

Der Auktionsablauf

Die Auktion beginnt zum im Katalog angekündigten Zeitpunkt – war es früher so, dass wichtige Auktionen um 10.30 Uhr begannen, hat man in Europa mittlerweile den Start auf den Nachmittag verlegt, um den amerikanischen Kunden die beste Möglichkeit einer telefonischen Beteiligung bieten zu können. An dieser Anpassung kann man sehen, dass die traditionelle Formel, die besten Auktionen seien dort, wo die beste Ware sich befindet, nur noch eingeschränkte Gültigkeit hat.

Der Auktionator beginnt mit dem Aufruf des ersten Lots, das gleichzeitig – tatsächlich oder virtuell – gezeigt wird. Gesteigert wird in 10-Prozent-Schritten, der Bieter des höchsten Gebots erhält nach dreimaligem Wiederholen des Betrages durch den Auktionator das Lot zugeschlagen. Der aktuelle Stand der

Gebote wird auf einer elektronischen Anzeigetafel nicht nur angezeigt, sondern auch in die wichtigsten Währungen der Welt umgerechnet – eine Erfindung des deutschen Auktionators Roman Norbert Ketterer, die umgehend von allen großen Auktionshäusern übernommen wurde. Als Zuschlag gilt nicht der Schlag mit dem Hammer, sondern der Ausspruch des Auktionators: »sold«, »adjudgé«, »verkauft« etc. Der Hammerschlag ist lediglich ein hörbares Zeichen, dass die Versteigerung der Position abgeschlossen ist und die nächste aufgerufen werden kann, er gibt der Auktion ihren Rhythmus. Zudem ist er eine Art Zepher, mit dem der Auktionator den Zuschlag »weihet« und den Saal dirigiert.

Legitimationssymbol des Saalbieters hingegen ist die Nummerntafel, das sogenannte Paddle. Ohne Nummer darf kein bietender Kunde den Saal betreten, um ein Mitsteigern ohne nachvollziehbare Personenangaben zu verhindern. Geboten wird allerdings mit Handbewegungen, die desto diskreter ausfallen, je erfahrener der Bieter ist. Es soll vermieden werden, dass Konkurrenten um das Stück sehen, dass man selbst mitbietet. Die häufig kolportierte Geschichte, man könne durch Winken oder Kopfkratzen unversehens den Zuschlag erhalten, ist jedoch höchst unwahrscheinlich – ein Auktionator wird sich bei geringster Unsicherheit immer vom tatsächlichen Bieterwillen des fraglichen Zuschauers überzeugen.

Dem Einlieferer ist das Mitbieten durch den Versteigerungsvertrag untersagt, um ein Hochbieten der eigenen Stücke zu unterbinden. Zuweilen kommt es dennoch vor, dass der Verkäufer (im Zweifelsfall durch einen Vertreter) mitbietet und einen Zuschlag erhält. In diesen Fällen sind die Auktionshäuser rigide und fordern auch vom Eigentümer das Käuferaufgeld ein, das sie von jedem anderen Bieter erhalten würden. Komplizierter ist die Situation, wenn das Objekt von einer Nachlassverwaltung eingeliefert wurde und Mitglieder der Erbenge-

meinschaft mitbieten wollen – nicht selten wird in diesen Fällen ebenso um eine Befreiung vom Käuferaufgeld gebeten. Im Interesse der Gleichbehandlung aller Bieter wird dieses Ansinnen aber in aller Regel zurückgewiesen; bei einer Kalkulation ohne Aufgeld könnten derart privilegierte Bieter höher bieten als die Konkurrenz im Saal.

Erst beim Zuschlag wird die Nummer des erfolgreichen Bieters genannt; gibt es keine Käufer, sagt der Auktionator »passed« (durchgefallen). Für die Zuschauer gilt im Moment des Zuschlags eine gewisse Auktionsetikette: Es ist absolut verpönt, sich nach einem Zuschlag umzudrehen, um zu sehen, wer der Käufer ist. Der professionelle Bieter sitzt daher in den hinteren Reihen – er hat die Objekte während der Besichtigung ohnehin schon gesehen, kann folglich auf die gute Sicht auf das zu ersteigernde Stück verzichten. Eine andere Benimmregel ist allerdings vollkommen in Vergessenheit geraten: Ursprünglich war es Ehrensache für alle Sammler, einen anwesenden Museumsdirektor, der für sein Haus bot, nicht zu überbieten.

