Interview Johan Bosch van Rosenthal

Waarom nemen zelfs ervaren verzamelaars een adviseur in de arm als ze een kunstwerk willen kopen of verkopen? Gesprek met een pietje precies die de veilinghuizen controleert.

‘Veilinghuizen vinden me een pain in the ass’

Door **Pieter van Os** en **Arjen Ribbens**

Op een dag was hij er: een taxateur van de verzekering die de inboedel kwam waarderen. Johan Bosch van Rosenthal (1963) was vijftien, maar hij herinnert het zich nog levendig. „Hij bekeek het zeventiende-eeuwse schilderij, de achttiende-eeuwse stoelen, de negentiende-eeuwse klok. Overal had de man verstand van en bij elk voorwerp kon hij een prijs noemen. Fascinerend vond ik het.”

Terwijl leeftijdsgenoten op het hockeyveld stonden, had Bosch van Rosenthal er plezier in om met zijn ouders antiekbeurzen en musea te bezoeken. Hij jubelde toen hij als puber werd aangenomen bij veilinghuis Mak van Waay, als weekendkracht. Met de trein van Velp naar Amsterdam, logeren bij vrienden van zijn grootouders, en dan het astronomische bedrag krijgen van 10 gulden per uur, voor klusjes die hij ook voor niks had willen doen: schilderijen ophangen, met antieke kasten sjouwen, enzovoorts.

Bosch van Rosenthal is een *selfmade man* in de kunst. Na diverse functies in de kunsthandel en het veilingwezen creëerde hij vijftien jaar geleden een niche voor zichzelf. Hij richtte Art Consult op, een bureau dat adviseert en begeleidt bij de aan- en verkoop van kunst en antiek. Binnenkort zijn er weer twee grote veilingen waar hij nauw bij betrokken is: de verkoop van de antiekverzameling van klavecinist en dirigent Gustav Leonhardt (1928-2012), aanstaande dinsdag bij Sotheby’s in Londen. En vier veilingen van de enorme tekeningverzameling van I.Q. van Regteren Altena (1899-1980), de oud-directeur van het Rijksprentenkabinet in Amsterdam. De eerste is in juli, bij Christie’s in Londen.

Zelf werkte hij ruim twaalf jaar bij de Amsterdamse vestiging van Christie’s. Waarom besloot hij voor zichzelf te beginnen? Bosch van Rosenthal: „Ik was specialist op diverse terreinen en ook veilingmeester, een spannende en leerzame tijd. Daarna kon ik hoofd van de prentenafdeling in Londen worden. Maar Londen is een dure stad. Standaardvraag bij een sollicitatie was destijds: ‘*Do you have means of your own?*’ Ofwel, moeten we je eigenlijk wel betalen? Veilinghuizen kunnen het zich permitteren: werkloze kunsthistorici staan in de rij om bij ze aan de slag te gaan. Toen ik in 1999 aankondigde voor mezelf te willen beginnen, zei de *general manager* van Christie’s: ‘Als het om je salaris gaat, kunnen we praten.’ Een beetje laat, vond ik. ‘Sorry’, antwoordde ik: ‘Nog meer reden om te vertrekken.’”

U werd kunstadviseur. Zag u kansen?

„Ja. Je had taxateurs, handelaren en veilinghouders. Ik zag een markt voor het begeleiden van kopers en verkopers. Dat het gebrek aan kennis over de kunstmarkt groot was, had ik allang geconstateerd. En omdat ik jaren aan de andere kant van de tafel had gezeten, wist ik uiteraard waar op moet worden gelet.”

KUNSTMARKT

Antiek uit de mode

Aan de richtprijzen bij de Gustav Leonhardt-veiling bij Sotheby’s is goed te zien hoezeer de prijzen voor antiek in een vrije val zijn geraakt. Een kabinet uit de negentiende eeuw was dertig jaar geleden nog 20.000 gulden waard. Nu hooguit 2.000 euro. De verklaring is simpel, zegt antiquair Haffmans: „Mensen willen geen antiek meer in hun interieur.” Bosch van Rosenthal: „Antieke meubels zijn te groot en te donker naar de huidige smaak. Ze passen ook niet in nieuwbouwappartementen met een plafond op 240 centimeter.” Pieter Jorissen, eigenaar van veilinghuis Mak in Dordrecht: „Jongeren willen soms wel één object, maar niet een rij kasten langs de muur. Ze willen niet in een museum van hun ouders wonen.”

