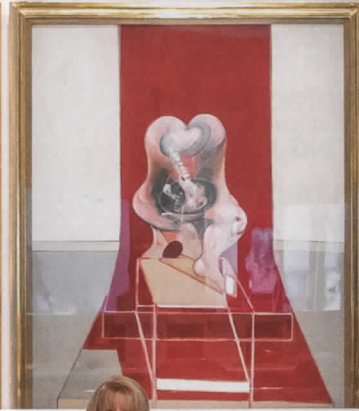


Sotheby's

Sotheby's

Sotheby's

Sotheby's



# Veilingen in coronatijden

## Hoe ver gaat de digitalisering?

Net als de rest van de wereldeconomie werd ook de kunstmarkt grondig verstoord door de coronacrisis. Om te overleven maakten de markspelers massaal gebruik van internet. Niet alleen stelden ze zo hun toekomst veilig, ze bereikten ook een nieuw publiek. Wil dat zeggen dat de fysieke veilingen gedoemd zijn te verdwijnen? Dat is lang niet zeker.

TEKST: CHRISTOPHE DOSOGNE

Sotheby's  
NEW YORK

NEW YORK



De veilingen die Bernaerts in mei en juni 2020 hield in Antwerpen verliepen zonder publiek en met inachtneming van de veiligheidsvoorschriften. © Bernaerts

**D**oor de lockdowns kwam het in maart en april tot een nooit eerder geziene krimp van de wereldeconomie. De internethandel kreeg dan weer een historische boost. Volgens een in juni verschenen onderzoek van consultancybedrijf McKinsey groeide de online dienstverlening in België met ruim 10% ten opzichte van de zes maanden ervoor. De grote winnaar van de coronacrisis is dan ook de internethandel. Zowat de helft van de nieuwe klanten verklaarde voor het eerst iets op internet te hebben gekocht. Bijna 70% van de ondervraagde personen zei dit ook nog te zullen doen, zelfs na de heropening van de fysieke winkels. Deze 'digitale New Deal', zoals sommige analisten het noemen, wordt dus wellicht een blijver in onze samenleving - net als telewerken. Een en ander zal ongetwijfeld nog een flinke boost krijgen wanneer wereldwijd de 5G-technologie wordt uitgerold en de elektronische communicatie nog veel sneller zal verlopen. Het historische experiment waartoe de coronacrisis ons heeft gedwongen, heeft ons doen inzien dat elektronisch communiceren fysieke besmettingen voorkomt en dat het bovendien kostenbesparend is. De kunstmarkt heeft het in ieder geval geen windeieren gelegd. De online veilingen waren zelfs verrassend succesvol.

### Stroomversnelling

Kunstveilingen halen al ruim drie eeuwen geregeld het nieuws met recordopbrengsten. Volgens Artprice veranderde in 2019 wereldwijd een historisch aantal van 550.000 werken van eigenaar via veilingen, alleen al in het segment van de 'fine arts' (tekenkunst, schilderkunst en beeldhouwkunst). De laatste twee decennia scoorde Picasso het best op veilingen, zowel live als online, gevolgd door Andy Warhol en Salvador Dalí. Volgens een begin juli gepubliceerde analyse van verzekeraar Hiscox brachten de onlineveilingen in 2019 \$ 4,8 miljard (€ 4,3 miljard) op, een stijging van 4% ten opzichte van het jaar ervoor. Die groei was in de loop der ja-

In enkele dagen tijd moesten zowat overal ter wereld veilingmeesters zich in een mum van tijd aanpassen aan de nieuwe situatie. Een en ander leidde tot een forse boost van de online veilingen.

