

»Bei uns ist jede Auktion eine Art Happening«

Das Berliner Auktionshaus am Grunewald hat sich einer Vision verschrieben: große Kunst erschwinglich zu machen.

Ein Gespräch über **Spontankäufe** und den »sexy Kaufprozess«

INTERVIEW: TANJA BEUTHIEN, FOTOS: VERENA BRÜNING



Nach Stationen bei GRISEBACH, KETTERER und der GALERIE KÖNIG führt die Kunsthistorikerin Lena Winter mit ihrem Geschäftspartner Sebastian Greber nun ihr eigenes Auktionshaus in Berlin. Und macht einiges anders als die anderen.

ART: Frau Winter, Sie sind angetreten mit einem Versprechen: weniger elitär zu sein. Und vor allem: zeitgenössische Kunst anzubieten für jüngere Sammlerinnen und Sammler. Ist das Konzept aufgegangen?

Lena Winter: Ja. Die jungen Leute kommen. Wir versteigern Kunst von etablierten Künstlerinnen und Künstlern zu Preisen zwischen 100 und 20 000 Euro, genau die Kategorie, für die sich

die großen Auktionshäuser nicht interessieren.

Dafür hat man aber dort mit Glück ein Investment gemacht ...

Das ist gar nicht unbedingt die Kategorie, in der wir denken. Unsere Käuferinnen und Käufer kaufen direkt für die Wand, nicht fürs Lager. Und wenn man dann da eine Rosemarie Trockel oder einen A. R. Penck hängen hat, also einen großen Namen, ist das definitiv toll.

Das bedeutet für Sie aber auch einen geringeren Umsatz?

Im letzten Jahr haben wir mit einem Gesamtumsatz von 1,2 Millionen direkt schwarze Zahlen geschrieben. Das hätten wir beide nie und nimmer erwartet. Aber vielleicht haben wir auch einfach einen Nerv getroffen. Wir hatten viel Aufmerksamkeit und außerdem das Glück, dass uns eine wichtige deutsche Sammlerin, Christiane zu Salm, einen Teil ihrer Sammlung anvertraut hat, das hat uns sehr geehrt. Außerdem durften wir den Nachlass des Paris-Bar-(Mit-)Gründers Reinald Nohal versteigern.

<
Der Künstler Songhak Ky kam 1972 aus Kambodscha nach Deutschland. Sein »Würfel IV« (1994) wird auf 5000 bis 7000 Euro geschätzt

>
Das Auktionshaus, das
Lena Winter zusammen
mit Sebastian Greber
führt, kann man ohne
Schwellenangst betreten.
Alle Werke, die zum
Verkauf stehen, sind hier
auch ausgestellt

Was unterscheidet Sie denn von den etablierten Häusern?

Wir haben ein Ladenlokal, das man ohne Schwelle betreten kann. Hier gibt es keinen großen Front-Desk, niemand muss sich anmelden. Und unser Alleinstellungsmerkmal ist definitiv, dass wir die Kunst doppelt sichtbar machen: Wir machen Live-Auktionen und stellen die Werke vorher alle aus, die bei anderen Auktionshäusern in den Online-Only-Auktionen verschwinden. Das heißt: Man kriegt das Erlebnis, die Echtheit der Begegnung mit Kunst und Experten und den sexy Kaufprozess, ohne dafür eine hohe fünfstellige Summe hinblättern zu müssen.

Kommen denn wirklich auch die Studentinnen und die Auszubildenden? Wer sind denn Ihre Käuferinnen und Käufer?

Klar, genau die kommen. Auch die Schauspieler vom Volkstheater nebenan kaufen bei uns Kunst. Das sind alles Leute, die wissen, wie gut es tut, mit Kunst zu leben, oder es gerade erst für sich entdeckt haben. Viele, die eben keine Großindustriellen sind und eine Viertelmillion übrig haben für ein Gemälde von Ernst Wilhelm Nay oder von Georg Baselitz. Bis 1000 Euro gibt es bei uns im Saal auch immer viele Spontankäufe. Und Szenenapplaus. Wir verkaufen fast 50 Prozent tatsächlich vor Ort, das ist, glaube ich, wirklich einzigartig. Die Stühle

»Das Publikum greift sich die Stühle und stellt sie irgendwohin. So entsteht Flexibilität und Dynamik«





< Das Logo des Auktionshauses als Neonzeichen im Fenster: eine Sphinx, die die Bismarckbrücke im Grunewald bewacht



< Eine Mitarbeiterin misst ein Gemälde von Ben Vautier aus, Schätzpreis: 3000 bis 4000 Euro
BEN VAUTIER,
SAG ALLES, 1978

▼ Mitarbeiterbesprechung zwischen Flachware. Am Kopfende des Tisches: Mitinhaber Sebastian Greber



werden vom Publikum einfach gegriffen und irgendwohin gestellt, das ergibt eine spezielle Flexibilität und Dynamik und ist deshalb jedes Mal eine Art Happening.

