

A portrait of Philipp Herzog von Württemberg, a middle-aged man with grey hair, smiling. He is wearing a dark grey suit, a white shirt with thin blue stripes, and a red tie with white polka dots. He is standing in front of a white background with a hint of a staircase on the left. His left hand is resting on a wooden chair with a cane back, and he is wearing a watch and a ring.

Kunstmarkt-Experte
Philipp Herzog von Württemberg

Jäger und Sammler

Über zwei Jahrzehnte erzielte Philipp von Württemberg als Auktionator Rekordpreise für Sotheby's. Trotz des großen Erfolgs stieg er beim berühmten Auktionshaus aus und machte sich selbstständig. Künftig wird auch die Tübinger Kunsthalle von seiner Expertise profitieren.

WNA: Sie sind neu im Kuratorium der Kunsthalle Tübingen. Was haben Sie vor?

von Württemberg: Ich habe viele Ideen, aber was zunächst das Wichtigste ist: Ich muss mich einarbeiten und zuhören: Was erwarten die von mir? Und was erwarte ich von der Kunsthalle? Ich glaube, die Kunsthalle erwartet mehr von mir als ich von ihr, aufgrund meiner Erfahrung von 22 Jahren am Kunstmarkt. Mein Ziel ist es, der Kunsthalle zu helfen, mich einzubringen. Ich verändere erstmal gar nichts, ich helfe nur.

Hat Sie die Stadt oder die Kunsthalle zurückgebracht?

Zurückgebracht hat mich die Kunsthalle. Mich hat das Angebot aber sofort gereizt, weil es schön ist, nach Tübingen zurückzukehren, wo ich studiert habe. Immerhin verbrachte ich dort meine Anfangszeit als junger Mensch, eine Zeit, die mich auf den Weg und dorthin gebracht hat, wo ich heute bin.

Sie haben also noch einen Bezug zur Stadt?

Den Bezug habe ich erst, wenn ich vor Ort bin. Ich bin viel unterwegs, in ganz Europa und Nordamerika, und wenn ich dann in der Stadt bin, in der ich Student war, kommen die Erinnerungen wie Reflexe zurück. Die wunderschönen Straßen, der Pflasterstein, der einem immer die ganzen Sohlen kaputt gemacht hat. Links vom Marktplatz der kleine Antiquitätenhandel, der immer noch da ist und bei dem ich gerne Sachen gekauft habe. Dann läuft man an den Neckar runter, und so weiter – es ist immer wieder schön.

Im Rückblick nach zwei Jahrzehnten beim Auktionshaus Sotheby's: Was war die beste Auktion Ihres Lebens?

Vita

Philipp Herzog von Württemberg, 55, ist Spross aus dem Hause von Württemberg, das auf über 950 Jahre Familiengeschichte zurückblicken kann. Er studierte Kunstgeschichte mit Promotion in Tübingen und stieg anschließend als Möbelexperte beim Auktionshaus Sotheby's ein. Es folgte eine steile Karriere: 1998 wurde er Geschäftsführer von Sotheby's Deutschland, anschließend Président Directeur Général von Sotheby's Frankreich und ab 2011 Chairman Sotheby's Europa. 2018 verließ er das Auktionshaus und lebt nun als selbstständiger Kunstberater in Frankfurt am Main. Von Württemberg ist verheiratet und hat vier Kinder.

Wenn man 22 Jahre in einem Auktionshaus mit rund 400 Auktionen im Jahr tätig ist, gibt es natürlich nicht nur ein Highlight. Da gab es einige, etwa die Gunter-Sachs-Auktion oder Schlossauktionen wie die Romanov-Auktion oder die der Prinzen von Hannover. Ich erinnere mich an Einzelstücke aus adligem Besitz wie die der Adelsfamilie Bourbon-Parma. Damals verkauften wir die teuerste Perle der Welt, getragen von Marie Antoinette. Oder den Diamanten aus preußischem Besitz, den sogenannten „Beau Sancy“. Es gab aber auch Einzelstücke aus der zeitgenössischen Kunst, wie – heute noch ein Weltrekord – die Giacometti-Skulptur (Anm. d. Red.: 104 Millionen Euro). Es gab jedoch nicht nur tolle Auktionen, sondern auch Privat-Direktverkäufe oder Verkäufe von Stücken, die ich selbst aufgestöbert habe.

