

Lauritz.com

Regina Voges



ONLINE-GESCHÄFT

„Bin ich schon drin – oder was?“, fragte sich Tennis-Altstar Boris Becker 1999 in einer Werbekampagne des Internet-Providers AOL. Zur Jahrtausendwende verfügten erst 16 Prozent der bundesdeutschen Haushalte über einen Internetanschluss. Die elektronische Vernetzung steckte noch in den Kinderschuhen. Die Wirtschaft war gerade erst dabei, Chancen und Risiken der modernen Kommunikation auszuloten. Der Kunsthandel stand vor einer Revolution, aber wenige ahnten, wohin die Reise durch die virtuelle Welt gehen sollte. Als erstes erkannten die Antiquariate das World Wide Web als riesengroße Plattform, auf der Anbieter und Nachfragende schneller zusammenfinden. Währenddessen mussten Auktionsriesen wie Sotheby's erst einmal kräftig Lehrgeld bezahlen: Die Kooperation des Marktführers mit eBay scheiterte schon nach kurzer Zeit. Sotheby's soll mit diesem Fehlstart ins Online-Geschäft 100 Millionen Dollar versenkt haben. Just zu dieser Zeit macht sich ein Schwede darüber Gedanken, wie der Auktionshandel der Zukunft aussehen könnte. Bengt Sundström hatte 1998 das kleine, traditionsreiche dänische Auktionshaus Lauritz Christensen Auktioner erworben. Erfahrungen im Versteigerungsmetier hatte er zuvor bei Bruun Rasmussen in Kopenhagen gesammelt und da-

5.400 Euro war dieser seltene Arbeitsstuhl von Hans J. Wegner 2005 einem Bieter wert. Das Modell mit der Bezeichnung „Swivel Chair PP 502“ ist ein Entwurf von 1955, Ausführung wohl 70er-Jahre

Sideboard von Antoine Philippon & Jacqueline Lecoq, Modell 1307 für Behr Germany, Entwurf 1964/65, im April 2009 bei Lauritz.com für 5.800 Euro (Taxe: 3000) verkauft



Das Sprossensofa Modell 1789 von Børge Mogensen, entworfen 1945 und ausgeführt von Fritz Hansen, ist ein regelmäßiger Gast im Angebot von Lauritz.com. Dieses Exemplar erzielte im März einen Zuschlagspreis von 1810 Euro

bei erfahren, was dem Kunden wichtig ist: das sinnliche Vergnügen, durch Ausstellungen zu streifen, Dinge zu berühren, sie in Augenschein zu nehmen. Unersetzlich schien ihm auch die Rolle der verlässlichen Experten, die dem zweitältesten Gewerbe erst die solide Vertrauensbasis schaffen. Beide Faktoren müssten sich, so Sundstrøms Überlegung, mit der weltweiten Zugänglichkeit und Reichweite des Internet kombinieren lassen. Kurzum: Das Auktionshaus der Zukunft müsse virtuelle und physische Räume vereinen.



AUF WACHSTUMSKURS

Als Bengt Sundstrøm im Dezember 1999 mit seinem Unternehmen „Lauritz.com“ an den Start ging und die ersten Kunstgegenstände in einer Internetauktion anbot, erntete er bei seinen Kollegen nur Kopfschütteln. Nicht wenige prophezeiten ihm das schnelle Ende seiner jungen Firma. Im ersten Geschäftsjahr belief sich der Umsatz auf bescheidene zwei Millionen Euro, doch dann ging es steil nach oben. Schon 2006 wurden Waren für 67 Millionen Euro durch Lauritz.com verkauft, 2010 waren es 88,5 Millionen und dieses Jahr soll gar die 100-Millionen-Grenze geknackt werden.

Dank Sundstrøms innovativer Geschäftsidee hat sich Lauritz.com in kürzester Zeit an die Spitze der nord-europäischen Kunstauktionswelt kaputtuliert. Das Geheimnis liegt in der physischen Nähe zum Kunden bei

gleichzeitiger 24-stündiger virtueller Präsenz. Täglich können potenzielle Einlieferer in einer der 17 Filialen in Dänemark, Schweden oder Deutschland Objekte anbieten und von Experten schätzen lassen. Gleichzeitig können sich potenzielle



Unternehmer mit großen Zielen: Mette Margrethe Rode Sundstrøm und Bengt Sundstrøm

Oliver Diekert leitet die Filiale in Hamburg

Zoran Kujundzic ist erfolgreicher Franchise-Partner von Lauritz.com in Düsseldorf



Käufer in den Filialen über das Objekt ihrer Begierde rundum informieren. Ersteigern lassen sich die Wunschobjekte jedoch ausschließlich im Internet. Der Auktionator mit dem Hämmerchen ist verschwunden und durch einen System-Administrator ersetzt worden. Auch gedruckte Kataloge – ein nicht unerheblicher Kostenfaktor im traditionellen Versteigerungsgeschäft – gibt es nicht. Informationen und Objektbeschreibungen sind ausschließlich über die Website oder im direkten Kontakt mit den Mitarbeitern des Unternehmens erhältlich.

