

Kunsthandel und -auktion im Internet



Von Dr. Dirk Boll
Rechtsanwalt, Managing Director
Christie's AG, Zürich

Kunst und Internet scheinen im ähnlichen Widerspruch zu stehen wie Kunst und Markt – einerseits die Aura des Originals und deren Rolle bei der Rezeption des Werkes, andererseits die mediale Mittelbarkeit des Computerzeitalters samt unbegrenzter Reproduktionsmöglichkeiten. Die Beziehungen von Kunst und Internet, von Kunst im Internet stehen erst am Anfang einer spannenden Entwicklung. Bislang jedoch liegt die Hauptrolle des Internets im Kunstbereich vor allem noch ausserhalb von Produktion und Rezeption, nämlich in der Nutzung als Informations- und Marketinginstrument und natürlich als Kommunikationsmittel im Distributionsprozess. Besonders die Dokumentationen erzielter Kunstpreise wie *artnet.com* oder *artprice.com* haben sich als unverzichtbare Referenzauskunft erwiesen. Diese Datenbanken, welche Auktionsergebnisse zumindest von Werken der Bildenden Kunst auch nach Jahrzehnten noch widerspiegeln, haben die Transparenz der Kunstmärkte nachhaltig erhöht.

Kunsthandel und Internet

Die neuen Medien haben vor allem das Bild der direkten kommerziellen Kunstvermittlung radikal verändert. Kunsthändler publizieren Internetkataloge und eröffnen Internetgalerien, Interessenten

können einen virtuellen Galerierundgang unternehmen und direkt über das Netz kaufen. Denn lange bevor sich Internetauktionen etablierten, hatte der Kunsthandel das Netz als Informationsquelle, Präsentationsplattform und Distributionskanal entdeckt.

Generell gilt für den Kunstmarkt, dass er ein *Elitemarkt* ist, der nur zu einem geringen Teil (z.B. bei Büchern, Grafik, Autografen und Fotografie) den Massenabsatz erlaubt. Wer nach bestimmten Objekten oder Künstlern sucht, war aufgrund der starken Fragmentierung des Angebots früher auf ein persönliches Beziehungsgeflecht angewiesen und kann diese Recherche nun deutlich schneller und effizienter im Internet vornehmen. Der Handel hat mit dem Internet als Informationsmedium dadurch die Möglichkeit, ohne das umfangreiche und teure Netzwerk internationaler Auktionshäuser tatsächlich ebenfalls international, aber ohne Bindung an den Standort zu operieren.

Allerdings sind direkte Verkäufe des Kunsthandels im Internet bislang eher selten. Zwar gab es auch schon vor der Einführung des Internets zahlreiche Kunden, die Kunst ungesehen kauften: Einerseits nach der Katalogabbildung durch ein schriftliches Gebot auf einer Auktion, andererseits nach Ektachromen oder Fotos vom Galeristen. Bei Internetofferten des Kunsthandels kann der Interessent jedoch rein theoretisch selbst zur Galerie gehen und das Original betrachten; ein Vorgang, den sich offenbar kaum ein Sammler nehmen lässt.

Auktionen im Internet

Erst zum Ende der 1990er Jahre wurde das Internet als Marktplatz der Zukunft auch von Auktionshäusern entdeckt. Zunächst lässt sich jede reguläre Saalauktion durch eine Internetveranstaltung erweitern. Hierbei wird das Saalgeschehen auch im Netz wiedergegeben, und Internetgebote werden gleich Telefongeboten angenommen. Technische Anfangsprobleme, wie die bisweilen leicht zeitversetzte Übertragung, sind mittlerweile gelöst. Die Bieter sehen und hören dank der Netzübertragung den aktuellen Stand der Gebote und können per Maus-

klick mitbieten; die Auktion wird im Saal durch den Hammerschlag beendet. Diese Version einer Internetauktion wird von zahlreichen Auktionshäusern angeboten, so z.B. vom Weltmarktführer Christie's.

