



Michael Neff (Organisation Gallery Weekend Berlin)  
 Courtesy of Michael Neff  
 Foto: Maik Scharfscheer



Stefan Löffelhardt  
 BL 2-16 B, 2002  
 C-Print  
 45 x 60 cm  
 Courtesy of Aurel Scheibler, Berlin



Annette und Rudolf Kicken, Galerie Kicken, Berlin

GALLERY WEEKEND NACHLESE

## PROBLEMFALL ERFOLGSMODELL

STEFAN KOBEL

6. Mai 2009

Ist das **Gallery Weekend Berlin** die bessere Messe? Vieles spricht dafür, diesen Vergleich anzustellen. Denn mit kolportierten einigen tausend Euro haben die 38 Teilnehmer nicht nur so viel bezahlt, wie für einen kleineren Messestand fällig wäre. Auch der Aufwand, der begleitend um Sammler und Kuratoren getrieben wird, ist dem VIP-Programm einer Kunstmesse nicht unähnlich. Und eine satellitenartige Struktur hat sich auch schon um die Veranstaltung gebildet, die jedes Jahr Anfang Mai die Berliner Szene in Aufruhr versetzt. Doch die Unterschiede sind erheblich. Hier liegt auch die Ursache dafür, dass eine konzertierte Aktion von einigen Dutzend Galerien eine Messe als Branchenleistungsschau nicht ersetzen kann. So sieht das auch **Mehdi Chouakri**: „Kunstmessen, wie das Berliner **art forum**, stellen ein ganz anderes Format mit anderen Schwerpunkten dar und sind deshalb nicht mit einer Einrichtung wie dem Gallery Weekend zu vergleichen.“ Hier könne man kuratorische Projekte wagen. Im Gegensatz dazu müssten die Präsentationen auf Kunstmessen einen schnellen Überblick über das Galerieprogramm bieten: „Da ist das Interesse eindeutig kommerziell ausgerichtet. Und dafür ist das Format der Kunstmesse unverzichtbar.“

Aber die Konkurrenz will das Gallery Weekend Berlin auch gar nicht (mehr). Ursprünglich aus Unzufriedenheit mit dem **art forum berlin** als Protestveranstaltung geboren, hat sich das Gallery Weekend in seiner fünften Ausgabe längst als feste Institution und frühlingshaftes Gegenstück zur herbstlichen Messe etabliert. Die Idee ist tatsächlich bestechend: In einer Stadt, deren Heimatmarkt auf der Käuferseite ausgesprochen überschaubar ist, tut sich ein exklusiver Zirkel von Kunstvermarktern zusammen, um überregionales und internationales Publikum anzuziehen und handverlesen zu pampern. Die Kosten dafür scheinen zunächst relativ hoch, halten sich jedoch im Vergleich zur Leistung einer Messe sehr im Rahmen. Denn beim Ausrichter bleibt deutlich weniger hängen, als im Kontext eines Messeapparats bezahlt werden müsste. Transport-, Reise- und Übernachtungskosten fallen ganz weg. Und mit den eigenen Galerieräumen steht der ideale Präsentationsrahmen zur Verfügung. Das hebt **Joanna Kamm** hervor: „Ich sehe das Besondere des Gallery Weekends darin, dass die Sammler in die Galerien kommen, an den Ort, an dem alles entsteht. Hier ist eine ganz andere Konzentration möglich. Eine Messe ist dagegen immer nur ein kleines Schaufenster.“ Auch für **Aurel Scheibler** ist das einer der entscheidenden Punkte: „Wir holen die Leute in die Galerien. Die Shuttles haben sehr gut funktioniert. Für mich in Charlottenburg ist das sehr wichtig.“ Der Vorteil gegenüber einer Messe: „Es ist irgendwie exklusiver – die Leute fühlen sich direkter angesprochen.“ **Michael Neff**, Organisator des