

Neben moderner Kunst, Murano-Glas und Jugendstil-Objekten widmet sich das Münchner Auktionshaus Quittenbaum seit Jahren mit Erfolg dem Thema Design. Anlässlich der hundertsten Auktion befragten wir den Chef des Hauses, Askan Quittenbaum, über den Trend zu Vintage-Möbeln.



Report

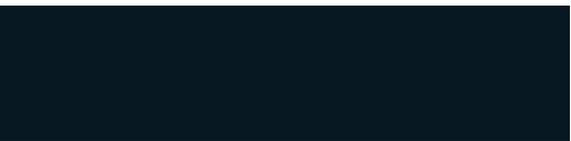
Besuch bei ...

46

Askan Quittenbaum

1/12
design report







„Selbst für Eames-Möbel bezahlen Sie bei uns in der Regel weniger als für fabrikneue Stücke.“



Geschäftiges Durcheinander: Hier stapeln sich die Einzelteile von Verner Pantons gesuchter Sitzgruppe „Pantonova-Serie 100“ von 1971; auf zum Versand bereitstehenden Kisten liest man so prominente Empfänger-Namen wie das New Yorker MoMA.



■ Die Jubiläumsauktion liegt erst wenige Tage zurück, bis zum 4. Januar läuft der Nachverkauf; die Schaufenster des Auktionshauses Quittenbaum an der Münchner Theresienstraße sind verhangen. Drinnen herrscht hektische Geschäftigkeit. Mitarbeiter bereiten die nächste Auktion vor, die am 14. Februar stattfinden soll, zwischendurch führen sie Schnäppchenjäger durch die Räume. Einer beäugt ein Sofa von Zaha Hadid – leider schon verkauft. Doch vieles ist noch zu haben. Ein Tisch von Gaetano Pesce etwa, Stühle von Alvar Aalto, Gio Ponti oder Max Bill, ferner Sideboards, Schränke, Sessel und vieles andere. „Entschuldigen Sie das Durcheinander“, sagt Askan Quittenbaum. „So geht’s immer zu nach einer Auktion.“

Der Chef des Hauses, Jahrgang 1970, hatte von Kindesbeinen an mit Kunst zu tun. Seine Mutter eröffnete 1956 in Düsseldorf eine Galerie für afrikanische Kunst und gründete 1968 in Hamburg eine Galerie für Schmuck, Jugendstil-Glas und Antiquitäten. Ihr Sohn stieg 1992 ins Geschäft ein. 1998 wurde der Firmensitz, nunmehr ein Auktionshaus, nach München verlegt.

Neben dem Jugendstil, dem Art déco und der Modernen Kunst sowie den Spezialgebieten afrikanische Kunst und Murano-Glas widmet sich das Auktionshaus seit 1999 verstärkt dem Thema Design.

So finden seit 2004 jährlich Auktionen unter dem Titel „Höhepunkte der Designgeschichte“ statt. Im Jahr 2006 war das Thema „Design made in Germany“, 2007 präsentierte Quittenbaum unter dem Motto „Flower Power“ organisch geformte Möbel und Leuchten, 2008 wurde die Auktion unter dem Titel „Erleuchtet“ im Münchner Haus der Kunst präsentiert und 2009 sowie 2010 widmete sich Quittenbaum dem Thema „Tischkultur“. Wir trafen Askan Quittenbaum am 15. Dezember 2011.

Herr Quittenbaum, am 6. Dezember haben Sie Ihre hundertste Auktion veranstaltet. Wie lief es?

Es war ein unglaubliches Highlight dabei, mit dem wir natürlich große Erwartungen verbanden: ein silbernes Teeservice von Henry van de Velde. Es ist mit 40.000 Euro aufgerufen worden und für 125.000 Euro weggegangen. Großartig!

Und wer hat es bekommen?

Ein deutscher Privatsammler.

Solche Preise erzielen Sie nicht oft?

Ich hätte das Service auch gern für drei Millionen verkauft, aber nein: Das ist für uns schon eine tolle Preiskategorie.

Woher kam das Service?

