darauf zu reagieren. Aus dem heraus kam eigentlich diese Überlegung, zuerst eben mit Skulpturen, dann wirklich mit Projekten wie Art Unlimited etwas zu machen. Gleichzeitig war es auch eine gewisse Überlegung, dass es vielleicht sogar eine Möglichkeit ist, wenn irgendetwas schief geht, schon eine neue Messe der Zukunft zu haben, die man dann ausklinken und selbständig machen kann. Die also wirklich weggeht vom klassischen Koje-an-Koje-an-Koje-Prinzip zu einem viel offeneren, fast Kunsthallen-ähnlichen, Biennalen-ähnlichen Gebilde. Letztendlich hat sich das eigentlich sehr gut ergeben, weil das eine mit dem anderen gut funktioniert. Es war eine Riesendiskussion damals, auch im Gremium, ist so etwas überhaupt

Art Sculpture,
Art Unlimited:
Rückkehr zur
kuratierten
Ausstellung

machbar? A) Machen Galerien mit, solche gewaltigen Anstrengungen auf sich zu nehmen? B) Verkauft man das auf einer Kunstmesse, oder verkauft man nur irgendwo das Bild und die kleine Installation? Gibt's Käufer? Und auch da haben wir gesagt, so wie sich die Entwicklung im Markt abzeichnet, werden wir immer mehr diese Grosssammler haben, so dass nicht nur Museen solche Sachen kaufen, sondern auch Private, und es hat sich gezeigt, dass das gestimmt hat. Das sind eigentlich die Hintergründe gewesen, aber es war wirklich ein Entwicklungsprozess von der Skulptur bis hin wirklich zu offenen Geschichten.

AD: Jetzt weiss ich nicht, habt Ihr noch Fragen gerade zur Kunst, also zur Art, sonst würde ich gerne noch auf die aktuelle Tätigkeit eingehen.

DI: Ist okay.

AD: Sie arbeiten immer noch mit Kunstmessen. Sie werden diesen Herbst in Schanghai eine Messe eröffnen. Was interessiert Sie so sehr an Kunstmessen? Sie haben gesagt, Sie haben schon früher immer ein Interesse an Kunst gehabt, aber was interessiert Sie so sehr an der Kunstmesse?

LR: Was mich reizt, ist Sachen zu bewegen und auch kreativ zu sein. Neue Geschichten, neue Sachen in die Welt zu setzen, die wirklich auch funktionieren. Was mich fasziniert an der Kunstmesse, ist die Dualität zwischen Kunst auf der einen Seite und Markt und Marketing auf der andern Seite. Da ist die Kunstmesse ein ideales Produkt, das wirklich beides verkörpert. Auf der andern Seite bin ich nicht total nur auf Kunstmessen fixiert, aber irgendwo hat sich mein Werdegang so entwickelt, dass ich halt eine gewisse Erfahrung gesammelt habe. Es wäre blöd, wenn ich die einfach in den Wind schmeissen würde. Aber was mich eigentlich am meisten interessiert, ist, wie kann man diesen klassischen, knallharten Markt und Kunst zusammenbringen in einer Form, die wirklich stimmt. Und gleichzeitig das auch weiterentwickeln und kreativ sein. Das heisst auch, neue Formen von Messen entwickeln. Ich glaube, das wird in den nächsten Jahren sehr wichtig werden. Der Kunstmarkt, oder nehmen wir das andere Beispiel die Art, ist wie alle andern Messen immer noch das Konzept der frühen 90er Jahre. Der Markt hat sich gewaltig entwickelt. Da sind ganz andere, neue Strukturen entstanden. Die sind gar nicht berücksichtigt. Nehmen wir ein typisches Beispiel: Wir haben in den 90er Jahren riesige Diskussionen geführt, für wen ist eine Kunstmesse offen? Da gab es einfach die Überlegung, wir haben den Galeristen, den man schützen muss, denn das Auktionshaus versucht dauernd in seinen Markt einzudringen. Gleichzeitig wird der Private Dealer immer wichtiger, aber der macht ja nicht mal seine Ausstellungen, der macht es sich einfach und so weiter... Heute ist die Situation ganz anders: Ich würde heute an einer Kunstmesse einen Private Dealer nie ausschliessen. Ich glaube, heute muss man darüber nachdenken, auch Auktionshäuser einzubinden. Wir haben nicht