Eine demgegenüber «echte» Internetauktion entsteht schon dann, wenn ein Teil der Lose gar nicht im Saal, sondern nur im Netz aufgerufen wird. Diese Verlagerung des Mediums ist die einfachste Möglichkeit für ein Kunstauktionshaus, eine Versteigerung im Internet zu veranstalten. Hierbei wird die Auktion wie eine Saalauktion vorbereitet, d.h., die Experten des Hauses begutachten die Ware, wählen die für die geplante Auktion geeigneten Stücke aus und bearbeiten diese. Die Zusammenstellung der Auktion sowie die Expertisen und Katalogtexte werden ausschliesslich von den Spezialisten des Auktionshauses selbst erstellt. Für die Richtigkeit von Zuschreibungen, Alters- und Zustandsangaben haftet das Haus in dem Rahmen der normalen Haftung. Es erscheint lediglich kein gedruckter, sondern ein virtueller Katalog. Das Netz ersetzt die körperliche Veranstaltung sowie tatsächliche und telefonische Gebote.

Sotheby's versuchte Ende der 1990er Jahre sogar, Internetauktionen nach dem eBay-Modell durchzuführen. eBay ist das grösste Internetauktionshaus und veranstaltet Internetauktionen, in denen der Anbieter das Angebot gestaltet und dann auf der Website des Auktionshauses eine begrenzte Zeit präsentiert. Dieser Zeitraum umfasst in aller Regel eine Woche und kann für jedes Sachgebiet und jedes Stück unterschiedlich sein; man spricht daher von einem *Rolling Sale*. Ziel dieser Organisationsform ist es, die Möglichkeiten des Internets konsequent zu nutzen, da man bei einer Liveauktion aufgrund der Zeitverschiebung weniger Adressaten erreicht als bei einem 24-Stunden-Angebot. Von allen eingehenden Geboten wird das jeweils Höchste allen Besuchern der Homepage angezeigt. Am Ende der Frist wird der Gegenstand dem Höchstbietenden zugeschlagen, der ihn per Kreditkarte bezahlt. Sobald der Anbieter den Betrag gutgeschrieben hat, versendet er den Ge-

genstand an den Käufer und zahlt dem Auktionshaus die Provision.

Diese Verfahrensweise hat für alle Beteiligten Vorteile: Die Stücke werden vom Anbieter katalogisiert, geschätzt und fotografiert. Das Auktionshaus braucht folglich die Spezialistenarbeitszeit nicht aufzuwenden. Der Gegenstand bleibt beim Anbieter, wodurch für diesen die Transportkosten zum Versteigerungsort eingespart werden. Für industriell gefertigte Güter hat sich die Internetauktion als höchst erfolgreiche Distributionsform erwiesen.

Allerdings stellte sich heraus, dass sich das Modell nicht einfach auf die Kunstmärkte übertragen liess. Für viele Käufer der Kunstmärkte war ein Internetkauf keine Alternative, zudem vermissten viele Interessenten die Expertise eines Auktionshauses als unabhängiger Vermittler. Als auch Allianzen mit Amazon und später sogar mit eBay selbst die Geschäfte auf der Sotheby's-Website nicht in erhofftem Masse beförderten, wurde das gesamte Internetengagement 2003 beendet. Seit auch das eBay-eigene Kunstauktionsformat *Great Collections* nicht reüssierte, gelten *Rolling Sales* als ein für die Kunstmärkte weniger geeignetes Modell; Kunstauktionshäuser verfahren heute zumeist nach den beiden beschriebenen Modellen, indem sie die Objekte selbst katalogisieren und einschätzen, bevor diese im Internet angeboten werden.

Rechtsgrundlagen

In den meisten westlichen Rechtsordnungen fehlt eine Legaldefinition der Versteigerung. Der Begriff wird in einer grösseren Zahl von Vorschriften verwendet, im Schweizer Recht vor allem im Obligationenrecht und im Zivilgesetzbuch. Handelt es sich bei der Internetauktion um eine ins Internet übertragene Saalauktion, ist die rechtliche Abwicklung unkompliziert und entspricht derjenigen des Saal- oder Telefonbietens. Der Kaufvertrag kommt durch den Hammer Schlag des Auktionators zustande. Die E-Mail, durch welche der Käufer bietet, ist lediglich die Übermittlung einer rechtsgeschäftlichen Erklärung.

Etwas differenzierter sieht die Situation bei einer reinen Internetauktion nach dem Modell des *Rolling Sale* aus. Da das Auktionshaus sich hier nicht am

Verkaufsvorgang beteiligt, kommt der Vertrag ausschliesslich zwischen dem Verkäufer und dem Höchstbietenden zustande. Die Leistung des Auktionshauses ist die Erstellung der Infrastruktur, d.h. des Internetportals, des Versteigerungs- und Nutzungsvertrages und der Software zur Umsetzung des Versteigerungsvorgangs. Der Verkäufer hingegen verpflichtet sich zur Zahlung einer Einstellungsgebühr (als Ersatz für Aufwendungen des Auktionshauses gem. Art. 413 Abs. 3 OR), zur Zahlung einer Erfolgsprämie für den Fall des Verkaufes (Verkäuferkommission/-provision) und zur Einhaltung der in den AGBs des Auktionshauses enthaltenen Durchführungsvorschriften.