Aus Privatbesitz, es war aus einem Nachlass in Frankreich herausgekauft worden und hatte schon einige Besitzerwechsel hinter sich – eine wirklich wunderschöne Arbeit. Im Windschatten dieses Pracht-

stücks gingen auch einige andere Sachen von Van de Velde und Richard Riemerschmid noch sehr gut.

Was war das preiswerteste Stück?

Spontan fällt mir eine schöne Vase von Peter Behrens für rund 500 Euro ein.

Man kann bei Ihnen also manchmal richtige Schnäppchen machen – fast wie bei Ebay?

Absolut. Liegen, Schränke oder Sideboards können Sie bei uns für wenige hundert Euro ersteigern. Dafür bekommen Sie historische Objekte, teilweise von wirklich namhaften Designern.

Dort drüben sehe ich beispielsweise sechs „Superleggera“-Stühle von Gio Ponti. Die kann man ja auch neu kaufen. Sind die bei Ihnen preislich ...

... wesentlich günstiger. Selbst für Möbel von Charles und Ray Eames bezahlen Sie bei uns in der Regel allenfalls zwei Drittel des Neupreises. Fabrikneue Eames-Möbel kosten ein Heidengeld, weil sie wirklich fantastisch gearbeitet sind. Allerdings finde ich, dass die frühen Ausführungen immer noch ein wenig besser sind und zudem meist noch eine schöne Patina besitzen. Es gibt natürlich Leute, die gebrauchte Möbel aus Prinzip ablehnen. Man muss es mögen.

Und immer mehr Leute schätzen es, oder?

Ja, das ist ein Trend. Andererseits waren Antiquitäten natürlich immer gefragt.



Entdeckungen: Möbel von Carlo Mollino erzielten bei Christies schon Millionenpreise, doch diese Sitzreihe Mollinos von 1950 für das Auditorium der RAI in Turin wurde bei Quittenbaum mit 6.000 Euro aufgerufen.

Fast wie eine bewusste Bildkomposition: In Quittenbaums Showroom begegnen sich zufällig Entwürfe bekannter und wenig bekannter Namen. Hier steht das von Zaha Hadid im Jahr 2000 für Sawaya & Moroni entworfene Sofa „Moraine“ zur Abholung bereit (Aufrufpreis 22.000 Euro); im Hintergrund ein Schreibtisch der schwedisch-amerikanischen Architektin Greta Magnusson Grossmann von 1952.

Und bei den Objekten, die wir hier anbieten, handelt es sich ja nicht um Trödel, sondern um Dinge, die schon zur Zeit ihrer Entstehung eine gewisse Bedeutung hatten. Weil sie zum Teil massenhaft produziert wurden, sind sie relativ günstig, aber die Bedeutung ist immer noch da. Und zwar nicht zuletzt deshalb, weil mit gutem Design meist auch eine hochwertige Herstellung einhergeht.

In Ihrem Katalog dominieren Stücke von anerkannten Entwerfern. Das Repertoire reicht, grob gesagt, vom Jugendstil bis zu Memphis. Bieten Sie auch zeitgenössisches Design?

Es finden sich immer mal wieder Stücke von aktuellen Designern wie Marc Newson, Jasper Morrison oder Zaha Hadid im Katalog – bei der jüngsten Auktion hatten wir zum Beispiel eine Leuchte von dem ehemaligen Pentagon-Mitglied Gerd Arens dabei, die sehr gut verkauft wurde. Allerdings ist die Akquise solcher Objekte nicht einfach. Der Einliefermarkt ist ein anderer als der für klassische Vintage-Möbel.

Im Gegensatz zur Kunst werden Designobjekte oft in hohen Stückzahlen produziert. Drückt das den Preis? Man kann es mit der Grafik vergleichen.

Drucke von Friedensreich Hundertwasser etwa, dessen Arbeiten teilweise in Auflagen von rund 1.000 Stück vorliegen, werden trotzdem in höheren vierstelligen, manchmal fünfstelligen Bereichen gehandelt. Das ist schon interessant.

Gibt es Trends in der Bewertung?

