

Mit und ohne Saal

Die deutschen Auktionshäuser sind offen für alle Varianten von Online-Versteigerungen

Wer schon einmal eine spannende Auktion im Saal erlebt und dort beobachtet hat, wie ein begehrtes Objekt mit steigendem Preis von immer weniger Bietern weit über die Schätzung katapultiert wird, wer verfolgt hat, wie im Schlussduell ein Gegner endlich klein beigibt und der Hammerschlag das höchste Gebot fixiert, der kann sich eine Versteigerung ganz ohne Menschen im Saal nur schwer vorstellen. Doch könnte genau dies in den nächsten, von der Corona-Krise gebeutelten Zeiten der Fall sein. Dieser Tage gehen Auktionskataloge in den Druck, und doch weiß niemand, ob die angekündigten Termine eingehalten werden können. Wann werden Versammlungen im Saal wieder erlaubt sein? Sogar auf den Mai zu spekulieren scheint derzeit optimistisch.

Wie also bringen sich Kunstauktoren in Deutschland über Terminverschiebungen hinaus gerade in Stellung? Wer schon mal im Auktionssaal saß, sah auch, dass Mitarbeiter an Telefonen – und fast überall auch hinter Bildschirmen – die Interessen nicht im Saal Anwesender vertreten. Eine Kamera vorm Auktionator überträgt das Geschehen live ins Netz, Bieter können so bequem per „Online Live Bidding“ am eigenen PC teilnehmen. Keiner der Chefs deutscher Auktionshäuser, mit denen wir sprachen, bezweifelt, dass solche Formate jetzt erheblich – und auch dauerhaft – an Bedeutung zulegen werden, stetig weiter verbesserte Software-Programme leisten ein Übriges.

Die meisten der größeren Häuser sind entsprechend gerüstet. Ein Vorreiter war da Markus Eisenbeis, der Inhaber des Kölner Hauses Van Ham. Er offeriert die Online-Live-Möglichkeit seit acht Jahren, inzwischen auch eine eigene Plattform für diverse Kunstkaufmöglichkeiten über das Internet, samt ungewöhnlich elaborierter Kataloge mit Biet-Funktion. „Ohne Probleme“ sagt er, könne man Live-Auktionen ohne Saalpublikum meistern: Mehr als dreißig Telefonleitungen, das Online-Live-Bieten sowie die Übertragung auf weiteren sechs Plattformen machten es möglich. Die Nase vorn hatte Van Ham auch mit den „Online-Only-Zeitauktionen“, „Timed Auctions“ genannt, die über einen festgelegten Zeitraum ohne Auktionator im Netz laufen.

Robert Ketterer, der Chef von Ketterer Kunst, investiert ebenfalls schon lange „massiv“ in die Digitalisierung. „Wir haben sehr medienaffine Kunden“, beobachtet er, „wer heute in den Saal kommt, bietet morgen schon online.“ Neunzig Prozent der Gebote erhalte er schriftlich, online oder telefonisch, so Ketterer, deshalb sei es egal, ob die kommenden Auktionen im Saal mit oder ohne Publikum vonstattengehen. Erste Anzeichen einer deutlichen Steigerung der Online-Verkäufe gegenüber herkömmlichen Verkäufen machte er erst soeben aus: Gera-

de habe man zwei Tage vor einer Mitte März endenden Online-Only-Versteigerung „250 zusätzliche Gebote auf fünfzig Objekte“ gehabt.

Bekommt der Kunde keine Möglichkeit der Vorbesichtigung, kauft er deshalb, salopp gesagt, die Katze im Sack, hat er vierzehn Tage lang Rückgaberecht. Dieses für die Einlieferer wie die Auktionshäuser unbequeme „Fernabgabegesetz“ betrifft Online-Versteigerungen mit Auktionator vor laufender Kamera unter Ausschluss der Öffentlichkeit ebenso wie Timed Auctions, das erläutert Rupert Keim, Geschäftsführer von Karl & Faber in München: „Nach Versteigerungsordnung genügt aber eine zweistündige Vorbesichtigung, um die Öffentlichkeit herzustellen – neben der Auktion selbst“, so Keim. Mit präzisen Terminabsprachen und unter strikten Auflagen könnte das zu schaffen sein. Als Präsident des Bundesverbands deutscher Kunstversteigerer hält Keim weitere Verschiebungen in den Herbst für nicht sinnvoll, weil dann eine geballte Ladung an Messen und Galerien auf den ohnehin noch geschwächten Kunstmarkt prallen werde. Das dürfte ein Grund dafür sein, dass die Firma Hartung & Hartung ihre Buchauktion in München auf jeden Fall am 5. Mai steigen lässt, „notfalls ohne Saalpublikum“.

In kaum einem Saal kommt die Mehrzahl der Gebote noch aus dem Publikum, oft schaut dieses nur noch zu. Trotzdem fällt immer wieder das Argument „Atmosphäre“: Die Stimmung einer „echten Auktion“ sei etwas ganz Besonderes, findet David Bassenge, Chef des gleichnamigen Hauses in Berlin. Sein höchstes Online-Live-Gebot lag immerhin bei 34 000 Euro, für ein frühes Werk von Gerhard Richter. Katrin Stoll, die das Haus Neumeister in München führt, meint, dass die „Befriedigung des digitalen ‚Jagderlebnisses‘ emotional nicht absättige“. Auch das Haupt von Lempertz in Köln, Henrik Hanstein, schwärmt: „Bieter im Saal machen Würze und die Musik aus.“ Und für Rigmor Stüssel, Kaufmännische Geschäftsführerin von Grisebach in Berlin, geht nichts über „die Stimmung, die Leidenschaft und die großen Überraschungen“, die man am besten im Auktionssaal wahrnehme. Ganz entsprechend dieser Überzeugung pflegt keiner der zitierten Beschwörer von Saalatmosphäre bisher ein Online-Only-Angebot. Allerdings auch weil, laut Hanstein, diese Versteigerungen „kaum Geld“ bringen würden. In Deutschland, sollte man hinzufügen, wo auf diesen Plattformen vor allem Kunst bis in mittlere vierstellige Preisbereiche angeboten wird. Da ist noch Luft nach oben, wie man andernorts sieht: Vor wenigen Tagen erst erzielte Sotheby's auf seiner ersten Online-Only-Auktion für zeitgenössische Kunst des Mittleren Ostens ein Gesamtergebnis von rund 2,6 Millionen Dollar. BRITA SACHS