

Christiane Fricke Düsseldorf

Von einer märchenhaften Zukunft für das Onlinegeschäft mit Kunst träumten Brancheninsider, als der Kunsthändler Hans Neuen- dorf im Mai 1999 mit der Internetplat- form Artnet an die Börse ging. Inner- halb weniger Jahre würde das Geschäft mit der Kunst ins Internet abwandern, auch das mit hochwertigen Kunstwer- ken, glaubte man.

Die Ernüchterung ließ nicht lange auf sich warten. Die Artnet-Aktie, die bei ihrer Emission 46 Euro notierte, schoss kurz darauf hoch auf 66 Euro, um da- nach die meiste Zeit im einstelligen Be- reich zu notieren, zurzeit liegt sie bei 2,70 Euro. Das 2013 mit Aplomb an den Start gegangene Internetauktionshaus Boubaker Fine Antiques verschwand 2014 nach der Insolvenz der Boubaker GmbH in der Versenkung. Zuletzt zog das junge Berliner Kunsthandelsportal Auctionata nach fast fünf Jahren und einer Fusion mit dem amerikanischen Konkurrenten Paddle8 die Notbremse und meldete Insolvenz an.

Das reine Onlinegeschäft ist im Um- bruch begriffen. Etliche Akteure möch- ten sich nicht zitieren lassen. Vorsicht ist bei den Begriffen angebracht: Bei einer Onlineauktion („Timed Auction“) kommt der Zuschlag wie bei Ebay auf- grund eines Zeitablaufs automatisch zu- stande. Sie ist nicht zu verwechseln mit der Möglichkeit, auf einer traditionel- len, vor Publikum veranstalteten Aukti- on live online mitzubieten.

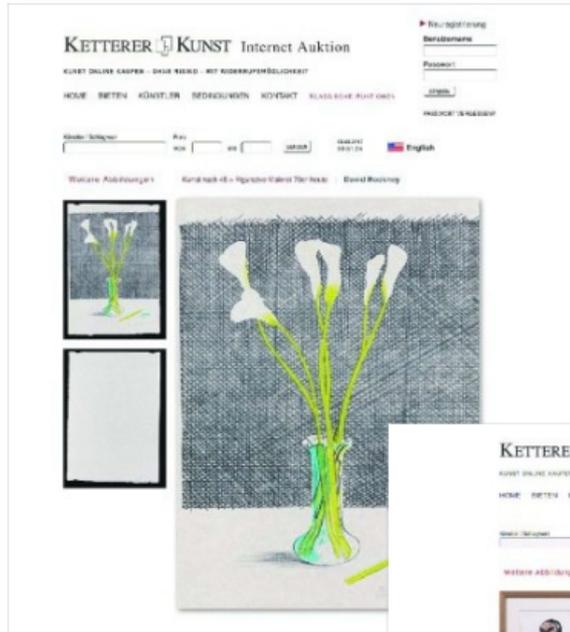
Anders als Artnet und Boubaker prä- sentierte sich Auctionata beim Start 2012 noch als eher klassisches Auktions- haus mit starkem Onlineanteil. Die Idee war, neben dem Onlineshop-Angebot in wöchentlichen Auktionen Luxusobjekte und Kunstgegenstände aller Preiskate- gorien live vor der Kamera zu verstei- gern. Später wurde täglich versteigert, phasenweise sogar mehrmals täglich. Da Auctionata alles selber machte, von der Akquise über die Expertise, Doku- mentation bis zur Logistik, hatte es ge- genüber einem normalen Auktionshaus nichts gespart, außer vielleicht den Ka- talogdruck.

**Händler als Onlineverkäufer**

Nun hat Auctionata unabhängig von Paddle8 den Neustart angekündigt. Kerngedanken sind, die Plattform mit ihrer Live-Streaming-Technik, in deren Entwicklung das Unternehmen viel Geld gesteckt hat, in stärkerem Umfang Händlern und professionellen Einliefe- rern wie zum Beispiel Auktionshäusern zur Verfügung zu stellen und zusätz- lich mobil zu werden. Außerdem soll der Shop stärker in die Weitervermarktung der Auktionsware eingebunden werden.