ren echter vertraagd: van + 24 % in 2015 naar + 9,8% in 2018. Zoals journalist Roxana Azimi vorig jaar nog opmerkte in L'Hebdo du Quotidien de l'Art, voorspelde Hiscox dat sommige 'pure players' in die sterk verzadigde markt zouden verdwijnen. Herinner u het faillissement van de Duitse veilingssite Auctionata in 2017 en dat van online veilinghuis Paddle8, maart jongstleden. Door de lockdowns kregen de online veilingen echter plots de wind in de zeilen. De online verkoop bij grote veilinghuizen als Christie's, Sotheby's en Phillips was in het eerste trimester van dit jaar bijzonder lucratief. Deze voor de kunstmarkt historische stroomversnelling is natuurlijk een rechtstreeks gevolg van de coronacrisis. In enkele dagen tijd moesten zowat overal ter wereld veilingmeesters zich in een mum van tijd aanpassen aan de nieuwe situatie. Een en ander leidde tot een forse boost van de online veilingen, wat slechts enkele maanden geleden nog volkomen ondenkbaar leek. De kunstmarkt is immers een heel aparte markt, waar een direct contact met kunstwerken altijd zeer belangrijk is geweest.

### Steeds minder weerstand

Gezien dit heel eigen karakter van de kunstmarkt hadden tal van commentatoren altijd volgehouden dat, ondanks de groei van de online handel, het digitale nooit de gesprekken en het enthousiasme bij het zien van een fysiek

kunstwerk zou kunnen vervangen. Niets kon dat directe contact vervangen, dachten ze. De resultaten van de afgelopen maanden lijken echter het tegendeel te bewijzen, al zullen er wellicht nog lang fysieke veilingen worden georganiseerd, voor wie liever een stuk koopt op de aloude wijze. Het koperspubliek dat tot de risicogroep (65+) behoort, krijgt nu de raad lokaal te kopen, en beter nog: online. Het is ook de groep met de grootste koopkracht, vertrouwd met het bieden in een veilingzaal en dus ook niet snel geneigd dat nu via internet te doen. De 69-jarige Belgische kunstverzamelaar en adviseur André Gordts verklaarde in juni nog in The New York Times: "Online initiatieven zullen de fysieke beurzen, veilingen en tentoonstellingen nooit vervangen. Internet is goed om info op te snorren, meer niet." Volgens Hiscox is amper 10% van de verzamelaars die ouder zijn dan zestig van plan kunst te kopen via internet. Bij verzamelaars jonger dan 35 is dat 29%. Toch evolueren die aantallen. Bij Christie's heeft 30% van de 'klassieke' kopers online geboden tijdens de lockdown. Zelfs de meest weigerachtigen lijken dus de stap naar internet te zetten, omdat kopen in een veilingzaal tijdelijk niet meer kan. Christie's, Sotheby's en Phillips hebben hierdoor gouden zaken gedaan: in het eerste trimester van 2020 verkochten ze samen voor \$ 370 miljoen (€ 327 miljoen) via internet. Dat is liefst vijf keer meer dan in 2019. De online veilingen waren goed voor 28,3% van hun omzet. Vorig jaar, tijdens dezelfde periode, was dat slechts 1,2%. Sotheby's gaat er prat op 131% meer lots te hebben verkocht, terwijl de gemiddelde waarde is gestegen met 74%. Die digitalisering lijkt zich overal in de kunstmarkt door te zetten. Ondanks een vertraging van de wereldeconomie verwacht zo'n 80% van de door Hiscox bevroegde marktspelers een groei van de online veilingen in de komende twaalf maanden. En zeggen dat de kunstmarkt nooit erg happig is geweest op de verkoop via internet. Om die groei nu te bestendigen, is er dringend behoefte aan meer transparantie en zal men zich ook moeten aanpassen aan het gebruik van smartphones. Niet minder dan 40% van de voormelde verkoop (\$ 1,9 miljard - € 1,7 miljard) gebeurde via smartphone. Dit alles, ondanks de nog altijd niet te onderschatten logistieke problemen: expertise, opslag en verzending van de stukken. Het is immers ondenkbaar online te kopen zonder te weten hoeveel het transport zal kosten en zonder een tracking-link voor de levering te ontvangen. De veilinghuizen hebben het daar nog altijd moeilijk mee. In de huidige situatie is het ook niet eenvoudig feilloos op een vooraf afgesproken datum te leveren, gezien de uitvoervergunning die daarvoor

vereist is en de inklaringsformaliteiten in de landen van bestemming.