Wie beispielsweise?

Für Schlossauktionen für Sotheby's habe ich die Dachböden von Freunden, Verwandten und anderen Adelsfamilien durchstöbert. Auf dem Dachboden eines Schlosses in Norddeutschland habe ich ein Altmeister-Bild entdeckt, auf Holz gemalt. Mein Eindruck war: Es könnte aus dem 17. Jahrhundert stammen, es hat was. Ich machte Fotos und zeigte es den Experten. Es hat sich dann herausgestellt, dass es vom spa-

nischen Künstler Morales war, der wenig gemalt hat und heute noch seltener in Museen zu sehen ist. Der Prado in Madrid hat es schließlich gekauft, heute hängt es dort, schön restauriert und gereinigt. Und wenn ich heute mit meinen Kindern ins Museum gehe, kann ich sagen: Schaut, hier ist das Bild, das ich auf dem Dachboden gefunden habe. Das sind Highlights – und das Schöne ist: Die kommen immer wieder, es hört nie auf.

Brauchen Sie für Ihre Arbeit ein gutes Netzwerk?

Man benötigt natürlich ein Netzwerk und gute Kontakte zu Sammlern, um in Sammlungen reinzukommen. Eine gute Nase gehört aber auch dazu, man führt ein Jäger- und Sammler-Dasein. Wir sind die Trüffelschweine der Kunst.

Wussten Sie bei Auktionen von Anfang an, wer nur pokert und wer wirklich interessiert ist?

Von allen, die bei einer Auktion anwesend sind, wollen nur zehn bis 20 Prozent wirklich etwas kaufen. Der Rest sind Schaulustige. Als Auktionator sitzt man da super konzentriert. Wenn jemand was kaufen will, sieht man das sofort an den Augen, an den Bewegungen, an der Ausstrahlung. Die Aufgabe eines Auktionshauses ist es, potenzielle Käufer schon vorab zu platzieren. Dann bekommt man einen Sitzplan und weiß, wo wer sitzt und wer auf was bietet.

„Wir sind die Trüffelschweine der Kunst.“

Also steckt hinter jeder Auktion eine ausgeklügelte Dramaturgie?

Ja, es ist ein Theaterstück, was wir dort ausführen. Sie müssen eine Atmosphäre kreieren, sie müssen die Leute fassen und binden können, dass sie einen Schritt weiter bieten, als sie ursprünglich geplant haben. Ich erkenne, wenn ein Kunde sein Limit erreicht hat und weiß, dass immer noch eins mehr geht. In einer netten Art und Weise kann ein guter Auktionator jeden noch ein, zwei Schritte höher treiben. Weil man weiß: Der will es ja. Ums Pokern geht es dabei aber nicht, weil die Preise zu hoch sind.

Liegt Ihnen das Handeln im Blut?

Ja, das habe ich definitiv im Blut. Ich habe schon auf dem Schulhof gehandelt. Ich bin gerne auf Flohmärkte gegangen und habe dort eingekauft und weiterverkauft, wie einen Bierhumpen, den ich für fünf Mark erworben und für zehn weiterverkauft habe. Bei landwirtschaftlichen Betrieben habe ich alte Dreschflügel mit meinem Bolterwagen abgeholt und das ganze alte Zeug auf dem Flohmarkt für das Doppelte und Dreifache weiterverkauft.

Auch wenn der Preis viel zu hoch wäre: Bei welchem Kunstwerk könnten Sie nicht widerstehen?

Ich übe einen Beruf aus, bei dem ich tagtäglich die wunderschönsten Sachen dieser Welt sehe, ich muss das nicht alles besitzen. Als Sammler folge ich wie jeder andere den Moden und Trends. Es gibt Sachen, die mir heute gefallen, morgen aber schon nicht mehr. Ich bin in einem Schloss aufgewachsen, da hing an den Wänden altmeisterliche Kunst und es war mit Möbeln aus dem 18. und 19. Jahrhundert bestückt. Gemeinsam mit meiner Frau haben wir das nun alles abgeschafft, weil wir unserem Zeitgeist entspre-

chend leben wollen. Möbel so schlicht wie einfach, und Bilder so groß wie möglich. Die schöne alte Bauernkommode ist weg, das schöne alte Barock-Landschaftsbild auch. Wir haben es eingelagert, vielleicht wollen es unsere Kinder später.