ZUSCHÄGE IM MINUTENTAKT

Bis zu drei Wochen bleiben die Angebote jeweils im Netz, ununterbrochen kann geboten werden, im Minutentakt werden Zuschläge erteilt. Kommt es in den letzten Sekunden noch zu Geboten, wird die Auktion um einige Minuten verlängert – niemand soll schließlich Opfer einer lahmen Datenleitung werden. Das Countdown-Verfahren, bei dem bis zu einem festgesetzten Termin Angebote abgegeben werden können, erinnert an eBay, doch gibt es wesentliche Unterschiede zu der Verkaufsplattform. Bei den Dänen steht immer ein Expertenurteil zwischen Anbieter und Käufer, und nur Dinge ab einem Schätzwert von 100 Euro werden angenommen. Auch die Abwicklung von Erwerb oder Verkauf ist sicherer: Bezahlt werden kann nicht nur per Kreditkarte im Netz, sondern auch per Überweisung oder bar in einer der Filialen. Das ist vor allem älteren Kunden sympathischer. Vorbildliche Unterstützung findet der Kunde obendrein bei logistischen Fragen. Schon bei der Recherche im Online-Katalog wird der registrierte Nutzer über mögliche Transportkosten informiert, sobald er eine Losnummer anklickt. Zudem wird das Rückgaberecht großzügig gehandhabt: Sollte das ersteigerte Objekt nicht gefallen, kann der Kauf inner-

Gern gesehener Gast bei Lauritz.com: Der Armlehnstuhl DAH von Charles und Ray Eames, produziert von Vitra, lockt bei einem Schätzwert von 400 Euro die Designfreunde aus aller Welt

Kultiges fürs Heimbüro: Der Alu Chair EA 107, im Jahre 1958 von Charles und Ray Eames entworfen und von Vitra produziert, wurde kürzlich zum Mindestpreis von 400 Euro offeriert

Kein Tag ohne Ameise! Der Erfolgsstuhl von Arne Jacobsen ist quasi Dauergast bei Lauritz.com. Oft wird er auch als Neuware angeboten. Diese vier farbenfrohen Exemplare auf jeweils vier Beinen wurden im März für insgesamt 577 Euro verkauft. Im Möbelhandel wird der Stuhl zum regulären Stückpreis um 350 Euro angeboten

halb von 14 Tagen rückgängig gemacht werden. Es gibt eine unbegrenzte Echtheitsgarantie. Sollte es sich auch erst nach vielen Jahren herausstellen, dass ein Objekt auf Grund einer irrtümlich falschen Beschreibung erstanden wurde, erhält der Käufer sein Geld zurück. Verkäufer zahlen eine Provision von zehn Prozent inklusive Mehrwertsteuer, mindestens aber 35 Euro. Käufer müssen eine Gebühr von zwanzig Prozent inklusive Mehrwertsteuer plus einer Zuschlagsgebühr von zehn Euro entrichten. Sollte ein Objekt nicht verkauft werden, entstehen dem Anbieter keinerlei Kosten.

VORBILD IKEA

Seinem erklärten Ziel, das Auktionsgeschäft zu entmystifizieren und zu demokratisieren ist Bengt Sundström in den zurückliegenden Jahren ein gutes Stück näher gekommen. Längst arbeitet er nicht mehr allein an der Verwirklichung seiner Vision. 2001 kam Mette Margrethe Rode als stellvertretende Geschäftsführerin ins Unternehmen, wurde verant-

Verner Pantons „Pantonic Chair 5010“, entworfen 1992 für Studio Hag, erzielte im November 2009 einen Verkaufspreis von 600 Euro

Dieser Arztschrank von Baisch Germany aus den 1950er-/60er-Jahren hat wahrscheinlich ein neues Leben als Bar angetreten. Das kultige Stahlmöbel fand im Januar für 450 Euro einen Liebhaber

Sessel-Skulptur oder Skulptur-Sessel? Der „Oiseau d'argent“ von François-Xavier Lalanne (1927-2008) zählt zu den wenig alltäglichen Angeboten im Riesen-Online-Katalog. Im vergangenen November wurde der auf 9.000 Euro taxierte Silbervogel aus Aluminium für 1.700 Euro verkauft