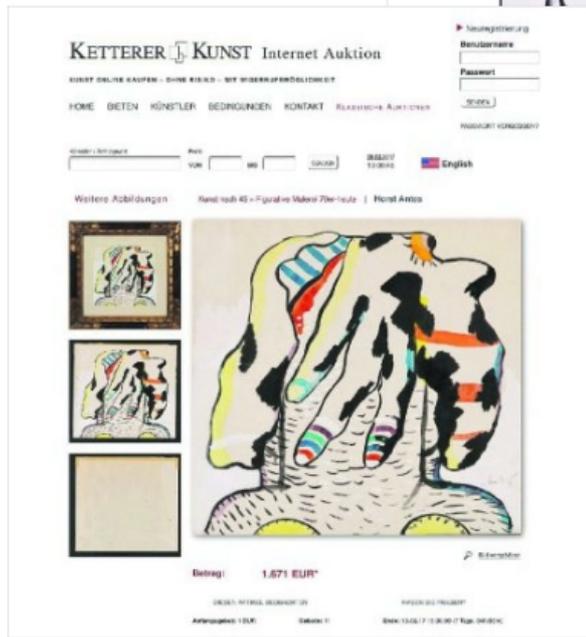
Auctionata spielt für die Auktionen verschiedene Formate durch. Denkbar wäre, vorab aufgezeichnete Filme von den Verkaufsobjekten („Lots“) wäh- rend der Liveversteigerung einzuspielen. So könnte man auch Kunstwerke zeigen und versteigern, die sich zum Zeitpunkt der Auktion nicht im Auctionata-Studio befinden. Nach einem ähnlichem Prin- zip könnte das Unternehmen auch „Split-Screen-Auktionen“ abhalten, bei denen während der Liveversteigerung aus dem Studio in Berlin über die Ka- mera zu anderen Orten geschaltet wird, etwa in Schlösser, Autohallen oder ex- terne Studios.

Die Kooperation mit dem Handel ver- heißt deutliche Kostenvorteile. Denn die Akquise, Authentizitätsprüfung und Beschreibung der Ware, für die zuvor eine große Zahl freischaffender Exper- ten angeheuert wurde, sowie die Logis- tik wären dann Sache des Handelspart- ners. Auctionata wäre lediglich für das Marketing und die technische Abwick-



Ketterer Kunst

**Screenshots von Internet- auktionen bei Ketterer:** Ob Hockney, Condo oder Antes – Gebote beginnen immer mit einem Euro.



Horst Antes/Ketterer Kunst/AG Bild-Kunst, Bonn, 2017

**Was ist eine Onlineauktion?**  
Bei dieser Art der Versteigerung („Timed Auction“) kommt der Zuschlag wie bei Ebay aufgrund eines Zeitablaufs automatisch zustande. Sie ist nicht zu verwechseln mit der Möglichkeit, auf einer traditionellen, vor Publikum veranstalteten Auktion live online mitzubieten.

**Netzaktivitäten**

# Das schwierige Geschäft mit Online-Auktionen

Die Verheißungen mit **Versteigerungen von Kunst im Internet haben sich nicht erfüllt.**

Das hat zuletzt die Insolvenz von Auctionata gezeigt – über Hintergründe und alternative Konzepte.

lung von Auktion und Bezahlung ver- antwortlich.

Allerdings tritt Auctionata damit in Konkurrenz zur Artnet AG, die sich mit ihren Onlineauktionen ebenfalls auch an den professionellen Einlieferer wendet. Da Auctionata jedoch offline versteigert, muss es die Ware nicht zurück- nehmen, ein Vorteil, den der technische Aufwand möglicherweise wieder zu- nichtemacht. Ein Nachteil für beide ist die Abhängigkeit von der Expertise des Handelspartners. Was passiert, wenn der schludert? Fälschungen und Betrü- gereien würden dem Vertrauen schwe- ren Schaden zufügen.

