

Handelsblatt

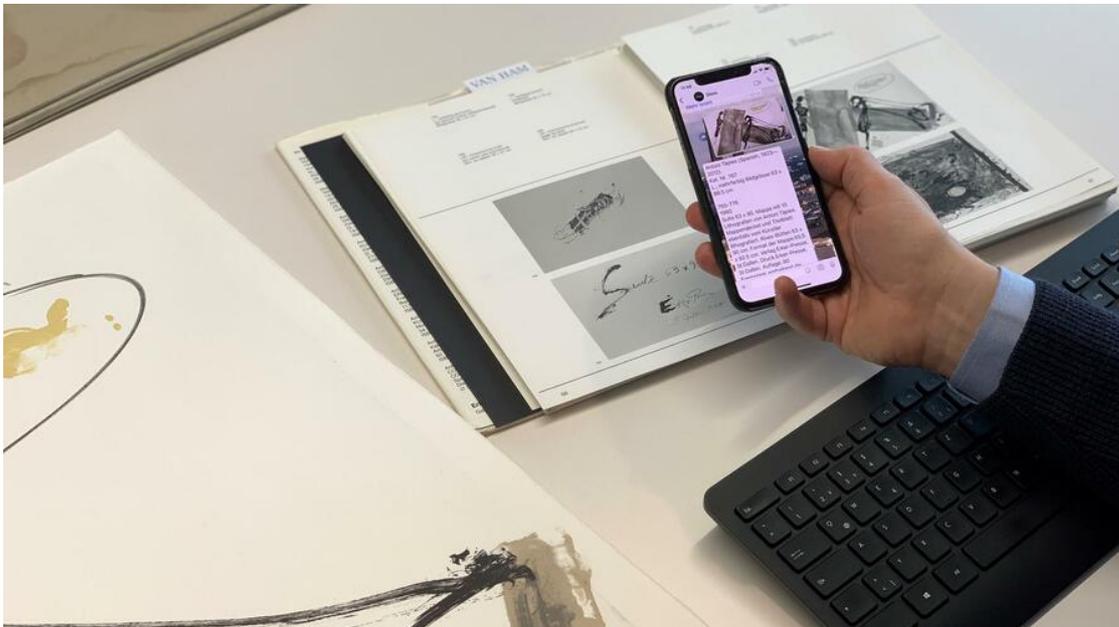
ONLINE ONLY

Eine neue App vereinfacht das Geschäft mit Kunstauktionen im Internet

von: Christiane Fricke

Datum: 23.04.2020 16:32 Uhr

Auf dem Feld der reinen Internetauktion leisten deutsche Auktionshäuser Pionierarbeit. Zuletzt entwickelte Van Ham eine App, mit der sich die Katalogisierung der Werke beschleunigen lässt.



Gängige Werkverzeichnisse sind in der App „Glass“ gelistet

Ist die Arbeit fotografiert, liefert sie umgehend die Basisinformationen. Entwickelt wurde die Applikation in Zusammenarbeit mit dem Londoner Start-up Artwishlist.

(Foto: Van Ham)

Düsseldorf. Markus Eisenbeis, Chef des Auktionshauses Van Ham in Köln, kann froh sein, dass die Welt nicht schon vor 20 Jahren vom Coronavirus heimgesucht wurde. Denn damals konnte man weder online bei Live-Auktionen mitbieten, noch gab es in den Auktionshäusern die Technologie für „Online only“-Auktionen, also Kunstversteigerungen, die ausschließlich im Netz ablaufen. Ein Lockdown hätte – je nach Dauer – alle Versteigerer in Existenznöte gebracht.

Nun ist online in Echtzeit mitzubieten längst eine Selbstverständlichkeit in der Branche. Wer jedoch zusätzlich in die Online only-Technologie investiert und bei seinen Kunden bereits Vertrauen aufgebaut hat, ist besser dran. Das zeigen die Zahlen. Als der Kölner Auktionator Eisenbeis 2017 mit

den ersten reinen Onlineauktionen an den Start ging, standen Ende des Jahres 256.000 Euro in den Büchern. 2019 hatte sich der Umsatz auf 1,8 Millionen Euro versiebenfacht; heute, nach nur dreieinhalb Monaten, liegt er bereits bei knapp 900.000 Euro.