In den letzten Jahren ging der Trend eindeutig zum zeitgenössischen Design. Zaha Hadid zum Beispiel erzielte vor einiger Zeit extrem hohe Preise, allerdings hat das inzwischen wieder etwas nachgelassen. Zum anderen werden immer mal wieder Designer aus der Kiste geholt, die man bis dato noch überhaupt nicht



Aus vielen Stilen und Epochen (im Uhrzeigersinn): Tischleuchte von Heinrich S. Bormann (Körting & Matthiesen, 1932), Wandbilder von Enzo Mari aus der Reihe „Serie della Natura“ (1976), Tagesbett von Ludwig Mies van der Rohe (Knoll, 1930), Spiegel „Ultrafragola“ von Ettore Sottsass (Poltronova, 1970)



kannte. Vor fünf, sechs Jahren war das zum Beispiel die Französin Maria Pergay. Damals hatte man fast das Gefühl, dass die Frau eigens für den Kunstmarkt erfunden wurde. Wir hatten das Riesenglück, dass wir eine Liege von ihr ergatterten, die wohl auch noch aus der Factory von Warhol stammt und einen Irrsinnspreis erzielte, weil sie auf dem Höhepunkt des Hypes auftauchte. Seit zwei Jahren sind die Kataloge in den großen Häusern voll mit Objekten von Claude Lalanne. Unter 80.000 Euro geht da gar nichts. Meiner Ansicht nach haben dessen Entwürfe weder mit Design noch mit

Kunsth Handwerk zu tun – das ist allenfalls gut verarbeitete Deko.

Sie haben es mal mit DDR-Design versucht.

Ja, wir hatten vor ein paar Jahren eine Auktion „Made in Germany“. Da gab es diesen Schaukelwagen von Hans Brockhage oder Möbel von Franz Ehrlich: unglaublich tolle Sachen. Rein geschäftlich hat es leider nicht ganz das gehalten, was wir uns davon versprochen hatten. **Seit einigen Jahren produzieren bestimmte Hersteller gewisse Nobelprodukte in bewusst kleinen Auflagen und spielen damit auf den Kunstmarkt:**

Wie beurteilen Sie das Phänomen „Designeditionen“?

Es ist eine gute Geschäftsidee, obwohl es mit Design nicht furchtbar viel zu tun hat. Design steht doch im Grunde immer im Zusammenhang mit einer seriellen Produktion. Aber viele Gestalter sehen sich eben als Künstler – und warum auch nicht? Wenn sie die Gelegenheit haben, mal etwas ganz Besonderes zu machen, was entsprechend honoriert wird, dann finde ich das positiv.

Was würden Sie Designfans empfehlen: Was ist sammelwürdiges Design?



Hier sitzt Askan Quittenbaum an einem „B 10“-Tisch von Marcel Breuer (Thonet, 1927). Der Kleiderschrank ist ein Original aus Le Corbusiers Unité d'habitation, die Hocker entwarf Charlotte Perriand 1938. Von Gio Ponti stammen die beiden „Leggera“-Stühle (Cassina, 1950).



Gutes Design entsteht immer im Dialog zwischen einem Hersteller oder einer Institution und dem Entwerfer. Wenn also jemand Design sammeln will, empfiehlt es sich, zuerst auf den Produzenten zu achten. Was für eine Idee verfolgt er? Welchen Qualitätsanspruch hat er? Mit welchen Künstlern oder Designern arbeitet er zusammen? Bringt er innovative Dinge auf den Markt? Nutzt er neue Materialien? Haben seine Produkte einen Einfluss auf die Gestaltung anderer Produkte? Das sind die Fragen, mit denen sich ein Sammler beschäftigen sollte.

Und womit beginnen?