Aktuelle Tätigkeit: Shanghai Contemporary, sein Interesse für Kunstmessen

mehr diese Situation, wo wir Galerien haben, Auktionshäuser, Private Dealer, Sammler, alles schön getrennte Spieler in diesem Feld, heute ist die Situation total vernetzt. Nehmen wir ein Beispiel: Pinault, Grosssammler, Besitzer eines Museums, Besitzer eines Auktionshauses, da spielen plötzlich ganz andere Machtfaktoren mit. Auf das hat bis jetzt noch keine einzige Messe richtig reagiert. Das sind alles Faktoren, die man immer wieder auch reflektieren muss. Das ist das, was mich reizt. Wie entwickelt sich ein Markt, und was hat das zur Folge, auch für das, was du machst. Und das Ganze in dieser Dualität zwischen Kunst und Kommerz.

AD: Werden Sie bei der ShContemporary solche Überlegungen miteinbeziehen?

LR: Solche Überlegungen sind im Gange, ja (*lacht*). Es ist natürlich auch immer ein heisses Eisen, wie weit du gehst. Denn es sind Konkurrenzen. Heute ist der Kunstmarkt natürlich durch sein Gewicht, durch seine Potenz, mit all dem Geld, das da drin ist, ein ganz anderes Feld als es Anfang der 90er Jahre war. Heute ist es wirklich ein Business. Ein Business, wo die halbe Welt mitspielt und versucht zu monopolisieren, zu manipulieren. Das sind alle Überlegungen, die man anstellen muss.

AD: Und es verträgt noch einige Kunstmessen?

LR: Kunstmessen hat man viel zu viel auf dieser Welt. Aber ich glaube, wichtig ist nicht, neue Kunstmessen oder noch eine Kunstmesse zu machen, sondern wichtig ist, dass man neue Überlegungen in den Markt bringt, neue Strukturen kreiert.

AD: Also, nicht eine mehr, aber eine andere, sozusagen?

LR: Richtig. Ich habe kein Interesse, noch einmal irgendwo Basel, Miami oder was auch immer zu kopieren. Es macht keinen Sinn. Sondern es geht wirklich darum, sich neue Formen zu überlegen. Wie man das mit der Art Unlimited gemacht hat an einem gewissen Zeitpunkt. Zum Beispiel in dieser Messe in Schanghai wird es einen grossen Teil geben, der wirklich kuratiert ist. Kuratiert im klassischen Sinne, nicht wie Art Unlimited, dort drin ist ja irgendwo ein Zwitterding, ein Mischding. Man fragt die Galerien, was bietest du mir an. Dann schauen wir, was wir nehmen und versuchen, das irgendwo ein bisschen museumsähnlich zu positionieren. Was wir wirklich machen in Schanghai, ist, dass wir von Grund auf einen Teil der Messe kuratieren. Das heisst, wir haben eine riesen Researcharbeit geleistet in ganz Asien, wo wir wirklich Künstler gesucht haben, mit denen Projekte entwickelt haben und so weiter. Es hat sogar Kunsthändler dabei.

AD: Ja, also von meiner Seite her waren das die Fragen, die ich vorbereitet habe. Habt Ihr noch Fragen?

DI: Ja, vielleicht, wie sehen Sie die Zukunft hier in Basel? Also, jetzt

Übersättigung
des
Kunstmarktes,
Shanghai
Contemporary

Zukunft der Art
Basel

gab's ja grad einen grossen Wechsel.