Hierzulande erzielte Zuschläge im drei- bis niedrigen fünfstelligen Bereich mögen noch überschaubar sein. Doch in London werden etwa von Sotheby's bereits Lose im sechsstelligen Bereich verkauft. Deshalb wundert man sich nicht über die Zuversicht, mit der Eisenbeis den Ausbau seines neuen Geschäftszweigs weitertreibt. Seine jüngste Errungenschaft: die App „Glass“, die er 2019 gemeinsam mit der Londoner Firma Artwishlist entwickelte. Mit ihrer Hilfe lässt sich nicht nur die Katalogisierung der Werke mobilisieren und beschleunigen. Sie leistet auch im Gespräch mit dem Kunden nützliche Dienste, sei es bei ihm zuhause oder im Besprechungsraum am Hauptstandort.

Alles, was Eisenbeis dabei haben muss, ist ein Handy mit der darauf installierten Anwendung. Damit fotografiert er das fragliche Werk, versendet das Foto über WhatsApp oder Telegram Messenger und erhält umgehend die Basisinformationen über die betreffende Arbeit; vorausgesetzt, sie ist in einem Werkverzeichnis gelistet.

THEMEN DES ARTIKELS



Trotz der Einschränkung ist die Applikation ein Segen für das Auktionshaus. Denn zu den meist begehrten Künstlern von Online only-Auktionen liegen Werkverzeichnisse vor: fünf Bände allein mit der Grafik von Antoni Tàpies, fünf mit den Radierungen von Picasso und drei von Miro. Alle Seite für Seite von Van Ham digitalisiert. Das erspart die Anschaffung weiterer dieser teuren Bände und strafft den Workflow für Online only, den Eisenbeis komplett in ein Außenlager verlagerte.

Vertrauen ist das größte Kapital

Problemlos erfasst die Applikation allerdings nur zweidimensionale Kunst. Dieser Nachteil fällt jedoch nicht so ins Gewicht, weil die sogenannte „Flachware“ ohnehin 90 Prozent des Online only-Angebots bestreitet. Im skulpturalen Bereich eignet sich dafür lediglich die flachere Picasso-Keramik, also Teller und Platten.

Das größte Kapital ist für den Kölner Auktionator jedoch das Jahrzehnte gewachsene Vertrauen der Kunden in sein Haus. Hier wird die Ware selbst akquiriert, geprüft, ausgepreist und nach deutschem Recht für sie gehaftet – anders als bei Online-Plattformen, etwa dem kürzlich insolvent gewordenen Unternehmen Paddle8. Dort sitzen einliefernde Händler aus aller Herren Länder dazwischen, und die wollen mitverdienen. Eisenbeis ist deshalb sicher: „Das klassische Auktionshaus wird solche Start-ups verdrängen. Am Ende dürften nicht so viele übrig bleiben.“

Das Virus beschleunigt einen Trend

Natürlich sorgt auch der Wettstreit zwischen dem Münchener Auktionshaus Ketterer und Van Ham für Fortschritt. Mitte April ließ Robert Ketterer ein Umsatzplus von fast 50 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum verkünden. „Die Zukunft der Kunstauktion liegt im Netz“, ist er überzeugt. „Daher gehen wir jetzt weiter in die Offensive und verdoppeln unser Angebot.“ Ketterer begann schon vor 13 Jahren mit Online only-Auktionen. Markus Eisenbeis kündigt derweil 20 Online only-Auktionen allein für die erste Jahreshälfte an, Benefizauktionen noch nicht mitgerechnet.

Dass Corona den Boom der Internetauktionen mit antreibt, davon ist auch Ketterer überzeugt. „Das Virus ist aber nicht Auslöser, sondern nur Beschleuniger eines Trends, der sich bereits seit langem abzeichnet.“

Mehr: Kunst im Internet: Zwei Onlineplattformen in rauem Fahrwasser

© 2020 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: Content Sales Center | Sitemap | Archiv

Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.