### Sotheby's, een pionier

Dankzij zware inspanningen op technologisch gebied heeft Sotheby's intussen een aanzienlijke voorsprong op zijn rechtstreekse concurrenten. Sinds het veilinghuis in september 2019 voor \$ 3,7 miljard (€ 3,4 miljard) werd overgenomen door de Franse media- en telecommagnaat Patrick Drahi staan online veilingen centraal in de groeistrategie. In 2019 was de internetverkoop nog slechts goed voor 1,2% (\$ 42,8 miljoen - € 39 miljoen) van de omzet. Van half maart tot half mei 2020 hield Sotheby's niet minder dan 46 online veilingen, tegenover 18 in dezelfde periode vorig jaar. In totaal brachten die \$ 95,9 miljoen (€ 84,9 miljoen) op. Cecile Bernard, de algemeen directrice van Sotheby's Frankrijk, durft te voorspellen dat "zo'n 80% van de veilingen bij Sotheby's binnen afzienbare tijd online zullen verlopen." Ook elders zie je die trend naar een versnelde digitalisering. Bij grote rivaal Christie's verwacht men dat zowat de helft van de veilingen via het internet zal verlopen, met onder meer een maandelijkse online veiling vanuit hun filiaal in Parijs. Die histori-



De Brusselse verzamelaar André Gordts. © R.V.

George Condo, 'Antipodal Reunion', 2005. Olieverf op doek, 208,6 x 183,5 cm. Dit werk werd op 24 april 2020 online verkocht voor \$ 1,3 miljoen (€ 1,2 miljoen). Het is het eerste dat de symbolische drempel van een miljoen overschreed. © Sotheby's.



openingspagina  
Het team van Sotheby's in New York, op 30 juni 2020, wanneer het drieluik van Francis Bacon telefonisch wordt toegewezen voor \$ 84,5 miljoen (€ 75,3 miljoen) via veilingmeester Grégoire Billaut. © Sotheby's



Cecile Bernard, directrice van Sotheby's France.  
© Sotheby's.

sche ommekeer wordt verklaard door verschillende factoren. Toen enkele jaren geleden uitsluitend via internet verlopende kunstveilingen werden gehouden, bestond het aanbod uit stukken van eerder geringe waarde. Door de spectaculaire ontwikkeling van de e-business brengen de online veilingen nu al ongeveer evenveel op als de traditionele veilingen, vooral in het middensegment (€ 5.000 tot 100.000). De vraag in dit marktsegment is bijzonder sterk. Het aanbod bestaat dan ook uit stukken die 'makkelijk verkoopbaar' zijn, wegens betaalbaar en afkomstig van zeer populaire kunstenaars, die kunnen rekenen op het vertrouwen van de nieuwe bidders. Het percentage niet-verkochte lots bedraagt zo'n 20%. De risico's zijn dus beperkt. De keerzijde van de medaille is dat de winstmarge nogal klein is. Zoals altijd bij internetverkoop is het de bedoeling zoveel mogelijk personen te bereiken, en dus zoveel mogelijk nieuwe klanten te lokken. De winst vergroten kan enkel door geleidelijk aan de kwaliteit en dus de intrinsieke waarde van de aangeboden stukken te verhogen.

### Psychologische drempel

Daarvoor was het nodig de grens van een miljoen euro te halen, een psychologische drempel die niet zo lang geleden nog ondenkbaar leek voor 'virtuele' kunstwerken, omdat verzamelaars aarzelden zo'n grote som neer te tellen bij online veilingen. Bij Artcurial, het grootste Franse veilinghuis, bedraagt de waarde van een online verkocht lot gemiddeld nog steeds maar zo'n € 700, terwijl dat bij fysieke veilingen zo'n € 14.000 is. De vroeger onhaalbaar geachte drempel van een miljoen werd op 21 april overschreden. Dat gebeurde bij Sotheby's toen het werk 'Antipodal Reunion' (2005) van de Amerikaanse portrettist Georges Condo, in Brussel