LR: Mit vielen Fragezeichen, ja. Für mich ist nicht die Frage entscheidend, wer ist der Nachfolger oder wie ist die Nachfolge von Sam. Die Frage, die sich die Messe stellen muss, ist, wohin geht Basel? Wie sieht die Zukunft dieser Messe aus? Vergessen wir nicht, die Messe ist von ihrem inhaltlichen Konzept her immer noch ein Produkt, wie es am Anfang war, und wie es dann in den 90er-Jahren entstanden war. Das grosse Plus der Art Basel ist bis heute, dass es die Messe weltweit ist, die die klassische Moderne stark vertreten hat. Das war immer eigentlich einer der wichtigsten Pfeiler in Basel. Das hat sie von jeder andern Messe unterschieden. Das hat in den 70er Jahren gut funktioniert, nur, die Schere wird immer grösser. Wir haben die klassische Moderne bis hin zum contemporary, das man auch forciert. Wie willst du in Zukunft das immer alles noch unter einen Hut bringen? Du hast heute ein Publikum, das klassische Moderne sammelt, das sicher ein ganz anderes ist, als solches, das cutting edge contemporary sammelt. Wie lösen wir das in Zukunft? Wir können ja nicht einfach immer weiter und weiter gehen und schauen, dass wir da die klassische Moderne haben und dass wir hier die zeitgenössische, möglichst zeitgenössische Kunst haben, und, konsequenterweise, in der Mitte ein immer grösseres Loch. Das ist jetzt schon feststellbar. Du hast einen gewissen Teil Kunst, zwischen 70er und 90er Jahre, der verdammt dünn ist auf dieser Messe. Warum? Weil du gar nicht mehr alles zusammenbringen kannst. Viele strategische und konzeptionelle Fragen sind zu lösen. Vor allem habe ich das Gefühl, man muss die möglichst schnell angehen und aus einer Position der Stärke heraus eine Änderung vornehmen. Nicht dann, wenn irgendwo plötzlich gewisse neue Sachen auf dem Markt auftauchen, und die Messe in Schwierigkeiten kommt. Nehmen wir die klassische Moderne. Einerseits versucht man, an dem festzuhalten, weil es einer der traditionellen Pfeiler der Messe ist, auf der andern Seite ist halt einfach die Zeit so, dass der Markt immer dünner wird. Es gibt immer weniger gute Werke auf dem Markt. Gleichzeitig hast du eine Messe wie die TEFAF, die das immer mehr anzieht und auch viel mehr dem Publikum entspricht. Stellt Euch mal vor, jetzt macht das irgendeine top-exklusive moderne Messe in Paris richtig. Dann ist es geschehen um dieses Segment in Basel. Gleichzeitig hast du all diese neuen, hippen Messen an hippen Orten – Basel ist nicht der hippe Ort. Wenn das total gut kommt, kommt auch daher eine Gefahr. Ich glaube, Basel muss sich wirklich strategisch in die Zukunft orientieren und überlegen, wie entwickle ich die Messe, auch wenn es radikale Schritte sind, innovativ, denn jetzt, mit dieser Stärke, alles wird folgen. Wenn du aus einer Position der Stärke heraus reagierst. Wenn du eine Reaktion machen musst, weil der Markt dich schon irgendwie überholt hat, dann ist es schwierig. Im Moment sehe ich noch kein Problem. Aber ich würde nicht mehr zu lange zuwarten, denn der Markt bewegt sich verdammt schnell. Was man auch klar sagen muss, so treu sind diese Kunden in diesem Markt auch nicht. Die schauen, wo passt's für mich am besten. Darum sage ich, die entscheidende Frage ist nicht, wer ist Sams

Identifikation
mit der Art
Basel

Nachfolger, sondern wie wird die Messe? Ich hätte es zum Beispiel ein bisschen anders gelöst. Ich hätte mir zuerst überlegt, wohin will ich mit der Messe. Dann hätte ich gewusst, wer der Nachfolger ist. Da wär es nicht schwer gewesen, den richtigen Nachfolger zu finden...

DI: Ihre Identifikation mit der Messe ist immer noch gross. Sie sagen immer noch „wir“ (*lacht*).

LR: Es ist ein Teil meines beruflichen Werdeganges, meines Lebens. Was ich heute mache, verdanke ich auch dem, was ich hier hatte. Es war eine schöne Zeit. Ich habe auch kein Interesse, dass diese Messe bachab geht, das ist klar. Obwohl ich nichts mehr mit der Messe direkt zu tun habe, dieser cut ist mehr als gemacht, aber es ist klar, irgendwo identifizierst du dich schon noch mit diesem Produkt, logisch. Ich meine, wir waren bisher nur drei Leiter dieser Messe, sind nicht so viele (*lacht*).

