

WILL RAMSAY IS CEO VAN AFFORDABLE ART FAIR

# ‘Elke stad heeft een eigen smaak’

In 1999 organiseerde Will Ramsay de eerste Affordable Art Fair. Wat begon als een plan om kunst democratischer te maken, is uitgegroeid tot een internationale onderneming die jaarlijks 21 kunstbeurzen organiseert. **ELIEN HAENTJENS**

**A**ls alles verloopt zoals de organisatoren verwachten, zakken tussen 6 en 9 februari opnieuw zo'n 14.000 mensen af naar Tour & Taxis in Brussel voor de Affordable Art Fair. Tijdens die zevende editie zullen de bezoekers zo'n 2 miljoen euro spenderen. Negentig galeries, waarvan dertig Belgische, presenteren er werk van jonge kunstenaars. Zoals altijd schommelt de prijs van de werken tussen 60 en 6000 euro. Ook met betaalbare kunst zijn goede zaken te doen.

“Dat de beurs het in Brussel zo goed doet, komt wellicht doordat in de stad zo veel mensen van verschillende nationaliteiten wonen. Veel inwoners hebben in hun land misschien al van de Affordable Art Fair gehoord. Dat maakt de drempel om te komen minder groot”, stelt Will Ramsay. “Bovendien is Brussel cultureel een erg rijke stad. De mensen zijn het gewoon cultuur te zien en te ontdekken. Daardoor hechten ze er veel belang aan. Misschien is dat de verklaring voor de populariteit van minder voor de hand liggende media zoals fotografie, beeldhouwkunst en video in Brussel.”

De Affordable Art Fair is uitgegroeid tot een sterk merk, dat met achttien beurzen internationaal op de kaart staat. In



**WILL RAMSAY**  
“Iedereen kan kunst kopen.”

het Verenigd Koninkrijk won de beurs al meermaals het label van ‘coolest brand’.

## Ongemakkelijk en onbeholpen

Will Ramsay heeft een vrij atypische voorgeschiedenis. “Voordat ik mijn galerie oprichtte, werkte ik vijf jaar in het Britse leger. Toen ik in 1996 afzwaaide, had ik voor mezelf een nieuwe missie

voor ogen: kunst toegankelijker maken en democratiseren. Ik voelde me bij een bezoek aan een galerie vaak ongemakkelijk en onbeholpen. Ik heb dan wel een studie kunstgeschiedenis achter de rug, maar als ik een galerie binnenstapte, wilde ik toch worden geholpen, zodat ik iets kon bijleren. Ik bleef op mijn honger zitten”, vertelt hij.



In 1996 opende Ramsay zijn eigen galerie in Londen. “De naam, Will’s Art Warehouse, verwees naar een wijnwinkel. Mensen voelen zich beschaamd als ze niets van wijn kennen. Dat hebben ze met kunst ook. Tegen die schaamte wilde ik vechten”, stelt Ramsay.

En met succes, want twee jaar later had hij al drie galleries. In 1999 richtte hij vanuit dezelfde filosofie de Affordable Art Fair op. “Tijdens de eerste editie in Londen kregen we meteen 10.000 bezoekers over de vloer, die voor zo’n 1,2 miljoen euro spendeerden. Een jaar later waren dat al 60.000 bezoekers die voor 2 miljoen euro kochten. Dat succes zette ons ertoe aan het concept ook in andere steden te introduceren. Soms vragen steden ons om er een beurs te organiseren. Als ons onderzoek uitwijst dat er potentieel is, gaan we op zo’n voorstel in.”

### Kunst op afbetaling

Zijn grote succes dankt de Affordable Art Fair wellicht aan zijn uitgekende concept. “Met de beurs willen we aantonen dat iedereen kunst kan kopen. Daarom hanteren we strikte prijslijmieten en vragen we aan de standhouders om hun prijzen te afficheren. Zo willen we de angst om de prijs te vragen wegnemen. Veel mensen zijn aangenaam verrast als ze merken dat ze een werk echt kunnen betalen. Zo proberen we grenzen te doorbreken. Bovendien bieden sommige galleries ook kunst op afbetaling aan. In het Verenigd Koninkrijk is dat systeem al vrij goed ingeburgerd, en de overheid geeft er zelfs subsidies voor. Daarnaast zetten we stevig in op educatie, met workshops over het verzamelen van kunst of over de

technieken van kunstenaars. Of we geven beginnende kunstenaars een podium tijdens een speciale sectie.”

Ondanks die wereldwijde strategie speelt de beurs ook telkens in op de lokale smaak. “We streven telkens naar een goede mix van internationale, nationale en lokale galleries”, zegt Ramsay. “Een kunstenaar uit New York zal bijvoorbeeld vaker inspiratie vinden in wolkenkrabbers en modernistische gebouwen, en daardoor misschien abstracter werk

**“Mensen voelen zich beschaamd als ze niets van wijn kennen. Dat hebben ze met kunst ook”**

maken dan een Europese kunstenaar, die inspiratie vindt in de geschiedenis. Ook de smaak voor kleuren verschilt sterk: in Zuid-Europa bijvoorbeeld houden mensen meer van rood en geel, terwijl Noord-Europeanen de voorkeur geven aan grijs, blauw en een donker coloriet.”

“Elk land, en zelfs elke stad, heeft zijn eigen smaak. Tegelijk zorgt ons lokale selectiecomité er ook telkens voor dat er voldoende variatie is: ze combineren meer traditionele kunst met avant-gardewerk, en ook tussen de media moet er een balans zijn. Een deel van de kunstenaars op de

Affordable Art Fair in Brussel is Belg, maar ze werken allemaal in Brussel.”

### Azië boven

Net in die lokale verankering zit ook het verschil met kunstbeurzen als Pulse, een ander initiatief van Ramsay met vertakkingen in New York en Miami, en met Art Basel Hong Kong, dat mee door hem werd opgericht. “In 2007 richtte ik met twee vennoten Art Hong Kong op. Dat was geen Affordable Art Fair, maar een high-endbeurs, die uitgroeide tot de grootste van Azië. Toen Art Basel die beurs twee jaar geleden overnam, zijn we in Hongkong gestart met een echte Affordable Art Fair. Terwijl we met Affordable Art Fair vooral op een lokaal publiek mikken, hebben de bezoekers van Art Basel Hong Kong een internationaler profiel. Ze reizen de wereld rond om kunstbeurzen te bezoeken. Pulse situeert zich daar ergens tussenin: we brengen er innovatieve galleries samen die jonge tot middeljonge kunstenaars vertegenwoordigen. Sommige kunstenaars stromen later door naar Art Basel.”

Op de internationale kunstmarkt ziet Ramsay een betekenisvolle verschuiving. “Pakweg tien jaar geleden was New York het nummer één, en Londen het nummer twee. Nu is China met Hongkong uitgegroeid tot het absolute nummer één. Ook de rest van Azië is erg belangrijk geworden. Zo is India een boeiende nieuwe markt. Daar organiseer ik samen met enkele partners sinds 2008 Art India. Ook Latijns-Amerika en het Midden-Oosten zijn aan een opmars bezig, al moeten die regio’s voorlopig nog Europa en Noord-Amerika achter zich laten.” ©