Warum nicht mit einem Aschenbecher von Walter Zeishegg, den man für wenige Euro kaufen kann? Mit ein bisschen Glück bekommen Sie auch einen Murano-Aschenbecher von Carlo Scarpa für 50 bis 100 Euro. So kann man anfangen. Auf jeden Fall ist es wichtig, sich intensiv mit den Stücken zu beschäftigen. Auch wenn es ein bisschen esoterisch klingt: Man muss die Dinge spüren und längere Zeit auf sich wirken lassen, sonst versteht man sie nicht. Das ist hier bei uns nicht anders – insbesondere bei schwierigen Objekten, bei denen man sich die Frage der Authentizität stellt: Unsere Mitarbeiter stellen sich manche Stücke auf den

Schreibtisch und setzen sich wochenlang damit auseinander. Da hilft es auch nicht, Bücher zu wälzen. Die emotionale Erfahrung bringt einen oft weiter.

Sind Sie eigentlich selbst Sammler?

Ich sammle ein bisschen Murano-Glas. Tut es Ihnen manchmal weh, bestimmte Sachen weggeben zu müssen? Nein, ich bin in erster Linie Händler. Deshalb gibt es auch eine große Fluktuation bei meiner Sammlung. Ich mag die Dinge zwar auch um mich haben, aber die Triebfeder beim Kaufen ist letztendlich wohl doch der Gedanke an einen späteren Verkauf.

Sie veranstalten bis zu drei Designauktionen im Jahr. Woher beziehen Sie die Stücke?

Der überwiegende Teil kommt aus Mitteleuropa: Italien, Frankreich, Niederlande, Belgien, Schweiz, Österreich, Skandinavien und natürlich Deutschland. Vieles beziehen wir von Händlern oder Aufkäufern von Nachlässen. Oft handelt es sich um Erbschaften. Gerade jetzt fallen ja viele Hinterlassenschaften von Leuten an, die sich in den 50ern eingerichtet haben. Da kommt teilweise sehr schönes Mobiliar zusammen, Objekte von Knoll, Vitra und anderen guten Firmen. Hinzu kommen Designsammler, die umschichten oder sich von ihrer Kollektion trennen.

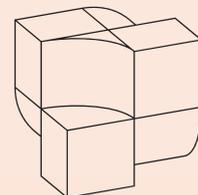
Haben Sie auch mit Fälschungen zu tun?

Sicher. Fälschungen, Verfälschungen, Nachahmungen: die ganze Palette. Bauhaus-Möbel zum Beispiel waren eine zeitlang so attraktiv, dass sie billig irgendwo anders hergestellt wurden. Auch beim Murano-Glas muss man höllisch aufpassen.

Sie sind der Sohn einer Galeristin. Wahrscheinlich stand Ihr Berufswunsch von Anfang an fest.

Ja, das war tatsächlich so. Für meine Halbbrüder, deren Vater auch noch Kunsthändler war, war es wahrscheinlich einfach zu viel des Guten. Mich dagegen hat das Metier von Anfang an fasziniert. Sie haben aber nie Kunstgeschichte studiert?

Ich habe bei Christie's einen sehr guten Lehrgang absolviert – einen Crashkurs in Kunstgeschichte: sehr verschult, sehr intensiv, absolut empfehlenswert. Zudem habe ich diverse Praktika gemacht, zum Beispiel am Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg und beim Hamburger Auktionshaus Hauswedell und Nolte. Und weil meine Mutter damals viel mit altem Schmuck handelte, habe ich mich zum Gemmologen und zum Diamanten- und Perlengutachter ausbilden lassen. Der Rest war learning by doing. Wenn



