

BRAFA ART FAIR



Didier Claes, Vize-Vorsitzender der BRAFA ©Michel Figuet

Didier Claes gilt als Experte für afrikanische Kunst mit Schwerpunkt auf Zentralafrika. Dank seiner Wertschätzung für herausragende Qualität und leidenschaftlichen Offenheit gegenüber allen Kunstformen, stellt er sich gerne neue Herausforderungen – so zum Beispiel junge Sammler*innen zu motivieren oder bisher unbekannte Objekte zum Vorschein zu bringen. Seit 2012 ist er der stellvertretende Vorsitzende der BRAFA und seine Galerie „Claes Gallery“ befindet sich nur einen Steinwurf von der Avenue Louise in Brüssel entfernt.

Die nächste BRAFA wird von Sonntag, 28. Januar, bis Sonntag, 4. Februar 2024, stattfinden. Welche Vorstellung haben Sie von der 69. Ausgabe?

Dies wird die dritte Ausgabe der BRAFA auf der Brussels Expo sein – wir haben dort mittlerweile Fuß gefasst und sind gewissermaßen eingespielt. Der neue Veranstaltungsort findet bei unseren Ausstellern und Besucher*innen gleichermaßen viel Zuspruch. Bei der 69. Ausgabe zielen wir darauf ab, die Themenfelder noch weiter auszugestalten. Dabei halten wir fortwährend die DNA der Messe – ihren Ursprung als Antiquitätenmesse – im Blick und bleiben ihr treu. So erreichen wir im Januar 2024 eine ausgewogene Balance zwischen den unterschiedlichen Themenbereichen, die auf der Messe präsentiert werden. Mit dieser Energie möchten wir ein generationenübergreifendes Publikum ansprechen.

Die BRAFA hat sich mittlerweile fest auf der Brussels Expo etabliert. Welche Standortvorteile sehen Sie für Aussteller und Besucher*innen?

Zunächst einmal handelt es sich um einen Veranstaltungsort, der speziell für Ausstellungen und Messen gebaut wurde – das erleichtert per definitionem das Leben unserer Aussteller. Des Weiteren ist die Brussels Expo für Besucher*innen aus ganz Belgien und auch den Nachbarländern sehr gut erreichbar. Einzig die Pläne für Barrierefreiheit und Mobilität wurden von Tour & Taxis geändert und entsprechen nicht mehr den Bedürfnissen der BRAFA. Ein weiterer großer Vorteil: Sollten wir uns in Zukunft für eine Vergrößerung der Messe entscheiden, gibt es dafür auf dem Brussels Expo-Gelände genügend Platz.

Sind Sie mit der derzeitigen Größe der Messe zufrieden?

Das ist die immer wiederkehrende Frage schlechthin. Meine Haltung dazu lautet: „Stillstand heißt Rückschritt“. Jedoch haben manche ähnlichen Messen Schwierigkeiten, die Zahl ihrer Aussteller zu halten. Einmal abgesehen vom Expansionswunsch, ist das Wichtigste, eine qualitativ hochwertige Messe anzubieten. Natürlich könnten wir die Messe für noch weitere Themenfelder wie z.B. Zeichnung und Fotografie öffnen oder einen Bereich mit neuen Galerien einrichten und so die Zahl der Aussteller von 130 auf 150 erhöhen – mehr aber auch nicht.

Moderne und zeitgenössische Kunst haben Hochkonjunktur. Wie geht die Messe vor, um ihr Charakteristikum – den Eklektizismus – zu bewahren?

Wir kommen nicht umhin, die sich verändernden Geschmäcker der Sammler*innen und des Marktes mit zu berücksichtigen. Wären wir einzig bei dem geblieben, was wir am Anfang gemacht haben, so hätten wir heute eine altmodische Messe. Wir müssen mit dem Markt Schritt halten und gleichzeitig die Balance wahren – keine leichte Aufgabe. Wenn Sie sich auf der Messe umsehen, werden Sie feststellen, dass sie das präsentiert, was Sie auch zuhause bei Sammler*innen erwarten würden: eine gekonnte Mischung aus antiker, moderner und zeitgenössischer Kunst sowie Design.

Die Paul Delvaux Stiftung ist Ehrengast der BRAFA 2024. Es ist nicht das erste Mal, dass Sie eine Institution vorstellen. Was verfolgen Sie mit diesem Ansatz?

Die BRAFA bietet Institutionen traditionell immer Raum. Dank der Presse und sozialer Netzwerke genießt die Messe internationale Resonanz und bietet der Paul Delvaux Stiftung so die Möglichkeit, ihre Bekanntheit weltweit auszubauen. Es ist eine Art Win-Win-Situation für beide Seiten – den Kunstmarkt und die öffentlichen Institutionen – und stärkt unseren Ruf in Belgien und darüber hinaus.

Können Sie uns drei gute Gründe nennen, die Messe im Januar 2024 zu besuchen?