gepromoot door de galerie van Xavier Hufkens, van de hand ging voor \$ 1,3 miljoen (€ 1,2 miljoen). In totaal boekte Sotheby's met die veiling van hedendaagse kunst een recordomzet van \$ 6,4 miljoen (€ 5,6 miljoen), heel wat meer dan verwacht. Voor Sotheby's, en voor zijn concurrenten, die de resultaten van andere veilinghuizen aandachtig volgen, was dit resultaat een hele opsteker: de kopers zijn nog steeds van de partij, zelfs voor aankopen van meer dan € 100.000. Een en ander bewijst ook dat ze vertrouwen hebben in het systeem van online veilingen en dat een werk 'in levenden lijve' zien geen absolute must meer is, zelfs niet voor duurdere werken. Zo'n 30 à 35% van de bidders waren nieuwkomers. Dat is best indrukwekkend. Men is dus niet bang meer om via internet te kopen, temeer daar je dankzij de nieuwe communicatiemiddelen nu echt wel een bijzonder duidelijk beeld van de aangeboden stukken te zien krijgt. Kers op de taart voor Sotheby's is dat ook de geografische reikwijdte intact bleef, met gegadigden uit 31 landen. 29 kopers waren nieuwkomers in dit segment. Sommige deden zelfs voor de allereerste keer zaken met het veilinghuis. De online veilingen in april bij Sotheby's brachten in totaal zo'n \$ 36 miljoen (€ 32 miljoen) in het laatje. Dat is meer dan het dubbele ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Het

Kopers hebben vertrouwen in online veilingen. Een werk 'in levenden lijve' zien is geen absolute must meer, zelfs niet voor duurdere werken.



De staf van Christie's in New York, tijdens de veiling 'One', op 10 juli. © Christie's Images Ltd.



aanbod omvatte onder meer tal van luxeproducten, zoals accessoires, handtassen en wijnen, waar veel belangstelling voor was. Verder ook juwelen en oude schilderijen, die konden rekenen op de interesse van minder grote kenners, die dan ook minder veeleisend waren. Toen de lockdown nog in volle gang was in New York, de belangrijkste veilingmarkt in de Verenigde Staten, verklaarde economie Clare McAndrew, die het jaarlijkse rapport over de kunstmarkt ('Global Art Market Report') had opgesteld voor Art Basel en UBS, in The New York Times: "Het is de prikkel die de kunstmarkt nodig had om online te groeien." In Europa zie je hetzelfde fenomeen: Interenchères, een website waar je live veilingen kunt volgen en zelf ook kunt bieden, en waar meer dan driehonderd Franse veilinghuizen bij zijn aangesloten, stelde in mei 2020 vast dat het aantal verkochte stukken (alle categorieën) was gestegen met 126,4% ten opzichte van mei 2019. Op 28 mei waren meer dan 100.000 gegadigden online en werd 37.000 keer een bod uitgebracht (meer dan één per seconde). Van de kandidaat-kopers die tijdens de lockdown actief waren op de website van Interenchères had 47% nooit eerder gekocht op een veiling, terwijl 13% van de aankopen werd verricht door buitenlanders.

### Toegevoegde waarde

Nu Sotheby's zo prominent aan de digitale leiding staat, kon grote rivaal Christie's, sinds 1998 eigendom van de Franse zakenman

François Pinault, natuurlijk niet bij de pakken blijven neerzitten. Het veilinghuis had zich altijd erg terughoudend opgesteld, hoewel de directe veilingen het al een tiental jaar minder goed deden en de verkoop via internet aanzienlijk was gegroeid. In 2019 was de internetverkoop zelfs gestegen met 11% ten opzichte van 2018. Van alle internationale klanten had 64% online geboden. Van de nieuwe klanten had 41% zich aangemeld via internet. Christie's had twee maanden van tests en voorbereidingen nodig vóór het eind mei voluit kon inzetten op de internetverkoop. Het veilinghuis zette meteen ook zwaar in op een kwaliteitsverbetering van het aanbod. Marc Porter, de voorzitter van Christie's Americas, verdedigt die aanpak als volgt: "De klanten leren de objecten nu anders ontdekken en beleven ze ook op een fundamenteel andere manier dan tien jaar geleden."