Dieses Set von fünf bunten Pool-Leuchten wurde um 1970 von Hans Gugelot für Varta entworfen und 1972 mit dem Bundespreis „Gute Form“ ausgezeichnet – ein sehr schönes Beispiel deutscher Designgeschichte, das im November 2009 schon für 375 Euro zu haben war

wortlich für die Strukturierung des Konzepts, die Entwicklung der Organisation und für die Kommunikation. Seit 2005 sind Sundstrøm und Rode auch privat ein Paar, haben geheiratet und stehen nun gemeinsam an der Spitze der Firma, die sie gern als ihre „Passionsfabrik“ bezeichnen. Bengt Sundstrøm fungiert als Vorstandsvorsitzender, Mette Margrethe Rode Sundstrøm als Geschäftsführerin. Die Kunden von Lauritz.com entstammen allen gesellschaftlichen Schichten. Ob Studenten,

Rentner, Top-Manager, passionierte Sammler, Hausfrauen, Händler – das abwechslungsreiche Warensortiment spricht so gut wie jede Alters- und Einkommensgruppe an. In jeder Woche, so das Unternehmen, vergrößert sich der Kreis um 2.300 Neukunden, werden 550.000 Besuche der Website und 200.000 Gebote registriert. Bieter und Verkäufer kommen aus 218 verschiedenen Ländern – also aus praktisch jedem Winkel der Erde. Die Zahl registrierter Nutzer wird auf etwa 765.000 beziffert. Im Durchschnitt klickt sich jeder Besucher 18 Minuten lang durch das umfangreiche Angebot. Es umfasst alles vom Luxusschnäppchen bis zu kostbaren Werken aus den Bereichen Kunst, Design, Antiquitäten und Kuriosa. Täglich kommen 1.400 neue Objekte hinzu, im Durchschnitt umfasst der Online-Katalog ständig 7.000 Artikel. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 265.000 Warennummern versteigert. Die Verkaufsquote liegt bei über neunzig Prozent. Nur fünf Prozent der Kunden machen übrigens von der Möglichkeit Gebrauch, die Ware persönlich in Augenschein zu nehmen.

SCHWERPUNKT DESIGN

Modernes und speziell skandinavisches Interior-Design hat sich derweil als Schwerpunkt-Geschäft bei Lauritz.com etabliert. Wer Corbusier-Sofas, Lounge-Sessel von Eames oder Thonet-Mobiliar von Josef Hoffmann sucht, braucht nur ein wenig Geduld, bis das Traummöbel auftaucht. Kaum ein Tag vergeht, an dem sich nicht „Ameise“, „Ei“





„Aut-Aut“ von Asger Jorn (1914-1973), 1958, wurde 2009 für 97.212 Euro verkauft (© VG Bild-Kunst, Bonn)

Auf der Hitliste der höchsten Zuschläge nimmt dieses Schlitzbild von Lucio Fontana (1899-1968) Platz drei ein. „Concetto spaziale“, 1967 in einer Galerie in Malmö erworben, brachte seinem Besitzer jüngst 138.752 Euro ein (© VG Bild-Kunst, Bonn)

oder „Schwan“ – die kultigen Stühle und Sessel von Arne Jacobsen – einfinden. Designklassiker wie der China- und Y-Stuhl von H.J. Wegner, Lounge-Sessel von Poul Kjærholm, Palisander-Sideboards von Niels O. Møller, das Sprossensofa von Børge Mogensen oder Leuchten von Poul Henningsen sind ebenfalls regelmäßig vertreten und finden in der Regel schnell ihre Abnehmer, meistens zu den von den Experten ermittelten Schätzpreisen. Dass sich kenntnisreiche Sammler im bietenden Publikum befinden müssen, beweisen die Zuschlagspreise für Vintage-Stücke etwa von Arne Jacobsen. Im Februar beispielsweise wurde ein „Ei“ aus den 1950er-Jahren, teilweise ungepolstert und mit arg ramponiertem Bezug, für über 5.000 Euro verkauft. Überhaupt sind bei den Designklassikern sehr zur Freude der Einlieferer selten Schnäppchen zu machen. Gerade dieser Bereich profitiert vom Kenntnisreichtum der Experten auf der einen und einem gut informierten Bieter-Publikum auf der anderen Seite. Etwa die Hälfte der 230 Mitarbeiter in den 17 Filialen sind Sachverständige. Zuweilen stoßen sie auf echte Fundstücke, die – von ihren Besitzern über Jahre unbeachtet – nur knapp dem Sperrmüll entgehen und in der Versteigerung Spitzenpreise einbringen. So erging es zum Beispiel einer Norwegerin, die bei einer Haushaltsauflösung einen seltenen „Ochsenstuhl mit Fußbank“ von Arne Jacobsen entdeckte. Das Stück wurde vom norwegischen Hinterhof zu Lauritz.com in Dänemark geschickt und schließlich für 18.000 Euro verkauft.