DI: Ja, habt Ihr noch Fragen?

AD: Nein. Ich bedanke mich bei Ihnen für das Gespräch, das war sehr spannend.

LR: Gern geschehen.

AD: Auch zu sehen, wie Sie den Markt einteilen, welche Überlegungen Sie haben, finde ich ganz interessant.

LR: Das ist etwas, was mich immer wieder erstaunt. Es ist ein Markt, der expandiert, der sich entwickelt wie blöd. Jeder geht in diesen Markt hinein, aber wenige machen sich eigentlich Gedanken, wohin dieser Markt geht und was das ist. Denn im Grunde genommen ist das, was wir hier sehen, auch an dieser Messe, nichts als ein Spiegel unserer Gesellschaft. Wir haben einen gewaltigen Wertewandel in unserer heutigen westlichen Gesellschaft. Vergessen wir, was wir mal hatten mit Bildungsbürgertum und Education. Heute sind andere Werte entscheidend. Das musst du dir schon überlegen, wenn du so eine Messe machst, da kommt gleichzeitig die Globalisierung dazu, die diesen Wertewandel um die ganze Welt trägt, dieses brand-oriented-Lifestyle-Denken. Es wird sehr viel in diesem Markt fast von der Hand in den Mund gelebt. Von einem Tag auf den anderen, jetzt entscheide ich, zäck, zäck. Aber eine Messe, vor allem eine solche Messe wie Basel, die eine Leaderfunktion hat, die wirklich die Weltmesse ist, die muss vorangehen. Sie hat eine Riesenchance, sie hat die Kraft und die Stärke, dass sie auch Zeichen setzen kann. Das muss einfach jetzt vermehrt gekonnt passieren. Aber wie gesagt, das ist dann nicht meine Aufgabe, das ist die Aufgabe von Sam.

AD: Aber ich denke, Sie hätten die Ideen dazu?

LR: Ich habe mich nicht so intensiv mit Basel auseinander gesetzt,

Entwicklungen
im Kunstmarkt

<p>aber ich sehe doch immer mehr auch, wo die Gefahren langfristig sind. Aber ich glaube, wenn man ein bisschen den Markt betrachtet, nachdenkt, dann kommt man selber auch darauf.</p>	
---	--

Der nachfolgende Teil wurde im Anschluss an das eigentliche Interview aufgezeichnet, das Gespräch wurde in Mundart geführt.