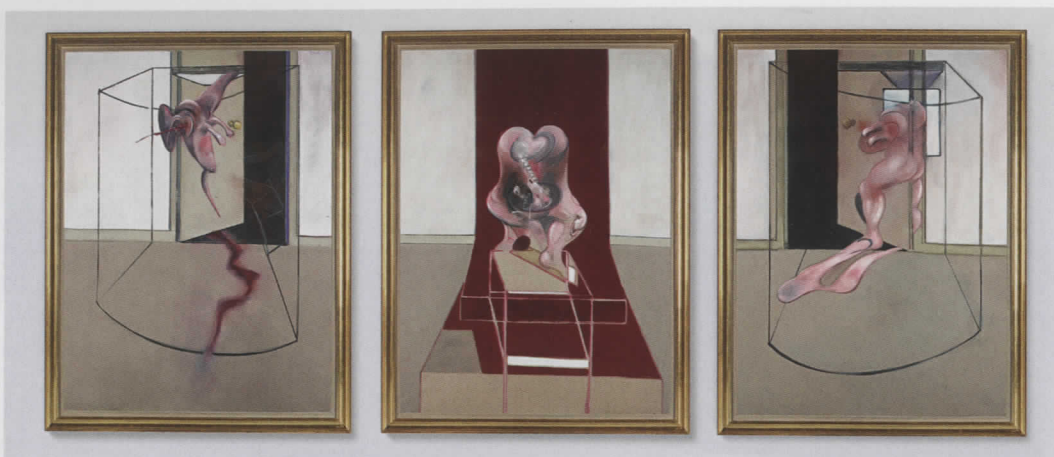
Behalve inzetten op een aanbod van betere kwaliteit, mikken beide concurrenten ook op de online inhoud, door af te stappen van gedrukte catalogi (voorlopig zijn er al de helft minder), met een dynamischer verhaal en een grotere toegevoegde waarde. Die trend werd al zichtbaar in 2019. Het aantal bezoekers van de verschillende contentkanalen van Christie's was toen met 32% gestegen. Het veilinghuis stelde ook vast dat de bezoekers van zijn website die geboeid waren door de aangeboden content (verhalen, video's, enz.) zowat 30% meer geneigd waren een bod uit te brengen bij

Het Antwerpse veilinghuis Bernaerts zet tegenwoordig drones in om de werken te presenteren tijdens zijn online veilingen. © Bernaerts.



Clare McAndrew, auteur van de Global Art Market Report.  
© R.V.

Francis Bacon, 'Triptych Inspired by the Oresteia of Aeschylus', 1981. Olieverf op doek, 198,1 x 142,2 cm elk. © Sotheby's



een veiling dan bezoekers die daar niet meteen door geboeid waren. Technologie zal dus ongetwijfeld een belangrijke rol spelen in de manier waarop de grote veilinghuizen hun toekomstige projecten uitwerken. Bij Artcurial zijn ze echter nog lang niet zo ver: het computersysteem moet dringend aangepast worden aan het geplande digitale project, maar volgens L'Hebdo du Quotidien de l'Art vergt dat een investering van verschillende miljoenen euro's.

### Marathonveiling

Het technologische opbod speelde een belangrijke rol bij de grote avondveiling die Sotheby's op 29 juni hield. Het was meteen de eerste grote test in het topsegment van de internationale markt sinds het begin van de pandemie. De liefst 4,5 uur durende internetveiling in Hongkong, Londen en New York was een schot in de roos: ze bracht \$ 363,2 miljoen (€ 321,4 miljoen) op, kosten inbegrepen. In haar verslag over deze futuristische show georkestreerd door een Brits productiehuis schreef Georgina Adam, een journaliste van The Art Newspaper: "Alles aan deze veiling was vernieuwend. Het was de eerste grote avondveiling die volledig online verliep. Veilingmeester Oliver Barker kwam in beeld zittend in een cabine, in Londen, waar hij reageerde op de geboden bedragen die verschenen op de schermen voor hem. Op die schermen waren specialisten uit de drie steden te zien, die hem de geboden bedragen meedeelden. Ook online waren er kandidaat-kopers actief." Van de aangeboden lots (moderne, naoorlogse en hedendaagse kunst) ging 93,2% van de hand. Er werden verschillende records gevestigd. Zo bracht 'Garden Party' (1961-62) van Joan Mitchell \$ 7,9 miljoen op (€ 7 miljoen), terwijl 'Untitled' (1982) van Jean-Michel Basquiat werd afgehamerd op \$ 15,2 miljoen (€ 13,4 miljoen). Sensationeel was vooral het bod van \$ 84,5 miljoen (€ 74,8 miljoen) voor het topstuk