Freunde der wieder aufgelebten skandinavischen Welle, denen es weniger auf große Namen ankommt, können dagegen äußerst preiswert schmucke Einrichtungsgegenstände ersteigern. Die Zuschläge für Sideboards oder Esstische mit dem Charme der 1960er-Jahre bewegen sich vielfach im dreistelligen Bereich – interessant für junge Leute mit Sinn

für qualitätvolle Verarbeitung. Und um dieses Bieter-Publikum geht es den ehrgeizigen Unternehmern aus dem Norden: Lauritz.com versteht sich eher als Einrichtungshaus. Es arbeitet daran, dem Versteigerungsgewerbe den Snob-Appeal zu nehmen. Der Einkauf in einer der Filialen soll nach dem Willen seines Gründers so selbstverständlich sein wie der Einkauf bei Ikea.

A propos: Die schwedische Möbelkette ist das große Vorbild für Bengt Sundström. „Das ultimative Wachstumsziel ist die Etablierung von Lauritz.com-Auktionshäusern in allen Ländern, in denen es auch ein Ikea gibt“, heißt es regelmäßig in den Verlautbarungen des Unternehmens. Noch ist man davon weit entfernt – aber schließlich hat auch Ikea-Gründer Ingvar Kamprad ein paar Jahre gebraucht, um sein blau-gelbes Logo in 39 Ländern der Erde leuchten zu lassen. In Dänemark hat die Marke Lauritz.com bereits jetzt einen sehr hohen Bekanntheitsgrad.

FILIALEN IN DEUTSCHLAND

Neben den skandinavischen Ländern zählt Deutschland zu den größten Wachstumsmärkten. „Längerfristig ist es unser Ziel, 30 Filialen in den größten deutschen Städten zu etablieren“, erklärt Mette Margrethe Rode Sundström. Zu den zwei Niederlassungen in Hamburg und Düsseldorf sollen in diesem Jahr zwei neue Häuser in Köln und Berlin kommen. Für 2012 ist die Eröffnung weiterer Filialen in München, Frankfurt, Mannheim und Essen geplant. Viele dieser Häuser sollen auf der Grundlage von Partner-Verträgen als so genannte Franchise-Unternehmen betrieben werden. Andere – wie die Hamburger Niederlassung – werden direkt von Bengt Sundström und seiner Frau betrieben. Beiden gehört auch das Lauritz.com-Auktionskonzept sowie der Markenname. Lauritz.com-Filialen findet man nicht wie die meisten traditionellen Auk-

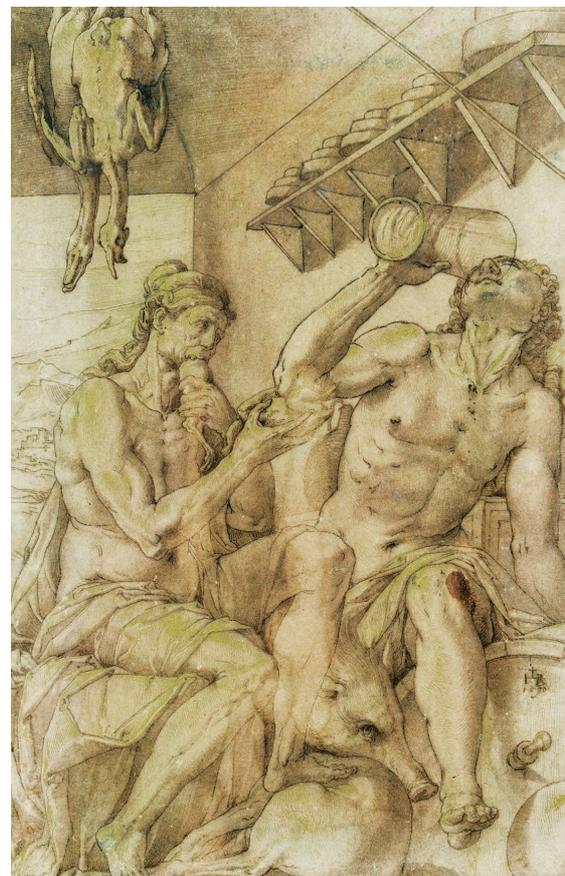
Das teuerste Los in der bisherigen Lauritz.com-Geschichte: 2007 wurde die „Allegorie auf die Gefräßigkeit“ von Jacopo Ligozzi (1547-1626) für 282.251 Euro versteigert. Der Hofmaler der Medici schuf die braun-lavierte Federzeichnung 1590

