

DAS UNTERNEHMERSGESPRÄCH:

„Der Kauf von Kunst muss Spaß machen“

Die Zukunft gehört der Digitalisierung und Online-Auktionen, sagt Robert Ketterer. Sein Münchner Unternehmen gilt als Vorreiter.

Von Uwe Marx, Frankfurt



Robert Ketterer mit einem Werk von Hans Hartung von 1970

Foto: Diana Cabrera Rajas / VU Bild Kunst, Bonn 2020

Hobe Preise gehen Robert Ketterer leicht über die Lippen. Schließlich ist er Kunstauktionator. Und er versteigert keinen Klümpchen, sondern Werke weltberühmter Künstler. Im vergangenen Jahr zum Beispiel Ernst Ludwig Kirchners „Unser Haus“, am Ende knapp 1,7 Millionen Euro „schwer“. Oder „Christiane und Kerstin“ von Gerhard Richter, verkauft an einen Bieter aus Hongkong für 2,625 Millionen Euro. Ketterer konnte zufrieden sein, fasst er den Auftrag seiner Profession doch so zusammen: „Für uns gibt es nur einen Auftrag: das angebotene Werk zum höchstmöglichen Preis zu verkaufen.“ Klingt nach Rekordfieber und Millionenjagd. Ketterer sagt aber auch: „Es geht nicht immer nur um Rekorde. Ich kämpfe auch um 50 Euro mehr und tue alles, um die bei den Käufern rauszukitzeln.“

Das macht er hierzulande und im internationalen Vergleich so erfolgreich wie wenige andere. Ketterer Kunst aus München ist in seiner Branche das umsatzstärkste Familienunternehmen der Welt. Das war nicht absehbar, als Wolfgang Ketterer, der 2009 mit 89 Jahren verstorbene Vater des heutigen Inhabers und Geschäftsführers, mit einer Galerie in Stuttgart an den Start ging. Und auch als Robert Ketterer Mitte der neunziger Jahre – er war gerade Mitte zwanzig – die Leitung übernahm, hatte das Auktionshaus noch ein anderes Kaliber.

Zwar setzen die Riesen der Branche, Sotheby's und Christie's also, rund 2 Milliarden Euro im Jahr um. Phillips als internationale Nummer drei knapp 400 Millionen Euro; und allein aus China kommt die

Hälfte der globalen Top-10-Unternehmen. Mit ihren 60 Millionen Euro Umsatz und 60 Beschäftigten aber sind die Münchner längst eine feste Größe, national wie international. Kein Wunder, dass sie bei der Versteigerung von Werken aus der Sammlung der Deutschen Bank im Boot sitzen. In Hamburg versteigern sie zudem wertvolle Bücher, außerdem haben sie Repräsentanzen im In- und Ausland. Goldstandard unter den Slandorten ist aber das im Jahr 2008 gebaute „Haus für Kunst“ nahe der neuen Münchner Messe mit Ausstellungsflächen und Auktionsaal, alles auf 3500 Quadratmetern.

Robert Ketterers früherer Einstieg spielte bei der Entwicklung des Unternehmens eine Hauptrolle. Er spricht von der Gnade der späten Geburt, war er doch durch sein Alter näher an technischen Themen als die meisten in der Branche. Zwar war auch sein Vater der – technischen – Moderne zugetan und schaffte schon 1977 den ersten Computer an. Aber die Digitalisierung trieb sein Sohn voran. Heute gilt Ketterer Kunst auf diesem Gebiet als Vorreiter. Mit 38 Jahren habe er seine erste Internetauktion veranstaltet, sagt Robert Ketterer. Heute gilt dieses Format als Hoffnungswort in einer von der Pandemie gebeutelten Branche, die von persönlicher Nähe lebt – ob in Auktionsäulen oder den Kontakten zu ihren Kunden.

„Corona hat uns einen enormen Schub gegeben“, sagt Ketterer. Seine Affinität zu technischen Details schimmert immer wieder durch. So seien zuletzt bei einer Online-Auktion vier Kameras im Einsatz gewesen – denn wer immer nur mit einer Einstellung den Auktionator zeige, riskie-

re, dass die Kunden am Bildschirm einschlagen. Und demnächst werden es acht Kameras sein. Gleichzeitig betreuen 30 Ketterer-Beschäftigte im Saal Kaufinteressierte per Telefon oder Online-Chat. Präsenzauktionen werden immer unwichtiger“, sagt Ketterer. „und dieser Trend wird sich fortsetzen.“ Außerdem erwarte er eine Verdrängung: „Viele Auktionshäuser wird es in Zukunft nicht mehr geben.“ Allerdings müssten Internet-Streams spannend sein. Denn eines habe auch die Digitalisierung nicht verändert: „Der Kauf und Verkauf von Kunst muss Spaß machen. Sie müssen einfach sein und dürfen

keine Probleme machen.“ Online-Auktionen müssten schlichtweg so spannend sein wie Präsenzauktionen. Ketterer Kunst habe mit dieser Strategie Kunden hinzugewonnen, vor allem jüngere, und sei internationaler geworden. „Unsere Branche ist brutal konservativ. Aber viele schauen zu mir, was ich so mache.“

Digitalisierung beginnt jedoch nicht erst im Auktionsaal. Der Weg eines Kunstwerks zu einer Auktion bietet dafür jede Menge weitere Möglichkeiten. Ketterer und Co. kämen ins Spiel, wenn eines der „großen D“ vorliege. Debt, Divorce, Death. Schulden, Scheidung oder Tod

also. Die spülen Kunstwerke auf den Markt und befeuern das Geschäft der Auktionshäuser. Dort werden die Werke analysiert, dokumentiert, katalogisiert, fotografiert, teilweise gefilmt – eine große Spielwiese für digitale Lösungen. Er habe drei bis vier Leute, sagt Ketterer, die sich nur um deren Weiterentwicklung kümmern. Am Anfang aber stehe eine sehr klassische Mischung aus Vorsicht und Professionalität. Jedes Objekt, das bei uns ankommt, wird von uns zunächst mal als falsch angesehen – bis wir das Gegenteil nachweisen können“, sagt Ketterer. Man weiß ja nie.

