



Christian Eduard Franke

Das Nebeneinander besonderer Einzelstücke: Bei Christian E. Franke hat es System. Silber und Spiegel ergänzen elegante Möbel.

Kunst- und Antiquitätenwochen

Götterdämmerung in der Pandemie

Bamberg vermarktet sich als letzte Antiquitäten-Hochburg in Deutschland. Doch das Modell ist gefährdet – auch weil die benachbarten Wagner-Festspiele ausfallen.

Christiane Fricke, Düsseldorf

Wann war es in Bamberg jemals so ruhig wie im Hochsommer nach Ausbruch der Coronakrise? Das für diese Jahreszeit typische Gedränge in den engen Altstadtgassen gibt es diesmal nicht. Aber auch nicht das Publikum, das sich vor den Bayreuther Festspielen schnell noch eine Stippvisite bei den Antiquitätenläden der alten Kaiserstadt leistet.

In diesem Jahr ist alles anders. Amerikaner und Asiaten bleiben zu Hause. Bayreuth hat abgesagt. „Die Wagner-Fans blättern hoffentlich alle in meinen Katalogen“, wünscht sich Christian Eduard Franke. Er ist einer von sechs Händlern, die in diesen Wochen normalerweise ihre besten Geschäfte machen, seit sie vor einem Vierteljahrhundert die „Bamberger Kunst- und Antiquitätenwochen“ ins Leben riefen. Sie laufen in diesem Jahr noch bis zum 24. August.

In keiner anderen Stadt Deutschlands funktioniert das Geschäft mit den alten Kostbarkeiten so gut wie in Bamberg, wo die Händler ihre Ladenlokale in enger Nachbarschaft führen; fast wie auf einer Messe, nur mit viel mehr Flair.

Das Geschäftsmodell der Antiquitätenwochen setzt auf die simple Erkenntnis: Wer Wagner hört, mag oft auch Antiquitäten. Wer sich Karten für Bayreuth leistet, hat auch das nötige Geld für schöne alte Stücke. Und schließlich liegt das Bayreuther Festspielhaus in idealer Ausflugsdistanz zu Bamberg. Nun muss es ohne Wagner

gehen. Doch schon vor Corona lief es in Bamberg nicht optimal.

Die Händler, die vier Wochen lang täglich öffnen, sind nur noch zu sechst, das Auktionshaus Schlosser und das Antiquariat Lorang mitgerechnet. Das ist gerade mal ein Drittel der Teilnehmerzahl von 2005, als die Antiquitätenwochen das Jubiläum ihres zehnjährigen Bestehens feierten. Für eine Stadt, deren Antiquitäten-Hotspot als einziger in Deutschland den Geschmackswandel hin zu moderner Wohnkultur überleben, muss der Schwund ein Alarmzeichen sein. Geschlossen wurde die Glaserie Pusch und das erst vor wenigen Jahren eröffnete Geschäftslokal von Reinhard Keller. Und für die jungen Kunsthändler Julian Schmitz-Avila und Gregor von Seckendorff, die in den letzten beiden Jahren aufgaben, ist noch immer kein Ersatz da. Die verbliebenen Kunsthändler beschönigen nichts. „Fünf Monate nix verkauft“, erklärt Christian Franke auf Nachfrage. Thomas Herzog, Geschäftsführer des Kunsthandels Senger, kommt ein „Sehr schwierig“ über die Lippen. „Es ist Bewegung drin. Es ist nicht tot“, erwidert sein Schwiegervater Walter Senger routiniert.

Schlimm getroffen

„Es hat uns schon schlimm getroffen“, sagt Matthias Wenzel, der außerdem als Oberstleutnant der Reserve den Corona-Einsatz von knapp 40 Soldaten in Alten- und Pflegeheimen koordinierte. Dazu passt Wenzels Faible für

6 Spezialisten bestreiten nur mehr die Bamberger Antiquitätenwochen.

Quelle: Bamberger Antiquitätenwochen

den Erzengel Michael als Bezwinger des Satans und Schutzheiliger der Soldaten. Wie im letzten Jahr hat Wenzel wieder eine Michael-Figur aus dem neapolitanischen Kulturraum im Angebot. Kostenpunkt 39.000 Euro.