Auch Porzellanfreunde sollten hin und wieder bei Lauritz.com vorbeischauchen. Die Meißener Kugelspielerin nach einem Entwurf von Walter Schott aus dem Jahre 1897 wurde auf 1.700 Euro taxiert und schließlich für 975 Euro im Dezember 2010 „erklickt“

tionshäuser in noblen, teuren Stadtvierteln, sondern in der eher nüchternen Großstadt-Peripherie. Das Geschäftskonzept schreibt den Vertragspartnern Ladenlokale von mindestens 1.200 Quadratmetern Grundfläche vor. Filialen sollten an gut ausgebauten Zufahrtsstraßen liegen und problemlos Park- und Zugangsmöglichkeiten für An- und Auslieferung der Waren bieten. An diesen Bedingungen will die Kopenhagener Zentrale festhalten, nachdem in Düsseldorf als Pilotprojekt ein Filialstandort in Innenstadtnähe erprobt wurde. Die Geschäftsräume in der Nähe der Universität, 2007 eröffnet, erwiesen sich bald als zu klein, nachdem hier im vergangenen Jahr das Umsatzvolumen um fast fünfzig Prozent gewachsen ist. 2012 ist der Umzug nach Reisholz vor die Tore der Stadt geplant – in die unmittelbare Nachbarschaft von (wo sonst?) von Ikea!

JEDES PREIS-SEGMENT

Auch wenn der Schwerpunkt eindeutig im modernen und skandinavischen Design liegt, ist Lauritz.com bemüht, das ganze Spektrum der Sammler- und Antiquitätenwelt abzudecken. Etwa dreißig Prozent des Angebots machen Schmuckwaren aus. Auch Neuwaren werden – ei-





gens gekennzeichnet – angeboten. „Wir sind für kleine Händler sehr interessant, über uns kauft auch der Handel vom Handel“, berichtet Oliver Diekert, der Leiter der Hamburger Niederlassung. Der so genannte „High-End“-Kunde verirrt sich dagegen eher selten in das Internet-Auktionshaus. Zuschläge im fünf- oder gar sechsstelligen Euro-Bereich kommen selten vor. Ausnahmen bestätigen aber auch in diesem Fall die Regel. So wechselte 2007 eine 31 mal 21 Zentimeter große Federzeichnung von Jacopo Ligozzi nach einem heftigen Online-Bietgefecht erst für 282.626 Euro den Besitzer. Die Zeichnung mit dem Titel „Allegorie auf die Gefräßigkeit“ schuf der Hofmaler der Medici im Jahre 1590. Sowohl für den Künstler als auch für das Internet-Auktionshaus war der Zuschlagspreis ein Rekord, der Kreis der Interessenten war international besetzt. „Wir bieten in jedem Preis-Segment“ interessante Angebote und wecken damit den Jäger- und Sammler-Instinkt unserer Kunden“, sagt Zoran Kujundzic, der Chef der Düsseldorfer Filiale. Um das Interesse eben jener Sammler zu bündeln und den Dschungel des riesigen Angebots übersichtlicher zu machen, bedient sich das Internet-Auktionshaus verschiedener Methoden. Zum einen können registrierte Kunden, die nach einem bestimmten Objekt fahnden, einen Suchagenten engagieren. Sobald ein interessantes Stück auf-

Freunde schönen Silbers hat das Internet-Auktionshaus aus Kopenhagen immer wieder etwas zu bieten. Dieses 123-teilige Besteck von Sigvard Bernadotte, 1939 für Georg Jensen entworfen, wurde im April 2008 für 12.000 Euro verkauft, geschätzt worden war es auf 7.500 Euro

Überraschung in Bronze: Die Figur „David mit dem Haupt Goliaths“ erzielte im Juni 2009 trotz Gussfehlern einen Verkaufspreis von 3.000 Euro, geschätzt worden war sie auf 300 Euro

Hingucker für den Garten: Diese 122 Zentimeter hohe Gepardenskulptur von Hans Martin Ruwoldt (1891-1969) erzielte im Februar 2008 einen Verkaufspreis von 3.000 Euro

taucht, werden sie per Email benachrichtigt. Regelmäßig gibt es Themen-Auktionen, etwa zu modernem Design, Studiokeramik, Maritima oder zeitgenössischer Kunst. Diese speziellen Auktionen werden im Internet-Portal lot-tissimo.com gelistet und erreichen damit international Aufmerksamkeit. Einlieferer können obendrein gegen einen geringen Aufpreis ihr Angebot auf der Website von Lauritz.com besonders herausstellen. Diese Anzeigenpakete ziehen in der Regel deutlich mehr Aufmerksamkeit auf sich und führen zu höheren Zuschlägen.

