



CHRISTOPHE GUYE

On my way in L.A.: Der ehemalige Schweizer Topwerber Christophe Guye (ehemals Guye & Benker) hat sich dem Verkauf seiner Agentur an Young & Rubicam den klischiertesten aller Lebensträume verwirklicht: Er ist nach Los Angeles ausgewandert und hat dort eine eigene Galerie für Kunstfotografie eröffnet. Gegenüber "persönlich" erzählt er seine Version des amerikanischen Traums. Die visuelle Umsetzung finden Sie in der aktuellen Titelgeschichte.

Interview: **Matthias Ackeret** Bilder: **Sandra Stocker**

“ Herr Guye, Sie leben nun seit bald zwei Jahren in L.A. Warum sind Sie von Zürich nach Kalifornien gezogen?

“Ich hatte nach 14 Werbeagentur-Jahren Lust, etwas Neues zu machen, Lust auf eine neue Herausforderung. Meine Wahl fiel aus verschiedenen Gründen auf Los Angeles. L.A. ist eine boomende Stadt für Kultur. L.A. hat definitiv mehr Kultur als sogar ein probiotisches Joghurt. Dann natürlich das Wetter – es ist einfach fast immer schön –, das Meer, die Wüste, die Berge, die üppige Vegetation, der Schmelztiegel der Kulturen, der Raum, die Kreativität in Film, Musik und Kunst, die das Leben hier unweigerlich beeinflusst. Kurzum, es ist der Facettenreichtum dieser Stadt. Es gibt wenige Städte auf der Welt, die so viel bieten wie L.A. Los Angeles wäre übrigens ein idealer Kandidat für eine Perception/Reality-Kampagne. Zurzeit lebe ich circa zehn Monate pro Jahr in L.A., ansonsten bin ich in der Schweiz.”

Sie haben in LA eine eigene Galerie für Kunstfotografie gegründet; was war Ihre Motivation, ausgerechnet in L.A. eine solche Galerie zu gründen?

“Abgesehen von geografischen und klimatischen Gründen haben mich auch konkrete Faktoren zum Standort L.A. bewogen. Einige der besten Museen der USA befinden sich

hier, das Getty Museum, die Getty Villa, das MOCA, das LACMA, das Hammer etc. Dann leben viele der wichtigsten Kunstsammler hierzulande in Kalifornien. Des Weiteren ist L.A. die Welthauptstadt des Bildes. Die ganze Film- und Mediaindustrie, und die ist riesig, ist geradezu besessen von Fotografie. Trotz allem findet man hier lediglich eine Handvoll guter Galerien für Kunstfotografie.”

Von null aus ein Projekt in einem fremden Land aufzubauen, ist sicherlich

ein grosses Abenteuer. Wie erlebten Sie die ersten Monate?

“Da ich in den ersten paar Monaten fast rund um die Uhr arbeitete, fehlte mir schlichtweg die Zeit, mich schlaflos und sorgenvoll im Bett hin- und herzuwälzen. Obwohl L.A. weiss Gott nicht auf einen weiteren Galeristen und dann noch aus der Schweiz gewartet hat, hat mich diese Metropole von Beginn weg gut behandelt. Man muss sich vorstellen, dass ich ein neues Beziehungsnetz in einer fremden Stadt, in einer fremden Sprache und in einem neuen Bereich aufbauen musste.”

Ist der Konkurrenzdruck in Kalifornien nicht enorm gross?

“Ich glaube, der Konkurrenzdruck ist nicht grösser als anderswo. Der Verkauf findet je-

doch ganz anders statt. Ich musste mir anfangs bewusst werden, dass hier viel aggressiver verkauft wird als in der Schweiz. Der Kunde erwartet regelrecht, dass man ihn ständig anruft und anmailt. Das gälte in einer Schweizer Galerie eher als unfein. Man muss sich selber ständig disziplinieren, da kommen einem Schweizer Tugenden wie Zuverlässigkeit entgegen.”

Wo stehen Sie jetzt?

“Nach Ausstellungen mit renommierten Fotografinnen und Fotografen wie Annelies Strba, Olaf Breuning, Nan Goldin und Robert Frank, um ein paar zu nennen, arbeite ich zurzeit auf die zwölfte Ausstellung mit einem der grössten Schweizer Fotografen, Balthasar Burkhard, hin. In hiesigen Kunstkreisen wird meine Galerie mittlerweile mit den übrigen etablierten Fotogalerien aufgezählt. Die Start-up-Phase ist nun vorbei. Im Vordergrund stehen nun Programmierung, intensive Kundenpflege und Optimierung der Abläufe.”

Welches war die schwierigste Situation, welches der schönste Moment?

“Der schwierigste Moment war sicher im letzten Herbst, als in der gleichen Woche meine Mutter überraschend verstarb und der Scalo Verlag und Galerien meines Kreativpartners in Konkurs ging. Dann wurde mir auch noch das Auto gestohlen. Da gab es Momente, wo meine Entschlossenheit auf dem Prüfstand war. Wohl nicht ganz umsonst führte mich

“Obwohl L.A. weiss Gott nicht auf einen weiteren Galeristen und dann noch aus der Schweiz gewartet hat, hat mich die Metropole von Beginn weg gut behandelt.”

mein Heimweg jeden Abend an einem Plakat vorbei, auf dem Winston Churchill mit einem seiner Zitate warb: 'Never, ever, ever give up!'