Die Artnet AG ihrerseits kann auf die bewährte Preisdatenbank und den wie- der eingeführten Informationsdienst zu- rückgreifen, der schnelle Branchenbe- richterstattung mit Yellow-Press-Ele- menten aufmischt. Außerdem betreibt Artnet als weiteres Standbein das Ga- lerie-Netzwerk zur Anbahnung von Kunst- verkäufen. Ohne diese zusätzlichen Ser- viceleistungen stünde das Unternehmen freilich weniger gut da, weil das Online- auktionsgeschäft weiterhin schwach ist.

In einer komfortableren Ausgangspo- sition befinden sich die traditionellen Auktionshäuser, die den Onlinekanal flankierend zum klassischen Offlinege- schäft betreiben. Sie bauen auf einem Kundenstamm auf und können auf die ganze Palette ihrer Infrastruktur für Ak- quise, Expertise und Logistik zurück- greifen. Steven Murphy, Christie's ehe- maliger CEO, vermutete bereits vor sechs Jahren im Handelsblatt-Gespräch (11.7.2011), „dass das exponentielle Wachstum der Aktivitäten im virtuellen Raum eine reale Anbindung braucht.“

Josef Albers/Ketterer Kunst/AG Bild-Kunst, Bonn, 2017

Sie brauchen jemanden, der das für Sie sortiert, der die Expertise hat, diese Information zu bewerten.“

Unter den Häusern, die mit so einer Doppelstruktur arbeiten, steht das US-Unternehmen Heritage Auctions im Onlinegeschäft in der ersten Reihe, wobei die Umsatzbringer nicht die Kunst, sondern Briefmarken, Münzen und Comics sind. Mit Abstand folgen die Auktionshäuser, die mit der weniger massentauglichen Kunst handeln: Christie's („Online only“) und Ketterer mit seinen Zeitauctionen. Neumeister und Van Ham befinden sich noch in der Testphase. Die Kölner möchten nach einem Pilotversuch im Dezember ab Frühjahr regelmäßig Onlineauktionen anbieten. Unter dem Strich wachsen die Umsätze mit online versteigert Kunst indes nicht in den Himmel. Robert Ketterer, der innovativ und experimentierfreudig an die Sache herangeht, spricht von 1,8 Prozent des Gesamtumsatzes. In dieses Bild passen die Erfahrungen des Kunst-

händlers Rüdiger K. Weng, der überwiegend im b2b-Handel sein Geschäft macht. Ein Händler habe weniger Probleme damit, für ein Werk sogar fünf- bis sechsstellige Summen im Voraus zu überweisen. Ihm genügen oft schon telefonisch eingeholte Referenzen. Der private Kunstkäufer dagegen tue sich bereits schwer, online mit 5 000 Dollar in Vorleistung zu treten: „Am liebsten würde er die Transaktion über ein Treuhandkonto abwickeln.“

Weng betreibt mit seiner 2015 gegründeten Schweizer Tochter „Weng Contemporary“ eine Onlineplattform für den Kunsthandel mit Editionen. „Doch damit den privaten Endverbraucher zu erreichen funktioniert nicht wie erhofft“, räumt Weng ein. Es sei wesentlich einfacher, online mit gewerblichen Kunden zu arbeiten. Solche Erfahrungen nähren die Vermutung, dass der Kunstverkauf in dem auf Effizienz getrimmten Internet auch in absehbarer Zukunft eher ein Zusatzgeschäft ist.



Auktionator/Alisa Förster

**Egon Schieles „Liegende“:**  
Versteigert von Auktionata  
für 1,8 Millionen Euro.

### Wie Ketterer online punktet

1. Ein attraktiv niedriger Startpreis. Bei Ketterer liegt er bei nur einem Euro.
2. Das Werk muss ehrlich beschrieben und mit möglichst vielen Fotos dokumentiert werden.
3. Der potenzielle Käufer muss die Möglichkeit haben, das Objekt im Original anzusehen.
4. Der Versand muss einfach sein.
5. Das Rückgaberecht schafft Vertrauen und motiviert das Auktionshaus zu noch genauerem Arbeiten.
6. Alle Probleme müssen sofort zugunsten des Kunden gelöst werden.