Senger ist nach wie vor erste Adresse für mittelalterliche, aus Holz geschnitzte Heiligenfiguren. Obwohl die um 1480 geschnitzte „Hl. Barbara“ kunsthistorisch und auch preislich mit 148.000 Euro das größere Gewicht hat, bleibt das Auge an einem Heiligen Christophorus aus Lindenholz hängen. Der hat zwar seine originale Farbfassung verloren, nicht aber seinen robusten Charme. Den verdankt er auch dem Jesusknaben, der abenteuerlich auf einer Schulter balanciert. Die in Landshut um 1510 entstandene Figur soll 48.000 Euro kosten.



Goldene Bonbonniere: Mit Micromosaik und Diamanten.

Wie so oft gibt es bei Senger ein ungewöhnliches Objekt. In diesem Jahr ist es ein eleganter Speisezimmerstuhl von Bruno Paul, dessen Erscheinungsbild maßgeblich Pauls spätere Frau, die Intarsienkünstlerin Ulla Schnitt, prägte. Das für die Deutschen Werkstätten Dresden-Hellerau entworfene Stück aus dem Jahr 1937 soll 165.000 Euro kosten.

Das Nebeneinander besonderer Einzelstücke hat bei Franke System. Wiederholte Telefonate und Liebesbezeugungen brauchte Franke, um einem Italiener die um 1780 entstandene goldene Bonbonniere abzuverkaufen. Ihr Clou ist ein Micromosaik mit der Darstellung eines weißen, wachsam schauenden Hundes inmitten eines Kranzes von Diamanten. Der angerufene Italiener reagierte zunächst irritiert. Wieso Franke ihn denn lieben würde? Er kenne ihn doch gar nicht. Franke hatte in seiner überschwänglichen Art jedoch den liebenswert schauenden Hund gemeint.

Absoluter Hingucker dürfte die seltene Fabergé-Tischuhr aus Sankt Petersburg zum Preis von 74.000 Euro sein. Das Gehäuse ist flach wie ein großer Plattzeller, das Zifferblatt von Halbpelzen gerahmt und eingefasst von strahlenförmig strukturierten, transluziden Emailstreifen in Rot und Weiß. Raffinierter und zugleich schlichter kann man sich keine Uhr aus der Zeit des Jugendstils vorstellen.

Liebhaber von dänischem Design steuern das Silber-Kontor von Julia Heiss an. Hier finden sie Klassiker von zeitloser Anziehungskraft in überschaubaren vierstelligen Preislagen. Etwa die puristische Terrine des dänischen Entwerfers Aage Weimar.

Auch ohne das Corona-bedingt ausgefallene Rahmenprogramm werden die Antiquitätenwochen ihren Zweck erfüllen. Denn alle rechnen mit ihren Stammkunden. Die bleiben tunlichst im Land und fahren nicht ins Ausland, wo sie im Krankheitsfall mutmaßlich schlechter versorgt sind als zu Hause. Christian Eduard Franke bleibt deshalb zuversichtlich: „Wir kommen mit einem blauen Auge durch.“

Christian Eduard Franke/Michael Aust

Saisonbilanz

Gravierende Rückgänge

Etliche Pariser Auktionshäuser verweigern die Veröffentlichung ihrer Halbjahreszahlen. Ein Indiz für eine katastrophale Saison.

Bislang haben sie immer gern ihren – in der Regel gestiegenen – Umsatz mitgeteilt. Doch nach dem Lockdown und der Covid-19-Krise weigern sich die Pariser Auktionshäuser, ihre Halbjahresbilanzen zu veröffentlichen. In Frankreich wie anderswo auch wurden diese Zahlen zwar bereits in der Vergangenheit gern kosmetisch aufgehübscht, etwa durch die hinzugedruckte Mehrwertsteuer. Doch im Juli 2020 hüllten sich die Häuser Piasa, Tajan, Pierre Bergé & Associés in Schweigen. Die Kommunikation von Drouot, Sotheby's, Christie's und Artcurial beschränkt sich auf einige Highlight-Meldungen. Das alles deutet auf schlechte Geschäfte hin.

