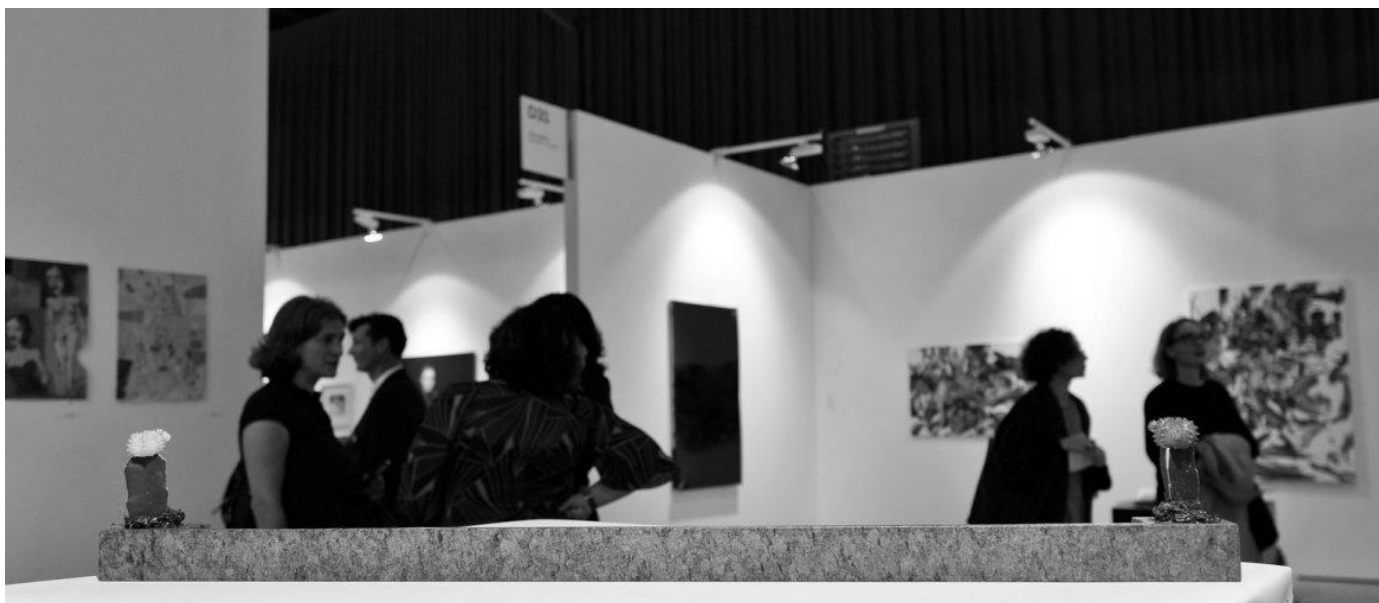


KUNSTMARKT

Der Kunstmarkt arrangiert sich mit der Krise

▪ Kunstweltmesse und Online-Auktionen weichen erfolgreich ins Internet aus.

vom 25.03.2020, 14:58 Uhr | Update: 25.03.2020, 15:15 Uhr



Die Corona-Krise zwingt Kunstmesen von den Hallen weg in den virtuellen Raum. Sie haben dennoch Erfolg.
© APAweb / APA/HERBERT NEUBAUER

W WZ Online

S Sabine Gaublitz

Mehr zu diesem Thema

"Die andere Seite vom Ölfleck" von Georg Baselitz wurde verkauft, ebenso "Splendor in the Grass" von Mary Weatherford. Zu Beginn der Kunstmesse Art Basel Hongkong waren im Viewing Room des US-Händlers Gagolian von zehn Werken schon sieben veräußert. Insgesamt gab es 235 Aussteller bei der Messe, die erstmals im Internet stattfand - mit 2.000 Werken im Wert von 270 Millionen Dollar (250 Millionen Euro).

Es war die erste große Online-Messe der Branche und ein Versuch, einen Teil der Verluste für die Händler abzufedern, nachdem die Art Basel im Kongress- und Ausstellungszentrum von Hongkong im vergangenen Monat aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt worden war - so wie viele andere Branchenmesen. Rund 90 Prozent der Aussteller entschieden sich daraufhin für die kostenlose Online-Teilnahme an der Veranstaltung, die vom 18. bis 25. März dauerte. Die ersten beiden Tagen waren für VIPs reserviert, wie bei der realen Messe, die die Schweizer Muttermesse Art Basel 2013 gegründet hatte.