## KUNSTMARKT

Informationen zur Anzeigenschaltung:  
Anika Höber, Tel. 040-3280-4645

**NAGEL**  
auction.de

### EXPERTENTAGE

KÖLN, DÜSSELDORF, BONN, KOBLENZ UND UMGEBUNG  
21. - 22. Februar 2017

EUROPÄISCHE KUNST & ANTIQUITÄTEN  
MODERNE & ZEITGENÖSSISCHE KUNST  
SAMMLERTEPPICHE & TEXTILIEN  
ISLAMISCHE KUNST  
ASIATISCHE KUNST

Terminvereinbarung: **Rainer Kämmerer**  
Tel.: +49 (0) 711 / 64 969 - 404  
E-Mail: [kaemmerer@auction.de](mailto:kaemmerer@auction.de)

Hausbesuche durch unsere Experten möglich



[www.auction.de](http://www.auction.de)

Nagel Auktionen GmbH & Co. KG | Neckarstraße 189 - 191 | 70190 Stuttgart | Postfach 103258 | 70030 Stuttgart | Tel. +49 (0) 711 - 64 969 - 0 | Fax: +49 (0) 711 - 64 969 - 696 | [contact@auction.de](mailto:contact@auction.de)

STARTGEBOT 1€  
WWW.KETTERER-INTERNET-AUKTION.DE



Josef Albers - Farbserigrafie - 1967



David Hockney - Farbblühgrafie - 1971

Über 30 ausgewählte Werke online ersteigern.  
Auktionsende ist der 15. Februar, um 15 Uhr.

**KETTERER KUNST**  
INTERNET AUKTION

**Jetzt einliefern**  
für unsere Auktion  
im April 2017



**AUKTIONSHAUS  
MICHAEL ZELLER**

Bindergasse 7 - D- 88131 Lindau  
Tel. + 49 (0) 8382 93020  
e-mail: [art@zeller.de](mailto:art@zeller.de)  
[www.zeller.de](http://www.zeller.de)

**ARMANDO MACK  
MEGERT PFAHLER  
SPOERRI DE VRIES**

ART KARLSRUHE H2 / D11

**GALERIE GEIGER**

**NAGEL**  
auction.de

744 | KUNST & ANTIQUITÄTEN  
22. Februar 2017

745 | NAGEL COLLECT - 23. FEBRUAR 2017  
Beschickung: 17. - 20. Februar 2017



Johannes der Täufer  
Niederheim/Köln, um 1350  
Eiche, H. 90 cm

Online-Katalog [www.auction.de](http://www.auction.de)

Nagel Auktionen GmbH & Co. KG | Neckarstraße 189 - 191 | 70190 Stuttgart  
Tel. +49 (0) 711 - 64 969 - 0 | Fax: +49 (0) 711 - 64 969 - 696 | [contact@auction.de](mailto:contact@auction.de)

Machen  
Handels  
zu  
Galerie.

Sie das  
blatt  
Ihrer

Handelsblatt

Jetzt Werbefläche buchen.

M: [anika.hoerber@zellkunstverlag.de](mailto:anika.hoerber@zellkunstverlag.de) T: 040-32 80-46 45

**PABLO PICASSO**  
Tête de femme. Bronze, 1906 (Guß 1960)  
Schätzpreis 12.000,- (Lot 6822)

**EDGAR DEGAS**  
Etude Pour Le Portrait De Mathilde Seille.  
Bronze 1892. SP 20.000,- (Lot 6879)

**Auktion 99 am  
17.-18. Febr. 2017**

7272 Lots antiques Böcher,  
Antiquitäten, Kunst.  
Wir übernehmen ab sofort Einlieferungen  
für die Auktion 100 im April 2017

**KIEFER über 30 Jahre 07231/92320**  
[www.buchundkunstauktion.de](http://www.buchundkunstauktion.de)

**Schweizer Nobeluhren**  
u. alte PATEK & ROLEX  
An & Verkauf - Fa. Uhren Schöfer  
06324/82620 · 0171/3 32 98 74  
[www.uhren-schoefer.de](http://www.uhren-schoefer.de)

Lassen  
Sie sich  
sehen.

Handelsblatt

Jetzt Werbefläche buchen.  
M: [borst.weingarten@tqm.de](mailto:borst.weingarten@tqm.de)  
T: 02 11-887-0 51