Objektiv gesehen hatten es die französischen Auktionatoren auch nicht leicht: Der Streik gegen die Rentenreform legte das Land bis Mitte Januar weitestgehend lahm. Die normalerweise starken Auktionsmonate März bis Mai fielen infolge des Corona-Lockdowns aus oder wurden bis in den Herbst verschoben.

Nur ein Versteigerer durchbricht die Kommunikationsblockade: Das relativ kleine Auktionshaus Ader-Nordmann & Dominique konnte in den ersten sechs Monaten 19 Millionen Euro umsetzen. David Nordmann und Xavier Dominique haben dafür aber auch alle Register gezogen. In 46 Auktionen mit 8500 Losen brachten sie Kunst unter die Leute: in einem eigenen kleinen Auktionssaal, aber auch in den Sälen des Drouot-Gebäudes und im Internet.

Eine reich bemalte, kaiserliche Flaschenhalsvase aus dem China des 18. Jahrhunderts übernahm ein chinesischer Käufer nach dreißigminütigem Bietergefecht für 2,5 Millionen Euro. Die Hamburger Kunsthalle etwa erwarb bei Ader-Nordmann & Dominique zwei Holzschnitte von Caspar David Friedrich, ein Selbstporträt und einen schlafenden Knaben, für 80.640 Euro und 35.840 Euro.

Martin Guesnet, Europadirektor von Artcurial, beteuert, man könne keineswegs von einem „Einbruch“ der Umsatzzahlen sprechen. Vermutlich seien es bei Artcurial 20 Prozent weniger als im Vorjahr, deutet er an. Und betont, dass die Kaufkraft nach wie vor existiere. Absolute Umsatzzahlen aber liefert er so wenig wie die anderen größeren Versteigerer.

Die Pressechefin der Gruppe Drouot teilt dem Handelsblatt mit, dass in den 15 Sälen des Drouot-Gebäudes im ersten Halbjahr 237 Auktionen über die Bühne gingen. Im Vorjahr waren es 569 Sitzungen, die 201 Millionen Euro einbrachten. Die Betreiber der Plattform „Drouot Digital“ konstatieren, dass seit der Wiederaufnahme der Versteigerungen am 25. Mai mehr als 50 Prozent der Käufer ihre Objekte über „Drouot Digital“ ersteigerten. Vor dem Lockdown fielen nur 20 Prozent der Lose an Bieter im Netz. Diese Tendenz entspricht der von den internationalen Auktionshäusern betriebenen Entwicklung zu Internetversteigerungen. Auch die Kataloge sind nur noch im Netz zu konsultieren

– was radikale Einsparungen mit sich bringt.

Als ehemalige Kolonialmacht wartete Frankreich auf dem Asiatika- und Tribal-Art-Sektor immer wieder mit Überraschungen auf. Nicht jedoch in diesem Halbjahr, wo das magere Angebot einen das Staunen lehrte. Christie's nahm am 29. Juni nur 1.396.900 Euro für afrikanische, ozeanische und nordamerikanische Kultobjekte ein. Denn mehr als ein Drittel der Lose wurde zurückgereicht. Zum Vergleich: Noch am 4. Dezember 2019 setzte Christie's mit Tribal Art 3,1 Million Euro um. Und das lag schon weit unter den Ergebnissen von über zehn Millionen Euro, die beide Auktionsgiganten einst zweimal pro Jahr in Paris einspielten.

Beunruhigend war das Miniangebot bei Sotheby's, wo in einem minimal besetzten Saal afrikanische, ozeanische, indonesische, eskimoische und präkolumbische Kultobjekte magere 952.000 Euro erbrachten.