Vooral Nederlandse traditionele meubels lijden onder de veranderde smaak. Neem donkere, eikenhouten kasten met buiken of pilaren. Haffmans: „Ikea dicteert de markt en Ikea verbiedt donker en oud.”
Hij heeft een verklaring voor de trend: „Ikea sponsort nagenoeg alle tv-series van de commerciëlen. Daarin zie je dus nooit meer een blauw bord aan de muur hangen, of een kussenkast staan. Bij Swiebertje was het in de keuken van Saartje een groot plezier van koperen pannen. Dat is nu ondenkbaar.”

Toch heeft Haffmans nog goede hoop dat de trend zal keren. „In de jaren 1900-1920 kon het niet donker genoeg, eikenhout. Daarna ging het uit de mode en en in de jaren zeventig kwam het weer helemaal terug. Smaken verschillen én veranderen.”

Christie’s stond vast niet te juichen?

„De toenmalige directeur in Amsterdam zei: ‘Johan, je denkt toch niet dat al je vaste klanten met je meegaan?’ Nee, dat verwacht ik niet, zei ik: ‘Maar de helft wel en dat is genoeg.’ Eén van mijn relaties bij het veilinghuis belde direct op. ‘Ideaal’, zei hij. ‘Dan kan jij voortaan in Londen en Parijs kijken of de kwaliteit goed is van wat ik op het oog heb, en daarna kan je voor me bieden.’ Voor die man werk ik nog steeds.”

De veiling van delen van de collectie van Franz Koenigs, uw eerste grote klus, ging naar Sotheby’s, de grote concurrent van uw oude werkgever.

„Ik moest voor de familie Koenigs op zoek naar de beste deal. En die bood Sotheby’s. Als adviseur heb ik geen voorkeur voor een bepaald veilinghuis. Maar met wie mijn klanten zaken doen, en of ze überhaupt veilen, hangt af van de geboden condities.”

Wint het veilinghuis dat de laagste kosten en hoogste taxaties biedt?

„Het is eenvoudig om veilinghuizen tegen elkaar uit te spelen voor de laagste commissies en de hoogste richtprijzen. Maar daarmee kun je je als verkoper in de vingers snijden. Als taxaties onrealistisch hoog zijn en de verkoop mislukt, zit je met de gebakken peren. Je hebt verstandige taxaties nodig en je moet als verkoper over verschillende voorwaarden onderhandelen. De catalogus, het marketing- en pr-plan, de financiën. Inmiddels werk ik met een lijst van criteria om voorstellen van veilinghuizen te beoordelen.

„De voorwaarden bij veilinghuizen hangen uiteraard sterk af van de ingebrachte objecten. Een schilderij met een waarde van 3 ton of 3 miljoen, dat scheelt nogal. Moet je bij een schilderij van 3 miljoen sowieso nog wel inbrengcommissie betalen? Als je het goed doet, dan kun je zelfs een deel van de koperscommissie opeisen.”

Naast de collectie Koenigs begeleidde u ook de verkoop van de collecties van Frits Philips en Anton Philips. Voordat veilinghuizen komen taxeren, bemoeit u zich nadrukkelijk met de wijze waarop de collecties worden gepresenteerd. Waarom?

„Omdat objecten beter tot hun recht komen als die goed worden gepresenteerd. Voor de veilinghuizen langskwamen voor hun taxatie, vroeg ik bij het huis van de dochter van Anton Philips het gras te laten maaien en in iedere kamer verse bloemen zetten. Het huis moest eruitzien alsof het nog werd bewoond. Een prachtschilderij van Breitner dat in een zolderkamer hing, heb ik beneden opgehangen. Dan krijgt het van de veilingexperts meteen meer aandacht. Het werkte: die Breitner bracht een bereprijs op.”