Mode und Accessoires werden bei Lauritz.com immer häufiger gehandelt. Die Tasche von Louis Vuitton, Modell Pont-Neuf, erzielte im September 2009 einen Zuschlag bei 670 Euro

Das Schmuck-Angebot ist bei Lauritz.com beachtlich. Dieses Bernstein-Silbers-Set, laut Punze in der polnischen Werkstatt Stajszczak gefertigt, wurde im Februar für 850 Euro verkauft

Auch Oldtimer kommen unter den virtuellen Hammer. Dieser Flügeltür-Mercedes 300 SL Gullwing, Baujahr 1955, erzielte mit 220.000 Euro den bisher zweithöchsten Zuschlag beim Internet-auktionshaus. Der Wagen wurde komplett mit allem Zubehör (Kofferset, Wagenheber, originales Werkstattset) angeboten. Von diesem Modell wurden zwischen 1954 und 1957 nur 1.400 Exemplare gefertigt

Für das kaufende Publikum gelten im übrigen dieselben Regeln wie im klassischen Auktionshandel oder an der Wertpapierbörse. Wer nicht dem Mainstream folgt, sondern antizyklisch kauft, kann so manches hochwertige Schnäppchen machen. Die Preise für Möbel, Teppiche und Silber erleben augenblicklich ihren Tiefstand. Und die Präsenz von Lauritz.com im Rheinland bringt so manchen einstigen Star der Düsseldorfer

Malerschule aus Haushaltsauflösungen ans Licht. So wurde im März ein Gemälde von Hans Vilz (1902-1971) für sage und schreibe 55 Euro zugeschlagen. Nach diesem Künstler ist immerhin eine Wohnstraße im Stadtteil Wittlaer benannt.

Im Gegensatz zu den skandinavischen Kunden täten sich deutsche Einlieferer immer noch schwer, ihre Objekte ohne Preislimit anzubieten, sagt Zoran Kujundzic. Das sei sehr bedauerlich, denn erst ein attraktiver Einstiegspreis fördere die Biet-Dynamik. Einige ehemalige Kunststudenten der Düsseldorfer Akademie haben das Internet-Auktionshaus inzwischen als ihr Verkaufsparkett entdeckt. In unregelmäßigen Abständen veranstaltet die rheinische Filiale Vernissagen für den Künstlernachwuchs, um das Interesse potenzieller Bieter zu wecken. Der Erfolg hat die Macher von Lauritz.com großzügig gemacht. Bei Benefiz-Auktionen verzichtet das Auktionshaus immer mal wieder auf seine Provisionen. So wurde zuletzt gemeinsam mit dem WDR eine edle Motoryacht zugunsten des Kinderprojekts HöVi-Land in Köln versteigert. 2010 kamen bei ähnlichen Sonderauktionen fast 1,2 Millionen Euro für kleine und große Wohltätigkeitsprojekte zusammen – und ganz nebenbei brachte sich das Unternehmen damit auch ins Gespräch.

Fotos: Lauritz.com



INTERVIEW

Lauritz.com hat seine Stärke besonders auf dem Gebiet des modernen und speziell des skandinavischen Designs gewonnen. Bei Gemälden – etwa der klassischen Moderne und der Altmeister – gibt es dagegen bislang wenig Angebote. Auch die Freunde von „traditionellen“ Antiquitäten haben noch wenig Auswahl. Glauben Sie, dass Ihr Unternehmen auch in diesen Bereichen stark werden kann?

Es ist ganz richtig, dass wir beim Verkauf von skandinavischen Design-Klassikern weltweit führend sind. Kunst ist jedoch unsere zweitgrößte Umsatzgruppe mit etwa 35.000 verkauften Warennummern in 2010. Wir erwarten, dass Kunst rund fünfzehn Prozent unseres Umsatzes für 2011 ausmachen wird, das heißt etwa 15 Millionen Euro. Wir haben normalerweise immer eines oder mehrere Ölgemälde moderner skandinavischer Künstler in der Auktion, aus Dänemark etwa Asger Jorn oder Carl-Henning Pedersen. Wir verkaufen auch regelmäßig Werke alter skandinavischer Meister, zum Beispiel von den dänischen Skagen-Malern wie Peder Severin Krøyer und Anna Ancher, oder von schwedischen Künstlern wie Anders Zorn. Darüber hinaus sind wir stark im Verkauf von großen dänischen zeitgenössischen Künstlern wie Michael Kvium, Lise Malinovsky, Tal R. Wir erwarten, dass der Verkauf von Werken der klassischen Moderne und alten Meistern sich mit der Eröffnung von weiteren Filialen in Deutschland und anderen Ländern natürlich sukzessive entwickeln wird. Im Bereich der traditionellen Antiquitäten haben wir feststellen können, dass der gesamte Markt in den letzten zehn Jahren international im Rückgang ist, besonders im Möbelbereich. Darüber hinaus ist der Markt in Skandinavien relativ begrenzt im Verhältnis zum restlichen Europa. 2010 verkauften wir