Auch die Versteigerer Binoche et Giquello – sie gehören zur Drouot-Gruppe – sahen sich mit 42 von 79 Losen konfrontiert, die kein Käufer kaufen wollte. Eine mit einem aufwendigen Katalog ausgestattete präkolumbische Sammlung aus den USA verbuchte deshalb nur bescheidene 1,8 Millionen Euro.

Millionenpreise für Impressionisten, Moderne und Zeitgenossen ein. Die Sommeridylle mit zwei Tennisspielerinnen des Neo-Impressionisten Theo van Rysselberghe hatte sich einst in der Sammlung von Henri de Toulouse-Lautrec befunden. Die prominente Herkunft und das gefällige Motiv wirkten preissteigernd.

Christie's konnte dafür 5,2 Millionen Euro einnehmen. Sotheby's punktete mit einem blau getönten Großformat aus dem Jahr 1957 von Pierre Soulages für 4,4 Millionen Euro. Zur Erinnerung: Den Soulages-Auktionsrekord legte Tajan mit 9,6 Millionen Euro Ende 2019 fest.

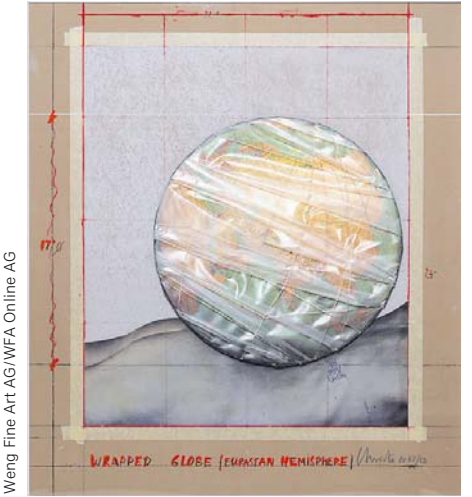
Gute Preise erzielten Sotheby's und Christie's für Design: eine Badewanne, ein WC und ein Bidet aus Kupfer, alle drei in Form von Flusspferden, des humorvollen François-Xavier Lalanne waren einem Bieter bei Sotheby's 2,1 Millionen Euro wert.

Anfang Februar ließen sich Oldtimer noch hochpreisig verkaufen. Mit eleganten Automobilen erzielte Artcurial Motorcars 22,5 Millionen Euro Umsatz. Gefolgt von Bonhams mit fast 20 Millionen Euro und dem höchsten Zuschlag während der – bei deutschen Motorfans besonders beliebten – Pariser „Retromobil“-Woche für einen Bugatti Typ Roadster von 1931. Ein Liebhaber ließ sich das imposante Cabriolet 4,6 Millionen Euro kosten. RM Sotheby's blieb in diesem Jahr mit etwa neun Millionen Euro Umsatz für seine Sammlerautos weit hinter der Konkurrenz.

Ob das Coronavirus die Lust der Vermögenden wirklich reduziert, für Kunst oder Lifestyle tief in die Tasche zu greifen, werden Marktbeobachter erst im Herbst erfahren. Olga Grimm-Weissert



Chinesische Langhalsvase: Nach zähen Bietergefecht kostete sie 2,5 Millionen Euro.



„Wrapped Globe (Eurasian Hemisphere)“: Christos Arbeiten, wie die serielle Collage für 15.000 Dollar, verkaufen sich gut bei Weng Fine Art.

Weng Fine Art AG/WFA Online AG

Digitalhandel

Zwei deutsche Börsenlieblinge im Kunstmarkt

Die großen Auktionshäuser überschlagen sich mit Erfolgsmeldungen zu ihren Onlineauktionen. Doch handelt es sich dabei um eine Scheinblüte, ist ihr Ausweichen ins Internet doch nur eine Notlösung für Corona-bedingt ausgefallene Präsenzauktionen. Insgesamt ist das Geschäft im obersten Marktsegment eingebrochen. Die beiden einzigen börsennotierten deutschen Unternehmen der Kunstbranche setzen jedoch schon immer auf virtuelle Marktplätze im mittleren Preissegment und erleben gerade einen Boom.