Heeft niet elk veilinghuis een specialiteit?

„Zeker. Voor Europees porselein moet je nu bij Bonhams zijn, daar werkt dé specialist en heb je kans op de hoogste opbrengst. Ik adviseer dat dus ook aan klanten; een concurrerend veilinghuis zal dat nooit doen. Want medewerkers van veilinghuizen worden betaald naar gelang de omzet die ze maken.

„Veilinghuizen zijn buitengewoon commerciële ondernemingen. Ze rekenen ook steeds hogere transactiekosten, zowel voor koper als verkoper. De som van die veilingkosten ligt al snel op 30 procent van wat de koper moet afrekenen. Mijn cliënten hebben daarom steeds vaker interesse in een discrete onderhandse verkoop tegen 10 tot 15 procent commissie. Als ik de goede prijs realiseer, is de opbrengst voor de verkoper aanzienlijk hoger.”

Hoe is uw verstandhouding met de veilinghuizen?

„Soms vinden ze me een *pain in the ass*. Om de goede ‘deal’ eruit te halen moet je een pietje precies zijn. Veilinghuizen beloven vaak van alles aan verkopers. Maar maken ze het ook waar? Worden de beloofde advertenties geplaatst? Klopt de afrekening? Wordt er op tijd betaald? Ik eis dat ik alle drukwerk mag controleren. En ik streep in de eenzijdige juridische voorwaarden van veilinghuizen die vaak niet in het belang zijn van mijn klanten. Tegelijk zien veilinghuizen me graag komen; ik ben een grote klant. Laatst heb ik eens een rekensommetje gemaakt: in vijftien jaar heb ik een veilingomzet van zo’n 70 miljoen euro gegenereerd.”

Wie betaalt u?

„Ik laat de keuze aan mijn klanten. Bij onderhandse verkoop betalen zij me een commissie van 10 tot 15 procent, afhankelijk van de waarde van het betreffende kunstwerk. Bij veiling werk ik op uurbasis die ik verreken met de eventuele inbrengcommissie van een veilinghuis. Ik kan maar één pet tegelijk op hebben. Alleen als ik transparant over mijn inkomsten ben, mag ik verwachten dat klanten me vertrouwen.

„Bovendien koop ik nooit zelf van mijn klanten. Voor een klant moet duidelijk zijn dat ik naast hem zit en niet tegenover hem. Grappig is dat de afgelopen jaren diverse medewerkers van veilinghuizen tegen mij hebben gezegd: ‘Als ik ooit iets te verkopen heb, kom ik naar jou toe voor de onderhandelingen.’”

> In vijftien jaar heb ik een veilingomzet van zo’n 70 miljoen euro gegenereerd

U biedt op veilingen ook namens musea als het Louvre. Waarom vragen zij uw hulp?

„In de eerste plaats omdat het de prijs kan opdrijven als duidelijk is dat zij belangstelling hebben - ik bied anoniem. Ten tweede omdat dat bieden een spel is waarbij kennis loont. Een simpel voorbeeld: omdat ik veilingmeester ben geweest, weet ik wanneer het verstandig is om op je hand te gaan zitten. Blijft een voorwerp daardoor onverkocht, dan kun je na de veiling alsnog 20 procent minder bieden dan de limiet. Ook weet ik wanneer een half bod kansrijk is. Bij 100.000 is de volgende stap 110.000. Soms accepteert de veilingmeester 105.000. Als dat lukt, heb ik mijn commissie voor mijn opdrachtgever al verdiend.”

Veiling van de ‘**The Gustav Leonhardt Collection**, Property from the Bartolotti house, Amsterdam’, bij Sotheby’s in Londen, 29 april.
Inl: sothebys.com

FOTO MERLIJN DOOMERNIK

Johan Bosch van Rosenthal: „Veilinghuizen zijn buitengewoon commerciële ondernemingen.”