Trauen sich einige da auch zum ersten Mal mitzubieten?

Etwa 20 Prozent in jeder Auktion. Meistens Leute aus Berlin, die dann die Bilder abholen kommen und sagen: Das war mein erster Kunstkauf, das hat so Spaß gemacht, ich bin beim nächsten Mal wieder dabei.

Wie alt sind Ihre Sammlerinnen und Sammler?

Von 18 bis 90, der Großteil ist zwischen 30 und 50 Jahre alt. Auch die 20-Jährigen trauen sich inzwischen, Kunst zu kaufen, das sehe ich an unseren Mitarbeiter:innen Paul und Paolina. Weil alles digital zugänglich ist und weil man mit uns reden kann. Wir versuchen, die Künstlerinnen und Künstler einzuordnen, ihre Hintergründe deutlich zu machen. Wir übersetzen und erklären. Es muss nicht jeder wissen, wer Joseph Beuys ist.

Früher haben Sie für große Auktionshäuser wie KETTERER und GRISEBACH gearbeitet, später für die GALERIE KÖNIG und konnten ein entsprechendes Netzwerk nutzen. Wo finden Sie nun Ihre Kunstwerke?

Teilweise über den Handel. Oft sind dort die Lager und Grafikschränke voll mit alten Schätzen. Und es gibt tatsächlich viele Privatleute, die mit Mitte 40 plötzlich sagen: Vor zehn Jahren habe ich dies oder jenes gekauft, das passt jetzt aber nicht mehr in meine Sammlung. Die kommen dann zu uns, wir lieben das. Schubladen auszu-



räumen ist zwar Fleißarbeit, aber genau das, was ich immer wollte. In der Kunstszene gelten als das Höchste der Gefühle oft die Messen in Basel, Miami und Hongkong – mich hat die finanzielle Steigerungslogik des Jetsets nie interessiert, es ging und geht mir wirklich immer um die Kraft der Kunst als solche, jenseits der Floskel. **Haben Sie ein persönliches Highlight aus dem ersten Auktionsjahr?**

Schon in unserer ersten Auktion haben wir fünfstelligen Ergebnisse erzielen können: Die bedeutenden Werke und das Vertrauen in uns waren von Anfang an da. Eine Zeichnung von Dorothy Iannone hat

»Wir ordnen ein, übersetzen und erklären. Es muss nicht jeder wissen, wer Joseph Beuys ist«

15 000 Euro erzielt. Oder sechs Farberisgrafien von Michel Majerus, die auf einmal auf 12 000 Euro geklettert sind. Da gab es zwei Bieter, die sie unbedingt haben wollten. **Achten Sie auch auf eine Ausgewogenheit von Künstlerinnen und Künstlern in Ihren Sales?**

Auf die Künstlerinnen achte ich. Wenn ein Mann aus den Sechzigern keinen Markt hat, dann nehmen wir ihn nicht. Die Frau schon, also natürlich nur, wenn sie unseren Ansprüchen entspricht.

Was sind denn Ihre Superseller?

Ich mache diesen Job schon so lange und treffe die unterschiedlichsten Leute. Ein Kriterium setzt sich durch: Es ist die Farbigkeit. Und das ist auch völlig in Ordnung. Sebastian, mein Kompagnon, hat außerdem ein Faible für konkrete und geometrische Kunst und vermittelt sie entsprechend; da ist eine richtige Fanbase herangewachsen. Die Leute kommen inzwischen schon, weil sie wissen, dass sie wieder etwas Neues über konkrete Kunst erfahren werden.

▲ Kleine Formate im Uhrzeigersinn (von links unten): Kurt Mühlenhaupt, »Selbstporträt«, 1998; Thorsten Zwinger, »Ohne Titel«, 2006; Emil Orlik, »Schneiderwerkstatt bei Orlik in Prag«, 1898; Karsten Konrad, »Ohne Titel«, 2001. Alle Werke haben Schätzwerte zwischen 100 und 300 Euro

Spielt es auch eine Rolle, dass die jüngere Generation flexibler und mobiler ist und nicht mehr für die Ewigkeit kauft?

Ich denke schon. Andererseits ist Wohnen in Zeiten des Homeoffice auch ungeheuer wichtig. Es gehört dazu, das Leben zu schmücken. Ich bin da ganz bei Matisse: Kunst darf auch Dekoration sein. **Und womit sollte man nun anfangen? Haben Sie einen ultimativen Tipp für Kunsteinsteiger?**

Der besteht aus drei Teilen (ich zitiere da jetzt mal sehr schwammig Hegel): Arbeiten, Wissen, Genuss – ohne Arbeit kein Wissen, ohne Wissen kein Genuss. Man muss sich ein bisschen auf diese Kunstwelt einlassen, sie ernst nehmen. Darf sich aber nicht reinquatschen lassen. Und sollte auf jeden Fall dem eigenen Bauchgefühl vertrauen. //