Sie ist ein lebendes Museum, das alle Epochen und Fachgebiete umfasst; eine Veranstaltung, auf der man seine Leidenschaften teilen kann – Aussteller sind nur zu gerne bereit, Fragen zu beantworten und ins Gespräch zu kommen. Auch die Atmosphäre ist ein sehr guter Grund, die Messe zu besuchen.

Wie steht die BRAFA zum Kunstmarkt?

Die BRAFA ist eine Art Bubble, die im Januar zehn Tage lang mehr als 65.000 Besucher*innen in die europäische Hauptstadt Brüssel lockt. Sie ist ein erprobter Gradmesser für den Kunstmarkt und man muss sagen, dass sich die Messe in sehr gutem Zustand befindet. Zudem ermöglicht sie Zugang zu Werken von höchster Qualität in mehr oder weniger erschwinglichen Preiskategorien. Unsere Aussteller zeigen sich begeistert von ihrer Teilnahme an der BRAFA.

Wie sehen Sie die weitere Entwicklung der BRAFA?

Aus meiner Sicht gesprochen ist die Organisation einer Veranstaltung ein wenig vergleichbar mit der Tätigkeit einer Regierung: Man muss im Stande sein, etwas Neues zu bieten; man braucht Veränderung. Einen Wechsel von Menschen und Ideen. Bei der BRAFA gab es immer Innovationen, verschiedene Veranstaltungsorte usw. Um den Schwung beizubehalten, müssen wir uns unbedingt weiterentwickeln.

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

Ich würde mir wünschen, dass sie sich für weitere Bereiche öffnet, die gegenwärtig vielleicht weniger im Vordergrund stehen wie z. B. Street Art und Fotografie, während sie ihrer DNA treu bleibt.

Sind Messen auch weiterhin für Galerien attraktiv?

Messen waren zuletzt eine gewisse Modeerscheinung – heute wird das Modell bisweilen in Frage gestellt, besonders seit COVID. Der Eindruck besteht, dass der Messemarathon vorbei ist: Die Galerien sind selektiver geworden; sie nehmen insgesamt an weniger Messen teil. Ich denke, dass jeder Aussteller bei seiner Wahl auf der Grundlage seines geografischen Standorts, seiner Spezialisierung, seines Kundenkreises usw. entscheidet. Die Ausstellerliste der BRAFA 2024 ist seit August geschlossen – das bedeutet nichts anderes, als dass die Aussteller sich für uns entscheiden. Und angesichts des großen Erfolgs bei den Besucher*innen im letzten Jahr können wir mit gutem Gewissen sagen, dass die BRAFA eine maßgebliche Veranstaltung für alle Akteur*innen im Kunstmarkt ist.

Wie entstehen Markttrends?

Zu jeder Generation gehört eine Bewegung, ein Trend. Und dank jeder Bewegung entsteht etwas Neues und geht einher mit öffentlichem Interesse daran. Ein Fehler, den wir hier vermeiden sollten: jeden neuen Trend schlechtzumachen. Das geschieht zu oft. In einer Welt des kontinuierlichen Wandels müssen wir akzeptieren, dass immer neue Trends entstehen werden und dürfen nicht in Konservatismus oder gar Protektionismus verfallen. In den 80er Jahren galt Basquiat als Straßenkünstler; heute ist er einer der wichtigsten Nachkriegskünstler der Welt. Deshalb muss man sich selbst immer wieder neu in Frage stellen, vor allem als Komitee einer Messe.

Kann Kunst heutzutage noch als sichere Investition betrachtet werden?

Ich würde dem Begriff sichere „Investition“ eher „Diversifizierung“ vorziehen, denn wenn man über sichere Investitionen spricht, gehört Spekulation gleich mit dazu. Ich habe mich immer dagegen gesträubt, Kunst als Spekulation zu betrachten. Aus meiner persönlichen Erfahrung gesprochen stellt es einen Fehler dar, Kunst unter diesem Aspekt zu sehen. Sie ist vor allem ein mit Leidenschaft und Emotionen verbundenes Thema. Wenn – wie es bei der BRAFA der Fall ist – der Kauf von Kunst jedoch bestens betreut und hervorragend organisiert ist, dann kann Kunst tatsächlich eine Form der sicheren Investition darstellen.

Sie sind der stellvertretende Vorsitzende der BRAFA. Können Sie uns mehr über Ihre Rolle innerhalb der BRAFA erzählen und was diese für Sie bedeutet?

In einem Komitee besteht meine Rolle – wie die der anderen Direktoren – einmal in der Entscheidungsfindung, bestimmte Galerien in die Messe aufzunehmen, und dann in der Bewertung der Qualität der verschiedenen Galerien. Unsere Rolle beinhaltet auch die Kultivierung von Außenbeziehungen, die Kommunikation rund um die Messe und die Pflege ihres Rufs.