van de veiling, 'Triptych Inspired by the Oresteia of Aeschylus' (1981) van Francis Bacon, toegewezen na een meer dan tien minuten durende bidstrijd. Die resultaten versterkten natuurlijk meteen ook het vertrouwen in de online verkoop van kwaliteitswerken. De veiling werd met gespannen aandacht gevolgd door vakmensen van overal ter wereld. Ze bewees in ieder geval dat de vraag niet heeft geleden onder de pandemie en dat er nog altijd genoeg geïnteresseerde en koopkrachtige kandidaat-kopers zijn, die stonden te popelen om weer te mogen bieden. Het enige minpunt is dat de opbrengst (\$ 363,2 miljoen voor de drie veilingen samen) ver onder die van een jaar geleden lag, toen Sotheby's in New York met een enkele avondveiling op 16 mei 2019, bijna evenveel binnenhaalde met impressionistische en moderne kunst, namelijk \$ 342 miljoen. Op 2 juli hield ook Phillips een online veiling vanuit New York. Het ging om een kleine maar boeiende veiling van hedendaagse kunst, de specialiteit van het veilinghuis. Die bracht niet minder dan \$ 41 miljoen (€ 36,3 miljoen) op, kosten inbegrepen. Alle lots gingen de deur uit. Ook die opbrengst lag echter ver onder de resultaten van 2019. Het hoogste bod ging ook hier naar een werk van Joan Mitchell, met name 'Noel' (1961-62). Het werd afgehamerd op \$ 11,2 miljoen (€ 9,9 miljoen).

### Opbod

De reactie van rivaal Christie's liet niet lang op zich wachten. Op 10 juli hield het veilinghuis in vier steden (Hongkong, Londen, Parijs en New York), live een intercontinentale veiling, onder de titel 'One. A global sale of the 20th Century'. Vier veilingmeesters losten elkaar af bij de verkoping van tachtig lots impressionistische, moderne, naoorlogse en hedendaagse kunst, en design. Elk van hen reageerde op de geboden bedragen die telefonisch werden doorgegeven of kwamen van een beperkt aantal bidders in de zaal, telkens uitgedrukt in de lokale munt. Een



Marc Porter, president van Christie's Americas. © Christie's Images Ltd.

De duurste lots gaan weliswaar nog steeds naar telefonische bidders, maar Haynault stelt toch vast dat er 20 à 30% meer online wordt geboden.

en ander speelde zich af voor de ogen van meer dan twintigduizend geïnteresseerden, ingelogd op het platform Christie's Live. De opbrengst was indrukwekkend: \$ 420,9 miljoen (€ 372,6 miljoen), inclusief kosten. Voor 94% van de lots werd een koper gevonden: 37% ging naar de V.S., 38% naar Europa, het Midden-Oosten, Rusland en India, en 26% naar Azië. De opbrengst was groter dan die bij Sotheby's, twee weken eerder. Er was veel belangstelling vanwege Aziatische gegadigden, ingelogd voor de eerste fase van de veiling en online gebleven om deel te nemen aan de volgende. Het klapstuk was 'Nude with Joyous Painting' (1994) van Roy Lichtenstein, toegewezen in New York voor \$ 46,2 miljoen (€ 40,9 miljoen), kosten inbegrepen. Popart met naakte vrouwen ligt duidelijk nog altijd bijzonder goed in de markt. Het schilderij 'Les femmes d'Alger (version 'F')' (1955) van Pablo Picasso, al zo'n twintig jaar de nummer 1 op de veilingmarkt, ging van de hand voor \$ 29,2 miljoen (€ 25,9 miljoen), inclusief kosten. Er werden ook verschillende nieuwe wereldrecords gevestigd, onder meer voor George Condo, wiens 'Force Field' (2010)