jedoch antike und ältere Möbel für rund 5,3 Million Euro. Stetig bekommen wir mehr antike Sammlungen. Grundsätzlich ist unsere Philosophie jedoch, den Markt entscheiden zu lassen.

Von Ihrem starken Segment – dem Design – einmal abgesehen: In welchem Bereich registrieren Sie ein wachsendes Interesse beim bietenden Publikum?

Wir sehen ein wachsendes Interesse für die jüngere zeitgenössische Kunst. Unsere Käufer sind moderne Verbraucher, die sich für aufstrebende junge Künstler und Designer interessieren, die sich durch ihr Talent und ihre Kreativität abheben, aber erst noch dabei sind, sich einen Namen zu machen. Außerdem stellen wir fest, dass sich der Verkauf von Keramikobjekten mit spezieller künstlerischer Note und von Porzellanfiguren mit einem außergewöhnlichen Ausdruck besonders gut entwickelt. Schließlich hat unsere Kategorie Designermode, Taschen und Accessoires 2010 eine Umsatzsteigerung von vier Prozent erfahren. Hier sind die beliebtesten Artikel Second-Hand-Kleidung und Taschen von Chanel oder Prada, Reisesets von Louis Vuitton, Schuhe von Louboutin und Pelze aller Art.

Haben Sie einen Geheimtipp, auf was Jäger und Sammler ihr Interesse in nächster Zeit besonders richten sollten?

Es ist schwer, einen Rat für ein bestimmtes Genre zu geben, da Lauritz.com's Sortiment so vielfältig ist und so viele verschiedene Menschen anspricht. Wir wollen lieber dazu auffordern, mit dem Herzen zu kaufen und aus dem Bauch heraus zu wählen. Sollte man einen konkreten Vorschlag machen, können wir Sammlern empfehlen, die jüngeren Künstler, Kunsthandwerker und Designer zu beobachten, von denen

man meint, dass sie das Potenzial haben, zukünftig tonangebend zu sein.

Tickt der dänische Markt anders als der deutsche?

Für die skandinavischen Länder ist es charakteristisch, dass es zwar relativ wenige Auktionshäuser gibt, diese aber dafür landesweit aktiv sind. In Deutschland ist der Markt eher fragmentiert mit relativ vielen Auktionshäusern, die dann stattdessen primär lokal oder regional operieren und oft kleinere Einheiten sind. Deshalb hoffen wir auch, dass wir neue Partner in existierenden deutschen Auktionshäusern finden, die gerne mit ihren Aktivitäten zum Lauritz.com-Konzept überwechseln möchten. Es ist ein großer Vorteil, dass die deutschen Verbraucher dem Internet gegenüber sehr offen eingestellt sind, unter anderem durch eBay's starke Position auf dem Markt.

Einige der Lauritz-Filialen, die in den letzten Jahren eröffnet wurden – etwa in Österreich und Flensburg – sind wieder geschlossen worden. Woran hat's gelegen?

Es ist richtig, dass wir unsere Filiale in Österreich geschlossen haben. Das haben wir getan, weil unsere lokalen Partner leider nicht Lauritz.com's konzeptuellen Rahmen respektiert haben. Wir legen großen Wert auf eine einheitliche Umsetzung unseres Konzeptes in allen Filialen bezüglich Auktionsbetrieb, Sortiment, Expertise, Kundenservice, Marketing. Wir möchten, dass die Kunden uns als ein und dieselbe Warenmarke mit ein und derselben gemeinsamen, von hoher Professionalität geprägten Identität verstehen, egal wo der Kunde mit uns zu tun hat. Die Filiale in Flensburg haben wir geschlossen, da wir leider feststellen mussten, dass das Einzugsgebiet für Einlieferungen nicht groß genug war.