DIALOGFORM
GmbH

INDUSTRIE-DESIGN

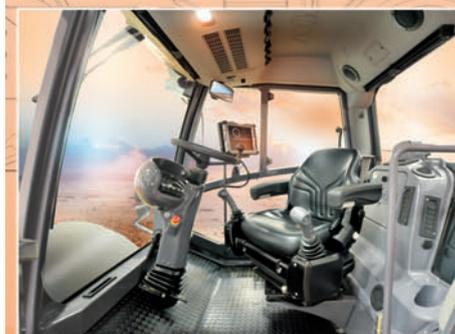
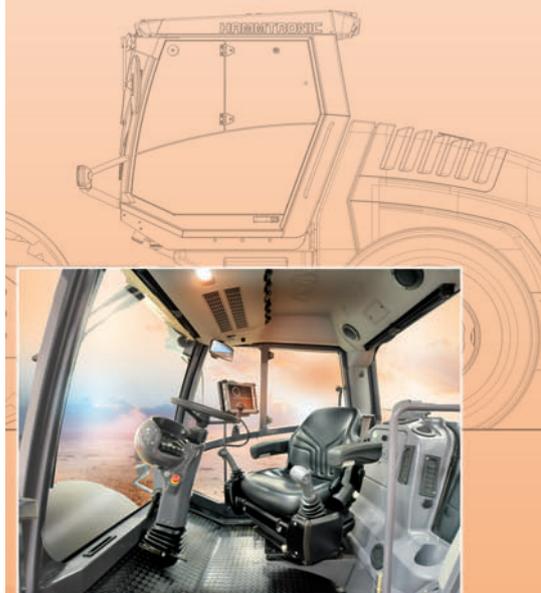
DESIGN-STRATEGIE



Bereit für den Versand in alle Welt: Möbel aus der Jubiläumsauktion. Doch nicht alles kommt gleich unter den Hammer. So wartet der Sessel von Alvar Aalto im Vordergrund – eine ganz frühe Ausführung aus dem berühmten Paimo-Sanatorium – noch auf Interessenten im Nachverkauf.

Sie Geld ausgeben für Dinge, lernen Sie ganz schnell. Da berührt Sie die Frage, was ein Objekt wert ist, plötzlich existenziell. Eine Galerie hat auch etwas für sich. Warum führen Sie ein Auktionshaus? Die Galerie meiner Mutter hatte ihre Blütezeit in den 70er und 80er Jahren. Es waren wirtschaftlich recht gute Zeiten, was dazu führte, dass Ärzte und Anwälte sehr spontan Kunst kauften. Aber der Markt änderte sich in den 90ern: Wir spürten, dass es mit dem klassischen Kunsthandel immer schwieriger wurde. Die Leute wurden kritischer und anspruchsvoller, sie wollten mehr Hintergrundinformationen haben. Und Auktionshäuser sind besser in der Lage, die Dinge inhaltlich aufzubereiten. Und wie kam es zum Wechsel von Hamburg nach München? 1997 ging im Münchner Auktionshaus Ketterer die letzte Jugendstil-Auktion über die Bühne. Danach wurden wir von damaligen Ketterer-Mitarbeitern angesprochen, ob wir nicht in München aktiv werden wollten – was wir dann auch taten. Hätte meine Mutter damals nicht ohnehin schon an der Isar gelebt, wäre ich vielleicht in Hamburg geblieben. Aber München war und ist definitiv der bessere Handelsplatz – auch wenn der Standort

heute wegen des Internets nicht mehr eine solch große Rolle spielt. Sie verkaufen auch direkt übers Internet? In zunehmendem Maße, außerdem ist das Internet als Informationsplattform wichtig. Es verschafft uns eine überregionale und internationale Präsenz, was allerdings nicht heißt, dass dadurch die Umsätze ins Unermessliche gewachsen sind. Denn auf der anderen Seite ist regional vieles weggefallen. Was in den 1980er Jahren spontan beim Antiquitätenladen um die Ecke gekauft wurde, das gibt's nicht mehr. Können Sie sich vorstellen, Ihr Geschäft so ähnlich aufzuziehen wie Ebay, also als permanente digitale Auktion? Nein. Dazu müssten wir größer sein. So ein Rad zu drehen, ist ja eine Rieseninvestition. Außerdem sind wir eigentlich ganz zufrieden mit unserem Geschäftsmodell. Ob die Kunden in zehn Jahren noch einen gedruckten Katalog in der Hand haben werden, weiß ich nicht. Aber das Know-how hinsichtlich Aufbewahrung, Bearbeitung und Präsentation, das wir bieten, ist doch schon sehr gefragt – sowohl beim Verkäufer als beim Käufer. Interview: Klaus Meyer Fotos: Andreas Hoernisch



Wallbergstraße 3
D-82024 Taufkirchen
Tel. 089 | 612 82 51
Fax 089 | 612 82 53
info@dialogform.de
www.dialogform.de