in Hongkong werd afgehamerd op HK\$ 53,1 miljoen (€ 6 miljoen). Aan het einde van de vier uur durende marathonveiling verklaarde Jussi Pylkkänen, de voorzitter van Christie's en tevens de hoofd-veilingmeester van het Londense gedeelte van de verkoping: "Voor ons was dit een gelegenheid om een nieuwe manier van veilen uit te testen. Ik kijk al reikhalzend uit naar het moment waarop we online veilingen kunnen combineren met fysieke veilingen, op hetzelfde moment, wereldwijd, maar met een beperkt aantal zorgvuldig geselecteerde lots. Ik denk dat we daar verbluffende resultaten mee kunnen boeken." Compactere formules lijken dus veelbelovend. Nóg compactere formules, maar dan van een veel hogere prijsklasse, zijn er nu al. Zo was er op 28 juni een veiling georganiseerd door Loïc Gouzer, op zijn platform Fair Warning. Gouzer was vroeger het hoofd van de afdeling naoorlogse en hedendaagse kunst bij Christie's. Iedere zondag, om 17 uur stipt, presenteert hij op dat platform een exclusief werk, omschreven als een zeldzame parel, aan een select groepje verzamelaars. Aan deze live VIP-veilingen mag je enkel deelnemen op uitnodiging. Het lot wordt verkocht wanneer geen enkele van de happy few nog een hoger bod uitbrengt. De formule lijkt een succes te zijn. Bij de allereerste veiling op 28 juni werd meteen een record geboekt: \$ 437.000 (€ 390.000), inclusief kosten (15%, tegenover 20 à 25% bij de grote veilinghuizen), voor 'The Synthesist' (2018) van Steven Shearer. Dat is aanzienlijk meer dan verwacht en ook stukken meer dan het vorige veilingrecord voor deze kunstenaar (\$ 164.000).



Veilingmeester Henry Highley in het hoofdkantoor van Phillips in Londen, tijdens de onlineveiling van 2 juli, die \$ 41 miljoen (€ 36,2 miljoen) in het laatje bracht. © Phillips.



Rodolphe de Maleingreau, directeur van het Brusselse veilinghuis Haynault. © Haynault.



Jussi Pylkkänen, voorzitter van Christie's World. © Christie's Images Ltd.



Loïc Gouzer, het vroegere hoofd van de afdeling na-orlogse en hedendaagse kunst bij Christie's in New York en oprichter van het platform voor online veilingen Fair Warning. © Christie's Images Ltd.

Oliver Barker, veilingmeester bij Sotheby's, leidde op 30 juni 2020 de veiling via internet en video in goede banen. © Sotheby's.

**Rechterpagina**  
Steven Shearer, 'Synthist', 2018. Olieverf en oliepastel op doek, gespannen op paneel, 36,3 x 28,4 x 4,3 cm. Toegewezen voor \$ 437.000 (€ 390.000), inclusief kosten, op 28 juni, via Fair Warning. © De kunstenaar. Met toestemming van Fair Warning.

## De kracht van garantie

Wat te denken van al die straffe resultaten? Goed ingelichte waarnemers bevestigen dat er de laatste maanden inderdaad een verschuiving van het fysieke naar het digitale heeft plaatsgevonden, maar ze twifelen nog of dat succes zal blijven duren. Een terugkeer naar vroeger is hoe dan ook nog niet voor meteen. Het koperspubliek zal nog maandenlang aarzelen weer naar een veilingzaal te stappen, en al zeker bij een opflakkeren van de pandemie. De toch wel spectaculaire resultaten, vooral in juni en juli, lijken grotendeels te danken aan het waarborgsysteem, waarbij een verkoper zeker is dat het lot een minimumbedrag zal opbrengen, ongeacht het verloop van de veiling. Zo waren bij Christie's 38 van de 80 lots gedekt door zo'n garantie. Op twee na waren ze alle gedekt door derden (voor meer dan \$ 230 miljoen). Een en ander houdt in dat het veilinghuis of een derde (in samenwerking met het veilinghuis, dat dan optreedt als tussenpersoon) het werk koopt voor een bedrag dat al voor de veiling werd vastgesteld. Dat gebeurt wanneer er geen bod komt dat het gewaarborgde bedrag overtreft. Wordt het lot verkocht voor een hoger bedrag, dan krijgt de partij die het minimumbedrag garandeerde een percentage op de meerwaarde. Zo'n waarborg moet een aarzelende eigenaar ertoe aansporen zijn werk toch te laten veilen en het dan natuurlijk toe te vertrouwen aan het vei-