<p>LR: ... auf der andern Seite, hat Basel sicher auch erkannt, was die Art der Stadt bringt. Sei dies ökonomisch, sei das auch imagemässig. Basel ist heute auf der Welt in vielen Kreisen bekannt durch die Art. Auf der andern Seite ist es natürlich auch immer wieder ein kleinkariertes Denken, das man hier hat. Im Grunde genommen ist es ja auch nicht schlecht, dass, auch hier wieder, die Art eigentlich relativ unabhängig ist, und nicht zu stark von lokalpolititschen Interessen beherrscht wird. Von daher spielt es eigentlich gut. Das Schöne in dieser Stadt, oder das Wahnsinnige in dieser Stadt, ist wirklich, du kannst Sachen ermöglichen, die du wahrscheinlich in keiner andern Stadt machen kannst. Das hat auch mit all diesen Verflechtungen und Amigo-Connections und Fasnachts-Connections in dieser Stadt (zu tun). Ein schönes Beispiel: Am 25., nein, am 30. der Art haben wir uns überlegt, wie kann man ganz etwas Spezielles machen? Und haben gedacht, wir wollen etwas machen, von dem die Stadt profitiert, weil letztendlich diese Stadt die Messe trägt. Dann haben wir so eine Idee gehabt, dass man im Grunde genommen anfängt, ein Art Fest zu machen, das mit Kunst zu tun hat, wo die ganze Stadt mitspielt. Überlegung: Jeder kann machen, was er will. Alle Restriktionen, das Beizengesetz und alles, werden aufgehoben für eine Nacht. Ein Telefon mit einem Regierungsrat und du hast die Bewilligung gehabt. Stell dir das vor in einer andern Stadt. Gibt's das? Zu einer Zeit haben wir eine Aktion von Spencer Tunick gemacht, hier am (Steinenberg) bei der Kunsthalle. Die Polizei ist gekommen, hat die Trams gestoppt und den ganzen Verkehr umgeleitet. Stell dir vor in Zürich! Vergiss das. Du kannst schon wahnsinnig viel machen hier in dieser Stadt. In diesem Sinn ermöglichen sie dir viel. Unterstützen wird sie dich nirgends, sie wird überall auch immer die Hand hinhalten. Aber ich glaube, es ist viel wichtiger, dass sie dir diese Freiheiten lässt, dir diese Türen öffnet, Sachen zu machen, die du sonst nicht machen kannst, als dass sie dich finanziell oder wie auch immer unterstützt. Ich glaube sogar, sei froh, dass du nicht irgendwo in den Fängen von Lokalinteressen bist, sondern dass du deine Freiheit hast zu machen, was du willst. Ich kann mich schon erinnern, es gab Zeiten, in denen wir uns an den Kopf gegriffen haben. Du gehst nach Paris, der Staatspräsident macht einen Riesenempfang im Elysée. Und dann sagst du, wir wollen hier irgendeinen Empfang machen, machen wir einen im Kunstmuseum, es wäre gut, wenn die Stadt einladen würde. Ja, okay, das finden wir eine grosse Idee. Und dann, einen Tag später, kommt ein offizieller Brief, wir machen dies mit Freuden, der Regierungspräsident wird als der Host auftreten, wird alle diese Leute empfangen, aber ihr</p>	<p>Rolle der Stadt Basel</p>
--	------------------------------

<p>müsst das bezahlen. Da fragt man sich dann schon. Aber letztendlich, unter dem Strich, sind wir gut gefahren, bis heute. Die Stadt wird natürlich jetzt eine Rolle spielen in Sams neuem Job, bei dem ein Privatmuseum natürlich nicht so von der Stadt unterstützt wird (<i>lacht</i>). Das wird hart.</p> <p>IG: Ja, da bin ich gespannt, wie das weitergeht. Danke vielmals.</p> <p>LR: Gern geschehen. Wer ist der nächste, wen habt Ihr noch auf der Liste, den Ihr noch nicht habt?</p> <p>DI: Das war jetzt eigentlich das letzte Interview im Rahmen des Seminars, aber wir treffen noch Annemarie Monteil und Kurt Wyss.</p> <p>LR: Lasst Euch seine Fotosammlung zeigen. Es gibt keinen, der die Art so dokumentiert hat wie Kurt Wyss. Und zwar wirklich seit den ersten Jahren her. Da werdet Ihr sehr wahrscheinlich unglaubliche Trouvailles finden. Dann noch viel Vergnügen an der Art.</p> <p>DI: Danke gleichfalls.</p> <p>LR: ... ist nicht immer nur Vergnügen.</p> <p>DI: Ja.</p> <p>LR: Während der ganzen Zeit, in der ich die Art geleitet habe: Der schönste Moment für mich ist immer gewesen – das ist der Riesenvorteil, den du hast als Direktor dieser Messe – du kannst dir nachts die ganze Messe ausleuchten und in aller Ruhe diese Messe anschauen (<i>alle lachen</i>). Wenn du am Tag da bist, siehst du gar nichts... Das habe ich mir immer genommen, immer eine Nacht.</p> <p>AD: Und dann sind Sie einfach alleine darin herum gelaufen?</p> <p>LR: Ja. Im Grunde genommen möchte man sich in aller Ruhe auf das hier konzentrieren. Und vor allem wenn du noch irgendwie der Leiter... diese Möglichkeit hast du gar nicht anders. Das sind die schönsten Momente gewesen... Okay, schönen Tag noch.</p> <p>DI: Danke gleichfalls.</p>	<p>Privileg des Leiters der Art Basel</p>
--	---

Transkription: Agatha von Däniken