Mette Margrethe Rode Sundstrøm, Geschäftsführerin von Lauritz.com

Trotzdem halten Sie an ehrgeizigen Zielen fest: Das Auktionshaus soll in allen Ländern vertreten sein, in denen es auch Ikea-Filialen gibt. Wie realistisch sind Ihre Visionen?

Wir sind uns bewusst, dass unsere Vision ambitiös klingt. Nichtsdestotrotz gehen wir unser Ziel, ein globaler Spieler in der Auktionswelt zu sein, äußerst ernst an. Wir haben im Großen und Ganzen seit der Lancierung von Lauritz.com jedes Jahr unser Budgetziel erreicht. Darüber hinaus sind wir stolz darauf, dass wir tatsächlich – nach „nur“ elf Jahren – unsere globale Vision erreicht haben, wenn man die Besuche auf Lauritz.com betrachtet. Die Besucher auf der Website kommen aus 218 Ländern. Dies muss uns auf jeden Fall die Berechtigung geben, uns global zu nennen. Umgekehrt geht die Ent-

wicklung lange nicht so schnell, wenn wir uns die Verkäufer-Seite anschauen. Einlieferer kommen immer noch primär aus Skandinavien und Deutschland. In diesem Licht gesehen, haben wir noch sehr viel Arbeit vor uns, bevor wir unsere Ikea-Vision realisieren können. Man muss jedoch dabei bedenken, dass Ikea seit über 40 Jahren im Geschäft ist und sein internationales Wachstum erst nach mehr als zehn Jahren losging. Wir meinen deshalb, dass unsere Ambitionen bestimmt langfristig realistisch sind.

Sammeln Sie persönlich auch – und wenn ja: Was?

Mein Mann Bengt Sundstrøm und ich sammeln beide Kunst, primär moderne aber auch ältere Kunst. Darüber hinaus hat mein Mann eine Leidenschaft für historische Landkarten, wenn sie sowohl einen informativen als auch ästhetischen Wert haben. Im Moment sammelt er auch ausgestopfte Tiere und Jagdtrophäen für die Bibliothek in unserem wunderschönen Weingut in der Provence, Château Vignelaure. Ich selbst bin eine passionierte Sammlerin von Keramikvasen und -schalen von etwa 1920 bis 1970 mit starken Farben, organischen Linien und einer lebendigen Glasur. Ich sammle auch moderne und ältere Skulpturen, am liebsten Unikate oder Objekte mit einer spielerischen Formsprache.

Was haben Sie zuletzt gekauft?

Mein Mann hat zuletzt eine elegante Kanne von Georg Jensen aus Edelstahl, 24 Karat vergoldet, gekauft, ein Meisterwerk von Henning Koppel. Mein letzter Kauf waren zwei charmante, kleine, rote Ledersofas bei Lauritz.com Hamburg.

Haben Sie als Sammler noch einen unerfüllten Traum?

Mein Mann träumt davon, eines Ta-

ges ein Ölgemälde von Andy Warhol oder Picasso zu kaufen. Ich selbst liebe große extravagante Schmuckstücke und wünsche mir ein Armband oder einer Halskette aus der kleinen exklusiven Panther-Serie von Cartier.

Wenn Sie ein Budget von 5.000 Euro hätten, wo würden Sie es investieren?

Mein Mann und ich würden uns gerne Zeit nehmen, um eine markante und besondere Skulptur für den Garten unseres Hauses, das etwas außerhalb von Kopenhagen liegt, zu finden. Das Wichtigste ist, dass die Skulptur dem Garten eine gewisse Spannung geben kann. Es ist weniger ausschlaggebend, dass sie von einem bekannten Künstler stammt.

Wagen Sie einen Blick in die Zukunft: Wie stellen Sie sich die Position von Lauritz.com im Jahre 2021 vor?

Wir stellen uns vor, dass wir zu dem Zeitpunkt in ganz Europa mit Kunst, Design und Antiquitäten führend sind, und dass wir dabei sind, unsere ersten Filialen in den USA und Asien zu etablieren.

ZUR PERSON

Mette Margrethe Rode Sundstrøm (Jahrgang 1967) stammt aus Århus, war dort nach ihrem Studium bis zur Jahrtausendwende als internationale Verkaufs- und Marketingchefin bei Södahl Design Heimtextilien tätig. 2001 holte sie Lauritz.com-Gründer Bengt Sundstrøm als stellvertretende Geschäftsführerin in sein Kopenhagener Unternehmen und übertrug ihr die Verantwortung für die Umsetzung des Unternehmenskonzepts und die Organisation. Seit 2005 sind beide auch privat ein Paar, heirateten und führen nun das Unternehmen gemeinsam: Er fungiert als Vorstandsvorsitzender, sie als Geschäftsführerin.