Die schönsten Momente: das erste verkaufte Bild, und das sogar am Tag der Eröffnung, die Zusage einiger renommierter Fotografen, dass ich bereits beim zweiten Anlauf auf dem Wellenbrett stand. Am Wochenende nach Ladenschluss mit offenem Verdeck auf dem palmenbesäumten Sunset Boulevard in den Sonnenuntergang fahren und zu geniessen, dass ich in einem solchen Moment im Jetzt lebe ... so kitschig das klingen mag."

Welches ist der wesentlichste Unterschied in Ihrem Zeithaushalt zwischen L.A. und Zürich?

"Es gibt zwei hauptsächliche Unterschiede. Das Leben hier ist trotz vordergründigem laid back und easy going viel schneller als in der Schweiz.

Es wird viel zügiger entschieden und gehandelt. Man ist kürzer angebunden und kommt trotz Umwegen rascher auf den Punkt. Dann gibt es hier das Phänomen, dass die Zeit einfach schneller vergeht. Das liegt einerseits daran, dass permanent etwas los ist, sich alles ständig verändert, und andererseits man immer lange Strecken zurücklegt. Man muss genau wissen, zu welcher Uhrzeit man über welche Strecken wohin fährt. So wird eine Einkaufstour entweder salopp in zwei Stunden erledigt, oder ein ganzer Tag geht mühsam drauf."

Wie schafft man sich in Kalifornien überhaupt ein Beziehungsnetz?

"Ich konnte mit viel Glück meine Galerie an einer der besten Lagen in L.A. eröffnen, im sogenannten Art & Design District an der Grenze zwischen West Hollywood und Beverly Hills. Diese Lage ist mit dem Rennweg in

Zürich zu vergleichen. Robertson Blvd ist eine der wenigen Strassen, wo auch zu Fuss eingekauft wird. Die beste Galerie L.A.'s, Regen Project, ist in unmittelbarer Nähe. Meine Nachbarn sind Fendi Casa und Armani Casa. Die vergleichsweise teure Lage war ein strategisch guter Entscheid. Sie verhalf und verhilft mir zu einer finanzkräftigen und an europäischen Produkten interessierten Laufkundschaft. Darüber hinaus ruft man wichtige, einem noch unbekannte Personen einfach an und lädt sie in die Galerie ein. Hier Tagesordnung, in der Schweiz fast undenkbar. Ansonsten hauptsächlich über Vernissagen und Mundpropaganda."

Ist es in L.A. leichter oder schwieriger als in Zürich, Leute kennenzulernen?

"Es ist wesentlich einfacher, Leute in L.A. kennenzulernen. Die Menschen sind grundsätzlich offener und interessierter. Zudem ist man als

Fremder willkommen. Fast sprichwörtlich ist die Gastfreundlichkeit und Hilfsbereitschaft. Was daraus entsteht, hängt jedoch ganz davon ab, wie interessiert und offen man selbst ist. Über die kalifornische Mentalität hat übrigens Bea Schlag in der Weltwoche Ausgabe 33/07 einen treffenden Artikel geschrieben. Zitat: 'Nicht mit Skepsis, sondern mit Neugierde. Schneller als alle anderen, aber nicht hektisch, lächelnd, doch nicht oberflächlich. Mit dieser Haltung wurde Kalifornien zur achtgrössten Wirtschaftsmacht der Welt. Das Herz Amerikas eint die kollektive Begeisterung für das Neue.'"

Von Europa aus scheint L.A. eine Stadt, in der vor allem Glamour und Vitamin B dominieren. Ist dies in der Kunstszene auch der Fall?

"Ohne Filmwelt und Glamour wäre L.A. irgendetwas eine verschlafene Stadt in Südkalifornien. In L.A. und ganz besonders in West Hollywood,

Beverly Hills, Bel Air, Santa Monica und Malibu haben die Mehrzahl der Bewohner direkt oder indirekt mit der Filmindustrie zu tun."

Wer ist Ihr prominentester Kunde?

"Das sind zum Beispiel Jon Kilik, Produzent von Filmen wie 'Do the right thing', 'Basquiat', 'Babel' etc., Christopher Eberts von Rifkin/Eberts, vormalige Geschäftspartner von Bruce Willis, Pamela Birnbaum West von Spyclass Entertainment ('Shanghai Noon', 'Bruce Almighty' etc.), Patti Hansen Richards, die Frau von Keith Richards, um einige zu nennen."

Sie pflegen eine enge Beziehung mit Walter Keller, dem ehemaligen Chef des Scalo Verlags und heutigen Du-Chefredaktor. Welche Linie verfolgt Ihre Galerie, die den Zweitnamen Scalo trägt?

"Mit Walter Keller verbindet mich inzwischen eine enge Freundschaft. Der Name Scalo steht

noch heute international für höchste Qualität im Bereich der Fotografie, daran hat sich nichts geändert."

