

Auktionsgeschäft

Digital im Vorteil

Auktionen mit Livepublikum sind in Coronazeiten tabu. Aber längst nicht alle Versteigerer haben Erfahrung im reinen Onlinegeschäft.

Christiane Fricke Düsseldorf

Das Coronavirus verlangt dem Auktionshandel täglich eine neue Risikobewertung ab. Niemand kann sicher sagen, wie lange es noch beim Versammlungsverbot bleibt. Wann können wieder Liveauktionen wie üblich mit Vorbesichtigung und Publikum stattfinden? Für das Versteigerungshaus Neumeister ist das eine existenzielle Frage. „Wir haben auf den letzten Auktionen 80 Prozent des Umsatzes mit Saalbietern gemacht“, erläutert Geschäftsführerin Katrin Stoll. Für die soeben abgesagte Märzauktion Alter Kunst musste bereits zwei Mal ein Ersatztermin gefunden werden. Nun richtet sich alle Hoffnung auf eine Versteigerung Ende April.

Andere Mitbewerber wie Van Ham und Lempertz verschoben ihre für Mitte Mai anberaumten Schmuck-, Kunstgewerbe- und Altmeisterauktionen ebenfalls um 14 Tage. Das gilt auch für Moderne- und zeitgenössische Kunst samt Fotografie. Sie sollen nun in der zweiten Juniwoche unter den Hammer kommen. Bei Grisebach, wo traditionell in der ersten Juniwoche versteigert wird, planen die Gesellschafter sogar eine Verschiebung um vier bis sechs Wochen in die erste Julihälfte.

Viele Experten sind überzeugt davon, dass die Versteigerer gut daran tun, ihre Frühjahrsauktionen wie üblich live zu veranstalten - selbst wenn die Bieter bei einem noch andauernden Versammlungsverbot ausschließlich über Telefon oder Internet zugeschaltet sind.

„Die Nachfrage ist jetzt da“, betont Van-Ham-Chef Markus Eisenbeis. Auch Rupert Keim, Geschäftsführer des Auktionshauses Karl & Faber und Präsident des Bundesver-



„Goldener Bauhelm“ von Asprey & Co.: Wird im Juni in einer Online-only-Auktion bei Van Ham aufgerufen. Sein Schätzpreis liegt bei 1200 bis 1500 Euro.

bands Deutscher Kunstversteigerer (BDK), hält es für keine gute Idee, die anstehenden Auktionen weiter in den Herbst zu verschieben: „Der Wettbewerb ist momentan wegen der ausgefallenen Messen entschärft. Im Herbst jedoch werden viele Messen und Verkaufsausstellungen nachgeholt. Somit trifft ein Riesenangebot auf eine geschwächte Wirtschaft.“

Keim macht allerdings auch auf den veränderten rechtlichen Rahmen aufmerksam. „Eine Auktion, deren Offerte nicht vorbesichtigt werden kann, fällt unter das Fernabsatzgesetz“, erläutert der BDK-Präsident. Damit hätten die Auktionshäuser es mit verlängerten Gewährleistungsfristen und einem 14-tägigen Rückgaberecht der Ware zu tun.

Es geht aber nicht nur um die Zeitplanung, sondern auch um technische Infrastruktur. Kann sie in den Auktionshäusern der Mehrbelastung standhalten, wenn Kunden ausschließlich über Telefonleitungen und Internetverbindungen mitbieten wollen? Van-Ham-Chef Eisenbeis fühlt sich mit bis zu 25 Glasfaserleitungen und eigener Onlineplattform gut gerüstet. Ein Prozent vom Hammerpreis kostet bei ihm das Mitbieten auf einer Liveauktion im Netz.

Bis auf Ketterer greift die Konkurrenz auf Fremdanbieter wie „lot-tissimo“, „Live Auctioneers“, „The salesroom“ oder „Invaluable“ zurück. Es fallen jedoch drei bis fünf Prozent Kosten an. Nun zahlt es sich aus,

wenn man schon Erfahrungen mit dem digitalisierten Auktionsgeschäft hat und über ein zweites Standbein verfügt. Marktführer sind Ketterer, wo bereits vor zehn Jahren die ersten Online-only-Auktionen eingeführt wurden, und Van Ham. Auch Karl & Faber veranstaltet reine Internetauktionen.

„Corona beschleunigt die Entwicklung zum reinen Onlinebieten“, ist Robert Ketterer überzeugt. Er beobachtete in den letzten Wochen auffallend viele Internetzugriffe und reagierte schnell mit einem neuen Online-only-Auktionsformat.

Das Coronavirus sorgt für ein Umdenken auch bei den Zögerlichen. Wie Grisebach-Mitgeschäftsführerin Micaela Kapitzky auf Nachfrage bekanntgibt, plant ihr Haus Online-only-Auktionen für die preisgünstigeren „Third Floor“-Auktionen.

Van Ham begann 2017 mit hohen Anfangsinvestitionen den inzwischen fast abgeschlossenen Aufbau dieses Geschäftsfelds. 2020 hat das Haus bereits sieben Online-only-Auktionen veranstaltet.

Stolz ist Van-Ham-Chef Eisenbeis besonders auf einen - auch örtlich komplett vom Normalgeschäft getrennten - eigenen „Workflow“. Ergänzt um komplett digitalisierte Werkverzeichnisse für einschlägige Grafikkünstler garantiert er eine schlanke, effiziente Abwicklung. Was er weniger Erfahrenen empfiehlt? Das Onlinegeschäft „dürfen sie nicht als Abfallprodukt betrachten“.