Die Berliner Artnet AG als Pionier der Branche mit über 20-jähriger Börsengeschichte konnte im für den Kunstmarkt katastrophalen zweiten Quartal ein 46-prozentiges Umsatzwachstum ihrer Onlineauktionen gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnen. Das mag wenig erscheinen angesichts der Vervielfachung bei Christie's und Sotheby's.

Allerdings bilden die Artnet-Versteigerungen im Internet schon seit Langem eine der Säulen des Geschäftsmodells und sind eben kein Ersatz für an anderer Stelle weggebrochenen Umsatz. Artnet-CEO Jacob Pabst prognostiziert: „Der Markt wird sich in einem längeren Prozess neu ordnen und Artnet wird darin eine größere Rolle spielen als bisher.“ Es sei eine grundlegende Veränderung, an der Artnet seit Jahren arbeite. „Unsere Umsatzsteigerung von nur 46 Prozent sehe ich

als ein sehr ermutigendes Zeichen.“

Der Düsseldorfer Rüdiger K. Weng ist gleich mit zwei Aktiengesellschaften aktiv. Die auf den Sekundärmarkt fokussierte Weng Fine Art AG ist in Deutschland an der Börse München gelistet. Sie kontrolliert die schweizerische WFA Online AG, die selbst Editionen von Künstlern wie Christo, Ai Weiwei oder Jeff Koons herausgibt. Bis Mitte Juli stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 17 Prozent.

Die noch recht junge Unternehmensgruppe verzeichnet stabile Gewinne und setzt weiter auf Expansion. In einer Pressemitteilung erklärt Weng, die bereits bestehende Beteiligung an Artnet von rund zehn Prozent solle „mittelfristig durch außerbörsliche Zukäufe auf bis zu 30 Prozent der Stimmrechte erhöht werden“.

Der Artnet-Chef sieht das Investment Wengs als Bestätigung: „Wir freuen uns natürlich darüber, wenn Aktionäre und Investoren das Potenzial der Firma erkennen.“ Allerdings vermisst Pabst bei einem möglichen Zusammengehen beider Konzerne die Vorteile für Artnet.

Die Börse freut sich jedenfalls. Die Aktie der erst seit 2018 börsennotierten Weng Fine Art AG hat ihre Verluste aus dem Corona-Crash wieder wettgemacht, während die Anteilsscheine von Artnet nach einem rasanten Anstieg im letzten Vierteljahr so hoch gehandelt werden wie zuletzt 2012. Stefan Kobel

Art Cologne

Was die Aussteller fordern

Die „Art Cologne“ und die „Cologne Fine Art (Cofa)“ sollen – wie geplant – vom 18. bis 21. November stattfinden. Fortan immer an dem alten, angestammten Herbsttermin. Somit zählen die beiden Kölner Veranstaltungen zu den ganz wenigen Messen, die weltweit in Zeiten des grassierenden Coronavirus nicht abgesagt wurden.

In einem Schreiben an die Aussteller hat die Koellmesse ihr Sicherheitskonzept vorgestellt. Es sieht neben der Ausdehnung der Preview für geladene Gäste auf zwei Tage und der Registrierung aller Besucher auch breitere Gänge und das Verbot geschlossener Videokabinen vor.

Als Reaktion darauf fordern 28 deutsche Galerien in einem Brief an die

Messeleitung, der dem Handelsblatt vorliegt, einen Preisnachlass für die Art Cologne, da die Messe durch die notwendigen Einschränkungen nicht die volle Leistung erbringen könne. Einen Preisnachlass will die Art Cologne allerdings nur über reduzierte Standgrößen gewähren.

Galerien, denen das finanzielle Risiko zu groß ist, bietet die Messegesellschaft nach wie vor an, kostenfrei und ohne Auswirkung auf zukünftige Bewerbungen, von ihrer Anmeldung zurückzutreten. Bei der Cofa hat derweil dem Vernehmen nach der Beirat eine strenge Auswahl zugunsten der Qualität getroffen. Das Teilnehmerfeld könnte also ohnehin kleiner ausfallen als zuletzt. Stefan Kobel