Das Unternehmen hat sich auf Kunst des 19., 20. und 21. Jahrhunderts spezialisiert, deutsche Künstler sind seine Domäne. Damit hat man genug zu tun. „Wenn einer mit einem Picasso aus der blauen Periode zu uns käme“, sagt Ketterer, „würde ich ihn sofort nach New York schicken.“ Zu einem der größten Auktionshäuser der Welt nämlich. Denn: „Das können andere besser. Wir haben unsere künstlerischen Schwerpunkte, etwas anderes tun wir uns nicht an.“ Schon sein Vater habe stets gemahnt: Schuster, Meiß bei deinem Leisten.

Ist es dann so weit mit einer Versteigerung, steht Robert Ketterer am Mikrofon, sieben, acht Stunden lang. Eine Herausforderung, auch körperlich. Auch seine Frau arbeitet im Unternehmen und ist dann und wann bei Auktionen im Einsatz. Meistens aber steht er in der ersten Reihe. Kein Wunder, dass er sich mit Sport fit hält, wann immer es geht. Zumal andere Belastungen hinzukommen. Besuche bei Kunden auf der ganzen Welt etwa. Kime heute aus La Paz in Bolivien – nur ein Beispiel von vielen – ein Anruf, dann müsste er morgen am Flughafen stehen. Spätestens,

Persönliche Kontakte seien nun mal wichtig, sie müssen gepflegt werden.

Die Digitalisierung kann einem eben nicht alles abnehmen. Das gilt auch für die Präsentation der Werke. Diese können zwar, aus diversen Perspektiven fotografiert oder gefilmt, online vorgestellt werden. Aber nichts gegen klassische Informationsquellen: „Andere schaffen ihre Kataloge ab“, sagt Ketterer mit Verweis auf Sotheby's und Christie's. „Wir aber haben unsere Auflage von 3000 auf mehr als 10 000 erhöht.“ Denn: „Ich glaube an die Digitalisierung, aber nur mit großem Service.“ Das hat seinen Preis. Nicht nur für den Druck in Hochglanz. Einen Stapel Kataloge in ferne Wehlgenden zu schicken könne schon mal 200 Euro kosten. Auch das leistet er sich.

Sind sich Ketterer und ein Verkäufer über die Vertragsdetails einig – Preis, Mindestverkaufspreis, Versicherungsfragen –, dann werden Provisionen fällig. Eine für den Verkäufer, wenn das Werk in München ankommt, abhängig von seinem Wert. Eine zweite zahlt der Käufer, derzeit 32 Prozent des Preises. Andere nähmen 40 bis 50 Prozent.

Der typische Kunde in einem Auktionshaus sei zwischen 50 und 80 Jahre alt, 90 Prozent der Käufer seien männlich. Vor allem sie gilt es zu überzeugen. Eine gewisse Grundgebung könne nicht schaden. „Auktionator wird man nur, wenn man einen enormen Spaß daran hat“, sagt Robert Ketterer. Und man müsse sich in dieser Rolle allen Parteien gegenüber behaupten können. Enttäuschungen inklusive: „Wenn ich ein Werk nicht versteigern kann, ist das für mich eine persönliche Niederlage.“

Das Unternehmen

Die Ketterer Kunst GmbH & Co KG aus München ist unter den großen Kunst-Auktionshäusern das größte Familienunternehmen. Es wurde 1954 gegründet, damals noch als Galerie in Stuttgart, und verkauft heute Kunst – vor allem Bilder, aber auch Bücher – in mehr als 50 Länder. Herz des Unternehmens ist das im Jahr 2008 gebaute „Haus für Kunst“ nahe der neuen Messe in München mit Ausstellungsflächen und Auktionsaal auf insgesamt 3500 Quadratmetern. Es gibt aber auch eine Dependence in Hamburg sowie Repräsentanzen im In- und Ausland. Mit 60 Beschäftigten setzte Ketterer im vergangenen Jahr 60 Millionen Euro um.

Der Unternehmer

Robert Ketterer, Jahrgang 1969, wollte mal Skilehrer werden, gerne auch Profisportler. Mit den Munich Cowboys brachte er es als Footballspieler immerhin ins Finale um die deutsche Meisterschaft. Am Ende aber stieg er nach der Schule doch in das Unternehmen seines Vaters ein – obwohl er ihm zuvor mehrmals angekündigt hatte, dies garantiert niemals zu tun. 1994 übernahm er die Geschäftsleitung. Seine drei Brüder haben sich beruflich anders orientiert, seine Frau, die früher bei einem Berliner Auktionshaus beschäftigt war, arbeitet ebenfalls im Unternehmen, sie leitet auch Auktionen. Beide haben zwei Söhne.