Zinsen gibt es keine mehr, viele Anleger investieren in Kunst. Wer profitiert davon am meisten: der Markt, die Kunst oder die Künstler?

Das ganze Kunstmarktkarussell profitiert davon. Der Künstler, die Galerie, Sammler, Händler, Auktionshäuser. Der Kunstmarkt stellt sich auf Moden, auf den Zeitgeist ein. Nehmen wir die Retroperspektive von Gerhard Richter in New York, die mitten in 9/11 fiel. Das Gemälde einer einfachen, brennenden Kerze erzielte auf einmal Höchstpreise, weil es in die Zeit pas-

„Jede Auktion ist ein Theaterstück.“

te. Künstler, die heute etwas kreieren, gehen auf die soziale und politische Lage ein, vertreten den Zeitgeist durch ihre Kunst. Der Sammler kauft wiederum den Zeitgeist, der ihn vertritt. Zeitgenössische Kunst wird in ihrem Zeitgeist am meisten gekauft.

Ist das auch Ihr Investitionstipp: Kunst kaufen, die dem Käufer selbst gefällt, die ihn selbst repräsentiert?

Wenn es zum Thema Kunst und Investment kommt, sage ich zuerst immer: Kunst soll man mit dem Herzen, mit Bauchgefühl kaufen. Es muss etwas sein, was einem gefällt und woran man Freude hat. Es ist mehr als eine Aktie an der Wand. Viele Banken propagieren, dass man in Kunst investieren sollte. Von den falschen Leuten beraten, kann das aber schnell schief gehen. Wenn man denkt, dass die Gelegenheit günstig ist, sollte man zuschlagen – in der Hoffnung, dass das Kunstwerk morgen mehr wert ist. Eine Aktie ist leicht abgestoßen, ein Kunst-

werk muss am richtigen Ort verkauft und wiederum vom richtigen Kunden gefunden werden. Es ist ein russisches Roulette.

Vor rund acht Jahren erschütterte der Fall Beltracchi den Kunstmarkt. Der heutige Maler und ehemaliger Kunstfälscher täuschte die Szene über Jahre hinweg. Was hat sich seitdem geändert?

Kopiert und gefälscht wurde schon zur Römerzeit. Wo ein Kunstmarkt ist, wo Geld gemacht werden kann, wird gefälscht. Die Akteure am Markt sind vorsichtiger geworden, die Provenienzforschung wird noch viel stärker betrieben. Ein paar Auktionshäuser haben damals schon Werke von Beltracchi abgelehnt, weil sie merkten: Da passt etwas nicht. Zudem sind die technischen Möglichkeiten wie die Pigmentuntersuchung viel besser geworden.

Hat Sie der Fall damals überrascht?

Überrascht war ich, ja, aber es gibt viele weitere dieser traurigen Fälle. In Wiesbaden wurde danach ein ganzes Lager mit russischen, konstruktivistischen Bildern ausgehoben. Diese Fälle überraschen immer wieder. Das Schöne ist aber, dass diese Jungs am Ende immer hopsgehen und aufliegen.

Sie sind letztes Jahr bei Sotheby's ausgestiegen. Wie verbringen Sie momentan Ihre Zeit?

Ich kann nicht klagen, dass ich zu wenig zu tun habe. Ich habe eine Firma gegründet und bin wie zuvor auch in der Kunstberatung und -vermittlung tätig. Ich besuche viele Sammler, Künstler, Museen und schule mein Auge. Der Unterschied ist: Ich bin mein eigener Chef, ich teile mir meine Zeit frei ein, ich lasse mich nicht mehr unter Druck bringen. Ich reise zwar genauso viel wie vorher, habe jetzt aber immer noch etwas Zeit, um mir in der jeweiligen Stadt ein Museum anzuschauen. ■

WNA

Wirtschaft Neckar-Alb

Mit WNA-
Jahresplaner
2020

Betriebe zu später Stunde

Nachtschicht

Influencer

Für Unternehmen werben > S. 8

Konjunktur

Die Wirtschaft schwächelt > S. 28

Firmenname

Das ist erlaubt > S. 54

BELEGEXEMPLAR

Bitte beachten Sie Seite 16



IHK

Industrie- und Handelskammer
Reutlingen

Reutlingen | Tübingen | Zollernalb