Der Auktionator ruft das Lot circa zur Hälfte des Schätzwertes auf. Hierdurch sollen die Interessenten zum absatzfördernden Überbieten angeregt werden. Bis zum Erreichen des Limits kann der Auktionator durch »Luftgebote« mitsteigern. Hierbei ruft er einfach den nächsten Schritt auf, ohne dass dafür ein konkretes Gebot vorgelegen hat. Gern wird dies mit einer Handbewegung in den Raum verbunden, um dem unwissenden Teil des Publikums ein Gebot im hinteren Bereich des Saales vorzugaukeln. Dieses Luftbieten löst bei Auktionsneulingen gelegentlich Unmut aus, wird doch vom Auktionator nicht vorhandenes Interesse am Lot vorgespiegelt. Diese Praktik kann man allerdings auch vom Standpunkt des Eigentümers aus betrachten: Das Limit ist der Betrag, ab dem der Eigentümer das Lot verkaufen würde. Bis zum Erreichen dieses Betrages bietet der Eigentümer quasi mit, um einen Verkauf zu einem nied-

rigeren Preis zu verhindern. Die Luftgebote sind folglich Gebote, die der Auktionator für den Eigentümer abgibt. Wird das Limit nicht erreicht, »kauft« der Eigentümer das Stück selbst.

Für den Auktionator ist es unumgänglich, auf dem richtigen Fuß zu stehen. Dies meint nicht die Haltung am Auktionspult, sondern die richtige Abfolge von Geboten. Er kennt die Schritte, mit denen er die Auktion des Lots hochtreibt. Ebenso kennt er die Reserve. Liegt ihm nun ein schriftliches Gebot vor, so muss er die Steigerungsschritte so bemessen, dass er bei dem Wert des Schriftgebots auch tatsächlich für den schriftlichen Bieter zuschlagen kann, sofern es keine höheren Gebote im Saal gibt.

Wenn er sich beim Versteigern nun bis zum Erreichen der Reserve mit Luftgeboten bedient, muss die Abfolge so sein, dass zum Betrag der Reserve ein tatsächliches Gebot vorliegt. Endet die Bietbereitschaft im Saal nämlich mit der Reserve, wird diese aber nur von einem Luftgebot gehalten, ist das Lot durchgefallen, obwohl möglicherweise ein Bieter zum Limit gekauft hätte.

Beim Vorliegen eines schriftlichen Gebots ist das Auktionshaus in einer besonders privilegierten Situation: Es weiß, zu welchem Preis der Eigentümer das Lot verkaufen will und was ein Interessent dafür zu zahlen bereit ist. Im Zeitalter von Internetgeboten hat die Bedeutung des Telefons allerdings generell abgenommen.

Nach erfolgtem Zuschlag darf der Auktionator eigentlich kein Gebot mehr annehmen. Hat sich eine Kunde geirrt und würde noch weiterbieten, so ist die Verführung groß, die Versteigerung noch einmal zu eröffnen, um einen höheren Preis zu erzielen. Häufig kann man erleben, dass auch sehr viel später die Auktion eines Lots erneut wieder aufgenommen wird. Bei den internationalen Häusern gilt daher die ungeschriebene Regel, dass ein »Reopening« nur zulässig ist, solange der Versteigerer noch nicht das Folgelot aufgerufen hat.

Eine wichtige Aufgabe nehmen bei großen Auktionen die »Bid Spotters« ein. Sie überwachen den Saal, um zu vermeiden, dass dem Auktionator ein Gebot entgeht. Ganz generell kann man davon ausgehen, dass 50 bis 60 Lots in der Stunde aufgerufen werden; je schlechter der Abverkauf, desto langsamer wird die Auktion, um auch unentschlossenen Bietern noch eine Gedankenpause einzuräumen. Ebenso können allerdings auch andauernde Bietgefechte die Abfolge verlangsamen.