Zuletzt verkauften Sie Ihre Agentur Guye & Benker an Young & Rubicam. Rückblickend gesehen: Haben Sie es niemals bereut, aus der Werbung ausgestiegen zu sein?

"Ich habe sehr gute Erinnerungen an diese Zeit, und Werbung wird immer ein Teil von mir bleiben. Übrigens, so ganz weit weg von Werbung ist man als Galerist ja auch gar nicht. Auch hier wird ein kreatives, intangibles Gut verkauft. Nur verlangt niemand, dass der Name unten rechts noch etwas grösser gemacht wird ..."

Kommen Sie irgendwann wieder in die Schweiz zurück?

"Ja, zu Weihnachten."

”

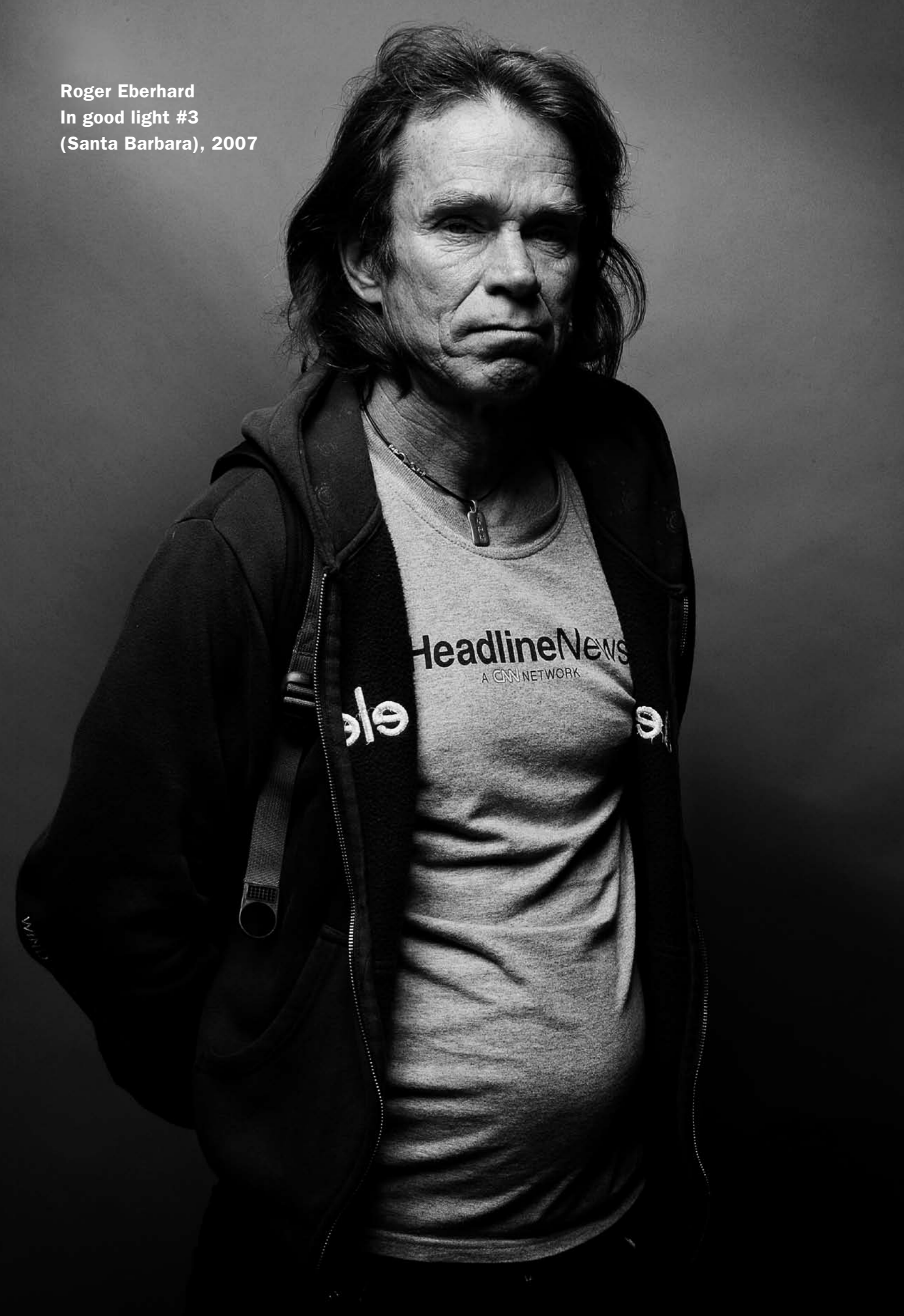
Balthasar Burkhard
Los Angeles 10, 1999



Patricia von Ah
Dennis Hopper, 2007



Roger Eberhard
In good light #3
(Santa Barbara), 2007



Marco Pittori/Brad Elterman
As it was yesterday (Behind the
Beverly Hills Hotel), 1977/2007



Jock Sturges
Nikki, North California, 1998



Albright/Brown
Untitled (Malibu), 2007