Unspektakuläre Darstellung

Jede Galerie stellte zehn Werke in ihrem Viewing Room aus - identische virtuelle Messestände, die aus einer weißen Wand bestanden mit einer Bank davor, um eine Vorstellung vom Umfang der Arbeiten zu geben. Auf der Wand folgten durch Klicken nach einem Präsentationstext nacheinander die Werke, daneben erschienen die Preise.

Kein sehr spektakuläres Online-Surfing. Doch schon kurz nach dem Start verzeichneten die Galerien den ersten Online-Zustrom wie etwa der österreichische Händler Thaddaeus Ropac. Der Galerist verkaufte eine Arbeit von Jules de Balincourt zu einem Preis von 140.000 Dollar eine Stunde nach der VIP-Eröffnung. Das Werk war nicht das einzige, das bei Ropac den Besitzer wechselte.

Man habe angesichts der Krise keine großen Erwartungen gehabt und die teuersten Werke nicht ausgestellt, sagte der 60-jährige Ropac der Deutschen Presse-Agentur in Paris. Die Internet-Messe sei ein interessanter Weg, aber vor allem eine Art Schaufenster, die die Kunstwelt untereinander in Verbindung halte. "Nach den ersten Stunden haben wir viele Kontakte gemacht, vor allem in Asien", erzählte der Händler mit Galerien in Paris, London und Salzburg.

Virtualität kein Ersatz für Messen

Trotz des Verkaufserfolgs ersetzen virtuelle Räume für ihn keine wirklichen Messen: "Wir werden Sammler immer ermutigen, die Werke zu sehen." Ein Beispiel hat er gleich zur Hand: Ein Kunde habe großes Interesse an einem Werk des US-Malers Robert Rauschenberg (1925-2008) für über eine Million Dollar gezeigt, erklärte er. Nach der Krise wolle der Interessent nach Paris reisen, um es dort zu sehen. In Frankreich herrscht Ausgangssperre, Ropacs Galerie dort ist bis auf Weiteres geschlossen.

David Zwirner gehörte zu den ersten, die 2017 mit den Viewing Rooms, Online-Betrachtungsräume, gestartet sind. Laut Elena Soboleva, der Online-Verkaufschefin des in Köln geborenen Galeristen mit Filialen in New York, London und Paris, sind die Verkäufe im Netz seitdem ständig angestiegen: 2018 um 159 Prozent, 2019 um 400 Prozent. Auf der virtuellen Art Basel Hongkong hat Zwirner unter anderem für 2,6 Millionen Euro ein Gemälde der südafrikanischen Künstlerin Marlene Dumas verkauft.

40 Prozent der Verkaufsanfragen seien von neuen Kunden gekommen, sagte Soboleva. Dies bestätige, dass Online ein wichtiger Kanal sei, nicht nur für die bereits existierenden Kunden. Das klassische Geschäftsmodell der Galerien und Messen sieht sie dadurch jedoch nicht gefährdet. Virtuelle Betrachtungsräume seien eine Alternative für Sammler, die unter anderem auch mit Blick auf Klimaschutz nicht mehr von einer Messe zur anderen reisen wollen.

Boom im Netz

Zu den überzeugten World-Wide-Web-Kunstakteuren gehört Robert Ketterer in München. Der Chef des großen deutschen Kunstauktionshauses ist seit Jahren schon bestens aufgestellt. Bereits 90 Prozent seiner Versteigerungen führt er im Netz durch. In den abendlichen Saalauktionen saßen zwar noch viele Interessierte, doch gebe es unter ihnen kaum mehr als zwei oder drei Bieter.

Sehr erfolgreich hält Ketterer Internet-Versteigerungen bei Objekten zwischen 10.000 und 40.000 Euro ab. Seit er aufgrund der Corona-Pandemie seine Säle schließen musste, habe er weniger Schwierigkeiten, die Verkäufer für Online-Auktionen zu gewinnen, erklärte er. Der gestiegenen Nachfrage werde er deshalb durch ein größeres und höherpreisiges Angebot nachkommen. Mit Live-Auktionen rechnet Ketterer frühestens wieder im Juni/Juli. (apa/dpa/apa)