Die Teilnahme von berühmten Händlern an einer Auktion kommt dem Verkauf zugute. Jedes von diesem Händler abgegebene Gebot kommt einer kostenlosen Begutachtung des bebotenen Stückes gleich. Kauft der Händler besonders wichtige Stücke der Auktion oder zu besonders hohen Preisen, wird sein Name in aller Regel in der Presseberichterstattung erwähnt. Die Öffentlichkeit seiner Marktaktivität bringt nicht nur sein Unternehmen ins Bewusstsein einer interessierten Öffentlichkeit, ein Rekordpreis etabliert zudem häufig ein neues Preisniveau – für weitere Werke, die sich ebenfalls im Angebot und Lager des erfolgreichen Käufers befinden. Für den Endkunden zeigt ein solcher Vorgang allerdings auch, dass er das Stück möglicherweise günstiger erwerben kann, wenn er selbst direkt in der Auktion kauft. Zur Lösung dieses Problems kann der Händler selbst auch gar nicht für die Stücke bieten, die er erwerben will, sondern überlässt dies einem Mittelsmann oder einem schriftlichen Gebot. Er verleiht der Auktion durch seine Anwesenheit Glanz, der später auch auf das von ihm anonym ersteigerte Stück fallen wird. Diese Wirkung lässt sich noch erhöhen, indem er bei anderen Stücken ein wenig mitbietet.

Nicht selten geschieht andererseits, dass vor allem Kunden im Hochpreisbereich gern einen Händler ihres Vertrauens in die Auktion entsenden, um für sie zu steigern – mancher, der ein Millionen-Gemälde ersteigert, möchte seinen Namen nur ungern am nächsten Tag in der Zeitung lesen. Dies kann auch dann gelten, wenn der geschilderte Kunde des Hochpreisbereichs

selbst ein Händler ist. Es gibt einige Gründe, warum er seinen Einkauf diskret behandeln möchte: Neben offensichtlichen Gefahren wie Diebstahl geht eine gewisse wirtschaftliche Bedrohung von der Konkurrenz aus. Der Mitbewerber könnte Vermutungen anstellen, warum man das Bild gekauft hat – für welchen Kunden? –, um dann diesem Kunden ein vergleichbares Stück aus dem eigenen Lager anzubieten. Außerdem gibt es die Gefahr der Flüsterkampagne, die dem Objekt schaden kann: Neben der Kampagne, dass das Bild gefälscht sein könnte, sind solche vorstellbar, die behaupten, der berühmte Sammler X habe das Bild abgelehnt, weil es nicht zu den besseren Werken des Künstlers gehöre, oder aber, dass es in der Behandlung dieses berühmten Restaurators gewesen sei, der auch große Defekte absolut unkenntlich zu machen verstehe.

Die Atmosphäre

Für das Gelingen einer Auktion ist eine gute Atmosphäre im Auktionssaal von Bedeutung. Hier kommt es zunächst auf die Persönlichkeit des Auktionators an, der nicht nur die Technik des Verkaufens, sondern auch die des Unterhaltens beherrschen muss. Die Auktion muss Neugier erzeugen und Sensationslust zu befriedigen in der Lage sein. Wichtigste atmosphärische Aufgabe des Auktionators ist das Erzeugen einer gewissen Kauflust bis hin zur Besitzgier, um Bietgefechte zu entfesseln: Bei manchen Kunden könnte man glauben, sie bieten nur, weil ihnen das Bieten so sehr gefällt. Wichtig für viele Privatsammler ist, dass jemand gegen sie bietet. Nicht nur, dass sie sich in ihrer Wahl das Objekt betreffend bestätigt fühlen. Die Auktion ist auch ein Machtkampf. Gegen Ende einer Versteigerung bleiben nur zwei Bieter zurück. Jeder hält mit seiner Entscheidung, ob er weiterbietet, die gesamte Auktion auf und den Saal in Atem: ein einzigartiges »Machtgefühl«.

Erste Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

Copyright © 2009 by rüffer & rub Sachbuchverlag, Zürich

info@ruefferundrub.ch

www.ruefferundrub.ch

Cover: Sylvie Fleury, Ela 75/K (Easy. Breezy. Beautiful.), 2000

Sørlandets Kunstmuseum Collection/Frank Mosvold Collection

Druck und Bindung: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm

Papier: Schleipen Werkdruck, bläulichweiß, 80 g/m², 2.0

ISBN 978-3-907625-47-7