

BRAFA ART FAIR

Interview mit Beatrix Bourdon, Geschäftsführerin der BRAFA Art Fair



Beatrix Bourdon © Guy Kokken

Die 68. BRAFA rückt schnell in greifbare Nähe – wie gehen Sie der kommenden Ausgabe entgegen?

Mit großem Optimismus. Wir hatten das Glück, im Juni auf der Brussels Expo – der Premiere an unserem neuen Veranstaltungsort – eine Messe abzuhalten, die uns zeigte, was verbessert oder geändert werden muss. Das war spannend. Wir als Team arbeiten hart daran, die nächste Ausgabe noch erfolgreicher zu machen: Das Ergebnis wird Eindruck hinterlassen.

Dies ist ein besonderes Jahr für Sie: Vor 30 Jahren fingen Sie bei der Messe an. Wie kam es damals zu einem ersten Kontakt mit der Foire des Antiquaires de Belgique, inzwischen umbenannt in BRAFA Art Fair?

Ich war 27 Jahre, als das Abenteuer begann: Während eines Abendessens erfuhr ich, dass die Foire eine*n Manager*in für die Leitung der Messe suchte; ich schickte meinen Lebenslauf und so fing es an. Zu Beginn hatte ich wenig Ahnung von den Hintergründen und den verschiedenen Aspekten der Organisation einer solchen Veranstaltung – eine Herausforderung, die ich gerne angenommen habe und einen immensen Lernprozeß anstieß.

Waren Sie sich der enormen Verantwortung bewusst, die Sie übernehmen?

Nicht wirklich und das war auch gut so. Ich bin voller Enthusiasmus und Lernbereitschaft in meine neue Aufgabe eingetaucht. Ich hatte bis dahin weder einen Katalog erstellt, noch den Hallenplan für eine Messe gestaltet oder eine Pressekonferenz abgehalten. Der damalige Vorsitzende Christian de Bruyn hat mich auf diesem Weg begleitet. Ihm ist zu verdanken, dass ich alles gelernt habe. Er widmete mir viel Zeit und all seine Energie, um mir die Abläufe und das Innenleben der Messe zu erklären. Letztlich ist die Organisation einer solchen Veranstaltung wie das Zusammensetzen eines Puzzles: Alle 20.000 Teile fügen sich perfekt ineinander.

Wenn wir hinter die Kulissen blicken: Die BRAFA besteht aus einem kleinen Team?

Die Messe hat eine enorme Entwicklung hinter sich, ist sehr stark gewachsen. Was als nationale Messe begann, ist heute ein internationaler Player. Zu Beginn meiner Zeit musste eine teilnehmende Galerie noch Mitglied der Belgischen Königlichen Kammer für Antiquitäten und Kunsthändler (ROCAD) sein. Die Kommunikation gestaltete sich damals auch völlig anders: ohne Webseite, E-Mails oder Mobiltelefone. Alles war ein wenig „handgemachter“ (lacht). Dank meines Starts vor 30 Jahren in einer ersichtlich kleineren Messe hatte ich die Möglichkeit, alle Facetten und Aufgaben, die anfallen, in der Tiefe kennenzulernen. Heute wäre auf dem Hintergrund der Internationalität die Messe ohne ein dynamisches Team, das mit sechs Mitgliederinnen noch immer überschaubar ist, undenkbar. Ich bin meinem Team immer wieder aufs Neue für die Umsetzung verbunden.

Erinnern Sie sich an Ihre erste BRAFA?

Das war im Palais des Beaux-Arts in Brüssel. Dort hatte ich kein Büro, also blieb mir nichts anderes übrig, als mich zwischen zwei Ständen mit einem sehr kleinen Schreibtisch – eigentlich einem Hocker auf der Treppe – einzurichten. Was am meisten Eindruck bei mir hinterlassen hat, war die Entdeckung der Schönheit der Werke, die überall um mich herum ausgestellt waren. Das verhält sich auch nach drei Jahrzehnten nicht anders: Auf jeder BRAFA verzaubern mich die von den Galerien ausgewählten Objekte und Kunstwerke neu.

Welche Erinnerungen liegen Ihnen besonders am Herzen?

Davon gibt es unglaublich viele – zu viele, um hier genannt zu werden. Was mir jedoch in ganz besonderer Erinnerung bleibt, sind die Treffen: Ich habe durch die BRAFA viele Persönlichkeiten aus unterschiedlichsten Bereichen kennengelernt. Wir schätzen uns glücklich, dass wir angesehene Ehrengäste wie Julio Le Parc, Gilbert & George, Christo und Arne Quinze bei uns begrüßen durften.

Das jährliche Wiedersehen mit den Aussteller *innen bereitet mir immer viel Freude. Schließlich stehen sie bei uns im Mittelpunkt: Wir arbeiten das ganze Jahr daran und geben unser Bestes, damit bei ihrer Ankunft alles wie am Schnürchen läuft.

Die Messe eröffnet mir die Möglichkeit, verschiedene außergewöhnliche Orte zu besuchen. Ich denke dabei z.B. an das Schloss von Axel Vervoordt oder das Königliche Museum für Zentralafrika, dessen Depots ich mit Didier Claes erkunden durfte – das erweitert die Perspektive und öffnet meinen Blick.

Die Messewelt und der Kunstmarkt haben sich in den letzten 30 Jahren stark verändert. Was ist Ihre persönliche Einschätzung dieser Entwicklungen?

Es gibt immer mehr Messen, von denen einige verstärkt kommerzielle Ziele verfolgen. Das setzt die BRAFA ab: Sie ist eine gemeinnützige Organisation. Wir sind in erster Linie für die Aussteller *innen da, die unsere Kund*innen sind. Natürlich könnten wir die BRAFA als Marke handhaben und kleine Ableger in Paris, London oder Amsterdam organisieren. Das ist jedoch weder unser Ziel noch unsere Vision. Was bei uns im Mittelpunkt des Interesses steht, ist die fortlaufende Verbesserung der eigentlichen Messe. Wir verfolgen andere Messen, die eine Lebenszeit von fünf oder zehn Jahre haben. Wir dagegen existieren seit beinahe 70 Jahren. Die BRAFA ist eine Veranstaltung, die sich konzentriert und beständig weiterentwickelt – mit Bodenhaftung. Unsere solide Geschichte, unser guter Ruf – Ausgangspunkte für viele weitere Jahre.

Was wünschen Sie sich für die BRAFA in den nächsten zehn Jahren?

Dass sie fortwährend ihre qualitativen Stärken ausbaut und noch internationaler wird sowie ihre Aussteller*innen konsequent hält. So sind die Sammler*innen mit ihren Erwerbungen auf der BRAFA zufrieden und kehren Jahr um Jahr zurück.