Das Auktionshaus ist am Kaufvertrag unbeteiligt, es handelt sich folglich um ein Zweiparteienverhältnis zwischen Verkäufer und Erwerber. Die Abwicklung erfolgt, wie in der Saalauktion, Zug-um-Zug: Der Käufer zahlt den Kaufpreis entweder direkt an den Verkäufer oder aber an das Auktionshaus, welches dann dem Verkäufer den Betrag abzüglich der Verkäuferkommission auszahlt und ihm damit das Signal gibt, das Objekt an den Käufer zu versenden.

Sicherheits- und Haftungsfragen

Letztlich bleibt die Frage, wer haftet, wenn eine Internetauktion nicht vertragsgemäss abläuft. Die häufigsten Probleme sind:

- Die Übertragung des Gebots war technisch bedingt zeitversetzt und zu spät: Hat der Käufer per Internet an einer Saalauktion teilgenommen, so trägt er gemäss den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Auktionshäuser das Risiko einer falschen oder verspäteten Übermittlung seines Gebots selbst. Insofern ist die Situation identisch mit derjenigen des Telefongebots. Bei der echten Internetauktion hingegen ist die Gebotssituation für alle Nutzer offengelegt, so dass es dem Bieter zugemutet werden kann, den Eingang seines Gebots selbst zu überprüfen.
- Der Kunde zahlt nicht: Der Käufer ist gem. Art. 211 Abs. 1 OR zur Zahlung des Kaufpreises verpflichtet. In wenigen Fällen enthält der Vertrag zwischen Verkäufer und Auktionshaus eine Inkassofunktion von letzterem. In allen anderen

Der vorliegende Artikel ist ein Auszug aus «Kunst & Recht: Schwerpunktthemen für den Kunstsammler» der AXA Art Versicherung AG. Kostenlose Bestellung: info@axa-art.ch

Fällen ist nur der Verkäufer zu weiterführenden Massnahmen durch den Vertrag mit dem Höchstbietenden bemächtigt. Alle anderen Bieter sind durch das Höchstgebot des Käufers befreit (Art. 231 Abs. 2 OR). Der weitaus häufigste Fall ist allerdings derjenige, dass der Verkäufer (ggf. nach Fristsetzung) vom Kaufvertrag zurücktritt (Art. 214 Abs. 1 OR).

- Das Objekt entspricht nicht der Beschreibung: Haftungsgegner ist nur der Verkäufer, das Auktionshaus ist nicht zur Leistungserbringung verpflichtet und schliesst zudem jedwede Gewährleistung für zugesicherte Eigenschaften in seinen AGBs aus. Der Verkäufer hingegen haftet für die zugesicherten Eigenschaften und die allgemeine Mängelfreiheit des Objekts gem. Art. 197 OR, und zwar auch dann, wenn er den Mangel nicht kennt. Denkbare körperliche Mängel sind Erhaltungszustand oder Authentizität des Stücks. Zugesichert ist eine Eigenschaft, sobald sie in der Objektbeschreibung im Internet erwähnt wird.
- Das Objekt unterliegt Rechten Dritter: Rechtspflichten des Verkäufers sind die mangelfreie Verschaffung von Eigentum und Besitz (Art. 184 Abs. 1 OR; Art. 923 ZGB i. V. m. Art. 714 Abs. 1 ZGB). Als Rechtsmangel kommt vor allem die Belastung der Kaufsache durch das Recht eines Dritten in Betracht (Art. 192 Abs. 1 OR). Relevant sind im Bereich der Kunstauktion vor allem Rechte, die einen Herausgabeanspruch begründen, z.B. aus Eigentum oder Verpfändung. Diese Vorschrift hat für den Internetvertrieb besondere Relevanz, da der Käufer einer gestohlenen Sache selbige an den Eigentümer herausgeben muss, sofern er von dem Recht des Dritten nichts gewusst hat. Die in diesem Falle gem. Art. 934 Abs. 2 ZGB Rückabwicklung des Vertrages inklusiv der Rückzahlung des Kaufpreises ist für den Sammler oft nur ein schwacher Trost.

www.christies.com •