linghuis dat hem of haar dit aanbod doet. Nadat de hele wereld werd getroffen door de coronacrisis waren de grote veilinghuizen het aan hun reputatie verplicht te blijven uitpakken met prestigieuze lots, die misschien wel recordbedragen zouden opleveren. Dankzij het waarborgsysteem wisten Christie's en Sotheby's, zelfs in deze moeilijke tijden, toch nog topstukken te strikken. Het was dus aan de reputatie en de financiële slagkracht van de grote marktspelers te danken dat er de laatste maanden toch nog topstukken onder de hamer gingen. Ook de persoonlijkheid van een ervaren veilingmeester speelt een belangrijke rol. Een en ander kan de opbrengst van een veiling wel 10% hoger doen uitvallen, zoals we op 29 juni nog konden zien op een veiling bij Sotheby's, waar de charismatische Oliver Barker de veilinghamer hanteerde. Fysieke veilingen in een zaal zijn dus nog lang niet afgeschreven!

## Gelijkaardige parameters in België

En hoe zit het in België? Heeft de coronacrisis ook hier de overstap naar het digitale versneld? Het Antwerpse veilinghuis Bernaerts is een pionier op dat gebied. Reeds in 2011 hield het een eerste live veiling via internet. Bij hen zorgde de pandemie dan ook niet meteen voor een grote ommekeer. De vaste klanten van het veilinghuis hadden immers al ervaring met online bieden. Bernaerts heeft zijn aanbod nu wel uitgebreid en



heeft ook nieuwe tools gecreëerd. In navolging van de grote internationale veilinghuizen zet Bernaerts nu ook in op een grotere zichtbaarheid, met name wat content en beeldmateriaal betreft. Zo heeft Peter Bernaerts voor de belangrijkste lots van de laatste veilingen video's met de nodige toelichting laten maken, waarna die op Instagram, Facebook en YouTube werden gezet. Die werden door een groot aantal geïnteresseerden bekeken. Sinds het begin van de lockdown is het aantal online veilingen via drie platformen (Invaluable, Drouotlive en Bernaerts.live) verviervoudigd, en dit ongeacht de prijsklasse, van € 150 tot 35.000. Het door Rodolphe de Maleingreau geleide Brusselse veilinghuis Haynault bevestigt die trend. De verkoop is er met 15% gestegen ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Het bedrijf haalde zelfs zo'n 60% van de gemiddelde jaaromzet binnen tijdens de lockdown, net dankzij de digitale technologieën. De duurste lots (meer dan € 20.000) gaan weliswaar nog steeds naar telefonische bidders, maar het veilinghuis stelt toch vast dat er 20 à 30% meer online wordt geboden. Hetzelfde hoor je bij het Belgische filiaal van Cornette de Saint Cyr. Daar merkt men sinds het begin van de lockdown een stijging van 10 à 15% wat betreft het aantal winnende bidders via internet. Directeur Wilfried Vacher verduidelijkt: "Deze stijging betreft hoofdzakelijk lots met een waarde tussen driehonderd en tienduizend euro. Voor duurdere werken bieden

kandidaat-kopers liever telefonisch of in de zaal." Deze drie Belgische veilinghuizen verwachten een verdere stijging van de onlineverkoop, maar zien ook nog een mooie toekomst voor de fysieke veilingen, in de zaal dus. Voor Peter Bernaerts zorgen "menselijke contacten, dialoog en gedachtewisselingen" voor de nodige sfeer op een veiling. Hij ziet daar dan ook niet snel verandering in komen. Krijgt hij op middellange termijn gelijk? Zowel in België als in het buitenland zal het verdere verloop van de pandemie dat uitwijzen, maar in ieder geval zal de crisis van 2020 zijn sporen nalaten.



Veilingmeester Adrien Meyer, in New York, had de leiding over de vierde en laatste fase van de veiling 'One' bij Christie's, op 10 juli. © Christie's Images Ltd.



Peter Bernaerts, directeur van het gelijknamige Antwerpse veilinghuis. © Foto: Thibault Gregoire.



Wilfried Vacher, directeur van Cornette de Saint Cyr België. © Cornette de Saint Cyr.

